

Pitti, moda uomo Comaschi a caccia di clienti stranieri

La rassegna. Le nostre aziende protagoniste a Firenze Torna Clerici Tessuto che punta sulla cravatta Church's

COMO
SERENA BRIVIO

Confidano in un miglioramento del contesto economico, segnato da molte incertezze nei primi mesi del 2016, le aziende comasche presenti a Pitti Uomo, al via martedì a Firenze. Sono attesi fino a venerdì più di 20mila compratori, dei quali oltre 8mila esteri. Si tratta della 90esima edizione di Pitti Immagine Uomo, il salone che negli anni è diventato il riferimento a livello mondiale della moda uomo e delle tendenze più attuali dello stile contemporaneo. Un numero importante, ed è proprio sui numeri che segnano l'evoluzione di un salone e di un mondo, che a ogni stagione cresce e si evolve puntando su qualità, ricerca e internazionalità.

La carta decisiva

I comaschi puntano soprattutto ai retailer stranieri, la carta per vincere: Achille Pinto che partecipa con i marchi Franco Ferrari, Pierre Louis Mascia e Pierre Louis Mascia Maison, BB Cravatte con il marchio Franco Bassi, Canepa con i marchi Tino Cosma e La Rana, Intermoda con Gallieni e Fiorio Milano, Creativille con Mitchumm Industries, Pozzi Italia con Delicatezen, Sealup, Thema con Fumagalli 1891 e new entry Clerici Tessuto.

«La nostra azienda non par-

tecipava al salone da 14 stagioni - spiega Alessandro Tessuto, presidente dell'omonimo gruppo tessile - La collezione estiva 2017 di accessori uomo, cravatte e scarpe, composta da 900 varianti, esplora lo stile di un moderno gentleman attraverso i tre marchi Daks, Aston Martin e Church's, punto di forza del nostro polo uomo bri-

■ Novantesima edizione
Sono attesi
20mila buyer
8mila dall'estero

■ Dati positivi per Canepa
«Sale il fatturato
Dai mercati asiatici
segnali positivi»

tish».

Prendendo spunto dall'archivio storico, i brand ripropongono il glamour di Savile Road in sofisticati colori e disegni. «Sono state utilizzate esclusivamente stoffe sapientemente tessute e stampate all'interno della nostra micro filiera: sete, lino e cotone, stampati e jacquard, emblema di

un'artigianalità applicata alla moda maschile» sottolinea Tessuto che ha deciso di ritornare a Pitti con un preciso obiettivo: «Iconizzare la cravatta Church's nelle più esclusive boutique, grazie alla qualità di design e materiali».

Il business e l'ambiente

È ancora l'innovazione che nasce dalla memoria il fil rouge delle collezioni Canepa, che puntano a positivi riscontri soprattutto nei mercati esteri, dove c'è ancora spazio per svilupparsi.

«I primi mesi del 2016 - sostiene Elisabetta Canepa, presidente dell'omonima società - hanno segnato un'ulteriore crescita del 2% rispetto al corrispondente periodo del 2015. Anno risultato complessivamente in crescita del 3% con il fatturato a 107 milioni di euro. Segnali positivi sono comunque venuti da alcuni importanti mercati come l'Asia/Giappone e, in parte, l'Europa. Mercati che apprezzano la nostra focalizzazione nello sviluppo della ricerca eco-sostenibile applicata ai processi produttivi e ai nostri prodotti. Il brevetto SAVEtheWATER® in Canepa è ormai entrato a pieno regime, consentendo significativi risparmi fino al 50% di acqua e di energia, oltre alla sostanziale riduzione delle sostanze chimiche dannose come il PVC e



Lo stand firmato Fumagalli lo scorso anno a Pitti Uomo

Chi c'è

**Dal Lario all'Arno
15 marchi**

Sono 15 i marchi comaschi che saranno presenti a Pitti Uomo. Tre fanno riferimento alla Achille Pinto Spa di Casnate con Bernate: si tratta del brand Franco Ferrari, Pierre Louis Mascia e Pierre Louis Mascia Maison. BB Cravatte di Como porta a Firenze il marchio Franco Bassi, mentre Canepa dallo

stabilimento di San Fermo della Battaglia parte alla volta della Fortezza da Basso con due brand, Tino Cosma e La Rana. Da Grandate Clerici Tessuto proporrà i marchi Daks, Fabio Ferretti e Church's, mentre la comasca Creativille presenterà la sua etichetta Mitchumm Industries.

Ancora, Gallieni e Fiorio-Milano saranno i brand di Intermoda, azienda di Cavallasca, mentre arriva da Inverigo la Delicatezen di Pozzi Italia. Infine la comasca Thema, che in riva all'Arno porta Fumagalli 1891.

l'immissione nell'ambiente di particelle di microplastiche».

A Firenze il marchio Fiorio, acquisito dall'azienda di San Fermo festeggerà il traguardo dei 70 anni. «Presentando nuovi prodotti in direzione total look uomo - commenta Maurizio Ribotti, responsabile Marketing e Comunicazione dell'azienda - prosegue, inoltre, la collaborazione con Battistoni, di cui siamo licenziatari per le cravatte, in direzione di un primo passo verso un progetto di comarketing che, alla luce di un'auspicabile comune esperienza positiva, può ampliarsi fino ad una serie di prodotti eco-sostenibili».

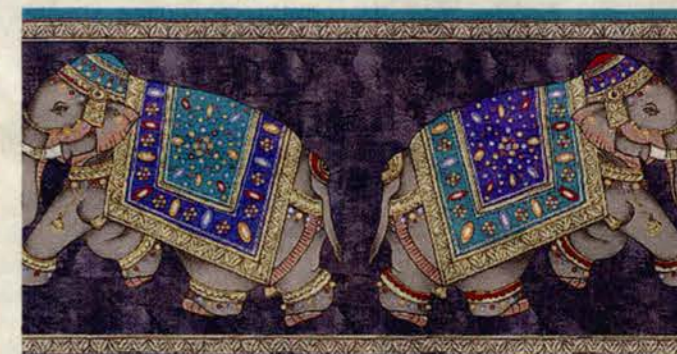
Attese 30mila persone per l'edizione numero 90

Pitti Uomo apre il 14 giugno e si chiude il 17.

I marchi o le collezioni presenti a questa edizione sono 1.219, 536 dei quali provenienti dall'estero (il 44% del totale). La superficie espositiva di 60mila metri quadri ospita 15 sezioni: Pitti Uomo, Make, Pop Up Stores, Eye Pop, Fashion At Work, Futuro Maschile, Touch!, l'Altro Uomo, Born in the USA, Uncon-



Gli occhiali firmati Mitchumm



Un tessuto firmato La Rana all'edizione dello scorso anno



Sciarpe e cravatte firmate Fiorio

Cina, Svizzera, Stati Uniti, Corea del Sud, Belgio, Austria, Russia, Svezia, Portogallo, Grecia, Danimarca, Norvegia e Hong Kong.

Questo Pitti Immagine Uomo segna la 90esima edizione del salone, una tappa importante del percorso della manifestazione, che negli anni è diventato il riferimento a livello mondiale della moda uomo e delle tendenze più attuali dello stile contemporaneo. La prima edizione si è tenuta nel febbraio del 1972, all'Hotel Villa Medici di Firenze, con 43 aziende espositrici e 526 compratori, di cui 98 esteri.

ventional, Open, The Latest Fashion Buzz, I Play, Urban Panorama, My Factory. Fra buyer e visitatori sono attese circa 30mila persone, oltre 20mila i compratori all'ultima edizione estiva dei quali 8.200 i buyer (41% del totale) dall'estero. I principali mercati esteri di riferimento sono Germania, Giappone, Spagna, Gran Bretagna, Francia, Olanda, Turchia,