

on

fashion



PELLICCE

VERA O FALSA QUAL È LA PIÙ GREEN DEL REAME?

Le sfilate per il prossimo inverno decretano di nuovo il trend della pelliccia, vera e falsa. Intanto si accende il dibattito su quale delle due sia la più sostenibile

DI ELISABETTA FABBRI

«Fur is cool» indicate worldwide fashion weeks. But should it be real or fake? The debate is open while Peta says «Wear your skin», If claims that real fur is the responsible choice.

del mancato ricambio generazionale - commenta Albertalli -. Inoltre alcuni non hanno capito appieno i cambiamenti del mercato, specie sul fronte distributivo».

IN RUSSIA FAKE E COLORATE

Reale o artificiale, resta il fatto che gli stilisti continuano a proporre la pelliccia sulle passerelle (ma offre molti spunti anche nell'homewear e nell'interior design). Le abbiamo notate in toni naturali e squillanti, intere o frammentate, per reinventare una tasca, un colletto, una martingala o un polsino. «In Russia vanno forte le *fake fur* divertenti, in tinte accese - dice **Marina Radenko**, womenswear buyer dello **Tsum** di Mosca - . Tutti apprezzano la tendenza ecofriendly in questo momento e anche il colore è una componente importante». Tartan, capispalla ed ecofur sono le maggiori tendenze per il prossimo inverno segnalate da **Daniela Kraller** dei negozi **Franz Kraller**, in Alto Adige. Il marchio **RinDi**, che ha sfilato alla "Italian Fur Fashion Night" organizzata da TheOneMilano, progetta «le pellicce che non sembrano vere pellicce», per chi non vuole ostentare e nella nuova collezione ha introdotto il pvc, come anti-pioggia per riparare zibellini e cincillà. On stage anche **Fabio Gavazzi**, che ha proposto la pelliccia «sport couture».

Al momento non esistono statistiche italiane sulle fake fur ma soltanto su quelle vere. I dati divulgati in occasione del salone **TheOne Milano** attestano che nel 2017 il valore della produzione delle aziende italiane della filiera della pellicceria ha registrato un aumento del 4,7% a 2,65 miliardi di euro (fonte **PwC per l'Associazione Italiana Pellicceria**), battendo il +2,5% dell'aggregato moda (tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento e calzature). «Dopo la flessione perdurata dal 2012 al 2016 -osserva **Norberto Albertalli**, presidente di TheOneMilano - i consumi retail sono aumentati dell'1,8%, a 996 milioni di euro». L'export di pellicce è salito del 4%, trainato da Cina e Hong Kong, Francia e Russia ma l'import ha registrato un +6,5%, rimarcando le difficoltà di un settore che in 12 mesi ha subito la chiusura di circa 2.500 imprese (-11% l'occupazione). «Un effetto



GUITAR
ADVERTISING & PR