

Italian fashion night accelera sulla sperimentazione fur

Ricerca furwear. In termini di colore, forme e lavorazioni. E di pelliccia come moda. È questa la mission che ha accompagnato la nuova edizione della sfilata collettiva Italian fashion night organizzata da The one Milano, il salone giunto alla sua quinta edizione e conclusosi oggi che raccoglie l'esperienza di Mifur e Mipap all'interno di Fieramilanocity. Sei grandi conferme per i brand in passerella, da Fabio Gavazzi a Giorgio Magnani luxury, passando per Grandifur e Malamati, Pajaro e Rindi. Tutte aziende italiane con una filiera 100% made in Italy, supportate per l'occasione dal partner Saga furs con le pelli provenienti dagli allevamenti certificati della Scandinavia. «Più che di un momento controverso per la pelliccia, oggi ci affacciamo su un panorama in cui c'è bisogno di forte chiarezza», ha dichiarato a MFF Elena Salvaneschi, amministratore delegato di The one Milano. «Ci presentiamo a Milano moda donna con la volontà di affermare che il furwear è un mondo che risponde a dei regolamenti stringenti, necessariamente certificato e valutato da elementi terzi». Per la ceo, la vetrina milanese è tanto importante quanto difficile, con buyer che spesso non riescono a gestire l'agenda stracolma di appuntamenti. «Per questo ci siamo dovuti organizzare preparando una fiera virtuale chiamata Always on show che consente di valutare in anticipo le collezioni» ha continuato l'executive. I dati di chiusura sono comunque convincenti e parlano di un 64% di buyer internazionali provenienti da tutto il mondo per oltre 11mila visitatori. «Un risultato di cui siamo molto orgogliosi. Purtroppo c'è una flessione dalla Russia, ma sono arrivati ottimi feedback dalla Corea e ci sono i primi elementi di avvicinamento dal Giappone. A questo si aggiunge un forte interesse degli Stati Uniti per la demi-couture e gli abiti da cocktail», ha commentato Salvaneschi, oggi responsabile di un progetto il cui headquarter è approdato all'interno del building di Confindustria moda. L'ovvia conseguenza della sinergia di un sistema, che ha permesso di costruire un dialogo costante con gli altri comparti che abitano la stessa sede. «Il nostro salone ha potenziato anche accessori e knitwear. La pelliccia non è un elemento a sé stante nel guardaroba di una donna e l'haute-à-porter, che è il nostro posizionamento con il bello e ben fatto, riguarda una manifattura italiana e internazionale di assoluta qualità. Che c'è. Va solo cercata», ha concluso l'ad proiettata al futuro. E alla longevità del comparto.

Giudizio. Fur sulle gonne, maxi fino a terra o cortissime. Pellicce maculate sotto impermeabili in pvc trasparente. Animalier very rock accanto a inserti bold e manieristi. Ma anche tag a contrasto su bordature e accessori che si alternano a coat asimmetrici. Per un grande classico che si reinventa. (riproduzione riservata)

Margherita Malaguti

