

## Internet e sfilate dal vivo: il settore prova a ripartire

A settembre tornano i grandi appuntamenti di Milano, fashion week inclusa. Pitti immagine rinasce con una piattaforma digitale

«Il kick off del rientro dopo l'estate sarà a Firenze», dice **Raffaello Napoleone**, ad di Pitti immagine. È a Firenze, infatti, che si apriranno le danze della moda settembrina. Saranno Dolce&Gabbana a occupare il territorio (dal 2 al 4 settembre) con sfilate ed eventi in collaborazione con Pitti. La prima presentazione si terrà alla Farmacia di Santa Maria Novella con l'alta gioielleria. La seconda, la couture uomo, vedrà una sfilata a Palazzo Vecchio. Il giorno seguente, a Villa Bardini, arriverà l'haute couture. E l'ultimo giorno nella Cantina Antinori a Bargino si vivrà la vendemmia.

«C'è una assoluta necessità di riprendere relazioni dirette, in questa fase più complicate dato che la gente si muove molto meno e non ci sono i compratori internazionali», commenta **Napoleone**. Quindi non è vero che la moda sarà solo digitale? «No. È chiaro che c'è un'evoluzione nei rapporti tra compratori e distribuzione, è tutto in movimento. Ora si usano gli strumenti a disposizio-

ne che non spariranno ma si affiancheranno in maniera più strutturata, evoluta, utile a quello che è l'indispensabile rapporto fisico tra domanda e offerta. Il rapporto umano è fondamentale. Il digitale ha avuto una grande accelerazione: in Italia è arrivato intorno al 10% delle transazioni quest'anno, rispetto al 6% di quello precedente».

Pitti, per ora, è tutto digitale. E Pitti connect comprende Uomo, Bimbo, Filati, Frangenze e Super. «La formula vincente di Pitti connect è partita il 16 luglio. Da nove anni avevamo la piattaforma sulla quale mettevamo in rete le varie manifestazioni a quattro giorni dalla chiusura, tenendole aperte per altre cinque settimane e dando modo ai compratori di iniziare eventuali rapporti digitali con gli espositori. Prevedevamo di superare questo formato nel gennaio 2021 mentre quello che è successo ha spinto per velocizzare il nuovo progetto. A oggi abbiamo oltre 500 aziende che hanno aderito. Il volume degli utenti nelle ultime due setti-

mane è arrivato a 67.000, con 120.000 sessioni per 625.000 visualizzazioni di addetti ai lavori. Tra i compratori al primo posto c'è Kurino, giapponese, con 6.000 pagine viste, mentre il primo espositore è Brunello Cucinelli con 5.500. La data di chiusura delle vendite sarà intorno al 7/8 ottobre, 40 giorni in più rispetto al solito. Pitti uomo riprenderà a gennaio 2021».

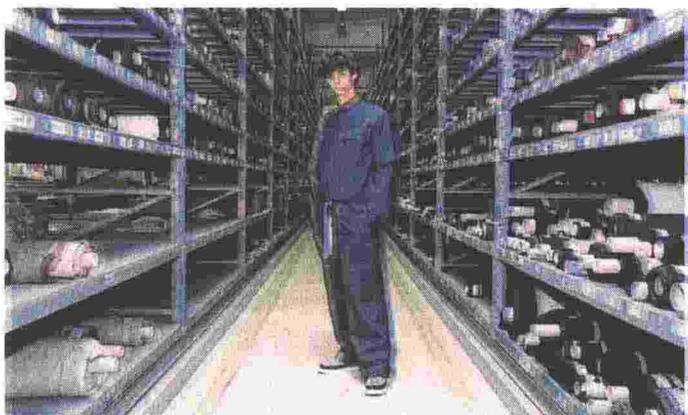
Invece Milano apre già a settembre. Confindustria moda ha lanciato l'hashtag #strongertogether per dire quanto sia importante unire le forze. Inizia l'8 settembre Milano unica, punto di riferimento per tessile e accessori. A seguire Homi fashion&jewels (dal 19 al 22) che «non solo ha riconfermato le date ma ha anche scelto di mantenere il format fisico», ha spiegato il direttore **Emanuele Guido**. TheOneMilano, il salone dell'haute-couture (dal 20 al 23), addirittura si moltiplica. «La filiera della moda è lunga e articolata e va sostenuta da monte a valle», dice l'ad **Elena Salvaneschi**,

«Per questo le fiere sono strumento della politica industriale delle aziende». E si allea con Micam, fiera della calzatura e con Mipel, fiera della pelle, dando vita all'Expo diffusa. Dal 24 al 27 torna White, punto di riferimento delle Pmi. «Con questa edizione vogliamo lanciare un messaggio di coraggio e di positività scommettendo su Milano», commenta **Massimiliano Bizzi**, il fondatore.

Fino ad arrivare alla fashion week milanese «phygital» (dal 22 al 28), con in calendario 28 sfilate fisiche e 24 contenuti digitali per «permettere a ogni azienda e designer di presentarsi con la modalità più affine alle sue esigenze di narrazione», scrive il presidente di Camera moda **Carlo Capasa**. «Ripartire dai giovani e valorizzare la nostra incredibile filiera, unica al mondo, attraverso le sfilate, gli eventi e le presentazioni dei nostri brand ci dà nuova speranza per guardare al futuro».

**P. Bul.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**VERDE** Il progetto *The Sustainable Style* sulla piattaforma Pitti connect

