

ioni

«Push and pull». È la filosofia del patron di Pinko, Pietro Negra (nella foto): prima spingere il prodotto nei negozi, poi tirarlo dentro seguendo i report vendite, offrendo servizio, monitorando la clientela finale. Il marchio ha 110 monobrand ed è presente in più di un migliaio di multibrand. Di recente ha aperto 4 negozi in Cina



160 milioni del 2010, in incremento del 5% rispetto al 2009, è prevista comunque una crescita. «Nel 2010 abbiamo molto migliorato la marginalità, mentre il 2011 ha portato un piccolo decremento visti gli investimenti in cantiere». Il merito è del marchio portante, Pinko, affiancato dalla linea Toy G, più commerciale, che copre il 30% del fatturato. «Ora stiamo studiando i progetti calzature e borse. Queste ultime saranno sul mercato il prossimo autunno e alcuni buyers di Harvey Nichols hanno già dichiarato il proprio gradimento». E sull'eterna questione del made in Italy le idee sono chiare: «noi facciamo il 98% del prodotto qui. Ma confezionare fuori è d'obbligo, la façon realizzata in Est Europa per ragioni di risparmio e di competenza, visto che i nostri laboratori stanno sparendo, non può comportare per l'azienda che crea, fa prototipi e campioni in Italia, l'obbligo di etichettare made in Romania».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ASSN.
LO WAS A SPORT.
oloassn.com

Da mercoledì le 74 sfilate di «Milano moda donna»

EVENTI

Giulia Crivelli

■ Entra nel vivo il "settembre della moda": mercoledì inizieranno le sfilate di Milano moda donna, evento centrale per la presentazione delle collezioni di abbigliamento e accessori per la primavera-estate 2012. Una settimana che arriva a ridosso delle fiere Micam (si veda anche l'articolo in pagina) e Mipel, dedicate a calzature e pelletteria. Due manifestazioni che a loro volta avevano raccolto il testimone da Milano Unica, il salone del tessile che si è tenuto settimana scorsa e che si è chiuso con visitatori in aumento, soprattutto dalla Cina (+30%).

Ma non basta ancora: venerdì prossimo si apre a Fieramilanocity Milano MI Prêt-à-porter, il salone internazionale di abbigliamento femminile, che registra un aumento del 15% delle collezioni rispetto alla scorsa edizione, con 230 marchi presenti. Una vetrina per le nuove tendenze del fashion, con spazio ai grandi stilisti e alle creazioni dei giovani talenti e che resterà in fiera fino a lunedì 26 settembre. Per rimanere in tema saloni, da sabato 24 a lunedì 26 ci saranno Touch!, neoZone e cloudnine, le fiere organizzate da Pitti Immagine e dedicate alle collezioni di ricerca. Negli spazi del Nhow Hotel di via Tortona 35, una delle zone più vivaci sia durante le settimane della moda sia in occasione del Salone del mobile, Touch! ospiterà collezioni eclettiche e di ricerca mentre neoZone, è il salone che mixa chic ed eleganza contemporanea al luxury sportswear. Nei laboratori della Scala di via Tortona 58, è invece protagonista il pianeta dell'accessorio con cloudnine, tra sperimentazioni, creatività contemporanea e tradizione.

Ma non bisogna dimenticare White, altro salone specializzato in marchi di ricerca, che si tiene anch'esso dal 24 al 26, negli spazi di via Tortona 27/54. La manifestazione ideata da Massimiliano Bizi presenterà 356 collezioni (241 italiane e 107 straniere), selezionate su oltre 2mila richieste di adesione. Il piatto forte restano però le sfilate e presentazioni inserite nel calendario della Camera della moda (nella foto, il presidente Mario Boselli): in sette giorni ci saranno 74 sfilate (di cui una collettiva e otto show doppi) per un totale di 68 marchi. 41 le presentazioni per 39 brand e 12 gli eventi su appuntamento, dedicati ad altrettante collezioni. Tra i nomi in calendario ufficiale, 19 avevano come location le sale sfilate nella Loggia dei Mercanti (che all'ultimo l'assessore Stefano Boeri ha deciso di non concedere, offrendo una location alternativa a pochi metri dal Duomo), a Palazzo Clerici e all'interno del Circolo Filologico, collegati tra loro e con il Fashion Hub di Palazzo Giureconsulti con una segnaletica fucsia: un colore che si alternerà al bianco, rosso e verde della nuova grafica della kermesse, in omaggio al Tricolore e al 150esimo anniversario dell'Unità d'Italia. Tra le novità, da segnalare il fashion show benefico sul childrenswear del 27 settembre, con le proposte di Ermanno Scervino Junior, GF Ferré, I Pinco Pallino, Laura Biagiotti Dolls, Miss Blumarine, Richmond Junior, Simonetta e Roberto Cavalli Angels e Devils. Oggi invece il presidente della Camera della moda Mario Boselli e il vicepresidente con delega a internet Ennio Capasa presenteranno la nuova versione del sito della Camera, un portale verrà arricchito quotidianamente con news, immagini e video, per diventare un punto di riferimento di Milano moda donna.

Le sfilate arrivano in un momento di grande incertezza economica, ma dopo un primo semestre che aveva fatto ben sperare: la Camera della moda ha dimezzato le stime di crescita (dall'8% al 4%) ipotizzando però - in assenza di ulteriori shock finanziari o politici - un 2011 comunque in crescita rispetto al 2010.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



5 domande a...

LINDA SCHAILON

Eco-design a trazione femminile



Ecodesigner. Linda Schailon

Elio Silva

■ Si autodefiniscono Creative Sweepers, spazzine creative ma, dietro l'ironia, mostrano numeri e ambizioni da designer globali. Riunite intorno all'idea di rispondere alle tematiche ambientali con soluzioni che diano nuova vita e identità al prodotto-rifiuto, stanno cavalcando in pieno l'onda dell'ecodesign, con una proiezione su scala europea e la creazione di un canale espositivo e di vendita internazionale. Protagoniste della sfida un gruppo di donne che alimentano il progetto Ecopink, lanciato nel 2009 da Linda Schailon. Dopo due edizioni a Milano, la manifestazione-evento rigorosamente in rosa, imperniata sulla rivisitazione creativa di materiali tessili, cartacei, plastici ed elettronici, gioca quest'anno la carta dell'internazionalizzazione attraverso la collaborazione con il marchio E-side, una vetrina dell'eco-commerce, e integrandosi nell'ambito del London Design Festival (sabato 24 e domenica 25 al The Hub King's Cross, a Camden Town).

Linda Schailon, perché il design oggi viene declinato con così grande attenzione in prospettiva green?

Quando si parla di design non si può non parlare di scenario, e attualmente risulterebbe improduttiva una progettualità che non prenda in considerazione la necessità di salvaguardare l'ambiente, individuando il punto di partenza nell'uso di materiali naturali e riciclati.

Che cosa è cambiato da quando lei ha lanciato il progetto Ecopink a oggi?

Il progetto è semplicemente cresciuto, man mano che green, recycle, ethic sono diventati pane quotidiano per chi lavora nel settore. La linfa vitale di Ecopink si è arricchita grazie alle sinergie che si sono venute a creare nel tempo e all'interesse nei confronti di un design pensato da donne, il più delle volte per donne.

Che cosa occorre per fare il salto dal piano concettuale alla realizzazione di vere e proprie linee di prodotti?

Oggi la vera sfida, più che nella realizzabilità, sta nel riuscire a creare fatturato, e per questo è necessaria una strategia di marketing, che quasi sempre presuppone un investimento adeguato. Di questi tempi non è facile. Non a caso credo che la predisposizione di molti artisti e designer a utilizzare materiali di scarto sia da leggere anche nella crisi economica, che stimola la ricerca di risorse a costo zero, determinando parallelamente un cambiamento significativo di rotta.

Perché la partnership con un canale di vendita online?

La terza edizione del nostro evento punta a enfatizzare il fattore shop di Ecopink perché se è vero che c'è una sensibilità, un'intuizione rosa in grado di offrire un'alternativa, è anche vero che il passaggio da "prodotto rifiuto" a "oggetto del desiderio" implica l'acquisizione di un valore non solo estetico-funzionale, ma anche economico. È così che E-side interviene, rafforzando questo connotato.

E lo sbarco a Londra?

Un'idea di Alessia Civettini, amministratore delegato di E-side. Dopo due mesi di valutazione della fattibilità, abbiamo riscontrato che avevamo tutti i presupposti per far decollare il progetto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA