

September **CHALLENGE**

Titti Matteoni

Analizzando le cifre, rileggendo i commenti dei protagonisti, scorrendo le immagini dei tanti eventi che hanno festeggiato l'arrivo della nuova moda maschile della primavera-estate 2011, sgorga, spontaneo, un timido sospiro di sollievo. Non c'è dubbio che i due principali appuntamenti del fashion-system italiano, prima a Firenze con Pitti Immagine Uomo - che ha visto la presenza di oltre 19.200 buyer provenienti da tutto il mondo e una crescita pari al 6% rispetto al giugno dell'anno scorso -, e poi a Milano - con 33 sfilate e una sessantina di presentazioni, oltre a un centinaio di bei nomi riuniti a White Homme -, hanno messo a segno l'ideale calcio d'inizio di una nuova epoca. E se il presidente Gaetano Marzotto, forse un po' ottimisticamente, ha parlato del "primo Pitti di ripresa", Mario Boselli, al vertice di Cnmi, ha accennato a "un vigore ancora da potenziare", consapevole che il recupero si sta manifestando lentamente. La nostra inchiesta alle pagine 18/23, con i pareri dei clienti italiani e stranieri, titola *Il glamour ritrovato*: in effetti, Milano Moda Uomo, questa volta ha mostrato il suo lato migliore. Oltre a mandare in passerella collezioni che rappresentavano un'equilibrata risposta alle istanze del mercato, celebrazioni di spicco come quella di un secolo di attività della Ermenegildo Zegna, il ventennale della linea maschile di Dolce & Gabbana e i 65 anni di una azienda prestigiosa come la Brioni, hanno restituito alla fashion week milanese quell'appeal e quella leggerezza oscurati dalla grande paura del settembre 2008, con il crollo delle Borse. Anche i giornalisti interpellati da *Fashion*, di solito i più critici sugli eventi del capoluogo lombardo, hanno trovato la kermesse più concreta e professionale, giudicandola "positiva, movimentata, rinvigorita". Ora la palla passa a Milano Moda Donna: l'appuntamento di settembre rappresenta per gli organizzatori una bella sfida. La cura dimagrante alla quale Mario Boselli ha voluto sottoporre il calendario ufficiale ha reso impraticabile la collocazione in Fiera per una logica questione economica. Una partecipazione più selettiva non giustifica infatti l'onere di un Milano Fashion Center, cioè le strutture di via Gattamelata: il nuovo format è, quindi, tutto da inventare. Alle case e anche agli organizzatori piace l'idea di una location nel cuore della città, vicina alle sedi degli stilisti, agli alberghi e al Quadrilatero. Il sistema delle showroom è pronto a dar vita a un vivace corollario di eventi, così come i saloni di via Tortona, di Fieramilanocity e quelli degli accessori sembrano aver trovato un buon coordinamento delle loro date. Chissà se settembre sarà, finalmente, la stagione della svolta?

Analysing the figures, reading the protagonists' remarks, scrolling the images of the many events organised to celebrate the arrival of the new men's fashions for spring-summer 2011, one cannot but give a timid sigh of relief. There is no doubt that the two major appointments of the Italian fashion system, first in Florence with Pitti Immagine Uomo - which saw the participation of over 19,200 buyers from all over the world and a 6% growth over June of last year -, and then Milan - with 33 shows and about 60 presentations, as well as a hundred leading names convened at White Homme -, have given a real kickoff to a new age. And if president Gaetano Marzotto, perhaps a bit optimistically, spoke of "the first Pitti of the recovery", Mario Boselli, president of Cnmi, aware that recovery is taking time, talked about "a vigour still to be strengthened". Our enquiry at pages 18/23, with the opinions of Italian and foreign customers, is entitled *The return of glamour*: in fact, this time Milano Moda Uomo showed its better face. Besides exhibiting collections representing a balanced answer to the demands of the market, key celebrations like that of a century of activity of Ermenegildo Zegna, the twentieth anniversary of the Dolce & Gabbana men's line and the 65 years of a prestigious company like Brioni, have again given the fashion week that appeal and light-heartedness dimmed by the big scare of September 2008, with the stock-market crash. The journalists questioned by *Fashion*, usually the most critical about the events in the Lombardy capital, found Milan to be more concrete and professional, considering it "positive, lively and revived". Next in line is Milano Moda Donna: the September appointment represents a real challenge for the organisers. The slimming treatment applied to the official calendar by Mario Boselli has made the "fair solution" impracticable from a simply economical viewpoint. More selective participation does not in fact justify the cost of a Milano Fashion Center, i.e., the buildings in via Gattamelata: the new format is therefore still all to be invented. The manufacturers and the organisers favour the idea of a location in the centre of town, close to the designers' headquarters, to the hotels and to the Quadrilateral. The showroom system is all set to produce a lively series of side events, just as the exhibitions of via Tortona, Fieramilanocity and of accessories seem to have found good date coordination. Who knows whether September, finally, will be the season of change?

VIGOR



La sfilata di Dolce & Gabbana uomo, sulle note di Annie Lennox al pianoforte

The menswear show by Dolce & Gabbana, with Annie Lennox singing and playing the piano