

IL TEMPO PER LONDRA

STUDIARE E STUDIARSI. LP LONDON (HAM YARD HOTEL, 11 LUGLIO) APRE LA MARCIA DELLA MODA INGLESE VERSO L'INVERNALE 2018/2019. PER LE CONCERIE ESSERCI È UN VANTAGGIO COMPETITIVO



Tempismo. Essere al posto giusto nel momento giusto. Fare la cosa più adatta nel momento in cui è richiesto. Sono sempre state virtù, anche nella **filiera della moda**. Lo sono ancora di più oggi, quando il fashion system, tra pulsioni interne e condizionamenti esterni, diventa sempre

più magmatico e repentino nelle trasformazioni.

Lineapelle London, allora, è l'assist per le concerie che vogliono inserirsi nella supply chain del fashion britannico nel momento giusto. Lo riconoscono gli espositori, che all'ultima edizione (Ham Yard Hotel, 11 lu-

27 - 2017

LEATHER WANTED



Back in Europe

C'entra la crescita dei costi in **Cina**: la manifattura locale non è più così conveniente, specie per le piccole produzioni. Influenza il mercato occidentale, che pone condizioni sempre più stringenti a proposito di **certificazioni** e standard di **qualità** che i fornitori del Far East non soddisfano. E influisce anche la **stagione politica** che attraversa l'Inghilterra, dove Brexit spinge il fashion system ad accelerare sul reshoring. «Ci sono clienti che stanno **torlando**. Conosco un calzaturificio, che prima produceva in Cina, e che ora ha portato tutto in Italia». A parlare è **Giorgia Giabardo**, partner di CoBro Associates,

studio che assiste le aziende italiane nella penetrazione nel mercato inglese. Brexit, con la sua pressione sulla sterlina, erode il potere d'acquisto dei produttori inglesi e pone qualche problema in più: «Sì, la questione si fa sentire, ma non c'è da **preoccuparsi** - spiega Giabardo -. Soprattutto per le concerie italiane, brave non solo a offrire qualità del prodotto e del servizio, ma anche a sollecitare il mercato quando questo rallenta». Il quadro inglese, dunque, «è nel complesso **favorevole**» conclude Giabardo: il rientro in Europa delle produzioni significa anche la ricerca di fornitori di materiali nel Vecchio Continente. Un'opportunità.

LEATHER WANTED



AGENDA FIERISTICA

AGOSTO

- 6-8 MODA
BIRMINGHAM - Gran Bretagna
- 9-11 COPENHAGEN INTERNATIONAL
FASHION FAIR_CIFF
COPENHAGEN - Danimarca
- 19-21 APPAREL SOURCING PARIS
PARIGI - Francia
- 19-21 ATLANTA SHOE MARKET
ATLANTA - Usa
- 27-29 GALLERY SHOES
Düsseldorf - Germania
- 30/8-1/9 ALL CHINA LEATHER EXHIBITION
SHANGHAI - Cina

SETTEMBRE

- 2-4 I.L.M. - INTERNATIONAL
LEATHER GOODS FAIR
OFFENBACH - Germania
- 8-11 PREMIERE CLASSE
PARIGI - Francia
- 8-11 WHO'S NEXT
PARIGI - Francia
- 8-12 MAISON & OBJECT
PARIGI - Francia
- 9-11 MODA MADE IN ITALY
MONACO - Germania
- 9-11 TRANSIT THE SHOE SHOW
LOS ANGELES - Usa
- 15-19 LONDON FASHION WEEK
LONDRA - Gran Bretagna
- 17-20 MICAM
MILANO-RHO - Italia
- 17-20 MIPEL
MILANO-RHO - Italia
- 18-21 APPAREL SOURCING PARIS
PARIGI - Francia
- 18-21 MOSSHOES
MOSCA - Russia
- 18-21 TEXWORLD PARIS
PARIGI - Francia
- 19-21 PREMIERE VISION
PARIGI - Francia
- 20-26 MILANO MODA DONNA
MILANO - Italia
- 22-24 MOMAD METROPOLIS
MADRID - Spagna
- 22-25 MIPAP
MILANO - Italia
- 23-25 SUPER
MILANO - Italia

OTTOBRE

- 2-5 OBUV* - MIR KOZHI
MOSCA - Russia
- 4-6 LINEAPELLE
MILANO
MILANO-RHO - Italia

glio) erano 49, il 20% in più rispetto all'edizione di febbraio. Quella londinese è una fiera di contatto, dove più che ritagli di pelle si scambiano biglietti da visita. È una kermesse che richiede uno sforzo ulteriore ai conciatori, che nelle settimane successive all'evento devono dare seguito ai rapporti coi nuovi contatti per essere presenti quando il lavoro degli uffici stile entra nel vivo. Ma è il trampolino di lancio che consente, appunto, di entrare sin dall'inizio nella fornitura di brand e produttori inglesi, assistendoli già in fase di prototipia e di campionatura.

Il pubblico è sembrato in aumento, raccontano gli espositori. Una platea di stilisti, free lance o dipendenti di brand grandi e piccoli, di produttori di calzature, abbigliamento, accessori e imbottiti. Per lo più inglesi, ma anche da altri Paesi Nord Europei. «Solitamente è una fiera che vive il suo momento più intenso la mattina, invece questa volta è stata intensa anche tutto il pomeriggio», ci racconta l'agente di commercio di un

espositore. La composizione è soprattutto di «piccoli artigiani, designer, giovani creativi», spiegano dallo stand di una conceria toscana. Un parterre che Lineapelle "educa", si fa per dire, con workshop sulla conceria italiana e seminari stilistici (in questo caso sull'invernale 2018/2019). Ma anche «un interlocutore - riprendono i toscani - che ogni volta permette di recepire nuove impressioni e tendenze». Proprio perché LP London è una fiera a suo modo preliminare, «l'attenzione del pubblico si è rivolta soprattutto verso prodotti basici», è la testimonianza di DMD Solofra. «I nostri visitatori si sono concentrati per lo più su prodotti classici come lo scamosciato e il laminato - conferma Carlo Ramponi di Conceria Stefania -, in maniera minore su fantasie più forti». Un appuntamento preliminare, certo. Ma una tappa imprescindibile. «Londra è sempre una città attrattiva, che va tenuta d'occhio: per il suo peso nella moda, non se ne può fare a meno», conclude Ramponi.