A CACCIA DI NOVITÀ

A Trend New York è tempo di start-up e ricambio stilistico, una conferma dell'effervescenza americana. Nascono marchi "made in Usa" di alta qualità per i consumatori che non acquistano le griffe europee

Lorenza Cerbini

NEW YORK - Una fiera con tante *new entry* tra i visitatori. Al primo giorno di **Trend NY** si sono dati appuntamento molti stilisti alle loro prime collezioni e buyer nel ruolo di "segugi" per rispondere alle esigenze di nuovi marchi, a conferma del momento favorevole negli Stati Uniti per il ricambio stilistico e la ricerca di alternative ai "soliti" e spesso troppo costosi nomi europei della moda. Obiettivi comuni: scegliere pelli di alta qualità, con lavorazioni particolari e capaci di dare un tocco in più alle collezioni per la stagione autunno/inverno 2014-2015, che proprio a New York ha debuttato una settimana prima di Anteprima Milano. E i prezzi? Restano il problema, per quanto gli intervistati dichiarino di essere pronti a sborsare, pur di ottenere i materiali necessari per realizzare i loro sogni.

OBIETTIVO COMUNE: PELLI DI ALTA QUALITÀ

Molto soddisfatti **Richard** e **Ahlgren Bengtsson**, designer e buyer originari dalla Svezia. Richard vive a New York da 25 anni e nel 1996 ha vinto il premio CFDA Perry Ellis Award come miglior nuovo designer. Dalla scorsa primavera ha deciso di lanciare la sua linea di borse per uomo, destinata al broker di Wall Street con una capacità di acquisto consistente e soprattutto il gusto per gli oggetti belli. «Stiamo allestendo la nostra prima collezione, che sarà venduta in autunno. Abbiamo stimato di vendere da 200 a 500 borse, che avranno un prezzo tra i 1200 e i 1500 dollari l'una. Saranno "made in New York", prodotte direttamente nel "fashion district" cittadino». A Trend NY è rimasto colpito dalla qualità delle proposte di

Lo stand di Artesa Manufacturas a Trend New York

Carla Sta Cruz ha creato un brand "made in Usa" per il mercato filippino

Nuova Overlord, azienda di Santa Croce sull'Arno che punta tutto sulla morbidezza. «Qualità fantastica e team creativo che cerca di soddisfare le necessità dei designers» specifica Bengtsson. Intanto la sua collezione ha già un colore definito, l'*off white*: pare infatti che Wall Street sia stanca del luttuoso e serioso *black*.
Delle Filippine sono originarie **Sta Cruz** e **Mary Kay Bellosito**, rispettivamente designer e responsabile vendite di Sta Cruz LLC, una "star up" che esordirà in autunno con una collezione di borse di lusso per donna pensata per quella fascia intermedia del mercato che non può permettersi un'originale Hermes o Chanel. «Vogliamo fornire una alternativa - spiega Bellosito, per la prima volta tra gli stand di Trend NY - perciò cerchiamo pelli di qualità che si addicano alla nostra collezione. Al momento non abbiamo limiti di prezzo».
Produzione locale, distribuzione internazionale: «Contiamo su una rete di piccoli negozi nelle Filippine, ma vendiamo anche attraverso Facebook. A novembre lanceremo il nostro sito di e-commerce».
Dal Quebec (Canada) arrivano **Francois** e **Noémi Garneau**, padre e figlia. La ditta che porta il loro cognome è stata fondata nel 1977, produce morbidissime ciabatte da casa e colorati suede booties per la fascia alta del mercato, venduti anche online a prezzi da 65 a 120 dollari. A "Trend NY" cercavano scamosciati setosi. «Veniamo qui ogni anno da almeno dieci anni, è più facile che recarsi in Europa. Stiamo decidendo i colori per la prossima collezione: vogliamo tonalità classiche, ma anche prodotti un po' modaioli. In Quebec le nostre slippers sono molto popolari. Abbiamo una clientela fedele, che siamo riusciti a mantenere anche in questi anni di crisi economica».
Neville Bean è in fiera in "missione esplorativa". Designer, da 25 anni nel fashion cittadino, è stata incaricata dal suo cliente, di cui non vuole fare il nome, di scrutare il mercato in cerca di pelli con effetti tridimensionali, a sbalzo. «Stiamo lavorando alla creazione di un nuovo brand, un marchio lifestyle con temi ispirati ai tatuaggi. Le pelli sono dunque necessarie per creare il giusto "mood". Nello specifico sto cercando pelli non rigide, ma elasticizzate, leggere, soffici. Per quanto riguarda i colori, il nero sarà fondamentale, ma anche alcune tonalità metalliche». Dell'offerta di "Trend NY" pare soddisfatta. Dalla sua borsa tira fuori un campione. «Questa è la pelle ideale. L'ho trovata da "Cuirs de Futur" e intendo proporla al mio cliente, che inizierà a produrre nel 2014. Trovo questa fiera

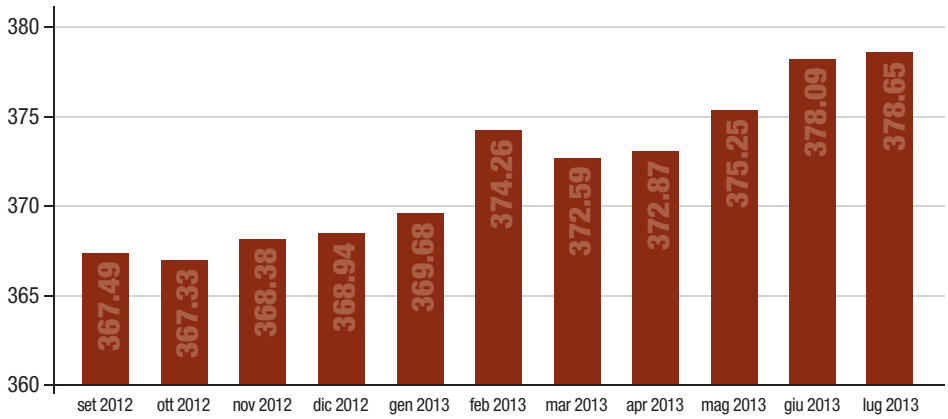
Da sinistra, Richard e Ahlgren Bengtsson. Lanceranno una linea di borse per uomo

Francoise e Noémi Garneau, canadesi, specializzati in "slippers" di alta qualità in pelle

molto interessante ed è tra i miei compiti individuare e dirigere i miei clienti verso specifiche tendenze». "Cuirs de Futur" è una conceria francese specializzata in agnello stretch.
Made in Spain c'è scritto sull'home page nel sito dell'azienda **Jacques Levine** (www.jacqueslevine.com), produttrice di scarpe dal 1936. Sono passate quattro generazioni e **Sam Calvanio** è oggi il leader del "gioiello" di famiglia, con quartier generale nel cuore di New York. Jeans e maglietta, atteggiamento casual, Calvanio è per la prima volta a "Trend NY", con un obiettivo specifico: avviare contatti con nuovi fornitori. «Produciamo ad Alicante scarpe per donna a prezzo compreso tra i 100 e i 350 dollari. Siamo in Spagna da molti anni, fu una scelta dei miei avi. Ci affidiamo sempre agli stessi fornitori, ora sto valutando cambiamenti, a cominciare dai produttori di pelli di vitellino».
Sergio Toro, designer per l'azienda casual **Von Dutch**, sta pensando a una linea per i più giovani. Originario dell'est Europa, ha studiato fashion a Londra e la sua collezione avrà un aspetto "usato". «Saranno stivali in vendita a prezzo compreso tra i 100 e i 200 dollari. Cerco ispirazione dai colori naturali. Ho trovato interessanti le pelli con stampe camouflage, con lavorazioni a sbalzo e le stampe geometriche. Sono rimasto impressionato dai prodotti dell'azienda "Fresco Pelli", che quasi certamente inserirò nella collezione». E il prezzo? «Fa la differenza, ma non è tutto. Sicuramente mischieremo i vari prodotti».
Infine, la testimonianza di **Beth Hochberg**, manager di **Vince**, uno dei marchi del colosso Brown Shoe, gruppo dal fatturato di 2,6 miliardi di dollari e sotto il cui tetto coabitano Franco Sarto, Dr. Scholl's, Via Spiga. «Vince produce scarpe da donna per la fascia alta del mercato, clienti che possono spendere fino a 600 dollari per un paio di scarpe. Produciamo in Cina e in Italia, abbiamo un ufficio a Empoli. Il settore high-end non ha risentito della crisi e ai nostri fornitori chiediamo nuove texture. Ognuno ha il suo prezzo. Per quanto ci riguarda, compriamo in una fascia tra i 45-60 euro al metro. È la pelle che qualifica la scarpa». ❑

STATI UNITI, ANDAMENTO DELLE VENDITE AL DETTAGLIO

Settembre 2012-luglio 2013 (miliardi di dollari)



fonte / http://ycharts.com

Looking for new ideas. Trend New York, it's time for start-up and spare style. From the US fair, a confirmation of the American effervescence. Brands "made in USA" with high quality for consumers not intentioned to buy the best and expensive European brands. Buyers want to buy high quality leathers, price permitting.

Neville Bean lavora alla creazione di un nuovo brand, con temi ispirati ai tatuaggi