

Analisi

# Buyer, da Firenze fino a Milano il menswear torna protagonista

Tra gli highlights dei compratori sentiti da *MFF* gli show di Magliano, S.S. Daley e Todd Snyder, oltre alle presentazioni di Cucinelli e Kiton. L'eveningwear rilassato e i capi utilitarian con materiali smart sono i key trends. **Elisabetta Campana**

**P**arte oggi l'edizione invernale di **Pitti uomo**, che dà il via al nuovo anno e alla nuova stagione del menswear, suscitando attesa nei buyer intervistati da *MFF*. Dal 12 al 16 gennaio sarà poi la volta di **Milano moda uomo**, il cui asse sempre più dinamico con Firenze consolida il format di una vera fashion week tricolore. Sotto i riflettori le collezioni per l'autunno-inverno



2024/2025, il cui buying è più rilevante e impegnativo rispetto a quello della stagione estiva, visto il ruolo determinante giocato da outerwear, tailoring, capi pesanti e accessori luxury. Tutto ciò in un momento storico di incertezza economico-politica internazionale che richiede un'attenta valutazione e selezione dei budget. In Fortezza cresce l'aspettativa per gli eventi speciali dei guest designer **Magliano** e **S.S. Daley** e del designer showcase **Todd Snyder**. Restano un must le presentazioni di brand come **Brunello Cucinelli** e **Kiton** e tra i marchi di nicchia vengono segnalati **Marco Pescarolo Napoli**, **Sunspel**, **Inis Meáin**, **John Smedley**, **Kardo** e le borse di **Bonastre**. Passando



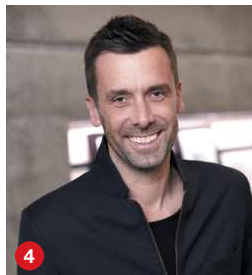
invece a Milano, sono hot ticket **Prada**, **Dolce&Gabbana**, **Zegna**, **Giorgio Armani**, **Dsquared2** e **JW Anderson**, oltre a **Gucci** e **Fendi** che tornano in calendario, mentre per la prima volta salirà in passerella **Stone Island**. Tra i più giovani a sfilare, **Jordanluca** e **Andersson Bell** e sul fronte presentazioni spiccano **Tod's**

e **Santoni**. «L'edizione invernale di Pitti è sempre forte, con una ricchezza di sportswear, capospalla e accessori che i nostri clienti apprezzano molto. E ogni volta un highlight scoprire la collezione di Brunello Cucinelli, ascoltando la sua ispirazione. Non vedo l'ora di assistere agli show di Magliano e di S.S. Daley, che ha un talento incredibile», ha detto **Bruce Pask** nel suo nuovo ruolo di editorial director di **Neiman Marcus** negli Usa. «A Milano, le collezioni negli ultimi tempi sono state molto forti, in equilibrio tra le nuove direzioni che emergono dalle passerelle e l'evoluzione di tecniche e lavorazioni da parte degli storici marchi tailored. Prada continua a sorprendere, la morbidezza e il volume di Giorgio Armani sembrano più attuali che mai e Zegna presenta sempre un setting straordinario per una collezione che innova nei materiali e nel design», ha aggiunto Pask. «Gli show di Firenze sono sempre un fantastico inizio per la stagione del menswear



buying e attendo di vedere Magliano, S.S. Daley e Todd Snyder. Il mix di nomi affermati con talenti emergenti provenienti da tutto il mondo rende Pitti un momento straordinario», ha spiegato **Bosse Myhr**, director womenswear e menswear di **Selfridges** a Londra. «Milano diventa ogni stagione più forte e più dinamica. I grandi nomi del lusso dominano il calendario, rendendolo imperdibile. La fashion week è anche leader nell'innovazione del tradizionale concept di sfilata, proponendo location tra le più esclusive della città», ha proseguito Myhr. «Pitti dà il via alla stagione, è il salotto buono della moda maschile, un'occasione unica di incontro con i brand e per fare il punto della situazione. Non perderò Brunello Cucinelli, Kiton e **Knt**, oltre a Marco Pescarolo Napoli che è bravissimo nei pantaloni. Mentre a Milano vedrò senz'altro **Dolce&Gabbana**, **Zegna**, **Prada**, **Giorgio Arma-**

**ni**, **Fendi**, **Dsquared2**, **JW Anderson**, oltre a **Santoni** e **Cucinelli**», ha detto **Riccardo Tortato**, executive director retail



and f&b di **Neom** in Arabia Saudita. Per il prossimo inverno, «penso a un uomo che vestirà in modo lussuoso e confortevole, con un bel maglione in vicuña e un pantalone in cashmere, una giacca in pelle o un montone, un abito destrutturato. Ovviamente tutto made in Italy, perché per autonomia rappresenta l'eccellenza, il ben fatto, il su misura, lavorazioni e materiali incredibili», ha concluso Tortato. «Cucinelli è sempre un punto forte per noi a Pitti. Attendiamo anche di esplorare i marchi di calzature più formali, una categoria in continua crescita e qui troviamo il miglior artigianato sul mercato. Ci aspettiamo una stagione forte a Milano, c'è molto slancio nel menswear, grazie anche all'arrivo di **Sabato Sarno** da Gucci. Prada è sem-



pre uno show che guarda al futuro, sia come collezione che set-up», ha sottolineato il menswear buyers team di **Mytheresa**, supervisionato dal chief commercial officer **Richard Johnson**. «Confidiamo che l'eveningwear sia un key trend nella prossima stagione, con un'offerta più ampia di smoking e camicie di seta. Il velluto sarà un tessuto chiave anche su capi più casual oppure oversized, dando un tocco rilassato. Il look tecnico di un lifestyle outdoor mixato al lusso continuerà, ma speriamo anche di vedere una costante attenzione alla

sostenibilità, con più brand che utilizzano cashmere riciclato», hanno aggiunto da **Mytheresa**. «Brunello Cucinelli resta un punto fermo di Pitti. Vedremo anche molti altri nostri brand, in particolare attendiamo il marchio spagnolo di borse **Bonastre** e **Kardo** di Nuova Delhi, oltre a partner di lunga data come **Sunspel**, **Inis Meáin** e **John Smedley** che vendiamo tutti molto bene in inverno», ha detto **Daniel Todd**, buying director di **Mr Porter**. «Hot ticket a Milano sono **Gucci**, **Prada**, **Zegna**, **Armani** e **Dolce&Gabbana**, oltre alla presentazione di **Tod's**. Prevedo che continuerà il trend del menswear classico, ma non estremo. Gli uomini stanno gravitando verso



stili e tessuti tradizionali, indossandoli però in modo più rilassato. I nostri clienti pendono per capi di investimento di qualità assieme a classici versatili del guardaroba. In questa stagione brand come **Cucinelli**, **Tom Ford**, **Celine homme** e **Loro Piana** restano tra i nostri top seller», ha aggiunto Todd. «Non vedo l'ora di incontrare il guest designer **Steven Stokey-Daley**. Abbiamo lavorato con lui dalla sua graduate collection e chissà cosa porterà a Firenze. Come sempre, confido nella lussuosa perfezione di **Cucinelli**. A Milano, **Prada** continua a essere di riferimento, assieme a **Zegna**. Sui trend non sono ancora sicuro, ma dallo show di **Miuccia Prada** e **Raf Simons** esce sempre qualcosa di cui non sapevamo di avere bisogno. In ogni caso, già questo inverno i clienti desiderano capi portabili, ma lussuosi», ha spiegato **Damien Paul**, head of menswear di **Matches**. «Pitti è una grande anteprima della stagione. Questa volta la scelta come guest designer di **Magliano** e **S.S. Daley**, oltre al ritorno di **Todd Snyder**, offrono un mix eclettico di tradizione e innovazione. A Milano, **Prada** e **Jil Sander** sono un highlight, propongono sempre collezioni fresche ed emozionanti», ha detto **Chris Fi-**

**sher**, senior menswear buyer di **Browns** a Londra. «Il minimalismo luxury continuerà a crescere, così come il denim e i capi utilitarian, ricercati ma understated, che diventeranno sempre più richiesti, visto che i clienti preferiscono capi funzionali. Già adesso puntano sugli investment pieces, su



capi ben disegnati, di alta qualità e su key look delle passerelle che saranno parte fondamentale del loro guardaroba per le stagioni a venire», ha proseguito Fisher. «A Milano attendo di vedere come i big name interpreteranno i cambiamenti a cui assistiamo nel mondo e sul mercato. Allo stesso tempo, sono curiosa di scoprire eventuali nomi emergenti. Tra i trend per il prossimo inverno ci saranno outfit più relaxed ispirati all'arte e alla musica e materiali tecnici più smart. Senza dimenticare la sostenibilità e il fatto che



l'AI ha iniziato a entrare nel processo di design permettendo di realizzare progetti più complessi. Questo inverno la nostra clientela ha preferito le collezioni più cool, rilassate e rivolte a un target più giovane, con un upgrade di qualità», ha chiosato **Lia Pagoni**, proprietaria di **Pagoni group** ad Atene, che conferma budget nel complesso stabili. (riproduzione riservata)

**Bruce Pask (1)**, **Bosse Myhr (2)**, **Riccardo Tortato (3)**, **Richard Johnson (4)**, **Daniel Todd (5)**, **Damien Paul (6)**, **Chris Fisher (7)** e **Lia Pagoni (8)**