

Strategie

Bologna alla conquista di un ruolo top nel panorama italiano delle fiere moda

Il capoluogo emiliano torna in scena con Link.it e si pone l'obiettivo di attrarre le attenzioni dei buyer internazionali legati al fashion. Soprattutto quelli in arrivo da Giappone, Russia e Cina. **Cristiana Cicuto**

Link.it si pone come strumento di rivincita del pronto moda alto di gamma. Ne sono convinti, oltre agli organizzatori del salone che prende il via oggi a Bologna, anche i vertici di **BolognaFiere**, che ospitano il debutto della kermesse che vede in scena 75 aziende italiane e straniere del pronto moda. «Il nostro obiettivo è far riaffiorire il forte legame del territorio emiliano con la moda che ha visto ospitare importanti saloni di settore come **Modamaglia**, **Intimare** e **Micam**», ha spiegato a **MFF** **Marisa Corso**, direttore commerciale del complesso fieristico. Primo step per raggiungere questo risultato è Link.it, la fiera che porta in scena le aziende della moda pronta alta di gamma. «Ci siamo alleati con **Pret-à-porter** di Parigi per perseguire l'obiettivo dell'internazionalizzazione: i maggiori compratori del settore sono infatti proprio i francesi»,

pria fiera di riferimento anche la possibilità di rispondere totalmente alla propria vocazione». (riproduzione riservata)

ha continuato Corso. Partner del progetto è inoltre **Centergross**, il distretto del commercio alle porte di Bologna che ospita, in una superficie pari a 1 milione di metri quadri, oltre 500 aziende delle quali 450 operano nel settore dell'abbigliamento. E registra un volume d'affari complessivo pari a 5 miliardi di euro, proveniente soprattutto dal mercato italiano, anche se le piazze estere sono in netta crescita. «Il nostro gap da coprire è la presenza dei buyer internazionali, e con questo evento puntiamo a rivolgerci soprattutto ai compratori della Russia, del Giappone e della Cina», ha continuato Corso. Che richiedono dalla moda italiana fast un prodotto dal prezzo sì competitivo, ma che sia anche dotato di un alto livello qualitativo e di una forte dose di ricerca. «Per questo le 75 aziende che hanno aderito alla nostra iniziativa, e che in parte si sposteranno a settembre a Parigi, vedono in Link oltre che la pro-

In scena 75 marchi internazionali che scommettono sul nuovo attraverso colore, fantasia e ricerca

Cromie accese, fantasia e tessuti innovativi. Così le 75 aziende di pronto moda da oggi sotto i riflettori di **Link.it** intendono affrontare la prova del nove dei buyer italiani e internazionali che interverranno al salone per scoprire le preview che domineranno l'autunno-inverno 2008-09. Se **Holiday in** sceglie di abbinare collant fluo color a overcoat damascati e minidress, **Annarita N** opta invece per polacchini in camoscio da abbinare alla minigonna e al bomberino dalla lunghezza breve nei colori del beige e del castagna. È un completo nei toni pastosi del melanzana il capo hot che **Atos Lombardini** porta in scena in fiera. Realizzato in velluto pettinato, è perfetto da abbinare alla clutch in pelle e alle décolleté con plateau. Per **Ethic**, invece, le grigie giornate d'autunno e i rigori dell'inverno sono da affrontare con stampe cheek, camicie con ruffles e colori neo hippie. Che ricrea un'atmosfera very folk tales. (riproduzione riservata)



Il rendering degli interni di Link.it

