

Parma Couture Gioco di squadra a Tokyo: a «Moda Italia» piace il brand ducale

Per le aziende del settore, il Giappone rappresenta da 30 anni il primo mercato

■ Il Giappone è da 30 anni il primo mercato per la moda di Parma. Proprio in questa settimana un nutrito gruppo di imprese parmigiane ha partecipato all'edizione invernale della mostra autonoma «Moda Italia», promossa per la 54esima volta a Tokyo da Ita (Italian Trade Agency). I brand Musetti, Sabri e Lory (entrambi di maglieria), Belts+ di Stefano Piazza, Fabrizio Lesi (entrambi di cinture

in pelle), Ave Caprice (bigiotteria) e Bonfanti (borse), tutti associati al Consorzio Parma Couture, hanno presentato in Giappone le collezioni autunno-inverno 2019-2020. Fin dalla nascita del Consorzio, 35 anni fa, il mercato giapponese ha rappresentato l'ideale sbocco delle produzioni di Parma, caratterizzate da lavorazioni distintive e da un gusto nel vestire che si avvicina molto alle aspettative dei



PARMA COUTURE La vetrina promossa dal Consorzio.

compratori del Sol Levante. Per le imprese consorziate la trasferta a Tokyo (due volte all'anno per la mostra di Ita) rappresenta un appuntamento fisso. Il presidente di Parma Couture, Fabio Pietrella, presente a Tokyo in rappresentanza del Maglificio Musetti, spiega che «il Consorzio ha sempre accompagnato la partecipazione a Moda Italia dei brand associati, valorizzando la presenza di gruppo in fiera e facilitando nuove adesioni da parte di Soci ancora inattivi nella promozione sul mercato giapponese».

È il caso, per questa edizione, delle cinture in pelle firmate «Fabrizio Lesi» e prodotte a Parma da Airedale. Per il titolare Fabrizio Lesignoli, presente negli spazi del Belle Salle, il proprio brand «ha potuto contare, per la sua prima partecipazione a Moda Italia, sulla consolidata esperienza delle altre imprese consorziate, a loro volta felici di poter integrare e completare, con la mia collezione, il look proposto da Parma Couture».

L.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA