

BUON ANNO NUOVO!

Cari Lettori,

Questo numero è davvero speciale. Parleremo delle più importanti tendenze della stagione, vi mostreremo negozi meravigliosi per ispirare la vostra creatività su come aggiornare e migliorare le vostre boutique, inoltre abbiamo incluso uno speciale sulle calzature. Ma non è soltanto questo a rendere questo numero così speciale, dato che ci siamo occupati di tutti gli argomenti di cui sopra per oltre un decennio. Questa edizione è così speciale poiché siamo orgogliosi di essere media partner di **WeAr Select London**, una nuova e rivoluzionaria fiera B2B di abbigliamento e calzature, in programma il 9 e 10 gennaio nell'iconica location di Old Billingsgate a Londra (www.wearselectlondon.com).

L'obiettivo della fiera è quello di mettere in contatto i brand con le boutique in modo nuovo. I brand accuratamente selezionati sono invitati a mostrare un massimo di 35 pezzi chiave in uno stand, al fine di consentire ai buyer di conoscere approfonditamente il DNA. In questo modo, i buyer possono finalmente trovare nuovi e interessanti brand da tutto il mondo, senza il fastidio di dover cercare in ampi spazi tra migliaia di brand, ognuno con centinaia di pezzi in mostra.

L'obiettivo di molti organizzatori di fiere è quello di vendere quanto più spazio possibile per ottenere il massimo profitto, la nostra attenzione è di sostenere il settore con l'approccio innovativo di WeAr Select, dato che ci piace la frase 'less is more'. Ecco perchè troverete in questo numero tutte le informazioni e le prime opinioni su questo evento unico. Naturalmente altri format come Pitti Uomo, Premium, Tranoi o Coterie, per citarne solo alcuni, sono tappe obbligate per ogni professionista e vi consigliamo di seguirli. Non vediamo l'ora di vedere che cosa ci riservano e che cosa porterà la nuova stagione.

Una cosa è certa: nonostante i numerosi reclami da parte dell'industria della moda che segnala che i tempi sono più difficili, a causa di marchi del calibro di Zara, ci sono molti esempi di marchi e boutique di successo in ogni paese. Tutto ruota attorno a una visione: vera creatività, un prodotto unico, amore per i dettagli e la moda in generale, infine comunicando questi valori al consumatore. Con questo numero abbiamo cercato di aiutare a trasportare questi valori a livello globale, sia per i negozi che per i brand.

La moda non morirà mai, la gente continuerà ad esprimersi attraverso la moda e sarà felice di spendere soldi per questo. Oggi, le opportunità non sono più locali, ma globali. La nostra industria è divertente e da enormi opportunità per chi è audace, coraggioso e grande lavoratore, ma non per chi segue soltanto o non è professionale.

Fateci conoscere la vostra visione e il vostro concept di successo e saremo felici di condividerlo con voi - cari lettori.

Buona lettura e un felice e prospero anno nuovo.

Cordiali saluti,
Klaus Vogel
Direttore ed editore