



BERLINO



all'edizione dello scorso gennaio, con in passerella oltre 30 griffe, tra cui **Boss Orange**, **Custo Barcelona**, **Escada**, **Anja Gockel**, **Lac e Mel** e **Gant**. Soddisfazione anche per Premium, chiuso a quota 31.672 visitatori. Per la prima volta aperto gratuitamente ai visitatori registrati, il salone ha offerto un'ampia scelta di collezioni internazionali tra cui, dall'Italia, le new entry **Allegrì**, **Boglioli**, **Daniele Alessandrini**, **Fratelli Rossetti Limited**, **Marina Yachting**, **Mauro Grifoni** e **Truzzi**.

Meno dispersione di energie per un focus maggiore sul prodotto

Con lo sbarco a Tempelhof si sono rifatte vive alcune vecchie conoscenze

della fiera, tra cui **adidas Originals** (in scena con la nuova collezione blue label Originals A.039, in uscita a gennaio 2010), **Ag Adriano Goldschmied**, **Hudson**, **Lee**, **European Culture**, **Fornarina**, **Guess**, **Energie**, **Miss Sixty** e tanti altri. Numerose pure le new entry, come quelle di **Cycle**, **Liu.Jeans**, **Rip Curl**, **Tricker's** e **Polo Jeans Co.**, iconico brand di moda giovane di **Ralph Lauren**, che ha scelto B&B per il rilancio dopo tre anni di assenza dal mercato. La sofferenza economica, inutile dirlo, c'è, ma nelle visioni dei professionisti del causalwear la speranza di un nuovo inizio sembra prevalere sulla paura della fine. A cominciare da **Replay**, che ha inaugurato

una fase all'insegna della rigenerazione aziendale, focalizzata su un utilizzo razionalizzato delle risorse. Sia ambientali (vedi la boutique eco-compatibile appena inaugurata a Firenze in via de' Pecori), sia stilistico-produttive. *«La struttura della collezione si è modificata per dare maggiore enfasi alla fascia di prezzo intermedia - racconta Gaetano Sallorenzo, a.d. del gruppo che, nel 2008, ha totalizzato 305 milioni di euro, in leggera flessione rispetto all'anno precedente - Inoltrè abbiamo ristretto l'offerta di capi, cercando di rimettere al centro i valori più autentici e originali del marchio»*. Una simile strategia è condivisa da un altro player del denimwear, **Gas**,

