

# RUSSIA

il mondo della moda

N.º 2 - febbraio 2009

tessili abbigliamento calzature gioielli accessori cosmetici

La crisi economica internazionale, che, ovviamente, non ha risparmiato la Russia, impone una serie di scelte perché i mercati si fanno meno dinamici, più selettivi, difficili. Impone scelte alle aziende, che devono fronteggiare, in Russia, la svalutazione del rublo e la minore liquidità nel mercato; impone scelte a noi, che in questa fase più complessa dei rapporti commerciali italo-russi, dobbiamo essere in grado di informare, orientare, identificare opportunità per il sistema produttivo italiano. Sarebbe facile spargere ottimismo, perché la Russia – tutto sommato – è un mercato abbastanza isolato dal contesto internazionale, se si fa eccezione per le materie prime energetiche, che pure rappresentano la principale fonte di finanziamento dello sviluppo nazionale. Non percorreremo, però, questa strada: nei momenti di difficoltà (pur ricordando le grandi potenzialità di questo mercato: ingenti riserve valutarie, dipendenza quasi assoluta nell'importazione di beni manufatti, risorse naturali illimitate) ci sembra più opportuno identificare con questa newsletter percorsi informativi su quello che stanno facendo i concorrenti, esteri e interni, per consolidare quote, allargare l'offerta, conquistare nuovi consumatori.

Con un suggerimento di fondo: la crisi va affrontata con strumenti da crisi. Stabilire nuovi rapporti con i nostri clienti, aiutarli nella promozione dei nostri prodotti, tentare nuove rotte, al di fuori del circuito Mosca-Pietroburgo, per poter sfruttare appieno tutte le innumerevoli possibilità che un mercato vasto e articolato come la Russia ci offre. Nonostante la crisi.

**Roberto Pelo**  
Direttore ICE Mosca  
Coordinatore Rete ICE nella Fed. Russa,  
Armenia, Bielorussia e Turkmenistan



Ministero dello Sviluppo Economico

Moda



Istituto nazionale per il Commercio Estero

Istituto nazionale per il Commercio Estero

Ufficio di Mosca  
Mosca, 123610, Russia  
Krasnopresnenskaja nab.12, entrata 3, 1202  
Tel +7 495 967 02 75/6 Fax+7 495 967 02 74/9  
mosca@mosca.ice.it www.ice.it/estero2/russia/

## In questo numero:

- 2 Musical "Stilyaghi": il ritorno degli anni '50  
Mosca e' la citta' piu' cara al mondo
- 3 La Russia ispira Karl Lagerfeld  
Fendi di nuovo in Russia  
H&M a San Pietroburgo nel 2010  
Julia Yanina a AltaRomAltaModa 2009
- 4 Fashion retail in tempi di crisi: vie di uscita
- 5 I leader del mercato russo della maglieria secondo gli esperti  
Il premio "Miglior vetrina dell'anno" alla CPM di Mosca
- 6 Vestire Casual: la scelta della gioventu' russa  
Wal-Mart arriva in Russia
- 7-8 Settimane della Moda Russe: uno sguardo all'Occidente
- 9 "Kusso" guarda con sicurezza al 2010  
iPhone con gli occhi dei designer russi  
CHAPURIN inaugura la boutique nel GUM
- 10 "Meucci" collabora con il Circo dei fratelli Zapashny  
Golconda presenta i propri gioielli  
Stella del cinema russo e anche designer di gioielli
- 11 I turisti russi acquistano all'estero souvenir e vestiti  
Su cosa risparmiano i russi in tempi di crisi?  
Il 2008 secondo la rivista "Industriya mody"
- 12 Nuovi standard GOST: in Russia cambiano le taglie
- 13 Le fiere russe: febbraio 2009
- 14-16 Statistiche

# MUSICAL "STILYAGHI"

## IL RITORNO DEGLI ANNI '50

Il nuovo film musicale "Stilyaghi" ("I teddy boys") del regista Valeriy Todorovsky, uscito alla fine di dicembre, e' stato non solo uno dei film piu' visti e apprezzati durante le festività natalizie, ma ha anche rinnovato l'interesse e la curiosita' per la moda e la cultura sovietica degli anni '50.

Il film racconta la Mosca degli anni '50, quando i giovani "teddy boys" cercavano in ogni modo di distinguersi dagli altri, contestando gli stereotipi dell'epoca vestendosi in modo del tutto particolare.

I "teddy boys", in totale dissenso con la moda dell'epoca, indossavano giacche a quadretti con le falde allungate, portavano ciuffi imbrillantinati, pantaloni aderenti stretti alla caviglia e cravatte con nodi microscopici.



## MOSCA E' LA CITTA' PIU' CARA AL MONDO

Secondo "The Forbes", la capitale russa e' la citta' piu' cara al mondo. Nel nuovo rating pubblicato dalla rivista, Mosca e' risultata al primo posto per il costo dei beni di consumo della categoria "luxury".

"The Forbes" ha valutato le capitali del business sulle base del costo dei prodotti che compongono il paniere di classe "luxury", e cioe' l'automobile "Rolls-Royce Phantom", la borsa "Keepall" di Louis Vuitton, il pianoforte "Steinway", le camice "Turnbull & Asser", l'orologio "Rolex", il vestito "Bill Blass, il costo di una suite negli alberghi "Four Seasons", "Intercontinental" e "Ritz Carlton", nonche' il costo di un kilogrammo di caviale di storione.

Gli specialisti hanno ribadito che gli alberghi a Mosca sono troppo cari: una suite al "Ritz" in via Tverskaya costa circa 5 000 dollari a notte, quasi due volte il costo della stessa stanza a Londra. E' anche vero che proprio a Mosca risiede il numero maggiore di persone il cui reddito supera il miliardo di dollari.

La seconda citta' nel rating delle capitali del business mondiali e' diventata Londra, cui seguono, per il carovita, Hong Kong, New York, Dubai, Tokyo e Los Angeles. Parigi, invece, e' stata riconosciuta la citta' piu' accessibile e conveniente per l'acquisto di beni di consumo "luxury".

# LA RUSSIA

## INSPIRA KARL LAGERFELD

Il 3 dicembre si è svolta la sfilata della nuova collezione di Karl Lagerfeld a Parigi, nelle sale del teatro Ranelagh. Fonte d'ispirazione per lo stilista della Maison d'Art collection è stata la Russia con i suoi colori e le sue atmosfere.

Non è un caso che la collezione di Lagerfeld è dedicata alla Russia. Gabriel Chanel era affascinata dal popolo russo e dalla cultura russa. Coco grazie al suo legame con il Granduca Dimitri Pavlovich, cugino dello zar Nicola II, non solo scoprì i fasti e gli splendori degli Zar, ma prese in prestito alcuni indumenti ai quali diede un tocco femminile. Tocco che Karl Lagerfeld oggi ha fatto suo, (re)interpretando i blousons e i bijoux e appropriandosi dell'abbigliamento tradizionale russo. In chiave moderna. Come solo un grande maestro sa (e può) fare.

# FENDI DI NUOVO IN RUSSIA

Il marchio Fendi ritorna sul mercato russo dopo 5 anni di assenza. Nella passata esperienza, il partner della famosa casa di moda italiana era stata la società "Mercury", altrettanto nota compagnia russa distributrice della maggior parte dei marchi del lusso sul mercato locale.

Il negozio Fendi è stato inaugurato nel 1998 all'interno del centro commerciale "Moskva" sul corso Prospect Kutusovskiy, dove già erano presenti altri brand del segmento "Premium" come Gucci, Chanel, Ermenegildo Zegna ecc. Nel 2004, secondo i dati di Mercury, la boutique Fendi di Mosca si posizionava come terza al mondo per volumi di vendita dopo le boutique di Roma e New York.

Adesso, a distanza di 5 anni, Fendi rientra nel mercato russo con un nuovo partner, il gruppo "Daniel Group", con il chiaro intento di espandere la presenza in questo paese. E così il 2 dicembre 2008 il nuovo flagship store ha spalancato le porte in Stoleshnikov pereulok 5, una delle vie più alla moda d'Europa. La boutique su una superficie di circa 400 mq ospita le collezioni donna e uomo, dal ready-to-wear agli accessori fino alle pellicce. Oltre al negozio in Stoleshnikov pereulok i partner pensano di aprirne nei prossimi mesi un altro (di circa 100 metri quadrati) in via Nikolskaya, nel cuore della capitale russa.

Il gruppo "Daniel Group" controlla la catena "Modnaya Tochka" ("Il Punto di moda"), specializzata nella vendita di abiti di lusso (sei negozi a Mosca con i marchi Andrew Mckenzie, Ann Demeulmeester, Jean Paul Gaultier, Marithe+Francois Girbaud, Dirk Bikkembergs) e la rete "Daniel" impegnata nella vendita di abiti firmati per bambini (otto negozi a Mosca con i marchi Iceberg, Ferre', I Pinco Pallino, D&G).

## H&M A SAN PIETROBURGO NEL 2010

Come anticipato sullo scorso numero di questa newsletter, uno dei retailer europei più grandi di abbigliamento, la compagnia svedese Hennes&Mauritz (H&M), ha intenzione di entrare in Russia, inizialmente con due grandi punti vendita che saranno inaugurati a Mosca nel marzo 2009. Secondo voci sempre più insistenti, pare che H&M, considerate le potenzialità del mercato russo, abbia deciso l'apertura di un negozio, presumibilmente nel 2010, anche nella capitale "del Nord" San Pietroburgo.

Sembra che la compagnia stia negoziando l'affitto di uno spazio di circa 2000 mq all'interno del centro commerciale "Galeria", ancora in fase di costruzione, che si trova vicino alla Stazione ferroviaria "Moskovskiy vokzal" (dove arrivano i treni da Mosca).

## JULIA YANINA A ALTAROMALTAMODA 2009

Il 30 gennaio 2009 la famosa Casa di Moda "Julia Yanina" ha presentato la sua collezione "haute couture" a AltaRomAltaModa, la settimana della moda che si tiene nella capitale. La sfilata si è svolta a villa Abamelek, la residenza dell'ambasciatore russo in Italia.

La designer Julia Yanina è originaria della città di Saratov, sul fiume Volga. È ormai dal gennaio 2007, quando per la prima volta è stata invitata personalmente dal sindaco di Roma, che Julia Yanina è una presenza fissa alla manifestazione. Oggi i fan di Julia possono scegliere fra tre collezioni: Yanina Couture, Yanina prêt-a-porter de lux e Yanina Collection (YC).

Fiore all'occhiello della stilista è la produzione "sur mesure" e la creazione di abiti per le grandi occasioni: da sera e da sposa, con un uso raffinato del ricamo e di pellicce pregiate. Non a caso sono clienti abituali di Julia Yanina sono la principessa Stefania di Monaco e la baronessa Natalie de Rothschild.



# FASHION RETAIL

## IN TEMPI DI CRISI: VIE DI USCITA

Il 17 e il 18 dicembre 2008 a Mosca si è svolta la prima conferenza sul tema "Fashion retail e recessione economica: possibili vie d'uscita", cui hanno preso parte 150 esperti tra proprietari ed amministratori delle maggiori aziende russe produttrici del settore moda, nonché rappresentanti di diverse testate giornalistiche tra cui RBK, Interfax, Reuter, Vedomosty ed altre.

L'incontro è stato organizzato dalla Scuola superiore di management dell'Università "Scuola superiore di economia" e dall'Associazione delle aziende dell'industria della moda (APRIM). Come Partner operativi dell'evento erano stati scelti FCG (Fashion Consulting Group) e CPM (Collection Premiere Moscow).

La conferenza ha analizzato i cambiamenti principali avvenuti nell'industria della moda negli ultimi tempi. I dirigenti delle maggiori compagnie del mercato della moda – "Sela", "Gloria Jeans", "Glance", "Vesch" (Roba), "Mothercare" (Holding "Monex-Trading") – hanno parlato di nuovi meccanismi di gestione del business, illustrando i loro programmi di azioni per l'anno prossimo.

La prima ad intervenire è stata Anna Lebsac-Clemance, direttrice di "Fashion Consulting Group", che ha messo in risalto il fatto che negli ultimi 7 anni il mercato delle confezioni ha visto alti ritmi di crescita e ha raggiunto nel periodo intercorso tra il 2004 e il 2006 il picco massimo di incremento di circa il 17-20% annuo. Nel 2008 l'aumento, stando alle previsioni, doveva essere pari al 13-15%, ma la crisi finanziaria ed economica globale ha cambiato radicalmente la situazione sul mercato. Tuttavia, verso la fine del 2008 l'indice generale di sviluppo ha mostrato un trend positivo rispetto all'anno precedente. Cionondimeno, i ritmi di crescita si sono ridotti di circa due volte.

Alla conferenza sono state esaminate le possibili strategie da applicare durante i periodi di crisi. Ad esempio, per valutare la capacità di attrarre investimenti di una società, gli indicatori tradizionali (cash flow, attività materiali, immobili) dovrebbero essere sostituiti da "indici di qualità", e cioè dai parametri chiave di sviluppo di una compagnia e dal suo prestigio sul mercato. Da più parti è venuto il suggerimento di puntare su internet per i costi inferiori della pubblicità.

Altro suggerimento è arrivato da Andrey Burmatikov sempre di "Fashion Consulting Group" (FCG), che ha presentato un caso aziendale per illustrare i vantaggi dell'outsourcing.

Nella seconda giornata si è discusso del problema delle locazioni, serio problema in tempi di crisi. Molti negozi infatti non riescono a sostenere alti costi d'affitto quando i volumi di vendita si riducono sensibilmente.

### "GLORIA JEANS"

Gary Bashur, Vice-Presidente per le finanze (CFO) della "Gloria Jeans": "La "Gloria Jeans" non intende ridurre notevolmente né il numero di negozi, né il personale della compagnia. Nello stesso tempo, stiamo analizzando tutti gli indici di efficienza del business di tutti i negozi al dettaglio, e rivedendo il sistema di bonus e gratifiche per il personale. Ritengo che per essere efficienti occorra fare una giusta ripartizione delle forze. Per la "Gloria Jeans" in questo momento è molto importante ottimizzare l'attività operando una netta distinzione tra i progetti di produzione e quelli di commercio al dettaglio".

### "MONEX-TRADING"

Natela Klimova, Direttore per lo sviluppo della compagnia "Monex-Trading" ("Mothercare", "NEXT", "The Body Shop", "MAC", "Claire's, Limited Too", "Starbucks"): "Nonostante i fatturati della società siano risultati notevolmente più bassi di quanto si potesse aspettare, sono, tuttavia, cresciuti rispetto all'anno precedente. Adesso quando decidiamo di aprire negozi nuovi siamo

più attenti alle dimensioni dei locali e alle clausole contrattuali relative alla locazione".



### "VESCH"

Alexey Lazutin, Direttore per lo sviluppo della rete commerciale "Vesch": "Malgrado gli indici di sviluppo della nostra compagnia abbiano, attualmente, un dinamica positiva, abbiamo rivisto i nostri programmi dichiarati l'anno scorso. Purtroppo, siamo stati costretti a licenziare il personale assunto l'anno scorso per la realizzazione di una serie di progetti che avevamo definito prima della crisi. Occupiamo grandi spazi in molti centri commerciali e, grazie a Dio, abbiamo trovato un accordo con i proprietari dei locali. Già ora una parte dei negozi "Vesch" ha nuovi contratti di locazione indicizzati al volume d'affari. Le nostre condizioni prevedono una percentuale del 12% che viene aggiunto all'affitto base.



### "FASHION CONSULTING GROUP"

Anna Lebsac-Clemance, Direttrice del "Fashion Consulting Group": "Alla fine del 2008 e all'inizio del 2009 molte aziende

russe dell'industria della moda si sono trovate in una situazione critica. Non solo, ma in molti casi la crisi del sistema finanziario e la recessione economica hanno agito da catalizzatori nell'acuire i problemi interni delle aziende. Tali problemi esistevano comunque anche prima dello scoppio della crisi, sebbene i diretti interessati facessero finta che tutto andava bene perché l'importante era il volume del fatturato che cresceva sempre di più. Ora invece tutte le società devono assolutamente ridimensionare i programmi di sviluppo per definire in modo chiaro e senza illusioni il potenziale chiave dell'azienda, programmando innanzitutto serie strategie di sviluppo del business".

### "APRIM"

Maria Smorchkova, Direttore Generale dell'"APRIM": "All'inizio dell'autunno scorso le



tendenze negative si sono palesate, innanzitutto, nell'impossibilità di ottenere crediti da parte di numerose compagnie che commerciano al dettaglio a seguito della crisi finanziaria. Ora, invece, siamo nella fase successiva, e cioè in pieno calo dei consumi e di riduzione dei volumi di vendita sul mercato al dettaglio".



### "SELA"

Arkady Pekarvskiy, Vice Presidente del Gruppo internazionale "SELA": "La mia compagnia non prevede una secca riduzione dei progetti, né un drastico ridimensionamento del personale. Al momento è molto importante analizzare scrupolosamente la situazione ed esaminare continuamente gli indici finanziari. La strategia principale deve basarsi sulla concentrazione degli sforzi su un'unica direttrice, e cioè sull'abbigliamento. Da una parte, la compagnia continua a portare avanti il lavoro nell'ambito del progetto "Sela Kids" e, dall'altra parte, ha rinunciato agli investimenti nel progetto di calzature "FootandFruit".

# I LEADER

## DEL MERCATO RUSSO DELLA MAGLIERIA SECONDO GLI ESPERTI

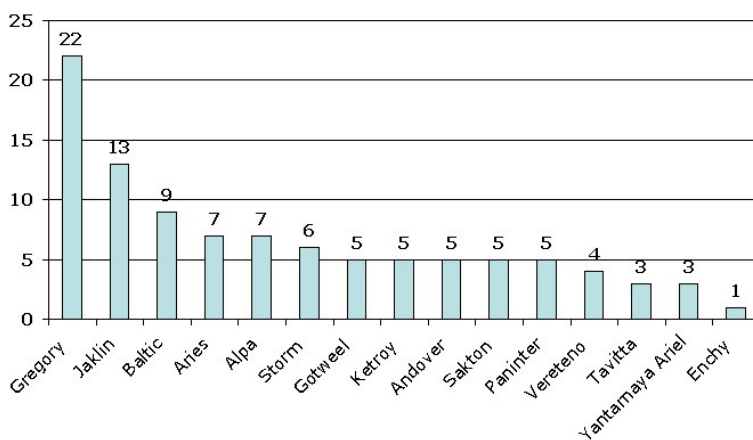
Il sito <http://www.rustm.ru>, che propone on-line una business-list di aziende russe tra le più complete, ha affidato ad un gruppo di 22 esperti scelti tra marketing maker, analisti di mercato, capi-redattori di riviste professionali del settore, responsabili dell'associazione di categoria e designer di tessuti, uno studio per definire le aziende russe leader nella produzione di maglieria per abbigliamento (esclusa la biancheria), copricapi e accessori.

La valutazione è avvenuta tenendo conto anzitutto del design, della qualità dell'assortimento, delle strategie di promozione e vendite, e solo come ultimo criterio i volumi di produzione.

La ricerca ha fornito utili indicazioni circa le opportunità che il settore della maglieria in Russia può offrire.

Nonostante quanto emerso, cinque dei ventidue partecipanti alla ricerca, non sono riusciti a definire una classifica dei leader in questo segmento. Secondo loro, tutte le aziende russe impegnate nel settore della maglieria non sono in grado di porsi come validi concorrenti dei colleghi stranieri, per carenze, ancora da risolvere, non solo nel design e nella qualità della produzione, ma soprattutto per le politiche di assortimento dell'offerta e di marketing ancora troppo sottovalutate.

La popolarità delle aziende dell'industria della maglieria



## IL PREMIO "MIGLIOR VETRINA DELL'ANNO" ALLA CPM DI MOSCA

La fiera internazionale CPM – Collection Premiere Moscow (24-28 febbraio, Mosca) ospiterà la consegna del Premio "Miglior vetrina dell'anno" che secondo gli organizzatori è una novità assoluta per la Russia. È la prima volta che decoratori, vetrinisti e visual merchandiser concorrono per la realizzazione della vetrina più creativa e accattivante di un negozio di moda.

Igedo Company, SRL "Messe Dusseldorf Mosca" e l'agenzia "Fashion Consulting Group" sono gli ideatori del premio per il quale hanno previsto due sezioni: "Vetrina commerciale dell'anno", che vedrà premiato il lavoro con il miglior messaggio diretto al puro acquisto. Mentre nella sezione "Art-vetrina dell'anno" si valuterà l'originalità artistica della creazione. Per entrambi i premi i partecipanti sono divisi a seconda dell'appartenenza a negozi del segmento lusso e di quello fascia media.

La giuria sarà composta da specialisti in visual merchandising e da rappresentanti di alcune società impegnate nel mondo della moda, fra le quali Igedo, Fashion Consulting Group, Giamillko, Enroff, Arts Group, MDM, Tochka Opory, il Corso di formazione "Management e comunicazioni nell'industria della moda" presso la Scuola Superiore di marketing e sviluppo business (Università Statale "Scuola Superiore dell'economia" - GUVSCE), l'Associazione delle aziende dell'industria moda (APRIM) e la rivista "Teoria della moda". Una mostra fotografica, allestita in fiera, darà la possibilità a tutti i visitatori di apprezzare i migliori lavori in concorso.

Il sito del progetto: [www.cpm-moscow.ru/shopwindows](http://www.cpm-moscow.ru/shopwindows)

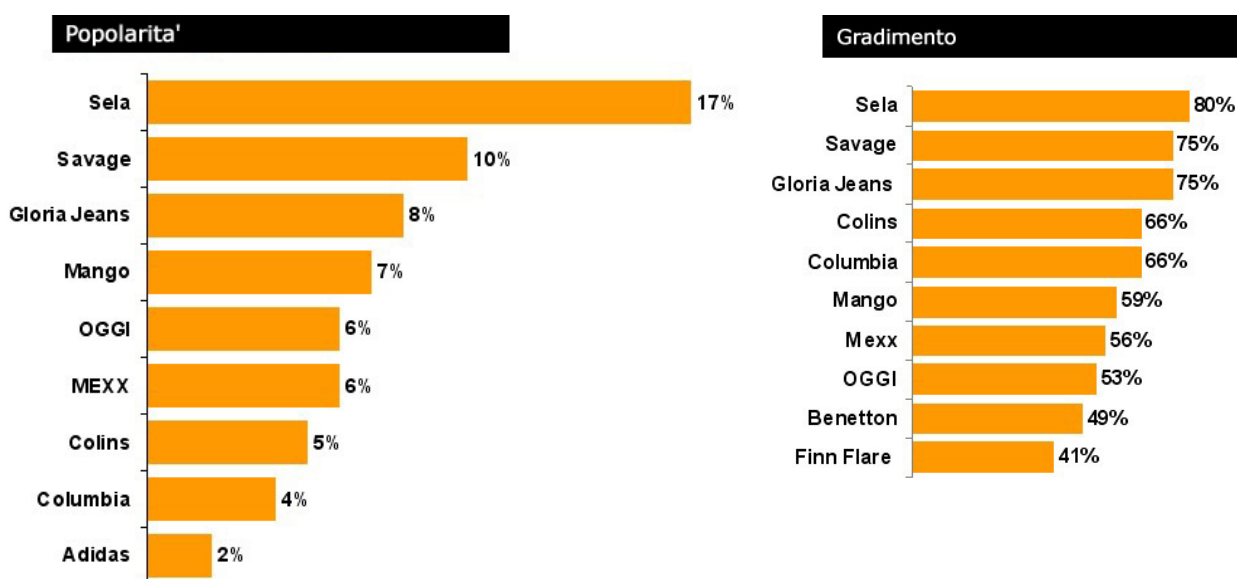
# VESTIRE CASUAL:

## LA SCELTA DELLA GIOVENTU' RUSSA

Per scoprire le scelte in fatto di abbigliamento e quali motivazioni spingono tali scelte, la società di ricerca "Romir" ha intervistato 2600 persone di età compresa tra i 18 e i 35 anni, con un reddito medio alto, residenti nelle più grandi città della Russia quali Mosca, San Pietroburgo, Novosibirsk, Ekaterinburg, Nijniy Novgorod, Rostov-na-Donu, Voronej, Krasnoïarsk, Samara, Ufa, Khabarovsk e Kazan. Il campione era formato per il 30% da uomini e per il 70% da donne.

La maggior parte degli intervistati preferisce vestire casual (74%). Poi viene lo stile sportivo (47%). Il 37% compra abiti formali, il 23% invece utilizza solo abbigliamento informale e il 15% acquista vestiti da sera.

Le scelte che orientano l'acquisto sono dettate da criteri quali la qualità dell'abbigliamento (69%), il prezzo accettabile (59%), lo stile preferito (58%). Il 40% sceglie l'abbigliamento che gli sta bene senza pensare troppo al prezzo. Il 17% compra un capo d'abbigliamento solo per il piacere dell'acquisto, un sesto degli intervistati è influenzato dal marchio conosciuto (15%), mentre il 10% acquista esclusivamente capi del marchio preferito (12%). Il prestigio del marchio e la comodità sono importanti rispettivamente solo per il 4% e il 2% degli intervistati.



Dall'intervista emerge che nel guardaroba dei giovani russi troveremo sicuramente capi di Sela, Gloria Jeans, Savage, Colin's, Oggi, Mango, Mexx, Columbia, Benetton, Ostin, Terranova, Finn Flare.

Un terzo degli intervistati rinnova il guardaroba max ogni due mesi (34%). Il 38% ogni tre mesi, il 20% fa due compere l'anno. Solo il 6% compra meno di una volta all'anno.

Alla domanda su quali sono i marchi di abbigliamento per giovani che vengono prima in mente, le risposte sono state: Sela (17%), Savage (10%), poi a seguire Gloria Jeans (8%), Mango (7%), Oggi (6%), Mexx (6%).

## WAL-MART ARRIVA IN RUSSIA

Il retailer americano "Wal-Mart" è finalmente pronto a sbarcare sul mercato russo, verso il quale ha sempre manifestato un forte interesse.

Si è saputo che "Wal-Mart" ha già registrato il suo affiliato S.R.L. "VM Eastern Europe Holdings, LLK" che poi è entrato nell'Associazione delle compagnie di commercio al dettaglio. Oltre a questo, "Wal-Mart" ha registrato circa 50 marchi di commercio presso l'Istituto Rospatent (il Servizio Federale per la proprietà intellettuale, i brevetti e i marchi, abbreviazione ufficiale - Rospatent), e si prepara a registrarne ancora altri.

"Wal-Mart", fondata nel 1962 negli Stati Uniti è la rete di vendita al dettaglio più grande al mondo con oltre 7 000 punti vendita. La scelta del partner locale di "Wal mart" dovrebbe cadere su una delle due grandi forze del mercato russo della distribuzione: X5 o Lenta di San Pietroburgo.

# SETTIMANE DELLA MODA RUSSE:

## UNO SGUARDO ALL'OCCIDENTE

Oggi nessuno mette più in dubbio il livello della moda russa, benché il suo rapido sviluppo sia iniziato relativamente da poco, alla fine degli anni '90. Tuttavia, durante la sua breve storia – dopo la disgregazione dell'Unione Sovietica – la fashion industry russa ha fatto enormi passi da gigante. Sebbene si trovasse in un clima difficile e instabile come quello della transizione postsovietica, il paese comunque guardava con ammirazione alla moda che proveniva dai paesi leader nel settore (Italia, Francia, Inghilterra, USA). Ed è proprio in quel periodo che esplose in Russia il "boom dei consumi". Infatti, per la prima volta dopo tanto tempo i russi potevano acquistare liberamente tutto quello che precedentemente avevano solo sognato. E potevano finalmente anche sfogliare, senza alcuna paura, le riviste occidentali sulla moda e ammirare i reportage sulle sfilate dei migliori stilisti internazionali.

All'epoca, in Russia erano presenti solo due stilisti, la cui fama si era consolidata già durante gli anni dell'Unione sovietica: Viaceslav Zaitsev e Valentin Yudashkin. Ora, invece, di designer di talento ce ne sono molti, tutti con un loro stile originale. Le settimane della moda a Mosca nate quasi esclusivamente come spettacoli per divertire ed appassionare il pubblico, solo verso gli anni '90, le case di moda e organizzatori ne hanno intuito le potenzialità di questo tipo di eventi, sia in termini di prestigio che di promozione per i marchi partecipanti.

Oggi, a Mosca, come nelle altre capitali della moda, si svolgono fiere internazionali, forum, seminari tenuti da specialisti e ovviamente tante sfilate. Gli eventi più significativi sono: la Settimana della Moda a Mosca, la Settimana della Moda Russa sempre a Mosca e la Settimana della Moda Eurasiatica (Ekaterinburg, Regione degli Urali).

La stagione della moda russa inizia, per tradizione, con la **Settimana della Moda a Mosca (Moscow Fashion Week)**.

Realizzata per la prima volta nel 1994, nell'ambito della Settimana dell'Alta Moda presso la Sala di Stato dei concerti "Rossia", prevedeva quasi esclusivamente presentazioni di vestiti "haute couture" di stilisti russi ed internazionali. Da ormai qualche anno la Settimana della Moda a Mosca si svolge due volte all'anno e vede sfilare le collezioni "prêt-à-porter" nella splendida cornice del grande centro espositivo "Gostiny Dvor", a due passi dal Cremlino.

Tradizionalmente, nell'ambito della Settimana della Moda a Mosca, trovano spazio eventi dedicati a partner stranieri, così come avvenuto durante l'edizione Primavera-Estate 2006 con il progetto "Giornate di Milano", che ha visto in programma sfilate di giovani e promettenti stilisti italiani giunti a Mosca grazie alla collaborazione con il noto Istituto Marangoni e seminari sulla storia della fashion industry italiana.

La Settimana della Moda a Mosca presta una grande attenzione all'allestimento degli stand dei couturier russi occupano le prime file a "Gostiny Dvor" davanti alle passerelle, per metterli in risalto nei confronti dei buyer e operatori che numerosi accorrono, sia da Mosca che dalle altre regioni.

L'autunno scorso si è tenuta la XX edizione della Settimana della Moda a Mosca. Dal 22 al 28 ottobre sulle passerelle del "Gostiny Dvor" si sono svolte 54 sfilate sotto lo slogan "Il regno della moda in Russia". Al progetto hanno preso parte celebri stilisti russi come Valentin Yudashkin, Viaceslav Zaitsev, Igor Chapurin, Maxim Chernitsov, Sergey Efremov, Viktoria Andreyanova, Natalia Drigant ed altri, mentre tra gli ospiti stranieri erano presenti Silyvie Burstin e Maria Pryor, che avevano appena sfilato alla "Settimana della Moda in Argentina", nonché lo stilista francese Ora Ito. Secondo gli organizzatori i visitatori sono stati oltre 140 000.

Un altro grosso evento del settore "fashion" che si svolge due volte all'anno a Mosca è la **Settimana della Moda Russa (Russian Fashion Week)** che originariamente si teneva sulla Piazza Rossa, davanti alla Cattedrale di San Basilio, poi presso la Casa

**La Settimana della Moda a Mosca** (Moscow Fashion Week) si svolge sotto il patrocinio dell'Unione Russa degli Industriali ed Imprenditori e della Camera di Industria e Commercio della Federazione Russa e viene organizzata dalla Fondazione culturale "Artes Media". Tra gli sponsor principali dell'evento ci sono le compagnie "Visa" e "Volvo".

Sito ufficiale della Settimana di Moda a Mosca:  
[www.fashionweek.ru](http://www.fashionweek.ru)  
Numero di telefono (Agenzia "Artes Media"):  
+ 7 (495) 648-17-55.



**La Settimana della Moda Russa** (Russian Fashion Week) si svolge con l'aiuto dell'Unione Russa degli Industriali ed Imprenditori e del Ministero per i Beni Culturali e per i Mass-Media della Federazione Russa. La fiera viene allestita dall'Agenzia "Artefact". Partner principali della manifestazione sono il gestore di telefonia mobile "Megafon" e la compagnia aerea "Aeroflot".

Sito ufficiale della "RFW":  
[www.rfw.ru](http://www.rfw.ru)  
Numero di telefono (Agenzia "Artefact"):  
+ 7 (495) 232-14-75  
(76/77/78).



### La Settimana della Moda Euroasiatica

(EFW) viene organizzata dall'Agenzia "Newton PR&Communications" e dalla compagnia "Newton Fashion Services". Partner della manifestazione e' la Settimana di Moda a Mosca.

Sito ufficiale dell'"EFW":  
[www.efw.ru](http://www.efw.ru)

Numeri di telefono  
(Agenzia "Newton PR&Communications"):  
+ 7 (343) 351-01-11  
(Ekaterinburg); +7 (495)  
228-31-92 (Mosca).



Centrale del Pittore, in centro citta', e dal 2001 organizzata dalla maggiore agenzia russa nel settore della moda e articoli di lusso "Artefact", si tiene presso il World Trade Centre di Mosca.

La "Russian Fashion Week" e' nota per i solidi rapporti di partnership con le Settimane della Moda internazionali, tra le quali spiccano "Milano Moda Donna" (Italia), "China Fashion Week" (Cina), "Oreal Fashion Week" (Canada) ed altre.

Da oltre 5 anni esiste una stretta ed attiva collaborazione tra RFW e i designer di moda italiani. Sulle passerelle della capitale russa hanno presentato le loro collezioni famosi brand italiani come Romeo Gigli, Guerriero, Exte, La Perla e numerosi altri. Alla conferenza stampa di chiusura dell'ultima edizione, svoltasi nell'autunno scorso dal 28 ottobre al 4 novembre, il Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana Mario Boselli ha sottolineato l'"incredibile entusiasmo" dei partecipanti alla RFW ed ha promesso di ospitare le sfilate dei piu' bravi creatori russi a Milano.

Le tendenze di moda della stagione Primavera-Estate 2009 sono state presentate da stilisti spagnoli, ucraini, bielorusi, lettoni, nonche' da oltre 60 designer russi, tra i quali i piu' a sfilare erano Arscenicum, Arngoldt, Viktoria Gazinskaya, Sergey Teplov e Konstantin Gayday.

Nell'ambito del programma di lavoro della Settimana di Moda si sono svolte diverse master-class, un dibattito sul tema "Moda e beneficenza in Russia", nonche' una tavola rotonda sulle possibili collaborazioni tra moda e cinema. Inoltre, la diretta della sfilate e' stata mandata in onda sul canale satellitare "World Fashion Channel" e sul web channel "Rambler Vision".

L' "International Herald Tribune" ha definito la fiera RFW come il maggiore "fashion-evento" di tutta l'Europa Orientale.

La manifestazione piu' importante del settore, tra quelle che si tengono fuori Mosca, e' **la Settimana della Moda Eurasiatica (Eurasian Fashion Week)**. Nata inizialmente nel 2004 come "Settimana prêt-a-porter a Ekaterinburg", si svolge presso il circolo "Parking" di Ekaterinburg.

Ekaterinburg e' una citta' di circa 2 mln di abitanti che si trova ai piedi dei Monti Urali che segnano il confine naturale tra l'Europa e l'Asia nonche' la parte centrale della Russia dalla Siberia, dalla Penisola di Kamciatka, dall'Isola di Sakhalin e dalla Regione del Litorale.

La decisione di cambiare nome alla manifestazione e' nata nel 2008 a Ekaterinburg nel corso del vertice dell'Organizzazione per la Cooperazione di Shangai (Shangai Cooperation Organization) per favorire una maggiore interazione tra l'industria della moda asiatica e quella europea.

La Settimana della Moda Eurasiatica oltre a presentare brand famosi, offre una grande opportunita' a giovani designer di talento, provenienti dalle piccole citta' di provincia, di farsi conoscere. Questo evento, e' inoltre diventato presto un luogo d'incontri d'affari per i buyer regionali, fatto estremamente importante se teniamo conto dell'immenso territorio russo e delle difficolta' per i trasporti nelle remote regioni orientali del Paese.

Quest'anno il programma dell'EFW prevedeva master-class tenute da specialisti della moda come il Direttore Generale dell'agenzia "Fashion Consulting Group" Anna Leibsac-Clemance, la comproprietaria del brand "Arscenicum" Maria Zhelezniakova e il produttore generale della EFW Alexey Glazyrin ed altri.

Complessivamente, la EFW ha registrato 36 sfilate di designer russi, ucraini, bielorusi, indiani, olandesi, inglesi e francesi. Tra i nomi piu' noti di stilisti russi, che partecipano regolarmente alla Settimana di Moda, c'erano Anna Daminova (marca "AmiDami"), Daria Fedotova (marca "Mamma Mia"), Masha Varlamova, Leonid Alexeev e molti altri. Tra gli ospiti stranieri erano presenti NON by Kim (Olanda), Kokomarina (Francia), Leena Taneja (India) e altri ancora.

# “KUSSO”

## GUARDA CON SICUREZZA AL 2010

Nonostante la crisi economica, la nota designer russa Ludmila Norsoyan (piu' conosciuta con il nome del suo brand di maglieria "Kusso"), a differenza di numerosi suoi colleghi, guarda al futuro in modo piu' che sicuro. Infatti, recentemente a Mosca e' stato inaugurato un suo showroom destinato ai professionisti dell'industria della moda (stilisti, buyer, giornalisti).

Lo spazioso locale, dotato di grandi vetrate, e' attrezzato perfettamente per l'esposizione dei capi sperimentali di Norsoyan. I clienti affezionati a questo brand possono ammirare l'assortimento delle sue collezioni, avere consulenze personalizzate e, nello stesso tempo, fare acquisti.

In precedenza, Norsoyan, oltre alla produzione di proprie collezioni, ha collaborato con noti designer russi a creare capi di maglieria, e grazie al suo estro, ha lavorato per il cinema e il teatro.

Questa designer di grande talento gode di ottima fama non solo in patria, ma anche fuori: prende parte, regolarmente, alla Fiera "Pitti Immagine Filati". Nel 2006 a Firenze e' uscito il libro "Il filo diventa Storia", nel quale la Russia e' rappresentata proprio da "Kusso", inserita nelle pagine dopo "Kenzo" e prima di "Missoni". Non solo, ma Ludmila Norsoyan ha partecipato alla realizzazione del progetto "Japan Knit Brand" (JKB) lanciato dal Governo Giapponese.

Prossimamente, Norsoyan prevede di aprire a Mosca un proprio maglificio per la produzione di circa 1 000 capi al mese, tutti su misura, cioe' realizzati secondo le richieste di clienti. La fabbrica sara' equipaggiata di 5-6 macchine "Stoll", nonche' di tutti gli impianti necessari per l'esecuzione di tutte le operazioni, lavaggio compreso. Si sa gia' che in qualita' di investitore maggiore si proporra' una compagnia russa, mentre la messa in esercizio di tutta l'azienda e' prevista per i primi del 2010.

# iPHONE

## CON GLI OCCHI DEI DESIGNER RUSSI

Il maggior operatore di telefonia russo MTS ha lanciato un concorso tra i creativi russi per disegnare una linea di accessori esclusivi per l'iPhone 3G, lo smartfone di ultima generazione. I designer concentreranno gli sforzi per creare non solo foderi universali, ma anche borsette per donne, portamonete per uomini, fazzoletti, magliette, berretti con la visiera, ombrelli e sciarpe per i fan dello smartphone iPhone. La giuria del concorso comprende rappresentanti di MTS e del comitato promotore della "Settimana di moda a Mosca".

Le idee migliori saranno presentate nel marzo 2009 nel corso della "Settimana della moda a Mosca" che presentera' le collezioni autunno-inverno 2009/10. Mentre gli estimatori dell'iPhone potranno acquistare i gadget, frutto dell'estro del vincitore del concorso, presso tutti i negozi MTS a Mosca.

# CHAPURIN

## INAUGURA LA BOUTIQUE NEL GUM



La casa di moda CHAPURIN (designer Igor Chapurin) ha deciso l'apertura di una nuova boutique monobrand per la primavera 2009 all'interno dei GUM, il famoso centro commerciale, uno dei più grandi d'europa, monumento architettonico che si affaccia sulla Piazza Rossa.

Nella boutique domineranno le parti in legno e il bianco, il marrone cioccolato e il nero, colori tanto cari al designer.

Per l'occasione il designer ha creato una collezione limitata, a prezzi piu' accessibili, intitolata CHAPURIN GUM ONLY.

La boutique ai GUM sarà il quinto monobrand CHAPURIN. Le boutique a Mosca si trovano sul lungofiume Savvinskaya e a Kuznetskiy Most. Gli altri due negozi di Chapurin sono a Ekaterinburgo ed a Riga. Prossimamente è prevista l'apertura di un'altro negozio del marchio a Krasnodar.

## “MEUCCI” COLLABORA CON IL CIRCO DEI FRATELLI ZAPASHNY

Dal 27 dicembre all'11 gennaio a Mosca, nell'arena del complesso sportivo "Luzhniki" si è svolta la prima rappresentazione dello spettacolo circense "Camelot", uno show dei fratelli Zapashny, famosi addestratori russi di animali alla quarta generazione, che durante la loro carriera artistica hanno già acquisito numerosi premi ed onorificenze internazionali e, attualmente, sono tra le "stelle" più celebri del mondo del varietà russo.

Il nuovo show dei fratelli Zapashny è uno spettacolo ideato nel genere "fantasy" con la partecipazione di oltre 120 artisti vestiti di abiti in stile medievale e una decina di animali bellissimi. Nel corso di tutta la rappresentazione l'azione viene accompagnata da un laser show. Questa volta i famosi domatori russi hanno entusiasmato il pubblico avendo coinvolto, in qualità di partner, la nota marca di confezioni italiana.

Per il saluto finale tutti i partecipanti allo show si sono presentati in camicia e jeans confezionati in Italia su misura dalla "Meucci" con il logo "Camelot". Mentre per lo spettacolo i protagonisti – Edgar ed Ascold Zapashny – hanno indossato camicie bianche del noto produttore italiano Albini e pantaloni di color blu scuro della collezione "MEUCCI Bros.". Gli altri artisti indossavano camicie azzurre con vita stretta dai polsini blu e jeans.

Stando a Nadezhda Moskalenko, portavoce della "Meucci" a Mosca, la partecipazione al progetto ha segnato l'inizio di una collaborazione tra il Circo dei fratelli Zapashny e la "Meucci" a Mosca.

## GOLCONDA PRESENTA I PROPRI GIOIELLI

L'azienda "Golconda" nota per le collaborazioni con famosi designer e case di gioielli come Di Modolo, Orlando Orlandini, Santagostino, Lucia Odescalchi, Carlo Luca Della Quercia, John Hardy, Cinta by John Hardy, Tavernier, Diamond Tree, Villa, Julie Baker, ha deciso di creare una propria collezione di gioielli. Sono state già realizzate le linee "Privee" e "Vintage", che si possono ammirare nella boutique principale di Golconda, sulla esclusiva via dello shopping Kuznezkiy Most, non lontano dal Cremlino.

Non è la prima volta, in Russia, che una azienda che commercializza gioielli crea delle linee con un proprio marchio. Ma se le precedenti esperienze, di altri concorrenti, si erano limitate a semplici produzioni di fedeli nuziali e poco altro, ora ci troviamo di fronte a creazioni, presenti nelle collezioni "Privee" e "Vintage", dalle linee estremamente artistiche, dal design esclusivo e impreziosite da pietre di grande valore e bellezza.

La linea "Vintage" si riferisce al design storico e alle mode del passato, mentre la linea "Privee" esprime l'arte libera, senza essere mai eccessiva. Si può scegliere dagli spilloni a forma di farfalla, gli anelli-fiore, le collane-cravatte con fili di perle ed i braccialetti di diamanti in stile "disco anni 80", a gioielli classici, dalle forme più morbide e con pietre tradizionali.

Per "Golconda", fondata in 2002 dal critico d'arte e l'intenditore dell'arte di gioielleria Tatiana Butenko e dall'esperto-gemmologo Inga Polishkis, l'ultima novità è il lancio di una linea sia di gioielli leggeri e raffinati, sia una che presenta oggetti di grandi dimensioni, in titanio con rubini e zaffiri. La collezione, ideata da Tatiana e Inga, è stata prodotta in Svizzera.

## STELLA DEL CINEMA RUSSO E ANCHE DESIGNER DI GIOIELLI

Konstantin Kriukov, giovane attore, nonché rubacuori, famoso al grande pubblico per i film "Deviataya Rota" ("Compagnia militare numero 9") e "Jara" ("Il caldo") ha deciso di disegnare una collezione di gioielli intitolata "la scelta". A chi gli chiede l'origine di tale ispirazione, Konstantin ricorda il diploma in gemmologia, la branca della minerologia che studia le pietre preziose, conseguito prima che iniziasse la carriera di attore.

Konstantin, appassionato anche di pittura, afferma di aver creato dei gioielli adatti a persone "capaci di prendere decisioni forti, di scegliere tra bianco e nero, tra creazione e distruzione". Non a caso i materiali utilizzati sono per lo più diamanti bianchi e neri, le pietre preferite dall'attore.



## I TURISTI RUSSI ACQUISTANO ALL'ESTERO SOUVENIR E VESTITI

Secondo le stime dell'American Express circa il 30% dei turisti russi si recano all'estero principalmente per lo shopping. L'indagine si è svolta su richiesta della compagnia "ROMIR Monitoring" e ha interessato 1500 persone di età superiore ai 18 anni, di 107 località di 45 regioni di 7 circoscrizioni federali della Russia. A seguito degli esiti del sondaggio è stato redatto un elenco delle merci che i turisti quasi sempre portano a casa dai viaggi all'estero, nonché la lista TOP-5 dei Paesi che sono in grado di soddisfare pienamente i desideri dei viaggiatori russi.

È emerso che il 27% dei turisti russi si dedicano completamente agli acquisti durante i viaggi all'estero. Il 36% dei turisti parte portandosi con sé almeno 1000 dollari da destinare alle spese. Non solo, il 42% degli interrogati ha confessato che spende tutto fino all'ultimo centesimo.

Oltre una metà degli interrogati (il 54%) porta dall'estero souvenir per un importo fino a 50 dollari, nonché vestiti e calzature. Il 21% dei turisti russi fanno scorte di accessori vari per indumenti, il 19% acquista bevande alcoliche e tabacco di classe "Premium", il 10% porta oggetti di elettronica di consumo e solo il 2% compra all'estero elettrodomestici. Fuori della lista TOP-10 delle merci di importazione sono risultati computer, nonché articoli di lusso come automobili, motociclette, yacht che vengono comprati all'estero solo dal 2% dei turisti russi.

Da notare che nella TOP-5 dei Paesi più popolari tra le persone che vanno all'estero per fare shopping è entrata, come si immaginava, anche l'Italia dove i russi preferiscono acquistare vestiti ed accessori.

## SU COSA RISPARMIANO I RUSSI IN TEMPI DI CRISI

La società di ricerca IFORS ha raccolto le opinioni degli abitanti delle più importanti città della Russia per sapere a quali bisogni sarebbero disposti a rinunciare in situazione di crisi finanziaria. Dato confortante è il diffuso ottimismo, emerso tra gli abitanti della capitale. Un terzo delle persone intervistate a Mosca, non ha intenzione di risparmiare, anche se ne avrebbe effettivamente bisogno. A San Pietroburgo sono l'11% mentre a Nijniy Novgorod (quinta città per la popolazione in Russia) sono solo il 4% a condividere questa idea.

Secondo le persone intervistate, in periodo della crisi rinuncerebbero per prima cosa ai divertimenti. Il 26% dei moscoviti, la metà della popolazione di Nijniy Novgorod e il 42% di San Pietroburgo (capitale del Nord) risparmierebbero su cinema, teatri e concerti.

Sempre il 30% circa degli intervistati taglierebbe il budget destinato a viaggi e vacanze. Un quinto degli abitanti di Nijniy Novgorod si priverebbe del piacere di comprare libri, riviste, CD e DVD. Mentre a Mosca e San Pietroburgo meno del 2% degli intervistati penserebbe a tali rinunce.

È interessante notare che gli abitanti delle "due capitali" non hanno alcuna intenzione di risparmiare su vestiti e cosmetici. Circa il 16% lo farebbe sia a Mosca che a San Pietroburgo, e il 22,8% a Nijniy Novgorod.

Secondo la ricerca sarebbero più le donne disposte a limitare le spese per il vestiario: il 24% delle intervistate contro il 14% degli uomini.

## IL 2008 SECONDO LA RIVISTA "INDUSTRIYA MODY"

Come sempre a fine anno la rivista professionale "Industriya mody" (L'Industria della Moda) riassume i risultati dell'anno appena trascorso e pubblica una classifica sui protagonisti del business russo della moda.

### Ecco i vincitori per il 2008:

<b>Miglior designer</b>	Alessandro Terekhov
<b>Miglior servizio fotografico</b>	La rivista «Elle» per il servizio "Le Repubbliche alleate"
<b>Miglior producer</b>	Vladimir Lotnik per l'organizzazione della serie su "La montagna di Elbrus"
<b>Miglior pubblicità</b>	TSUM, i magazzini centrali di Mosca per la campagna pubblicitaria del periodo autunno-inverno 2008/09
<b>Miglior modella</b>	Natalia Polevschikova

# NUOVI STANDARD GOST

## IN RUSSIA CAMBIANO LE TAGLIE

A partire dal primo ottobre 2008 le aziende dell'industria tessile russa sono obbligate a realizzare i vestiti secondo una nuova tipologia di taglie: lo Stato ha introdotto cinque nuovi standard nazionali nel settore delle confezioni.

In tutto il mondo le caratteristiche "dimensionali" della popolazione vengono riviste ogni 15 anni, in quanto il progresso e l'evoluzione porta con se un cambiamento delle misure, delle proporzioni e della forma del corpo umano. In Russia, invece, fino a poco fa erano in vigore gli standard introdotti nel 1972, per cui gli articoli che si basavano sulle vecchie taglie non vestivano bene e di conseguenza erano difficili da vendere.

I primi cambiamenti introdotti dal GOST all'inizio del 2005 hanno interessato i vestiti per bambini. Era emerso che i bimbi in eta' prescolare oltre alla crescita accelerata avevano anche un giro vita piu' grande, mentre quelli in eta' scolare e gli adolescenti al contrario erano diventati piu' snelli. Dato comune e' che tutti i giovani sotto i 18 anni erano diventati sostanzialmente piu' alti. Per le adolescenti per la prima volta e' stato introdotto lo standard che riguarda la "circonferenza delle anche considerando la sporgenza della pancia" che ha sostituito il GOST vecchio della "circonferenza della vita". Non solo, ma il numero di gruppi della popolazione che si differenziano per taglia, statura e corporatura all'interno di ogni categoria di eta' e' aumentato notevolmente. Così anche le taglie per i bambini sono aumentate. Non a caso le aziende che producono indumenti per bambini realizzati secondo gli standard nuovi hanno incrementato le vendite del 30-50%.

Nel 2008 sono stati introdotti cinque nuovi GOST per uomini e donne e, tra questi per le persone sovrappeso e per le signore incinte. I detti GOST si basano sui risultati delle ricerche svolte dall'Istituto centrale di ricerca dell'industria leggera per bambini ed adulti. Le ricerche si sono tenute presso aziende dell'industria leggera ed alimentare, in stabilimenti, ospedali, istituzioni scolastiche, uffici. Sono stati misurati oltre 10000 uomini e donne nell'eta' da 18 a 60 anni.

L'indagine ha dimostrato che per le donne e' aumentata l'altezza, si sono allungate le braccia e le gambe, si sono allargati i fianchi, mentre la vita, al contrario, e' diventata piu' stretta e la sua linea si e' alzata. La circonferenza del petto e' cambiata poco, e le spalle sono diventate piu' larghe.

A differenza di prima, la tabella delle taglie per la prima volta comprende piu' gruppi che si differenziano per differenti tipi di corporatura. Ad esempio, il gruppo zero comprende le persone con la circonferenza del petto che supera di 2 cm la circonferenza dei fianchi (numero notevole di persone), oppure il gruppo cinque che comprende invece le persone con differenza tra la circonferenza dei fianchi e del petto pari a 18 cm.

L'analisi ha evidenziato che attualmente le aziende fabbricano abiti da donna che vanno bene solo a poco piu' del 40% della popolazione femminile, mentre alcuni tipi di corporatura non vengono nemmeno considerati. Le donne in Russia sono piu' di 70 milioni, e di queste circa 32 milioni non e' in grado di trovare vestiti di produzione nazionale.

Solo una meta' della popolazione maschile della Russia puo' trovare vestiti della taglia giusta. Percio' per gli uomini sono state studiate un numero doppio di tipologie di corporatura per le taglie da 42 a 66 per le stature da 158 cm fino a 200 cm. Ultimamente, sempre piu' giovani hanno spalle larghe e vita stretta. Negli ultimi 30 anni i maschi giovani sono "cresciuti" di 12 cm, mentre gli uomini adulti da 30 a 44 anni sono "cresciuti" di 6 cm.

Cresce molto rapidamente la domanda per le taglie "extra large". Infatti, negli anni '80 la percentuale di persone con queste caratteristiche era pari al 5-7% della popolazione, mentre ora e' salita al 15%.

Si e' appurato che tali forme caratterizzano, di regola, persone anziane. Inoltre, la moda "extra large" e' meno sensibile alle novita' ed agli eccessi e guarda con piu' attenzione al confort e alla sobrieta' e alla semplicita' delle linee classiche.

L'ultimo gruppo della popolazione che ha preso parte all'indagine sono le donne in gravidanza. Fino a poco tempo fa l'industria tessile non prendeva in considerazione i cambiamenti del corpo femminile nel periodo di gravidanza, sebbene dalla comodita' della futura mamma dipenda anche la salute del neonato. Percio' per tali donne sono stati messi a punto due tipologie di taglia a seconda della statura, circonferenza del petto e circonferenza della pancia.

# LE FIERE DI FEBBRAIO

3-6	Kemerovo, "Manneggio dell'atletica leggera"	Settimana siberiana dei tessuti e della moda	Tessuti, maglieria, abbigliamento, prodotti tessili, accessori, calzatura, pellicceria, pelletteria, cappelli	<a href="http://www.exposib.ru/info.html?id=72&amp;plans_id=113">http://www.exposib.ru/info.html?id=72&amp;plans_id=113</a>
4-8	San Pietroburgo, "Lenexpo"	Junwex Pietroburgo	Gioielli	<a href="http://www.rjexpert.ru">http://www.rjexpert.ru</a>
5-8	Saratov, "Sofit-Expo"	Salone di moda. Primavera/estate 2009	Abbigliamento, calzatura, accessori, profumeria, cosmetici	<a href="http://expo.sofit.ru/?doc=mbazar&amp;content=invitation">http://expo.sofit.ru/?doc=mbazar&amp;content=invitation</a>
12-15	Celiabinsk, YuzhUralExpo	«Uomo e donna»	Abbigliamento, maglieria, lingerie, pellicceria, cappelli, accessori, orologi, tessuti, prodotti tessili, calzatura	<a href="http://www.expoural.ru/modules.php?name=Pages&amp;go=page&amp;pid=1023">http://www.expoural.ru/modules.php?name=Pages&amp;go=page&amp;pid=1023</a>
17-20	Mosca, Centro culturale ed espositivo "Sokolniki"	Tessuti per casa, prodotti tessili	Prodotti tessili	<a href="http://tex-expo.ru/">http://tex-expo.ru/</a>
17-20	Mosca, VVC	Textilegprom (Industria leggera tessile)	Prodotti e attrezzatura per l'industria tessile e leggera	<a href="http://www.legpromexpo.ru/">http://www.legpromexpo.ru/</a>
24-27	Mosca, "Expocentro a Krasnaya Presnya"	Collection Premier Moscow	Abbigliamento, lingerie, moda nuziale, accessori	<a href="http://www.cpm-moscow.ru">http://www.cpm-moscow.ru</a>
25-28	Kirov, "Vyatka Expo"	Settimana della moda di Kirov	Abbigliamento, calzatura, cappelli, maglieria, gioielli	<a href="http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/artvya/artvya2009/index.ru.html">http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/artvya/artvya2009/index.ru.html</a>
25-28	Novosibirsk, "ITE La fiera di Siberia"	SibJuvellir	Gioielli, orologi	<a href="http://www.sibjuvelir.sibfair.ru">http://www.sibjuvelir.sibfair.ru</a>
25-28	Novosibirsk, "ITE La fiera di Siberia"	La moda di Seberia di primavera. Sibconsumo. Il paese dei regali	Abbigliamento, calzatura	<a href="http://sibconsumo.sibfair.ru/">http://sibconsumo.sibfair.ru/</a>
25.02-01.03	San Pietroburgo, "Lenexpo"	Il pianeta dell'infanzia-2009	Articoli e servizi per bambini	<a href="http://planet.lenexpo.ru">http://planet.lenexpo.ru</a>
25-28	Novosibirsk, "ITE La fiera di Siberia"	La Settimana della Moda a Novosibirsk	Abbigliamento	<a href="http://moda-bravo.sibfair.ru/">http://moda-bravo.sibfair.ru/</a>
26-28	Cita, Centro esposizioni "Zabaikalskiy"	"Sua Maesta' Donna!"	Abbigliamento, lingerie, calzatura, maglieria, profumeria, cosmetici, gioielli	<a href="http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/springchi/springchi2009/index.ru.html">http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/springchi/springchi2009/index.ru.html</a>
26.02-1.03	Khabarovsk, Manneggio dell'atletica leggera dello stadio nominato di V.I. Lenin	"Tessuti e moda"	Tessuti, abbigliamento, calzatura, cappelli, maglieria, lingerie, accessori	<a href="http://exponet.ru/exhibitions/by-id/textilekha/textilekha2009/index.ru.html">http://exponet.ru/exhibitions/by-id/textilekha/textilekha2009/index.ru.html</a>
26.02-01.03	Volgograd, "VolgogradExpo"	Juvelir Expo	Gioielli	<a href="http://www.volgogradexpo.ru">http://www.volgogradexpo.ru</a>
26.02-01.03	Samara, "Expo Volga"	Charm	Cosmetici, gioielli, abbigliamento	<a href="http://www.expo-volga.ru">http://www.expo-volga.ru</a>
26.02-01.03	Khabarovsk, Manneggio dell'atletica leggera dello stadio nominato di V.I. Lenin	Regalo primaverile	Gioielli	<a href="http://www.khabexpo.ru">http://www.khabexpo.ru</a>
27.02-1.03	Magnitogorsk, Palazzo sportivo nominato di I.H. Romazan	"Donna Moderna-2009"	Lingerie, abbigliamento, tessuti, calzatura, pelletteria, cappelli, pellicceria, profumeria, cosmetici	<a href="http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/modernma/modernma2009/index.ru.html">http://www.exponet.ru/exhibitions/by-id/modernma/modernma2009/index.ru.html</a>
27.02-09.03	Mosca, Centro culturale ed espositivo "Sokolniki"	Gioielliere Primavera	Gioielli	<a href="http://www.rosyuvelirexpo.ru">http://www.rosyuvelirexpo.ru</a>

# ICE SISTEMA INFORMATIVO NAZIONALE PER IL COMMERCIO ESTERO

Italia - interscambio principali paesi partner

Prodotto selezionato: **Tessile, abbigliamento, accessori moda**

Periodo: Gennaio - Ottobre 2008

(valori in migliaia di Euro e variazioni sull'anno precedente in percentuale)

## GRADUATORIA SECONDO LE ESPORTAZIONI

Paesi	Esportazioni		Importazioni		Saldi Valore
	Valore	var %	Valore	var %	
Francia	2.382.094	1,53	938.895	-4,57	1.443.200
Germania	2.244.548	-6,78	891.513	-6,30	1.353.034
Spagna	1.644.289	-4,65	513.451	9,57	1.130.838
<b>Russia (Federazione di)</b>	<b>1.459.420</b>	<b>12,16</b>	<b>10.873</b>	<b>-39,45</b>	<b>1.448.546</b>
Svizzera	1.363.806	5,51	168.437	6,26	1.195.368
Stati Uniti	1.319.656	-10,22	84.994	1,33	1.234.662
Regno Unito	1.195.804	-8,49	347.835	8,36	847.970
Hong Kong	835.149	-1,32	51.833	-44,31	783.315
Giappone	736.665	-12,41	76.612	-3,66	660.053
Romania	718.711	-3,95	874.237	-1,89	-155.526
Grecia	696.485	5,83	119.259	-21,54	577.226
Paesi Bassi	611.051	7,34	242.601	2,05	368.450
Tunisia	563.223	0,82	769.782	0,52	-206.559
Belgio	487.620	-4,38	482.883	13,42	4.736
Austria	466.501	9,90	176.923	-5,18	289.578
Turchia	447.563	-7,96	934.710	-3,16	-487.147
Polonia	443.825	8,28	136.755	11,87	307.069
Portogallo	400.327	-2,24	179.457	-0,31	220.871
Ucraina	341.229	16,49	26.083	21,55	315.146
Cina	330.690	9,94	3.721.065	3,48	-3.390.374

Italia - interscambio principali paesi partner

Prodotto selezionato: **Pelli, calzature, accessori viaggio**

Periodo: Gennaio - Ottobre 2008

(valori in migliaia di Euro e variazioni sull'anno precedente in percentuale)

## GRADUATORIA SECONDO LE ESPORTAZIONI

Paesi	Esportazioni		Importazioni		Saldi Valore
	Valore	var %	Valore	var %	
Francia	1.287.655	-0,51	407.181	3,04	880.473
Germania	1.111.469	-2,02	135.914	10,76	975.555
Svizzera	983.034	12,66	89.026	6,21	894.008
Stati Uniti	922.824	-16,33	81.161	-18,52	841.663
<b>Russia (Federazione di)</b>	<b>716.124</b>	<b>20,52</b>	<b>79.704</b>	<b>-23,01</b>	<b>636.420</b>
Spagna	560.875	8,51	141.260	8,32	419.615
Regno Unito	559.004	-14,19	99.623	2,91	459.381
Hong Kong	543.166	-4,71	43.093	120,95	500.073
Romania	490.161	-9,53	511.714	-10,90	-21.553
Giappone	394.196	-9,50	5.202	-18,88	388.994
Paesi Bassi	307.298	0,07	109.594	-23,01	197.704
Belgio	282.399	0,10	416.052	18,32	-133.653
Cina	259.430	-8,65	1.440.449	1,51	-1.181.018
Austria	248.018	4,52	28.736	-8,33	219.283
Grecia	231.533	18,36	6.329	7,96	225.204
Polonia	195.107	3,52	17.870	-39,67	177.237
Portogallo	185.083	5,59	11.415	-20,09	173.668
Corea del Sud	175.927	-0,07	7.096	19,22	168.830
Tunisia	152.902	5,33	224.198	17,47	-71.296
Ucraina	143.721	12,70	88.581	-22,92	55.140

Italia - interscambio principali paesi partner

Prodotto selezionato: **Cosmetica**

Periodo: **Gennaio - Ottobre 2008**

(valori in migliaia di Euro e variazioni sull'anno precedente in percentuale)

**GRADUATORIA SECONDO LE ESPORTAZIONI**

Paesi	Esportazioni		Importazioni		Saldi Valore
	Valore	var %	Valore	var %	
Francia	253.713	-6,44	590.103	0,58	-336.389
Germania	169.564	-8,38	290.060	9,83	-120.496
Stati Uniti	157.447	-5,07	38.227	13,11	119.220
Regno Unito	146.950	-12,61	107.042	-2,51	39.908
Spagna	145.562	-2,12	83.797	-1,06	61.765
<b>Russia (Federazione di)</b>	<b>101.956</b>	<b>16,13</b>	<b>1.451</b>	<b>27285,75</b>	<b>100.506</b>
Paesi Bassi	65.082	27,36	30.627	12,97	34.455
Polonia	63.747	13,73	32.028	161,75	31.719
Grecia	62.806	14,68	9.875	109,62	52.931
Emirati Arabi Uniti	48.999	7,21	234	-47,97	48.765
Svizzera	46.083	-9,73	32.042	1,96	14.040
Hong Kong	44.489	11,82	420	30,93	44.069
Giappone	34.318	-14,79	505	-58,10	33.813
Belgio	30.161	6,84	34.792	14,11	-4.630
Canada	27.367	5,24	1.750	-19,75	25.616
Singapore	25.384	5,75	28	-36,94	25.356
Corea del Sud	24.025	7,70	1.898	-41,99	22.127
Portogallo	22.005	-12,92	1.713	-43,42	20.292
Arabia Saudita	20.733	13,08	254	1.295,55	20.479
Cina	20.227	37,65	28.694	-15,56	-8.467

Italia - interscambio principali paesi partner

Prodotto selezionato: **Gioielleria**

Periodo: **Gennaio - Ottobre 2008**

(valori in migliaia di Euro e variazioni sull'anno precedente in percentuale)

**GRADUATORIA SECONDO LE ESPORTAZIONI**

Paesi	Esportazioni		Importazioni		Saldi Valore
	Valore	var %	Valore	var %	
Emirati Arabi Uniti	610.011	20,42	7.945	-35,38	602.066
Stati Uniti	417.825	-26,81	43.604	-3,30	374.221
Svizzera	409.823	3,35	202.141	-8,93	207.682
Francia	243.733	0,01	57.362	9,87	186.371
Hong Kong	206.046	8,66	53.858	-4,96	152.188
Turchia	171.049	15,16	44.345	0,11	126.703
Regno Unito	137.953	-29,90	6.008	-21,73	131.945
Germania	119.306	-8,45	23.462	-22,21	95.844
Spagna	117.882	-23,35	6.203	60,33	111.679
Polonia	84.331	3,94	41.000	-12,64	43.331
Cina	77.991	-20,24	70.702	26,44	7.289
<b>Russia (Federazione di)</b>	<b>75.761</b>	<b>-5,70</b>	<b>307</b>	<b>62,28</b>	<b>75.454</b>
Israele	59.284	-12,22	56.009	4,04	3.274
Panama	58.166	-1,03	157	-40,35	58.008
Australia	52.687	0,93	9.090	12,76	43.598
Giordania	52.647	-24,67	5.335	-3,92	47.312
Grecia	46.228	7,13	537	-1,14	45.691
Libia	45.476	61,74	85	-64,63	45.390
Messico	44.388	-31,93	292	-42,52	44.096
Giappone	42.869	-18,76	10.466	-25,40	32.403

Italia - interscambio principali paesi partner

Prodotto selezionato: **Occhialeria**

Periodo: Gennaio - Ottobre 2008

(valori in migliaia di Euro e variazioni sull'anno precedente in percentuale)

**GRADUATORIA SECONDO LE ESPORTAZIONI**

Paesi	Esportazioni		Importazioni		Saldi Valore
	Valore	var %	Valore	var %	
Stati Uniti	385.918	-19,33	18.316	182,28	367.602
Francia	213.430	12,20	21.739	-12,15	191.691
Spagna	171.921	-6,76	1.112	-16,81	170.809
Regno Unito	100.924	-4,13	6.606	-15,97	94.318
Germania	90.750	-9,83	18.669	-7,43	72.081
Messico	50.923	46,00	337	-29,42	50.586
Grecia	50.879	5,58	125	22,54	50.754
Paesi Bassi	42.261	3,53	3.882	85,58	38.378
Hong Kong	41.457	16,81	4.265	-7,21	37.192
Emirati Arabi Uniti	41.249	15,64	325	66,63	40.924
Australia	38.122	-9,38	500	-33,93	37.622
Turchia	35.035	7,61	219	-18,33	34.816
Corea del Sud	34.910	3,13	698	-22,37	34.212
<b>Russia (Federazione di)</b>	<b>34.522</b>	<b>38,44</b>	<b>89</b>	<b>-33,04</b>	<b>34.433</b>
Portogallo	33.668	-4,53	11	-69,56	33.657
Svizzera	33.143	0,82	6.977	3,35	26.165
Brasile	28.854	-6,81	8	-15,12	28.846
Giappone	27.791	-3,74	7.277	1,61	20.515
Svezia	23.996	-7,01	96	-18,89	23.900
Slovenia	23.980	36,39	54.378	24,61	-30.398

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Ufficio ICE di Novosibirsk**  
Krasniy prospekt, 29, ufficio 52-54  
Tel +7 3832 220229/ 221272  
Fax +7 3832 221305  
novosibirsk.novosibirsk@ice.it

**Ufficio ICE di San Pietroburgo**  
Teatralnaya ploshad, 10  
Tel +7 812 3123216/ 3123356/ 5718396  
Fax +7 812 3148082  
pietroburgo.pietroburgo@ice.it

**Punto di corrispondenza di Krasnodar**  
Kotovskogo, 103, uff. 507  
Tel +7 861 2102595  
Tel/Fax +7 861 2105596  
icekrasnodar@mail.ru

**Punto di corrispondenza di Ekaterinburg**  
Kuibysheva, 44, uff. 404  
Tel +7 3433 596144  
Fax +7 3433 596144  
iceural@mail.ur.ru

Questo numero viene redatto in collaborazione con l'agenzia ICON Communications (Mosca)