(da New York) – Il cielo di New York è velato e nuvoloso in questi giorni , un preludio alla stagione fredda che ci attende.

La temperatura, però, è ancora gradevole un ricordo della stagione estiva che stiamo per lasciarci alle spalle. Nella settimana del Labour Day, una sorta di primo maggio che consente il week end più lungo prima della ripresa, la metropoli lentamente cerca di tornare ai ritmi di sempre.

La Mercedes Benz Fashion Week di New York partirà giovedì 10 e precederà quelle di Londra, Milano e Parigi. Sarà perché la settimana cade a cavallo del "nine-eleven" così famigliarmente viene chiamato l' 11 settembre, sarà perché l'America proviene dalla peggiore crisi degli ultimi settant'anni, il clima sembra molto compito, e poco chiassoso per ora.

Da queste parti ci si aspetta molto dall'imminente settimana di sfilate per la collezione primavera estate 2010, in particolare che i consumatori ritornino a spendere con entusiasmo e ad affollare i negozi e i grandi magazzini.

photo by Paul De Grauve

In una recente intervista Diane Von Furstemberg , stilista e presidente dell'Associazione degli Stilisti di moda Americani ha affermato che la settimana della moda genera dei "consumatori confusi" a causa del fatto che gli stessi " vedono cose sui giornali , ma se vanno nei negozi trovano cose completamente diverse". Non si capisce se la stilista si riferisca al fatto che alle porte dell'inverno si presentano le collezioni estive o per il fatto che nei negozi per battere la crisi le collezioni sono quelle in saldo invendute dalla stagione prima.Certo è, che

peccherebbe di ingenuità la von Furstemberg se pensasse che le presentazioni delle collezioni, siano fatte per i consumatori finali e non per i buyer, che con le loro ordinazioni decreteranno il successo o meno delle linee da produrre e le loro quantità. Ma, qui, chi guida il mercato è il consumatore, si fa tutto in suo nome e altri aspetti passano in secondo piano. La ricetta della von Furstemberg per battere la crisi è avere produzioni pret- à-porter più ristrette e aggiornamenti dell'offerta nei negozi frequenti per far si che il consumatore sia più compulsivo , grazie all'idea che forse domani non troverà più quel capo perché in edizione limitata.

In periodo pre-collezioni si sprecano le analisi di mercato e sui giornali leggiamo che il consumatore medio americano acquista in un anno 64 capi di abbigliamento e sette paia di scarpe (dati 2008) in calo rispetto ai 67 capi e agli otto paia di scarpe del 2007.

La recessione qui è stata proprio terrificante e sarà compito di questa Mercedes Benz Fashion Week con i suoi 60 stilisti, stesso numero di febbraio, ridare ottimismo e far prevalere la creatività sull'incertezza economica.

photo by Paul De Grauve

A New York il sistema moda, con i suoi 175.000 impiegati le 800 aziende e 10 miliardi di dollari di fatturato è il secondo settore, dopo quello finanziario. Per provare a far spendere un po' nel comparto, la settimana della moda newyorkese

inizierà il 10 in concomitanza con la notte bianca della moda, una iniziativa per celebrare l'abbigliamento ispirata dalla rivista Vogue America (anch'esso in crisi con il settore editoriale) di Anna Wintour che verrà replicata contemporaneamente con New York in Inghilterra, Grecia, Italia, Russia, Francia, Brasile, India, Spagna, Cina, Germania, Giappone and Taiwan.

"La cosa più importante è portare le persone all'interno dei negozi a comperare e a farli sentire bene per questo" ha dichiarato Anna Wintour a Reuters.

Se lo dice lei c'è da fidarsi. Intanto, tranquilli e incuranti come sempre di tutto ciò, gli scoiattoli saltellano per i giardini di New York.

[media id=6 width=320 height=240]