



AUSTRALIAN TRADE COMMISSION

## Arriva l'onda dell'Australian fashion

È stata la mia 'prima volta' in Australia: un'autentica sorpresa. Non mi aspettavo di vedere collezioni così fresche e solari, capaci di emanare tanta energia. Né così tanto entusiasmo e professionalità nell'organizzazione di una kermesse, la Mercedes Fashion Week, che ha festeggiato i suoi primi dieci anni con grande umiltà. Risultato: sono arrivato a Sydney con ordini già chiusi da un pezzo e ho comprato tantissimo. Sono sicuro che rimarranno sorpresi anche i miei clienti. Qualche nome interessante? Akira, Nicola Finetti e Caravana.

**ITALO LAZZARI**  
Lazzari - Treviso

Il mercato italiano, si sa, è saturo e il momento è difficile. Alla luce di questo scenario a tinte fosche, la moda australiana, complementare a noi dal punto di vista stagionale, offre la possibilità di riassortire il negozio durante l'arco dell'anno, nonché la forza di un prodotto etno-chic, facilmente recepibile dalle tendenze attuali.

**GIAMPIERO MOLteni**  
Boutique Tessabit - Como

Della rassegna ho avuto un'impressione ottima. Non mi aspettavo di trovare così grande fermento e partecipazione. Ho avuto modo di conoscere aziende e prodotti interessanti per il mercato italiano, nonostante il timing di produzione e distribuzione sia antitetico al nostro. Tra le collezioni, accomunate dal leitmotiv di una femminilità understated, ho notato in particolare quelle firmate da Akira, Trelise Cooper, Nicola Finetti, Caravana, Tsubi e Scanlan and Theodore.

**BRUNA CASELLA**  
Boutique Bernardelli - Mantova

La Mercedes Australian Fashion Week taglia il traguardo dei dieci anni, forte di un successo in crescita e di numerosi progetti in cantiere. In primis la liaison d'eccezione con le boutique italiane top level, che in parte hanno già sperimentato gli spunti innovativi della moda del Nuovo Continente.

Alcuni di loro sono nomi già conosciuti nel panorama del prêt-à-porter più all'avanguardia, grazie a una creatività alternativa che ha lasciato il segno sulle passerelle internazionali: basti pensare a **Collette Dinnigan**, da qualche stagione sotto i riflettori della fashion week parigina, o a **Sass & Bide**, al debutto a New York nel 2001, oppure ad **Akira Isogawa**, **Tsubi**, **Lisa Ho**, **Caravana**, noti anche in Italia. Stilisti accomunati, oltre che dal talento, da un altro plus che ha via via caratterizzato la loro produzione: l'origine australiana e l'apertura cosmopolita. Un particolare "quid", risultante da un métissage di culture e background disparati, che dalla pedana della **Mercedes Australian Fashion Week** di Sydney (in aprile) e Melbourne (in ottobre) ha contribuito a lanciarli nel circuito dello stile griffato e a focalizzare l'attenzione dei buyer su una voce, quella della moda australiana, che ha ancora molto da raccontare. Già, perché all'interno delle kermesse made in Australia, articolata in cinque giorni con ben 180 collezioni, a colpire non è solo la varietà delle proposte presentate, ma il caleidoscopio di ispirazioni, espressione di tutta l'area dell'Asia-Pacifico. "Gli stilisti che vi partecipano – spiega infatti **Simon Lock**, CEO dell'ente organizzatore **Australian Fashion Innovators** e di Mercedes Australian Fashion Week – sono tutti australiani, ma spesso di origine europea o mediorientale. Le loro collezioni sono la somma personalizzata di echi e suggestioni differenti, attinte dal loro particolare tessuto culturale di provenienza". "Non solo – aggiunge –. Se consideriamo il know-how relativamente giovane del nostro Paese in questo comparto, non risulta difficile intuire le possibilità progettuali insite nella produzione dei nostri designer, libera dagli schemi e dai vincoli della tradizione". Un'opinione condivisa dai buyer di casa nostra invitati dall'**Australian Trade Commission** (l'ufficio commerciale del Consolato australiano in Italia) all'ultima edizione della fashion week di Sydney, giunta al decimo anniversario, che nelle etichette del "quinto continente" hanno intravisto spunti stilistici innovativi, in grado di rinfrescare l'offerta dei negozi made in Italy. Un giudizio positivo, quello espresso dai retailer italiani (vedi a lato), che Australian Fashion Innovators spera di poter ottenere presto su vasta scala. Come? Attraverso l'importante progetto di promuovere le loro collezioni su una delle pedane del prêt-à-porter in assoluto più prestigiose: quella milanese. Dopo il lancio in grande stile durante le rassegne specializzate di Londra, New York, Tokyo e Pechino, le proposte made in Australia puntano così a conquistare un'altra roccaforte del lusso attraverso una moda facile e transeasonal. Che promette di dare una sferzata di energia al mercato con i colori e le atmosfere esotiche di un continente sempre più vicino.

AUSTRALIAN TRADE COMMISSION

## Here comes the wave of Australian fashion

The Mercedes Australian Fashion Week is ten years old this year, boosted by growing success and numerous projects in the pipeline. First and foremost the exceptional liaison with top level Italian boutiques, which have already partly experimented with fashion innovations in the New World

Some of the names are already known on the more avant-garde pret-à-porter scene, thanks to an alternative creativity that has left its mark on international catwalks: just think of **Colette Dinningham**, who has been in the limelight at Paris fashion week for several seasons now, and **Sass & Bide**, who debuted in New York in 2001, as well as **Akira Isogawa**, **Tsubi**, **Lisa Ho** and **Caravana**, also known in Italy. In addition to their talent, these designers also have another advantage in common that has gradually characterized their production: their Australian origin and cosmopolitan style. The uniqueness resulting from a mixture of differing cultures and backgrounds, has contributed to launching them from the catwalks of **Mercedes Australian Fashion Week** in Sydney (April) and Melbourne (October) into the circuit of designer labels, focusing buyers' attention on a single voice, that of Australian fashion, which still has a lot to say for itself. In fact, the Australian fashion week, which is spread over five days and features 180 collections, is not just striking because of the variety of designs presented, but because of the kaleidoscope of inspirations, mirroring the entire Asia Pacific region. "The designers who take part are all Australian, but often of European or Asian origin," explains **Simon Lock**, CEO of the organizer **Australian Fashion Innovators** and Mercedes Australian Fashion Week. "Their collections are the personalized result of different echoes and suggestions, belonging to their particular cultural fabric of origin. And there is more. If we consider our country's relatively young know-how in this sector, it is not difficult to imagine the design potential in the production of our designers, who are not tied down by traditional models and restrictions". This opinion is shared by our buyers who were invited by the **Australian Trade Commission** (the Australian Consulate's commercial office in Italy) to the last edition of the Sydney fashion week, now ten years old. Amongst the designer labels of the "fifth continent", they saw innovative design features, which could revive the offer of Italian shops. Italian retailers (see right) certainly expressed a positive opinion, which Australian Fashion Innovators hopes to be able to repeat on a wider scale. How? By means of the important promotion project for their collections in one of the most prestigious pret-à-porter showcases in the world: the Milanese one. After a stylish launch at specialist events in London, New York, Tokyo and Peking, Australian fashion design is now focusing on winning over another fortress of luxury fashion by means of simple, transeasonal fashion. It promises to bring an energy boost to the market, with the exotic colours and atmospheres of an ever nearer continent.

This was my 'first time' in Australia: a real surprise. I didn't expect to see such fresh and sunny collections, cable of so much energy. Nor did I expect to see such enthusiasm and professionalism in the organization of a fair, the Mercedes Fashion Week, which celebrated its first ten years of life with great humility. The result: I arrived in Sydney with all my orders already made some time ago and yet I bought loads of things. I'm sure my clients will be surprised too.

A few interesting names?  
Akira, Nicola Finetti and Caravana.

**ITALO LAZZARI**  
Lazzari - Treviso

The Italian market, as everyone knows, is saturated going through a difficult time. In the light of this gloomy scenario, Australian fashion, complementary to us from a seasonal point of view, offers the possibility to restock the shop throughout the year, as well as offering a strong ethno-chic product, which blends in with current trends.

**GIAMPIERO MOLteni**  
Boutique Tessabit - Como

I got an excellent impression from the event. I didn't expect to find such great excitement and participation. I got to know interesting companies and products for the Italian market, despite the production and distribution time being opposite to our own. Amongst the collections, brought together by the theme of understated femininity, I particularly noticed those by Akira, Trelise Cooper, Nicola Finetti, Caravana, Tsubi and Scanlan and Theodore.

**BRUNA CASELLA**  
Boutique Bernardelli - Mantova