

L'INTERVISTA / LA DESIGNER E IMPRENDITRICE ROMAGNOLA TRA LE PIÙ ACCREDITATE AL MONDO SI RACCON



La capsule collection "Athleisure" e a destra la collezione "Resort". In alto Alberta Ferretti FOTI MATTIA AQUILA

Alberta Ferretti, la moda è gentilezza

«Il mio omaggio alla bellezza italiana»

«Il 2020 è stato un anno complicato ma come azienda non abbiamo mai smesso di lavorare»
L'essenza e i colori del panorama dei nostri paesaggi hanno ispirato la sua collezione "Resort"

CATTOLICA
KATIA BARTOLINI

Ambasciatrice del made in Italy, accreditata imprenditrice nel mondo, la stilista Alberta Ferretti non finisce di stupire. Con la collezione *Resort*, in vendita in questo momento in oltre 200 boutique, la designer romagnola ha voluto omaggiare la bellezza italiana in un momento particolarmente difficile per il nostro Paese. E per farlo si è ispirata all'essenza e ai colori del panorama dei paesaggi italiani con il risultato di tonalità audaci, stampe ricche e sagome fresche.

Un viaggio virtuale nella bella Italia che la pandemia ha precluso e che lei ha voluto riproporre nelle sue vetrine. L'arrivo del Coronavirus e con esso di un modo di vivere diverso hanno segnato anche il mondo della moda e Alberta Ferretti, una delle sue maggiori interpreti, non si è fatta

certamente cogliere impreparata. Il suo 2021 sarà segnato da collezioni sostenibili in cui si incontreranno la naturalezza, la gentilezza e il romanticismo ma anche il comfort e l'*activewear*.

Come ha vissuto Alberta Ferretti l'arrivo della pandemia e come lo sta vivendo?

«È stato difficile, come per tutti, accettare di rimanere in casa e cambiare improvvisamente le abitudini quotidiane. In tutto questo periodo, ho dato struttura alle mie giornate alternando l'attività lavorativa alla vita familiare, ma soprattutto continuando a motivare il mio team».

Questo momento per la sua azienda si può annoverare tra i momenti difficili o è il più difficile?

«I momenti difficili ci sono sempre stati e li ho sempre affrontati con forza ed energia. Il 2020 è

stato sicuramente un anno complicato ma come azienda non abbiamo mai smesso di lavorare. In un momento come questo, penso sia importante dimostrare la forza e l'eccellenza del made in Italy, della manualità e dell'artigianalità delle nostre filiere italiane che ancora fanno la differenza nel mondo».

Qual è l'atteggiamento verso il futuro? Quali sono le cose dalle quali non potremo prescindere?

«Un atteggiamento positivo e ottimista. Sono certa che le donne continueranno ad avere voglia di indossare pezzi speciali anche se le esigenze della vita quotidiana sono diverse».

Designer e imprenditrice tra le più accreditate e famose al mondo. Di quanto è cresciuta la responsabilità che ogni giorno porta sulle spalle per la grande famiglia che rappresenta?

«È importante dimostrare la forza e l'eccellenza del made in Italy. L'artigianalità e la manualità fanno la differenza nel mondo»

«Le donne continueranno ad avere voglia di indossare pezzi speciali anche se le esigenze quotidiane sono diverse»

«Da quando ho iniziato, ho sempre sentito la responsabilità per le persone che lavoravano con me. Oggi più che mai è un impe-

gno importante e, come azienda, stiamo cercando di reagire alla situazione attuale puntando tutto su velocità, capacità di adattamento e razionalizzazione dei processi produttivi, ma con l'intento di preservare il *know-how* aziendale, che rimane prezioso e che ci contraddistingue da altre realtà del settore».

La moda al tempo della pandemia: che cosa è cambiato? Che immagini lascerà?

«La moda continua a rappresentare lo strumento per esprimere la nostra personalità e il nostro desiderio di sentirsi bene, indipendentemente da quali limitazioni potremo ancora avere in futuro nella nostra quotidianità. Sicuramente il comportamento dei consumatori è cambiato, spostandosi verso una moda fatta più di sostanza, in un'ottica di investimento: l'impressione è



CREATIVITÀ E RESISTENZA

«Stiamo cercando di reagire a questo momento puntando tutto su velocità e capacità di adattamento»

LA MODA AI TEMPI DEL CORONAVIRUS

«Oggi più che mai deve rivendicare il suo ruolo di strumento necessario per raccontare il tempo in cui nasce»

NTA



**Da Jennifer Lopez a Dua Lipa
Le star in Ferretti**



JLo e Nicola Coughlan



In alto a sinistra Chiara Ferragni con indosso un tailleur Ferretti; l'influencer ha siglato un accordo per la produzione di intimo del suo brand con la Velmar, proprietà del Gruppo Aeffe. A destra Laura Pausini in Ferretti. Qui due modelli della collezione primavera-estate 2021 di Alberta Ferretti

che i consumi stiano andando sempre più verso capi e accessori di qualità, con uno stile senza tempo, che entrino nel guardaroba per rimanerci a lungo e per essere reinterpretati stagione dopo stagione.

La capsule collection "Athleisure" è il suo modo per rispondere alle donne in questo particolare periodo?

«La capsule "Athleisure", che ho appena presentato, nasce come riflessione al nuovo modo di vivere e di conseguenza al modo di vestirsi. Pur essendo un progetto speciale, questa collezione rientra nella collezione Prefall 21 e u-

scirà nei negozi con le stesse tempistiche. La mia moda ha sempre parlato al presente e in questo scenario mi piaceva l'idea di affiancare alla collezione un prodotto che puntasse al comfort e alla libertà di movimento, senza rinunciare a qualità e stile e con un approccio responsabile, che fa parte della mia moda ormai da molti anni. Tutti i capi sono infatti certificati Gote e i procedimenti di produzione sono a basso impatto ecologico».

La collezione primavera-estate 2021 attualmente nelle boutique rappresenta una donna gentile e romantica.

«Sono convinta che in momenti difficili come questo la moda non si debba fermare né arrendersi, ma rivendicare con ancora più forza il proprio ruolo di strumento necessario per raccontare il tempo in cui nasce. E sono proprio questi i momenti in cui ogni creativo reagisce mettendo in gioco ancora di più la propria sensibilità. Il mio istinto è stato quello di rispondere con gentilezza che, come il romanticismo, è una manifestazione di forza e non di debolezza. Ecco perché ho voluto una collezione

che raccontasse una femminilità naturale, che le donne possono esprimere quando hanno un'estrema consapevolezza di sé».

E I CREATIVI METTONO IN GIOCO LA PROPRIA SENSIBILITÀ

Qual è il suo sogno più ricorrente in questo momento?

«Sicuramente ritornare ad abbracciare i miei cari e poter passare del tempo con le persone che amo. Sogno spesso di ritornare a viaggiare, di vedere posti nuovi, visitando le fiere d'arte e le mostre che sono sempre state stimolo per la mia creatività».

È una delle designer e imprenditrici più accreditate al mondo e rappresenta con il gruppo Aeffe una realtà che conta 1400 dipendenti, 351,4 milioni di euro di fatturato annuo (2019) e oltre 200 punti vendita in tutto il mondo (60 a gestione diretta e 148 in franchising). Nel 2020, nonostante l'arrivo della pandemia, ha deciso di lavorare a pieno ritmo e con "velocità" facendosi ambasciatrice del made in Italy, interprete dei tempi e conquistando le copertine dei rotocalchi più importanti.

L'anno appena concluso non ha certamente spento i riflettori sulla stilista di Cattolica. I volti più noti indossano i suoi abiti: la cantante britannica Dua Lipa, la top model Irina Shayk, le italiane Laura Pausini, Emma Marrone, Alessandra Amoroso, l'imprenditrice Chiara Ferragni. Solo per citarne alcune. Lo stile Alberta Ferretti ha affascinato anche alcune rivelazioni cinematografiche come Nicola Coughlan, attrice protagonista in "Bridgerton", e Emma Corrin, quest'ultima interprete di Lady Diana nella nota serie televisiva Netflix "The Crown". Anche pochi giorni fa, in occasione della inaugurazione presidenziale negli Stati Uniti, la cantante e attrice Jennifer Lopez ha indossato un suo total look autunno-inverno 2020. La griffe italiana si è distinta nelle occasioni mondane tra le più importanti del 2020: la cantautrice britannica Ellie Goulding ha indossato un look Alberta Ferretti con preziosi in cristallo in occasione dei Global Awards; la modella statunitense Arizona Muse ha scelto Alberta Ferretti sul tappeto verde digitale per i Green Carpet Fashion Awards 2020.