

Appuntamenti

# Fiera Milano fa sistema tra supply chain e accessori Made in Italy

Dopo l'opening di Homi fashion&jewel, al via domani Micam per le scarpe, Mipel per la pelletteria e per il prêt-à-porter The one Milano. A seguire Lineapelle e Simac tanning tech. Numeri in crescita per produzione ed export. **Andrea Guolo**

**M**ilano è al centro della scena mondiale per gli accessori e per la supply chain della moda. Le fiere di riferimento di questi settori prendono il via a scaglioni con un'operazione di sistema, denominata #finallytogether, che vede da domani l'apertura nei padiglioni di **Fiera Milano Rho** di **Micam** per la calzatura, **Mipel** per la pelletteria e di **The one Milano**, nella sua edizione estiva special featured by Micam, per il prêt-à-porter femminile d'alta gamma. Il tutto è stato anticipato, ieri mattina, dall'opening di **Homi fashion&jewel** per gioielli e accessori, la cui conclusione precederà di un giorno l'inaugurazione degli ultimi due eventi, al via martedì 20 settembre. Sono quelli dedicati alla filiera fashion, con **Lineapelle** per i materiali e componenti e con

**Simac tanning tech** per la tecnologia e l'innovazione. Considerando anche il **DaTe** appena concluso a Firenze, queste sette sorelle hanno messo insieme quasi 3.300 brand portando ai buyer internazionali la più ingente offerta mondiale di novità per le diverse stagioni. Se infatti per il prodotto finito come scarpe, borse e accessori è la primavera-estate 2023 a conquistare la scena, nel mondo delle pelli, dei tessuti e dei componenti arrivano già le campionature per la successiva stagione, l'autunno-inverno 2023/24. E se non mancano i punti di domanda legati soprattutto alle tensioni internazionali e all'impatto dei costi energetici impazziti sulla tenuta del sistema, lo stato di salute dei settori coinvolti appare comunque in netta ripresa dopo lo shock della pandemia.

Nella calzatura, protagonista a Micam con 1.012 brand di cui 54% italiani e 46% esteri (+23% rispetto a marzo 2021, ndr), il primo semestre ha evidenziato una crescita di fatturato del 14,5%, dopo che il 2021 si era concluso con +18,7% sul terribile 2020. L'export cresce quasi ovunque, fatta eccezione per quello che rappresentava uno dei mercati fondamentali della scarpa made in Italy. Messe assieme, Russia e Ucraina hanno perso il 46% dall'inizio del conflitto. «Il settore nel suo insieme denota un significativo recupero ma caro energia, costi delle materie prime e conseguenze del conflitto russo-ucraino mettono a rischio l'evoluzione a breve», ha commentato **Giovanna Ceolini**, salita al vertice di **Assocalzaturifici** dopo le dimissioni del predecessore **Siro Badon**. In evidenza, per le

scarpe, le performance di Usa e Canada (+65% in valore). Numeri in crescita, per gli espositori e anche per la situazione di mercato, in casa Mipel. I primi sono in aumento del 15% rispetto a marzo e del 30% su settembre: «Non siamo ancora ai livelli pre-Covid, ma ci stiamo pian piano arrivando», ha spiegato **Franco Gabrielli**, presidente di Assopellettieri e della manifestazione che ha confermato la partnership con **Mirta**, lo showroom digitale che curerà un'area espositiva dedicata agli artigiani della pelletteria. Intanto i primi sei mesi del comparto pellettiero italiano si sono chiusi con un incremento su tutti i fronti, con un +12,4% per la produzione, un +15% per il fatturato e un +17,3% per le esportazioni (dato gennaio-maggio). (riproduzione riservata)



La scorsa edizione di Mipel a Fiera Milano Rho

