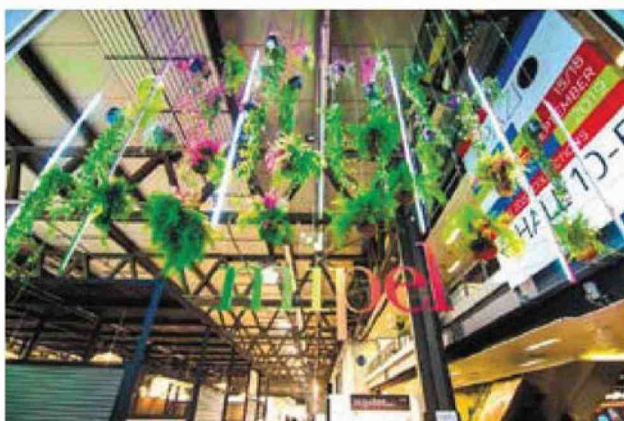


dossier



Alcune immagini delle fiere di settembre

dossier

di Sabrina Nunziata, Giulia Sciola, Caterina Zanzi

Settembre in **ROSA** per le fiere milanesi. Bene i buyer agli eventi di moda, accessori, e gioielli. Con traino **ESTERO**

La tornata settembrina dei saloni di moda, accessori e gioielli, ha fatto segnare una buona affluenza di compratori. Soprattutto grazie alla visita da parte dei buyer esteri che hanno fatto stabilizzare, o addirittura incrementare, gli ingressi complessivi. Gli organizzatori, intervistati da *Pambianco Magazine*, non nascondono l'entusiasmo.

ABBIGLIAMENTO IN POSITIVO

Le fiere milanesi dedicate al mondo dell'abbigliamento hanno complessivamente registrato un andamento positivo. **White Milano** ha chiuso a quota 27.934 visitatori (+3%). I buyer sono aumentati del 2%, di cui quelli stranieri in crescita del 9%, mentre quelli italiani hanno registrato un calo dell'1 per cento. "Un'edizione straordinaria, non solo per il rilevante incremento dei buyer esteri ma, soprattutto, per il loro elevato livello qualitativo", ha commentato il fondatore **Massimiliano Bizzi**. Situazione stabile per **TheOneMilano**, il salone dedicato al prêt-à-porter femminile d'alta gamma che ha portato in scena 120 marchi. "La fiera si sta classificando sempre più come un'esposizione che fa un prodotto moda molto aderente ai desideri d'acquisto dei consumatori. Proprio per questo stiamo molto attenti a selezionare i nostri espositori",

ha spiegato **Elena Salvaneschi**, CEO di TheOneMilano. La fiera ha raccolto oltre 3.700 buyer professionali, di cui il 40% proveniente dall'estero. A livello geografico, sono calati i visitatori da Francia e Germania (-2%), mentre si è registrata una crescita a doppia cifra da Spagna e Gran Bretagna. Il Sudest Asiatico si è confermato un'area strategica.

DEBUTTANO I BIJOUX DI HOMI FASHION&JEWELS

Questo settembre, inoltre, ha fatto il proprio debutto Homi Fashion&Jewels, sezione dedicata ai bijoux di Homi, che è stata scorporata dalla manifestazione per seguire le scadenze del fashion. "Vogliamo diventare la settimana dell'accessorio moda", ha spiegato il direttore manifestazioni di Fiera Milano, **Simona Greco**. "Abbiamo lasciato il prefisso Homi perché ci rivolgiamo anche ai concept store che hanno il multiprodotto". Fashion&Jewels, nell'edizione di febbraio, si staccherà completamente dal progetto 'casa' perché sarà contemporaneo solo a Micam e Mipel, con una logistica dei padiglioni più ravvicinata.

LE SCARPE TENGONO, LE BORSE VOLANO

Anche le fiere degli accessori hanno visto rosa. Per quanto riguarda **Micam**, l'ottantesima edizione del salone delle calzature ha fatto registrare 44.076 ingressi, in sostanziale tenuta rispetto ai 43mila visitatori di febbraio e ai 45.424 dello scorso settembre. Nello specifico, rispetto a febbraio, sono aumentati del 2% i buyer esteri (che pesano per il 60% sugli ingressi totali), mentre gli italiani sono calati dello 0,55 per cento. A far bene dall'estero, i buyer cinesi e di Hong Kong, insieme a quelli svizzeri (+10% per cento). La manifestazione era 'la prima' del nuovo presidente di Assocalzaturifici e del Salone, **Siro Badon**. Nuovo timone anche per **Mipel**, guidato da quest'anno da **Franco Gabbrielli**, da poco numero uno anche di Assopellettieri. La fiera dedicata alla pelletteria, all'edizione numero 116, ha visto crescere i visitatori ben del 19% rispetto allo scorso settembre, quando erano stati circa 13mila. Segno positivo sia per i buyer stranieri, bene, in particolare, i tedeschi (+27,8%), gli spagnoli (+23,1%), gli inglesi (+19,4%) e i coreani del sud (+17,5%) che per quelli italiani (+12,3 per cento).

VICENZAORO, OPERATORI STRANIERI A +10%

Vicenzaoro September 2019, il salone della gioielleria e orficeria organizzato da **Italian Exhibition Group (Ieg)**, ha registrato quest'anno la presenza di 1.300 brand. Il dato di affluenza è in linea con le presenze di settembre 2018. Cresce invece del 10% la presenza di operatori esteri, in arrivo da 117 Paesi. "Complessivamente - spiega il comunicato - la crescita degli operatori esteri è stata guidata dal Middle East (+23%), dal Nord America (+22%), dalla Russia e Ucraina (+19%) e dall'Asia (+18%) con un particolare incremento del Giappone (+43%)". L'Europa, che rimane il bacino di operatori più numeroso (pesa il 59%), è rimasta stabile con segnali positivi da Portogallo (+51%), Romania (+28%) e Austria (+9%). Durante i 5 giorni di manifestazione sono stati oltre 500 i buyer ospitati a Vicenza, grazie al supporto del **Mise** attraverso Ice Agenzia. "L'aumento del 10% dei visitatori esteri - ha raccontato **Massimo Carniello**, group brand director jewellery & fashion di Ieg - è una conferma importante del ruolo di Vicenzaoro come piattaforma leader a livello internazionale, ed è un risultato che rinnova la fiducia sul percorso che Italian Exhibition Group ha tracciato per la crescita di questa manifestazione". Filo conduttore di Vicenzaoro September è stato il tema della sostenibilità. Questa edizione ha inoltre rafforzato il sodalizio con **Cibjo-Confederazione Mondiale Gioielleria**, di cui la manifestazione è membro dal 2009.

White Milano chiude col segno positivo, TheOneMilano e Micam rimangono stabili, mentre Mipel mette addirittura il turbo. Debuttano i bijoux di Homi e, anche a Vicenza, la gioielleria fa bene grazie soprattutto all'estero