

Milano apre le fiere, effetto russo sulla moda

Calzature e pelletteria

Fiera Milano presenta Micam, Mipel e TheOne al via dal 13 al 15 marzo

Marta Casadei

Archiviata la fashion week donna, le fiere di calzature, pret-à-porter, pelletteria e accessori sono ai blocchi di partenza. Dopo aver posticipato le date a causa dell'ondata di Omicron, infatti, Micam, Mipel e TheOne saranno a **Fiera Milano** Rho dal 13 al 15 marzo, in concomitanza con Homi Fashion&Jewels (11-14 marzo). Un maxi appuntamento con un totale di 1.400 brand tra italiani e internazionali riuniti dal motto #bettertogether, cioè insieme è meglio. «È una grande dimostrazione della reazione al Covid da parte delle nostre aziende che

hanno fatto qualche sacrificio per rimandare gli appuntamenti, ma senza cancellare nulla - dice **Luca Palermo**, ad di **Fiera Milano** -. Le prime fiere sono state un successo sia per il pubblico sia per le aziende e ora ci aspettiamo lo stesso per le manifestazioni di marzo. A settembre, invece, torniamo allineati alla fashion week». I contagi in Europa sono diminuiti nettamente, ma il momento rimane critico: non solo il conflitto tra Russia e Ucraina impedirà alla maggior parte dei compratori locali di venire a Milano, ma la situazione geopolitica accentuerà l'impennata dei costi di materie prime, energia e logistica. A questo si aggiungono le sanzioni economiche imposte alla Russia e il crollo del rublo. Gli organizzatori han-

no ben presente tutte le incognite arrivate a smorzare gli entusiasmi dopo un anno di crescita: secondo i preconsuntivi di Confindustria moda le calzature hanno chiuso il 2021 con ricavi a 12,7 miliardi in salita del 18,7% sul 2020, mentre la pelletteria con fatturato a 7,48 miliardi di euro (+25,7%).

Nessuno dei due settori è tornato ai livelli pre Covid e probabilmente non lo farà nemmeno nel 2022: «Veniamo da due anni di pandemia, durante i quali le aziende hanno sofferto - dice Siro Badon, presidente di Assocalzaturifici - e ora la guerra in Ucraina crea preoccupazioni non da poco, specialmente per i distretti che producono per questi territori e che si erano appena ripresi dalle sanzioni imposte alla Russia nel 2014. Speriamo nella compensazione da parte di altri Paesi, magari Europei». Nel dettaglio, Russia e Ucraina sono rispettivamente il decimo (con 300 milioni di ricavi e tre milioni di scarpe vendute) e il 26° mercato per le calzature made in Italy che nel complesso, nel

2021, hanno registrato esportazioni in salita del 17,5% a 10,2 miliardi e saldo commerciale positivo per oltre 5,1 miliardi (+21,6%). Micam, ad ogni modo, non rinuncia alla vocazione internazionale: riunirà 821 espositori puntando a una platea globale, con una nuova area dedicata alla sostenibilità.

L'innovazione sarà un fil rouge anche di Mipel che raddoppia gli spazi espositivi: «Il 2022 è partito bene, stimavamo di superare i livelli 2019 ma prevediamo un arresto a causa della guerra e siamo molto preoccupati. Speriamo in una distensione», dice Franco Gabrielli, presidente di Mipel. Intanto si procede a doppia velocità: «Chi lavora per i grandi gruppi sta performando bene, mentre le piccole aziende che hanno i loro brand fanno fatica» chiosa Gabrielli. Promuovere l'unicità del made in Italy sarà uno degli obiettivi dell'uesima edizione TheOne che accende i riflettori sullo "slow fashion" e sul saper fare degli artigiani italiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'entusiasmo è smorzato dalla guerra, ma le manifestazioni aprono con voglia di fare sistema e riprendersi



1400 BRAND
Una maxi vetrina per il made in Italy che punta ad attirare buyer internazionali nonostante la situazione geopolitica

