

il Giornale.it **economia**

Home [Politica](#) [Mondo](#) [Cronache](#) [Blog](#) [Economia](#) [Sport](#) [Cultura](#) [Milano](#) [LifeStyle](#) [Speciali](#) [Motori](#) [Abbonamento](#)

Condividi:



Commenti:

0

Fiera Milano, va in scena la squadra della moda con #strongertogether

Ripartenza della creatività della manifattura made in Italy con cinque manifestazioni nel polo espositivo di Rho che si susseguono e si intersecano in sinergia dal 19 settembre al 23 settembre: incontri d'affari in sicurezza fra gli stand e business virtuale

Alberto Taliani - Mer, 16/09/2020 - 16:14



commenta

Mi piace 0

Fiera Milano riparte da #strongertogether, ovvero **cinque manifestazioni** nel polo espositivo di Rho che si susseguono e **si intersecano in sinergia dal 19 settembre al 23 settembre** e sono molto più di un ritorno fisico (e anche virtuale) nei padiglioni espositivi e fra gli stand che era stato interrotto dal lockdown e dall'emergenza sanitaria scatenata dal Covid-19.



A fare da apripista da sabato 19 a martedì 22 settembre è **HOMI Fashion&Jewels Exhibition**, l'evento dedicato al bijoux al gioiello e all'accessorio moda da indossare, organizzato da **Fiera Milano** mentre, in parziale contemporaneità, dal 20 al 23 settembre, si terranno anche le manifestazioni della galassia di Confindustria Moda: **MICAM Milano**, il salone Internazionale dedicato alle calzature che è giunto alla novantesima edizione; **MIPEL**, l'evento internazionale dedicato alla pelletteria e all'accessorio in pelle assieme all'edizione speciale di **TheOneMilano Special featured by MICAM**, il salone dell'haut-à-porter femminile a cui si aggiunge **A New Point Of View**, lo speciale format by **LINEAPELLE** che metterà in mostra i semilavorati in pelle più esclusivi.

Non solo, dal 19 al 21 settembre aprirà a **Firenze**, alla Leopolda, il salone **DaTE** dedicato all'eyewear, all'**occhialeria**, idealmente collegato alle mostre milanesi nel segno della parola d'ordine "**fare sistema**" nel mondo della moda e dell'accessorio moda, brand e filiera del made in Italy. Una grande squadra che ha presentato unita gli eventi nel corso di una conferenza stampa virtuale per ribadire la volontà di sostenere insieme il mercati dei rispettivi comparti che sono uno dei pilastri della **manifattura di qualità italiana e dell'export**.

Alleanza virtuosa che sottolinea la volontà e la capacità di reagire alla crisi globale - e del mercato interno - presentando le nuove linee di prodotto, le novità, le idee e gli incontri d'affari e di approfondimento nella tradizionale formula della fiera fisica *business to business* affiancato anche dalle iniziative digitali che consentono il contatto senza frontiere e limiti imposti dalle restrizioni ai viaggi internazionali, fra espositori e compratori.

Doppia opportunità offerta da format espositivi innovativi e dall'impegno di **Fiera Milano** che è in grado di aprire i padiglioni a buyer e visitatori italiani e stranieri con **elevati standard di sicurezza sanitaria** e regole che riguardano allestitori di stand, espositori, visitatori, aree fieristiche e personale: un modello che guarda al presente e al futuro e è avanti anche rispetto alla ripartenza di enti fieristici esteri concorrenti.

Inserisci le chiavi di ricerca

Cerca

Info e Login



login



registrazione



edicola

Editoriali

Quel sacerdote vittima di chi nega verità e regole

di [Alessandro Sallusti](#)



Commento

Parlamento estinto. Il "Sì" è l'arma finale per il disegno M5s

di [Francesco Maria Del Vigo](#)



Calendario eventi

02 Set - 12 Set [Venezia 2020](#)

20 Set - 21 Set [Elezioni Regionali 2020](#)



Tutti gli eventi

L'opinione



No al vaccino antinfluenzale...

[Gioia Locati](#)



La lezione dei bambini a...

[Andrea Indini](#)



Se loro comprano io vendo ...

[Emilio Tomasini](#)



"Il coronavirus è stato..."

[Carlo Franza](#)

MICAM Milano si presenta con oltre **600 marchi**, e conta sulla presenza di più di **5000 buyer internazionali**. "Finalmente si riparte. Abbiamo lavorato intensamente a una manifestazione per molti versi unica nel suo genere, per dare un segno forte al settore che richiedeva ad Assocalzaturifici concretezza, rapidità ed efficienza nel supportare le aziende provate dalla crisi sanitaria - dice **Siro Badon**, presidente di MICAM e Assocalzaturifici - Siamo consapevoli che soltanto cambiando si può crescere e per questo abbiamo voluto evolvere la manifestazione attraverso **MICAM Digital Show**, un nuovo canale digitale che affianca gli spazi fisici della manifestazione per aiutare le aziende a incontrare i mercati superando i limiti del momento.



Abbiamo ancora una volta fatto sistema con le manifestazioni degli altri comparti del fashion e ci presentiamo uniti più che mai per permettere agli operatori e ai buyer tante opportunità in più".

"L'emergenza sanitaria ha avuto pesanti ripercussioni sull'andamento del nostro comparto produttivo - spiega Badon -. Oltre alla **contrazione nei valori produttivi e del fatturato**, dobbiamo registrare una **decisa flessione sul fronte dei consumi interni e dell'export**. La spesa delle famiglie è scesa del -30%, nonostante l'impennata degli acquisti online (+42%) dovuta alla chiusura dei negozi durante il lockdown. Anche l'export non sorride: -22% in quantità i mercati dell'Unione Europea, dove sono dirette 2 calzature su 3 vendute all'estero, e -33,4% quelli extra-Ue, con un saldo commerciale, seppur in attivo per 1,6 miliardi di euro, fortemente ridimensionato (-34%)".

"La ripartenza, dopo l'allentamento delle misure restrittive, procede a fatica - aggiunge ancora -: gli acquisti degli Italiani restano in frenata (-29% in quantità a maggio e -7% a giugno) e l'export, dopo il crollo del bimestre marzo-aprile (-50%), ha fatto segnare un -27% in volume nei due mesi successivi. Una congiuntura negativa anche sotto il punto di vista dell'impatto lavorativo con un decremento sia delle aziende (-77 da gennaio) che del numero di addetti (-520). Dati che suonano come un serio campanello d'allarme riguardo la tenuta occupazionale dei prossimi mesi. Il nostro sistema produttivo, composto perlopiù da realtà imprenditoriali di dimensione media e medio-piccola, è stato sottoposto a una dura prova, avendo dovuto fare i conti con la carenza di liquidità indotta dalla cancellazione di ordinativi, dalle richieste di reso e dagli insoluti. **L'incontro in fiera** rimane la più **importante opportunità** di sviluppo nel mercato e la via privilegiata per procedere alle contrattazioni di ordini".

Borse e pelletteria sono rappresentate a **MIPEL** che schiera **90 brand**. "Per noi questa edizione segna una linea di demarcazione molto importante - sottolinea il presidente **Franco Gabbrielli** -, presentarsi uniti a questo appuntamento è fondamentale, vuol dire fare squadra e fronte comune in una situazione che ha colto tutti impreparati, vuol dire avere a cuore il settore e cercare insieme di rilanciarlo".

Nei primo semestre del 2020 la **pelletteria** ha avuto una **pesante battuta d'arresto** della domanda nazionale ed estera con il fatturato crollato del 43,2%). Le esportazioni (-31% in valore) sono sotto i livelli di tre anni addietro, interrompendo il trend di crescita. L'attivo del saldo commerciale si ridotto del 35%. Ripartenza col freno tirato dopo il lockdown: nel bimestre maggio-giugno export -35% in valore, vendite al dettaglio -24%, e ritmi produttivi ancora fortemente rallentati (-44%). Ordinativi annullati e alta percentuale di insoluti con il rischio di crisi di liquidità mentre 9 imprese su 10 costrette a ricorrere agli ammortizzatori sociali e a rivedere il piano degli investimenti.

Il salone internazionale **HOMI Fashion&Jewels Exhibition**, è l'unico evento dedicato all'**accessorio moda, al bijoux e al gioiello trendy**, mette in campo per in questa edizione creatività, business, sicurezza per segnare "un dopo e un nuovo inizio". Sono **172 i brand** (il 24% esteri) che credono nel salone-evento come acceleratore di business. HOMI Fashion&Jewels Exhibition ha lavorato assieme agli altri attori della **filiera fashion italiana**, scegliendo di organizzare la kermesse in contemporanea con



Votare?

Alessandro Bertirotti



Terre rare, cobalto e impero...

Cristiano Puglisi



L'accordo Israele - Paesi...

PiccoleNote



Marvel's Avengers, arrivano...


Maurizio Acerbi

saloni come MICAM, Mipel, LINEAPELLE e TheOneMilano, proprio in ottica di sistema e di collaborazione. Anche con Ice - Ita Italian Trade Agency, che supporta le attività di promozione internazionali.

Ma il salone internazionale sostiene anche le **micro, piccole e medie aziende** per dare visibilità e valore alle officine artigiane, ai designer, alle nuove generazioni di maker che costituiscono la vera ricchezza della lunga **tradizione creativa e manifatturiera** italiana, fatta di innovazione, unicità e ricerca. Così la mostra può contare su un'offerta diversificata, concentrata su **design e artigianalità**, intesa proprio come *savoir faire* tipicamente made in Italy: l'esclusività e progetti non seriali, la cura e la qualità delle lavorazioni e l'attenzione alla sostenibilità si confermano prerogative uniche della proposta di HOMI Fashion&Jewels Exhibition.

TheOneMilano, il salone dell'haut-à-porter femminile - tra gli attori della fashion week milanese - è per la prima volta integrata con Micam Milano e si propone in versione Special featured by Micam con capsule collection per consentire ai buyer di comporre un total look fatto di abbigliamento in pelle, tessuto e pelliccia completato con i migliori accessori del settore calzaturiero. Esposizione diffusa, dove i brand e gli espositori hanno a disposizione più expertise che forniscono i loro migliori strumenti e soprattutto fiera "total look" a vantaggio di chi espone e dei compratori.

LINEAPELLE - A New Point Of View ospiterà **320 espositori provenienti da 14 Paesi**: presenteranno le collezioni per la stagione autunno-inverno 2021-22 basate sulle suggestioni creative elaborate dal Comitato Moda Lineapelle. Il tema aggiorna il mood dell'edizione di febbraio 2020 (la semplificazione) e lo attualizza in **The Era Of Simplifying 2 - Slow Is The New Hot**. Ovvero: "Si modificano i tempi che scandiscono le nostre vite. Non è più la fretta a condizionare le scelte, ma il valore. Si apre una nuova era che porta con sé una voglia di alta definizione". Anche in questo caso alla dimensione fisica si accompagnano progetti tecnodigitali come **365 SHOWROOM**, piattaforma digitale attiva 24 ore su 24, 365 giorni all'anno, un marketplace all'interno del quale tutti gli espositori possono aprire uno spazio caricando e promuovendo le proprie collezioni. In tempo reale, saranno realizzati collegamenti personalizzati e servizi in streaming su misura, con clienti di Cina, Corea, Giappone, Usa.

Raccomandato da 



Scopri Curve, il tracker per ritrovare le COSE

Curve di Vodafone ti aiuterà a ritrovare il portatile, lo zaino o l'auto. Ecco come

Smartworld

Tag: **Fiera Milano** Mipel Homi Fashion&Jewels Micam TheOneMilano Lineapelle

Luoghi: **Fiera Milano** Rho

Speciale: **Fiera Milano**

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

Raccomandato da 



È tempo di aprire nuove porte. Mazda CX-30, ora con Gli Ecobonus Mazda.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.