

Saloni

Tornano i **buyer**, fiducia alle **fiere** fashion

Impennata di registrazioni e buone sensazioni al termine dei due primi giorni di Micam, Mipel, The One e Homi, in scena a Milano. Buone aspettative anche per Lineapelle che prenderà il via oggi. **Andrea Guolo**

A Milano sono tornate in scena le fiere. E a ripartire sono state le manifestazioni della moda, le ultime realizzate prima del lockdown e delle successive cancellazioni di eventi. #strongertogether è l'hashtag scelto da **Micam** (calzatura), **Mipel** (pelletteria), **The One** (prêt-à-porter e pellicceria) e **Homi fashion & jewels** (gioiello e accessori), alle quali si aggiunge oggi **Lineapelle** (pelli e componenti per la moda), per un'operazione di sistema che punta a presentare al mondo un'Italia più forte, unita e in grado di dare un messaggio di vera «nuova normalità», i cui risultati appaiono promettenti al termine dei primi due giorni di manifestazione. All'opening di Micam, Mipel e The One hanno preso parte il sottosegretario del **Maeci-Ministero degli affari esteri e cooperazione internazionale**, **Manlio Di Stefano**, il presidente di **Confindustria** e **Fiera Milano** **Carlo Bonomi**, i numeri uno di **Ice Agenzia**



Da sinistra, il taglio del nastro delle fiere milanesi e un'immagine della scorsa edizione di Lineapelle



sistema #strongertogether vede anche il coinvolgimento di Firenze, dove alla Stazione Leopolda è in corso l'evento **DaTe** per l'occhialeria di nicchia. Il sostegno del governo non è mancato, come evidenziato da **Manlio Di Stefano** durante il talk di apertura di scena al Mipel. Dopo aver letto un messaggio del ministro **Luigi Di Maio**, il sottosegretario agli Esteri e alla cooperazione internazionale ha ricordato l'importanza del sistema fieristico per l'economia italiana e l'inserimento di

un capitolo specifico del fondo 394/81 di **Simest** per il sostegno ai processi di internazionalizzazione degli enti fieristici italiani. Intanto **Ice Agenzia** accompagna le imprese verso il rilancio, anche attraverso la digitalizzazione, dell'export: «Siamo impegnati su 14 nuove iniziative nell'ambito del patto per l'export, tra cui una serie di accordi mondiali per far entrare le aziende italiane nei principali marketplace», ha concluso il presidente **Carlo Ferro**. (riproduzione riservata)

Carlo Ferro, di **Fondazione Fiera Milano** **Enrico Pazzali** e il sottosegretario di **Regione Lombardia** **Alan Rizzi**, oltre naturalmente ai vertici delle singole manifestazioni. **Siro Badon**, presidente di **Assocalzaturifici** e **Micam**, ha evidenziato il balzo dei buyer registrato nei giorni immediatamente precedenti alla fiera. «Avevamo annunciato la presenza di 5mila compratori dall'estero e dall'Italia, invece si sono registrati in 7mila», ha raccontato **Badon**, che tra i corridoi della fie-

ra ha colto sensazioni positive. «Ovviamente nessuno si aspettava il pienone, ma posso dire con certezza che l'affluenza c'è stata, e soprattutto chi è venuto lo ha fatto per acquistare. Stiamo raccogliendo complimenti da parte di tutti per il coraggio dimostrato nel voler organizzare la manifestazione, nonostante tutto quel che è successo. E le aziende che espongono ci dicono che oggi, se vuoi vendere, non hai alternative a Micam». Ed è sulla stessa linea la testimonianza di **Franco Gabbrielli**,

presidente di **Assopellettieri** e di **Mipel**: «Meno visitatori, ma qualità molto alta e diversi espositori mi hanno detto di essere soddisfatti della partenza», sintetizza il numero uno dei pellettieri. Il quale aggiunge: «Questa è la ripartenza. **Maeci** e **Ice** ci hanno sostenuto, dandoci l'opportunità di ridurre i costi per gli espositori. Le associazioni ci rimetteranno tanti soldi pur di fare quest'edizione, ma è stato un atto di responsabilità verso il sistema e verso il made in Italy». L'operazione di

un capitolo specifico del fondo 394/81 di **Simest** per il sostegno ai processi di internazionalizzazione degli enti fieristici italiani. Intanto **Ice Agenzia** accompagna le imprese verso il rilancio, anche attraverso la digitalizzazione, dell'export: «Siamo impegnati su 14 nuove iniziative nell'ambito del patto per l'export, tra cui una serie di accordi mondiali per far entrare le aziende italiane nei principali marketplace», ha concluso il presidente **Carlo Ferro**. (riproduzione riservata)

