

FIERE

Segnali positivi da MIFUR 2016

Con un boom del 63% di visitatori stranieri, segnali di ripresa dai buyer italiani e un totale di 9.647 visitatori, il Mifur ha celebrato quest'anno la sua 21° edizione.

Pur registrando un leggero calo per quanto riguarda i dati legati al numero dei compratori, che sarebbero stati il 4,5% in meno rispetto a quelli del 2015, il Salone Internazionale della Pellicceria e della Pelle Mifur chiude la sua 21esima edizione con interessanti prospettive.

In considerevole aumento è stata la percentuale dei compratori provenienti da importanti realtà asiatiche come il Giappone (+14,29%), Hong Kong (+9%) e la Corea (50,95%), a conferma dell'apertura di questi mercati, sempre più

interessati al segmento rappresentato a Mifur e molto attenti al Made in Italy. Dà qualche segno di ripresa anche il fronte russo che, pur con un leggero calo anche in questa edizione, sembra comunque riacquisire fiducia. Netta, invece, la ripresa dell'Ucraina, altro mercato significativo per il mondo della pellicceria, con un aumento di buyers del 29,63%. Anche il Regno Unito registra risultati positivi, con un aumento del 18,37% della percentuale dei compratori presenti rispetto al 2015. Controcorrente vanno invece i Paesi dell'Eurozona, la



4

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

BREAKING NEWS

**NASCE "THE ONE MILANO", NUOVO APPUNTAMENTO NELLA FASHION WEEK
MIFUR e MIPAP creano un grande polo per il prêt-à-porter d'alta gamma:
oltre 300 aziende animeranno la prima edizione**

Un nuovo appuntamento per gli operatori del settore, una grande opportunità per i buyer italiani e internazionali: nasce The One Milano, manifestazione in cui convergono knowhow ed esperienza di Mipap, salone del prêt-à-porter organizzato da Fiera Milano, e Mifur, salone della pellicceria e della pelle, organizzato dall'Ente Fieristico Mifur. Il nuovo salone, a cadenza semestrale, punta a rafforzare la propria posizione di appuntamento immancabile nel calendario delle fiere fashion internazionali, scegliendo un posizionamento a target che completa l'offerta del sistema moda milanese e che parla di prezioso contemporaneo e di un alto di gamma in declinazioni diverse, che risiede nella qualità del prodotto, nella garanzia della confezione, dello stile e della provenienza delle collezioni. L'integrazione della proposta espositiva che ha caratterizzato Mipap e l'attenta scelta delle aziende che hanno animato Mifur rappresenteranno per gli operatori una nuova e interessante occasione per stringere contatti con realtà di comparti affini: in particolare, essa potrà ricoprire un

ruolo strategico soprattutto per i buyer esteri, che troveranno ancor più funzionale alle proprie esigenze la trasversalità dell'offerta presente nelle manifestazioni. "L'integrazione di questi due eventi saprà valorizzare al meglio l'unicità dei singoli saloni - afferma Norberto Albertalli, presidente di Mifur - e, in particolare, offrirà alle aziende del settore pelle e pellicceria un'ulteriore opportunità di presentarsi al mercato in quanto il salone avrà cadenza semestrale. Fino a questo momento Mifur presentava le collezioni solo nell'appuntamento invernale, ma in realtà più di un terzo dei suoi espositori preparano anche collezioni estive e ci hanno fortemente richiesto di poter essere messe in calendario ogni semestre, considerando imprescindibile per il loro business l'incontro con il mercato internazionale che Mifur rappresenta e Fiera Milano garantisce". La prima edizione di The One Milano, curata dall'Ente Fieristico Mifur, si terrà nel pieno della Fashion Week, dal 24 al 27 febbraio 2017 nei padiglioni 3 e 4 di Fieramilanocity e vedrà la partecipazione di oltre di 300 aziende.

Cina e gli Stati Uniti, che, diversamente dagli altri stati, hanno registrato un minor numero di buyers presenti all'evento rispetto alla 20esima edizione della fiera.

"Siamo sufficientemente soddisfatti e raccogliamo con piacere i segnali positivi che confermano Mifur un Salone dal respiro internazionale." - dichiara il Presidente Mifur Norberto Albertalli - "L'impennata di visitatori stranieri sottolinea che rimaniamo una manifestazione di riferimento mondiale per il nostro settore. Anche in uno scenario di generale difficoltà dei mercati, Mifur rimane per le aziende una risorsa fondamentale per il proprio business". Aggiunge inoltre il Presidente Associazione Italiana Pellicceria Roberto Scarpella "Gli scenari nel settore sono cambiati profondamente negli ultimi anni e Mifur vuole evolversi insieme ad essi. A partire dalla concomitanza voluta con le manifestazioni del mondo moda,

per la prossima edizione ci stiamo impegnando su vari fronti e su ulteriori novità affinché questa manifestazione mantenga il primato rispetto a tutte le altre del settore e permetta ai nostri espositori di valorizzare al massimo il loro business e l'impegno nella partecipazione".

Sulla passerella del Mifur quest'anno hanno sfilato le collezioni autunno-inverno 2016/2017 dei brand di pellicce più prestigiosi del Made in Italy: Gianfranco Ferré Furs, De Carlis, Diego M, Fabio Gavazzi, Giorgio Magnani Luxury, Grandi Fur, Maurizio Brascchi, Pajaro, Rindi e Tosato 1928. A chiudere in bellezza le sfilate ci ha pensato la casa d'aste NAFA, che avvalendosi della creatività dei dieci brand in passerella, ha presentato una selezione di castori e marmotte nordamericane, tutti capi d'abbigliamento che hanno poi dato vita ad una vera e propria limited collection firmata dal brand NAFA.

