

CONGIUNTURA

Il calo della Russia penalizza il settore

◆ I dati dell'ultimo Mifur fanno ben sperare: l'edizione del febbraio 2016 della fiera annuale della pellicceria che si tiene a Milano si era chiusa con un boom del 63% di visitatori stranieri, segnali di ripresa dai buyer italiani (+2%) e un totale di 9.647 visitatori. La 22esima edizione si terrà dal 24 al 27 febbraio 2017, in contemporanea con la settimana della moda milanese e le altre manifestazioni del sistema moda, nella scia del crescente coordinamento voluto tra fiere e associazioni del settore dal Comitato per la moda guidato dal sottosegretario Ivan Scalfarotto. Nel 2017 inoltre cambierà il format, che si chiamerà TheOneMilano by Mifur e Mipap, per affiancare la manifestazione delle pellicce a quella del pret-à-porter di Fiera Milano.

Tornando ai dati del Mifur 2016, forte era stata la presenza di buyer dal Giappone (+14,29%), dalla Corea (+50,95%) e da Hong Kong (+9%), mentre era stato confermato il calo della Russia, con il 15% in meno di buyer. Un dato coerente con quello dell'export di pellicceria italiana elaborato da PwC su numeri Istat in occasione del Mifur 2016: le esportazioni verso la Russia di indumenti e accessori di pellicceria (esclusi guanti e scarpe) nel 2015 erano scese del 34% e quelle verso l'Ucraina - altro grande mercato di sbocco - del 30%. Su base annua, il calo dell'export verso i due Paesi aveva contribuito a un calo della produzione italiana del 7-8%.

Segnali positivi vengono però dalla moda,

che nei suoi corsi e ricorsi sembra aver riscoperto l'uso della pelliccia: sulle passerelle di febbraio di Milano e Parigi, con le collezioni per l'autunno-inverno 2017-18, vedremo se il trend sarà confermato. Sarebbe una buona notizia per i produttori italiani, tutti posizionati nell'alto di gamma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Icona. Un look Fendi per l'A-I 16, 17, la pelliccia è in visone con intarsi floreali multicolor

