



Leonardo avvia a Pisa la produzione dell'elicottero a guida remota

Il gilet giallo Chalencon: noi pronti a guerra civile in Francia

Vale: 40 anni da campione, ecco i numeri

Reddito di cittadinanza: requisiti p

FIERE

# Micam e Mipel a caccia di buyer esteri

—di **Marta Casadei** | 16 febbraio 2019



**I** numeri danno conto di un **momento difficile da decrittare**: le fiere italiane dedicate alle calzature e alla pelletteria hanno chiuso le loro edizioni invernali 2019 lo scorso 13 febbraio, dopo quattro giorni alla **Fiera di Milano-Rho**, con visitatori in linea (Micam, 43mila ingressi registrati) oppure in leggero calo (Mipel, -2,9%) rispetto alle edizioni di febbraio 2018. A incidere sono stati soprattutto i comportamenti poco prevedibili dei compratori stranieri, difficilmente leggibili in un'unica chiave. Basti pensare che Micam riferisce un «calo a doppia cifra» dei buyer da Francia, Germania e Russia (a fronte di un +35% di presenze dagli Usa e un +38% dal Canada), mentre Mipel - che si svolge nello stesso luogo - ha visto crescere proprio il numero dei compratori russi (+33%), francesi

I PIÙ LETTI DI MODA24

**ULTIME NOVITÀ**

Dal catalogo del Sole 24 Ore

SCOPRI ALTRI PRODOTTI >

LE GALLERY PIÙ VISTE



**SPORT** | 15 febbraio 2019  
 Le immagini della nuova Ferrari SF90



**IMPRESA & TERRITORI** | 14 febbraio 2019  
 Airbus A380: la fine del sogno europeo del superjumbo



**ITALIA** | 14 febbraio 2019  
 Pompei nuove scoperte. Amore e sensualità negli affreschi della Regio V



**DOMENICA** | 15 febbraio 2019  
 Jeff Koons all'Ashmolean di Oxford

(+23%) e tedeschi (+21%).



ITALIA | 14 febbraio 2019

La protesta degli olivicoltori in gilet arancione

La **conquista dei buyer stranieri** rimane un obiettivo primario delle fiere, intenzionate ad attrarne di nuovi e a recuperare quelli perduti. Del resto, un quota decisiva dei fatturati di entrambi i settori (nonché della crescita) continua ad arrivare dall'estero.

E allora, in linea con quanto fatto negli ultimi anni, le manifestazioni mantengono salde le **alleanze tra loro**, aumentano le sinergie con le istituzioni e studiano format sempre più contemporanei, che agli stand tradizionali affiancano eventi, performance, momenti per lo scouting: «Non solo piattaforme di business, ma incubatore di stili e tendenze», come Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici, ha definito Micam.

Il **contenuto moda** dei brand selezionati, unito alla qualità è (o dovrebbe essere: per molti buyer è il prodotto a fare la differenza) tra le priorità delle manifestazioni che sempre più spesso puntano sui giovani, ma anche sulla sostenibilità.

Temi che vedremo anche nelle **fiere in partenza** nei prossimi giorni: Lineapelle, dal 20 al 22 febbraio, dove le aziende del settore conciario presenteranno le novità con un occhio all'ambiente; White Milano, salone della moda contemporary che dopo aver sperimentato a gennaio la formula B2c (con successo), porta a Milano un nuovo format dedicato proprio al rapporto tra uomo e natura. Negli stessi giorni (22-25 febbraio) e nella stessa zona, il Tortona Fashion District, andrà in scena Super, salone di Pitti Immagine che con marchi di ricerca e giovani talenti mira a una fetta più ampia (oggi è il 20%) di buyer esteri.

I **compratori stranieri** a TheOneMilano, il salone di **Fiera Milano** che riunisce gli ex Mifur e Mipap, sono invece il 60 per cento. I visitatori preregistrati sono già 8mila e il format della manifestazione quest'anno ha previsto perfino una lounge dove possono rilassarsi ascoltando musica.

© Riproduzione riservata

ARGOMENTI: [Assocalzaturifici](#) | [Milano](#) | [Annarita Pilotti](#) | [Fiere](#)