

DA OGGI A MILANO**Fashion week al via, undici eventi per testare la ripresa**

Undici eventi di cui sei sfilate "fisiche", organizzate negli headquarter storici delle case di moda o in location inedite. È questo il programma (fitto) della prima giornata della fashionweek di Milano, in calendario fino al 28. Il capoluogo lombardo si rimette in gioco dopo un'estate all'insegna dell'incertezza. *a pagina 14*

Milano, da fiere e sfilate solo un effetto soft sulla città

FASHION WEEK

Previsto un impatto limitato sugli hotel con prenotazioni last minute a prezzi bassi

A Micam e Mipel pochi i buyer stranieri, gli italiani hanno ridotto gli ordini

Marta Casadei

Undici eventi di cui sei sfilate "fisiche", organizzate negli headquarter storici delle case di moda - da Viale Piave per Dolce&Gabbana a via Solari per Fendi - o in location inedite, come il cortile della Rocchetta, al Castello Sforzesco, scelto da Alberta Ferretti. È questo il programma (fitto) della prima giornata della fashion week di Milano, in calendario fino al 28. Una settimana durante la quale il capoluogo lombardo tornerà a mettersi in gioco dopo i duri mesi del lockdown e un'estate all'insegna dell'incertezza. Tra eventi aperti anche al pubblico, nuovi progetti e un obiettivo: dare un segnale forte.

Il segnale è già arrivato dalle manifestazioni che sono in corso a Rho Fiera: Micam e Mipel, a cui si aggiungono un'edizione speciale di The One Milano e, in parziale sovrapposizione, Lineapelle. «La fiera è espressione di un forte spirito industriale, serve per dire che ci siamo, anche se abbiamo 450 espositori rispetto ai 1.250 pre Covid-19 siamo la fiera più grande a tenersi nel secondo semestre dell'anno a livello mondiale», dice Tommaso Cancellara, direttore generale di Assocalzaturifici e ceo di Micam. I feedback degli

espositori, secondo Cancellara, «sono polarizzati: chi ha il prodotto giusto venduto a un prezzo corretto ha avuto risultati positivi, altri no. La maggioranza, comunque, ha detto che la fiera è andata meglio delle previsioni».

I numeri dei visitatori sono, invece, lontani da quelli delle edizioni passate: «Chiuderemo con 10mila presenze (cifra che conteggia anche gli ingressi multipli, ndr), un numero esiguo rispetto alle 40mila cui la manifestazione è abituata. Del resto, gli stranieri sono arrivati solo da Paesi limitrofi e c'è ancora molta paura, in generale, nonostante vengano rispettate tutte le norme anti Covid», chiosa Cancellara.

È d'accordo Danny D'Alessandro, ceo e direttore generale di Mipel, quest'anno in fiera con 90 espositori: «Domenica e lunedì abbiamo registrato 1.100 visitatori al giorno. Sono mancati i buyer stranieri, al di là di qualche presenza da Paesi europei, e alcuni compratori italiani hanno preferito non venire intimoriti dalla pandemia o dall'incertezza economica: non se la sono sentita di fare ordini in questo momento», spiega.

In entrambi i casi - sia per Micam sia per Mipel - chi non era presente in fiera potrà comunque visionare le collezioni sulle piattaforme virtuali: «Ora che con la fiera fisica abbiamo mostrato al mondo che il sistema made in Italy è vivo - conclude D'Alessandro - il nostro compito è cercare altri "ponti" per collegare aziende e compratori».

All'impegno delle associazioni e delle imprese, si contrappone, tuttavia, l'impatto (ridotto) sull'indotto. Che, a fronte degli sforzi e nella consapevolezza delle difficoltà legate alla pandemia, almeno secondo le pre-

visioni, risulterebbe comunque troppo leggero. Se la fashion week negli anni ha accresciuto notevolmente l'impatto sul settore dell'ospitalità (19 milioni di euro nel 2018) quest'anno la kermesse non ha contribuito alla ripartenza del settore alberghiero in città. «Non rileviamo nessun cambiamento rispetto al trend del mese di settembre - spiega Maurizio Naro, presidente di Apam, associazione albergatori aderente a Confindustria Milano -; l'occupazione delle strutture rimane al 25-30% e i prezzi sono in linea con quelli estivi». Niente tutto esaurito e tariffe folli come avveniva, invece, negli anni passati. Anzi: «Chi arriva tende a prenotare la sera prima o il giorno stesso, perché tanto sa di trovare posto e a un costo limitato», chiosa Naro.

Se, dunque, coinvolgere gli addetti ai lavori e farli tornare a Milano sembra essere più difficile del previsto, la fashion week potrebbe riuscire nella missione di riportare i milanesi fuori di casa (sempre al netto delle dovute precauzioni). In calendario, infatti, ci sono eventi come Milano Loves Italy, il primo "fuorisalone" della moda a Milano organizzato da White con Interni: «Abbiamo in programma otto eventi fisici per coinvolgere anche i consumatori - dice Massimiliano Bizzi, fondatore di White - . Milano ha bisogno di energia e slancio e stando chiusi in casa non risolveremo le cose». Tra gli eventi pensati per coinvolgere i cittadini c'è anche quello di Fabiana Filippi che dal 24 al 28 settembre proietterà lo show P-E 2021 sulla facciata del proprio palazzo in Porta Romana. E, non ultimo, il progetto di Rinascente che, con Camera della Moda, invita alla scoperta dei talenti del Made in Italy, a partire dalle vetrine che affacciano su Piazza Duomo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Uno schermo a Times Square. Oltre che a Milano, sfilate in diretta streaming anche a New York con la partnership tra Urban Vision e Camera della moda



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

089504