

RIPARTENZA Circa 64mila imprese del Made in Italy, generano un fatturato pari a 98 miliardi e danno lavoro a oltre 575mila addetti

Settore Moda: eventi fieristici come opportunità

Gli appuntamenti espositivi di settembre mirano a una svolta che, pur con gradualità, potrà guidare verso un nuovo corso e a una collaborazione ancora più stretta e fruttuosa

(afm) All'interno del sistema industriale italiano, **Confindustria Moda** rappresenta circa 64mila imprese del Made in Italy, che generano un fatturato pari a 98 miliardi di euro e danno lavoro a oltre 575mila addetti (dati pre-consuntivo 2019). Le imprese associate a Confindustria Moda hanno registrato nel 2019 una quota percentuale di export sul fatturato superiore al 69%. Confindustria Moda raggruppa le imprese associate a SMI (Sistema Moda Italia), ASSOPELLETTIERI, AIP (Associazione Italiana Pellicceria), ANFAO (Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici), ASSOCALZATURIFICI, FEDERORAFI (Federazione Nazionale Orafi Argentieri Gioiellieri Fabbricanti) e UNIC (Unione Nazionale Industria Conciaria).

«È importante, oggi più che mai, per Confindustria Moda difendere il patrimonio di conoscenze e l'eccellenza che caratterizza i settori che la rappresentano - afferma il presidente, **Claudio Marenzi** - Siamo accanto alle nostre aziende attraverso iniziative concrete che tutte le nostre associazioni stanno portando avanti per dare sostegno alle imprese dei vari settori, ma l'organizzazione delle manifestazioni fieristiche resta il

fulcro del nostro impegno. Per questo guardiamo non solo a Milano Unica, ma a tutti gli eventi di settembre (New Point of View di Lineapelle, MICAM Milano, Mipel e TheOneMilano Special, che si terranno a **Fiera Milano** dal 20 al 23 settembre 2020. DaTE, evento di nicchia dedicato all'occhialeria d'avanguardia avrà per palcoscenico, invece, la Leopolda di Firenze dal 21 al 23 settembre), anche come a un punto di svolta, che, pur con gradualità, ci potrà guidare verso un nuovo corso e a una collaborazione ancora più stretta e fruttuosa».

«Il sistema fieristico rappresenta la vera e concreta opportunità per il sistema produttivo e per l'export - spiega **Enrico Pazzali**, Presidente di **Fondazione Fiera Milano** - Per questo, sono state avviate e lanciate una serie di iniziative volte ad agevolare il finanziamento alle aziende che investono nella partecipazione alle fiere, coinvolgendo anche il settore bancario nella ripartenza del sistema Paese che ha nella rete delle piccole e medie imprese la spina dorsale del sistema industriale nazionale».

Tutte le manifestazioni si muoveranno compatte, con l'obiettivo di far ripartire i ri-

spettivi comparti e con la consapevolezza che, anche se i limiti agli spostamenti internazionali restano una variabile non controllabile, confermare il ruolo delle fiere come imprescindibile vetrina e occasione di scambio è fondamentale per continuare a offrire alle imprese una finestra sull'internazionalizzazione.

In questo contesto, diventa fondamentale lo stretto dialogo tra gli organizzatori delle manifestazioni e ICE, l'Agenzia del Commercio Estero, punto di riferimento per l'individuazione e la profilazione dei buyer internazionali.

«Le sfide di oggi si giocano in un contesto globale diverso dal passato e un'azione di sistema come quella annunciata, che mette le risorse a fattor comune per il rilancio del Made in Italy, è il modo migliore per affrontarle» afferma **Carlo Ferro**, Presidente di ICE Agenzia. «Già durante l'emergenza, con la conversione della produzione, il settore della moda ha dimostrato una capacità di fare sistema e uno spirito di servizio davvero straordinari. Ora, affinché l'Italia torni a essere leader sui mercati mondiali, bisogna combinare reazione e visione, affiancare nuovi strumenti alle misure di supporto. Come ICE siamo

fortemente impegnati nel digitale e nell'e-commerce attraverso un piano di accordi con numerosi marketplace con l'obiettivo di portare le imprese italiane in 59 iniziative in 28 paesi nel mondo; perché le abitudini di consumo, soprattutto delle nuove generazioni, non conoscono confine tra offline e online. E verso il sistema fieristico ci impegniamo sia rafforzando la nostra azione sull'incoming sia attraverso il nostro nuovo progetto "Fiera Smart 365" che, innestando il digitale sulla componente fisica della fiera, consentirà alla manifestazione di vivere 365 giorni all'anno. Perché innovazione, digitale e sostenibilità sono la filigrana che certifica il valore delle azioni per aiutare le imprese a cogliere la ripartenza».

Il mondo della moda italiana è dunque pronto a ripartire. Per l'occasione, Confindustria Moda ha coniato anche l'hashtag #strongertogether, perché ogni impresa, ogni operatore, ogni buyer possa fare proprio un motto che racconti la ripresa non soltanto di tante aziende o di un sistema economico nazionale, ma soprattutto di un punto di riferimento culturale, come quello che il Made in Italy della moda rappresenta nel mondo.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.