

Scarpe, borse e pret-à-porter: aziende e buyer tornano a Rho

Riapertura in grande stile. Dopo Milano Unica è la volta di Micam, Mipel, TheOne, Lineapelle e Homi Fashion&Jewels: gli incontri fisici in stand restano strategici per il rilancio del business

Giulia Crivelli

Non le aveva sconfitte internet, ma solo spinte a cambiare in meglio. Non l'ha fatto il Covid: parliamo delle fiere, che, come era accaduto con la rivoluzione digitale, sono state colpite duramente, ma si stanno già rialzando. Affrontano l'era post lockdown con formule diverse (si veda anche l'articolo in pagina sul design), forti di mesi di riflessioni per creare format misti tra allestimenti fisici ed eventi o contenuti aggiuntivi digitali.

Esemplare il caso del quartiere fieristico di Rho e delle manifestazioni legate alle settimane della moda, quasi tutte costrette a cancellare le edizioni del primo trimestre e ora pronte a ripartire, con rinnovato spirito di squadra, in occasione della prossima fashion week di Milano, dedicata alle collezioni donna e uomo per la primavera-estate 2021, che si terrà, a sua volta in modalità *phygital*, dal 22 al 28 settembre. A guardare bene apripista è stata la 31esima edizione di Milano Unica, prima fiera fisica in Italia dopo il lockdown, appuntamento clou con il tessile di alta gamma, che si è tenuta a Rho l'8 e il 9 settembre (si veda Il Sole 24 Ore di venerdì 11): 207 le aziende espositrici, 171 italiane e 36 straniere, che hanno presentato le collezioni di tessuti e accessori per uomo, donna e bambino per l'autunno-inverno 2021-22 (il tessile è sempre proiettato in avanti di una stagione rispetto al pret-à-porter, "fermo" alla primavera-estate, come detto). I visitatori sono stati 2.400 e particolarmente importante, oltreché inaspettata, a detta degli stessi organizzatori, la partecipazione di buyer esteri (circa

400), con rappresentanze americane, giapponesi, inglesi, francesi, svizzere e tedesche.

#strongertogether

Fin da luglio **Fieramilano**, le associazioni di settore e la federazione Confindustria Moda avevano sottolineato l'importanza del fitto calendario di settembre, lanciando anche l'hashtag #strongertogether (letteralmente, insieme si è più forti, leggermente diverso dal nostro "l'unione fa la forza"). Dopo Milano Unica ci saranno infatti, dal 20 al 23 settembre, Micam (calzature), Mipel (pelletteria), TheOneMilano Special (prêt-à-porter in pelle, tessuto e pelliccia); dal 22 al 23 settembre sarà la volta del nuovo format di Lineapelle (filiera della conceria), battezzato, A New Point of View (un nuovo punto di vista). Per tutti un'unica location, **Fieramilano Rho**, dove dal 19 al 22 settembre si terrà anche Homi Fashion&Jewels. *Last but not least*, sempre dal 19 al 21 settembre è in programma alla Leopolda di Firenze DaTE, evento di nicchia sull'occhialeria d'avanguardia, alla cui organizzazione contribuisce Mido, manifestazione internazionale dell'eyewear, costretta a cancellare l'edizione 2020 ma già al lavoro per quella del prossimo anno (a differenza delle altre fieri, Mido, organizzata da Anfao, si tiene una sola volta all'anno).

La forza di Micam

L'edizione numero 90 del Micam ospiterà oltre 500 aziende e circa 5mila buyer hanno già confermato la loro presenza, provenienti da Italia ed Europa. «Micam è l'occasione concreta per far ripartire il business. - spiega il presidente di Assocalzaturifici e della fiera Siro Badon -. L'incontro negli stand rimane la via

privilegiata per procedere alle trattazioni degli ordini dopo aver toccato con mano i campionari e so-

prattutto, partecipando alla rassegna, ci si confronta con i colleghi e gli operatori del settore per capire dove va il mercato, cogliendone in anticipo i trend». Importante, quest'anno più che mai, il sostegno del Governo: «Grazie ai fondi messi a disposizione da Simest - sottolinea Badon - si potrà partecipare alla rassegna espositiva con contributi agevolati e a fondo perduto».

Il rilancio della pelletteria

Mipel, organizzata con il sostegno del ministero degli Esteri e di Agenzia Ice e patrocinata dal Comune di Milano, si presenterà in un format ridotto rispetto al passato ma comunque rinnovato: «La nostra presenza non è mai stata in discussione nonostante le numerose difficoltà che ci siamo trovati ad affrontare in termini organizzativi - spiega Franco Gabbrielli, presidente di Mipel e di Assopellettieri -. Presentarsi uniti a questo appuntamento è fondamentale, vuol dire fare squadra e fronte comune in una situazione che ha colto tutti impreparati». Novanta i brand presenti: «La pelletteria italiana ha voglia di ripartire - aggiunge il direttore generale di Mipel Danny D'Alessandro -. Avremo numeri diversi rispetto al passato, la fiera è un momento strategico preziosissimo per il settore: aziende e buyer oltre che per fare business vengono per confrontarsi, aggiornarsi sui trend di settore, per prendere ispirazione. Tutte cose che mancano da sette mesi: è ora di tornare a guardarsi negli occhi, seppure con una mascherina sul viso».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La vetrina dell'eyewear Mido dovrà aspettare il 2021, ma domani si apre Date, trasferta fiorentina dell'evento di Anfao

Fiera di Rho.

Micam è una delle poche manifestazioni a occupare quasi tutto il quartiere alle porte di Milano. In era Covid le presenze e la superficie saranno limitate, ma restano i simboli iconici dell'evento, come la grande scarpa rossa

