

# IL CORAGGIO DELLE FIERE

*Cinque fiere riaccendono, a settembre, i riflettori su **Fieramilano** Rho. In sinergia con Lineapelle - A New Point of View si svolgono Micam, Mipel, TheOne, Homi - Fashion & Jewels (19/22). Occasioni fisiche e "concrete" (ma non solo) «per far ripartire il business»*

## Avvertenza

Questa testata, data la sua periodicità mensile, è esposta alla volubilità della cronaca, che trova in Covid-19 un fattore di inevitabile criticità.

Va, dunque, segnalato, a scanso di equivoci, che nel momento in cui scriviamo queste righe (3 settembre 2020) il programma fieristico previsto a **Fieramilano** Rho dal 20 al 23 settembre, è confermato.



## PERISCOPIO

### Parigi migra online

A Parigi ci hanno creduto fino alla fine, ma, poi, la preoccupante recrudescenza dei contagi, non ha permesso a Première Vision di avere margini di manovra. **Fino al 31 ottobre 2020**, infatti, il Governo francese ha vietato qualsiasi evento che assembri al suo interno **più di 5.000 persone**. Conseguenza: **il salone parigino ha dovuto annullare l'evento fisico** in calendario il 15 e 16 settembre 2020 proponendosi, per questa edizione, in **modalità esclusivamente digitale**.

▲ È **Claudio Marenzi**, presidente uscente di Confindustria Moda, a utilizzare la parola "coraggio" in un'intervista a Il Sole 24 Ore. «**Coraggio è la parola giusta**», dice, per parlare di come **l'Italia fieristica** si ripresenta alla ribalta di settembre.

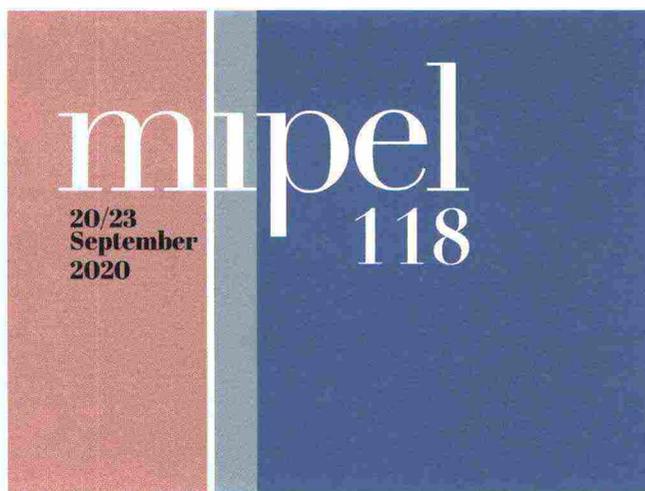
Con **Milano Unica**, dall'8 al 9 settembre.

Con le sfilate della **Milano Fashion Week** dedicata alla donna, dal 22 al 28 settembre.

Con le fiere che animeranno **Fieramilano** Rho dal 19 al 23 settembre, al grido di #strongertogether: **Lineapelle - A New Point of View (22/23)**, **Micam (20/23)**, **Mipel (20/23)**, **TheOne (20/23)**, **Homi - Fashion & Jewels (19/22)**. «Cinque manifestazioni unite - spiegano da Lineapelle che si presenta al via del format **A New Point of View con oltre 300 aziende provenienti da 14 Paesi** -, per sottolineare la vitalità della filiera fashion and lifestyle italiana che, pur duramente colpita dalla

situazione di instabilità socioeconomica provocata dall'emergenza sanitaria, reagisce mettendo in campo tutta la creatività e tutto il rinnovato impegno in sostenibilità e innovazione delle aziende che la compongono».

A **New Point of View** (padiglioni 5 e 7) è «**un evento di nuova generazione**: smart e ibrido nel suo accostare alla dimensione fisica anche quella a distanza, per soddisfare le necessità di chi non potrà essere presente in fiera». Il tutto, ovviamente, confermando «le modalità di assoluta sicurezza a garanzia della salute di espositori e visitatori». Si tornerà a discutere vis-à-vis di prodotto e tendenze, in questo caso quelle per la stagione Autunno-Inverno 2021/22. In parallelo, Lineapelle mette sul tavolo, anzi "sul desktop", anche una serie di «progetti tecnodigitali». Come «**365 SHOWROOM** - spiega la segreteria del salone -, piattaforma digitale attiva 24 ore su 24, 365



## PERISCOPIO

### A Düsseldorf tutto ok

Un banco di prova per il mercato e non solo. Dal 30 agosto al 1° settembre, a **Düsseldorf**, si è svolta **Gallery Shoes**. Il salone si è connotato come l'input di riaccensione di un sistema fieristico che è costretto a far di necessità virtù di fronte alla gestione della sicurezza sanitaria. Così, se tra fine luglio e inizio agosto, **Momad Madrid** ha prima confermato e, nel giro di poche ore, annullato l'edizione in programma dal 18 al 20 settembre 2020, Gallery Shoes ha tirato dritto. Risultato: più visitatori del previsto (ma ordini, come prevedibile, molto contenuti), ottima gestione dei protocolli. «Poche regole, molti controlli e un'organizzazione "alla tedesca"», sintetizzano gli espositori italiani presenti, testimoniando che, con cautela, rigore e a determinate condizioni, fare fiere, oggi, si può.

giorni all'anno che si configura come un vero e proprio marketplace all'interno del quale tutti gli espositori possono aprire uno spazio caricando e promuovendo le proprie collezioni». Il 22 e 23 settembre, poi, in tempo reale, «saranno realizzati collegamenti personalizzati e servizi in streaming su misura, con clienti di Cina, Corea, Giappone, USA». E in fiera, infine, all'interno di uno spazio tecnologico, «Dyloan (società che mette in relazione tecnologia innovativa, creatività e manifattura) presenterà alcuni eventi live streaming nei quali artigiani tradizionali e tecnologici, in collaborazione con designer di varia estrazione punteranno l'obiettivo sulle ultime soluzioni tecnologiche finalizzate alla customizzazione di materiali e prodotti». Sulla stessa lunghezza d'onda **Mipel** che alla fiera fisica affianca il **Digital Trade Show**, in modo che «i visitatori internazionali che non

possono viaggiare, potranno effettuare comunque i loro ordini, incontrare virtualmente i brand partecipanti, visionare le nuove collezioni SS2021 e scoprire le novità del settore». Oltre 500 gli espositori e 5.000 i buyer (soprattutto italiani ed europei) che hanno confermato, invece, la presenza a Micam. Il salone calzaturiero occuperà i padiglioni 1, 2, 3, 4 e 6 del quartiere fieristico di Rho. Con la "postilla" significativa che i padiglioni 1 e 3 non si chiameranno più "Luxury", ma "Premium" e ospiteranno, per la prima volta, anche un'area Mipel e una TheOneMilano Special, il salone del prêt-à-porter femminile che si svolge in parziale concomitanza. «Micam Milano rappresenta l'occasione concreta per le nostre aziende del comparto calzaturiero di far ripartire il business» spiega il presidente del salone e di Assocalzaturifici, **Siro Badon**.

Parole che possono essere prese a denominatore di tutto il conglomerato fieristico che negli stessi giorni animerà gli spazi di Rho con rigore, responsabilità e, soprattutto, coraggio.

