

L'industria della moda riparte con fiducia

Indice

Sistema moda

La rivincita delle fiere: Micam, Mipel e theOne oltre le aspettative

Buyer dall'Italia e dall'estero (Cina esclusa) a Milano per le collezioni della primavera-estate 2022 delle 735 aziende presenti ai tre eventi

di Giulia Crivelli

22 settembre 2021



▲ L'inaugurazione del Micam, il Salone del calzaturificio. (Ansa)



I punti chiave



- [Micam: l'edizione del rinascimento](#)



- [A Mipel premiate le novità](#)



- [Il format solido di theOne Milano](#)



🕒 2' di lettura

Tre giorni di fiere tornate in presenza, gustoso e autentico antipasto delle sfilate, presentazioni ed eventi della settimana della moda donna a Milano. Buyer e operatori dallo scorso weekend hanno animato la città e fatto ripartire alberghi, ristoranti e servizi, oltre naturalmente ad affollare i padiglioni di **Fiera Milano** a Rho, come mostrano i dati sull'affluenza a Micam (calzature), Mipel (pelletteria) e theOneMilano (abbigliamento). In tre giorni si sono registrati 22.274 ingressi: operatori dall'Italia e dall'estero (Cina esclusa) arrivati per vedere (e comprare) le collezioni per la primavera-estate 2022 delle 735 aziende presenti ai tre eventi.

Micam: l'edizione del rinascimento

Soddisfatto Siro Badon, presidente di Assocalzaturifici e di Micam: «È stata l'edizione del rinascimento. I veri protagonisti sono stati gli espositori e vedere nei loro occhi l'entusiasmo di chi finalmente sta cominciando a mettersi alle spalle una congiuntura difficile non ha prezzo». Come tutte le grandi fiere, Micam si conferma hub per il rilancio delle imprese e vetrina sui mercati esteri. «L'entusiasmo di cui parlo è legato anche ai numeri: dopo la crisi del 2020, nel primo semestre di quest'anno è cresciuta sia la produzione industriale (+13%) delle calzature sia il fatturato (+22%) – ha aggiunto Badon –. In aumento pure la spesa delle famiglie italiane (+17,4%) e l'export (+31,5% in valore)».

Loading...

Mipel: premiate le novità

Giustificato ottimismo anche da parte di Franco Gabrielli, presidente di Mipel: «I risultati sono persino superiori alle aspettative, sono state premiate le novità di questa edizione. A partire dal concept Mipel Play, celebrato con la presenza speciale degli atleti olimpici italiani che ci hanno fatto sognare quest'estate. Lo stesso spirito – ha sottolineato Gabrielli – che animerà la prima edizione di Mipel Lab al via domani (oggi per chi legge, ndr) e che sarà di ispirazione per le tante attività che ci attendono nei prossimi mesi».

Per le edizioni di settembre, le fiere avevano scelto l'hashtag #restarttogether, una ripartenza "di sistema" che prosegue, ha ricordato Luca Palermo, amministratore delegato di Fiera Milano: «La nostra cordata non si limita a Micam, Mipel e theOneMilano: il giorno prima si era chiusa con successo Homi Fashion&Jewels, che ha registrato 12.275 visitatori, e ora passiamo il testimone a Lineapelle». Secondo Luca Palermo la sequenza di appuntamenti «dimostra l'importanza di fare sistema e la centralità delle fiere per far ripartire un comparto produttivo determinante per il Paese».

Il format solido di theOne Milano

Dello stesso parere Norberto Albertalli, presidente di theOne Milano: «È un successo per tutti e di tutti e che ben rappresenta la forza del settore dell'accessorio e si propone come un format solido e capace di attrarre buyer dall'Italia e dall'estero, anche grazie ad Agenzia Ice». Torna anche Lineapelle e al pari di Micam e Mipel è ricca di nuovi contenuti, come A new point of materials: accanto all'esposizione ragionata di pelli e materiali, in agenda ci sono talk su produzione, finanza aziendale, retail e sull'innovazione responsabile e sostenibile.

Riproduzione riservata ©

ARGOMENTI Micam Italia Milano Fiera Milano Deep Jewels

loading...