

La moda italiana torna ad Almaty

Ai nastri di partenza la Moda Italiana ad Almaty, appuntamento organizzato da Assocalzaturifici, in partnership con Emi, Ente Moda Italia, con il patrocinio dell'Ambasciata d'Italia in Kazakistan, il supporto operativo di Ice Agenzia e in collaborazione con Aip, Associazione Italiana Pellicceria e Assopellettieri, che andrà in scena dal 3 al 5 ottobre prossimi. La rassegna fieristica, manifestazione di riferimento per i mercati dell'Asia centrale, è riservata agli operatori professionali e l'appuntamento italiano mira ad incrementare l'export in questi mercati delle piccole e medie imprese dei comparti delle calzature, pelletteria, abbigliamento ed accessori.



Il Made in Italy si presenterà con un'offerta espositiva ancora più significativa rispetto al passato: oltre 60 i marchi presenti, con una partecipazione in crescita grazie ad un consolidamento avvenuto con gli investimenti realizzati in questi anni di rilancio post-pandemico da parte di Assocalzaturifici ed Emi insieme ad altre associazioni del comparto abbigliamento e accessori di Confindustria Moda Aip, Associazione Italiana Pellicceria e Assopellettieri, tradizionali partner istituzionali dell'evento. Per la presidente di Assocalzaturifici, Giovanna Ceolini, "il Kazakistan è un mercato dalle grandi potenzialità, un bacino che può risultare strategico nella congiuntura attuale. L'interscambio commerciale è essenziale per il nostro comparto calzaturiero specie verso Paesi dove è da sempre apprezzato ed eventi come questi, organizzati in sinergia con le altre organizzazioni di categoria sono delle opportunità imprescindibili per la ripresa economica di un comparto provato dal biennio pandemico. D'altronde il successo del Made in Italy, l'essere riconosciuto e desiderato a livello internazionale, conferma quanto rappresenti un asset strategico per il nostro Paese".

Attesi nei tre giorni di manifestazione oltre 200 buyer qualificati per una fitta agenda di incontri e workshop, con un focus importante sui temi dell'innovazione e della sostenibilità, realizzata grazie alla partnership con Ice Agenzia che organizza un incoming program da tutti i principali mercati dell'area centroasiatica e da tutte le province del Kazakistan. Un Paese con grandi potenzialità di sviluppo, che ha raggiunto negli anni la fascia dei Paesi a reddito medio e che presenta un fortissimo tasso di fidelizzazione al prodotto made in Italy di cui apprezza la qualità e l'artigianalità, oltre alle consuete dinamiche di brand awareness.

L'attenuarsi della emergenza pandemica e la conseguente ripartenza dei mercati internazionali ha favorito una situazione di ripresa anche in Kazakistan, che rappresenta un mercato importante per le produzioni calzaturiere italiane, ponendosi come un importante hub regionale anche alla luce dell'attuale congiuntura internazionale. In particolare, con 156mila paia e un valore di 11,4 milioni di euro (prezzo medio di 72,88 euro/paio), l'export ha registrato nei primi 6 mesi dell'anno una crescita del +44,4% a quantità e del +51,7% a valore sull'analogo periodo 2021. Almaty rappresenta anche l'occasione per un contatto con i buyers dell'Uzbekistan, un mercato che segna un'espansione dell'export sia in quantità (+46,5%) che a valore (+67,2%). I due mercati, Kazakistan e Uzbekistan, insieme valevano nel primo semestre oltre 15 milioni di euro in termini di export.

Commenta il presidente di Associazione Italiana Pellicceria, Roberto Tadini: "Anche per il settore pellicceria il Kazakistan rappresenta un mercato importante, sia per sé stesso sia in termini di hub. I dati dell'export delle pellicce italiane nel primo semestre 2022, comparati con quelli del primo semestre 2021, evidenziano un incremento a valore del 57%. Per gestire al meglio la difficile situazione dei mercati attuali delle nostre aziende, la soluzione può essere solo quella di affrontarne le sfide come sistema moda coeso e unito, lavorando con le altre organizzazioni di categoria di Confindustria Moda e facendo apprezzare i nostri prodotti nel mondo".

La progressiva ripresa della normalità e un primo semestre positivo per il comparto della pelletteria, che ha registrato un incremento per produzione industriale (+12,4%) e fatturato (+15%), sostenuti dai recuperi sul mercato interno (+12,2%) e soprattutto dell'export (+17,3%), "sono fattori molto incoraggianti - afferma Franco Gabbriellini presidente di Assopellettieri - Un'iniezione di positività con la quale affrontiamo Almaty, un appuntamento che si riconferma di primaria importanza per il nostro Made in Italy. Dopo le fiere appena concluse di Mipel e Mipel Lab, dove abbiamo avuto l'occasione di incontrare molti degli attori della filiera, il bisogno di puntare su piazze internazionali e strategiche come quelle centroasiatiche è emerso con ancor più forza. Non vediamo l'ora di confrontarci con i buyer degli Stan e continuare il nostro dialogo teso a valorizzare le eccellenze artigianali italiane, in un'ottica di sviluppo e di affermazione sempre più a livello internazionale".