

Moda

L'assenza dei buyer russi spinge gli ordini a Dubai —p.26

L'assenza dei buyer russi sposta gli ordini a Dubai

Micam e Mipel

Difficile arrivare da Mosca
Le aziende spostano il focus per intercettare i clienti finali

Per le fiere visitatori in salita del 20% rispetto a marzo
Riflettori sull'Africa centrale

Marta Casadei

Se compratori europei e americani sono tornati ad affollare Milano, il vero nodo per le aziende di taglia media di pelletteria e calzature che hanno esposto a **Fieramilano** Rho, a Micam e Mipel, sono sempre i buyer russi. Quelli presenti (pochi), arrivati nonostante le procedure rallentate di rilascio dei visti. E quelli assenti (la maggior parte) che ordinano a distanza o si approvvigionano altrove. Così come, di fatto, fanno i clienti finali, un tempo habitués del Quadrilatero.

«La spesa dei russi assorbiva circa il 25% del nostro fatturato globale - spiega Andrea Artioli, titolare del marchio di calzature da uomo di lusso Artioli, fino a ieri a Micam -. Molti dei nostri clienti compravano principalmente in viaggio e oggi fanno shopping a Dubai, dove abbiamo intenzione di aprire un monomarca a gestione

diretta». Il marchio di Tradate (Va) fattura circa 10 milioni e continua ad avere top client russi: «Hanno una potenzialità di spesa addirittura maggiore, con l'euro debole, e in qualche modo ci hanno portato ad avere risultati positivi su mercati in cui prima non vendevamo», dice Artioli. Al diminuire, inevitabile, del business in Russia e in Ucraina, sono cresciuti quelli in altri paesi: Emirati, Balcani (in particolare la Serbia), Turchia.

Paesi che permettono ai russi di fare shopping senza troppe limitazioni - o ai negozi di rivendere in Russia in "parallelo". «Ci sono arrivati molti ordini da Paesi dell'area balcanica tra cui Serbia e Croazia - spiega l'imprenditore marchigiano Marino Fabiani, titolare dell'omonimo brand -. Abbiamo anche buyer russi interessati a venire a Milano per comprare prodotti entro i 300 euro, ma ottenere i visti è molto complicato. Se ci fossero stati loro, la fiera sarebbe andata davvero molto bene». La voglia di fare acquisti nei Paesi coinvolti nel conflitto, c'è.

Lo testimonia anche Paola Zuin, titolare del marchio Paola Zuin Venezia, al debutto a Micam: «Il primo giorno ci siamo seduti al tavolo con un operatore ucraino con 40 punti vendita e un buyer russo - spiega -. Hanno molta voglia di acquistare e sono fiduciosi che ci saranno le condizioni per vendere». Se a livello fisico la continuità tra Micam e Mipel è pressoché totale, anche le aziende di borse e pelletteria si destreggiano tra sanzioni e problemi logistici per mantenere in

vita quel che resta di un mercato importante. E, quando possibile, guardano oltre. «La Russia assorbiva il 60% dei nostri ricavi - dice Stefano Salvatelli, che allo stand del marchio Carlo Salvatelli parla russo con alcuni dei pochi buyer arrivati - e nonostante gli sforzi la perdita imposta dalle sanzioni è importante. Aprire altri mercati? Per una piccola azienda è difficile e i risultati si vedono in 2-3 anni».

Francesca Orlandi, della Valentino Orlandi di Corridonia (Mc) evidenzia più che altro criticità pratiche che rischiano di far sfumare una grande opportunità: «L'assenza delle griffe e del fast fashion ha creato uno spazio che potrebbe rappresentare un'opportunità per i marchi artigianali - dice - ma rimangono una serie di problematiche: la mia principale buyer russa qui a Mipel, per esempio, ha viaggiato 24 ore per arrivare a Milano». Più semplice volare a Dubai: «Lì il business è in crescita», dice. L'assenza dei russi accende i riflettori sui nuovi compratori. Crescono le presenze dall'Africa centrale: «Non più solo Nigeria ma anche Costa d'Avorio, Congo e Gabon», spiega Orlandi. Conferma Artioli: «In fiera abbiamo incontrato un distributore locale del Ghana e quelli che avevamo in Nigeria hanno cominciato a chiederci più prodotti». Intanto le manifestazioni (Homi, Micam, Mipel e The One) hanno chiuso l'edizione di settembre con 35.470 visitatori, in salita del 20% rispetto all'edizione di marzo 2022.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sinergia. Le manifestazioni si sono concluse ieri insieme a The One Milano

