

Fiere/01

L'Asia ritorna a Micam e a Mipel

I saloni milanesi degli accessori fanno il pieno di compratori con un comeback dal Far east dopo l'emergenza Covid. Focus sull'innovazione e sulla sostenibilità. In rallentamento però gli indicatori economici. **Pagina a cura di Andrea Guolo**

La parola chiave a **Micam** e **Mipel** è innovazione. Le oltre 1.200 aziende presenti da domenica nei padiglioni di **Fiera Milano**, per le manifestazioni dedicate alla presentazione della collezione spring-summer 2024 e che si tengono in contemporanea con **The One Milano**, hanno risposto ai segnali di flessione evidenziati dal mercato (vedere **MFF** del 16 settembre) puntando sulle novità di prodotto e spingendo sulla sostenibilità come contenuto intrinseco delle scarpe e delle borse made in Italy, raccogliendo il favore da parte dei buyer giunti numerosi già dalla prima giornata, tra i quali si nota un ritorno degli asiatici. «Il sentiment è molto positivo, le aziende sono contente e lo sono anche i buyer. Grazie a **Ice**, sono arrivati 58 compratori da 28 Paesi del mondo. Micam è sempre più la fiera di riferimento internazionale della calzatura», ha dichiarato a **MFF** **Giovanna Ceolini**, presidente di **Assocalzaturifici**.

E un particolare interesse ha riguardato l'area dedicata ai 12 creativi selezionati che hanno esposto nello spazio **Emerging designers** le loro creazioni realizzate con materiali riciclati o riciclabili e attenzione alla filiera produttiva. Si aggiungono l'area **Italian start-up**, dedicata alle eccellenze nascenti, e **Future or retail** dove sono di scena le idee innovative per i punti vendita con focus sulla tecnologia 3D. L'aggiornamento su trend e materiali, sostenibilità, art fashion heritage & future e futuro del retail è oggetto di **MicamX**, con i panel curati da **Federico Brugnoli**, ceo e fondatore di **Spin 360**. «C'è un pubblico internazionale molto importante, con tante presenze tedesche e russe e con il ritorno dei compratori cinesi», ha poi dichiarato **Salina Ferretti**, ceo di **Falc** (tra i marchi, **Voile blanche** e **Flower mountain**), azienda da 85 milioni di ricavi nel 2022 con prospettive di ulteriore crescita per l'an-

no in corso. «Il clima è favorevole nonostante la complessa situazione politica e macroeconomica. I buyer cercano innovazione e qui la trovano, mentre per la scarpa básica noto una certa stanchezza», ha aggiunto **Ferretti**. L'operazione di **Assocalzaturifici** con **Ice** per l'incoming di buyer incontra il favore di **Arturo Venanzi**, direttore commerciale di **Franceschetti**, il quale precisa che: «Ha contribuito a rilanciare il mercato asiatico in un momento nel quale l'Europa appare piuttosto ferma. Per i buyer europei, la fiera arriva un po' tardi e andrebbe valutata un'anticipazione di calendario perché a settembre i giochi sono ormai fatti». Al **Mipel** le sensazioni sono analoghe. «Gli ingressi in fiera parrebbero in linea con la stagione precedente e l'offerta degli espositori è sempre più qualificata, grazie al lavoro di selezione avviato dalla precedente presidenza», ha affermato **Claudia Sequi**, al suo primo **Mipel** da

numero uno di **Assopellettieri**. Sulla situazione di mercato, **Sequi** osserva che: «I dati sono ancora positivi ma il rallentamento c'è stato in primavera e riguarda le quantità prodotte e la raccolta degli ordini. Pesano i costi delle materie prime, dell'energia, del denaro e la guerra ancora in corso che colpisce chi lavora con il mercato russo, con l'aggravante della svalutazione del rublo. Esporre in fiera e fare ricerca sono atti di fiducia». La partnership di **Mipel** con la piattaforma digitale **Mirta** si è manifestata in quest'edizione nell'area **Showcase Milano**. «I piccoli marchi indipendenti hanno ottime chances nei mercati globali perché offrono un prodotto unico, di qualità e non standardizzato. Noi li aiutiamo in un percorso che va oltre l'e-commerce e arriva alla digitalizzazione del post-order gestendo aspetti quali la fatturazione, lo shipping e la gestione del pagamento dazi», ha puntualizzato **Ciro di Lanno**, co-founder di **Mirta**. (riproduzione riservata)



Da sinistra, un'immagine di Micam, Claudia Sequi e Giovanna Ceolini

