

Saloni

Il sistema delle fiere attende 45 mila buyer

Al via da sabato la prima delle otto kermesse in programma tra Firenze e Milano. Coinvolti tutti i comparti per una presenza di 3.500 aziende (+10%). **Michela Frau**

Otto fiere e circa 45 mila buyer attesi. Il mese di settembre, oltre agli show della **Moda donna**, è anche il mese delle fiere fashion. Presenta ieri, nella cornice del giardino del bistrot di **Andrea Aprea** in Corso Venezia a Milano, la costellazione di otto fiere che raccontano il settore moda e tutti i vari segmenti che lo compongono, coinvolgendo in questa edizione 3.500 brand, circa il 10% in più rispetto al 2022. Partendo dall'occhialeria, che viene esposta invece nella città di Firenze nel salone **DaTe** il 9 e il 10 settembre, il racconto arriva poi nella capitale lombarda dove si inizia dai bijoux e dai gioielli dell'**Homi fashion&jewels exhibition**, in programma dal 15 al 18 settembre negli spazi di **Fieramilano** a Rho. In parziale contemporaneità, si tengono dal 17 al 20 settembre le altre fiere del sistema moda italiano, dal **Micam** il salone internazionale delle calzature, il **Mipel** dedicato invece pelletteria e accessorio moda e **TheOneMilano**, evento dedicato



L'evento Make it shine

dell'outerwear e all'haute à-porter. Dal 19 al 21 settembre è il turno di **Lineapelle**, che presenta per l'occasione il nuovo spazio creativo «In the Making» by **Giorgio Linea**, di **Mipel Lab**, dedicato al sourcing di pelletteria di alto livello, e di **Simac tanning tech**, il salone internazionale delle macchine e delle tecnologie per le industrie calzaturiera, pellettiera e conciaria. Manifestazioni legate da un filo conduttore comune, quello green della sostenibilità. «Il ruolo delle fiere è mutato nel tempo», sottolinea **Claudia Sequi**, neoelita presidente di **Assopellettieri** per il bien-

nio 2023/2024, «certo è, che queste manifestazioni rimangono sempre un punto fondamentale per il primo approccio tra aziende e cliente». E a proposito del fil rouge della sostenibilità, la manager fiorentina ribadisce «C'è un grande malinteso, l'industria della pelle è assolutamente un mondo di economia circolare. La pelle è uno scarto dell'industria alimentare, nessun animale viene ucciso per produrre una borsa, ma il materiale che verrebbe scartato trova nuova vita nella pelle prima, e nel prodotto finito poi». Un settore, quello della pelletteria, che deve far conto con la carenza di manodopera qualificata, i costi crescenti e le possibili oscillazioni della domanda. Ma se da un lato la produzione ha mostrato i primi segni di indebolimento nel primo trimestre, con una flessione del -2,3%, la crescita dell'export del 12,6% con un valore di 3 miliardi di euro, con la Svizzera in testa come destinazione per le pelli made in Italy, mostra il primato del 'Italia nell'asset. (riproduzione riservata)

