

Il Sole

# 24 ORE

## Legacy of Style, i buyer dall'estero premiano le fiere del made in Italy

A Micam Milano, Milano Fashion&Jewels, Mipel e The One Milano in aumento i visitatori anche da Stati Uniti, Giappone e Cina, sintomo di una crescente attrattiva delle fiere

di Marta Casadei

19 settembre 2024



▲ Milano Fashion&Jewels

Poco meno di 41mila visitatori registrati nei padiglioni di Rho Fiera in quattro giorni di manifestazioni: Micam Milano, Milano Fashion&Jewels, Mipel e The One Milano. Le manifestazioni si sono passate il testimone, cominciando sabato 14 settembre (Milano Fashion&Jewels e The One Milano) e terminando martedì 17 (Micam Milano 98 e Mipel 126), sotto il comune vessillo «Legacy of Style» e hanno presentato le collezioni per la primavera-estate 2025 di gioielli e bijoux, accessori, calzature e pelletteria a un pubblico internazionale: secondo quanto comunicato dagli organizzatori, quasi uno su due (45%) degli addetti ai lavori che si sono registrati a Milano provenivano da 140 Paesi esteri. Le performance migliori dall'Europa provengono da Spagna, Germania e Francia. Brillanti i risultati dal Nord America che segnano un aumento a doppia cifra (Canada e Stati Uniti); a seguire l'Estremo Oriente con Cina e Giappone in testa.

«Milano Fashion&Jewels si è confermato un evento molto importante per il segmento accessori moda e gioiello - ha spiegato Simona Greco, direttore Manifestazioni dirette Fiera Milano Spa -. L'edizione che si è appena conclusa ha saputo attrarre professionisti, italiani e internazionali, altamente qualificati, grazie a un'offerta estremamente diversificata, anche grazie alla presenza di piccole e medie imprese e giovani designer arricchita anche da numerosi momenti di networking che hanno messo in luce l'innovazione e i trend». Le presenze internazionali confermano l'aumento dell'attrattività sia delle fiere sia del made in Italy: «La presenza significativa di operatori provenienti da paesi europei come Francia, Spagna, Grecia e Germania, suggerisce un interesse crescente per il mercato italiano. Inoltre, l'incremento di visitatori provenienti da Stati Uniti, Giappone e Cina è indice di una crescente attrattiva dell'evento a livello globale, quale piattaforma preziosa per connettere le community del settore, con scenari innovativi e ispirazioni per il futuro del design», chiosa Musazzi.