

FIERE

Record di stranieri per White

di Marta Casadei

È tempo di bilanci per i saloni milanesi del pret-à-porter: il cosiddetto sistema-Milano, che sta avendo ottimi riscontri su più fronti, quando si parla di fiere ha ancora molta strada da fare. A fronte dei cambiamenti in corso nella moda globale, che partono da lontano (con gli Usa a fare da apripista sul fronte ready-to-buy) e hanno ripercussioni sul sistema italiano, le fiere devono potenziare la loro competitività internazionale, e, laddove manca, andare a costruirla.

Qualcuno ci sta riuscendo, almeno secondo i numeri: White, salone della moda contemporanea che ha riunito 500 marchi internazionali in via Tortona, ha registrato 21.150 visitatori, +15% rispetto all'edizione di febbraio 2015. La crescita è trainata dai visitatori stranieri: cinesi, giapponesi, coreani e americani. Ma anche europei: Francia, Germania e Spagna, infatti, sono tra le nazioni più presenti a White. «Un risultato così importante sul fronte dell'internazionalizzazione è anche frutto di un sistema-Milano che ha espresso una settimana viva, emozionante e un potenziale per il quale dobbiamo lavorare tutti», ha detto Massimiliano Bizzi, fondatore di White.

L'energia rinnovata di Milano, vetrina di quel "fare sistema" che aumenterebbe la forza del sistema nostrano, è diventato spunto di riflessione per Fiera Milano, società che organizza Mipap, fiera del pret-à-porter che ha chiuso poco sopra i 4 mila visitatori, in leggero calo sul febbraio 2015: «Quella che si è chiusa sarà l'ultima edizione di Mipap così come lo conosciamo - ha detto Corrado Peraboni, ad di Fiera Milano -. Stiamo infatti studiando un progetto, aperto a tutti gli operatori che hanno a cuore il sistema milanese della moda, teso a dare un più consistente motivo di visita ai compratori internazionali». L'idea potrebbe essere quella di spingere sulla sinergia tra Mipap e Super, salone organizzato da Pitti Immagine in collaborazione con Fiera Milano. Da questa realtà, giunta alla settima edizione, arrivano conferme: le stime provvisorie contano circa 6 mila visitatori, con una quota estero che sfiora il 20%. «In questi tre giorni le nostre aziende hanno incontrato compratori di qualità - ha affermato Agostino Poletto, vice-direttore generale di Pitti Immagine - con idee chiare sul tipo di prodotto adatto ai loro negozi». Le performance migliori, in termini di crescita, sono arrivate da Francia, Inghilterra, Russia e Corea del Sud, ma il primo Paese per numero di visitatori rimane sempre il Giappone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

+15%

CRESCITA DEI BUYER DALL'ESTERO

Nei tre giorni di White (27-29 febbraio) i visitatori sono stati 21.050. Oltre a Super, che ha registrato 6 mila ingressi, a Milano da sabato a lunedì si è tenuto anche Mipap, salone del pret-à-porter che dalla prossima edizione cambierà format

