



Lineapelle

Moda, riparte il business delle fiere in presenza —p.14

Fiere, riparte il business in presenza Funziona il piano per attrarre i buyer

Da White a Lineapelle

Più compratori europei al Salone di via Tortona, freno dallo sciopero di ieri

Incognite maggiori legate al conflitto su Micam e Mipel spostate a metà marzo

Marta Casadei

Tornare a sedersi attorno a un tavolo e scrivere ordini faccia a faccia. Toccando materiali e prodotti finiti che per due anni circa si sono visti solo attraverso uno schermo. È la voglia di normalità-diversa, ma vitale - il motore che ha portato e sta portando compratori da tutto il mondo a visitare le fiere in corso a Milano in concomitanza con la settimana della moda donna.

Una formula che funziona: «La sinergia con la fashion week è fondamentale - spiega Massimiliano Bizzi, fondatore di White, salone che compie 20 anni e in questi giorni è protagonista in via Tortona - ed è per questo che non abbiamo voluto rimandare il salone. Siamo contenti di non averlo fatto». White Sign of the Times chiuderà domani, ma il primissimo bilancio di Bizzi è positivo: «Il primo giorno abbiamo visto particolare entusiasmo. Abbiamo accolto numerosi compratori internazionali, russi compresi, arrivati prima che scoppiasse il conflitto, anche grazie al massiccio programma

di *incoming* sviluppato con Confartigianato, Ice e Maeci. Sono arrivati anche molti europei, più di quanti avessimo previsto». Meno affollato, invece, il secondo giorno di manifestazione: «Lo sciopero nazionale dei trasporti ci ha penalizzato molto avendo bloccato anche i treni, ma confidiamo nel weekend» chiosa Bizzi.

A tracciare un bilancio positivo non è solo White, espressione del valle della filiera, ma anche due fiere che rappresentano il monte: Lineapelle e Filo, manifestazioni dedicate rispettivamente alla concia e a fibre e filati, che si sono tenute a Milano questa settimana. La 99esima edizione di Lineapelle, che ha riunito a Rho Fiera ben 950 espositori dal 22 al 24 febbraio, ha

chiuso con 13mila visitatori. Un'edizione con cui Lineapelle «ha confermato il suo dominante ruolo di riferimento nel contesto fieristico dell'industria moda-lusso», ha detto il presidente Gianni Russo. E con cui ha attirato, nonostante le difficoltà globali, un pubblico internazionale con picchi di ingressi da Francia, Spagna, Stati Uniti, Turchia, Germania, Regno Unito e Portogallo.

Risultati positivi anche per la seconda edizione di Mipel Lab, format fieristico ibrido (fisico e digitale) nato dalla collaborazione tra Assopellettieri e Lineapelle per promuovere la creazione di pelletteria di lusso attraverso la presentazione di aziende italiane che lavorano come terzi. Una sinergia di successo che secondo Franco Gabbrielli, presidente di Assopellettieri, potrebbe ripetersi anche a New York, Londra e Shanghai.

Come già detto, si è chiusa in modo



positivo anche la 57esima edizione di Filo. Paolo Monfermoso, responsabile della fiera, ha sottolineato quanto sia stato decisivo il comportamento degli espositori «che hanno continuato a credere in Filo anche nei momenti in cui prevaleva l'incertezza». Anche in questo caso il successo è legato alla presenza dei buyer stranieri. Merito del programma di incoming promosso da Ice e Maeci che conferma la sua importanza: ha portato compratori da Francia, Inghilterra, Belgio, Olanda, Cile, Perù, Sud Africa, Romania, Messico, Angola, Ucraina, Arabia Saudita. Ora i riflettori si spostano su Micam, Mipel e TheOne che avevano posticipato le date a causa della pandemia e partiranno il 13 marzo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

13mila

VISITATORI A LINEAPELLE

Torna il pubblico internazionale presso gli stand dei 950 espositori a Rho Fiera



Tortona fashion district. White|Sign of the Times compie 20 anni e presenta 330 realtà su 18mila mq espositivi. WSM, invece, è un nuovo format di White dedicato alla sostenibilità

