

**Fashion week.** Successo a Mipap, Super e White, «parallele» a Milano moda donna

# Le fiere delle sfilate fanno il pieno di buyer

Si pensa già a settembre e alle possibili sinergie con Expo

**Marta Casadei**

Sfilate, ma non solo: la settimana della moda milanese è stata un banco di prova decisivo anche per le fiere dedicate all'abbigliamento e agli accessori donna. Che, mantenendo ciascuna le proprie peculiarità, si sono confermate una vetrina importante per il made in Italy su scala internazionale, arginando lo spettro della crisi russa e guadagnando terreno, inaspettatamente, anche sul fronte del mercato interno.

Le conferme arrivano dai dati: White Milano, rassegna della moda contemporary che anima il Tortona Fashion District, pronta a tornare a giugno con l'edizione che unisce le collezioni maschili a quelle femminili, ha chiuso con 19.250 presenze totali, +10%, rispetto a febbraio 2014. La performance migliore è arrivata dai compratori italiani, aumentati del 13%. In leggera crescita (+3%) anche gli stranieri, orientati ed europei in testa. «Le strategie in campo economico messe in atto dal Governo - dice Massimiliano Bizzi, presidente di M.Seventy, la società che organizza White - e il cambio favorevole euro-dollaro lasciano sperare di arrivare a ulteriori e importanti risultati. Da perseguire con impegno, programmazione e con il lavoro di

tutti gli organizzatori della settimana della moda».

Da Tortona parte una scia di numeri positivi: i visitatori del Mipap, salone del pret-à-porter organizzato da Fiera Milano, sono cresciuti dell'8% sul febbraio scorso, superando i 4mila. Il 22% dei compratori che hanno scelto di visitare la fiera viene dall'estero: giapponesi, coreani, statunitensi, ma anche russi, presenti a Mipap grazie alla collaborazione con Ice-Ita. A fare della fiera una realtà di successo sono stati i 170 espositori e le loro proposte: «Le collezioni più apprezzate, in particolare modo dai buyer esteri, sono quelle create e realizzate in Italia» ha detto Enrico Pazzali,

amministratore delegato di Fiera Milano.

L'estero è una delle direttrici di crescita di Super, di cui si è appena chiusa la quinta edizione: nato dalla collaborazione tra Pitti Immagine e Fiera Milano, il salone ha registrato 6mila buyer; gli stranieri, uno su cinque, sono cresciuti del 3%. «I compratori ci hanno detto di aver trovato a Super una selezione equilibrata - dice Agostino Poletto vice direttore generale di Pitti Immagine - tra brand affermati, nomi emergenti e capsule di ricerca». Ad apprezzare questo mix sono stati soprattutto i compratori europei: Francia (+6%), Germania (+27%), Gran Bretagna (+25%), Olanda (+30%) hanno infatti performato particolarmente bene, insieme agli Stati Uniti e alla Cina.

Gli occhi degli addetti ai lavori e non solo sono già puntati su settembre: alle prossime edizioni di Mipap e Super, dal 26 al 28, e a Milano Moda Donna, in calendario dal 23 al 29 settembre 2015, in piena Expo. Secondo quanto detto dall'amministratore delegato della Camera nazionale della moda, Jane Reeve, la fashion week sarà articolata in sette giorni pieni di cui l'ultimo dedicato agli stilisti cinesi a seguito di un accordo tra la Camera e la China Business Coalition, siglato nel 2013.

Un China Day che, si spera, possa al contempo attirare a Milano il maggior numero possibile di compratori asiatici. Interessati alle sfilate, ma anche alle piccole imprese che scelgono le fiere come vetrina.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**+13%**

**Crescita di buyer italiani a White**

L'evento si tiene in zona Tortona ed è organizzato da M.Seventy

**+8%**

**Visitatori di Mipap**

La manifestazione di Fiera Milano ha avuto 4mila presenze

**+27%**

**Buyer tedeschi al Super**

Buono anche l'aumento di inglesi e olandesi