



Industria + Finanza | Retail + Web | Stili + Tendenze | Beauty + Benessere | Speciale Sfilate

Moda24 &gt; Industria Finanza

## Le fiere delle sfilate fanno il pieno di buyer

di Marta Casadei

Cronologia articolo

Tweet



Buyer al Super, una delle fiere della moda a Milano, quest'anno apripista alla vigilia di Expo

Sfilate, ma non solo: la settimana della moda milanese □ 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 contemporanea 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 □ 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-□-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 pi□ apprezzate, in particolar modo dai buyer esteri, sono quelle create e realizzate in Italia □ ha detto Enrico Pazzali, amministratore delegato di Fiera Milano.

L'estero □ una delle direttrici di crescita di Super, di cui si □ 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 gi□ 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 sar□ 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.