

"Questo sito utilizza cookie per le proprie funzionalità e per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Chiudendo questo banner o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie."

MAGGIORI INFORMAZIONI

PAMBIANCONews

HOME NEWS SUMMIT FOCUS JOBS EDITORIALI TV MAGAZINE E-ACADEMY

Pelle, occhiali e moda riportano Milano al centro del mondo

3 APRILE 2018



L'edizione invernale delle principali manifestazioni fieristiche milanesi è stata archiviata nel segno della positività, sia in termini di espositori sia di buyer. Dopo un periodo di rallentamento, si sono riaccessi i riflettori sui saloni dedicati agli accessori e al fashion, complici anche le buone performance dei visitatori stranieri. La crescita ha riguardato in modo particolare Mipel, Mido e White, e anche Micam, Lineapelle e TheOneMilano hanno tenuto il passo. Ad arretrare, soltanto Super.

A TUTTA PELLE E ACCESSORI

Il primo salone in ordine cronologico a chiudere positivamente è stato, a metà febbraio, **Lineapelle**. La kermesse ha fatto registrare ingressi in linea con la precedente edizione dedicata alle novità di materiali, accessori e componenti. Boom, invece, per Tanning Tech, il salone dedicato alla

PAMBIANCOTV



Tumi Latitude



I gioielli de Grisogono compiono 25 anni



Swatch Group celebra il mondo dello sport

PAMBIANCO MAGAZINE N.3



IN QUESTO NUMERO:
NEVERENDING SHOW, OLTRE I LIMITI TEMPO-SPAZIO

ATTUALITÀ
È finito il sonno delle lancette

CASE HISTORY
Il segreto di Off-White

TENDENZE
Dancing queen



PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

meccanica e all'innovazione che si è tenuto in contemporanea con Lineapelle e che ha fatto registrare un'affluenza in crescita del 18% rispetto a febbraio 2017. Le due fiere dedicate alle calzature e alle borse, Micam e Mipel, hanno archiviato la propria edizione invernale con visitatori stabili, nel primo caso, e con un aumento degli ingressi nel secondo. L'edizione numero 85 di **Micam** ha avuto 44.227 visitatori, in linea con le 44.610 presenze del febbraio del 2017, mentre **Mipel** ha visto i buyer aumentare del 5,6 per cento. In entrambi i casi, il traino delle manifestazioni sono stati i compratori esteri, e in particolari quelli russi (+22% a Micam, +26,1% a Mipel).



Alcuni scatti dei padiglioni di Mido e di White

MODA IN CHIAROSCURO

Tra i saloni dedicati al settore moda e abbigliamento, **White Milano** ha registrato un numero complessivo di visitatori in salita del 12% a quota 25.905. I buyer, in particolare, hanno registrato un aumento del 16%, con gli italiani in crescita del 14% e gli stranieri del 28 per cento. Per quest'ultima edizione di febbraio, tra l'altro, a crescere non sono solo stati i visitatori, ma anche la superficie espositiva, la quale si è ampliata dell'8,5% a oltre 21mila mq, andando così a ospitare 551 marchi. In linea con l'edizione precedente, invece, **TheOneMilano**. La manifestazione dedicata all'haut-à-porter ha infatti totalizzato 10.980 presenze, di cui oltre il 60% estere. In totale, infatti, i buyer stranieri che hanno partecipato al salone sono stati 7.038, di cui 1.211 provenienti dalla sola Cina, a cui fanno seguito Russia e Ucraina. La fiera, inoltre, ha attratto 342 brand presentati da 269 aziende, di cui quasi il 45% estere. In calo, invece, c'è **Super**, il salone milanese di accessori e prêt-à-porter donna di Pitti Immagine. Complessivamente il totale dei compratori ha raggiunto le 4.700 presenze (erano state circa 5.100 nel febbraio 2017), delle quali quasi il 20% estere, in arrivo da oltre 50 Paesi del mondo. Rispetto a un anno fa, i dati di affluenza finale hanno registrato numeri in sostanziale conferma per il fronte estero, con alcuni mercati che hanno messo a segno performance positive interessanti – come la Russia (+38%), in testa alla classifica dei Paesi esteri, Stati Uniti (+30%), Spagna (+6%), Giappone (+5% come negozi presenti) – e qualche flessione nei numeri da Regno Unito, Cina e Corea.

OCCHI PUNTATI SU MIDO

A chiudere, in ordine cronologico, la tornata delle fiere milanesi, è stato il settore dedicato al settore dell'occhialeria. La 48esima edizione di **Mido**, la fiera dedicata all'eyewear che si è tenuta dal 23 al 25 febbraio a Rho Fieramilano, ha chiuso battendo tutti i suoi record: sono state circa 58mila le presenze dei visitatori, in crescita del 4,9 per cento. Segno più anche per lo spazio espositivo che è cresciuto del 5% con il primato di 1.305 aziende espositrici (contro le 1.200 dello scorso anno). Un evento vissuto a 360° anche sui social media: l'hashtag #Mido2018 ha superato le 500mila interazioni in termini di commenti, 'mi piace' e condivisioni. Gli utenti social hanno partecipato allo stream di notizie dalla fiera, generando una media di 100mila like al giorno.

di Rossana Cuoccio, Sabrina Nunziata e Caterina Zanzi



DISCOVER MORE

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

La moda alla rincorsa del tempo 'fast'

Il mondo della moda accelera verso una nuova dimensione. Nel giro degli ultimi due mesi,...



I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

PAMBIANCO BEAUTY



copertina estrema

IN QUESTO NUMERO:

MONOMARCA MILLENNIALS' HOME

DOSSIER
Distributori, i signori dei nuovi marchi

INTERVISTA
Kiko, remake di bellezza

SCELTO PERCHÉ
In visita da Mariabruna Beauty

PRODOTTI
Neo-camouflage per una



PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY