

Congiuntura

La pelletteria italiana corre grazie all'export (+14,1%)

Il comparto ha archiviato i primi dieci mesi del 2017 a quota 6,1 miliardi di euro. Bene la Francia (+7,4%) e Hong Kong (+11,3%). Intanto cresce l'attesa in vista della prossima edizione di Mipel, in calendario dall'11 al 14 febbraio. **Andrea Guolo**

Morale alle stelle per la pelletteria italiana che, alla vigilia dell'edizione numero 113 di **Mipel**, osserva un vero e proprio boom dell'export. I dati presentati ieri a Milano da **Aimpes - Associazione pellettieri italiani**, tratti dalla nota congiunturale elaborata da **Confindustria moda**, indicano un aumento del 14,1% nel fatturato estero dei primi dieci mesi 2017, più del doppio rispetto all'incremento calcolato in quantità, a riprova dell'alto valore aggiunto delle esportazioni di borse e altri prodotti in pelle made in Italy. «La pelletteria italiana sta molto bene e la domanda estera premia il caratteristico prodotto italiano», ha spiegato il direttore Aimpes e ceo di Mipel, **Danny D'Alessandro**. Nonostante le difficoltà del mercato interno, che fa segnare un calo dello 0,1% nei primi 11 mesi con gli acquisti delle famiglie italiane concentrati in fase di saldo, l'associazione stima una crescita del fatturato totale attorno al 6,4% nel periodo gennaio-ottobre. Le esportazioni nei dieci

BORSE MADE IN ITALY, È BOOM ALL'ESTERO

Primi 10 mesi 2017 - Dati in milioni di euro

	2017	Variaz. 2017/2016
❖ SVIZZERA	1.267	+34,4%
❖ FRANCIA	655	+7,4%
❖ HONG KONG	532	+11,3%
❖ USA	502	+4,4%
❖ GIAPPONE	402	+3,6%
❖ COREA DEL SUD	364	+25,7%
❖ GRAN BRETAGNA	335	+7,9%
❖ GERMANIA	330	+1,6%
❖ CINA	288	+40,4%
❖ SPAGNA	140	+9,7%

Fonte: Centro studi Confindustria moda su dati Istat

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

mesi valgono 6,1 miliardi di euro contro i 5,3 miliardi dell'anno precedente e la Svizzera, base logistica delle grandi firme, rafforza il primato tra le destinazioni con un balzo di quasi il 35% in valore, precedendo la Francia (+7,4%) e Hong Kong (+11,3%). Più contenuto il progresso di Usa (+4,4%) e Giappone

(+3,6%), mentre volano le importazioni di prodotti in pelle da Corea del sud (+25,7%) e Cina (+40%). La crescita più contenuta dell'import (+7,7%) porta a una bilancia commerciale positiva per quasi 4 miliardi. Il Mipel che inizia domenica sarà caratterizzato da una copertura totale della superficie, con la presenza di oltre 300 brand e con la novità dell'area Spazio, creata nel foyer del centro servizi di **Fiera Milano** e dedicata ai brand internazionali. Nel pieno del leitmotiv sensi, alla base di quattro percorsi allestiti, si inserisce la collaborazione con **Unic-Unione nazionale industria conciaria** per toccare la pelle con il progetto Touch boxes all'interno dell'area The glamorous, confermata da

Mipel e **Camera nazionale dei buyer** al pari dello spazio Scenario realizzato con **Cnmi-Camera nazionale moda italiana**. «È un percorso sicuramente vincente, perché offre visibilità alle nuove generazioni», ha commentato **Riccardo Braccialini**, presidente di Aimpes Mipel. (riproduzione riservata)

