

Please consider the environment before printing this page.

<https://fashionunited.it/>

</news/fiere/sostenibilita-protagonista-a-mipel/2019013019136>

FIERE

Sostenibilità protagonista a Mipel

Scritto da Isabella Naef | Mercoledì, 30 Gennaio 2019

Aprirà i battenti il 10 febbraio a Fieramilano-Rho, la 115esima edizione di Mipel. La kermesse, che andrà in scena fino al 13 febbraio, ospiterà le collezioni di oltre 350 marchi.

Sono attesi 12mila visitatori.

Mipel andrà in scena dal 10 al 13 febbraio

Quest'edizione della manifestazione, organizzata da Aimpes Servizi con il supporto di Ice-Agenzia e Mise, e promossa da Assopellettieri, registrerà 50 nuovi espositori, tra cui La Martina, John Richmond e Cabin Zero. Tra i brand che rientrano dopo qualche edizione di assenza, figurano Valigeria Roncato e Caterina Lucchi.

Questa mattina, a Milano, presso la sede di Confindustria moda, Danny D'Alessandro,, direttore generale di Assopellettieri e amministratore delegato di Mipel, e Riccardo Braccialini, presidente di Assopellettieri, hanno illustrato a operatori e stampa le principali novità della prossima edizione della kermesse, e l'andamento del settore.

La sostenibilità in tutte le sue accezioni, ossia ambientale, sociale e sul lavoro, è una mission per Assopellettieri (soggetto promotore di Mipel, ndr), ha sottolineato Braccialini. Da tempo, infatti, l'Associazione si propone di sviluppare un percorso di sensibilizzazione anche per rappresentare un punto di riferimento per le aziende di pelletteria che aprendosi al nuovo adotteranno un comportamento sempre più virtuoso. La sostenibilità, come anticipato, è vista in ogni sua declinazione e, in quest'ottica, Assopellettieri e Mipel si sono impegnati anche sul fronte sociale supportando il progetto "LeaTher'S Work", il laboratorio di pelletteria della cooperativa sociale "Il Girasole" di Firenze che, nell'intento di sostenere chi si trova in difficoltà, favorisce l'insegnamento di un lavoro e l'integrazione sociale.

A testimoniare la sensibilità nei confronti dell'ambiente, invece, in fiera saranno presenti le e creazioni dell'artista Enrica Borghi, frutto del recupero di materiali che la società rifiuta e scarta.

Durante la manifestazione, l'artista presenterà anche la performance "Parade. recycling warriors object" in cui maschere, corazze e armature generate da materiali dimenticati prendono vita grazie ai corpi delle ballerine della scuola di danza Mcf Belfiore Danza di Torino.

Presenti alla kermesse, nella sezione scenario, anche designer internazionali, e al via un progetto che intende valorizzare il made in Italy. Si tratta di "Mipel tailor made" ed è, hanno spiegato gli organizzatori, un progetto fortemente voluto da Assopellettieri per sostenere il 'made in Italy' nel mondo. Nel dettaglio, l'artigianalità di alcune aziende di pelletteria incontra il talento di innovativi designer per la creazione di cinque capsule collection.

Delle cinque collaborazioni presentate in questa edizione, due sono al loro debutto internazionale: Athison e Bav Tailor insieme per la prima volta con, rispettivamente, Valentino Orlandi e Andrea Ciccolo.

Riccardo Braccialini: "nessuna ripresa per il mercato italiano, le aziende devono guardare all'estero"

Patrocinata da Camera nazionale moda Italiana, invece, l'area Scenario International crea una tra creatività italiana e mercati esteri.

"Tre buyer tra i più rappresentativi del panorama internazionale supportano all'estero quattro giovani designer italiani: il giapponese Hinka Rinka presenta Amine S1 e Miss Paloma, il coreano Alan's si lega a Paoli mentre il coreano Rare Tag adotta Visone", hanno sottolineato gli organizzatori.

"L'estero è fondamentale per le nostre imprese", ha spiegato a FashionUnited, Braccialini, "il mercato italiano non presenta segni di ripresa e oggi le aziende devono puntare sull'estero. Ecco perchè cerchiamo in tutti i modi di aiutare i piccoli imprenditori italiani del settore a portare il business laddove ci sono le opportunità di crescita".

Numeri alla mano, il settore della pelletteria italiana, infatti, nel 2018, è stato trainato dalle esportazioni. Nei primi 10 mesi del 2018 l'export di beni di pelletteria ha segnato un aumento del +10,3 per cento, sfiorando i 6,8 miliardi di euro (634 milioni di euro in più sull'analogo periodo 2017). Un altro incremento a doppia cifra dunque, dopo il +13,2 per cento registrato nel 2017.

A ben guardare, però, ha sottolineato D'Alessandro, si è registrata una contrazione in termini fisici: i chilogrammi esportati sono scesi del 5,7 per cento, rispetto a gennaio-ottobre 2017, con un aumento del 17 per cento del prezzo medio al chilo.

Il sensibile innalzamento nei prezzi medi conferma il ruolo ormai determinante, nelle performance settoriali complessive, svolto dai grandi gruppi mondiali del lusso, per molti dei quali l'anno si è chiuso con risultati brillanti. Lo dimostrano, il +24,9 per cento in valore e il +24,2 per cento nei chilogrammi delle esportazioni verso la Svizzera, hub logistico di molte griffe internazionali.

La media generale “nasconde”, quindi, uno scenario più variegato e complesso. Stando ai dati di Movimprese, infatti, nei primi 9 mesi dell’anno, è stato registrato un saldo negativo nel numero di aziende attive pari a 45 unità, considerando sia industria, sia artigianato, rispetto a dicembre 2017 (-1 per cento).

Tornando al giro d'affari settoriale, le elaborazioni del Centro Studi di Confindustria Moda hanno stimato a preconsuntivo, per l’insieme degli operatori con sede sul territorio italiano, un incremento del fatturato del +3,1 per cento: un trend più modesto rispetto al +5,7 per cento del consuntivo 2017.

Guardando ai singoli mercati export, l’Unione Europea ha registrato un +7 per cento in valore, ma con una contrazione di oltre il 13 per cento nei chilogrammi. L’andamento negativo nelle quantità ha interessato diversi Paesi come la Francia - 13,6 per cento, Regno Unito -24,6 per cento, Spagna -9,3 per cento.

In crescita invece, anche nei chilogrammi, la Germania, che ha segnato un +6,3 per cento.

L’Estremo Oriente è a quota +7,9 per cento in valore e +1,9 per cento nei chilogrammi, la Corea del Sud a +19,3 per cento in valore e la Cina a +21,3 per cento. In flessione Hong Kong -2,1 per cento, e Giappone (-2,3 per cento, con un -7,7 per cento nei chilogrammi).

La Russia ha evidenziato un -6,3 per cento in valore e -10,6 per cento in quantità nei primi 10 mesi 2018.

Relativamente ai mercati di sbocco, va sottolineato che anche nel 2018 le prime sei destinazioni dell’export (Svizzera, Francia, Usa, Hong Kong, Sud Corea e Giappone) coprono oltre il 60 per cento delle vendite estero settoriali in valore.

Foto: Mipel, dall'ufficio stampa

