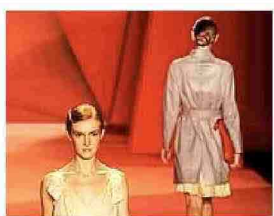


E LA PAROLA D'ORDINE È «RIVOLUZIONE»

Milano, fiere e polemiche

Aspettando le sfilate

Settembre è il mese di tutte le novità. Ma tra gli enti che si occupano dell'organizzazione fieristica non c'è accordo



Il settembrino mese della moda di Milano si spalma a macchia d'olio su tutte le novità del settore. Si è partiti dai tessuti con MilanoUnica (8-11 settembre), passando dalle scarpe e dalla pelletteria con Micam e Mipel, tuttora in corso (dal 16 al 19) fino ad arrivare alla prima edizione di Mi Milano prêt-à-porter (in Fiera al Portello dal 24 al 28) e di Touch, Neozone e Cluodnine (organizzati dal Pitti dal 27 al 29 in zona Tortona). E non è finita

li: perché dopo le fiere, a chiudere in bellezza (?) l'interminabile kermesse modaiola, ci saranno le sfilate vere e proprie (dal 23 al 30). Come a dire che i buyers (ovvero quelli che contano davvero per fare andare avanti la baracca) dovrebbero prendersi le ferie (fa il paio con le fiere!) in settembre visto che «lavorando lavorando» hanno bisogno di un mese intero per vedere tutto ciò che vale la pena di comprare e di mettersi in negozio.

Non è bello se non è litigarello - Il coro è lo stesso, sia che provenga dal Pitti che da **Fiera Milano**: uniti è meglio. Ma di unito non c'è proprio nulla. Combattere la crisi significa andare incontro alle necessità dei compratori internazionali che devono concentrare giorni e appuntamenti e l'Italia resta al palo. In effetti c'è chi «ciurla nel manico»: lancia in resta, i due enti deputati all'organizzazione fieristica italiana per eccellenza, s'incolpano vicendevolmente di non voler stare insieme. Il matrimonio per dar vita a manifestazioni milanesi di moda è partito male già diversi anni fa e nemmeno un fidanzamento pare in vista. Eppure, entrambi, si dicono disponibili a stare vicini vicini, a sedersi a un tavolo per suggellare una liason che, in effetti, è solo platonica. E forse nemmeno quello. «Ci siamo incontrati tre volte con quelli del Pitti -afferma Corrado Pieraboni, amministratore delegato di Expo etsy, società al 100% di **Fiera Milano** e organizzatrice di Mi Milano prêt-à-porter - tre tentativi di aggregazione con ipotesi già strutturata e budget alla mano ma tutto è andato buco». E continua. «Prendiamo a esempio un giapponese: gli occorrono due giorni di viaggio per arrivare a Milano e uno per Parigi. Se si tratta dell'arredamento senza dubbio arriva in Italia per la moda sceglie la Francia perché quattro fiere nostre non fanno la metà di una parigina». E allora? «Siamo a disposizione per rivedere un discorso aperto che risolverebbe le sorti del mercato -spiega Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti- se si vuole reagire alla crisi, le fiere sono indispensabili. Le vendite sono precipitate con negozi vuoti e cali dal 30 al 50%. A tenere bene sono le catene, gli outlet e le vendite per internet oltre i negozi multinarca che proprio negli spazi fieristici riescono a trovare le novità». E sono i numeri a parlare con outlet e prontisti che registrano aumenti da capogiro. S'è scoperto il vestito bello e a poco, in pratica.

Cambiare a tutti i costi - La parola d'ordine è, addirittura, «rivoluzione». Rivoluzionare le cattive abitudini vorrebbe dire sopravvivere e dare un volto nuovo a un settore incancrenito e avviluppato su se stesso. «Bisognerebbe concentrare tutte le manifestazioni a luglio e a gennaio - dice convinto Luciano Bernardini de Pace, presidente di Magazine International - anticipando sia New York che Parigi. Si deve anche tener conto che sfilare a New York costa la metà di quel che costa a Milano. Il governo si dà da fare ma non basta. Dobbiamo vendere in toto il sistema Italia: moda, design, cibo. Ci manca un leader che faccia valere le ragioni del settore come avviene in Francia». Insomma, ricette ce ne sarebbero. «Il made in Italy deve finire in un unico salone - concorda Beppe Angolini, presidente Camera Buyers - avremmo la forza dell'unione. Ma ci deve anche essere un codice deontologico che regoli il mercato. Per questo stiamo stilando una sorta di decalogo. A cominciare dal non anticipare troppo le collezioni e farle uscire nei tempi giusti che vuol dire non comprare il cappotto a giugno così come si devono rispettare le partenze dei saldi».

Paola Bulbarelli**17 settembre 2009 (ultima modifica: 18 settembre 2009)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA