



STILI&amp;TENDENZE

# I tessuti italiani di Milano Unica

Giulia Crivelli ▶ pagina 12

**Milano Unica.** Crescono a doppia cifra gli espositori italiani: la fiera incassa i vantaggi dell'anticipo su Parigi

## Agenda vincente per i tessuti

Scalfarotto: «Il tessile ha giocato da apripista per il sistema moda»

### LA STOFFA DI ALTA GAMMA

Il fatturato 2017 del settore ha sfiorato gli 8 miliardi (+1,3%) con un saldo positivo di 2,3 miliardi della bilancia commerciale

Giulia Crivelli

■ I segnali positivi sono tanti, a cominciare dalla crescita degli espositori italiani, che ha portato a poco meno di 500 il numero delle aziende presenti alla 26esima edizione di Milano Unica, allestita fino a domani a Rho. Il fatturato 2017 del settore è cresciuto dell'1,3% a quasi 8 miliardi di euro, con un saldo commerciale di 2,3 miliardi e una sostanziale tenuta dell'occupazione. Ma c'è di più, come ha sottolineato Ercole Botto Poala, presidente della più importante fiera del tessile italiana, eterna concorrente della francese Première Vision, in particolare nell'alto di gamma.

«Milano Unica ha sempre avuto due edizioni, in febbraio e settembre, seguendo i calendari delle fashion week - ha spiegato Botto Poala -. La crescita a doppia cifra delle aziende italiane non è casuale, bensì legata alla scelta di anticipare di due mesi la seconda edizione dell'anno: siamo partiti nel 2017, spostandoci da settem-

bre a luglio. Chi temeva che la vicinanza con Parigi ci danneggiasse ha dovuto ricredersi: l'aumento di espositori dell'edizione estiva fu del 20%. Oggi siamo al 14%, ma solo perché i tessuti che presentiamo, quelli per le stagioni calde, hanno tradizionalmente un'importanza diversa da quelli per le stagioni fredde».

Del coraggio di "sfidare" Parigi e soprattutto della capacità di fare squadra del tessile italiano ha parlato inoltre Claudio Marenzi, presidente di Confindustria Moda, la grande federazione di sistema operativa dal 1° gennaio e che va ben oltre il tessile-abbigliamento, perché ne fanno parte le associazioni di calzaturieri, pellettieri, oreficeria e occhiali. «Il tessile è posizionato a monte della filiera ed è per definizione in anticipo su tutti: basti pensare che durante la prossima fashion week di Milano (20-26 febbraio, ndr) vedremo le collezioni dell'autunno-inverno 2018-19. Tra gli stand siamo già proiettati nella primavera-estate 2019 - ha sottolineato Marenzi -. L'innovazione, la capacità di fare ricerca e di abbracciare temi come la sostenibilità ambientale fanno parte del Dna del settore e

con l'impegno della Camera della moda guidata da Carlo Capasa, la parte a valle della filiera, abbiamo innescato un circolo virtuoso».

Duplice il significato dell'intervento di Ivan Scalfarotto: da una parte il sottosegretario allo Sviluppo economico ha riconosciuto l'importanza del tessile-abbigliamento (47mila aziende e circa 400mila addetti) per l'economia italiana, ricordando l'impegno dei Governi di questa legislatura. «Milano Unica in particolare è sempre stata una priorità: basti pensare che dal 2005 al 2013 la fiera aveva ricevuto 3,5 milioni. Dal ministero di cui faccio parte sono stati stanziati 1,6 milioni solo per le edizioni di luglio e febbraio». Guardando al futuro, Scalfarotto ha rivolto una sorta di invito alle imprese, oltre che alle istituzioni locali e centrali, per continuare ad abbracciare il cambiamento. «Milano Unica è il frutto dell'unione di tante fiere del tessile, ha insegnato cosa vuole dire fare sistema dieci anni prima che nascesse il Tavolo della moda e poi Confindustria Moda - ha concluso il sottosegretario -. L'eccellenza non nasce né si mantiene per caso, ma con l'impegno di tutti a non far prevalere l'interesse dei singoli su quelli del Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### I mercati esteri strategici

# 25,4%

**Percentuale del surplus del T-M**  
Il tessile vale il 15% della filiera, ma un quarto del saldo commerciale

# +1,8%

**Export verso Paesi extra Ue**  
I mercati più lontani assorbono il 48,9% dei flussi (1,485 miliardi)

