

Milano Unica, un bilancio in crescita Confermato il ritorno dei russi

Tessile

Fra i buoni segnali anche quelli da Cina e Regno Unito
Visitata da 5.900 aziende

Si è respirato un clima di energia positiva fra gli espositori comaschi presenti a Milano Unica, primo esame delle nuove collezioni autunno-inverno 2018 per le nostre industrie tessili. Fra pochi giorni la seconda prova a Parigi, dove martedì prende il via *Première Vision*. Sono state 5.900 le aziende che hanno visitato.

Pur in un contesto di grande incertezza e di continui smottamenti, il bilancio del salone che ieri ha chiuso i battenti a Milano fiera Rho ha registrato presenze in linea con la scorsa edizione di febbraio 2016, nonostante la concomitanza con *Munich Fabric Start* che ha influenzato il calo della partecipazione di operatori tedeschi.

Tra i buyer stranieri particolarmente importante il ritorno della Federazione Russa (+34%). In crescita anche i visitatori provenienti da Gran Bre-

tagna (+4%), Usa (+2%) e Canada (+29%) e Cina (+6%) nonostante la concomitanza del Capodanno cinese. Oltre ai tedeschi (-44%) in calo anche francesi (-11%), giapponesi (-14%) e turchi (-1%).

«Questa edizione - ha commentato il presidente Ercole Botto Poala -, è un'ulteriore conferma che la strada che punta su innovazione e qualità, che stiamo perseguendo con coerenza, è quella giusta, non solo dal punto di vista dell'immagine ma anche dei risultati commerciali e di marketing. Il percorso per fare di Milano Unica la vetrina del più alto saper fare italiano ed europeo ha bisogno di ulteriori interventi, ma non ci mancano fiducia e coraggio».

«L'interesse suscitato - ha aggiunto Botto Poala -, da MU365, una piattaforma interattiva e riservata a clienti selezionati, capace di creare contatti singoli con gli espositori è la dimostrazione della nostra attenzione alla tecnologia, ma anche della nostra volontà di contribuire alla crescita del sistema».

Soddisfatti in generale pro-

duttori lariani, malgrado qualche lacuna. «L'affluenza dei primi due giorni è stata ottima non solo in termini quantitativi, ma anche qualitativi - afferma Alfonso Saibene, consigliere delegato del gruppo Canepa. Sono aumentati gli stranieri, segno che Unica sta conquistando sempre più interesse nel calendario fieristico internazionale».

Nell'approccio con i clienti l'imprenditore ha percepito una generale cautela: «La campagna acquisti è influenzata dal contesto poco rasserenante, ma bisogna andare avanti per migliorare sempre più l'offerta: il made in Como ha una marcia in più, la forza di poter portare sul mercato competenze che altri non hanno».

Alessandro Colombo responsabile della linea RUomo della Ratti evidenzia alcune criticità: «La chiusura di venerdì è penalizzante per le aziende che devono organizzarsi per la trasferta a *Première Vision*. Va inoltre data maggior visibilità all'area tendenze. Ci aspettiamo di più dall'edizione di luglio».

Serena Brivio