



Milano, 12 luglio 2022



MILANO UNICA 35[^] EDIZIONE, 12, 13 E 14 LUGLIO 2022: LE FUTURE SFIDE DEL TESSILE E ACCESSORI IN UNO SCENARIO ECONOMICO DI RIPRESA

Milano Unica ha inaugurato oggi, a Fiera Milano Rho, la sua 35[^] edizione, con il ritorno ai tre giorni di attività, fitti di un parterre di espositori di elevata qualità, che, grazie alla ripresa dei mercati internazionali e al calo delle restrizioni sugli spostamenti, potranno beneficiare di un incremento significativo di visitatori dall'estero. La Fiera del tessile accessori d'alta gamma, per abbigliamento uomo, donna e bambino, si riconferma un punto di riferimento per il sistema.

Sono **389** le aziende presenti, di cui **324** italiane e **65** dall'estero, che, con le loro nuove proposte per l'Autunno/Inverno 2023/2024, determinano il segnale di uno scenario economico in forte ripresa.

Il panorama espositivo è completato dalle numerose aree speciali e di ricerca, che portano le **presenze della 35[^] edizione** a un totale di **445 espositori**.

Tra queste si annoverano **l'Osservatorio Korea, l'Osservatorio Japan, Origin**



Passion and Beliefs, l’Innovation Area, lo spazio dedicato alle **Startup** e l’area **Designers**.

The Woolmark Company, Linen Dream Lab, Filo sustainability offriranno ulteriori spunti di ricerca e approfondimento sulle fibre e sui filati.

Prima presenza per **Retex Green**, il consorzio di nuova costituzione che si pone come acceleratore della moda circolare.

Importante novità di questa edizione è la presenza di **Enti Certificatori di sostenibilità**.

Consolidano il prezioso sostegno, i partner di Milano Unica, **Banca Sella** e **Lauretana**.

La fiera torna a occupare quattro padiglioni e dall’ingresso principale del pad 8 ci si immerge immediatamente nel viaggio di **MU Tendenze & Sostenibilità**, un’unica area che crea un suggestivo benvenuto, con i suoi percorsi visivi, tattili e sensoriali, fitti di pretesti creativi che superano la stagionalità e sempre più orientati al rispetto del pianeta e di chi lo abita, valorizzando la variegata offerta sempre più tesa verso l’impegno a una **Creatività Sostenibile**.

Per dare ampiezza alle proposte della stagione, sarà dato maggior risalto alle numerose aziende che producono **collezioni donna**, con un focus sui tessuti e gli accessori concepiti per **l’abbigliamento femminile**.

Ispirato ai tre temi delle Tendenze proposte da Milano Unica per l’Autunno/Inverno 2023/2024, il **focus donna** si sviluppa su tre aree che narrano eloquentemente la fervida creatività rivolta al mondo femminile.

Gli spazi si articolano in un viaggio che attraversa molteplici proposte: dall’opulenza dei materiali pregiati, delle lavorazioni sofisticate e degli elementi iper-decorativi, come bottoni gioiello e ricami floreali, che raccontano atmosfere orientali e storie al femminile, ai dettagli che traggono ispirazione dalla natura.

I micro organismi diventano stampe o jacquard matelassè, le leggerezze si trasformano in trasparenze, i pizzi sono ricchi di alternanze lucido-opache e gli accessori sono d’ispirazione animalier.

I materiali luminosi e cangianti, con i velluti e le lane assumono ampie volumetrie che avvolgono la figura femminile. I jersey, i tessuti stretch e le maglie sono leggere e soffici, per essere iper-performanti e rivolgersi ai mondi polifunzionali della donna contemporanea.

La Cerimonia Inaugurale si è aperta con l’intervento in remoto del Ministro dello



Sviluppo Economico, **Giancarlo Giorgetti**, che per sopraggiunti, improrogabili impegni a Palazzo Chigi, non ha potuto partecipare fisicamente all'evento, come era previsto.

Il Ministro ha esposto un'ampia visione dei macro-temi legati alle future sfide del paese. *“Sono orgoglioso del nostro settore del tessile e degli accessori, nonostante le difficoltà è in forte ripresa e con ottime prospettive di crescita nei prossimi mesi. Il Made in Italy si distingue per la bellezza, la funzionalità e l'unicità, non a caso è ricercatissimo e desiderato in tutto il mondo. Ma, come altri ambiti soffre per due drammatiche mancanze: le materie prime e i costi energetici. Il governo sta mettendo in campo misure importanti per contrastare questi fenomeni e come MISE, siamo a fianco del settore con tutti gli strumenti necessari per favorire lo sviluppo e l'innovazione dei materiali e delle tecnologie. Solo così anche la moda può vincere la sfida del futuro e essere competitiva”*, conclude il Ministro Giorgetti.

A seguito dei saluti istituzionali di **Alessia Cappello**, Assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro, con delega a Commercio, Moda e Design del Comune di Milano e di **Enrico Pazzali**, Presidente di Fondazione Fiera, la Cerimonia di Apertura di questa mattina, ha offerto al suo pubblico di addetti ai lavori, una dettagliata analisi di **Claudia D'Arpizio**, Senior Partner di **Bain & Company**, sui temi più attuali del mercato del tessile e dell'accessorio, caratterizzati da una profonda trasformazione, che deve tradursi in prospettive future e nuove opportunità per la filiera.

Dalla presentazione di Bain & Company è emerso che il settore moda (premium e lusso, escludendo il segmento mass) ha toccato nel 2021 quota circa 280miliardi di euro (+28% vs. 2020), con una ripresa guidata dalla Cina, l'America e l'Europa. Nell'abbigliamento, si evidenzia una ripresa del segmento donna più veloce rispetto all'uomo, sebbene rimanga sotto i valori del 2019. I primi mesi del 2022 registrano complessivamente un solido recupero, principalmente sostenuto dal dinamismo in America e dal consumo locale in Europa. La Cina, invece, dopo i primi mesi di continua crescita, ha subito un drastico rallentamento della domanda, fortemente ostacolata dalla politica zero-covid iniziata a marzo. Per il comparto moda, ci si attende che anche il segmento premium ritorni ai valori pre-covid tra la fine di quest'anno e l'inizio del 2023. Questo, insieme a una continua performance positiva attesa nel segmento lusso, sta contribuendo alla forte ripresa del mercato tessile, con ordini a parità o già oltre i livelli del 2019 per la SS23 (trend che ci si attende venga confermato nella FW23/24) e un fatturato complessivo del comparto che dovrebbe quindi ritornare a livelli pre-pandemici a partire dal primo semestre 2023 – circa un anno in anticipo rispetto alle attese. Queste previsioni sono supportate non solo da un solido aumento dei volumi, ma anche da un effetto prezzo



legato all'aumento di listini, in conseguenza dell'inflazione dei costi. L'attuale ripresa del mercato tessile è quindi guidata dalla ripresa della domanda di abbigliamento formale, ma anche influenzata dalla attuale situazione di stress della supply chain produttiva.

“Alla luce delle dinamiche che si stanno definendo, nei prossimi mesi i produttori tessili si troveranno ad affrontare tre sfide fondamentali per fidelizzare ulteriormente i propri clienti e sostenere il proprio business: ridurre i tempi di consegna, innovare l'offerta attraverso lo sviluppo di nuovi materiali performanti e sostenibili, adatti alle nuove occasioni ibride casual-formali dei consumatori e investire in una value proposition lavorativa attrattiva per reclutare i nuovi talenti e formarli adeguatamente. Questo scenario presenta anche una irrinunciabile opportunità per il comparto: definire procedure e standard comuni per la certificazione della sostenibilità dei tessuti, collaborando a livello di filiera e distretti e facendo leva sull'esperienza unica e l'eccellenza dei produttori italiani. Questo permetterebbe di assicurare ulteriore impulso e rilevanza al saper fare sostenibile del Made in Italy, oltre a un notevole vantaggio competitivo verso i marchi clienti e i consumatori finali”, commenta **Claudia D'Arpizio**, Senior Partner di Bain & Company.

Nel discorso introduttivo, il Presidente di Milano Unica, **Alessandro Barberis Canonico** ha voluto evidenziare la ripresa del comparto tessile e l'efficacia della Fiera e della sua offerta, come strumento di accelerazione del processo.

“Il settore Tessile - Abbigliamento è in forte ripresa. Si prevede che alla fine del 2022 si tornerà a livelli pre-pandemici. Lo conferma, in modo evidente, la presenza di 445 espositori che tornano a investire nella fiera fisica. Questo è un ottimo segnale di crescita e un'iniezione di fiducia per il futuro. Tengo a sottolineare inoltre la completezza dell'offerta di Milano Unica: non solo uomo ma in questa edizione ci sono ben 157 aziende espositrici che propongono un'ampia offerta per la donna. Oggi più che mai: Uniti per essere Unici”, afferma il Presidente.

Dopo l'introduzione del Presidente, alla tavola rotonda sono intervenuti **Sergio Tamborini**, Presidente di Sistema Moda Italia che ha analizzato il tema della sfida sostenibile del tessile e abbigliamento e delle misure necessarie per la filiera.

“In un panorama di crescita evidenziato dai dati di settore, ma anche di incertezza generale”, ha spiegato Tamborini, *“le aziende e gli imprenditori del tessile e abbigliamento sono in prima linea per affrontare il cambiamento che sta vivendo la filiera, puntando su azioni coese e sulla sostenibilità. Dopo avere costituito il primo consorzio per affrontare il tema della responsabilità estesa del produttore SMI*



promuove nuove misure a tutela del settore per mitigare gli effetti dell'inflazione e del caro energia”.

Nell'impossibilità di partecipare, ma lasciando comunque la sua dichiarazione, il Presidente di ICE Agenzia **Carlo Maria Ferro** è stato rappresentato dal Direttore Generale **Roberto Luongo**.

“ La ripresa delle grandi fiere italiane in presenza prosegue a pieno ritmo. Questa settimana con Milano Unica” - afferma Carlo Maria Ferro. “Il Sistema Paese sta dando il proprio contributo con azioni di supporto e su questo fronte, come ICE, abbiamo lanciato 19 nuove azioni che, in sintesi, aiutano le imprese ad andare sempre più verso digitale, sostenibilità e tracciabilità di prodotto nelle varie fasi della filiera, tutti temi fondamentali per le imprese anche del settore tessile. Milano Unica è anche l'occasione per ricordare le sinergie di sistema: la maglia ciclamino del Giro d'Italia, veicolo della promozione del Made in Italy e della campagna Be.IT da parte di ICE nelle 21 tappe del Giro, è esposta a Milano Unica per l'eccellenza di fibre e manifattura avanzate: l'innovazione sulla tradizione della industria tessile italiana. Anche questo fa sicuramente piacere. Grazie a Sistema Moda Italia e a Milano Unica e un grande in bocca al lupo a imprese e organizzatori,” conclude il Presidente di ICE Agenzia.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Milano Unica (Tel. +39 02 6610 1105)

Alessandra Ardenzi (Mob. +39 335 677 46 20)

Daniela Scardi (Mob. +39 3661964979)