



MILANO UNICA 29^a EDIZIONE

CONFERMA DEL NUMERO DEGLI ESPOSITORI
IN CRESCITA LE AZIENDE EUROPEE (+8%)

TRASFORMAZIONE DIGITALE E SOSTENIBILITA'
AL CENTRO DELLA CERIMONIA INAUGURALE

L'EVENTO ON TOUR, IL VIAGGIO NELLE ORIGINI DELL'ECCELLENZA TESSILE,
DEDICA LA SERATA DI MARTEDÌ ALLA TOSCANA. NELL'OCCASIONE, VERRÀ
FESTEGGIATO IL 40° ANNIVERSARIO DI PRATOTRADE, PUNTO DI RIFERIMENTO
DELL'IMPRENDITORIA E DELLA CREATIVITÀ DEL DISTRETTO PRATESE.

Milano, 9 Luglio 2019 - Sono complessivamente 608 le aziende espositrici che partecipano alla 29^a edizione di **Milano Unica**, il Salone italiano del tessile, che si tiene dal 9 all'11 Luglio a Rho Fiera Milano (Pad. 8, 12, 16, 20), dove vengono presentate le collezioni di tessuti e accessori A/I 2020/2021, in una selezione che offrirà ai visitatori solo il meglio della produzione dell'alto di gamma per le collezioni uomo, donna e bambino.



Qualificata, come sempre, anche l'offerta degli Osservatori Giappone e Corea e di Origin Passion & Beliefs.

Nell'ambito specifico di Milano Unica si registra un aumento degli espositori europei che salgono a 93 (+8%), mentre il numero complessivo di 465 espositori risulta sostanzialmente in linea con l'edizione di Luglio 2018.

A tener banco nella cerimonia inaugurale, i temi della trasformazione digitale e della sostenibilità. All'incontro, presieduto da **Ercole Botto Poala**, Presidente di *Milano Unica* e moderato da **David Pambianco**, Pambianco Strategie d'Impresa, hanno preso parte: **Carlo Capasa**, Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana, **Roberto Luongo**, Direttore Generale dell'Agenzia ICE, **Nazzareno Mengoni**, Co-Fondatore di Startupbootcamp Italia, **Alberto Paccanelli**, Presidente Euratex, **Marino Vago**, Presidente Sistema Moda Italia ed **Edoardo Zegna**, Head of content and innovation Gruppo Ermenegildo Zegna.

L'attenzione di *Milano Unica* e dei suoi espositori è rivolta, infatti, anche a sostenere i processi di innovazione digitale sia nelle attività di produzione, sia in quelle di promozione e di comunicazione. A febbraio era stata lanciata un'edizione pilota della piattaforma **e-milanounica**, il Marketplace realizzato in collaborazione con Pitti Immagine, sempre in una logica di sistema, a cui avevano aderito 60 aziende. A sei mesi di distanza sono già diventate 153 e ognuna presenta fino a 20 prodotti dell'ultima collezione.

La sostenibilità è sostenibile dall'industria tessile?

Una risposta positiva viene anche dai numeri raccolti a seguito delle adesioni al progetto Sostenibilità lanciato da Milano Unica nel 2017. Già a Luglio 2018 fu registrato un successo straordinario con una partecipazione triplicata (123 aziende) con ben 750 campioni di prodotti esposti rispetto alla precedente edizione. In questa edizione, le aziende sono salite a oltre 150 (+22%), con 1004 campioni (+40%) in mostra nell'allestimento riservato alla Sostenibilità. In questa occasione, tra i criteri di catalogazione dei prodotti sono stati introdotti due nuove categorie: 'Fancy Green' per i prodotti creativi e innovativi ed 'EverGreen' per quelli che esprimono continuità nel tempo, dopo che nella precedente edizione era stata presa in considerazione, oltre al prodotto l'innovazione del processo industriale. I dati completi sono disponibili sul Catalogo del Progetto Sostenibilità in fiera e in versione digitale sul sito www.milanounica.it.



Durante la presentazione **Carlo Capasa** ed **Ercole Botto Poala** hanno presentato i nomi dei 10 semifinalisti che parteciperanno a *The Franca Sozzani GCC Emerging Designer Award*: Flavia La Rocca, Anyango Mpinga, ACBC, Twins Florence, Benedetta Bruzichies, Dalpos, Gin Salemò, Kexuan Li, Michele Chiocciolini, Unravelau. Tra di loro verrà selezionata una short list di 5 nomi da cui uscirà il vincitore che sarà premiato in occasione del *Green Carpet Fashion Awards* che si terrà al Teatro alla Scala il 22 Settembre 2019. *Milano Unica* partecipa al premio con la messa a disposizione dei giovani stilisti di tessuti dei suoi espositori coerenti con la necessità di perseguire una moda sempre più ecologica. Un accordo di sistema che si prefigge di far dialogare ancor di più il 'monte' con il 'valle' della filiera del Tessile Abbigliamento.

*“La sostanziale conferma del numero di espositori anche in questa edizione - ha commentato **Ercole Botto Poala**, Presidente di **Milano Unica** -, conforta la bontà delle nostre scelte e delle nostre proposte. Una piacevolissima sorpresa è stata la crescita di adesioni alla piattaforma e-milanounica, il Marketplace sviluppato in collaborazione con Pitti Immagine, che rappresenta anche un'evoluzione digitale della nostra manifestazione. Anche in questo caso, sia come sistema, sia come singole aziende, dobbiamo lavorare molto per arricchire le nostre esperienze e le nostre competenze nel far percepire la qualità del prodotto, ma anche trasmettere emozioni. Intanto, però, abbiamo creato un ulteriore stimolo per andare nella giusta direzione”.*

*“L'adesione al progetto Sostenibilità - aggiunge il Presidente di **Milano Unica** -, inoltre, sta andando oltre le nostre migliori aspettative. C'è ovviamente ancora molto da fare, ma il nostro contributo si colloca dentro una prospettiva resa necessaria dalla responsabilità che sentiamo di avere per concorrere alla salvaguardia del pianeta, dando nel contempo risposte concrete alle richieste sempre più importanti che ci vengono dalle nuove sensibilità espresse dal mercato. E' anche per questo che, in sintonia con Sistema Moda Italia, è stato stretto un accordo con la Camera Nazionale della Moda Italiana, che prevede la partecipazione di **Milano Unica** al *Green Carpet* in Settembre, in cui verrà assegnato un premio a un giovane stilista che avrà saputo interpretare creativamente una moda più sostenibile”.*

Milano Unica come di consueto, oltre alle collezioni delle aziende espositrici, presenta molti progetti di contenuto: la nuova edizione di **e-MilanoUnica marketplace**, l'esclusiva piattaforma di info-commerce business-to-business, il progetto **MU Sustainable Innovation**, con i migliori prodotti realizzati nel rispetto dell'ambiente,



l'area **MU Tendenze**, ispirata al tema Ecorotica, e **MU Sintesi**, con i campioni di prodotto più rappresentativi di ogni azienda.

Tra le varie proposte si segnalano i **MU Special Contents**, come Linen Dream Lab by Celc, Woolmark, SMI – Sistema Moda Italia, il Ministero dello Sviluppo Economico, Banca Sella e l'iniziativa del Politecnico di Milano dedicata ai giovani.

Arricchiscono il percorso espositivo Filo, con le tendenze a monte del tessile, **MU Info & Style**, per i servizi alle imprese, **MU Trade Press**, con un'ampia scelta di libri, riviste di settore, **MU Vintage** e **MU Designers**. Nelle **MU Special Areas**, oltre agli Osservatori Giappone e Corea, è presente Origin Passion and Beliefs, che racconta la manifattura italiana del comparto moda e accessorio.

“Constatare come il tema della sostenibilità, che insieme alla trasformazione digitale, caratterizza questa 29° edizione di Milano Unica – ha sottolineato il Direttore Generale dell'Agenzia ICE, **Roberto Luongo** – negli ultimi anni abbia ricevuto adesioni in costante aumento da parte delle aziende tessili italiane, ci rende orgogliosi per l'attenzione dimostrata verso un argomento così importante sia per il pianeta che per le ultime tendenze in grado di determinare i successi competitivi tra i consumatori millennial attenti alle tematiche etiche. Una sfida su cui puntare, facendo tesoro di questa edizione della manifestazione, per unire all'eccellenza italiana che si distingue per qualità, stile e design anche le caratteristiche di sostenibilità e controllo della filiera produttiva e delle materie prime che, sempre più spesso, i mercati richiedono. L'Agenzia ICE è in campo in maniera importante con una delegazione di alto livello di buyer e media internazionali, per affermare con convinzione sia in ambito comunicativo che commerciale, il valore dell'offerta Made in Italy in mostra a Milano Unica”.*

*“Anche la ventinovesima edizione si presenta con un ricco programma di eventi - ha spiegato **Massimo Mosiello**, Direttore Generale di Milano Unica – che arricchiscono le presentazioni delle nuove collezioni di tessuti e accessori. Milano Unica, infatti, è nata non solo come momento necessario di promozione commerciale, ma anche come strumento di marketing a sostegno della valorizzazione dell'unicità del made in Italy. Il giudizio finale su questa edizione spetterà come sempre ai visitatori e ai nostri espositori, ma sento di poter dire che anche in questa occasione non siamo venuti meno al nostro mandato. Un appuntamento imperdibile, come confermato dal numero di espositori, reso possibile grazie al sostegno economico del Ministero per lo Sviluppo Economico, per il tramite dell'essenziale supporto dell'Agenzia ICE che, tra l'altro, ancora una volta, assicura la qualificata presenza di delegazioni di buyer internazionali e di giornalisti delle più importanti testate specializzate a livello mondiale”.*



Milano Unica rivolge un particolare ringraziamento al **Ministero dello Sviluppo Economico**, all' **Agenzia ICE**, a **Sistema Moda Italia** e al **Comune di Milano** per aver concesso il suo Patrocinio.

Esprime, inoltre, la propria riconoscenza a **Banca Sella** per la collaborazione e agli sponsor **Caffè Toraldo** e **Lauretana**.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Milano Unica

Daniela Scardi - Tel. +39 02 6610 1105 – +39 3661964979

Sergio Vicario (Metafora) - Tel. +39 02 45485095/6 - +39 348 9895170