

Milano, 11 luglio 2023



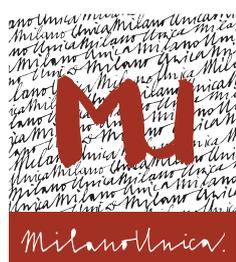
MILANO UNICA 37<sup>^</sup> EDIZIONE, DALL'11 AL 13 LUGLIO 2023:

## LE PERFORMANCE DEL MERCATO PREMIUM E LUSO, LE PROSSIME SFIDE E I TEMI CHIAVE A MEDIO PERIODO PER IL SETTORE TESSILE E ACCESSORI

Aprire oggi, a Fiera Milano Rho, la **37<sup>^</sup> Edizione di Milano Unica**.

Le tre giornate di uno dei più importanti saloni internazionali del tessile e degli accessori, si prospettano ricche di contenuti e di nuovi progetti. **Dall'11 al 13 luglio, la miglior selezione delle aziende del tessile e dell'accessorio d'alta gamma**, saranno presenti con le loro **ricercate e innovative proposte** per l'**autunno/inverno 2024-2025**, rivolte al mercato internazionale dell'eccellenza per uomo e donna.

La manifestazione cresce organicamente ogni edizione e la nota di merito è rivolta soprattutto alle **403 aziende italiane** e alle **78 straniere**, alle quali si aggiungono



le **81 aree speciali**, per un totale **562 espositori presenti**, che dichiarano la loro fiducia verso la mission di Milano Unica, che esprime la sua costante dedizione verso l'offerta di servizi sempre più qualificati e di valori indissolubili da sempre perseguiti.

Milano Unica, da questa edizione, rinnova l'immagine degli stand, che saranno rivestiti di un materiale dalla geometria materica e contemporanea, che evoca **la texture del tessuto**.

I visitatori saranno accolti dall'**area Sostenibilità Creativa**, con un **nuovo approccio** sostanziale: **tutti i campioni esposti nell'area avranno caratteristiche di sostenibilità**. Una scelta che riflette l'impegno crescente, deciso e permanente dell'industria tessile e accessori del settore moda, oltre a decretare la capacità delle **eccellenze del Made in Italy**, di saper realizzare produzioni con contenuti sempre più creativi e di pregiata qualità, nel rispetto del pianeta e di chi lo abita.

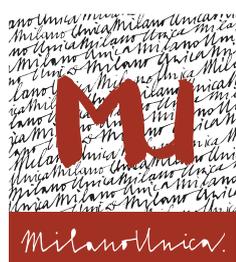
Lo spazio, sempre più ampio, dedicato alle **proposte per la donna**, esprime il desiderio di un'eleganza femminile, che non rinuncia alla dinamicità dei tempi. Tra le sofisticate proposte di tessuti esclusivi, filati nobili, mischie naturali e accessori pregiati, spicca la sobrietà di materiali ipertecnici, essenziali e, allo stesso tempo, dal fascino di un lusso senza tempo.

Ed è proprio accanto all'area Sostenibilità Creativa, colma dei concept di riferimento per **l'autunno/inverno 2024/2025**, che Milano Unica presenta il suo **primo ingresso nel Metaverso**.

In collaborazione con **PwC Italia**, che ha realizzato il progetto, per la prima volta i visitatori potranno amplificare la loro esperienza in fiera, entrando nell'Hub valoriale di Milano Unica, proseguendo il percorso nelle stanze emozionali che rappresentano il viaggio all'interno dei processi creativi, delle idee e delle suggestioni che la mente è stata in grado di generare per rappresentare i nuovi suggerimenti di **MU Community** per le collezioni della prossima stagione.

Anche il panorama espositivo promette un viaggio non meno suggestivo tra le eccellenze produttive del settore e tra le numerose aree speciali di ricerca e approfondimento, presenti a questa 37<sup>a</sup> edizione.

Da sempre sensibile al valore della formazione, dell'inclusività per le nuove generazioni e della continuità del sistema, Milano Unica ospita, il 12 luglio, alle ore 11.00, la conferenza stampa del Comitato Education di Confindustria Moda: **“Moda e Accessorio: la sfida della formazione per la salvezza del Made in Italy”**.

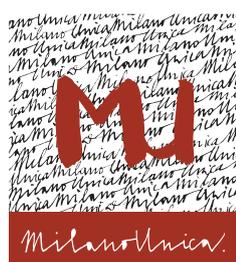


Nello scenario attuale, sempre più competitivo e ancora soggetto a forti oscillazioni, la **Cerimonia Inaugurale** affronta i temi chiave per il settore tessile e accessori, con l'analisi di **Claudia D'Arpizio, Senior Partner Moda e Lusso di Bain & Company**, sulle performance del mercato premium e lusso, verso le prossime sfide che il settore dovrà affrontare nel medio periodo.

*“Sono molto soddisfatto dei numeri di adesione, specie considerando che la selezione delle aziende presenti è di elevata qualità e la proposta creativa è sempre più qualificata. I dati sulle presenze, che hanno superato i valori pre-pandemia, sono una grande motivazione a mantenere Milano Unica **un evento scelto dai top-buyer internazionali**, che cercano **prodotti sostenibili e di pregio**. Questo crea il circolo virtuoso della domanda, soddisfatta da un'offerta che si posiziona nel perimetro del lusso etico e della **produzione del Made in Italy**, che vede ogni edizione **la crescita della proposta femminili d'alta gamma**”, commenta **Alessandro Barberis Canonico**.*

A seguito dei saluti istituzionali di **Roberto Foresti**, Deputy General Manager di Fiera Milano e di **Attilio Fontana**, Presidente della Regione Lombardia, il Presidente di Milano Unica, **Alessandro Barberis Canonico**, dopo il suo discorso d'apertura, cede la parola a Claudia D'Arpizio, che fornisce al comparto numerosi strumenti di riflessione.

*“Il progressivo trend di stabilizzazione della supply chain tessile sta portando brand e retailer a «normalizzare» la loro domanda di tessuti (vs la forte crescita e gli anticipi degli ordini registrati nel 2022). Nel frattempo, il consolidamento del “nuovo formale” e l'affermarsi di connotati stilistici e di prodotto “più essenziali” stanno avendo un impatto significativo sulle tipologie di tessuti tradizionali e funzionali maggiormente richieste. La performance del settore tessile sarà guidata nel medio termine dalla domanda effettiva del mercato al consumo: per queste ragioni ci attendiamo, nella seconda metà del 2023, una possibile lieve contrazione dei volumi, con anche possibili posticipi nel ritiro delle pezze finite da parte di alcuni brand/retailer per poter smaltire prima i propri stock. La performance del 2024 sarà invece principalmente impattata dalle scelte sui listini prezzo che verranno prese dai produttori tessili (a fronte di una stabilizzazione/riduzione di costi di energia e materie prime, che potrà tuttavia essere controbilanciata da possibili aumenti del costo del lavoro in risposta ad uno scenario macroeconomico inflattivo). Il medio termine sarà inoltre caratterizzato da una progressiva*

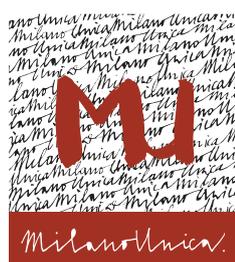


*riduzione dei lead time produttivi, che dovrebbe portare ad un ri-allineamento delle tempistiche di raccolta ordini al periodo pre-pandemico, con un ritorno quindi ad una maggiore frammentazione (seppur non ai livelli “estremi” ipotizzati pre-covid), e dalla capacità dei produttori di adattarsi alla sempre elevata richiesta di personalizzazioni. I “vincitori di domani” saranno quei produttori tessili che meglio di altri riusciranno ad affrontare le cinque sfide chiave che li attendono: offrire un servizio a 360° ai clienti, continuare ad innovare, mantenere il posizionamento sulle fasce di prezzo raggiunte post Covid, sostenere la filiera produttiva e attrarre e formare nuovi talenti. La filiera tessile italiana vive in questo momento però anche una grande opportunità: far leva sulle proprie competenze ed eccellenze per creare uno standard di certificazione «internazionale» che valorizzi la sostenibilità integrata lungo tutto il processo”, spiegano **Claudia D’Arpizio** e **Stefano Fenili**, rispettivamente Senior Partner e Partner in Bain & Company.*

Gli interventi che seguono di **Ercole Botto Poala**, Presidente di Confindustria Moda e di **Sergio Tamborini**, Presidente di Sistema Moda Italia, hanno portato una visione di sistema molto approfondita.

*“Il Tessile, Moda e Accessorio è consapevole dell’importanza di una trasformazione industriale che garantisca processi sempre più sostenibili. Agendo come sistema siamo stati in grado di compiere già importanti passi avanti, ad esempio sul tema dell’economia circolare, dove abbiamo anticipato di anni la normativa europea in termini di riciclo dei rifiuti tessili” commenta **Ercole Botto Poala**, “Ma il cammino è lungo e complesso. In primo luogo perché le regole su cosa significhi produrre in maniera sostenibile non sono ancora definite a livello comunitario. Per non essere spettatori passivi di queste decisioni dobbiamo essere in grado di far sentire la nostra voce, e possiamo farlo solo lavorando in modo unitario. Produrre in maniera sempre più sostenibile è una leva strategica che può permetterci di guadagnare sempre più spazio nei mercati internazionali e ci rende più attrattivi per investimenti. È fondamentale quindi approcciare la sfida non come singole aziende, ma come un sistema in grado di produrre oltre 108 miliardi di fatturato nel 2022”*

*“L’industria del tessile condivide in tutti i settori, lusso, premium e mass market le prossime sfide ricondotte a due parole chiave: digitalizzazione e sostenibilità”, spiega **Sergio Tamborini**, “Come SMI siamo fiduciosi che grazie all’innovazione riusciremo a spingere nuovi modelli di produzione e di consumo, ma soprattutto di circolarità sottolineando il ruolo chiave degli attori della filiera”.*



**Maurizio Forte**, Direttore Ufficio di Coordinamento e Promozione del Made in Italy di ICE Agenzia, chiude gli interventi lasciando il suo commento per sancire la consolidata e proficua collaborazione con Milano Unica.

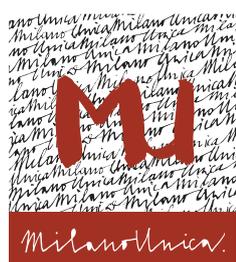
*“Il supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e dell’Agenzia ICE a Milano Unica è di fondamentale importanza per la filiera tessile, a beneficio del rapporto tra gli espositori nazionali e qualificati importatori, distributori, giornalisti invitati dai mercati più promettenti per il successo delle produzioni Made in Italy. In questo particolare contesto internazionale Milano Unica conferma la sua posizione di leadership mondiale e il primato del nostro Paese nella produzione di tessuti e accessori di alta gamma. Desidero complimentarmi per la nuova veste grafica dell’allestimento d’impatto e per il numero di espositori in aumento rispetto all’edizione dello scorso anno che dimostrano la vitalità e crescita del settore”, commenta Maurizio Forte.*

**Erika Andretta**, Partner PwC Italia, EMEA Fashion & Luxury Leader, che, con Matteo Bonente, Partner e Metaverse Lead di PwC Italia, ha realizzato il progetto delle stanze del Metaverso di Milano Unica, ha portato sul palco la sua visione sulle potenzialità delle nuove tecnologie per il settore tessile italiano.

*“L’avatar di Milano Unica sarà la voce narrante della 37<sup>a</sup> edizione, inviterà al salone, aggiornerà sulle novità presenti e accompagnerà i visitatori durante l’esperienza nel Metaverso. Sono state sviluppate infatti ambientazioni 3D per rendere immersiva l’esperienza legata ai trend presentati in fiera, andando al di là dei confini di tempo e spazio. Sarà possibile così navigare nel Metaverso di Milano Unica fino al 25 Luglio.”*

Alessandro Barberis Canonico, nel salutare e ringraziare i suoi ospiti introduce il videomessaggio che il Ministro delle Imprese e del Made in Italy, **Adolfo Urso**, ha voluto mandare, nell’impossibilità di partecipare alla cerimonia, per inderogabili impegni istituzionali.

*Non posso esimermi dal mostrare la mia crescente e profonda gratitudine rivolta al **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale** e di **ICE Agenzia per la Promozione all’Estero e per l’Internazionalizzazione delle Imprese Italiane**, che ogni stagione permettono alla nostra manifestazione un’offerta di servizi sempre più qualificati, oltre a un’amplificazione delle attività*



internazionali. Questa consolidata alleanza di sistema, offre non solo la possibilità di crescere in percepito e in numeri di affluenza, ma di poter confermare Milano Unica come un vero **local landmark** a sostegno della **qualità** e del **global business**.

Un ringraziamento speciale va a **Banca Sella**, da molte edizioni fedele e prezioso partner di Milano Unica, da sempre al servizio dei nostri imprenditori e un riconoscimento a **Lauretana** per il costante sostegno alla manifestazione”, conclude **Massimo Mosiello**, Direttore Generale di Milano Unica.

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