

■ BILANCIO BEN OLTRE ILE PREVISIONI

«Milano Unica», per il tessile un evento con visitatori in crescita

MILANO - L'unificazione fieristica del tessile si conferma una scelta strategica vincente: «Milano Unica», alla sua seconda edizione, ha avuto 30.176 visitatori e punta a diventare pienamente un «evento della moda».

I cinque storici appuntamenti del tessile made in Italy, cioè Ideabiella, IdeaComo, Moda In, Prato Expo e Shirt Avenue, dando vita a «Milano Unica» hanno siglato un importante risultato: il salone unificato del tessile italiano ed europeo di qualità, infatti, ha chiuso i battenti con cifre che vanno oltre le previsioni. E questo nonostante l'appuntamento con le collezioni tessili per la primavera-estate sia tradizionalmente meno frequentato di quello proiettato sull'inverno (la precedente edizione, a settembre, aveva raggiunto 27.500 visitatori).

Le aziende presenti, tutte di alto livello, sono state 16.568 di cui 5.070 estere (+15,41%). C'è stata una crescita significativa dei paesi emergenti (Corea, Hong Kong, India, Brasile), ma anche un forte ritorno di compratori provenienti dai tradizionali mercati di riferimento, come il Giappone e gli Usa, ma anche dall'Europa, con in testa gli operatori di Spagna (+34%), Germania (+35%) e Gran Bretagna (+26%).

«L'affluenza - ha dichiarato Paolo Zegna a nome di Milano Unica - è stata importante per quantità e qualità di aziende presenti, ed è la dimostrazione che si può, tutti insieme, puntare ancora più in alto e lontano».

