

GLI APPUNTAMENTI FIERISTICI

DODICIPUNTI

Fino a domaniDodicesima edizione di
'La moda italiana
a Seoul'**Dal 6 all'8 febbraio**Fiera in Giappone (Tokyo)
'Shoes From Italy'**Dall'11 al 14**

Micam a Milano

Appena conclusiPitti (uomo e bambino)
Expo Riva Schuh
di Riva del Garda
e le fiere ibride
di Berlino

Scommessa sulla qualità

Il settore calzaturiero continua ad attraversare un momento difficile, occhi puntati sulle baby shoes
Prossimi eventi fieristici Seoul e Tokyo, poi Micam. Melchiorri: «C'è un ritorno della scarpa urban city»

L'ECONOMIA/1

FERMO Gli appuntamenti di gennaio hanno portato un po' di fiducia, il Micam è alle porte ma nessuno si fa tante illusioni perché i problemi della scarpa fermiana non possono essere risolti dalle fiere. O meglio l'andamento di questa o quella fiera non sempre rispecchia il mercato. E nell'elenco dei fallimenti spunta anche la Lattanzi Macchine spa di Cascinare. Da oggi a venerdì 2 febbraio si svolgerà la dodicesima edizione di 'La moda italiana a Seoul', evento organizzato da Ente Moda Italia in collaborazione con Anci Servizi Srl e Sistema Moda Italia. Presente a Seoul anche Assocalzurifici, con una collettiva di aziende calzaturiere, che dopo l'appuntamento coreano si sposterà in Giappone per 'Shoes From Italy' in programma a Tokyo da martedì 6 a giovedì 8 febbraio. Poi, dall'11 al 14 ci sarà il Micam.

I bilanci

In attesa dei saloni che verranno, si scorrono i bilanci di quelli che si sono svolti. I due saloni di Pitti (uomo e bambino), Expo Riva Schuh di Riva del Garda e le fiere ibride di Berlino hanno rinfanciato il mercato e le imprese fermiane che riescono a cavalcarlo.

Scarpa fermiana protagonista al Pitti Bimbo con diverse aziende leader nel panorama delle baby shoes. «Il mercato della calzatura da bambino sta attraversando un momento difficile. E' stato

sempre marginale rispetto a uomo e donna ma ora con le proposte delle grandi aziende dello sportswear il consumatore appare ancora più disorientato», afferma Serena Vella, responsabile export della Melania di Montegiorgio secondo la quale sta diventando sempre più importante comunicare le proprietà del prodotto per acculturare le giovani mamme. «C'è un ritorno della scarpa in pelle, causa l'affollamento di prodotti sintetici, per cui i negozianti si orientano verso l'acquisto di un prodotto premium che consenta loro di diversificare l'offerta rispetto ai prodotti dai contenuti più sportivi».

Le complicazioni

A complicare ancora di più il mercato delle baby shoes è la tendenza dei brand dell'abbigliamento a completare la propria offerta con le calzature e forse anche per questo i produttori puri di scarpe da bambino presenti a Firenze sono diminuiti. «Aumento dei visitatori italiani? Lo dicono le statistiche ma ciò non equivale a maggiori acquisti», replica Vella che invece plaude il ritorno dei russi e le presenze asiati-



**Paniccià al Premium Berlin:
«Tutti i più importanti buyer
arrivano qui per avere un'idea
su quali siano i migliori prodotti»**

che. «Nel primo giorno c'è stata molta affluenza, molti curiosi e tanti colloqui mentre nel secondo giorno gli incontri sono stati più concreti e hanno fruttato degli ordini» ci ha detto Cristiano Ferracuti del brand calzaturiero Missouri di Monte Urano. «Come al solito al Pitti i visitatori vedono le collezioni, le valutano, fanno dei giri e poi magari ripassano».

Anche Paolo Rossi, product manager del brand monturanese Jarrett è soddisfatto: «L'andamento generale è stato ottimo. Al di là delle cifre, non sono stati tanti gli italiani che hanno comprato e sono mancati gli arabi. Per l'estero, i clienti che dovevano venire sono arrivati e inoltre abbiamo avuto la possibilità di allacciare rapporti con qualche nuovo nominativo proveniente da Russia e Nord Europa».

Le fiere

Anche alle fiere di Berlino, erano presenti diversi espositori fermiani. «Cinque anni fa da Berlino si tornava a casa con qualche ordine, da un paio di anni non accade più. Gli acquisti sono ritardati di almeno di 30-45 giorni» osserva Giampietro Melchiorri, presente al Premium Berlin con i suoi marchi Alexander Hotto-Primabase. «Questo accade un po' per ritardare i pagamenti e un po' per poter avere la scarpa più nuova». Melchiorri conferma una tendenza emersa anche a Pitti Uomo: almeno per l'inverno c'è un ritorno della scarpa urban o city.

«Una scarpa un po' di qualità, con i

L'accordo**L'Italia avvia in Cina un piano di promozione**

● L'Italia avvia in Cina un piano di promozione di prodotti alimentari con i marchi Dop, Igp e Bio in ristoranti e supermercati, sotto la regia di Ice e ministero dell'Agricoltura e, in collaborazione con l'ambasciata d'Italia. Nei ristoranti di cucina italiana di Pechino saranno disponibili menù dedicati con materie prime certificate.

buyer che sembrano aver metabolizzato il fatto che per avere un po' di qualità in più bisogna spendere un po' di più» conferma l'imprenditore marchigiano. «I russi? Preferiscono il made in Italy e le fiere italiane. A Berlino ne ho incontrati solo un paio...».

Enrico Paniccià ha esposto per la prima volta al Premium con La Martina Shoes, brand che ha proprio la Germania come principale mercato (+30% nel 2017 rispetto all'anno precedente): «Tutti i più importanti buyer arrivano a Berlino per avere un'idea di quali siano i migliori prodotti da acquistare» spiega l'imprenditore torrese. Dopo la trasferta asiatica, fari puntati a Milano e sul Micam, unica fiera dove chi ci riesce, raccoglie ordini.

Massimiliano Viti

© RIPRODUZIONE RISERVATA