

MILANO SUPERSHOW

**Le calzature. L'auto. La casa. L'energia solare. La frutta e il giardinaggio. La pelle...
Le vetrine del made in Italy scelgono Rho**

DI GLORIA RIVA

I fanatici delle scarpe sono pregati di lasciare spiagge e ombrelloni e puntare in massa verso i padiglioni fieristici di Rho, alle porte di Milano. Perché quest'anno Micam, l'evento per eccellenza delle calzature, ha deciso di giocare d'anticipo. L'appuntamento è per domenica 31 agosto (fino al 3 settembre), ben due settimane prima del previsto. Una scelta che ha lasciato perplesso più di un frequentatore abituale di Micam, perché non si è mai vista una fiera così importante abbattere il totem del riposo agostano. L'anticipazione della Micam è solo una delle tante novità di un settore, quello fieristico, che galoppa non solo per stare al passo con i tempi, ma anche per evitare di finire inghiottito dalla crisi che, prima di tutto, taglia i budget aziendali destinati proprio alle esposizioni. Ecco come mai, ad esempio, il fuori salone, cioè l'evento parallelo alla fiera del mobile, organizzato in centro città, da quest'anno non sarà più un'esclusiva della settimana del design, ma diventerà una prerogativa di molte rassegne milanesi, che inoltre hanno cominciato a calcare la mano sulla valorizzazione dell'italian style come emblema mondiale di eleganza, gusto, bellezza e bella vita. Alcune fiere si sono rifatte il look, come il Macef, l'arcinota esposizione dedicata alla casa, che adesso si chiama Homi e si è parecchio modernizzata. La Homi, che si svolgerà il prossimo mese sempre a Rho, ha usato un trucco per attrarre moltissimi visitatori stranieri: abbinare ai tradizionali stand, che vendono pentole e articoli per la casa, eventi di Educational Art Cooking non solo per imparare a realizzare la pasta fresca fatta in casa senza glutine e prelibati piatti aromatizzati con pietre spontanee, ma anche per gustare succulenti finger food realizzati dai cuochi Maurizio Rosazza Prin e Andrea Marconetti, promesse della cucina italiana lanciati da Masterchef.

SUFFICI MILANO

E se le tradizionali kermesse si rinnovano, da quest'anno il cartellone degli appuntamenti fieristici si arricchisce sempre più, con nuovi appuntamenti. La new entry più attesa è Milano Auto Show, un maxi salone per le quattro ruote, che prende ispirazione dalla madre di tutte le esposizioni automobilistiche, il salone di Ginevra. Con 113 manifestazioni ospitate, oltre 30 mila espositori, più di 5 milioni di visitatori e un indotto da 4,3 miliardi di euro è Milano la capitale italiana delle fiere di tendenza e non a caso nel capoluogo lombardo stanno migrando alcuni importanti appuntamenti, da Solarexpo, dedicato all'energia solare, che fino a due anni fa era a Verona, a Lineapelle che da settembre ha cambiato indirizzo, non più Bologna, bensì all'ombra della Madonnina.

Ai conservatori che storcono il naso rispetto all'approdo agostano di Micam, risponde il presidente della fiera, Cleto Sagripanti, che non ha dubbi sulla riuscita di questa edizione: «L'abbiamo anticipata per rispondere a un'esigenza dei visitatori che, in questo modo, hanno più tempo per ordinare le calzature da esporre in vetrina nella prossima stagione primavera-estate», dice Sagripanti, marchigiano numero uno di Assocalzaturifici, la Confindustria delle scarpe: «E poi la fiera punta soprattutto su una clientela straniera, proveniente da Stati Uniti, Canada e Nord Europa». È gente che ad agosto è già pronta a fare grandi acquisti per riempire le proprie vetrine di mocassini e sandali new trend, immergendosi nel mare di 350 mila scarpe esposte in fiera. Qualche esempio? Il grande ritorno delle punte, ma anche il mood sportivo e funzionale, e poi tacchi bassi, chiusure a velcro, frange e nappe. Per coinvolgere anche la città di Milano, il Micam organizzerà fra le vie del quadrilatero della moda installazioni e serate a tema dedi-

cate al mondo delle calzature. Subito dopo le scarpe, segue a ruota (dal 10 al 12 settembre) Lineapelle, storica fiera dedicata all'industria conciaria italiana che fino alla scorsa primavera era di casa a Bologna. «Per dieci anni ho cercato di convincere la fiera bolognese ad anticipare le date dell'esposizione, ma non c'è stato verso, e allora ci siamo trasferiti a Milano», dice Salvatore Mercogliano, amministratore delegato di Lineapelle, che con questo trasloco ha fatto arrabbiare i bolognesi e infuriare i parigini della concorrente manifestazione Le Cuir, che fino all'anno scorso avevano la priorità assoluta per la prima edizione settembrina delle pelli, destinate a vestire borsette, giacche o divani. «Il 75 per cento delle pelli italiane finisce all'estero e per questo la maggior parte degli ▶

ospiti è straniero, e preferisce visitare una fiera a Milano anziché a Bologna, risparmiando tempo per i trasferimenti e cogliendo l'occasione per fare un tour in città, capitale della moda e del design», racconta Mercogliano. E i visitatori hanno un motivo in più per stare all'ombra della Madonnina a inizio settembre. Infatti, contemporaneamente a Lineapelle, c'è la fiera "sorella" Milano Unica, esposizione dei tessuti made in Italy. Gli organizzatori di entrambe le manifestazioni sperano che questa vicinanza possa convincere molti visitatori stranieri, in cerca di nuove soluzioni per le loro collezioni, a fare una capatina a Milano a settembre. Tanto più che l'Italia è leader in entrambi i settori. Infatti viene da qui il 30 per cento delle pelli che indossiamo e non solo, e per questo la conceria italiana è la più importante del mondo e detta le tendenze: «Pelli soffici e dai colori neutri, ma anche color blu e violetto saranno i grandi protagonisti della prossima stagione», anticipa il capo di Lineapelle. Le 1.300 piccole imprese del settore, capa-

ci di generare un giro d'affari da cinque miliardi di euro, si sono innovate per rispondere alle richieste dei clienti più esigenti, che vanno in cerca di un prodotto sempre più eco sostenibile, trattato naturalmente e senza l'uso di sostanze chimiche. Ecco perché la veneta Bonaudo ha realizzato un aranceto all'interno dello stabilimento, per dimostrare quanto il luogo di lavoro sia salubre, mentre c'è chi, per impreziosire i capi ha scelto tecniche antiche, come la lavorazione con polvere di diamanti, che rende le pelli più resistenti e lucide.

Il fil rouge di tutte queste manifestazioni è l'attenzione al design e allo stile, due elementi cardine di Milano, che hanno convinto Alfredo Cazzola, ex patron del

Motor Show di Bologna, a creare una nuova esposizione dell'auto, Milano Auto Show, che punta a portare in città almeno 25 case automobilistiche provenienti da tutte le parti del mondo fra l'11 e il 21 dicembre. E se con il prestigioso salone di Ginevra non ci sarà alcuna competizione, dal momento che la fiera svizzera andrà in scena a marzo del 2015, è indubbio che l'Auto Show pesterà non poco i piedi al Motor Show di Bologna, che riprende dopo un anno di pausa e si farà dal 6 al 14 dicembre. La Fiat, per non scontentare nessuno, avrà il dono dell'ubiquità: metterà in bella mostra la sua nuova 500 X in entrambe le kermesse. «Milano è la città giusta dove portare un evento dedicato alle quattro ruote, per la sua naturale predisposizione a valorizzare le proposte che arrivano dall'alta tecnologia, dal design, dalla moda e dal life style», dice Cazzola, che ha pensato di abbinare al nuovo salone dell'auto un "fuori salone" in zona Tortona, Brera, via della Spiga e via Montenapoleone dove saranno allestiti dei Pit Stop per fare rifornimento di modelli innovativi e quattro ruote stilose e scoprire nei corner design come nascono le vetture. «Quella del fuori salone è una tendenza che si sta sviluppando sempre più. Piace agli espositori, che in questo modo si fanno una doppia pubblicità, piace ai visitatori, che possono vivere anche la città, e anche ai milanesi festaioli. L'Expo 2015, in tutto ciò, ci sta dando una grande mano per fare del capoluogo lombardo il punto di riferimento delle esposizioni fieristiche di tendenza», racconta Enrico Pazzali, amministratore delegato di Fiera Milano, che snocciola l'elenco delle nuovissime fiere del prossimo anno. A febbraio ci sarà la prima edizione del Myplant&Garden, dedicata ai fiori e creata per risponde al crescente interesse per la coltivazione degli orti urbani e dei terrazzi. E poi dal 20 al 22 maggio avrà il suo battesimo

Fruit Innovation alla fiera di Rho, cioè a due passi dall'Esposizione Internazionale. La mostra mercato dedicata alla frutta nasce dalla volontà dei produttori lombardi e italiani di aumentare la propria presenza sui mercati internazionali creando un terzo polo europeo del settore dopo il Fruit Logistica di Berlino e il Fruit Attraction di Madrid. In Lombardia ogni anno vengono raccolte 700 mila tonnellate di ortaggi, compresi i meloni tipici del Cremonese, e oltre 91 mila tonnellate di frutta, per lo più mele valtellinesi, ma anche pere, albicocche, ribes, lamponi, uve da vino e olive. Ecco perché questa nuova esposizione ha deciso di prendere casa a Milano. Ad esempio a fine febbraio ci sarà il Myplant&Garden, mostra dedicata ai fiori, che risponde al crescente interesse per la coltivazione degli orti urbani e dei terrazzi.

SOGNANDO EXPO

Non solo le fiere del futuro saranno sempre più integrate con la città, attraverso il fuori salone, ma puntano ad andare sempre più lontano. È il caso di Homi, che nel 2015 verrà esportata in Russia e a New York, e della Bit, la fiera del turismo italiano che da quest'anno raddoppia, sbarcando in Cina. Ha attraversato anni difficili la Bit, che dopo un profondo restyling - che ha significato dire addio ai padiglioni suddivisi per regioni - tornerà dal 12 al 14 febbraio con sezioni dedicate al lusso, all'arte e alla cultura e al turismo d'affari. «E in più, grazie a una serie di convenzioni, volerà alla fiera del turismo cinese di Guangzhou», spiega Pazzali. Si tratta di un gemellaggio che nasce con l'obiettivo di portare in Italia parecchi turisti asiatici, conquistati non solo dalle immagini da cartolina degli espositori, ma anche dall'enogastronomia italiana, un cavallo di battaglia che un po' tutte le fiere stanno sfruttando per convincere gli stranieri a visitare le fiere del Belpaese. Milano, in quanto a fiere, ha messo il turbo e c'è un gran fermento: basterà tutto questo per arrivare preparati all'appuntamento con Expo 2015? ■

Attenzione allo stile e al design. E appetitosi "fuori salone". Che coinvolgono la città nelle kermesse. Per attirare visitatori



CLETO SAGRIPANTI, PRESIDENTE DELLA FIERA DI MILANO. A SINISTRA: I PADIGLIONI DI HOST. SOPRA: LA BIT 2014



ENRICO PAZZALI, AD DI FIERA MILANO. A FIANCO: IL PADIGLIONE GUZZI AL MOTOSALONE. NELLA PAGINA A FIANCO: MICAM SQUARE



