

Via alla fiera
degli accessori
made in Italy
(Bottoni in MF Fashion)



Congiuntura

Accessori made in Italy, export a 13,2 miliardi

I settori aderenti a Fiamp confermano il loro primato europeo e creano una settimana che riunirà tutte le fiere sotto l'insegna All accessories in scena dal 4 al 9 marzo 2011. **Chiara Bottoni**

L'Italia conferma il suo primato europeo nell'export di accessori moda e consolida questa sua supremazia promuovendo la settimana dell'accessorio. Battezzata **All accessories** riunirà nell'arco di una settimana, dal 4 al 9 marzo, le manifestazioni **Mido** (dal 4 al 6), **Micam**, **Mifur** e **Mipel** (dal 6 al 9), e sarà inserita nel contesto di **Milano fashion city**, l'iniziativa promossa da **Promos** azienda speciale di **Camera di commercio**. A ribadire l'importanza di un comparto che al suo interno riunisce i settori aderenti a **Fiamp-Federazione italiana accessorio moda e persona** e le rispettive associazioni **Aimpes** (pellettieri), **Anci** (calzaturieri), **Anfao** (occhialeria), **Federorafi** (oreficeria-gioielleria), **Unic** (industria conciaria) e la new entry **Aip** (pellicceria) sono i dati economici: nei primi otto mesi del 2010 infatti l'Italia ha confermato la sua supremazia fra i paesi europei nell'export di accessori e pellicce per un to-

ITALIA LEADER EUROPEO NEGLI ACCESSORI

In milioni di euro - Gennaio-Agosto 2010

	Export	Variatz.	Import	Variatz.	Saldo	Variatz.
Calzature e componenti	4.755	6,1%	2.876	8,6%	1.879	2,5%
Pelletteria	1.927	15,7%	1.179	12,8%	748	20,5%
Preparazione e concia cuoio	1.669	34,3%	861	66,2%	808	11,6%
Occhialeria	1.478	15,5%	556	11,2%	922	18,2%
Gioielleria	2.700	26,9%	841	53,6%	1.859	17,7%
TOTALE FIAMP	12.528	16,0%	6.313	20,0%	6.215	12,2%

Nota: i valori della tabella non tengono ancora conto dei dati di Aip (Associazione italiana Pellicceria)
* Dati Unic gennaio-giugno 2010 Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat
GRAFICA MF-MILANO FINANZA

tale di 13,2 miliardi di euro con un saldo attivo di circa 7 miliardi (+13,6%). «Una forza economica che ci permette di giocare un ruolo da protagonisti nel segmento fashion internazionale», ha spiegato **Giorgio Cannara**, presidente di turno di Fiamp. Forza confermata anche dalla ricerca sull'evoluzione dei consumi realizzata da **Brandvalue** su 6 mila consumatori europei, che ha eviden-

ziato quanto gli accessori siano tra i beni più acquistati e desiderati. Unico neo che Fiamp però dovrà affrontare sarà quello della sovrapposizione al calendario del prêt-à-porter di Parigi (1-9 marzo). «È una problematica che esiste e che ci siamo posti a tutti i costi di risolvere per evitare che questa sovrapposizione si riproponga nelle stagioni future», ha concluso Cannara. (riproduzione riservata)

