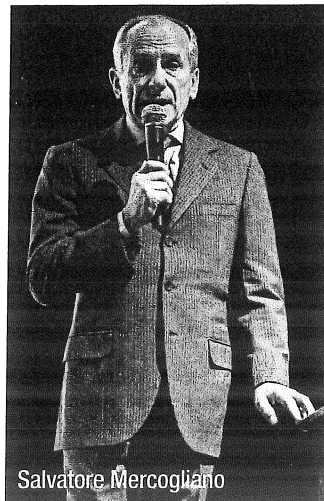


Lineapelle si allinea con Milano Unica

Con il trasloco da Bologna del salone conciario, tutta la filiera fieristica del tessile-abbigliamento si riunisce nel capoluogo lombardo. Mercogliano: «Siamo più connessi con il sistema. E i numeri ci premiano»

di/by **Andrea Bigozzi**

Per stare più vicina ai big brand del lusso **Lineapelle**, la fiera internazionale dedicata all'industria conciaria, da quest'anno cambia città. In programma dal 10 al 12 settembre (un mese in anticipo rispetto al solito), la manifestazione lascia Bologna e si insedia a Milano, nel polo fieristico di Rho-Pero, compiendo lo stesso viaggio compiuto circa 20 anni fa da **Micam**. A spingere l'organizzazione in questa direzione è stata la convinzione che sia ormai necessario inserirsi al centro del calendario delle manifestazioni fieristiche della filiera tessile-moda-abbigliamento-accessori che si trova nel capoluogo lombardo, oltre alla necessità di portare i fornitori di pellami sempre più vicini a dove operano i grandi marchi, da cui sempre di più dipendono. «Gli spazi sono maggiori, occuperemo ben 41mila metri quadri e il numero delle aziende partecipanti supera anche a questa edizione quota 1.100», assicura l'amministratore delegato **Salvatore Mercogliano**. La decisione è frutto di numerose sollecitazioni pervenute negli ultimi anni da parte di visitatori ed espositori della manifestazione, che si era sempre svolta a Bologna: «Sentivamo l'esigenza di dare all'evento una forma e uno spazio più centrale e più connesso con l'universo del made in Italy. Per noi è importante che tutta la filiera del made in Italy viaggi compatta. Per questo ci è venuto naturale trasferirci a Milano, che è la capitale della moda, presentarci in concomitanza con **Milano Unica** e a ridosso con le sfilate». Per la manifestazione fieristica l'obiettivo è ovviamente quello di catturare un numero maggiore di buyer: target che sembrerebbe già centrato, a giudicare i primi dati sugli accrediti dei visitatori. «Le richieste di accredito online - conferma Mercogliano - sono in aumento del 18% e, anche se i conti si fanno sempre alla fine della manifestazione, registriamo un incremento di interesse da parte non solo dei comparatori stranieri, ma anche di quelli italiani. Il che ci fa sperare di superare i 18mila visitatori di un anno fa». Nei padiglioni di Rho-Pero le oltre 1.100 aziende partecipanti (di cui circa 750 italiane) si sono date appuntamento per presentare le tendenze del prossimo autunno-inverno 2015/2016 e, contemporaneamente, per verificare lo stato di salute del mercato della conceria italiana, che nel 2013 ha superato i 5 miliardi di fatturato, crescendo del 9,5%, e che anche in questa prima parte dell'anno sta registrando un andamento positivo. «Continuiamo a crescere, grazie ai mercati esteri e al lusso, ma a ritmi meno incalzanti rispetto a 12 mesi fa», racconta Mercogliano, che confessa di avere un progetto speciale per la "nuova vita" di Lineapelle: portare il numero dei buyer stranieri (che oggi sono il 30% del totale provenienti da 110 Paesi) a superare quello degli italiani. «Un traguardo alla nostra portata già da settembre 2015». ■



Salvatore Mercogliano