

News - 26/01/2026

Milano Unica, il bilancio della 42a edizione

In aumento i buyer internazionali. Il ricordo di Valentino all'inaugurazione



La 42^a edizione di **Milano Unica**, il Salone del tessile e degli accessori d'alta gamma, tenutosi a Fiera Milano Rho dal 20 al 22 gennaio, dove sono state presentate le collezioni P/E 2027, che aveva registrato all'apertura il record dell'incremento di presenze di espositori europei (+25%), si è conclusa con un **aumento della partecipazione di buyer internazionali**. Francia (+8,5%) e USA (+13,5%) sono risultati i due Paesi complessivamente più rappresentati, in crescita anche la presenza di buyer provenienti da: Corea (+10%), Canada (+6,6%), Germania (+8%), Giappone (+2,4%), mentre Gran Bretagna e Spagna confermano le importanti presenze dell'edizione di febbraio 2025.

Le parole del presidente di Milano Unica, Simone Canclini

“Le due ultime edizioni hanno fatto registrare i risultati migliori di sempre. Oggi il salone è diventato leader internazionale del settore e si è creata una squadra coesa fra tutti gli imprenditori, efficacemente coordinata dal Direttore di Milano Unica, **Massimo Mosiello** e dal suo staff”, ha ricordato Simone Canclini, aggiungendo: “Abbiamo due obiettivi. **Dobbiamo coinvolgere di più i giovani**, perché c'è bisogno della loro visione e non possiamo perdere le competenze che sono alla base del nostro successo nel mondo. **Dobbiamo poi comunicare di più e meglio i nostri tessuti e gli accessori con i consumatori del prodotto finale.** I tessuti sono la condizione necessaria per il successo degli abiti. Siamo leader come produttori di bellezza e siamo leader nella sostenibilità” conclude Canclini, sottolineando l'importanza dell'accordo Mercosur e auspicando che: “La Direttiva EPR possa diventare legge al più presto, perché il riciclo rappresenta una rivoluzione copernicana per la filiera”.

L'inaugurazione e il ricordo di Valentino

La tradizionale cerimonia inaugurale del 20 gennaio scorso, si è aperta con l'invito del Presidente di Milano Unica, Simone Canclini a un minuto di silenzio in ricordo di **Valentino Garavani**, seguita dai saluti istituzionali del Presidente della Regione Lombardia **Attilio Fontana**, in collegamento, dal Direttore Centrale per i Settori dell'Export dell'Agenzia ICE, **Maurizio Forte**, e dal Presidente di Fondazione Fiera Milano, **Giovanni Bozzetti**.

L'inaugurazione di Milano Unica ha offerto **uno sguardo approfondito sulle sfide e le opportunità del settore tessile-moda italiano, mettendo al centro formazione, materie prime e nuove strategie di comunicazione.** A guidare il dibattito è stato il giornalista **Nicola Porro**, che ha aperto il confronto dialogando con il **Ministro dell'Istruzione e del Merito Giuseppe Valditara**. Il Ministro ha ribadito l'importanza della formazione professionale, citando i modelli virtuosi del Nord Europa e sottolineando gli investimenti del Governo nella digitalizzazione delle scuole. Ha inoltre evidenziato il successo del percorso tecnologico-professionale 4+2, che ha registrato un forte aumento delle iscrizioni, indicando una crescente sinergia tra scuole e imprese.

Il tema della **materia prima** è emerso come elemento strategico per il futuro del made in Italy. **Luca Solca**, di Sanford C. Bernstein Schweiz, ha delineato un mercato globale complesso: mentre l'alto di gamma mantiene solidità, la classe media mondiale è sotto pressione e si orienta verso prodotti di qualità a prezzi intermedi. Per competere, ha ricordato, occorre

leggere con attenzione l'evoluzione geopolitica e i cambiamenti nei consumi.

Stefania Saviolo, docente della Bocconi, ha posto l'accento sulla distanza tra consapevolezza e competenza del cliente finale: **il consumatore percepisce il valore, ma non conosce la filiera**. Raccontare il processo produttivo diventa quindi essenziale per costruire fiducia.

Sul ruolo della manifattura italiana si è soffermato anche **Claudio Marenzi**, sottolineando la **necessità di recuperare margini** attraverso interventi sul costo del lavoro e puntando sulla passione e sull'unicità del saper fare italiano.

A chiudere, **il Viceministro Valentino Valentini** ha richiamato la centralità del tessuto e dell'accessorio per il lusso, annunciando nuovi investimenti a sostegno delle imprese. Un clima di moderato ottimismo ha caratterizzato la fiera, come confermato dal Direttore Generale **Massimo Mosiello**, grazie anche alla forte presenza di buyer internazionali.

I dati

Il consuntivo 2025 della tessitura italiana, stimato dall'**Ufficio Studi di Confindustria Moda** sulla base dei dati Istat dei primi nove mesi dell'anno, evidenzia **una situazione ancora in sofferenza**, nonostante il forte rallentamento dell'andamento negativo del fatturato e del valore delle esportazioni rispetto a quanto rilevato nel 2024 (-1,5% contro -8,8% il fatturato e -1,5% contro 10,7% l'export).

Guardando ai singoli mercati di sbocco delle nostre esportazioni, nei primi nove mesi del 2025, Cina e Hong Kong, presi in considerazione congiuntamente, continuano ad essere il primo mercato di sbocco che vale circa 200 milioni di euro, mentre singolarmente fanno rispettivamente registrare cali del -17,7% e -24,7%. La Cina, da sola, si colloca al quarto posto, come quota di mercato, dietro a Francia (-3,1%), Germania (-1,3%) e Tunisia (+7,4%). In positivo, da segnalare: USA (+5,9%), Portogallo (+0,9%), Marocco (+14,4%), Polonia (+18%) e Gran Bretagna (+9,2%).

“Se si guardano i dati con attenzione, **possiamo trarre qualche indicazione ulteriore a sostegno di un moderato ottimismo**. Nel terzo trimestre dello scorso anno, infatti, il comparto, nel suo complesso, ha registrato un andamento positivo, a cui si affianca la crescita del fatturato dei comparti cotoniero e liniero, che recuperano le perdite accumulate nel biennio precedente. Tutti indicatori interpretabili come **avvio di un auspicabile trend favorevole nel 2026**” ha aggiunto il Presidente di Milano Unica, Canclini.

Con la 42^a edizione, Milano Unica si conferma non solo un appuntamento commerciale di riferimento, ma **una piattaforma dinamica e culturale**, capace di stimolare una riflessione condivisa sul futuro della moda, sul ruolo strategico della materia prima e sul valore industriale e simbolico della filiera europea premium e luxury.

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - <https://www.ui.biella.it>