



MarediModa 2008: l'alta specializzazione paga sempre

Milano, 3 dicembre 2007

Nonostante la congiuntura internazionale e in controtendenza rispetto alle performances dei saloni tessili di riferimento, la settima edizione di MarediModa (Palais des Festivals, Cannes, 26-28 novembre) si è chiusa all'insegna di un cauto e moderato ottimismo. **Rispetto all'edizione 2007 che contava 12 espositori in più, la fiera ha registrato un leggero incremento con circa 2800 visitatori (poco più di 2700 nell'edizione 2007) provenienti da 730 aziende tra le più qualificate a livello mondiale, in rappresentanza di oltre 40 Paesi tra i quali Italia, Francia, Spagna, Germania, Svizzera, UK, Russia, Turchia e Stati Uniti..** Un sondaggio a campione effettuato l'ultimo giorno di fiera ha confermato la buona riuscita del salone con commenti e apprezzamenti davvero incoraggianti a testimoniare la validità della formula e soprattutto della tutela dell'alta specializzazione europea e della creatività, argomenti spesso polverizzati e cangianti per i saloni concorrenti.

La fiera dedicata alle più raffinate e innovative collezioni di tessuti per il mare e per l'intimo conferma il proprio ruolo di salone gioiello capace di rappresentare il meglio della produzione europea dei comparti mare e intimo in un contesto privilegiato come il Palais Des Festivals di Cannes che simbolicamente affaccia sul Mediterraneo come palcoscenico e piattaforma della cultura tessile europea. A tal proposito, ha riscosso un crescente e notevole successo la presenza di un qualificato gruppo di aziende di confezione dell'area Euro-Med (Europa Orientale e bacino mediterraneo) che si propongono come ottima alternativa alle ormai tradizionali realtà del Far East, spesso inaffidabili e culturalmente molto lontane dalla sensibilità europea.

Da segnalare anche il buon successo del forum targato MarediModa dal titolo "La competitività del Tessile europeo: innovazione e creatività" che ha voluto trasmettere, attraverso le parole e le analisi mai scontate di relatori di primissimo livello, la forza propulsiva legata alla capacità creativa come unica chiave di accesso ad una progettazione vincente. Alla tavola rotonda hanno partecipato David Shah (trendmaker di fama mondiale e direttore/editore della celebre rivista View), Massimo Baroni (rappresentante del gruppo 4T che si pone come partner innovativo a supporto della creatività applicata), Michel Caillibotte (marketing manager del gruppo Dow Fiber Solutions) ed Edith Keller (presidente di Groupe Carlin International, il più importante e credibile bureau di tendenze).

MarediModa non è soltanto un momento di lavoro e di pubbliche relazioni ma è anche convivialità e lo dimostra il successo della quinta edizione del MarediModa Beachwear Award (l'attività di talent scouting pensata in collaborazione con Mittelmoda International Lab) che ha visto la premiazione finale la sera del secondo giorno di fiera alla presenza di un numerosissimo pubblico che ha potuto assistere al riconoscimento consegnato al vincitore, Alberto Messina dell'Università di Bologna, quale miglior stilista in gara giudicato dai visitatori attraverso una vera e propria votazione e da una giuria composta da David



Shah, Sophie-Lucie Dewulf (giornalista e trend maker), Francesco Macchi (titolare di Delmar) e Marco Pisani (giornalista e direttore di Linea Intima). A seguire un concerto frizzante e divertente dei Sunny Boys.

La prossima edizione di MAREDIMODA si terrà sempre a Cannes dal 25 al 27 novembre 2009 con la consueta preview di Monaco di Baviera fissata per il 13 e 14 ottobre 2009 a Palazzo Prisco.

Press office

AMATOSTUDIO_integrali di comunicazione dal 1978

Via delle Azalee 15 20147 Milano

T 0241540103 F 0241291455 M 3485261628 email umberto@amatostudio.191.it

www.creativekitchen.it