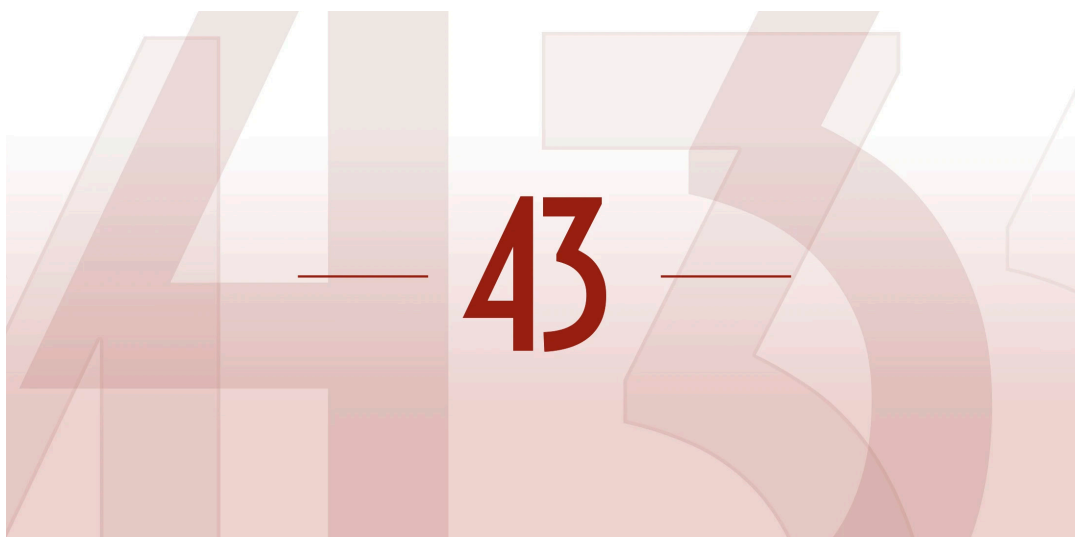
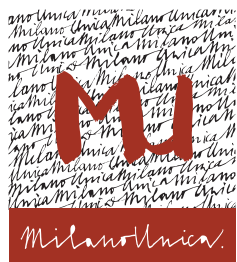




Milano Unica inaugura la 43^a edizione
7-8-9 luglio 2026 – Fiera Milano Rho

LA FIDUCIA DELLA FILIERA SOSTIENE CRESCITA, INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ DEL SALONE ITALIANO DEL TESSILE E DEGLI ACCESSORI D'ALTA GAMMA

Milano, 7 luglio 2026 - Si apre oggi a Fiera Milano Rho la **43^a edizione di Milano Unica**, il salone italiano dei tessuti e degli accessori d'alta gamma, punto di riferimento internazionale per il settore, dove vengono presentate le collezioni **Autunno-Inverno 2027-2028**.

Milano Unica conferma la fiducia dell'industria tessile internazionale, con una crescita della partecipazione espositiva. Sono **737 gli espositori presenti**, di cui, nei saloni di Ideabiella, Moda In e Shirt Avenue, **460 italiani** e **144 europei**. Questi ultimi in **crescita del 15,2%** rispetto all'edizione corrispondente del 2025, rafforzano il profilo di Milano Unica come evento di riferimento del **Made in Europe**. A queste presenze si aggiungono le **119 aziende** delle Aree Speciali. Cresce anche la superficie espositiva, a conferma del ruolo della manifestazione quale piattaforma di riferimento per il dialogo tra imprese, mercati e innovazione.

La cerimonia inaugurale si è aperta con saluti istituzionali del Presidente della Regione Lombardia, **Attilio Fontana**, del Presidente di ICE Agenzia, **Matteo Zoppas** e del Presidente



di Fondazione Fiera Milano, **Giovanni Bozzetti**. A seguire, il Viceministro delle Imprese e del Made in Italy, **Valentino Valentini**, ha portato il suo contributo, sottolineando il valore del Made in Italy e la disponibilità del Governo all'ascolto delle imprese.

“Dalle radici al futuro, il tema scelto per questo appuntamento, è già un piano operativo per il settore. Il Made in Italy è un processo continuo, quotidiano, per raggiungere e mantenere un elevato standard di qualità. Oggi, nel passaggio dall'economia di prodotto all'economia di processo, l'innovazione legata alla tradizione è la chiave per rimanere competitivi su un mercato internazionale sempre più complesso e in rapida mutazione. Serve conoscere i nuovi strumenti, aprire nuovi mercati e al tempo stesso sviluppare e consolidare le nostre filiere, l'ecosistema in cui il nostro modello produttivo, fatto in gran parte di Pmi, esprime al meglio le sue potenzialità. In questo percorso il Governo è pronto ad ascoltare le aziende e ad accompagnarle”, ha dichiarato il Viceministro.

La tavola rotonda, dal titolo **"Dalle radici al futuro: il percorso dell'innovazione nel tessile e nella moda"**, ha affrontato il tema dedicato al ruolo dell'innovazione come leva strategica per la competitività della filiera. Moderata da **Nicola Porro**, giornalista, saggista e conduttore televisivo, ha riunito **Chiara Beghelli**, giornalista de Il Sole24Ore, che ha proposto una riflessione sull'innovazione come reinterpretazione contemporanea del patrimonio artigianale italiano, **Erika Andreetta**, Partner PWC Italia, EMEA Fashion & Luxury Leader, sul ruolo delle competenze e della trasformazione digitale, **Mauro Sampellegrini**, Direttore Ricerca, Innovazione e Sostenibilità di Confindustria Moda, sul rapporto tra innovazione, ricerca e politica industriale, **Stefano Galassi**, CEO Limitless Innovation, sull'evoluzione dei processi e dei modelli del fashion system, **David Pambianco**, CEO Pambianco, sulle nuove strategie competitive del settore, **David Zdravkovic**, Partner OC&C Strategy Consultant, CAO, sugli scenari internazionali e sulle dinamiche dei mercati. Un confronto che mette al centro un tema oggi decisivo per il futuro del Made in Italy: la capacità di trasformare ricerca, competenze, cultura manifatturiera e sostenibilità in valore competitivo.

*“La fiducia che espositori italiani e internazionali continuano ad accordare a Milano Unica rappresenta il riconoscimento più importante del lavoro svolto in questi anni e, allo stesso tempo, una responsabilità verso l'intera filiera, dichiara **Simone Canelini**, Presidente di Milano Unica. “Per questo abbiamo scelto di dedicare la cerimonia inaugurale al tema dell'innovazione, affrontandolo nella sua accezione più ampia. Innovare significa certamente investire in ricerca e nuove tecnologie, ma anche valorizzare il patrimonio manifatturiero italiano, sviluppare nuove competenze, rafforzare il dialogo tra imprese e istituzioni e trasformare la sostenibilità in un fattore di competitività. Milano Unica vuole continuare a essere il luogo in cui questi temi trovano sintesi, confronto e una visione condivisa. I dati elaborati dall'Ufficio Studi Economici e Statistici di Confindustria Moda confermano uno scenario internazionale in continua evoluzione, caratterizzato da dinamiche differenti tra mercati e aree geografiche. Proprio per questo riteniamo fondamentale leggere con attenzione i cambiamenti, affinché possano tradursi in nuove opportunità per le imprese”,* conclude il Presidente.



L'analisi dell'Ufficio Studi Economici e Statistici di Confindustria Moda evidenzia un primo trimestre 2026 ancora complesso per il comparto tessile, dopo un 2025 chiuso al di sotto delle attese in termini di fatturato ed esportazioni. L'indice ISTAT della produzione industriale della tessitura registra una flessione dell'1,3%, mentre l'export complessivo di tessuti si attesta a 729 milioni di euro, in calo del 3,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il quadro, tuttavia, presenta dinamiche differenziate sia tra le diverse tipologie di prodotto sia tra i mercati di destinazione. Crescono infatti i tessuti di seta (+7,5%), di cotone (+2,2%) e di lana (+1,2%), mentre il risultato complessivo risente della marcata contrazione dei tessuti a maglia (-13,2%). Anche la geografia dell'export restituisce uno scenario in evoluzione: aumentano le esportazioni verso Paesi strategici come Francia (+8,5%), Cina (+7,8%) e Polonia (+19,6%), mentre registrano una flessione Stati Uniti (-10,7%), Tunisia (-9,1%), Spagna (-5,1%) e Germania (-0,8%). Parallelamente, la Germania diventa il terzo Paese di provenienza delle importazioni italiane di tessuti, con una crescita del 47,2%, alle spalle di Turchia e Cina. In questo contesto emergono nuovi equilibri della domanda internazionale. La crescita delle importazioni cinesi di tessuti italiani si accompagna infatti alla marcata contrazione dell'export verso Hong Kong, modificando un assetto consolidato che vedeva Cina e Hong Kong ai vertici della graduatoria dei principali Paesi importatori di tessuti italiani. Si affacciano inoltre nuovi mercati del Sud del mondo, che manifestano un interesse crescente per le produzioni italiane di alta gamma. Pur trattandosi di dati riferiti al solo primo trimestre del 2026, e quindi suscettibili di evolvere nel corso dell'anno, si tratta di segnali che meritano un'attenta osservazione, perché contribuiscono a orientare le strategie delle imprese e a cogliere tempestivamente l'evoluzione dei mercati internazionali, consentendo anche a Milano Unica di continuare a rafforzare la propria capacità di interpretare le esigenze della filiera e dei buyer internazionali.

“Il tessile è il primo anello della filiera della moda che si caratterizza per la ricerca sui materiali, l'innovazione nei tessuti, la capacità delle nostre imprese di anticipare le tendenze. Milano Unica è il luogo in cui nasce una parte significativa delle future collezioni del fashion mondiale. Questa edizione cade in un contesto internazionale particolarmente difficile con una contrazione della domanda globale dell'8 per cento che si riflette anche sulle nostre esportazioni. L'intero comparto è alle prese con una crescente pressione competitiva da parte dei concorrenti del Sud e tuttavia il nostro Paese conferma la quinta posizione nella classifica mondiale degli esportatori con una quota di mercato lievemente rafforzata a conferma della capacità del tessile italiano di difendere il proprio posizionamento anche nei momenti più complessi puntando su qualità, innovazione e creatività piuttosto che sulla competizione di prezzo. In una fase come questa, il sostegno dell'Agenzia ICE assume un valore ancora più strategico: per questa edizione abbiamo previsto l'incoming di 232 buyer e di 15 rappresentanti della stampa internazionale, una intensa attività di matchmaking e iniziative di promozione mirata sui mercati”, ha commentato **Matteo Zoppas**, Presidente di ICE Agenzia.

“La crescita della partecipazione conferma la capacità di Milano Unica di attrarre espositori e buyer altamente qualificati provenienti da tutto il mondo», afferma **Massimo Mosiello**, Direttore Generale di Milano Unica. *“È un risultato reso possibile anche grazie al costante supporto di ICE Agenzia, del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione*



***Internazionale**, che da lunga data, accompagnano il percorso di internazionalizzazione della nostra filiera. La nostra priorità è mettere le imprese nelle migliori condizioni per sviluppare relazioni di qualità con i buyer internazionali e affrontare con strumenti sempre più efficaci le sfide dei mercati. Milano Unica continua a evolvere come piattaforma internazionale nella quale business, innovazione, sostenibilità, cultura e servizi digitali concorrono a offrire un'esperienza sempre più qualificata agli operatori", conclude il Direttore Generale.*

Oltre alle aree istituzionali e a quelle dedicate all'innovazione, alla sostenibilità e ai nuovi progetti della filiera, la 43^a edizione continua a dedicare attenzione ai due Osservatori internazionali: **Japan Observatory**, realizzato in collaborazione con JFW e JETRO, rappresenta da oltre un decennio un punto di riferimento per le eccellenze tessili giapponesi, mentre **Korea Observatory** consolida il dialogo con uno dei mercati più dinamici dell'Asia, contribuendo a rafforzare ulteriormente il profilo internazionale della manifestazione. Milano Unica conferma, inoltre, la propria vocazione a essere non soltanto una piattaforma di business, ma anche un luogo di cultura, ricerca e sperimentazione, attraverso un percorso di iniziative speciali che accompagnano la visita in fiera.

Tra gli appuntamenti culturali della manifestazione emerge "**The Radical Elegance**", l'esposizione dedicata a **Gian Paolo Barbieri**, tra i protagonisti assoluti della fotografia di moda internazionale. Allestita all'interno dell'area **MU Tendenze Sostenibilità**, la mostra propone un percorso attraverso alcune delle immagini più iconiche dell'autore, in dialogo con le collezioni **Autunno-Inverno 2027-2028**, creando un incontro tra cultura visiva, ricerca creativa e innovazione tessile.

A completare il percorso espositivo, **AquiLANA**, che, avvalorando i contenuti della cerimonia, dimostra come l'innovazione nasce anche dal recupero contemporaneo dei saperi antichi. Il progetto racconta infatti come l'innovazione possa nascere dal recupero e dalla rilettura contemporanea del patrimonio artigianale italiano, valorizzando la lana e le competenze manifatturiere che continuano a rappresentare un patrimonio di eccellenza e un'opportunità di sviluppo per il futuro della filiera.

Tra le iniziative di questa edizione, anche il progetto di **The Cube Archive: Punk is all around**, trova il suo spazio, confermando il valore che Milano Unica attribuisce alla ricerca e al dialogo tra manifattura e sperimentazione.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Milano Unica tel. +39 02 6610 1105

Alessandra Ardenzi mob. +39 335 677 46 20

Daniela Scardi mob. +39 3661964979

CERTIFIED
ISO 20121

