

FFANY: Le Scarpe Italiane Seducono La Grande Mela

Francesca Giuliani (February 02, 2012)



FFANY è la più importante mostra mercato del settore calzaturiero organizzata sulla East Coast statunitense. Il Made in Italy la fa da padrone, grazie al supporto alle imprese fornito da ANCI ed ICE. Abbiamo seguito la visita del Console Quintavalle agli espositori italiani partecipanti all'iniziativa.

È una cosa insolita, ma i newyorkesi amano comprare scarpe nelle camere da letto dell'Hotel Hilton. È quello che succede durante il [FFANY](#) [2], la più importante fiera professionale per gli operatori del settore calzaturiero organizzata dalla Fashion Footwear Association of New York ogni anno, tre volte l'anno.

Il primo evento FFANY del 2012 ha aperto ieri proprio all'Hilton di Manhattan, dove oltre trecento espositori hanno svelato le loro più recenti creazioni per i buyers della Grande Mela. FFANY è la più



importante mostra mercato del settore organizzata sulla East Coast, e la presenza italiana all'evento è sempre particolarmente significativa.

Durante questa edizione del trade show, che durerà fino al prossimo 3 febbraio, l'attenzione è tutta puntata sulle scarpe Made in Italy, i cui ventitré espositori, grazie ad una collaborazione tra l'[Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani](#) [3] e l'[Istituto per il Commercio Estero](#) [4], sono tutti collocati in un corridoio dedicato.

Secondo le stime degli organizzatori, oltre 3.500 operatori del settore visiteranno FFANY in questi giorni. Ieri anche il Console Generale d'Italia a New York Natalia Quintavalle ha partecipato all'evento incontrando personalmente gli espositori italiani, accompagnata dal Vice-Console Dino Sorrentino, dal Direttore dell'ICE di New York Aniello Musella, e da Cleto Sagripanti e Diego Rossetti, Presidente e Vice-Presidente di ANCI nonché espositori essi stessi delle collezioni delle loro case di moda: Manas e [Fratelli Rossetti](#) [5].

Le elaborazioni dei dati dello US Department of Commerce a cura dell'Istituto per il Commercio Estero attestano l'Italia in terza posizione tra i fornitori mondiali di calzature per gli Stati Uniti nel 2011. I profitti del settore, che ammontano a 1.021,38 milioni di dollari, registrano un incremento del 25% rispetto al dato del 2010.

Aniello Musella ritiene che la forza dei prodotti italiani risieda ancora nella competitività del rapporto qualità-prezzo che li contraddistingue. "Il prodotto Made in Italy combina tradizione, artigianalità, creatività e innovazione, un mix che non può che stimolare l'interesse del consumatore americano", dice ad i-Italy. "Il 2011 si è dimostrato un anno di forte recupero per il settore calzaturiero italiano sul mercato statunitense", aggiunge.

Diego Rossetti conferma l'avvenuta rinascita del Made in Italy in America: "Dopo una crisi economica così severa il consumatore statunitense è disposto anche a spendere qualcosa in più, purché sia assicurato rispetto alla qualità del prodotto che acquista. Per Fratelli Rossetti, ad esempio, il mercato USA è il terzo più importante, dopo quello francese e quello tedesco".

Dopo aver visitato gli showroom degli espositori italiani, il Console Quintavalle riassume per i-Italy le impressioni dei partecipanti circa l'utilità di iniziative come quella organizzata da ANCI ed ICE: "Mi sembrano tutti molto soddisfatti di come le cose stiano procedendo qui al FFANY. Per molte imprese questo è un ritorno sulla piazza americana dopo essersi concentrati su altri mercati. C'è un rinnovato interesse ad investire sull'America, e com'è ovvio New York è la porta d'accesso privilegiata al mercato USA. C'è anche maggiore consapevolezza sull'importanza del 'fare sistema', e di quanto sia benefico il lavoro di squadra tra istituzioni e produttori per la promozione del Made in Italy".

Quando chiediamo al Console la sua opinione sulle collezioni presentate dagli espositori italiani al FFANY, ci risponde: "Ho visto delle creazioni estremamente originali e creative. È stato molto divertente".

I ventitré espositori italiani presenti al trade show provengono da tutti i distretti produttivi del settore calzaturiero nazionale.

Le scarpe da uomo di fattura classica sono rappresentate dai marchigiani come Luciano Ilari, Romit e Dario Ciotti. I sandali toscani sono classici come quelli di Nuovo Nicar, che ne produce per Tom Ford e D&G, mentre quelli campani di Vitulli Moda Eddy Daniele sono coloratissimi e glitterati. Venezia è rappresentata da Accademia e Mitica, quest'ultima produce per Maserati scarpe casual dai colori della bandiera italiana.

Il marchigiano Corvari ha avuto motivo di gioire fin dall'apertura della fiera, quando ha firmato il primo ordine con il colosso dell'abbigliamento americano [Anthropologie](#) [6]. La catena di negozi è tra le più in voga del momento, specialmente a New York, dove ha punti vendita nei quartieri più prestigiosi come SoHo e Meatpacking District.



Source URL: <http://test.casaitaliananyu.org/magazine/focus-in-italiano/fatti-e-storie/article/ffany-le-scarpe-italiane-seducono-la-grande-mela>

Links

[1] <http://test.casaitaliananyu.org/files/scarpeitaliane21328224351jpg>

[2] <http://www.fffany.org>

[3] <http://www.anci.it>

[4] <http://www.italtrade.com>

[5] <http://www.fratellirossetti.com>

[6] <http://www.anthropologie.com>