

MIPEL114

Tradizione e artigianalità, estro creativo e innovazione: questa è la ricetta del MIPEL che funziona. La visita di circa 13.000 visitatori qualificati – in miglioramento rispetto alle ultime due edizioni – ne è il risultato.

Si conclude oggi 19 settembre 2018 l'edizione 114 di MIPEL, la terza sotto la regia di **Danny D'Alessandro**, Direttore Generale di Assopellettieri e Amministratore Delegato di Mipel, manifestazione che gode di consolidate collaborazioni con **ICE-Agenzia, Ministero dello Sviluppo economico, Regione Lombardia, Comune di Milano, Camera Nazionale della Moda Italiana e Camera Italiana Buyer Moda.**

Crescono sia il numero degli espositori che quello dei visitatori. **Per la terza volta consecutiva è stato raggiunto l'obiettivo del "tutto esaurito"**: oltre 65 i nuovi espositori all'interno del Padiglione 10, che ha visto anche raddoppiarsi gli spazi espositivi nell'area "SCENARIO", l'hub di riferimento della "new generation" di pellettieri. All'interno di "MIPEL Hall SPAZIO", l'area dedicata agli *Overseas Manufacturers*, collocato al padiglione 12 e direttamente collegato con MIPEL, gli espositori sono stati oltre 90.

Con riferimento ai visitatori, si conferma il trend positivo. Le presenze sono aumentate rispetto a quelle di febbraio 2018 e settembre 2017 - la migliore edizione di sempre, prima di quella appena conclusa - con "picchi" nei primi due giorni di manifestazione. Positive le presenze dei buyer "domestici", in linea con quelle delle ultime edizioni.

Sul fronte dei mercati esteri, è stata registrata una notevole affluenza di visitatori provenienti da Giappone e Corea Del Sud – ciò anche grazie alle recenti e consolidate iniziative di promozione internazionale le cui ultime edizioni si sono tenute a Seoul (ottobre 2017 e marzo 2018) e Tokyo (luglio 2018) -, Cina, Russia e Ucraina (in questo caso in sensibile incremento, pari a circa il 10%). Ottime anche le presenze di visitatori qualificati provenienti da Stati Uniti e Australia.

*"Le due principali novità dell'edizione - la presentazione delle quattro capsule collection realizzate da quattro aziende storiche espositrici di MIPEL con la partecipazione di quattro designer emergenti e grazie alla collaborazione di Assopellettieri e il lancio della collezione 'discord by Yohji Yamamoto' - confermano sempre più la mission di MIPEL: hub creativo d'eccellenza, punto d'incontro per i diversi soggetti della filiera produttiva - commenta **Riccardo Braccialini, Presidente di Assopellettieri e di MIPEL.***

Danny D'Alessandro aggiunge: *"Stiamo crescendo e consolidando un ruolo importante a livello internazionale. MIPEL è una piattaforma a disposizione del sistema produttivo della pelletteria e rappresenta un esempio dell'Italia che funziona e che ha voglia di vincere la competizione internazionale. Siamo aperti al futuro e all'innovazione. Chiediamo alle nostre aziende di credere nelle nostre proposte".*

La prossima edizione di MIPEL si svolgerà dal 10 al 13 febbraio 2019 presso Fieramilano-Rho, come sempre in concomitanza con MICAM.