

FieraMilano – Rho
16/19 settembre 2018
Padiglioni 10/12
350 brand
PE collection 2019

**COSA C'È DA SAPERE SU MIPEL 114:
PROSEGUE “MIPEL IN CITTÀ”
E YOHI YAMAMOTO COME GUEST STAR**

Tradizione e artigianalità, estro creativo e innovazione sono gli ingredienti della prossima edizione di “MIPEL – TheBagShow”. La manifestazione fieristica organizzata da Aimpes Servizi S.r.l. e promossa da **ASSOPELLETTIERI** con il contributo di ICE-Agenzia e Ministero dello Sviluppo Economico, si terrà dal 16 al 19 settembre, nell'area espositiva di FieraMilano-Rho.

La manifestazione riunisce oltre **350 brand** internazionali che si esibiranno su questo palcoscenico per presentare le loro nuove collezioni primavera/estate 2019 ad oltre **12.000 visitatori** provenienti da tutto il mondo. Un'edizione che si muove lungo il filo magico dei ricordi alla scoperta di un futuro sempre più innovativo grazie anche all'ampliamento di Scenario che raddoppia i suoi spazi e, di conseguenza, i brand presenti.

Molte le novità, a partire dall'apertura del Padiglione 12 dedicato alla pelletteria Overseas.



IL TEMA CREATIVO DI MIPEL

L'edizione n. 114 di MIPEL uscirà dai binari della manifestazione fieristica per diventare un'originale ed unica esperienza coinvolgente ed immersiva, un viaggio che ogni visitatore potrà vivere in modo esclusivo grazie al nuovo mood ideato dal direttore creativo Matteo Zara. Il padiglione 10 di Rho-Fiera sarà trasformato in una grande **Memories Box**, in cui i ricordi, stimolati dai sensi, guideranno il pubblico alla scoperta di sensazioni nascoste e di luoghi dimenticati. Il nuovo allestimento trasporterà il visitatore attraverso quattro percorsi dedicati all'olfatto, all'udito, alla vista e al gusto, invitandolo a 'vivere esperienze sensoriali' che lo porteranno ad avere una visione inedita dell'accessorio.

L'Olfatto sarà il protagonista di una suggestiva Galleria che si snoda, grazie alla partecipazione di Aromadesign, lungo i portali della Fiera. Un percorso creato per stimolare la memoria olfattiva attraverso quattro diverse fragranze che rievocheranno emozioni e ricordi.

L'udito sarà invece esaltato nel Memories Bar: un'oasi di relax dove godere di ottima musica vintage.

In The Glamourous effetti ottici speciali stimoleranno la vista dei visitatori attraverso proiezioni video a parete.

Il gusto avrà un suo spazio dedicato all'interno dell'ampliamento di Scenario: la cioccolata **Venchi** sarà qui interprete principale e fonte di nuove esperienze non solo per il palato.

GUEST STAR

Ospite d'eccezione sarà **YOHJI YAMAMOTO** che in uno spazio dedicato presenterà la sua linea **Discord**, label di accessori di lusso nata nel 2015. Dopo 40 anni da protagonista sulla scena internazionale della moda, Yohji Yamamoto ora esplora il mondo delle borse e sceglie MIPEL come trampolino di lancio. Lo stilista mette l'accento sulla qualità del prodotto e, fedele alla sua filosofia, propone una collezione che esprime una bellezza elegante legata alla cultura del minimalismo giapponese.

AREE

Per l'edizione 114 si confermano le sezioni speciali **SCENARIO**, i cui spazi sono stati più che raddoppiati, e **The Glamourous**: due aree destinate a lanciare le proposte più innovative nel mondo delle borse e degli accessori.

Attraverso queste aree sempre di più MIPEL esprime la propria mission di hub creativo. Vetrina con una visione proiettata a creare sinergie tra designer emergenti e player affermati del settore.

In **SCENARIO** questa vocazione si concretizza promuovendo nuove partnership tra young designer e aziende produttrici italiane, garantendo opportunità di visibilità per i giovani talenti e nuove energie stilistiche alle imprese. In **The Glamorous**, creando connessioni tra brand emergenti e top buyer.

Rientra in questa visione lo speciale progetto **MIPEL Tailor Made** volto a rispondere alle esigenze di mercato di buyer ed espositori offrendo vere e proprie 'soluzioni su misura'. Mipel Tailor Made è un asset nuovo e vincente ideato da **Assopellettieri** le cui attività sono rese possibili dalle dimensioni snelle e fluide della manifestazione, capace di 'snocciolare' proposte ad hoc che fittano i mercati in continuo divenire. Parte di questa progettualità si coniuga attraverso la realizzazione di co-lab tra aziende di pelletteria e giovani stilisti, spesso partoriti da The Glamorous o da Scenario, attraverso la creazione di capsule collection presentate in modo circolare in un programma di eventi B2B che, partendo dai principali mercati asiatici di riferimento (Giappone –Tokyo, 2 luglio 2018 e Mipel Leather Goods Showroom in Corea – Seoul, 16/18 ottobre 2018), troverà la propria sublimazione nella piazza di Scenario che sarà allestita presso il Padiglione 10 di Mipel.

The FAB 4: quattro le capsule di creativi emergenti realizzate grazie alla sinergia con aziende associate ad Assopellettieri. A MIPEL 114, oltre alla capsule creata da **Arcadia e Irma Cipolletta**, il cui debutto internazionale è avvenuto il 2 luglio in Giappone, verranno presentate altre tre mini collection nate dalla partnership tra: **Cromia e Michele Chiocciolini, Claudia Firenze e Annalisa Caricato, Tucano e Laurafed.**

SCENARIO International: patrocinata da **Camera Nazionale Moda Italiana** è la cornice ideale per nuovi brand attraverso la quale MIPEL supporta l'incontro tra la creatività italiana ed i mercati esteri. Quattro top buyer, promuovono quattro giovani designer italiani all'estero. **Goldie HP France** presenta **Nico Gianni**, **B My Bag** sostiene **Belloni De Silva**, **BN240** adotta **Warp** mentre **Hankyu** si lega a **Afhra**.

The Glamorous: iniziativa sostenuta da MIPEL con **Camera Italiana Buyer Moda**. Quattro tra i più autorevoli buyer italiani 'adottano' quattro stilisti emergenti. Per quest'edizione gli stores partecipanti al progetto sono: **Marcos** che sostiene **Emanuela Caruso**, **Luciana Bari** che presenta **Roberto Di Stefano**, **Lungolivigno Fashion** che sceglie **Isla Fontaine** e **Dolci Trame** che opta per **Frenzlauer**.

MIPEL STREETSTYLE AREA: si tratta di un'area dedicata all'esplorazione del tatto, dove i nuovi trend sono i protagonisti assoluti. I prodotti esposti in questa speciale area interpretano le tre future tendenze della PE 2019: **PAL_TEC** (Paleolitech), **ATL_GLM_X** (AthleticGlamExotics) e **SPR_NRL** (SuperNormal). Grazie alla collaborazione con **UNIC – Concerie Italiane**, Mipel Streetstyle Area permetterà ai visitatori di osservare da vicino, ma soprattutto toccare con mano i pellami ed i prodotti, comprenderne le caratteristiche e la fattura. L'allestimento di questo spazio è interamente concepito per creare un punto di congiunzione diretta con le materia prime.

IL CONTRIBUTO DI ICE- AGENZIA e MISE

Come anticipato, anche questa edizione beneficia del contributo straordinario di **ICE- AGENZIA** e del **Ministero dello Sviluppo Economico**. Si tratta di una sinergia che, supportando l'incoming di 40 top buyer provenienti da Corea, Giappone, Russia e Europa, sostiene il percorso di internazionalizzazione di Mipel e consolida la sua autorevolezza nel mondo sottolineando la sensibilità delle istituzioni italiane nei confronti dell'esigenza di sostenere il Made in Italy e il 'bello e ben fatto'.

PROGETTI SPECIALI

Oltre alle tradizionali partnership, nell'edizione di settembre, si stringono nuove e significative alleanze con le aziende e le istituzioni più prestigiose del settore.

La prima importante sinergia è stata creata con **YKK**, con **UNIC** (Concerte Italiane) e **l'Alta Scuola di Pelletteria Italiana**. Il progetto vuole rappresentare la filiera della pelletteria coinvolgendo partner leader di settore sotto l'egida di Assopellettieri.

Oggetto-simbolo di questa collaborazione è la creazione di una esclusiva pochette in pelle limited edition, realizzata in soli 200 esemplari, destinata a diventare una "Must Have Mipel Bag" (vedi comunicato dedicato).

Lo spazio per i designer del futuro a Mipel è sempre più ricco. La nuova edizione vede coinvolti gli studenti del **Corso di Design del Gioiello e Accessori dell'Istituto Europeo di Design Torino**, chiamati a ideare e realizzare, nel laboratorio di progettazione e in quello di sartoria, una borsa iconica sul tema *Urban*. Le opere create saranno esposte a Mipel e giudicate da una prestigiosa giuria di esperti del settore.

Per la prima volta verrà dedicata un'area alle aziende produttrici di borse ecosostenibili con l'appoggio dell'associazione **HUMANA**. 5 brand che utilizzano materiali riciclati, vegan, cruelty free e animal friendly, ma anche tessuti innovativi come il legno abbinato a materiali naturali come cotone.

U.S.A. Influencers è un ambizioso progetto congiunto che vede MIPEL e MICAM uniti in un'innovativa iniziativa di promozione del sistema fieristico lombardo. Il progetto, realizzato grazie a **Regione Lombardia**, vede il coinvolgimento di alcune importanti influencer americane che, attraverso i propri canali social, racconteranno le eccellenze di entrambe le fiere, oltre che del territorio, nell'ambito artistico e living. Testimonieranno il saper fare Made in Italy con una giornata dedicata a visitare alcune unità produttive locali di borse, scarpe e concertie. Saranno inoltre protagoniste di un workshop a tema: "The Art of Becoming an Influencer". Questa iniziativa si propone di veicolare ad un target statunitense qualificato di compratori di calzature e pelletteria la città di Milano quale luogo di riferimento per le tendenze moda con un focus speciale sulle novità presentate a MIPEL e MICAM. Le tre top sono: Linds Lane Watts, Marni Harvey, Christie Ferrari.

MIPEL IN CITTA'

Anche quest'anno –per Mipel in città, il Fuorisalone della fiera- non poteva mancare un evento che coinvolgesse la città e uno dei protagonisti dello stile milanese. Il 17 settembre, dalle 18.00 alle 22.30, il **department store Excelsior** sarà teatro di una speciale serata in cui le borse delle capsule dei 'fab four' saranno protagoniste. Le installazioni con le borse saranno in store fino al 23 Settembre. Ancora una volta Mipel avvicina i suoi espositori ai principali retailer, instaurando così un filo diretto con il pubblico.

MIPEL HALL SPAZIO

Dopo il debutto nell'edizione autunnale viene confermata la sezione dedicata alla pelletteria overseas: **Mipel Hall Spazio**. Posizionato nel Padiglione 12, in diretto collegamento con il Padiglione 10 sottostante, rappresenta l'hub di incontro pensato per favorire ed incentivare opportunità commerciali e partnership tra aziende produttrici dell'area cinese e indiana e brand internazionali con interesse ad entrare in nuovi mercati in forte sviluppo economico.

Ufficio Stampa Barbieri & Ridet - barbieriridet@mipel.it - tel. +39 0258328232