

MIPEL111

UN'EDIZIONE PREMIATA DA BUYER E VISITATORI

Oltre **10.000 visitatori** a Milano per la 111° edizione di **MIPEL TheBagShow**, la fiera internazionale della pelletteria e dell'accessorio moda, che chiude con un ragguardevole segno più.

La prudenza è d'obbligo ma la crescita dei buyer complessivi è stata del **6,6 %** rispetto alla corrispondente edizione del 2016. Circa metà dei buyer intervenuti sono stati buyer italiani (**+ 6,2 %**) e l'altra stranieri (**+ 7,0 %**): ciò fa ben sperare per il futuro.

Una crescita importante rispetto ad un anno fa, che conferma il trend fortemente positivo iniziato sotto l'egida di Riccardo Braccialini, Presidente AIMPES, e Roberto Briccola, Presidente MIPEL, che hanno iniziato a lavorare per migliorare il profilo internazionale della manifestazione fieristica.

*“Dai principali mercati di riferimento c'è stata una risposta molto positiva. In cima alla lista **Russia con +48,8%, Corea +28,2%, USA +21,5% e Giappone +15,7%**. Per il comparto europeo, segnaliamo la **Germania con +18%** dei compratori. Le previsioni per settembre prevedono un consolidamento grazie anche alla grande sinergia fra le fiere della moda e dell'accessorio. Per una decina di giorni, dall'inizio di MIPEL (17 di settembre) al termine della fashion week milanese (26 settembre) i buyer avranno una panoramica completa del nostro saper fare moda.”*- dichiara Riccardo Braccialini.

*“Il successo di questa edizione è il risultato di differenti voci: l'attenta selezione delle aziende partecipanti e un layout che cambia di stagione in stagione sono solo due di queste. La costante ricerca di innovazione e nuovi talenti emergenti è l'altra. Teniamo particolarmente all'evoluzione delle aree **THE GLAMOUROUS** -patrocinato da Camera Italiana Buyer- e **SCENARIO** -una parte del quale sviluppata in collaborazione con Camera Nazionale della Moda- , che avvicina designer emergenti ai department store esteri. Siamo molto soddisfatti dell'evoluzione di **MIPEL IN CITTA'** che ha regalato a Milano la mostra **INSIDE OUT. THE SOCIAL LIFE OF BAGS**, contenitore della creatività e della storia della pelletteria italiana”*- racconta Roberto Briccola. *“Inoltre, la nostra campagna ADV, visibile sulle principali testate internazionali grazie al supporto del Ministero dello Sviluppo economico e di Agenzia ICE, ha contribuito ulteriormente all'affermazione del brand MIPEL nei principali paesi di riferimento”*.

Ufficio Stampa Barbieri & Ridet - barbieriridet@mipel.it - tel.02.58328232