

MIPEL110: l'hub per i nuovi talenti

L'edizione numero 110 di MIPEL, che si è svolta a FieraMilano-Rho dal 3 al 6 settembre 2016, evidenzia un sostanziale pareggio di visitatori: i buyer intervenuti si attestano attorno alle 10.000 presenze, con leggera prevalenza degli italiani sugli esteri.

Rispetto all'edizione di settembre 2015, crescono complessivamente quelli italiani, segnando una crescita significativa confermando i segnali -pur ancora modesti- di leggera ripresa del mercato interno dovuti ad un incremento nelle vendite in alcuni segmenti del settore.

“Gli espositori MIPEL, spronati dalla ben nota difficoltà di mercato, hanno creato collezioni ancora più innovative e attraenti. I visitatori hanno apprezzato il cambiamento in corso e sono rimasti colpiti dalle realtà presenti nelle aree TheGlamorous e Scenario. Un'edizione MIPEL che guarda al futuro, sebbene ancora penalizzata dalla scelta delle date e dalla concomitanza con le fiere francesi. Abbiamo la conferma che la strada intrapresa sia quella giusta”, ha spiegato Roberto Briccola, Presidente MIPEL.

“Siamo già orientati alla prossima edizione per dare ancor più valore alle collezioni delle nostre aziende e attrarre sempre più buyer internazionali. Continuiamo a lavorare con fiducia seguendo il percorso delineato dalle edizioni segnate dal nuovo mandato della presidenza AIMPES MIPEL per creare nuove opportunità e continue sinergie, con la consapevolezza che MIPEL rappresenta l'eccellenza del settore e uno dei principali appuntamenti nella mappa del fashion business mondiale”, conclude Riccardo Braccialini, Presidente AIMPES.

Rinnovato entusiasmo tra gli espositori, soddisfatti delle numerose iniziative organizzate da una manifestazione dall'immagine raffinata e dall'offerta qualitativa di livello superiore anche grazie alla selezione delle aziende espositrici. Riflettori puntati anche sulla nuova generazione di talenti e trend setter delle aree TheGlamorous e Scenario, su cui MIPEL continua ad investire per crescere ed innovare.

Prima edizione di “MIPEL in città” che ricalcando il modello del fuorisalone avvicina la fiera alla città, soprattutto per chi viene dall'estero.

Il primo degli appuntamenti è stata la premiazione del contest Thelcons a NOOSPHERE XX1 – a mobil and evolving school, il Padiglione di NABA, Domus Academy e Tsinghua University alla **XX1 Triennale di Milano**. Una giuria di buyer internazionali ha decretato 5 finalisti tra tutti gli espositori della TREND AREA in fiera. Ecco i nomi e le categorie dei vincitori: ANIMADVERTE per la categoria AUTHENTIC NATURAL, Post & Co per NO GENDER, Gianni Segatta per BEAUTIFUL FUNCTIONAL, Donatella Brunello per ATTIRE EYE CATCHING e Castamusa per BEST TIMELESS. Durante l'evento è stato proiettato il teaser di MIPEL110, realizzato dagli studenti del triennio in Graphic Design and Art Direction di NABA, Nuova Accademia delle Belle Arti con cui MIPEL ha stretto una collaborazione.

“MIPEL in città” si è concluso domenica 4 settembre con **“TheGlamorous Night”** in Darsena-Navigli, evento realizzato con il patrocinio del Comune di Milano e la collaborazione con Associazione Navigli Lombardi. Un appuntamento speciale che la manifestazione ha regalato alla città di Milano durante il quale ha preso vita uno spettacolo multimediale fatto di luci, suoni e acqua che ha incantato il pubblico presente. Un importante contributo per il successo di MIPEL è giunto anche grazie al supporto di ITA-ICE (Italian Trade Agency-Istituto per il Commercio Estero), che ha consentito l'attività di incoming di un significativo gruppo di buyer provenienti dai 4 paesi considerati target per il settore della pelletteria: Corea del Sud, Giappone, Federazione Russa e Stati Uniti.

Press Office: Barbieri & Ridet mipelpressoffice@barbieriridet.com tel. +39 02- 58328232