

MIPEL 113: un'immagine dedicata ai sensi

Torna a Fiera Milano Rho MIPEL TheBagShow, l'evento internazionale più importante dedicato alla pelletteria e all'accessorio moda, arrivato all'edizione numero 113.

Dall'11 al 14 febbraio 2018 oltre 300 top brand del settore e le migliori aziende di ricerca presenteranno le loro nuove collezioni autunno-inverno 2018-19 e incontreranno oltre 10.000 visitatori, i migliori buyer da tutto il mondo e la stampa internazionale.

Mipel dedica la prossima edizione ai sensi: "Guardare, ascoltare, toccare". Questo è il tema che guiderà il percorso espositivo così come la nuova campagna pubblicitaria della manifestazione.

Il creative director, Matteo Zara, ispirandosi all'architettura tubolare esterna del Centro Pompidou quanto alle visionarie opere dell'artista Yayoi Kusama, ha concepito tre percorsi percettivi dedicati alla vista, all'udito e al tatto "Perché si sente con gli occhi, si vede con la bocca, si può gustare con le mani". L'intento è di coinvolgere i visitatori in un'esperienza sensoriale, invitandoli non solo a guardare ma a vivere gli spazi in un modo unico, stimolando sensazioni ed emozioni.

Rimanda al concept della nuova edizione anche la campagna stampa, fotografata in un raffinato bianco e nero da Paolo di Giovanni con la direzione creativa di Matteo Zara. Protagonisti degli scatti, i corpi di un uomo e una donna intrecciati in composizioni sensuali che richiamano chiaramente gli atti del guardare, ascoltare, toccare.

Sulla scia del successo delle scorse edizioni, ritroveremo confermate le due aree THE GLAMOUROUS e SCENARIO.

THE GLAMOUROUS, progetto patrocinato da Camera Italiana Buyer Moda, rappresenta un innovativo punto di congiunzione tra top buyer italiani e stilisti emergenti. Anche per la prossima edizione quattro buyer d'eccellenza italiani "adotteranno" quattro designer di tendenza, dando visibilità alle loro collezioni sia nello spazio dell'area dedicata in fiera, sia nelle vetrine dei propri store.

SCENARIO costituisce il palcoscenico più alternativo del salone, con un focus sui new brand e sulle realtà più di ricerca del panorama accessori. SCENARIO ha consolidato la sua collaborazione con Camera Nazionale della Moda Italiana e promuove l'incontro tra creatività italiana e mercati esteri con il coinvolgimento di 4 buyer internazionali chiamati a sponsorizzare i più interessanti nuovi designer italiani.

Confermato per la prossima edizione anche il fuori salone della fiera, MIPEL IN CITTA', progetto patrocinato dal Comune di Milano che "apre" le porte di Mipel al pubblico con iniziative dall'elevata offerta culturale.

Quella di febbraio si propone come un'edizione davvero speciale e ricca di contenuti per MIPEL, manifestazione che anche grazie al supporto di ICE-Agenzia e del Ministero dello Sviluppo Economico, conferma la propria vocazione all'innovazione, ricerca e internazionalizzazione.

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