



MIPEL 113

Dall'11 al 14 febbraio 2018 torna l'evento internazionale più importante dedicato alla pelletteria e all'accessorio moda

Un'edizione dedicata ai sensi sempre più attenta alle tendenze del futuro

Creatività, innovazione, tradizione, sperimentazione: le parole d'ordine della nuova edizione di *"MIPEL – The Bag Show"*, manifestazione fieristica organizzata da Aimpes Servizi S.r.l. (società soggetta alla direzione e al coordinamento di AIMPESS - Associazione Italiana Pellettieri).

MIPEL si svolge a MILANO, nell'area espositiva di FieraMilano-Rho, in concomitanza con **MICAM**, la fiera della calzatura. Oltre 300 i brand di settore che presenteranno le loro nuove collezioni per il prossimo autunno-inverno.

Sono attesi più di 12.000 buyer provenienti da tutto il mondo; ciò anche grazie all'intervento di **ICE-Agenzia e Ministero dello Sviluppo Economico** che, nell'ambito del progetto di potenziamento delle grandi manifestazioni fieristiche, hanno previsto e sovvenzionato l'incoming di numerosi compratori stranieri provenienti da Corea, Giappone, Indonesia, Polonia, Russia, Stati Uniti e realizzato un'intensa attività di comunicazione preliminare a promozione di MIPEL, coinvolgendo diversi canali di diffusione online nei seguenti Paesi: Francia, Germania, Regno Unito e Stati Uniti.

Leitmotiv dell'edizione 113 di MIPEL sono i **"sensi"**: un'avanguardistica e coinvolgente esperienza sensoriale inviterà i visitatori a guardare, a vivere e a riempire gli spazi in modo unico ed emozionale offrendo un approccio originale all'oggetto borsa e all'accessorio moda. A MIPEL sarà possibile sperimentare quattro percorsi dedicati alla **vista**, all'**udito**, all'**olfatto** e al **tatto**, *'perché si sente con gli occhi, si vede con la bocca, si gusta con le mani'*.

All'interno delle aree di MIPEL i **sensi diventano protagonisti di esperienze fortemente emozionali**.

Il **tatto** è al centro del progetto **TOUCH BOXES**, realizzato in collaborazione con **UNIC - Unione Nazionale Industria Conciaria**, all'interno dell'area **THE GLAMOROUS**. Il visitatore sarà chiamato a scoprire il contenuto di 8 scatole misteriose attraverso il tatto.

L'udito e l'olfatto sono esaltati all'interno di **SCENARIO**. Il visitatore sarà immerso in una raffinata esperienza multisensoriale: 4 postazioni assoceranno una selezione di brani musicali creati appositamente sulle note olfattive delle fragranza.

La vista è protagonista nel **GLAMMY boulevard**. Il visitatore in questo caso potrà tuffarsi nelle 4 **MIRROR BOXES** ed osservare in modo nuovo, grazie a suggestivi effetti caleidoscopici, 4 oggetti iconici: un'esclusiva borsa della nota *griffe* **Trussardi**, la nuova *ITbag* di **Strenesse**, una borsa realizzata appositamente dalla rinomata scuola milanese **Accademia del Lusso** e un profumo-racconto di **Calé Fragranze d'Autore**.

Per finire, sempre nello stesso boulevard, **l'olfatto** viene esaltato grazie a speciali sistemi di diffusione inseriti in installazioni che permettono al visitatore di percepire le preziose fragranze di **Aroma Design**, rendendo ancora più raffinata l'esperienza di questa edizione.

*

Innovazione e sperimentazione guidano le proposte delle sezioni speciali **THE GLAMOUROUS**, **SCENARIO Internazionale**, **GLAMMY Boulevard**: tre rivoluzionari palcoscenici dove scoprire le nuove proposte del mondo della pelletteria e non solo.

THE GLAMOUROUS, iniziativa patrocinata da **Camera Italiana Buyer Moda**, rappresenta l'innovativo punto di congiunzione tra i più autorevoli buyer italiani e gli stilisti emergenti. Quattro 'best shop' - *coach* di quattro designer di nuova generazione- daranno visibilità alle collezioni dei loro prescelti. Per quest'edizione i buyer partecipanti al progetto sono: **Cose** che presenta **Giorgia Baiocco**, **Eleonora Bonucci** che sostiene le **Maissa**, **Gigi Tropea** che crede nelle potenzialità di **Micoli** e **Stilmoda** il cui scouting punta su **Alila**.

SCENARIO Internazionale rappresenta il palcoscenico più alternativo del salone, un focus sui new brand e sulle proposte più di ricerca del panorama accessori. In una speciale sezione, nata grazie alla collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, viene promosso e sostenuto l'incontro tra la creatività italiana, famosa in tutto il mondo, e i mercati esteri con il coinvolgimento di quattro buyer internazionali chiamati a sponsorizzare nuovi designer italiani. Per l'edizione di febbraio i protagonisti sono: **Parigot** di Tokyo che presenta **Eden Diodati**, **Concento** di Osaka che sostiene **Silvia Massacesi**, **Hyundai Department Store** di Seoul che esibisce **The Dots** e **Wizwid** che propone **Woobag**.

*

Tutto questo ma non solo. MIPEL prosegue il percorso di crescita e anche per l'edizione 113 ha stretto importanti collaborazioni con rappresentanti del mondo lifestyle: contemporaneità ed eccellenza sono sempre più protagoniste.

Rolling Stone, la più importante rivista del settore musicale e lifestyle, porta a MIPEL, in una creativa Lounge, il suo rivoluzionario gusto per l'immagine. Monica Silva, fotografa di punta del magazine, ritrarrà gli attori e gli spettatori del mondo della pelletteria in un set dedicato. Ritratti unici di una grande protagonista della fotografia moderna che verranno illustrati sul *Wall of Fame* presente in *Lounge* e postati sui profili social di Rolling Stone e di Mipel.

Anche per quest'edizione, con il Patrocinio del **Comune di Milano e il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico e di ICE-Agenzia**, 'MIPEL in città', il fuorisalone della fiera, continua il suo percorso di condivisione con il cuore meneghino: **la Rinascente** di Milano piazza Duomo, proclamata nel 2016 "Miglior Department Store al Mondo", diventa la 'seconda casa' di MIPEL.

Il **Bar della Rina**, situato al piano -1 dello store, al Design Supermarket, e brandizzato MIPEL, sarà il luogo d'incontro nel cuore della città di tutti gli appassionati di accessori: dall'11 al 14 febbraio tra le ore 18.00 e 20.00 **dj set by Rolling Stone** per l'**Happy Hour** di MIPEL aperta al pubblico.

Due le **installazioni artistiche** ai piani I e IV di Rinascente dove verranno esposte le borse finaliste del contest '**Feel your Rolling Bag**'. Il Contest vedrà il suo momento celebrativo la sera del 12 febbraio quando una giuria composta da rappresentanti di ICE-Agenzia, MIPEL, Rinascente e Rolling Stone decreterà i tre migliori prodotti.

La sera del **12 febbraio, dalle ore 20.30**, in una delle suggestive location del settimo piano di Rinascente, diventerà il teatro della **MIPEL Celebration Night**.

*

Riccardo Braccialini, da oltre due anni **Presidente di Aimpes** – Associazione Italiana Pellettieri - e recentemente nominato alla carica di **Presidente di MIPEL**, dichiara: *"Investire per crescere. Investire sui giovani. Credere nella propria storia. Queste sono le parole chiave che da alcuni anni hanno permesso alla locomotiva MIPEL di riprendere il cammino sulla strada del progresso accettando la sfida del mercato e del panorama fieristico sempre più ampio e frammentato. In questo scenario MIPEL si pone come punto di riferimento per il buyer nazionale ed internazionale alla ricerca della borsa e dell'accessorio moda bello e ben fatto e, perché no, condito dalla novità più frizzante. Anche in questa edizione la nostra creatività e gli eventi ideati a corollario della manifestazione fieristica celebrano l'eccellenza italiana come volano della ripresa industriale: MIPEL, Rolling Stone e Rinascente rappresentano tre eccellenze poste al servizio dell'Italia che ha voglia di crescere nel Mondo".*

Per MIPEL le novità non finiscono qui: a febbraio sarà inaugurata **la prima edizione di SPAZIO, la nuova area espositiva** dedicata a brand internazionali e alle aziende produttrici di borse, articoli da viaggio, piccola pelletteria e accessori moda appartenenti al segmento medio del mercato.

SPAZIO è un progetto che mira a generare nuove opportunità di business ed è rivolto ai buyer che cercano un palcoscenico completo in termini di tipologia, fascia di prezzi e novità.

Situato nel *foyer* del Centro Servizi di FieraMilano-Rho, SPAZIO si trova a soli 70 mt dal padiglione 10 di MIPEL, con cui è direttamente collegato sia da segnaletica orizzontale che mediante l'utilizzo di personale di servizio a disposizione dei visitatori.

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

RINASCENTE

