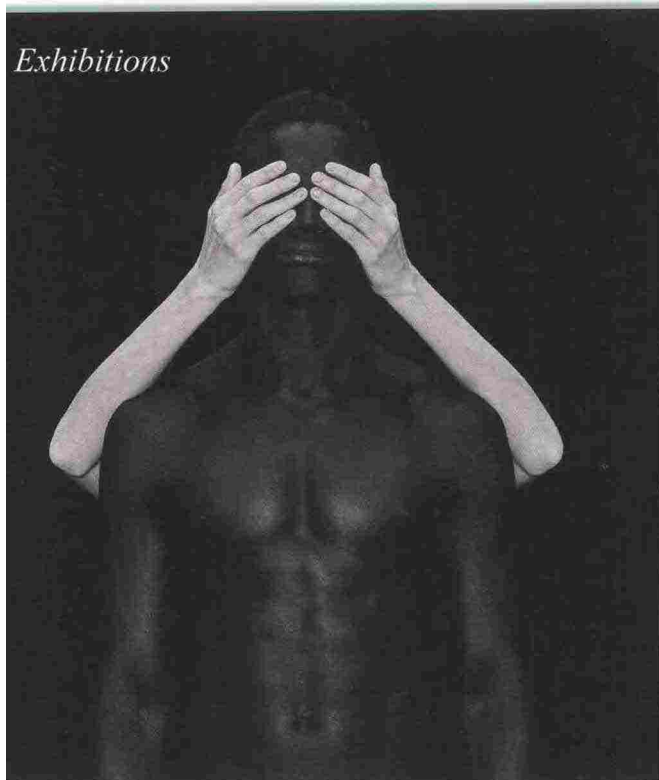


Exhibitions



Mipel TheBagShow

I sensi al centro!

“Guardare, ascoltare, toccare”. Questo è il tema che guiderà il percorso espositivo così come la nuova campagna pubblicitaria di Mipel 113.

DI FRANCA DELL'ARCIPRETE SCOTTI

Vista, udito, tatto: tre sensi con cui scopriamo e godiamo il mondo intorno a noi.

Al piacere di queste esperienze sensoriali Mipel TheBagShow dedica la sua edizione numero 113, che si svolgerà dall'11 al 14 febbraio 2018 negli spazi di Fiera Milano Rho.

Il creative director Matteo Zara, che firma anche la nuova campagna stampa, ispirandosi sia all'architettura tubolare esterna del Centro Pompidou, sia alle visionarie opere dell'artista Yayoi Kusama, ha concepito tre percorsi percettivi dedicati alla vista, all'udito e al tatto. Un progetto coinvolgente e intrigante che porterà i visitatori a vivere in pieno gli spazi, abbandonandosi a sensazioni ed emozioni.

Sensazioni ed emozioni che moltiplicheranno il fascino delle nuove collezioni Autunno/Inverno 2018/19 presentate da oltre 300 top brand del settore e dalle migliori aziende di ricerca.

Attesi da tutto il mondo, per questo, che è l'evento internazionale più importante dedicato alla pelletteria e all'accessorio moda, oltre 10.000 visitatori, i migliori buyer e la stampa internazionale.

Quella di febbraio si propone come un'edizione davvero speciale e ricca di contenuti, in cui Mipel, anche grazie al www.mipel.com

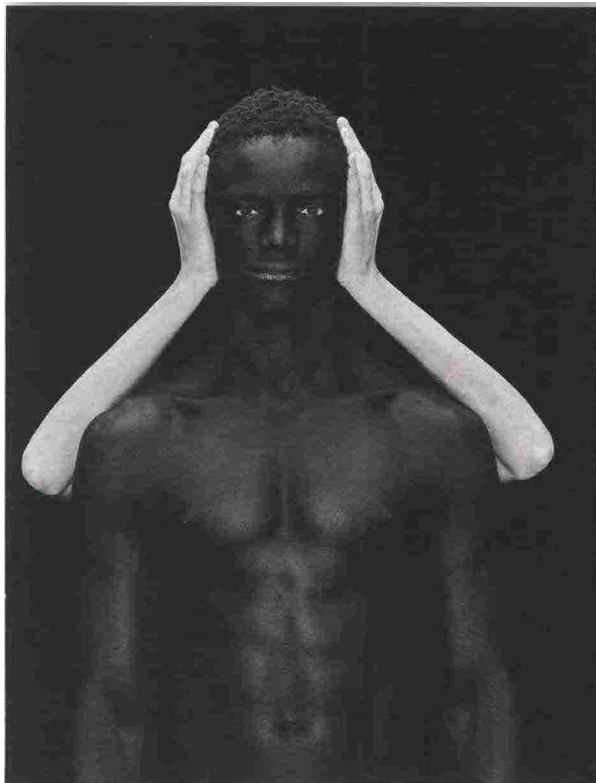
supporto di ICE-Agenzia e del Ministero dello Sviluppo Economico, si conferma manifestazione di riferimento per innovazione, ricerca e internazionalizzazione.

Anche nella edizione di febbraio 2018, Mipel TheBagShow conferma le due aree The Glamorous e Scenario.

Nel progetto 'The Glamorous', patrocinato da Camera Italiana Buyer Moda, quattro buyer d'eccellenza italiani (Fiacchini di Forte dei Marmi, Cose di Cremona, Eleonora Bonucci di Viterbo, Gigi Tropea di Catania) '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', invece, palcoscenico di assoluta tendenza con un focus sui new brand e sulle realtà più di ricerca del panorama accessori, coinvolgerà 4 buyer internazionali chiamati a sponsorizzare i più interessanti nuovi designer italiani con il Patrocinio di Camera Nazionale della Moda.

Infine non mancherà il coinvolgimento della città: confermato per la prossima edizione il fuori salone della fiera, 'Mipel in città', patrocinato dal Comune di Milano che 'apre' le porte di Mipel al pubblico con iniziative dall'elevata offerta culturale.



MIPEL THEBAGSHOW

Focus on the senses!

"Watch, listen, and touch". This is the theme that will guide the exhibition and the new advertising campaign of Mipel 113.

Sight, hearing, and touch: three senses with which we will discover and enjoy the world around us.

It is to these sensorial experiences that Mipel TheBagShow dedicates its 113th edition, which is set to take place from the 11th to the 14th February 2018 in the spaces of the Fiera Milano Rho.

Creative Director Matteo Zara, who also signed the new press campaign, inspired by the tubular outdoor architecture of the Pompidou centre, by the visionary works of artist Yayoi Kusama, conceived of three perceptual itineraries dedicated to sight, hearing, and touch.

This is an engaging and intriguing project that will bring visitors to fully experience the spaces, abandoning themselves to sensations and emotions.

Sensations and emotions that will multiply the charm of the new Autumn/Winter 2018-2019 collection presented by more than 300 top brands in the sector and by the best research companies.

Anticipated worldwide, for this, which is the leading international event dedicated to leather goods and fashion accessories, more than 10,000 visitors, the best buyers, and international press.

The February edition promises to be a very special one indeed, rich in content, where Mipel, even thanks to the

support of ICE-Agency and the Ministry of Economic Development, confirms itself as an event of reference for innovation, research, and internationalization.

Also in the February 2018 edition of the Mipel TheBagShow, there will be two areas: The Glamorous and Scenario.

In the 'The Glamorous' project, funded by the Camera Italiana Buyer Moda, four buyers of Italian excellence (Fiacchini di Forte dei Marmi, Cose di Cremona, Eleonora Bonucci di Viterbo, Gigi Tropea di Catania) will 'adopt' four trendsetting designers, giving their collections visibility in both the dedicated area on the fair floor and in the showcase windows of their own stores.

'Scenario', instead, an absolutely trending stage with a focus on new brands and on the most sought-out businesses on the accessories panorama. It will involve 4 international buyers called on to sponsor the most interesting Italian designers with the support of Camera Nazionale della Moda.

Finally, there will be the involvement of the city: confirmed for the upcoming edition of the fair collateral events, 'Mipel in città', supported by the City of Milan which will 'open' the doors of Mipel to the public with highly cultural initiatives.