

Micam e Mipel fino a domani a Rho Fiera, a Milano

SCARPE COME SCULTURE

Le fiere della pelletteria più importanti al mondo anticipano la moda del prossimo autunno-inverno

■ ■ ■ DANIELA MASTROMATTEI

■ ■ ■ Micam e Mipel, le due fiere più importanti della pelletteria, fanno sistema: hanno aperto insieme domenica e insieme chiudono domani, 14 febbraio (giorno di San Valentino) a Milano (Rho Fiera). A loro è affidato il compito di scaldare i motori. Difatti, le due esposizioni, prestigiose a livello internazionale - che dettano le tendenze di calzature e borse per il prossimo autunno-inverno 2018-2019 - anticipano la scoppiettante settimana di sfilate moda nella città meneghina (dal 21 al 26 febbraio).

E con numeri da record, Micam (calzature) nella sua 85esima edizione vanta 1.364 espositori, di cui 603 stranieri e 761 italiani. Ci sono anche spazi dedicati al business e alle consulenze. «Micam è una vetrina fondamentale», ha sottolineato Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici: «Questa fiera a livello mondiale è davvero im-

portante, i buyer vengono per ammirare e comprare le nostre collezioni. Portiamo a casa ordini significati. Per le piccole e medie aziende a volte è l'unica opportunità».

La campagna mediatica del Micam, ispirata alla Divina Commedia, lascia l'Inferno, dello scorso anno, per il Purgatorio e si va a posizione sulla vanità. «Stiamo ritornando piano piano verso la luce. Il mio augurio per le aziende e gli imprenditori è di rivedere presto il Paradiso e di splendere come una volta», ha concluso il leader del settore. Quest'anno sono i marchi giovani a dimostrare grande creatività: scarpe e trochetti sembrano delle autentiche sculture, mentre le décolleté si fanno sempre più sexy: così è per Loriblu. Interessante lo stilista Kobi Levi israeliano - ha realizzato scarpe per Lady Gaga - che propone un modello rosa a forma di donna, con le gambe piegate al posto del tacco: molto molto particolari. Abcense invece ha scelto

il bianco e nero con il tacco a triangolo in metallo per il suo tronchetto. CaféNoir va sul classico maculato, VicMatie sull'argentato, Baldini sul rosso con tacco geometrico per lo stivaletto a punta. Ci sono anche Rocco Barocco con i tronchetti scozzesi sempre a punta, e Yamamay con le pietre sul décolleté. Torna la punta appuntita, gioco di parole necessario.

Da Mipel 300 brand per rilanciare sui mercati internazionali creatività, innovazione e tradizione. Le borse sono tornate ad essere apprezzate e acquistate all'estero, soprattutto quelle di maggior valore, insomma quelle di fascia alta. Leitmotiv di questa edizione sono i "sensi". Ispirandosi all'architettura tubolare esterna del Centre Pompidou di Parigi e alle visionarie opere dell'artista giapponese Yayoi Kusama, a Mipel, quattro percorsi dedicati: alla vista, all'udito, all'olfatto e al tatto, come spiega l'imprenditore fiorentino Riccardo Braccialini, da due anni presidente

Aimpes e recentemente anche a capo di Mipel. «Noi investiamo per crescere, investiamo sui giovani, crediamo nella storia delle nostre aziende». Queste sono le parole chiave che da alcuni anni hanno permesso alla locomotiva del settore di riprendere il cammino sulla strada del progresso accettando la sfida del mercato e del panorama fieristico sempre più ampio. Per Braccialini «i buyer nazionali e internazionali sono alla ricerca della borsa e dell'accessorio moda bello e ben fatto e con un tocco frizzante». Tanti gli eventi ideati a corollario della manifestazione per celebrare l'eccellenza italiana.

Tra i marchi troviamo Gianni Chiarini con le borse più classiche destinate a una donna sofisticata, Alviero Martini con la sua icona in pelle verde bottiglia, Cromia per le più giovani gioca con disegni e numeri e Stefanomano propone ampi modelli in pelliccia ecologica.



PIEDI SCOLPITI

Le calzature di Micam. A destra: mocassino color fragola con frangia e fibbia gioiello firmato Baldinini. Sotto: scarpa in rosa scultura Kobilevi, stivaletto rosso di Baldinini e sandalo da sera Loriblu. Più sotto: tronchetto VicMatie argentato con bordo asimmetrico; altra scultura di Abcense e tronchetto maculato firmato CaféNoir



Cromia torna a mano, elegante e sfiziosa in rosa con disegni e numeri



Gianni Chiarini in due taglie, colore neutro e rosso ruggine per la donna sofisticata



Alviero Martini 1a Classe_01, borsa icona del brand, in pelle color verde bottiglia



Stefanomano propone la borsa morbida in pelliccia ecologica e pellami metallici