

IL SALONE

LE COLLEZIONI LARIANE
AL MIPEL DI RHO FIERA

BRIVIO A PAGINA 25



Mipel, 12mila buyer Grande vetrina della pelletteria

Fiera. Da oggi a mercoledì la rassegna nella sede di Rho Presentano le collezioni quattro aziende comasche: Bagolo, Bric's, Kassiopea di Stefania Balzarini e Larioseta

MILANO

SERENA BRIVIO

Con Mipel si apre il ricco calendario di appuntamenti dell'italian style: la fiera della pelletteria va in scena da oggi a mercoledì nell'area espositiva di Fiera Milano-Rho, in concomitanza con Micam, il salone della calzatura.

Gli espositori

Oltre 300 i brand di settore che presentano le loro nuove collezioni per il prossimo autunno-inverno. Quattro gli espositori comaschi: Bagolo srl, Bric's, Kassiopea di Stefania Balzarini e Larioseta.

Sono attesi più di 12mila buyer provenienti da tutto il mondo; Ice-Agenzia e Ministero dello sviluppo economico hanno 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 della fiera, 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 percorso coinvolgente che offrirà ai visitatori un approccio originale ed emozionale all'oggetto borsa e all'accessorio moda.

Proseguono poi le collaborazioni di Mipel con rappresentanti del mondo lifestyle: Monica Silva, fotografa di punta di Rolling Stone, la più importante rivista del settore musicale, immortalerà gli attori e gli spettatori del mondo della pelletteria. I ritratti verranno illustrati sul Wall of Fame presente in una creativa Lounge e postati sui

profili social di Rolling Stone e di Mipel. Con il patrocinio del Comune di Milano e il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico e di Ice-Agenzia, continua il Fuorisalone della fiera a la Rinascenza, 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: fino al 14 febbraio tra le ore 18 e 20 dj set by Rolling Stone per l'Happy Hour aperto al pubblico. Due le installazioni artistiche ai piani I e IV di Rinascenza dove verranno esposte le borse finaliste del contest "Feel your Rolling Bag". Il Contest vedrà il suo momento celebrativo domani sera, quando una giuria composta da rappresentanti

di Ice - Agenzia, Mipel, Rinascenza e Rolling Stone decreterà i tre migliori prodotti.

Lo slogan

Investire per crescere: questo lo slogan del salone come dichiara Riccardo Braccialini, da oltre due anni Presidente dell'Associazione Italiana Pellettieri, e recentemente nominato alla carica di Presidente dell'evento. «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. 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».

Borse e accessori per la stagione autunno-inverno 300 espositori

I sensi ispirano l'edizione 2018
Visitatori invitati a vivere l'evento in modo emozionale



Collezioni in fiera, ma anche nel cuore di Milano con il fuorisalone Mipel alla Rinascente

