

PREMIERE  
CLASSE  
ACCESSORY  
FIRST



WHO'S NEXT

07-10 SEPT. 2018  
PARIS, PORTE DE VERSAILLES

FASHION  
NETWORK

## Mipel 114: focus su giovani talenti e pelletteria “overseas”

Di [Laura Galbiati](#) - 05 Luglio 2018

È stata presentata il 5 luglio la prossima edizione, la numero 114, di Mipel, la rassegna milanese dedicata all'universo della pelletteria, che si svolgerà dal 16 al 19 settembre a FieraMilano Rho. Oltre 300 brand si riuniranno per presentare le loro proposte per la prossima primavera/estate a un pubblico di circa 12.000 operatori internazionali.



L'area "The Glamourous" della scorsa edizione di Mipel - [mipel.com](http://mipel.com)

L'allestimento, ideato dal Direttore Creativo Matteo Zara, intende accompagnare i

visitatori attraverso un “viaggio sensoriale”. Il salone si sviluppa infatti in quattro percorsi dedicati a quattro sensi: l’olfatto, protagonista di una galleria che si snoderà lungo i portali della fiera; l’udito, nell’area “Juke Box Bar”, una zona relax a base di musica; la vista, con gli effetti ottici del “Glammy Boulevard”; e infine il gusto, che vedrà protagonista la cioccolata di Venchi.

Confermate le aree “Scenario”, con spazi più che raddoppiati, e “The Glamourous”, entrambe con un forte accento sulle proposte più innovative del settore borse e accessori e sulla creazione di sinergie tra designer emergenti e player affermati. In quest’ottica, “Mipel Tailor Made” è la nuova iniziativa di Assopellettieri per proporre soluzioni “su misura” per i diversi mercati attraverso la collaborazione tra aziende di pelletteria e giovani stilisti, come la capsule realizzata da Arcadia e Irma Cipolletta, che è stata presentata il 2 luglio in Giappone e sarà riproposta a Mipel 114.

Inoltre, con “Scenario International”, iniziativa patrocinata da Camera Nazionale Moda Italiana, Mipel supporta l’incontro tra la creatività italiana ed i mercati esteri: quattro top buyer provenienti da Tokyo e da Seoul promuoveranno quattro giovani designer italiani all’estero. Mentre attraverso “The Glamourous” e grazie alla collaborazione con Camera Italiana Buyer Moda, quattro tra i più autorevoli buyer italiani supportano quattro stilisti emergenti; per quest’edizione gli store che partecipano al progetto sono: Marcos, che sostiene Emanuela Caruso; Luciana Bari, che presenta Roberto Di Stefano; Lungolivigno Fashion con Isla Fontaine; e Dolci Trame con Frenzlauer.

Tra i progetti speciali, da segnalare la sezione dedicata alla pelletteria overseas, “Mipel Hall Spazio”, che ha l’obiettivo di mettere in contatto e promuovere opportunità commerciali tra aziende produttrici dell’area cinese e indiana e brand internazionali. Inoltre, l’iniziativa “U.S.A. Influencers”, realizzata congiuntamente da Mipel e Micam, vedrà il coinvolgimento di alcune importanti influencer americane che, attraverso i propri canali social, racconteranno le eccellenze di entrambe le fiere.

Di [Laura Galbiati](#)

*Copyright © 2018 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.*