

FASHIONUNITED

Please consider the environment before printing this page.

<https://fashionunited.it/>

[/news/fiere/mipel-al-via-a-milano-il-16-settembre/2018070617905](https://fashionunited.it/news/fiere/mipel-al-via-a-milano-il-16-settembre/2018070617905)



Mipel al via a Milano il 16 settembre

Scritto da Isabella Naef | Venerdì, 06 Luglio 2018

“Mipel – TheBagShow”, manifestazione fieristica organizzata da Aimpes Servizi S.r.l. e promossa da Assopellettieri è in agenda dal 16 al 19 settembre, nell’area espositiva di FieraMilano-Rho.

Alla kermesse parteciperanno oltre 300 brand internazionali con le collezioni primavera/estate 2019. Previsti oltre 12mila visitatori, come hanno spiegato gli organizzatori ieri, a Milano,

FIERE

durante la conferenza stampa di presentazione del salone.

Mipel ospiterà oltre 300 marchi internazionali

La 114esima edizione della kermesse sarà trasformata in una grande Memories Box, in cui i ricordi, stimolati dai sensi, guideranno il pubblico alla scoperta di sensazioni nascoste e di luoghi dimenticati.

Il nuovo allestimento trasporterà il visitatore attraverso quattro percorsi dedicati all’olfatto, all’udito, alla vista e al gusto, invitandolo a “vivere esperienze sensoriali” che lo porteranno ad avere una visione inedita dell’accessorio.

L’olfatto sarà il protagonista di una Galleria che si snoda lungo i portali della Fiera. Un percorso creato per stimolare la memoria olfattiva attraverso quattro diverse fragranze che rievocheranno emozioni e ricordi.

L’udito sarà invece esaltato nel Juke Box Bar: un’oasi di relax dove godere di ottima musica e condividere le impressioni e le nuove tendenze della prossima stagione.

In Glammy Boulevard effetti ottici speciali stimoleranno la vista dei visitatori modificando la loro percezione dell’ambiente circostante.

“Il gusto avrà un suo spazio dedicato all’interno dell’ampliamento di scenario: la cioccolata Venchi sarà qui interprete principale e fonte di nuove esperienze non solo per il palato”, hanno sottolineato gli organizzatori.

Al via anche il progetto Miperl Tailor made volto a rispondere alle esigenze di mercato di buyer ed espositori offrendo vere e proprie ‘soluzioni su misura’.

Parte di questa progettualità si coniuga attraverso la realizzazione di co-lab tra aziende di pelletteria e giovani stilisti, attraverso la creazione di capsule collection. A Mipel sarà presentata la capsule realizzata da Arcadia e Irma Cipolletta, il cui debutto internazionale è avvenuto il 2 luglio in Giappone, e a Milano-Rho avrà un secondo importante momento di visibilità.

“Sono ragionevolmente fiducioso che anche quest’anno sarà un successo”, ha detto, ieri, durante la conferenza stampa, Riccardo Braccialini, presidente di Mipel.

Fiducioso anche nei confronti dell’andamento del settore. L’anno da poco iniziato, infatti, ha mostrato qualche segno di rallentamento. Da gennaio a marzo l’export ha registrato una confortante crescita in valore (+7,2 per cento, a quota 2 miliardi di euro), ma una contrazione del 3,6 per cento in volume.

Foto: Cristina Tajani, Riccardo Braccialini, Danny D’Alessandro, credit Mipel press office

FASHIONUNITED