

LA SOSTENIBILITÀ TEMA DELLA 115ESIMA EDIZIONE

Mipel in versione eco-friendly con oltre 350 brand

30 gennaio 2019



«Abbiamo raggiunto gli obiettivi che ci eravamo prefissi. Volevamo una fiera smart, puntando non sulla quantità ma sulla qualità e i risultati ci hanno dato ragione». **Riccardo Braccialini**, numero uno di **Assopellettieri** (alla sua ultima edizione da presidente), ha aperto così stamattina la consueta conferenza stampa per presentare le novità del 115esimo **Mipel**, in programma dal 10 al 13 febbraio a Rho-Pero.

«Il mercato va velocissimo - ha aggiunto - ma incontrarsi sul web non è sufficiente. Per fare business è necessario anche un luogo fisico dove i compratori possano venire a stringere la mano agli imprenditori, vedere e toccare il prodotto».

Mantenere questo plus, restando aperti al cambiamento, è la mission anche della prossima edizione, che schiera oltre 350 brand, di cui una cinquantina new entry, tra cui **La Martina**, **John Richmond** e **Cabin Zero**, accanto a rientri quali **Valigeria Roncato** e **Caterina Lucchi** e importanti conferme, come quella del brand **Discord by Yohji Yamamoto**.

Fil rouge di questo Mipel sarà la sostenibilità in tutte le sue accezioni, ambientale, sociale e lavoristica, per diversi progetti e iniziative, tra cui workshop a tema, performance, allestimenti speciali per le aree

espositive (con le creazioni dell'artista **Enrica Borghi**, frutto del recupero di materiali che la nostra società rifiuta e scarta) e speciali collaborazioni, come quella con la cooperativa **Il Girasole** di Firenze, a sostegno di persone con disabilità, disagio psichiatrico o psicosociale, con la realizzazione di 200 shopper di pelle e minipochette, reso possibile grazie anche a **Unic-Concerie Italiane** e **Ykk Italia**.

Su questa lunghezza d'onda anche il *Glammy Boulevard*, che tra gli special guest ospita **Vivienne Westwood** e la rivista internazionale *The Good Life* con i loro progetti eco-friendly.

Tra gli asset del salone spiccano le proposte di *Mipel Tailor Made*, dove l'artigianalità di importanti aziende di pelletteria incontra il talento di innovativi designer per la creazione di cinque capsule collection.


Delle collaborazioni presentate in questa edizione, due sono al loro debutto internazionale: **Athison** e **Bav Tailor** insieme per la prima volta con, rispettivamente, **Valentino Orlandi** e **Andrea Ciccolo**, mentre **Laurafed** torna a Mipel con il nuovo partner **Ripani** (nella foto). Rinnovano la loro liaison **Arcadia** e **Irma Cipolletta** e **Claudia Firenze** con **Annalisa Caricato**.

«Questa volta - precisa Riccardo Braccialini - non ci limiteremo a portare queste capsule alla distribuzione, al fine di far dialogare la fiera con la città e il consumatore finale, ma faremo un passo in più, rendendole disponibili alla vendita».

Le collezioni saranno infatti ospitate in un'area dedicata al piano terra di **Coin** e potranno essere acquistate dal pubblico. L'11 febbraio al ristorante **Globe**, all'ultimo piano, si terrà anche un party esclusivo per celebrare l'iniziativa.

a.t.

Hai domande o commenti su questo articolo?
Invia una e-mail alla [redazione](#).

Stampa l'articolo 

ARTICOLI CORRELATI



ALLA VIGILIA DI MIPEL

Pelletteria: l'export cresce a doppia cifra e premia l'alto