

UN PROGETTO A DUE VOCI PER PRESENTARE IL MADE IN ITALY AL MERCATO GIAPPONESE

E' firmato all'unisono da **MIPEL** e **THEONEMILANO** – i due saloni milanesi business-to-business dedicati rispettivamente alla pelletteria e al prêt-à-porter, outerwear e accessori – il progetto di roadshow in Giappone realizzato con lo scopo di far conoscere a un mercato di grande importanza per la moda italiana sia le 2 fiere che si svolgono a Milano sia le collezioni che le animano, realizzato con il contributo di regione Lombardia.

Dal 23 al 25 ottobre saranno presenti, nell'area dedicata al progetto "MIPEL e THEONEMILANO MADE IN" all'interno della fiera *PLUG IN* al nono piano del department store SHIBUYA HIKARIE HALL, 23 "insegne" di altrettante aziende selezionate come Ambassador di quel prodotto bello e ben fatto (per creatività, selezione delle materie prime e manifattura) tipico del nostro made in Italy.

Grazie a una formula di presentazione assolutamente brand-new i prodotti non saranno solo visibili e valutabili direttamente, come sempre nelle fiere, ma saranno anche raccontati – attraverso storytelling appositamente preparati - per mettere in luce le piccole-medie imprese, vero patrimonio del settore moda italiano, la cui forza risiede nella creatività e nel 'saper fare' delle loro maestranze: capacità tutte da narrare attraverso le storie delle persone e del valore intrinseco ed estetico delle loro produzioni.

Davanti agli occhi del pubblico specializzato composto dalla stampa e dai buyer giapponesi prenderanno vita così presentazioni interattive firmate dai due saloni milanesi.

TheOneMilano presenterà 5 storie di grande maestria produttiva. In scena 8 aziende:

- **Marini Silvano:** *Il cappello, un prodotto dalla storia antica fatta di tradizione e innovazione*
- **Cora Bellotto e United Separable:** *Progettare responsabilmente: una collezione sostenibile nasce da un disegno studiato per produrre senza sprechi e senza eccessi*
- **Clamar:** *Como e il distretto della seta. Lavorare in prossimità significa attivare progetti di responsabilità sociale d'impresa*
- **Savart:** *I costumi da bagno a servizio del pianeta. Riciclo e non solo*
- **Cinzia Caldi e Musetti e Foresti:** *L'arte della maglieria italiana, un filo che unisce.*

Per MIPEL invece sono 15 i brand che si presenteranno in una chiave differente, una serie di racconti che sveleranno storia e caratteristiche di unicità di ognuno:

- **ALBERTO OLIVERO:** *Smart traveller.*
- **ALMA TONUTTI:** *Our story...a beautiful weave!*
- **BGBL:** *Basketball/Reuse and Repurposed.*
- **BOLDRINI SELLERIA:** *Vegetable leather and lifestyle.*
- **CAMPOMAGGI:** *Re-life. The concept of Memory imprint of a bag life.*
- **CHRISTIAN VILLA:** *Totally Made in Italy and handmade finishes.*
- **COLONNELLI 2.0:** *Behind the scene of bag making.*
- **DANIELE AMATO:** *The art of preserve heritage techniques: weavings.*
- **DE COUTURE:** *Sustainable customization.*
- **FORTU MILANO:** *Minimalism over the trends.*

- I MEDICI FIRENZE: *Travel heritage.*
- IRMA CIPOLETTA: *Architectural bag functionality.*
- LAURAFED: *Wood craft making.*
- PLINIO VISONÁ: *Stitching Statements. From hand made to high tech.*
- SAPAF ATELIER 1954: *Florence embellishment.*

Nella 3 giorni di Plug In e nell'area dedicata al progetto **"MIPEL e THEONEMILANO MADE IN"** sono previsti anche **2 Panel** di confronto e di scambio tra produttori italiani e mercato giapponese. Il primo, dal titolo *"La sostenibilità dell'industria italiana"* vede **Franco Gabrielli** (presidente di ASSOPELLETTIERI, associazione di categoria promotrice di MIPEL) **Elena Salvaneschi** (CEO di TheOneMilano) **Orietta Pelizzari** (International fashion industry expert from "Studio Mattori") **Aki Hayashi** (Editor in chief del web magazine di Forbes) e un esponente di **Senken Shimbun** (il noto magazine giapponese dedicato al settore moda e organizzatore della fiera Plug In), con la moderazione di **Ayumi Suda** (caporedattore di Senken Shimbun), trattare il tema del percorso in essere della moda italiana verso la sostenibilità, argomento portante di questo periodo storico.

Il secondo Panel sarà dedicato *all'Accordo di Partenariato Economico (APE) tra l'UE e il Giappone*, entrato in vigore lo scorso 1º febbraio 2019 e grazie al quale le imprese e i consumatori in Europa e in Giappone possono ora beneficiare della più grande zona di libero scambio del mondo. Ne parleranno, per vedere in concreto quali sono i cambiamenti e i vantaggi portati dall'accordo, gli operatori economici di entrambi i Paesi.

L'evento **"MIPEL e THEONEMILANO MADE IN"** dà spazio anche ai giovani, che rappresentano il futuro del settore moda in tutto il mondo. Per l'occasione i due saloni hanno infatti organizzato una **Digital Competition fra gli studenti del BFGU (Bunka Fashion Graduate University)**. Agli studenti è stato chiesto di interpretare i loghi di Mipel e di TheOneMilano per celebrare l'incontro fra le collezioni italiane e il mercato giapponese e di farlo utilizzando i significativi linguaggi grafici e visivi della cultura giapponese. Il lavoro degli studenti è stato caricato sui siti piattaforma <https://www.bestonejapan.com> e <https://www.mipelgoestojapan.com> per essere votati dagli espositori e dai visitatori dei saloni milanesi. I progetti grafici realizzati sono 69: solo uno – quello che avrà ottenuto il maggior numero di voti sommando le preferenze del suo lavoro per entrambi i saloni – sarà invitato a Milano il prossimo febbraio, per partecipare Mipel, a TheOneMilano e alla Milano Fashion Week

CHI SIAMO

TheOneMilano, salone internazionale della moda d'alta gamma, si conferma unico polo italiano per dell'haut-à-porter femminile.

TheOneMilano è nato dall'unione di due fondamentali attori delle fiere moda milanesi: MIFUR, salone internazionale della pellicceria e della pelle, organizzato dall'Ente Fieristico Mifur dal 1996 e MIPAP, salone del prêt-à-porter organizzato da Fiera Milano dal 1980.

TheOneMilano ha sede a Milano nel palazzo di Confindustria Moda, cui aderisce; propone due edizioni l'anno, in febbraio e in settembre. I due appuntamenti accolgono, nel totale, 15mila visitatori specializzati

mipel

TheOne Milano

di cui più del 60% internazionali. Un risultato ottenuto grazie alla selezione di alta qualità proposta, con più di 400 brand e numerosi eventi fuori salone.

TheOneMilano crede fermamente nell'evoluzione del mercato e nei suoi nuovi linguaggi; per questo accanto alla fiera fisica ha realizzato la sua fiera digitale, ALWAYS ON SHOW (www.alwaysonshow.com). Il nome ne racchiude il programma, quello di trasformare i giorni di fiera fisica in un lavoro "sempre acceso" per 365 giorni all'anno e per 24 ore al giorno.

Grazie ai servizi fotografici realizzati dal team dedicato del salone, gli espositori possono caricare le loro collezioni sulla piattaforma, alla quale accedono i buyer certificati dalla segreteria di TheOneMilano. I buyer, navigando in un portale semplice e intuitivo, possono preparare con facilità la propria visita, trovare nuovi brand interessanti da "seguire", contattarli, "salvare" i prodotti che più loro piacciono in una "special list", o semplicemente scoprire le novità sui profili dei Brand che già seguono.

MIPEL-THE BAGSHOW è l'evento internazionale B-to-B più importante al mondo dedicato alla pelletteria e all'accessorio moda. Si svolge due volte all'anno, a febbraio e settembre a Fiera Milano-Rho, Milano.

Vetrina prestigiosa per le aziende di settore, MIPEL offre ai brand partecipanti una strategica opportunità di incontro con i buyer di tutto il mondo, addetti e stampa internazionali.

Nei 15.000 metri quadrati di area espositiva del polo fieristico di Fieramilano-Rho espongono oltre 350 aziende tra brand noti, griffe emergenti e trend setter. Con oltre 24.000 visitatori all'anno MIPEL si conferma un appuntamento irrinunciabile per promuovere e condividere le nuove proposte di stile.

Lo scorso settembre si è conclusa l'edizione 116, un'edizione eccezionale quanto a presenze di visitatori qualificati ed eventi, la prima sotto la presidenza di Franco Gabrielli. Sostenibilità e consapevolezza ambientale sono stati il fil rouge della manifestazione che ha declinato il tema attraverso degli allestimenti dedicati, numerosi eventi e workshop sull'argomento.

L'edizione si è conclusa facendo registrare un 'boom' di presenze (+19% di operatori qualificati rispetto all'edizione di settembre 2018) grazie, soprattutto, al forte incremento di buyer provenienti dall'UE e dai principali mercati mondiali di riferimento della pelletteria italiana tra cui appunto il Giappone.

MIPEL- FOCUS ON BAGS STORYTELLING:

Sono 15 i brand che si presentano a "MADE IN" @PLUG IN in una chiave differente, una serie di racconti che svelano storia e caratteristiche di unicità di ognuno.

"ALBERTO OLIVERO" si presenta con il suo prodotto dedicato agli Smart traveller con un percorso produttivo tutto italiano e totalmente tracciabile: da Cuneo a Vicenza, Napoli e Firenze. Brand giovanissimo, fondato dall'omonimo designer nel 2016 si caratterizza per i prodotti dai volumi morbidi e tagli decisi rigorosamente Made in Italy e fatti a mano.

"ALMA TONUTTI" racconta come nella sua storia l'intreccio sia il protagonista assoluto.

"BGBL" ci parla di riciclo, sport e moda: i palloni da basket usati diventano borse divertenti, alla moda e funzionali. Brand Made in Italy che rimbalza tra sport e stile, tra passato e contemporaneità. Le borse BGBL

Via Alberto Riva Villasanta 3 – 20145 Milano

mipel

TheOne Milano

sono realizzate con pelle di alta qualità e materiali recuperati da società sportive, come palloni e divise con l'obiettivo di unire una sensibilità ecologica ad una passione per il design italiano.

“BOLDRINI SELLERIA” sottolinea come la pelle vegetale delle sue borse permette una longevità tutta naturale. Il brand nasce nel 1955 in Toscana e si caratterizza per i prodotti realizzati con pellami conciati al vegetale di alta qualità che diventano oggetti unici ed esclusivi. Boldrini Selleria è “una bottega artigianale” dove si creano e si personalizzano prodotti dal gusto classico rivisti in chiave moderna e contemporanea, senza tempo.

“CAMPOMAGGI” nelle sue collezioni affronta il tema del Re-life: la borsa come elemento di memoria di una vita intera. Ogni Campomaggi racconta una storia. La precisione, la cura, l’attenzione per i dettagli, le materie prime e la dedizione sono fattori fondamentali nella creazione dei prodotti.

“COLONNELLI 2.0” is a manufacturing company which highlights the behind the scene of bag making, supporting creativity, passion and craftsmanship. La cura del dettaglio , l’affidabilità, la trasparenza, la professionalità e la passione sono il centro del modo di agire, i valori fondanti dell’azienda Colonnelli Manifatture, che da cinquant’anni opera nell’ambito della realizzazione di borse conto terzi, con l’immutato preciso obiettivo di creare in ogni occasione capolavori che durino nel tempo.

“CHRISTIAN VILLA” sottolinea le caratteristiche di un prodotto totalmente made in Italy e con finiture fatte a mano. Frutto del lavoro di due generazioni della famiglia Villa, il brand dà vita a uno stile elegante ed originale espresso attraverso forme e sfumature nate dall'artigianalità e dalla cura dei migliori artigiani del cuoio toscano.

“DANIELE AMATO”, designer giovanissimo e di talento ci accompagna in un viaggio alla scoperta dell’arte del preservare le antiche tecniche di lavorazione: the silk weavings. Il brand, nato dall’omonimo designer, che seguendo le orme del padre fondatore della famosa fabbrica artigianale Leu Locati, ha continuato a creare prodotti esclusivi, 100% Made in Italy. Una vasta gamma di accessori per uomo e donna dallo stile inconfondibile, originale, divertente, sensuale, ma anche aggressivo, caratterizzati dall’utilizzo di materiali unici combinati a lavorazioni artigianali.

“DE COUTURE” affronta il tema della Sustainable customization: la lavorazione "chain crochet" permette di dare vita al servizio "made to order". Il brand si caratterizza per borse senza tempo e soluzioni creative inaspettate.

“FORTU MILANO” si racconta come brand minimalista al di là di ogni trend: seasonless, genderless, funzionale ad ogni situazione. Fortu Milano è alla ricerca della combinazione perfetta tra casual e classico. Borse in pelle e zaini e accessori di lusso che rendono omaggio all'architettura, al design e alla moda, la loro principale fonte di ispirazione. Prodotti con carattere urbano fondono stile ed eleganza grazie ai dettagli artigianali e all'uso di colori audaci e decisi.

“I MEDICI FIRENZE” narra la sua travel heritage, la pelle vegetale che con il tempo si modifica seguendo la storia di chi indossa il prodotto. Brand fondato nel 1952 in Toscana caratterizzato da prodotti in pelle di alta qualità, conciati al vegetale, raffinati e autentici. I Medici – Firenze, combinano sapientemente la tradizione e l’artigianalità fiorentina con linee moderne e forme contemporanee.

Via Alberto Riva Villasanta 3 – 20145 Milano

mipel

TheOne Milano

“**IRMA CIPOLLETTA**” sottolinea come lo studio architettonico e funzionale delle sue borse permette un incredibile riduzione degli sprechi di materiale. Ogni pezzo è progettato con una estrema attenzione dei dettagli, un gusto contemporaneo ed un'estetica minimale.

“**LAURAFED**”, brand che lavora egregiamente con il legno, racconta come l'utilizzo di materiali naturali e sostenibili non comprometta l'eleganza e il glamour del prodotto finale, ma anzi lo esalti. LAURAFED è il brand fondato da Laura Federici e Luca Sciamanna. Brand nato dalla passione per la moda e l'interior design. Un progetto innovativo e ambizioso guidato dalla cura dei dettagli e dalla qualità del Made in Italy.

“**PLINIO VISONÁ**” narra di come la sua particolare cucitura sia diventata il segno di riconoscimento dei propri prodotti. Il brand festeggia quest'anno i 60 anni di storia caratterizzati dai valori di tradizione, cultura e amore per il bello. Prodotti realizzati rigorosamente a mano da maestri pellettieri, rappresentano l'essenza della creatività e del saper fare Made In Italy.

“**SAPAF ATELIER 1954**” ci conduce a Firenze spiegando in che modo preservare la tradizione ornamentale della città e trasferirla nel mondo delle borse. Creazioni interamente realizzate a mano, design contemporaneo, dettagli accattivanti e tradizione fiorentina sono gli elementi chiave dello stile di Sapaf Atelier 1954 che studia le proprie creazioni intrecciando i nuovi fashion trend con la manualità artigianale.

THEONE–STORYTELLING

MARINI SILVANO

In una zona da secoli ad alta specializzazione per la produzione dei cappelli , a Montappone (in provincia di Fermo, nelle Marche) nasce nel 1973 l'azienda MARINI SILVANO.

Le collezioni – per donna, uomo e bambino – sono presentate due volte l'anno, per la primavera/estate e per l'autunno/inverno e propongono centinaia di modelli dedicati alla moda, ai prodotti tecnici per lo sport e alle soluzioni per il tempo libero. Oltre alle tradizionali stampe o ricami, è la particolarità della lavorazione jacquard a catturare l'attenzione degli operatori di questo settore, portando ad una sempre crescente richiesta di prodotti personalizzati con tale sistema.

Per questa azienda sostenibilità è produrre in maniera moderna restando ancorati a capacità manuali e a qualità di grande tradizione, a un heritage che qualifica nel mondo interno e che costituisce la base del made in Italy.

Sostenibilità è rispetto del territorio con ricami, cuciture, orli e accessori che conferiscono ai prodotti un look sartoriale capace di mantenere le caratteristiche dei prodotti artigianali "hand made" nel rispetto della tradizione produttiva.

CINZIA CALDI

Dal 1961 Mabal produce con il marchio CINZIA CALDI maglie e coordinati di altissimo standard di eccellenza.

CINZIA CALDI è il simbolo della passione di una famiglia italiana, che lavora nel settore della maglieria da 3 generazioni.

Il maglificio si trova nelle verdi campagne dell'Astigiano, in Piemonte; qui ogni fase produttiva coniuga tecnologia e artigianalità nell'esecuzione dei modelli e questo atteggiamento produttivo ha fatto ottenere all'azienda la certificazione di “Eccellenza Artigiana”.

Via Alberto Riva Villasanta 3 – 20145 Milano

mipel

TheOne Milano

Come tappa del suo percorso verso la sostenibilità e la responsabilità d'impresa CINZIA CALDI oggi propone solo collezioni realizzate con filati corredati da importanti certificazioni che rispondono a protocolli molto severi in ambito ambientale, produttivo e sociale.

Sostenibilità per Cinzia Caldi vuol dire poter garantire al consumatore anche l'origine della materia prima, non solo la qualità della lavorazione e lo stile delle collezioni.

FORESTI

Dalla scelta dei materiali e dei filati alla ricerca dei punti di maglieria o dei possibili trattamenti di tinture, fino alla modellistica e alle tecniche di confezione: è questa la sintesi del lavoro di FORESTI, un maglificio a conduzione familiare situato in Lombardia, vicino a Bergamo e fondato alla fine degli anni '80.

Per FORESTI sostenibilità è valorizzazione del saper fare. Nella sua maglieria haute couture sartoriale l'eccellenza delle lavorazioni a macchina si unisce con la sartorialità e l'eleganza del fatto a mano, per dar vita a capi unici.

Sostenibilità vuol dire finiture fatte a mano con ago e filo da maestre magliaie per capi preziosi.

Sostenibilità vuol dire realizzazione a mano del primo cartamodello, prodotto dai maestri sarti, perché la vestibilità sia perfetta e si possa passare alla fase di industrializzazione utilizzando i più moderni cad di progettazione modellistica.

Sostenibilità vuol dire applicazioni preziose e accessori selezionati per essere dettagli di assoluta qualità.

Sostenibilità vuol dire fasi come taglio e stiro realizzate manualmente, per garantire l'eccellenza del risultato finale.

MUSETTI

Frange, ricami fatti a mano, punti maglia che esaltano la morbidezza dei filati pregiati, volumi morbidi, colori femminili ed eleganti, caratterizzano la collezione Autunno Inverno 2019/2020 di MUSETTI, l'azienda che da Parma, in Emilia-Romagna, ha per orizzonte il mondo.

Sostenibilità per MUSETTI vuol dire un confort che si sente sulla pelle, accentuato dalle nuance neutre e dalle sfumature naturali, vuol dire curarsi di se stessi rimanendo in equilibrio con la natura.

Sostenibilità è benessere, cura dei trattamenti di finissaggio e delle tinture perché non causino fastidi o allergie, utilizzo di materie prime totalmente naturali perché i capi siano completamente biodegradabili.

Sostenibilità è capacità di applicazione di dettagli brillanti su filati pregiati utilizzando calore controllato per non rovinare la preziosità delle fibre di cashmere.

Sostenibilità è cristalli naturali incastonati su capi impalpabili, fili metallici nichel free nati da ritorciture personalizzate per creare riflessi inediti su modelli volutamente semplici.

Sostenibilità è ricamo a mano con i punti della tradizione, bordi di frange industrializzati ma nati dallo studio delle applicazioni per il lavoro a maglia tramandato di generazione in generazione.

SAVART

SAVART è un brand di costumi da bagno nato nel cuore di Milano nel 2019. Propone una collezione di bikini moda caratterizzata da un approccio sperimentale e giocoso.

Gli stilisti che lo hanno creato sono giovani sotto i 30 anni: parole come autenticità, durabilità, gentilezza, gratitudine, speranza e umorismo sono per loro concept su cui basare una collezione che nasce sostenibile per scelta.

mipel

TheOne Milano

Alla base, come sempre per la moda, è la selezione dei tessuti, che devono essere performanti per dare al costume le garanzie di essere adatto sia per i momenti di sport che per quelli passati sulla spiaggia o in barca a prendere il sole.

Per SAVART essere sostenibili significa utilizzare tessuti d'origine certa, realizzati nel rispetto delle persone che lavorano in fabbrica. Per questo impiega solo tessuti 100% italiani accuratamente selezionati.

Significa puntare sulla Ricerca & Sviluppo di nuove e innovative soluzioni tecnologiche, realizzate nel rispetto di una produzione attenta all'ambiente.

Per SAVART essere sostenibili significa utilizzare tessuti d'origine certa, realizzati nel rispetto delle persone che lavorano in fabbrica. Per questo impiega solo tessuti 100% italiani accuratamente selezionati.

Significa puntare sulla Ricerca & Sviluppo di nuove e innovative soluzioni tecnologiche, realizzate nel rispetto di una produzione attenta all'ambiente.

CORA BELLOTTO

CORA BELLOTTO è un brand di abbigliamento femminile di lusso sostenibile con sede a Milano. Le collezioni sono prodotte con filati naturali e biologici, tecniche a zero rifiuti e upcycling di tessuti vintage, in una produzione attenta all'ambiente e alle persone.

La designer Cora Bellotto è nata e cresciuta a Milano, in Italia. Nel 2011 la collezione di laurea le è valsa la pubblicazione sul sito di Vogue, nella sezione Talents. Nello stesso anno, è stata selezionata per prendere parte a "Made in Mage", un incubatore per la moda sostenibile: qui ha iniziato a lavorare con tecniche di upcycling e ricostruzione. Nel 2012, ha sfilato alla Mercedes Benz Fashion Week di Mosca. Nel 2016 ha partecipato alla settimana della moda di Hong Kong, dove ha vinto il secondo premio al "Redress Design Award" e ha ricevuto il tutoraggio da Orsola de Castro, fondatrice e direttrice creativa della piattaforma di moda sostenibile, "Fashion Revolution UK". Nello stesso anno, ha collaborato con Gema Gomez di "Fashion Revolution Spagna", esponendo le sue opere al Museo del Costume di Madrid.

Nel 2018 la stilista è stata invitata da Sara Maino a presentarsi al Fashion Hub durante la settimana della moda di Milano, organizzata dalla Camera Nazionale della Moda.

Nel febbraio 2019 Yoox e Vogue Talents l'hanno invitata a presentare la sua collezione A / I a "The Next Green Talents", Palazzo Morando, Milano.

UNITED SEPARABLE

UNITED SEPARABLE è un progetto di moda per un nuovo concetto di abito da donna: un abito versatile, pratico, unico e personalizzabile, progettato e realizzato all'interno di un'estesa filiera di produzione italiana. Utilizza tessuti naturali di alta qualità (cotone, lana, seta, velluto) acquistati nei distretti produttivi di Como, Varese e Biella, rendendoli esclusivi con stampe di proprio design.

La collezione è sostenibile perché propone abiti che promuovono gli acquisti consapevoli e l'intercambiabilità d'uso, abiti che accompagnano la donna nelle diverse esigenze del giorno, formale per l'ufficio ed elegante per la sera, facilitando la preparazione della "borsa da viaggio" e offrendo un libero mix&match che permette di passare dall'understatement e dallo stile classico ad uno stile eclettico e contemporaneo. UNITED SEPARABLE è un marchio di moda di Minimal Path s.r.l., una startup innovativa con sede a Milano.

mipel

TheOne Milano

CLAMAR

CLAMAR è un'azienda familiare con sede a Como. La prima collezione è nata alla fine degli anni '80 ed è stata basata, oltre che sulla creatività della modellistica, sulla profonda ricerca e sulla territorialità degli stessi: Como infatti è uno dei primi e più importanti distretti tessili italiani.

Como infatti è universalmente riconosciuta nel mondo come la Città della seta. Nel territorio esiste una filiera di produzione completa di ogni passaggio, fatta di imprenditori, artisti, maestranze specializzate e disegnatori, capace di trasmettere competenze e professionalità di generazione in generazione. Il distretto si è sviluppato nei secoli, superando crisi anche profonde, ma presentandosi ancora oggi sul territorio vede forte di tutte le fasi della lavorazione tessile: tessiture, tintorie, stamperie, finissaggi, e ovviamente, stile, quello proposto da aziende orgogliose, come CLAMAR, di essere di Como.