

**Adnkronos Ultim'ora - 15/02/2023 16:11:00**

## **Mipel, 5 giorni fra made in Italy e proposte pelletteria-moda provenienti da tutto il mondo**

Milano, 15 feb. (Adnkronos/Labitalia) - Mipel, il più importante evento internazionale dedicato alla pelletteria e all'accessorio moda, si prepara al debutto dell'edizione numero 123, che si terrà dal 19 al 22 febbraio 2023 (orario 9.30 -18.30 per i primi tre giorni e 9.30 - 16.00 l'ultimo giorno) nell'area espositiva di Fiera Milano-Rho. Con un percorso espositivo di oltre 4.000 metri quadrati e più di 150 brand selezionati tra marchi storici e aziende emergenti nazionali e internazionali, Mipel123 offrirà una visione completa sulle nuove collezioni autunno/inverno 2023-24. La fiera - organizzata con il sostegno del Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale (Maeci), di Agenzia Ice e con il patrocinio del Comune di Milano - si svolgerà anche quest'anno in contemporanea a Micam Milano e TheOneMilano e in parziale sovrapposizione con Homi fashion&jewels (dal 17 al 20 febbraio 2023) e Lineapelle (21-23 febbraio). Dal 21 al 23 febbraio torna anche Mipel Lab, l'innovativo format fieristico dedicato al sourcing produttivo italiano di pelletteria di lusso ideato da Assopellettieri in collaborazione con Lineapelle, con cui condividerà gli spazi all'interno del Padiglione 9. Continua anche per la prossima edizione la partnership con Impersive che permetterà ai visitatori di compiere, grazie all'utilizzo degli 'oculus', uno straordinario viaggio immersivo nella produzione della pelletteria italiana. Durante Mipel, infatti, Assopellettieri in collaborazione con The European House-Ambrosetti, condurrà un'indagine su un campione rappresentativo di piccole-medie realtà italiane di pelletteria a marchio proprio presenti in fiera. Le informazioni raccolte saranno attentamente analizzate per far emergere, poi, i temi chiave di approfondimento degli advisory board che l'Associazione organizzerà in vista e in preparazione della prossima edizione degli Stati Generali della Pelletteria Italiana che si terranno a luglio. Assopellettieri sottolinea, dunque, la centralità delle PMI nella propria associazione e si adopera per supportarle e fornire i giusti spunti e strumenti per far sì che possano adeguatamente affrontare le sfide e sfruttare le opportunità del mercato stesso. Dichiara il presidente di Assopellettieri Franco Gabbrielli: "Siamo forti del successo riscosso dalle ultime edizioni di Mipel e le stime provvisorie di preconsuntivo sulla pelletteria made in Italy (fatturato stimato che dovrebbe attestarsi intorno ai 13 miliardi di euro con un +14,8% e un export in crescita del 15,1% rispetto al 2021) ci confortano e ci spingono ad andare avanti con ancora più convinzione". "Il Salone - spiega - si conferma il principale punto di incontro tra brand e buyer internazionali qualificati alla ricerca del meglio della pelletteria italiana e internazionale e pensiamo che questa edizione possa essere particolarmente importante per i nostri espositori con un possibile ritorno in fiera non tanto dei buyer russi, ma di quelli di mercati già in crescita nel corso della scorsa edizione. Penso a Giappone, Usa, Corea del Sud, Singapore, Qatar ed Emirati. Su questo fronte è prezioso, come sempre, il contributo di Ice Agenzia con l'attività di incoming di operatori internazionali qualificati, confermata per entrambe le edizioni di Mipel e di Mipel Lab". Mipel 123 sarà interamente ispirato alla città di Milano. Le diverse aree dell'allestimento fieristico offriranno infatti richiami e citazioni delle principali strutture architettoniche della città, come la Galleria Vittorio Emanuele che ospiterà l'area tendenze, l'Arco della Pace che caratterizzerà gli ingressi di Scenario e i Bastioni di Porta Venezia, che incorniceranno la Top buyer lounge. Ad animare le giornate della manifestazione, le performance live di tre giovani e talentuosi artisti: Denis Medri, Lorenzo Fornaciari e Matteo Manenti. Questi ultimi, infatti, decoreranno alcune parti della Fiera come se fossero muri della città, ciascuno secondo il proprio stile: un modo per omaggiare una città in continua evoluzione e offrire un'immagine contemporanea del Made in Italy. Grande attenzione verrà riservata anche alla Trend Area, spazio creato in collaborazione con il Comitato Moda di Mipel, organo nato per supportare l'associazione nei progetti speciali e le aziende partner nella realizzazione di collezioni d'avanguardia dallo stile unico. Un'area espositiva che, attraverso un percorso immersivo, condurrà il visitatore alla scoperta delle principali tendenze della prossima stagione. Qui, l'ispirazione sarà il grande cinema italiano e le immagini iconiche dei suoi film e protagonisti che attraverso dettagli, palette colori e accessori incarnaeranno i 4 mood della stagione FW23-24. Una presentazione delle tendenze coinvolgente: attraverso proiezioni video e allestimenti speciali, l'ambientazione e gli elementi distintivi di ogni pellicola verranno ricreati permettendo al visitatore di diventare il protagonista della scena. Un'altra importante conferma di questa edizione è l'iniziativa 'The italian startup project' (realizzata in collaborazione con il Ministero degli affari esteri e della cooperazione e con Agenzia Ice), che vede protagonisti designer e brand emergenti accuratamente selezionati, che si sono distinti per l'idea creativa, per l'innovazione e la ricerca. Fra le giovani realtà italiane che saranno presenti troviamo D1VER2O, NI•DO, NOESI, Kjøre Project e RDVO. Un evento riservato a buyer ed espositori inaugurerà il Salone domenica 19 febbraio dalle ore 18.30. Il 'Mipel cocktail party', che si terrà nello spazio tendenze di Mipel all'interno del padiglione 3, è stato concepito

come un'occasione per fare networking, confrontarsi e condividere strategie e opportunità in un'atmosfera più rilassata. Prosegue, inoltre, la collaborazione con Mirta, che si occuperà di connettere brand italiani con boutiques internazionali, allestendo anche quest'anno una speciale area espositiva ad alto contenuto tecnologico. Dall'1 al 28 febbraio su Mirta Wholesale è stata riservata, esclusivamente a Mipel e ai suoi espositori, una vetrina virtuale, per favorire i contatti tra operatori anche a distanza.

---

**Sito di provenienza: UNINDUSTRIA - <https://www.un-industria.it>**