



Le fiere di settore



MIPEL

Fino al 19 settembre • Rho-Fieramilano

L'evento internazionale più seguito dai *bag addicted*, giunto alla 114ª edizione, dimostra di essere, ancora una volta, il momento fieristico dedicato alla pelletteria più importante del settore. La manifestazione riunisce oltre 350 brand italiani ed esteri che presentano le loro nuove collezioni primavera/estate 2019 ad oltre 12.000 visitatori provenienti da tutto il mondo. Ospite d'eccezione Yohji Yamamoto che, in uno spazio dedicato, presenta la sua linea Discord, label di accessori di lusso nata nel 2015. Previsto anche un Fuorisalone: questa sera, dalle **18.00** alle **22.30**., il department store Excelsior sarà teatro di una speciale serata in cui le borse delle capsule dei "fab four" saranno protagoniste.



MICAM

Fino al 19 settembre • Rho-Fieramilano

È il tradizionale appuntamento autunnale con il salone internazionale del settore calzaturiero, leader nel



mondo, promosso da Assocalzaturifici, e giunto all'86ª edizione. Un appuntamento irrinunciabile per i visitatori professionali attesi e un'occasione unica di business per i 1.396 espositori, di cui 778 italiani e 618 stranieri su una superficie di 62.267 metri quadrati, che presenteranno in anteprima le collezioni primavera/estate del prossimo anno con un'offerta completa, ricca di contenuti e qualità, design e innovazione. In uno scenario globale veramente complesso e difficile, Micam resta indiscutibilmente il termometro più affidabile del mercato mondiale della calzatura, oltre che una vetrina prestigiosa del made in Italy: quest'anno si aggiungono ALV by Alviero Martini, Cerruti 1881, Fratelli Rossetti, Ferré Collezioni, Moreschi e Rodo Firenze.



WHITE

Dal 21 al 24 settembre • Tortona Fashion District

Continua la sua crescita progettuale nel segno della qualità, grazie allo sviluppo dell'hub di Tortona 31 | Opificio e alla creazione di un percorso unico nel suo genere che ospiterà pop up store, aree speciali e di ricerca internazionali, oltre alle temporary showroom di importanti brand. Ben 562 le aziende presenti (375 brand italiani, 187 esteri) di cui 243 new entry esposti nelle location tra Tortona 27 | Superstudio Più, Tortona 31 | Opificio, Tortona 35 | Hotel NHow e Tortona 54 | Ex Ansaldo. Fiorucci special guest del salone. Sarà aperto anche al pubblico un Fiorucci Pop Up Store nella location di White Tortona 31 | Archiproducts, dove si potrà acquistare la collezione A/I 2018, giocata su tessuti olografici brillanti abbinati a jersey, vinili, denim, t-shirt e felpe over, con l'iconica stampa degli angioletti.





SUPER

Dal 21 al 24 settembre • Padiglione Visconti, via Tortona

È il salone prêt-à-porter e accessori donna di Pitti Immagine. Arrivato alla dodicesima edizione, si presenta carico di novità. Protagoniste assolute saranno le collezioni di oltre 100 brand internazionali di prêt-à-porter e accessori donna per la primavera-estate 2019 di cui il 50% nuovi e il 40% proveniente dall'estero. L'ultima edizione di Super ha fatto registrare circa 4.700 compratori, di cui quasi il 20% esteri provenienti da più di 50 paesi. La top 15 dei mercati esteri di riferimento: Giappone, Germania, Spagna, Russia, Grecia, Svizzera, Francia, Stati Uniti, Belgio, Cina, Austria, Regno Unito, Corea, Ucraina e Svezia. «Puntiamo a creare un contenitore che supera il concetto di fiera, una dimensione d'esperienza molto pop, affine alla stagionalità delle collezioni che presentiamo» anticipa Agostino Poletto, dg di Pitti Immagine.



THEONEMILANO

Dal 21 al 24 settembre • Fieramilanocity, padiglione 3

Giunto alla quarta edizione, esporrà le novità di 140 collezioni: 95 italiane e 45 straniere provenienti da 12 Paesi. L'evento dell'haut-à-porter è un must per il pubblico professionale e internazionale. Dopo il grande successo della scorsa edizione il salone ha deciso di svelarsi sotto una nuova luce coinvolgendo non più solo gli addetti ai lavori, ma l'intera città e i consumatori finali. *TheOneMilano* esce così da Fieramilanocity per portare, fino al 28 settembre nelle vetrine di Palazzo Matteotti, il proprio messaggio di moda e di sostenibilità, collegandolo a livello di sistema, nel racconto diffuso del Made in Italy promosso da *Milano XL*, da Confindustria Moda (di cui il salone fa parte) e dalla *Fashion Week*. Tra le novità, Always On, piattaforma sviluppata per *TheOneMilano*, uno strumento che i buyer potranno consultare e utilizzare già durante la loro permanenza in fiera, per migliorare le connessioni con le aziende 365 giorni all'anno.