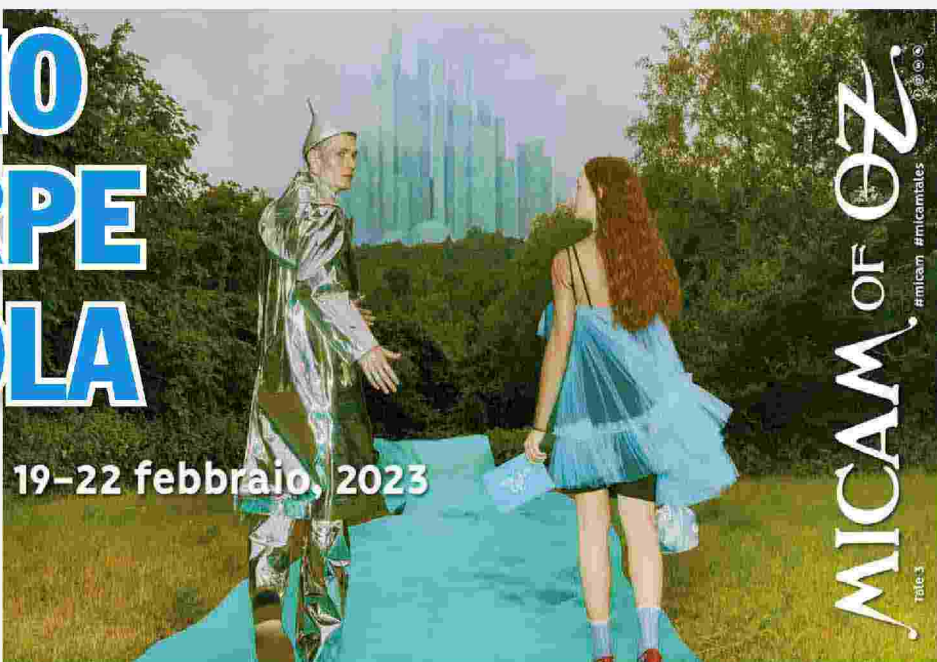


A MILANO LE SCARPE DA FAVOLA



19-22 febbraio, 2023

Micam Milano, Salone Internazionale della calzatura, Mipel Salone internazionale della pelletteria e dell'accessorio moda, TheOneMilano, Salone Internazionale dell'Outerwear e dell'Haute-à-porter tornano a proporre la loro offerta in quattro giorni di manifestazione. I saloni si terranno così dal 19 al 22 febbraio 2023 a Fiera Milano dalle 9.30 alle 18.30 per i primi tre giorni e dalle 9.30 alle 16.00 il 22 febbraio. Dopo Expo Riva Shoes e Pitti Uomo a Firenze, ecco gli appuntamenti della stagione fieristica calzaturiera di quest'anno.

Riparte la stagione fieristica milanese: appuntamento con il salone della calzatura In contemporanea si svolgeranno anche Mipel e TheOne. A seguire arriva Lineapelle

«I quattro giorni di manifestazione - si legge in un comunicato stampa diffuso dagli organizzatori - confermano la ripresa dei settori rappresentati dalle tre manifestazioni appartenenti a Confindustria Moda che continuano a distinguersi per un'offerta interessante e complementare, mantenendo la sinergia instaurata negli ultimi due anni. Sarà dato spazio al Made in Italy, molto apprezzato soprattutto all'estero e non mancheranno le proposte internazionali più interessanti capaci di coniugare culture differenti. Un mix vincente che attirerà gli operatori internazionali in un clima di rinnovato entusiasmo».

La manifestazione sarà in parziale sovrapposizione anche con HOMI Fashion&Jewels, che si conferma dal 17 al 20 febbraio e Lineapelle, che si terrà dal 21 al 23 febbraio, offrendo un'occasione in più agli operatori per scoprire novità e tendenze.

La fiera calzaturiera offrirà, come d'abitudine in que-



Un'immagine della scorsa edizione di Micam, nel settembre 2022

sti ultimi anni una serie di eventi e spazi aggiuntivi rispetto all'esposizione dei produttori, cuore della fiera. Momenti che ormai fanno però parte integrante della manifestazione.

Come Micam X, che tornerà con numerose presentazioni, workshop, allestimenti dedicati e altre iniziative all'insegna dell'innovazione. Quattro i temi principali: Trends & Materials, Sustainability, Art Fashion & Heritage e the Future of Retail.

Micam promuove la anche la quinta edizione del progetto Emerging Designers: l'area evento dedicata a 12 giovani designer di calzature internazionali, selezionati attraverso un concept innovativo, realizzato in collaborazione con la società Honegger, da oltre 50 anni esperta in marketing fieristico. Le candidature dei designer internazionali sono state vagliate da una giuria di esperti nei settori moda e comunicazione, presieduta da Ernesto Esposito.

"MICAM OF OZ"

Il viaggio fantastico verso la sostenibilità passa dal misterioso castello di smeraldo

Micam è pronta ancora a stupire con una nuova campagna di comunicazione. Il progetto #micamtales, sotto la direzione creativa di MM Company x Laureri Associates, prosegue, infatti, con la terza e ultima declinazione creativa.

Dopo "MICAM in Wonderland" e "MICAM Glass Slipper", è ora la volta di "MICAM of OZ": il racconto del viaggio della giovane e coraggiosa protagonista, accompagnata da due ospiti a dir poco pittoreschi, verso l'iconico Castello di Smeraldo.

Un percorso simbolico, che vuol rappresentare il viaggio delle aziende verso la sostenibilità. Micam ha infatti scelto questa terza fiaba per il suo senso più profondo, che considera l'autosti-

ma, ovvero la capacità di credere in sé stessi e nelle proprie capacità, come una delle principali chiavi del successo. «Questa fiaba - afferma Giovanna Ceolini Presidente di Micam e Assocalzurifici, l'associazione dei produttori - è anche una metafora della vita imprenditoriale, fatta di piccole e grandi sfide quotidiane da superare, e obiettivi da raggiungere. Oggi più che mai essere impresa non è facile: è necessario tenersi aggiornati guardando con determinazione e spirito etico ai grandi temi, come la so-



Qui e nell'immagine grande la campagna "Micam Of Oz"

sostenibilità, diventata imprescindibile». La storia accompagnerà i visitatori raccontando momenti topici della storia riletta

in chiave contemporanea e a tratti ironica. Le foto di campagna sono ad opera del fotografo Fabrizio Scarpa, men-

tre lo short film è firmato dal regista Giuseppe Cardaci. A febbraio 2023 la protagonista si ritrova in un fitto campo di papaveri, nel quale perde il suo cagnolino.

Durante la ricerca, si trova fortuitamente davanti ad uno spaventapasseri super-fashion, e a due strani oggetti: un olatore e un cappello... entrambi di latta.

Con l'aiuto del nuovo amico, ne trova il proprietario: è un uomo di latta, che la affiancherà in una nuova avventura in direzione del misterioso Castello di Smeraldo. Per raggiungerlo, occorre

però percorrere la Emerald road, una metafora del percorso di responsabilità sociale che ogni azienda deve fare, con determinazione e spirito etico.

La fiaba è un concentrato di simbologie e significati straordinari.

Al centro della storia ci sono ad esempio delle iconiche scarpette rosse: delle calzature magiche, che hanno il potere di riportare chi le indossa ovunque desideri semplicemente battendo i tacchi l'uno contro l'altro.

La campagna di comunicazione vivrà anche all'interno della fiera fisica, grazie ad una speciale exhibit-experience, che conetterà le 3 fiabe e svelerà un progetto speciale legato all'intero progetto di comunicazione #micamtales.