

Milano, 8 febbraio 2024

#GREATIFY.

PENSARE IN GRANDE: LA SINERGIA PERFETTA TRA LE FIERE DELLA MODA DI FEBBRAIO.

Quasi 3.000 brand protagonisti in fieramilano dal 18 al 22 febbraio con Micam, Mipel, The one Milano, Milano Fashion&Jewels, Lineapelle e Simac Tanning Tech

Un hashtag che è tutto un neologismo: GREATIFY. Una parola costruita sull'aggettivo great e sul suffisso "ify", usato con nomi e aggettivi per formare verbi che contengono il concetto di "fare" o "divenire". Perché è proprio questo che sono le fiere: il luogo d'eccellenza per aprire nuovi mercati, sviluppare il business e soprattutto rappresentare tendenze, quelle del mercato che verrà.

Creatività e innovazione sono fondamentali in un panorama commerciale caratterizzato dal VUCA (acronimo anglofono per volatilità, incertezza, complessità e ambiguità) cui fa riferimento il mondo del project management, il mantra che vale anche per le fiere.

Ed è proprio sui valori di innovazione ed eccellenza che si fonda e che continua la sinergia tra le 6 fiere del mondo della moda che anche per questa edizione di febbraio uniscono le proprie sinergie e si presentano al mercato tutte insieme. Sono **MICAM**, Salone internazionale delle calzature, **MIPEL**, Salone internazionale dedicato alla pelletteria e all'accessorio moda, **THEONEMILANO**, Salone dell'Outerwear e dell'Haute à-Porter, **LINEAPELLE**, rassegna internazionale dedicata ai settori pelli, accessori, componenti, sintetico, tessuti e modelli per calzatura, pelletteria, abbigliamento e arredamento, **MILANO FASHION&JEWELS** l'appuntamento dedicato all'eccellenza del bijoux, del gioiello e dell'accessorio moda – e fanno da cassa di risonanza a **2.951** brand e a tendenze moda che, nella specificità dei diversi comparti, hanno linee guida comuni. A loro si aggiunge, inserito nel contesto di Lineapelle, l'area promozionale di **SIMAC TANNING TECH**, il salone punto di riferimento per il settore delle tecnologie per la calzatura, pelletteria e concia che si terrà in settembre '24 con oltre 300 espositori.

Fondamentali per i Buyer in visita le tendenze moda, vere e proprie occasioni di tracking per novità e sintesi dei cambiamenti per tutti i comparti.

Intanto i macrotemi: in primis **la sostenibilità**. Concreta, frutto di diverse competenze che lavorano in sinergia in un colloquio trasversale a tutto il sistema moda, per aiutare le aziende a restare sul mercato allargato che l'Europa sta delineando. I materiali sono così apparentemente tradizionali, ma sostenibili, i prodotti sperimentali e solo a prima vista

semplici. Mondi diversi, come moda e sport, si mescolano, spinti dall'amore per la scoperta, nel rispetto di persone e ambiente.

Secondo macrotema: **l'esperienza dei sensi**. Vedere, toccare, sentire... il 2024 segnerà un nuovo amore per lo shopping nei negozi "reali", con tutta l'importanza dell'acquisto fisico e dell'interazione umana e diretta. I sensi potenziano la conoscenza, in un'esplorazione del mondo moda non solo fisica e materica, ma anche creativa e concettuale. La stessa che si attiva in fiera, nell'incontro fra domanda dei Buyer e offerta delle aziende. Un macrotrend che è anche un omaggio alla manualità e alla bellezza del fare.

Terzo macrotema: **il futuro positivo**. Pensare che domani sarà migliore di oggi e lavorare per raggiungere l'obiettivo. Essere positivi e proattivi nella ricerca di una nuova normalità e di una creatività che evita il surplus e l'abbondanza per concentrarsi sulla concretezza.

Poi i trend. Due i principali condivisi tra gli espositori di tutti i saloni:

#Old-money, #Granpacore, #QuietLuxury #CreativitàIndividuale #Face.... Ogni comparto moda ha il suo nome per identificarlo, ma per tutti è uno stile che si adatta al guardaroba di lei come a quello di lui. La fattura, che deve necessariamente essere di qualità. Tutto va "fatto bene", con il taglio giusto e materiali di pregio. Sono scarpe stringate, mocassini d'antan, cappotti lunghi e dritti in tessuto, shearling o pelliccia, maglioni lavorati a grossi punti tradizionali, bijoux che disegnano cammei contemporanei, per creare un'affascinante riflessione sull'individualità umana, borse rigide, costruite con forme geometriche e spigoli definiti che rispecchiano una femminilità incisiva e di carattere.

Questo trend è un portale verso un'epoca passata, di tradizione e di fascino senza tempo.

#LunarRealm, #Gorpcore, #EspressioneDeiTempiModerni, #WhatDoYouMean... anche in questo caso nomi diversi per uno stesso concetto: forzare il significato primo di un prodotto per catapultarlo in mondi paralleli, in interessanti esperienze. In scena cappotti e giacche con forme rubate allo sport attivo; pragmatismo, utility, funzionalità sono le parole chiave per definirlo. Un nuovo equilibrio tra analogico e digitale che conduce a nuovi design e grafiche, a borse in materiali modellabili che richiamano il concetto di metamorfosi, a calzature radicate nello spirito dell'esplorazione, per un futuro che assimila il comfort ingegneristico con un tocco di eleganza cosmica, a bijoux che sfidano le logiche comuni per attribuire significati agli oggetti, creando cortocircuiti concettuali.

Da **Lineapelle**, infine, uno sguardo sulla **stagione primavera/estate 2025**: il salone è infatti dedicato alle materie prime, espone pelli, materiali e accessori per la moda e non prodotto finito e di conseguenza in contro stagione rispetto agli altri. Le sue tendenze hanno un titolo

evocativo: “Vuja De”, cioè il contrario di “Deja Vu”. Un invito a liberare l’immaginazione, un inno al cambiamento e a vivere le situazioni consuete come se si vedessero per la prima volta, per cambiare il punto di vista e immaginare una nuova prospettiva.

Importante, in termini di **pre-registrazioni, la risposta dei compratori dall’Italia e dai diversi mercati**: per quanto riguarda il mercato internazionale le performance migliori dei Paesi europei provengono da Germania, Francia, Regno Unito, Grecia e Spagna; significativo anche l’interesse di Paesi più lontani come Corea del Sud, Giappone, Usa e Kazakistan.

Per informazioni:

Micam Milano

Fabiana Tempestini – press@micam.it – Cell. 345.2247350;
mariarosaria.mazzanti@fieramilano.it

Mipel

Laura Sanfelici , **ad Mirabilia**, - Cell. 346 6302391-
sanfelici@admirabilia.it - mipel@admirabilia.it

TheOneMilano

Viviana Dalla Pria – press@theonemilano.com – Cell. 338.6111850;
Marialessia Sforza, Guitar marialessia.sforza@guitar.it –
Cell. 373.8308622

Milano Fashion & Jewels

Simona Musazzi - simona.musazzi@fieramilano.it –
Cell.. 335-778014

Lineapelle

Ufficio Stampa – 02 8807711
press@lineapelle-fair.it

Simac Tanning Tech

Charlotte Saino - saino@assomac.it – Cell. 337 1513806