

Assopellettieri insieme a Pitti Immagine svela Mipel Lab

Un'anteprima della nuova manifestazione è svelata in esclusiva a Pitti uomo 100. La kermesse milanese debutterà anche digitalmente grazie alla piattaforma tecnologica realizzata in partnership con EY

Una nuova manifestazione fieristica che racconta e promuove le eccellenze del Made in Italy è la sintesi di ciò che rappresenterà il nuovo progetto Mipel Lab, l'evento realizzato da Assopellettieri in partnership con Lineapelle che debutterà annualmente in presenza a Milano a partire da settembre 2021. Il nuovo appuntamento è presentato per la prima volta in esclusiva in occasione di Pitti Uomo, durante l'appuntamento al via da oggi fino al 2 luglio, che segna la 100ª edizione del salone fiorentino. «Mipel Lab è una piattaforma phygital, dunque fisica e digitale, in grado di mettere facilmente in contatto brand e produttori. Lo scopo è quello di coinvolgere marchi che oggi non sono presenti in Italia e fornire loro un servizio che sia in grado di metterli in contatto con il produttore più giusto per le esigenze del caso», ha spiegato Danny D'Alessandro, direttore generale di Assopellettieri. La presentazione del nuovo format fieristico, che si svolgerà in contemporanea e negli spazi condivisi con Lineapelle, avverrà attraverso una grande installazione alla Fortezza da Basso a Firenze, una scultura multimediale che mixerà contributi video dedicati alle diverse realtà aziendali ed elementi materici legati ai trend moda. Oggi, in scena alle ore 15:00 presso lo stand R12-20 del padiglione centrale, l'evento di inaugurazione dedicato a stampa e aziende del settore, inviterà a scoprire nel dettaglio il progetto Mipel Lab, grazie alla collaborazione con Pitti Immagine e alla presenza dell'ospite speciale Marco Palmieri, CEO di Piquadro. Tra le dieci aziende di eccellenza produttiva italiana che hanno fortemente creduto nel progetto ci sono Bric's, Dimar group, Mabi international, P&C, Pelletteria Fiorentina Montecristo, Rica srl, Sagi srl, Sapaf srl, Tigamaro e Tripel Due, che presenziano anche a Pitti uomo per mezzo di video e immagini proiettati attraverso la scultura multimediale di Mipel Lab, per raccontare qualcosa in più della propria produzione. «Mipel Lab è una rivoluzione della mente. Lo è almeno sotto due profili. Il primo: questa associazione si comporta da imprenditore. Il secondo: digitalizzazione, network e sinergia ad ogni costo», ha precisato il direttore generale di Assopellettieri. La sinergia con Pitti Immagine, e quella ritrovata tra Milano e Firenze, annuncia un più ampio piano di iniziative chiave e collaborazioni che vedranno Assopellettieri e



Alcuni render dello stand Mipel Lab a Pitti uomo, sotto il direttore generale di Assopellettieri, Danny D'Alessandro



il salone fiorentino lavorare insieme allo scopo di rilanciare e sostenere il valore di uno dei settori più rappresentativi della cultura e dell'economia italiana. A tal proposito, proprio in occasione di Pitti uomo, oltre a presentare il lancio dell'installazione teaser di Mipel Lab, si è appena conclusa la seconda edizione gli Stati Generali della Pelletteria Italiana, organizzata da Assopellettieri e con main sponsor Intesa Sanpaolo e Baemi, per fornire alle aziende strumenti atti a superare questo momento di stallo e volti alla ripartenza ma anche un momento di incontro e confronto per il settore grazie alla presenza e alla mediazione dell'amministratore delegato di Pitti Immagine, Raffaello Napoleone. La manifestazione è stata, dunque, pensata come un'azione di valorizzazione della manifattura italiana, unica per qualità, creatività e savoir faire, nell'ottica di un concept pionieristico per il comparto al pari di Mipel, di cui proprio quest'anno ricorrono i 60 anni dalla nascita; ma anche come il luogo ideale per favorire l'incontro di domanda e offerta e la possibilità di creazione di nuovi scenari economici per il nostro Paese. Un luogo

non soltanto fisico ma anche virtuale, poiché la kermesse sarà attiva altresì digitalmente grazie alla tecnologica piattaforma web realizzata in partnership con EY, leader mondiale nei servizi professionali di revisione e organizzazione contabile, fiscalità, transaction e advisory e e DS group, importante software house milanese con un track-record di eccellenza. Un passo fondamentale, al giorno d'oggi, quello dell'integrazione funzionale tra formato fisico e dimensione digitale, per ogni tipologia di evento fieristico. Da oggi fino al 2 luglio, inoltre, negli spazi della Fortezza da Basso si terranno anche delle demo dimostrative del funzionamento della piattaforma digitale Mipel Lab a cura di DS Group e EY. «La piattaforma digitale funzionerà sulla base di due principi: ogni partecipante, sia esso brand o produttore, dovrà superare l'Audit che sarà condotto da EY per verificare la sussistenza di una serie di requisiti di eccellenza; in secondo luogo, un algoritmo elaborato con i nostri partner matcherà la richiesta di produzione del brand con il produttore maggiormente rispondente alle caratteristiche richieste», ha aggiunto in conclusione D'Alessandro.

