

Iniziative

Inaugurato **Mipel lab**, **hub** per la pelletteria

Il progetto ha una sezione fisica e una digitale realizzata con EY. Il format sarà esportato in Usa e a Shanghai. **Matteo Minà (Firenze)**

Assopellettieri punta a rafforzare il ruolo dell'Italia nel sourcing di pelletteria di qualità, con il lancio di **Mipel lab**, piattaforma phygital per il matching tra domanda e offerta. Presentato ieri all'interno di **Pitti immagine uomo**, il nuovo progetto dell'associazione ha sia un'anima fisica, sia una digitale. Se quella fisica, presente in Fortezza da Basso con un primo teaser di dieci pelletterie italiane fondatrici del progetto (tra cui **Pelletteria fiorentina Montecristo, Sapaf, Tripel due e Bric's**), vedrà durante la prossima edizione di **Lineapelle** a

Milano, dal 22 al 24 settembre, il raddoppio dei produttori, quella online sarà accessibile a breve. Accedendo dal portale dedicato, realizzato in collaborazione con la società **EY** e con l'innovation consultant **Ds group**, un algoritmo metterà in contatto il marchio con l'azienda più adatta a soddisfare la sua esigenza di prodotto. «Vogliamo allargare il mercato, servendo brand che non sono oggi in Italia offrendo loro aziende certificate e sane, anche grazie al network di 150 uffici nel mondo di EY. Insomma sarà un biglietto da visita della pelletteria italiana di qualità», ha spiegato a **MFF**

Danny D'Alessandro, direttore generale di Assopellettieri, «L'obiettivo è avere sulla piattaforma 40 brand e altrettanti produttori a fine anno. Sul fronte fisico, stiamo trattando con **Lineapelle** per esportare il format anche nei loro appuntamenti di New York e Shanghai». Anche se lo scopo primario di **Mipel lab** è quello di coinvolgere brand oggi non presenti a livello sourcing in Italia, già alcuni marchi italiani stanno pensando di utilizzarla per trovare laboratori, anche come nuove opportunità in caso di allargamento di gamma. (riproduzione riservata)

