

LINEAPELLE

LINEAPELLE WORK IN PROGRESS

**L'edizione numero 97 mette l'accento su stile, innovazione e circolarità
Fieramilano Rho, 2 – 4 ottobre 2019**

Poco più di 2 mesi per mettere a punto gli ultimi dettagli espositivi.

Lineapelle 97, in programma dal 2 al 4 ottobre presso gli spazi di Fieramilano Rho, si delinea fin d'ora come un'edizione ricca di novità e contenuti trasversali a tutta la filiera della moda. Novità che ne consolidano la leadership globale e ne rafforzano l'identità di business experience di riferimento per la filiera di fornitura della fashion & luxury industry internazionale

L'evento

Lineapelle 97 accoglierà dal 2 al 4 ottobre 2019 il consueto target di espositori (concerie, accessoristi, componentisti, produttori di tessuti e materiali sintetici, stilisti e scuole) provenienti da circa 50 Paesi. E attende la visita di un crescente numero di aziende clienti, che nelle ultime edizioni sono arrivate da oltre 110 Paesi. Un'internazionalità che promette di essere rafforzata anche durante la prossima edizione.

A Lineapelle il mondo si incontra.

Lo stile

Lineapelle 97 presenterà i trend per la stagione invernale 2020/2021. Li ha elaborati il suo Comitato Moda, sintetizzandoli nella formula EQ – Emotion Quotient e spiegandoli così: “Il nostro quoziente emozionale è l'unità di misura della rivoluzione digitale, nella quale l'espressione è così veloce da diventare senza filtro e la razionalità si trasforma in istinto puro. Filo conduttore della nuova stagione è il dialogo tra perfetto e imperfetto, l'interferenza/convivenza tra naturale e tecnologico”.

Colore di riferimento: un particolare tono di rosso.

A Lineapelle l'inverno sarà molto caldo.

L'innovazione

Torna Lineapelle Innovation Square. La seconda edizione dell'hub dell'ispirazione, per tre giorni, proietterà la pelle e i materiali nel loro prossimo futuro tecnologico e innovativo. Ampio spazio avranno, infatti, momenti di presentazione e condivisione di scenari evolutivi focalizzati sull'identità smart dei pellami e sulla loro adattabilità a nuove, emergenti, stimolanti soluzioni di prodotto e processo.

A Lineapelle l'innovazione è di casa.

La circolarità

Lineapelle 97 presenta per la prima volta un'area esclusiva (all'ingresso del Padiglione 14) destinata al racconto della circolarità conciaria. Diretta emanazione dell'evento svolto durante l'edizione dello scorso febbraio (“La Circolarità delle Pelli Italiane – Sostenibilità a 360°”), The Leather (re)cycling Exhibition presenterà la concreta esperienza circolare di aziende che ruotano

attorno al settore conciario, recuperandone e trasformandone scarti e rifiuti.
A Lineapelle la sostenibilità è cultura.

Le scuole

Lo sguardo al futuro di Lineapelle coinvolge in modo crescente anche le prossime generazioni di stilisti. Continuano, infatti, le collaborazioni progettuali con alcuni tra i più importanti istituti di moda a livello internazionale. Ad essi, durante l'edizione numero 97, sarà dedicato uno spazio dove esporranno scuole come IUAV Firenze, Polimoda Firenze, Accademia di Brera Milano, Parsons School of Design (che ha collaborato con Lineapelle a un concorso premiato a New York, al termine di World Leather Congress).

A Lineapelle il futuro è un orizzonte formativo.

Le delegazioni

Lineapelle 97 (in collaborazione con Agenzia ITA-ICE) apre le porte a un gruppo di delegazioni provenienti da alcuni Paesi strategici. Saranno 9, in rappresentanza di Regno Unito, Usa, Francia, Spagna, Svezia e nord Europa, Russia, Cina, Corea, Giappone. Saranno composte da stilisti, imprenditori e stakeholder ai quali Lineapelle offre un viaggio di scoperta all'interno della sua versatile offerta di prodotto. Alcune di esse effettueranno, i giorni prima di Lineapelle, una visita guidata all'interno del distretto conciario toscano.

A Lineapelle l'eccellenza si tocca con mano.

La comunicazione

Lineapelle 97 sarà anche il momento di avvio e lancio della campagna worldwide di comunicazione promossa da UNIC – Concerie Italiane. Obiettivo: promuovere e valorizzare l'identità qualitativa, green e d'avanguardia della pelle italiana. Una campagna fortemente voluta, necessaria in un momento storico caratterizzato da un costante attacco alla pelle, spesso basato su notizie e informazioni fuorvianti e falsi. Annunciata a Milano, lo scorso giugno, durante l'Assemblea Annuale UNIC e a New York, il 16 luglio, in occasione della quarta edizione di World Leather Congress (a cui Lineapelle ha offerto il suo supporto organizzativo) questa campagna si configura come un passo fondamentale per raccontare la conceria italiana come mai, in passato, è stato fatto. A Lineapelle la pelle è sulla bocca di tutti.

Il network

Lineapelle 97 arriva dopo le sue due consuete anteprime internazionali. Il 9 luglio, all'Ham Yard Hotel, si è svolta Lineapelle London, spin off che ha raccolto l'interesse concreto di un mercato (quello britannico) molto attento alla novità stilistica e carica creativa dei materiali. Il 17 e 18 luglio, al Metropolitan Pavilion, si è tenuta Lineapelle New York. Edizione che ha confermato la centralità dell'evento per la clientela nordamericana, offrendo alcuni squarci di ottimismo congiunturale.

A Lineapelle il mercato trova risposte.