

LINEAPELLE

L'EDIZIONE DELLA CERTEZZA

*Con il +73% di visitatori stranieri,
LINEAPELLE 100 si mette alle spalle la pandemia
e lancia importanti segnali di positività
in una fase di mercato
dominata da problemi e preoccupazioni*

In un contesto congiunturale dominato da preoccupanti criticità, **LINEAPELLE** ribadisce di rappresentare **una solida certezza** per la filiera della moda, del lusso e del design.

L'edizione numero 100 del salone, svoltosi a Fiera Milano Rho dal 20 al 22 settembre 2022, ha raccolto dai suoi **1.134 espositori** unanimi commenti caratterizzati da una concreta e rassicurante soddisfazione e ha aperto le porte all'ingresso di **visitatori provenienti da 109 Paesi**.

Un volume di presenze **superiore del 32%** a quello dell'edizione dello scorso febbraio e che dimostra, in virtù del **+73% di arrivi dall'estero** (sommati al **+10% dall'Italia**) e fatte salve alcune assenze inderogabili (i buyer cinesi, per esempio), come **LINEAPELLE** si sia messa la pandemia alle spalle. In particolare, spiccano gli ingressi in forte crescita degli operatori di **Stati Uniti, India, Messico, Turchia** e di tutti i principali mercati europei, dalla **Francia** alla **Regno Unito**, dal **Portogallo** alla **Spagna**. Molto interessante il riscontro generalizzato di **un significativo abbassamento dell'età media dei visitatori**: buyer e addetti ai lavori più giovani, motivati e, soprattutto, competenti. Un segnale importante per la futuribilità di **LINEAPELLE** e di tutta la filiera.

“È stata una fiera bella, viva, ricca di contenuti e prospettive – commenta **Fulvia Bacchi**, CEO di **LINEAPELLE** -, con padiglioni frequentati fin dal primo minuto da una folla di operatori interessati, convinti, provenienti, come in passato, da tutto il mondo ed espositori che ci hanno dimostrato tutta la loro soddisfazione per l'esito positivo di **LINEAPELLE 100**”.

“È stato un esito rassicurante per tutta la filiera – ribadisce il presidente di **LINEAPELLE**, **Gianni Russo** - soprattutto perché la congiuntura in cui stiamo operando crea enormi preoccupazioni e problemi, a cominciare dagli aumenti esponenziali dei costi energetici, che sfuggono al controllo degli operatori. **LINEAPELLE 100**, però, ha reso evidente la grande vitalità di tutto il settore, ponendosi come il momento di effettiva ripartenza”.

Grande interesse hanno riscosso i molti progetti con cui **LINEAPELLE** ha scelto di celebrare la sua centesima edizione.

Le **Trend Area** con i loro **Mondi Possibili** (mood di riferimento delle tendenze autunno/inverno 2023/24) hanno celebrato un ritorno alla lucentezza e rifinitazioni

luminose, immergendosi anche in una nuova dimensione: quella virtuale e interattiva del Metaverso.

La mostra **The Beauty of the Italian Tanning Industry**, progetto promosso da UNIC – Concerie Italiane ha debuttato a **LINEAPELLE** e si pone l'obiettivo di raccontare con una nuova dimensione narrativa la storica e innovativa eccellenza circolare della pelle italiana. I talk del **Green Theatre** hanno approfondito sotto vari punti di vista il tema della sostenibilità e le suggestioni sensoriali del garden concettuale **Leatherverse**. Senza dimenticare le opere esposte nello spazio **LINEAPELLE Art** e lo spazio riservato ai risultati dei **progetti formativi** condotti in collaborazione con London College of Fashion - UAL, IUAV – Università di Venezia, Università degli Studi della Campania – Luigi Vanvitelli e Tokyo Leather Fair.

Ottimo feedback anche la terza edizione di **Mipel Lab**, hub dell'outsourcing pellettiero italiano d'eccellenza organizzato da Assopellettieri in sinergia con **LINEAPELLE**. “Siamo molto soddisfatti dei risultati di questa kermesse di 3 giorni che, oltre al dichiarato obiettivo di fare business, ha permesso alle 13 aziende presenti di fare networking, confrontarsi sulle esigenze del comparto e far emergere nuove iniziative, oltre la realtà immersiva appena presentata, che presto contribuiranno all'evoluzione di Mipel Lab - dichiara **Franco Gabrielli**, Presidente di **Assopellettieri**. “Ringrazio inoltre **LINEAPELLE** per questa partnership di alto profilo che ha da sempre l'obiettivo comune di fare sistema e dare voce alle eccellenze del Made in Italy”.

LINEAPELLE 100 si è svolta in sinergia con le fiere milanesi della moda, accomunate dall'hashtag #finallytogether a Micam, Mipel, TheOneMilano, Simac Tannig Tech, Homi e DaTe.

LINEAPELLE UFFICIO STAMPA | press@lineapelle-fair.it

LINEAPELLE è la principale fiera mondiale di pelli, tessuti, accessori, componenti per l'industria della moda, del design e dell'automotive. Punto di riferimento che coinvolge oltre 60.000 aziende e genera un fatturato di oltre 150 miliardi di dollari/anno www.lineapelle-fair.it