

25 settembre 2017

Mercato interno in frenata ma c'è spazio per risalire tre giorni in vetrina a Rho

L'edizione di Lineapelle numero 93 sarà quella della conferma, dove si capirà se i segnali positivi registrati nella prima parte dell'anno nel calzaturiero e nella pelletteria sono destinati a durare. La fiera internazionale di pelli, accessori, componenti e tessuti, in programma a Rho Fieramilano dal 4 al 6 ottobre, si prepara ad aprire i battenti con una buona dose di speranza e un po' di ottimismo per l'inversione di rotta che il 2017 potrebbe segnare, dopo un 2016 non proprio da ricordare. «Nei primi mesi dell'anno, il giro d'affari delle aziende espositrici italiane è cresciuto del 2% rispetto all'inizio del 2016, raggiungendo un valore di circa 7 miliardi di euro e registrando performance positive per quanto riguarda, in particolare, le esportazioni. Resta, invece, caratterizzata da una sostanziale debolezza la situazione del mercato interno», spiegano dall'Unione italiana dell'industria conciaria (Unic), cui fa capo Lineapelle. I dati positivi sono favoriti dalla ripresa della pelletteria, dove tra gennaio e maggio di quest'anno le esportazioni sono cresciute del 15% rispetto allo stesso periodo del 2016, per un valore totale di oltre 3 miliardi, e sono aumentati del 2% i consumi interni. Qualche spiraglio si vede anche nel calzaturiero, trainato dall'export che nei primi cinque mesi dell'anno è cresciuto del 3,5% in valore, a fronte di una timida ripresa degli acquisti delle famiglie italiane: più 0,4% in quantità e più 0,9% in valore tra gennaio e giugno 2017. E se l'automotive, settore sempre più strategico per l'industria conciaria del nostro Paese, conferma la sua dinamicità (più 9% di immatricolazioni in Italia e più 5% in Europa nel primo semestre 2017), l'incognita rimane nel settore dell'abbigliamento in pelle, dove il fatturato continua a cadere (meno 7% nel secondo trimestre di quest'anno). Per l'edizione di ottobre la fiera si tiene due volte l'anno, in linea con i tempi delle collezioni delle case di moda — a Milano arriveranno oltre 1.200 espositori da 49 Paesi e si attendono visitatori da 130 Paesi diversi, in crescita. «Aumentano di edizione in edizione gli espositori e i visitatori, sempre più anche stranieri.

A febbraio Lineapelle 92 ha registrato quasi 22mila presenze, il 3% in più rispetto all'edizione di settembre 2016, e l'1% in più rispetto a quella dell'anno precedente. Il 55% erano italiani, mentre il resto veniva da 106 nazioni diverse, con un aumento significativo dei visitatori da Germania, Cina e Russia», spiega il direttore di Unic Fulvia Bacchi. Nell'ultimo anno sono cresciuti del 4% anche gli espositori, con «una presenza sempre più nutrita di espositori esteri». A favorire il successo di Lineapelle è soprattutto la forte impronta fashion. Il punto nevralgico della manifestazione è infatti proprio l'area Trend, che raccoglie i campioni più innovativi forniti dagli espositori: circa duemila tra pelli, accessori e componenti, tessuti e sintetici che dopo la fiera vengono trasferiti nello showroom LP Fashion Studio di Milano dove sono consultabili, oltre che in un database online. «Il nostro rapporto con le grandi firme è da sempre molto stretto e prosegue nel quotidiano, per lo sviluppo di progetti e collaborazioni», continua Bacchi. Una vocazione presente fin dall'inizio, ma rafforzata nel 2014 con il trasferimento dell'evento da Bologna a Milano e il ritorno del 100% della proprietà della manifestazione, fino a pochi mesi fa partecipata dalla fiera di Bologna, nelle mani di Unic. A favorire la crescita della fiera milanese è stata anche l'attività di internazionalizzazione messa in campo dagli anni Ottanta. «Nel 1984 Unic ha organizzato la prima partecipazione collettiva di concerie italiane a una fiera straniera, a Hong Kong, mentre nel 2001 è nata la preview Lineapelle New York, seguita pochi

anni dopo da Londra. L'evento americano è quello che cresce di più: nell'edizione di luglio scorso si è registrato un aumento del 20% degli espositori e dell'8% dei buyer. È l'occasione per rafforzare i rapporti delle concerie del nostro Paese con un mercato strategico, che da sette anni consecutivi aumenta gli acquisti di pelle italiana. Va molto bene anche Lineapelle London, che nell'ultima edizione di luglio ha raggiunto i 49 espositori, il 20% in più rispetto alla preview di febbraio», prosegue il direttore dell'associazione. A questi si aggiunge anche la partecipazione fissa a eventi fieristici in Asia, a Tokyo, Hong Kong, Guangzhou, insieme a seminari stilistici di aggiornamento organizzati in tutto il mondo: «La Cina rimane il primo Paese di destinazione delle pelli italiane. Il nostro obiettivo è promuovere il prodotto dell'industria conciaria tricolore, e allo stesso tempo promuovere Lineapelle Milano, che infatti si conferma la fiera a maggiore crescita». E se il settore dell'abbigliamento in pelle è in affanno e la calzatura ancora zoppica, la manifestazione in futuro punta ad aprirsi maggiormente anche a settori dove l'uso della pelle è invece in ascesa: «Accanto alla nostra vocazione per la moda, cercheremo di potenziare l'offerta di innovazione e stile per settori alternativi quali l'automotive e la nautica. Nel settore dell'auto, infatti, non si osserva solo una crescita delle vendite di veicoli, ma anche un maggior uso degli interni in pelle, percepiti come uno status symbol e sempre più apprezzati dai consumatori». (v.ul.) Qualche spiraglio si avverte nel calzaturiero che nei primi cinque mesi dell'anno è cresciuto del 3,5%



Lineapelle Milano, 93esima edizione: la fiera diventa 'fashion influencer'



Ancora più internazionale. Ancora più strategica. Ancora più leader. Il momento di confronto ideale per un mercato in cerca di conferme. A Milano, LINEAPELLE celebra la sua 93a edizione tracciando la direzione congiunturale e stilistica dell'area pelle L'ESPERIENZA FIERISTICA IDEALE Ancora più internazionale. Ancora più strategica. La capacità di porsi ideale esperienza fieristica di confronto e condivisione per un mercato che, a livello globale, osserva segnali di promettente ripresa e cerca fondate conferme. Espositori che sfiorano le 1.300 unità, per un numero crescente di nazioni rappresentate. LINEAPELLE apre dal 4 al 6 ottobre, la sua 93a edizione lanciando lo stile invernale 2018/19 e consolidando la propria dimensione fieristica, sempre più baricentrica per una fashion industry che a Fieramilano Rho ha la certezza di incontrare il top dell'offerta commerciale e stilistica di concerie, accessoristi, componentisti, tessuti e sintetici. LA FORZA DEI NUMERI LINEAPELLE93 conferma e rafforza il trend di crescita delle sue ultime edizioni. Gli espositori raggiungono quota 1.284, il 3,5% in più rispetto all'edizione di riferimento stagionale, quella di settembre 2016. Ma aumenta anche rispetto a quella di febbraio 2017 (+7%). Crescono sia gli espositori italiani (+5%) sia gli stranieri (+1,4%) provenienti da 48 Paesi. Erano 44 un anno fa. Si amplia la superficie espositiva: oltre 47.500 metri quadrati, +3,5% su settembre 2016. Numeri che parlano da soli, comunicano senza equivoci la forza e l'attrattività di LINEAPELLE a livello globale e ne fanno l'evento di riferimento internazionale per l'area pelle sotto il profilo commerciale e stilistico. Una leadership favorita anche dallo sviluppo del suo international network, dove spiccano le preview di LINEAPELLE New York (prossima edizione: 31 gennaio | 1 febbraio 2018) e LINEAPELLE London (prossima edizione: 23 gennaio), alle quali si aggiungono le presenze all'interno dei principali eventi fieristici asiatici: Hong Kong, Tokyo, Guangzhou. IL RUOLO DI FASHION INFLUENCER In un'epoca dove la virtualità e i social network determinano il successo di stili e brand, LINEAPELLE93 si pone ancora una volta nel ruolo di reale e concreta fashion influencer, elaborando un percorso ragionato di tendenze per la stagione invernale 2018/2019, che trova nella parola MAPS la sintesi perfetta. Gli stimoli creativi giocano a intrecciare visioni classiche con suggestioni più estrose e coraggiose. Il materiale viene esaltato in funzione del suo valore emozionale. Le armonie cromatiche sono in costante evoluzione. Una

ricchezza di suggestioni e idee che, come in ogni edizione, sarà possibile approfondire all'interno delle tre Aree Trend, posizionate nei padiglioni 13, 9 e 22, e durante gli esclusivi seminari in programma il pomeriggio del 4 e del 5 ottobre. L'impronta fashion di LINEAPELLE93 è esplicitata anche dall'allestimento in fiera dell'installazione video (che vede la pelle nel ruolo di fil rouge che attraversa la sapienza artigiana da cui nascono scarpe, borse e articoli di pellicceria) con la quale ha partecipato a MILANO XL - La Festa della Creatività Italiana, che ha animato il centro della città di Milano durante la recentissima Fashion Week. IL VALORE DEI CONTENUTI LINEAPELLE93 si propone come hub di contenuti utili per stimolare la consapevolezza dell'area pelle su temi di primaria importanza. La sostenibilità, con la presentazione (giovedì 5 ottobre) dell'ultima edizione del Rapporto di Sostenibilità della Conceria Italiana in collaborazione con ZDHC Foundation. Il design, attraverso un workshop (mercoledì 4 ottobre) con Stefano Paiocchi, lead architect del noto studio Zaha Hadid Architects. La tutela legale dei campionari durante un incontro in programma venerdì 6 ottobre. LA DIMENSIONE SOCIAL LINEAPELLE93 è anche digital da scoprire e condividere accedendo ai canali Facebook, Twitter, Instagram della manifestazione, dove saranno caricati contenuti video e gallery fotografiche per raccontare in tempo reale e in modo smart quanto accade in fiera. Da Google Play e Apple Store è possibile scaricare la app mobile che permette di accedere in fiera (caricando l'e-ticket), visionare il catalogo e organizzare la propria visita.

il Resto del Carlino / Fermo / Economia

3 ottobre 2017

Fermo, Lineapelle al via. Gli accessoristi all'attacco dei mercati

Ottanta le aziende del distretto impegnate. Sara Santori di Confindustria Centro Adriatico: "Affrontiamo la nostra fiera con il piglio giusto"



Scocca l'ora di **Lineapelle**. Domani, mercoledì 4 ottobre, si apre a Milano la fiera internazionale dedicata a pelli, accessori, tessuti e modelli per calzatura e pelletterie. La 93esima edizione, che andrà avanti fino al 6 ottobre, vede ai blocchi di partenza 1.284 espositori (+3,5%) provenienti da 48 Paesi del Mondo. Sono un'ottantina le aziende del **distretto fermano-maceratese**.

Sara Santori, presidente della sezione accessoristi di Confindustria Centro Adriatico, è fiduciosa: "Dopo 'the Micam', che ha chiuso con numeri in crescita e buone aspettative, affrontiamo la nostra fiera con il piglio giusto, di chi vuole riprendersi fette di mercato". "C'è grande attesa per vedere la reazione dei buyer alle **nuove date** – prosegue -, un anno fa la vicinanza con 'the Micam' ci penalizzò, siamo fiduciosi dopo questo spostamento di un paio di settimane". Ma c'è l'**incognita degli ordini**, ammonisce la Santori, "perché alcuni grandi produttori hanno già terminato le campionature dell'inverno 2018".

Occhi puntati innanzitutto sull'**Italia**, cuore degli affari per il settore. Ma si guarda anche all'estero, alla **Russia**, ma anche a Spagna, Portogallo e Nord Europa. "Le novità sono **Sud Africa e Giappone** – spiega la leader degli accessoristi -, ma sono mercati per aziende già strutturate". "Così come il sud America – aggiunge -, con il Brasile e il Messico che chiedono i nostri prodotti, ma prima ci sono da superare pesanti dazi".

PAMBIANCOnews

3 ottobre 2017

Lineapelle, da domani la 93esima edizione



Tutto pronto per **Lineapelle** che, dal 4 al 6 ottobre 2017, porterà a Fieramilano Rho le novità dell'offerta commerciale e stilistica di concerie, accessoristi, componentisti, tessuti e sintetici per l'inverno 2018-19. Per questa 93esima edizione, gli espositori raggiungono quota 1.248, in crescita del 3,5% rispetto alla medesima edizione lo scorso anno e del 7% rispetto a quella di <u>febbraio</u>. In aumento sia gli espositori italiani (+5%) che gli stranieri (+1,4%), provenienti da 48 Paesi, contro i 44 dello scorso anno. In crescita anche la superficie espositiva che passa a 47.500 metri quadrati (+3,5% rispetto all'edizione analoga dello scorso anno). All'interno della fiera vi saranno poi le preview di **Lineapelle New York** (31 gennaio – 1 febbraio 2018) e **Lineapelle London** (23 gennaio 2018).

IL GIORNO / Milano / Economia

3 ottobre 2017

Strategica e social. Così Lineapelle fa tendenza

Dal 4 al 6 ottobre a Fieramilano Rho



Internazionale, strategica e quest'anno anche più social. A Milano, da domani al 6 ottobre, Lineapelle celebra la sua 93esima edizione *t*racciando la direzione congiunturale e stilistica dell'area pelli. Perché è negli stand di Fieramilano Rho che si inventa, si pensa e si comincia a disegnare la moda che verrà e in particolare le tendenze per l'Autunno-Inverno 2018/2019. Un appuntamento imperdibile per i professionisti del settore che possono toccare con mano le novità più intriganti, ma anche scambiarsi idee e punti di vista, facendo il punto su un mercato che, a livello globale, osserva segnali di ripresa.

Per questa edizione gli espositori raggiungono quota 1.284, il 3,5% in più rispetto all'edizione di settembre 2016. Ma aumenta anche rispetto a quella di febbraio 2017 (+7%). Crescono sia gli espositori italiani sia gli stranieri provenienti da 48 Paesi. Si amplia, di conseguenza, anche la superficie espositiva, che supera 47.500 metri quadrati. Numeri significativi che comunicano senza equivoci la forza e l'attrattività di Lineapelle a livello globale e ne fanno l'evento di riferimento internazionale per l'area pelle sotto il profilo commerciale e stilistico. Ma cosa aspettarsi dalla prossima stagione moda? Gli stimoli creativi giocano a intrecciare visioni classiche con suggestioni più estrose e coraggiose. Il materiale viene esaltato in funzione del suo valore emozionale. Le armonie cromatiche sono in costante evoluzione. Per curiosare su quanto avviene in fiera, commentare e restare sempre aggiornati, Lineapelle è anche digital grazie ai suoi canali Facebook, Twitter e Instagram.



AL VIA LINEAPELLE

L'export traina la ripresa dei distretti conciari. Al via Lineapelle



«Mai come questa volta Lineapelle sarà un banco di prova per capire se la ripresa che si è manifestata nel primo semestre dell'anno sarà confermata e se l'andamento positivo delle fiere delle calzature e della pelletteria avrà un impatto effettivo sugli ordini di pellami». È ottimista, ma sempre prudente, Fulvia Bacchi, direttore generale dell'Unic, protagonista a Fiera Milano-Rho da oggi al 6 ottobre con la 93esima edizione di Lineapelle.

I segnali per guardare avanti con atteggiamento positivo ci sono: dopo aver archiviato il 2016 in negativo, l'industria conciaria italiana - la prima al mondo per fatturato: circa 5 miliardi di euro , pari al 65% del totale Ue e al 19% del mercato globale - è in ripresa e ha chiuso il primi sei mesi del 2017 con un incremento della produzione pari al 2,7% in volume e una sostanziale stabilità (+0,2%) in valore. A spiccare in questo contesto sono i distretti conciari del Veneto, che ha registrato un +3% nel semestre, e della Toscana. E le performance delle pelli bovine medio-grandi.

Merito, soprattutto, della domanda straniera: tra gennaio e giugno 2017, infatti, l'export delle pelli conciate è salito dello 0,8% in valore e del 12,3% in volume. «Le esportazioni sono arrivate ad assorbire il 75% del fatturato del comparto - continua Bacchi - e questa è senza dubbio un'ottima notizia: la qualità della concia made in Italy piace soprattutto nei mercati orientalicui si deve il 75% dell'export».

La prima parte dell'anno ha visto la ripresa della Cina (+10%), un mercato «molto interessante» con alle spalle un anno negativo. In crescita anche Vietnam (+11%), Regno Unito (+14%) e Usa (+8%). La concia italiana vanta una presenza diretta sia in Gran Bretagna, con Lineapelle London, la cui prossima edizione sarà il 23 gennaio, sia negli Stati Uniti (a New York, il 31 gennaio e il 1 febbraio): «Gli Usa stanno vivendo una fase di riflessione - dice Bacchi - e sono molto attenti al prezzo».

A deludere sono le performance del mercato europeo, con i big player a segno negativo: Spagna (-9%), Francia (-6%), Germania (-5%). «Guardiamo da vicino cosa sta succedendo in Europa - spiega la dg di

Unic - per capire come si evolverà la situazione. Anche in questo caso Lineapelle sarà una cartina di tornasole».

L'andamento della concia conferma il processo di reshoring che molte aziende, soprattutto nella fascia lusso, hanno avviato già da qualche stagione: il mercato interno è sostanzialmente stabile (-0,8%) in valore, ma i segnali dal valle della filiera sono incoraggianti. «Ci auguriamo che i numeri record delle edizioni estive di Mipel e soprattutto di Micam abbiano un riscontro concreto. Per esempio il ritorno dei clienti russi spinga il distretto della calzatura marchigiana», chiosa Bacchi. Che sottolinea come, oltre alla moda, l'automotive sia un settore particolarmente promettente per l'industria conciaria.

Intanto l'edizione di Lineapelle, durante la quale verranno presentati i prodotti conciari per la stagione A-I 2018/19, parte all'insegna della crescita: dello spazio, 47.500 metri quadrati, e degli espositori, saliti a quota 1.284, +3,5% rispetto a settembre 2016 e +7% rispetto a febbraio 2017. In aumento sia le aziende italiane (+4,5%) sia le straniere.



Lineapelle celebra la sua 93esima edizione a Milano

Dal 4 al 6 ottobre Lineapelle presenta lo stile invernale 2018-19 a Fieramilano Rho



1.285 espositori per 48 paesi, ben 47.500 metri quadrati di superficie espositiva, e un numero di edizioni che con quella attuale arriva a 93. <u>Lineapelle</u>, continua a essere **l'evento di riferimento** internazionale per l'area pelle, e cresce sempre di più. Oggi, l'attesa fiera approda a Fieramilano Rho e proprio lì, fino al 6 ottobre, presenterà lo stile invernale 2018-19.

Ma questa è una annata speciale. Perché Lineapelle93 punterà anche su contenuti di grande valore e di grande attualità per il mondo della moda. Il primo tema riguarda il design: oggi 4 ottobre sarà protagonista Stefano Paiocchi, lead architect del noto studio Zaha Hadid Architects. Domani 5 ottobre, invece, al centro ci sarà la sostenibilità, con la presentazione dell'ultima edizione del Rapporto di Sostenibilità della Conceria Italiana in collaborazione con ZDHC Foundation. Infine, il 6 ottobre, ci sarà un incontro nel quale si parlerà di tutela legale dei campionari.

In primo piano vi sarà anche mondo digital, a partire dai social che racconteranno in tempo reale tutto quello che accade in fiera; poi con la app mobile scaricabile da Google Play e Apple Store che permetterà di accedere in fiera, visionare il catalogo e organizzare la propria visita. Infine, nei tre giorni di fiera, il portale *laconceria.it* realizzerà un quotidiano digitale dedicato al grande evento.

Ma gli appuntamenti con Lineapelle non finiscono qui. L'edizione di New York si terrà dal 31 gennaio al primo febbraio 2018, quella di Londra il 23 gennaio.



Tre giorni di Lineapelle 200 aziende dal distretto

Dai big del settore, passando per le realtà medio-piccole fino a quelle artigianali La nutrita pattuglia dal comprensorio sbarca a Milano, tra conferme e aspettative

SANTA CROCE SULL'ARNO. È una pattuglia di quasi 200 aziende a rappresentare il distretto toscano nell'appuntamento di Lineapelle. Porte aperte da questa mattina, fra i padiglioni di Milano Rho Fiera, nella più importante vetrina del settore che andrà avanti fino alla giornata di venerdì.

Come i fuoriclasse di un campionato, anche le concerie toscane sono chiamate a giocare un ruolo di punta nella grande partita del mercato, mettendo in campo i propri colpi migliori per attirare e intercettare le richieste del mondo della moda. Tre giorni importanti, per allacciare contatti e stabilire le prime intese, con l'obiettivo di trasformare tutto in ordinativi e lavoro.

Un appuntamento da non mancare insomma, come confermano i numeri in crescita dell'evento, a dimostrazione della centralità di Lineapelle per il settore e per l'industria della moda internazionale: 1300 in tutto gli espositori presenti quest'anno, con un aumento rispetto alle passate edizioni del 5% per le aziende italiane e dell'1,4% per quelle straniere. Il tutto con una superficie espositiva aumentata del 3,5%. Alla concia toscana, spetta il ruolo da protagonista nel rapporto col mondo e l'industria della moda. Su un totale di 374 concerie italiane, del resto, ben 192 arrivano proprio dal comprensorio del Cuoio. A queste se ne affiancano altre 620 provenienti dal resto del mondo. Tante realtà diverse, riunite in un evento che non si limita ai soli big dell'industria conciaria: alla tre giorni milanese, infatti, sono presenti aziende più strutturate accanto ad altre di dimensioni medio-piccole o artigianali, per un appuntamento trasversale che, oltre a coinvolgere concerie, accessori e componenti, sarà arricchito da tante altre iniziative sui temi del design e della sostenibilità ambientale.

A poco meno di un mese dall'analogo appuntamento di Parigi, Lineapelle può definitivamente aiutare a comprendere in che direzione si sta muovendo il mercato in vista della stagione invernale 2018. «Da Parigi sono arrivati alcuni segnali incoraggianti – afferma il presidente dell'Associazione Conciatori Alessandro Francioni - seppur con differenze tra le varie aziende in base al tipo di produzione e al mercato di riferimento. Adesso ci auguriamo che Lineapelle possa confermare questo trend, premiando il lavoro lungo e prezioso che vede i nostri imprenditori impegnati ogni giorno per soddisfare le richieste dei clienti sotto il profilo del contenuto moda e della qualità». Tre giorni che confermano la centralità della concia toscana, ma che sono chiamati anche a portare certezze e segnali positivi in vista dei prossimi mesi.



4 Ottobre 2017

Lineapelle al via continua la sua crescita (+3,5%)

Si apre oggi a Milano la nuova edizione del salone con 1.285 espositori internazionali

Per tre giorni, Milano si trasforma nella capitale mondiale della pelle e di tutti i materiali necessari per la produzione di scarpe, borse, abbigliamento. L'occasione è la nuova edizione di Lineapelle, che si apre oggi a FieraMilano con numeri ancora una volta positivi. Gli espositori, 1.285 in tutto, crescono del 3,5% rispetto a settembre 2016 e del 7% su febbraio, per una superficie complessiva di 47.500 metri quadrati (+3,5%); inoltre, la dinamica positiva è guidata proprio dagli italiani, che progrediscono del 5%. La predominanza delle aziende tricolori, quasi i due terzi degli espositori totali, non va però interpretata come una svolta regionale della fiera, bensì come un rafforzamento della leadership italiana nel panorama globale di concerie, accessoristi e componentisti della moda, confermata dai dati in crescita e in controtendenza sull'andamento internazionale dei settori. La stagione esposta è quella invernale, determinante per i bilanci delle aziende fornitrici dei fashion brand. Le principali novità di prodotto saranno esposte non solo all'interno degli stand, ma anche nelle aree tendenze con circa duemila campioni selezionati. L'impronta fashion della fiera viene rafforzata dall'allestimento dell'installazione video con cui Lineapelle ha partecipato a Milano XL (vedere MFF del 16 settembre) e dalla collaborazione con Gucci e Accademia costume & moda per il progetto Exploring italian leather sustainability con cui Lineapelle sostiene i nuovi talenti del design per lo sviluppo di prototipi realizzati dagli studenti dell'accademia e che daranno forma a una capsule collection su un brief della maison fiorentina. Al link tra moda, pelle e design è infine dedicata la presentazione del lavoro svolto da Stefano Paiocchi, lead architect dello Studio Zaha Hadid, sulle possibilità di contaminazione tra fashion design e disegno digitale.



Tartufo e pelle: Gabbanini in visita a Milano tra gli stand delle concerie di San Miniato

Economia e Lavoro San Miniato

Una visita tra gli stand delle concerie di San Miniato per capire l'andamento del mercato durante uno degli appuntamenti più importanti del settore conciario, la fiera Lineapelle a Milano. Questo l'obiettivo della delegazione del Comune che, anche quest'anno, insieme al sindaco Vittorio Gabbanini, ha visto la presenza degli assessori Gianluca Bertini e Marzia Fattori e del consigliere regionale Andrea Pieroni. Una sessantina di concerie della Città della Rocca, per un bilancio che oscilla tra il positivo e lo stazionario, rispetto all'anno 2016. "La fiera è un'ottima vetrina per i nostri conciatori e anche un luogo dove poter avere la percezione dell'andamento della stagione e delle oscillazioni del mercato - spiega il sindaco Gabbanini -. Nella mia visita ho raccolto pareri discordanti e segnali incoraggianti, come la messa in funzione delle concerie ampliate di recente, e questo ci fa ben sperare. Le pelli sono un'eccellenza del nostro territorio e non poteva mancare l'appuntamento con il tartufo, a testimonianza della qualità del nostro territorio anche in termini di tutela ambientale". Ad ospitare il catering della Galasso Eventi è stata la Vesta Corporation che ha accolto la delegazione comunale e offerto una degustazione di prodotti a base di tartufo. Ospite d'onore lo chef Simone Rugiati. "Lineapelle è un appuntamento a cui siamo affezionati e con cui ogni anno facciamo decollare la Mostra del tartufo - conclude il sindaco -. Ci auguriamo che anche questa 47esima edizione sia un grande successo, di sicuro le sorprese non mancheranno". LE PAROLE DI GABBANINI A GONEWS.TV Ai microfoni di Maurizio Zini, il sindaco Gabbanini ha poi aggiunto: "Il cuoio e la pelle stanno andando alla grande, per fortuna c'è chi ha fatto tanto. C'è grande conoscenza del nostro territorio. L'industria va a braccetto con quanto c'è nel territorio, abbiamo infatti portato anche il tartufo e fatto una degustazione con i conciatori. Credo che sia questo il trend che dobbiamo fare, dobbiamo proporre quanto di belle abbiamo. "I conciatori sono cauti ma soddisfatti, c'è tanta gente e vediamo tanti stranieri. Siamo contenti" ha continuato il primo cittadino. La sorpresa Rugiati ha colto nel segno, Gabbanini ha commentato: "Il km 0 è importante, consumiamo prodotti del nostro territorio. Lo facciamo già a San Miniato e siamo felici di poter ospitare Simone Rugiati".



Lineapelle Milano 2017, dati incoraggianti per la ripresa

Economia e Lavoro Zona del Cuoio



A poche ore dalla conclusione della sua seconda giornata, storicamente quella che registra il maggior numero di visite e contatti, tra gli stand di Lineapelle si colgono primi segnali di soddisfazione tra gli operatori. «La fiera è importante anche per tastare lo stato del mercato e coglierne le tendenze» dicono Fabio Morelli e Annalisa Chiti della conceria Poker: nel loro stand risaltano preziosi stampati floreali che fondono colori accesi e fantasie delicate sulla scia di quel sapiente mix tra tradizione e innovazione divenuto vero marchio di fabbrica della concia toscana. «Sin dall'apertura della fiera abbiamo ricevuto clienti motivati che apprezzano proprio la nostra capacità di arricchire in modo creativo le soluzioni più classiche» dice Massimo Boldrini della conceria La Perla Azzurra mostrando alcuni dei suoi pellami pesanti impreziositi da originali spruzzi di colore. «Buone presenze in fiera che danno il senso di un mercato abbastanza attivo e alla costante ricerca della qualità. I prossimi mesi ci potranno dire quanto questi contatti si tradurranno in ordini, ma già adesso siamo soddisfatti» dice Maila Famiglietti della Nuova Osba Italia e vicepresidente Associazione Conciatori. Il trend. Qualche macrodato diffuso intanto da Lineapelle aiuta a decifrare le tendenze globali del mercato: l'industria conciaria italiana chiude il primo semestre 2017 con una crescita della produzione complessiva pari al 2,7% in volume e 0,2% in valore. Tendenziale stabilità del distretto toscano: +0,2%. Un quadro incoraggiante di complessiva tenuta, tanto più in un contesto economico globale ancora rallentato dagli strascichi della crisi. Da Lineapelle, ora, si attende il segnale di una definitiva ripresa: gli imprenditori incrociano le dita.



I sindaci del Cuoio a Lineapelle: "Segnali di ripresa. Il tubone è un gran passo in avanti"



Economia e Lavoro Zona del Cuoio

Un incontro tra sindaci, imprenditori, vertici dell'Unione Nazionale Industria Conciaria, Associazione Conciatori di Santa Croce sull'Arno e Consorzio Conciatori di Ponte a Egola, ha caratterizzato la tradizionale visita dei primi cittadini dei comuni del Comprensorio del Cuoio a LineaPelle, la fiera del settore conciario che si svolge ogni sei mesi a Milano. Si è trattato di un incontro molto propositivo che ha coinvolto anche le delegazioni di altri due importanti distretti industriali del settore come quelli di Arzignano (VI) e di Solofra (AV). L'obiettivo dell'iniziativa era quello di raccogliere le principali istanze del settore, proseguendo il percorso iniziato a giugno scorso nella fiera di Igualada in Spagna, per condividerle con i rappresentanti del parlamento europeo. L'incontro ha visto anche la partecipazione dei vertici di COTANCE, l'associazione europea dell'industria conciaria, e delle delegazioni francesi, spagnole e portoghesi. "Le principali istanze venute dagli imprenditori e dalle loro associazioni spiega il sindaco di Fucecchio Alessio Spinelli - sono quelle legate alla tutela del prodotto Pelle e della denominazione che sempre più spesso subisce l'attacco da parte di una serie di prodotti e di marchi che si richiamano alla pelle ma che con questa non hanno niente a che vedere. Un'altra problematica molto sentita è poi quella dei dazi doganali che hanno una ricaduta negativa sulle nostre aziende nell'importazione delle materie prime. Di questi temi emersi nell'incontro abbiamo parlato ieri sera con Nicola Danti, vicepresidente della commissione mercato interno e protezione dei consumatori e membro della commissione commercio internazionale al parlamento europeo. Come sindaci ci è sembrato opportuno confrontarsi con un rappresentante italiano nelle più alte istituzioni continentali per capire quali passi è possibile muovere per dare risposte alle istanze che vengono dal mondo produttivo. Tra l'altro sarebbe molto importante poter dare risposte alle imprese del settore proprio in questa fase visto che, anche da quanto è emerso a LineaPelle, sembrano esserci segnali di ripresa. Il grande afflusso al salone di Milano lascia ben sperare e il clima appare decisamente maggiormente

positivo rispetto agli anni passati. La sinergia tra noi rappresentanti delle istituzioni e mondo delle imprese ritengo sia un elemento fondamentale per poter guardare al futuro con rinnovato ottimismo". [dall'ufficio stampa del Comune di Fucecchio] LE PAROLE DI TOTI A GONEWS.TV Ai microfoni di Maurizio Zini si è espresso Gabriele Toti, sindaco di Castelfranco di Sotto. Il primo cittadino ha dichiarato: "Testimoniamo la vicinanza delle istituzioni al comparto produttivo più importante. Vediamo e sentiamo gli umori in queste occasioni particolari. Ci siamo incontrati anche con realtà europee, è un momento di confronto comune importante. Vedo un ottimismo che non guasta, è un settore che si rivolge a un livello molto alto del mercato". Si è parlato sia della qualità del prodotto sia della qualità della filiera e non si può non trattare il tema del tubone. Il territorio è importante in tutti i sensi e per questo Toti ha affermato: "Sono scelte importanti, un pezzo di economia è un pezzo del territorio. Noi abbiamo anche la principale azienda certificata Emas. Registro la volontà di andare avanti sapendo che ogni giorno vengono fatta ricerca, innovazione e sviluppo". LE PAROLE DI PIERONI A GONEWS.TV Il consigliere regionale Andrea Pieroni ha testimoniato la sua vicinanza al comparto del pellame. L'ex presidente della provincia di Pisa ha parlato ai microfoni di Maurizio Zini a Lineapelle: "Si è investito su ricerca e formazione, è la chiave essenziale che ha permesso alla conceria di mantenersi ai vertici delle produzioni. Interessante è la diversificazione del prodotto, ma la qualità è alta e il lavoro aumenta". Dopo aver ricordato l'esempio virtuoso dell'IT Cattaneo di San Miniato, Pieroni ha aggiunto: "La crescita del distretto non può avvenire senza rispetto dell'ambiente e la Zona del Cuoio lo ha capito e ha portato avanti un gran progetto. Il merito va ripartito tra una classe imprenditoriale attiva e lungimirante e una politica e un'amministrazione che ha saputo accompagnare il settore". LE PAROLE DI MACCANTI A GONEWS.TV Il direttore dell'Assoconciatori Piero Maccanti ha parlato della grande affluenza a Lineapelle, ai microfoni di Maurizio Zini ha trattato le novità dell'edizione 2017: "Stravaganze sì ma sempre nel lusso, quindi ambito medio-alto. C'è la forza e la volontà di far recepire queste nostre indicazioni. Le aziende sono motivate, hanno idee chiare". Anche Maccanti si è soffermato sul tubone: "La realizzazione è un fiore all'occhiello, è la costruzione di una speranza del futuro. Tende a una tutela dell'ambiente ancora maggiore. Arriveremo a un riciclo di acqua totale, sul piano mondiale dell'industria conciaria diventerà una grossa novità".



"La fiera funziona, i corridoi sono stati molto frequentati, degli ordini sono stati firmati e l'interesse per le nuove campionature è stato evidente. Ma...". Sara Santori, presidente della sezione Accessoristi di Fermo, fa il punto al termine dei tre giorni di Lineapelle, "dopo essermi confrontata con le aziende del nostro distretto", la fiera internazionale di riferimento per il mondo delle concerie e degli accessoristi.

Ottanta le aziende del distretto fermano — maceratese che hanno preso parte a Lineapelle e che sono tornate con una sensazione positiva. "Lineapelle conferma la crescita di theMicam, ma bisogna vedere come vanno gli ordini. Noi abbiamo presentato l'invernale e siccome gli analisti pensano che l'invernale 2018 sarà quello della svolta, avere vissuto tre giorni intensi con migliaia di buyer interessati".

Lineapelle ha chiuso con 21700 visitatori, in aumento del 5% rispetto a ottobre 2016 soprattutto a livello di italiani. "La conferma che la scelta delle date posticipate, dieci giorni di distacco da theMicam, è stata vincente. Staccare di dieci giorni l'inizio di Lineapelle dalla fine di theMicam è servito far tornare i buyer italiani e qualcuno in più dall'estero. Peccato che non verrà bissata nell'edizione di febbraio. Questa di ottobre è stata una prova decisa dai vertici di Lineapelle, un esperimento che è risultato vincente. Per febbraio non c'erano date a disposizione, ma sono certa che verrà confermata la scelta di distanziarsi di due settimane da theMicam per la fiera invernale del 2018".

Concerie e accessoristi tornano soddisfatti, anche se gli ordini non hanno riguardato l'estivo, appena presentato a theMicam: "I buyer sono venuti a Milano per vedere le tendenze. Chi pensava di prendere ordini anche sull'estivo, non ha invece fatto i numeri sperati a dimostrazione che le visite non sempre significano ordini. Per ora bisogna resistere. Ma l'importante per il settore era percepire l'interessamento per la prossima stagione invernale e fibbie, fodere e cerniere hanno conquistato i clienti. Così come le nuove pelli e i fondi innovativi".

È stata una Lineapelle in cui i clienti hanno dato grande attenzione ai suolifici. "Il tema della sostenibilità è entrato anche in questo settore, c'è stato un grande lavoro di ricerca. Dalla suola ormai naturale a quelle colorate utilizzando i fiori. I nostri imprenditori investono e non si accontentano, capendo che il mercato richiede prodotti nuovi e originali. Avere avuto qualche giorno in più ha permesso di presentare campionari di suole innovativi e ben forniti" prosegue la Santori.

Durante i tre giorni di fiera si è parlato molto di export. Lineapelle è stata caratterizzata da una crescita dell'interessamento dei buyer del Belgio per i prodotti italiani: "Un mercato prima molto autarchico, che mirava alla produzione interna. La scelta di aprirsi per conciatori e accessoristi è importante, perché è un Paese chiave per i mercati del Nord Europa". Un Paese che potrebbe riservare importanti occasioni di sviluppo è quello indiano: "Le nuove norme interne hanno portato a una ulteriore stretta sull'uso di pellami autoctoni. Il divieto di uccidere mucche ha reso preziosa la pelle di vitello. Ecco che per le aziende più strutturate, quello indiano può diventare un mercato di riferimento".



09 Ottobre 2017

Lineapelle: visitatori in crescita del 2% e +3,5% di espositori

Lineapelle, la più importante rassegna internazionale sul mondo della pelle, che si è tenuta dal 4 al 6 ottobre presso Rho Fiera Milano, ha consolidato ulteriormente con questa 93esima edizione la propria leadership nel contesto fieristico dell'area pelle, chiudendo con 21.687 visitatori, in crescita del 2%, e 1.285 espositori, +3,5% su settembre 2016.



Ingresso di Lineapelle93 a Rho Fiera Milano

Il numero dei visitatori stranieri ha confermato i 113 Paesi di provenienza, mentre quello degli italiani è cresciuto del 5%, seguendo il trend combinato di un ritorno a produrre in Italia da parte di un consistente numero di aziende manifatturiere e di un sempre maggior ricorso del lusso internazionale al Made in Italy.

Sul fronte degli ordini, buoni feedback dalla calzatura, rinnovato fermento della pelletteria, indicazioni interessanti per l'abbigliamento e una generalizzata "voglia di pelle" come materiale *must-have* per dare valore ed esclusività alle collezioni di accessori. Gli ordini vivono una strutturale e crescente frammentazione: essere in grado di soddisfarla, mantenendo alto il contenuto qualitativo dei propri articoli, è la sfida del momento.

Campionario di un espositore a Lineapelle93

Per quanto riguarda lo stile, l'evento si è rivelato un'importante occasione di ricerca: grande attenzione per i materiali dalla mano morbida, che propongono evidenti elementi di esclusività.

La prossima edizione di Lineapelle, la numero 94, si svolgerà a Rho Fiera Milano dal 20 al 22 febbraio 2018 per presentare le collezioni della stagione estiva 2019. Ad anticiparla, le sue consuete international preview: Lineapelle London in programma il 23 gennaio 2018, presso la sede dell'Ham Yard Hotel, e Lineapelle New York, che si terrà dal 31 gennaio al 1° febbraio negli spazi del Metropolitan Pavilion.



Sorpresa Lineapelle: le presenze italiane crescono del 5%



L'edizione numero 93 di **Lineapelle**, che ha chiuso i battenti il 6 ottobre a Fieramilano Rho, ha accolto 21.687 visitatori da 113 Paesi, in aumento del 2% rispetto a un anno fa, con un +5% di italiani e presenze stabili da oltreconfine. In crescita del 3,5% gli espositori, a quota 1.285.

«L'impressione generalizzata, al termine dei tre giorni di esposizione - dicono gli organizzatori - è che, confermando l'entusiasmo delle precedenti kermesse milanesi dedicate al prodotto finito, all'orizzonte si intraveda la ripresa».

«Gli ordini ci sono - aggiungono - ma attraversano una strutturale e crescente frammentazione: essere in grado di evadere le richieste, mantenendo alto il contenuto qualitativo dei propri articoli, è la sfida del momento».

Fra le tendenze, «in fiera ha vinto la voglia di classicità, abbinata tuttavia a suggestioni più coraggiose, estrose, di forte impatto emozionale. Grande l'attenzione per i materiali di mano morbida, purché non banali».

Questi i prossimi appuntamenti con Lineapelle: a Londra il 23 gennaio 2018 presso l'Ham Yard Hotel, a New York dal 31 gennaio al primo febbraio nel Metropolitan Pavilion e di nuovo nel capoluogo lombardo, sempre all'interno del centro espositivo di Rho, dal 20 al 22 febbraio.

FASHIONUNITED

Martedì, 10 Ottobre 2017

Lineapelle: chiude con visitatori a + 2 percento

L'edizione numero 93 di Lineapelle, che si è svolta dal 4 al 6 ottobre presso Fieramilano Rho, ha chiuso con visitatori in crescita del 2 percento, a quota 21687 persone.

"Un'edizione caratterizzata da un dinamismo crescente e da un lavoro molto intenso e focalizzato, sia in termini stilistici che di prodotto", hanno detto gli organizzatori in una nota.

I 1.285 espositori di Lineapelle93 (+3,5 percento rispetto a settembre 2016) hanno accolto visitatori stranieri in sostanziale stabilità rispetto alle passate edizioni, mentre quello degli italiani è cresciuto del 5 percento.

La prossima edizione della kermesse si svolgerà a Fieramilano Rho dal 20 al 22 febbraio, presenterà le collezioni per la stagione estiva 2019 e sarà anticipata dalle sue consuete international preview. Lineapelle London è in programma il 23 gennaio presso l'Ham Yard Hotel. Lineapelle New York si terrà pochi giorni dopo, dal 31 gennaio al primo febbraio negli spazi del Metropolitan Pavilion.



LineaPelle, la fiera sull'industria della pelle

Nella 93esima edizione dell'evento a Fieramilano si è parlato anche di temi caldi, come la contaminazione con il digitale e la sostenibilità della filiera



Sostenibilità ambientale e potenzialità del **disegno digitale**: due realtà con le quali anche l'industria delle pelle si deve confrontare, come emerso alla 93esima edizione di **LineaPelle**, andata in scena a Fieramilano dal 4 al 6 ottobre scorso.

Luogo di esposizione per le realtà del settore, con **1.285 espositori** che hanno presidiato l'evento, ma anche contesto giusto per qualche visione sul futuro del settore, con almeno tre temi messi al centro: la sostenibilità ambientale, il **design** e la tutela legale dei campionari. L'associazione con il <u>digitale</u> non è immediata per un settore dove tradizione e *know how* artigianale, contano molto, anche nell'immaginario del pubblico, ma le contaminazioni tra disegno digitale e produzione artigianale sono un terreno da sondare, messo al centro del workshop con **Stefano Paiocchi**, lead architect presso Zaha Hadid Architects.

Il tema del *come* fare le cose si impone quindi per questa industria, anche sul fronte della sostenibilità, come evidenziato dalla presentazione del rapporto di sostenibilità dell'Unione nazionale industria conciaria (<u>Unic</u>), nella sua 15esima edizione, e riassunto delle buone prassi della conceria italiana, attraverso sette racconti della pelle.

Sostenibilità che, a giudicare dai numeri del report, non è un valore ideale ma bussola che orienta anche le scelte aziendali per tantissimi brand, non solo italiano, e che impattano sulla business strategy dei marchi e anche sugli investimenti: per la conceria italiana, l'incidenza dei **costi della sostenibilità** sul fatturato è cresciuta molto su una forbice di diversi anni anni, dall'1,9% nel 2002 al 4,4 nel 2016.

Il tema dell'economia circolare è importante per una filiera che ha ampi margini per valorizzare gli scarti e punta a una ideale chiusura del cerchio nello smaltimento dei <u>rifiuti</u> che produce lavorando le materie prime e in tutte le fasi della conciatura.

Inoltre, dall'ottobre 2016, l'Unic si è associata all'iniziativa lanciata da diversi brand che mira a fa uscire dalla catena di produzione del tessile e della calzatura alcune classi di sostanze pericolose, entro

il 2019: si tratta di <u>Zdhc</u> (Zero Discharge of Hazardous Chemicals), presente anche a LineaPelle93 con il suo approccio e con le migliori pratiche per una produzione sempre più pulita lungo tutta la filiera.

Insomma, anche una fiera può essere una **piattaforma** per discutere prospettive e bisogni di un settore che, come molti altri, ha attraversato congiunture non brillanti. Resta però centrale il saper indicare anche le tendenze, le evoluzioni dello stile e anticipare i desideri del pubblico, in termini di tessuti, accessori e altri item del mondo della pelle. Per gli appassionati, finita la fiera milanese, continuano gli appuntamenti su scala internazionale con **Lineapelle**, a New York dal 31 gennaio al 1 febbraio 2018 e a Londra il 23 gennaio. Il prossimo appuntamento in Italia invece è programmato per il 20-22 febbraio 2018.

PAMBIANCOneus

10 ottobre 2017

I visitatori di Lineapelle crescono (+2%)



Visitatori in crescita per la 93esima edizione di **Lineapelle**. Il salone, svoltosi dal 4 al 6 ottobre a **Fieramilano Rho**, ha chiuso con 21.687 visitatori in aumento del 2% rispetto a un anno fa. In aumento anche gli espositori (1,285, +3,5% su settembre 2016) che hanno accolto buyer da 113 Paesi di provenienza. A trainare gli ingressi, il numero degli italiani, cresciuto del 5 per cento.

L'appuntamento con la prossima edizione di Lineapelle è fissato dal 20 al 22 febbraio 2018, quando sempre nei padiglioni di Rho si presenteranno le collezioni per la stagione estiva 2019. Per quanto riguarda le date estere, **Lineapelle London** è in programma il 23 gennaio 2018 presso la consueta sede dell'Ham Yard Hotel, mentre **Lineapelle New York** si terrà pochi giorni dopo, dal 31 gennaio al 1° febbraio negli spazi del Metropolitan Pavilion.



Lineapelle baut ihre Stellung aus

Ledermesse vermeldet zweiprozentigen Besucheranstieg

Die italienische Ledermesse Lineapelle hat ihre führende Stellung in der Branche weiter ausgebaut, Vom 4. bis 6. Oktober kamen 21.687 Besucher nach Mailand und damit zwei Prozent mehr als vor einem Jahr. Auch die Zahl der Aussteller stieg um 3,5 Prozent auf 1285. Während die Zahl der ausländischen Besucher konstant blieb, kamen fünf Prozent mehr italienische Einkäufer zur 93. Lineapelle auf das Messegelände in Rho.

Die nächste Lineapelle wird vom 20. bis 22. Februar 2018 wieder in Mailand stattfinden. Dann werden die Aussteller ihre Sommerkollektionen für 2019 vorstellen.



Lederindustrie: Gemischte Bilanz

Lineapelle verzeichnet Besucherplus



Mehr Besucher kamen zur Lineapelle nach Mailand. (Foto: Redaktion)

Die Materialmesse Lineapelle in Mailand hat mit einem positiven Ergebnis abgeschlossen.

Insgesamt kamen vom 4. bis 5. Oktober 21.700 Besucher auf die Lineapelle nach Mailand. Nach den Angaben der Organisatoren waren das 5 Prozent mehr als im Vorjahr. Knapp 1.300 Aussteller zeigten auf der Messe ihre Kollektionen für die Saison Herbst/Winter 2018/19.

"Die Bilanz für das Jahr 2017 fällt bislang gemischt aus", erklärte Luca Boltri vom Verband der italienischen Lederindustrie (UNIC). "Im dritten Quartal zog das Geschäft jedoch an. Nachdem bereits von der Micam positive Signale ausgingen, konnte die Lineapelle diesen Trend nun weiter bestätigten", so Boltri weiter.



Lineapelle Trade Show Insights

Fall Winter 2018-19 at Lineapelle, Milan

Leading international leather fair, Lineapelle, returned to the Rho Fiera Expo Centre in Milan with a host of tanneries and manufacturers showcasing the latest in directional trend-led leather and materials. The fall/winter 2018-19 edition saw a reinterpretation of the classics. Core and neutral tones were reworked into unusual and unexpected colour combinations, mixed and matched with brights and darks, or translated directly from the SS18 season as lighter colours for winter came to the fore. Traditional tanning underwent a transformation with bold, eccentric or opulent interpretations and a renewed focus on textural surface techniques that showcased the creativity of the new innovations on offer.

Muted Metals. Metallics are a seasonal staple and the Fall showcase was no exception. In a move away from the high gloss finishes and super-shiny foils of previous seasons, tanneries opted for a more muted and ultimately more sophisticated approach. Antique gold, copper and pewter tones were further softened with ultra-dry, matte handles that gave skins an almost dehydrated look while coloured metallics were given apared back feel with chalky, subtly whitened surfaces.

The Leather/Fabric Hybrid. Leathers and fabrics came together to create a range of innovative new hybrids. For the Fall/Winter season, chunky knit and felt textures dominated, bonded with leather or pulled through glove weight skins for a fresh take on embossing techniques. The matte/shine, smooth/brushed contrast created tapped into the overarching themes of unexpected and mix and match combinations explored throughout the show.

Nouveau Luxury. Leather and materials embraced a luxurious sensibility for Fall/Winter with a focus on sumptuous feels and rich embossing. Velvet and satin emerged as key fabrications for both fabric mills and tanneries. Short pile velveteen textures and sheen finish silks looked especially new when utilised as a backing material for leather and suede. For surface design, baroque curlicues and antique wallpaper florals showed strongly, accented with a touch of glitter or flocking adding another layer of textural interest.

Vegea. Alongside the Lineapelle show, the Trendstop team were invited to attend sustainable fashion brand Vegea's bio-material showcase. Leonardo da Vinci's vineyard proved the perfect setting for a renewable fabric made using wine derivatives such as grape seeds and peels. A prototype collaboration with eco-designer Tizano Guardini demonstrated the range of premium quality fashion product applications this innovative material can be used for.

About The Show

Lineapelle returns to Milan in February 2018. Based at the Expo Centre in Rho Fiera, the show will once again feature leathers and materials from global tanneries and manufacturers as well as comprehensive coverage of components and trims for the accessories, apparel and home markets.



October 16, 2017

Innovation, Creativity, Timeless Classics Shine at Lineapelle

Washable suede and leather with copper net were among the standouts at the three-day trade show.



Innovation, creativity and high-end quality emerged as the key elements of the fall 2018 collections presented at the 93rd edition of three-day international leather trade show Lineapelle, which closed here on Oct. 6.

This season, the fair registered a 2 percent increase in the number of visitors up to 21,687. Although the percentage of international buyers was stable, Lineapelle saw a 5 percent growth in Italian visitors as an effect of the reshoring strategies adopted by several fashion and accessories companies.

A range of innovative products and techniques was introduced at the fair, which at the same time demonstrated that the fashion market is also rediscovering timeless classics.

For next fall, Montebello, which celebrates its 50th anniversary this year, focused on searching new solutions to pair leather with other materials. For example, the company matched super soft leather with elastic fabrics, as well as with boiled wool with a goffered effect. Leather was also paired with a copper net to obtain a futuristic look.

"This new product doesn't only guarantee a new aesthetic result, but it is also great for people's health because metals interact with the body enhancing well-being," said Montebello chief executive officer Franco Dalle Mese.

Montebello also offered a new take on traditional products, showing, for example, new velour-inspired iridescent effects on leather, as well as creating macro prints of archival snakeskin patterns. In addition, the company introduced the "Rodeo Chic" line, including Western-inspired hairy leather in bright tones, including a vivid China blue hue.

Aiming to offer a quick, efficient service to its clients, Montebello has recently unveiled a new web site, where the company offers a stock-service of 35 products available in 1,000 different colors.

"At the same time, we continue to increase our offer of tailor-made solutions developed in collaboration with fashion and accessories companies," said Dalle Mese, adding that the company is closing 2017 with revenues of 50 million euros.

"Having a rich, efficient stock service is getting more and more important because fashion companies are deeply changing their schedules and deadlines are getting closer and closer," agreed Sciarada ceo Simone Castellani, who expects the company to close the year with a 10 percent increase in revenues compared to 2016.

At Lineapelle, the Tuscan tannery unveiled an impressive collection of hairy suede calf embellished with shimmering and flocked effects. As part of its upscale offering, it also presented a range of highend reversed steer skins crafted for both luxury ready-to-wear and accessories.

Along with the laminated and iridescent effects of its kangaroo leather, the glossy look of its kid and the lambskin's wax treatments, Milan-based tannery Bonaudo introduced an American Buffalo skin with a natural finishing.

Its classic and chic look returned in Russo di Casandrino's wide selection of whole French calfskins, which featured polished surfaces with slightly tridimensional effects.

The Neapolitan company also developed a range of smooth and compact lambskins crafted specifically for footwear, while pony skins came in the traditional patterns, such as leopard and camouflage designs, yet updated with bright colors and iridescent effects.

"All the categories are performing well but we have to say that the footwear division is the one which is growing more," said Russo di Casandrino international sales manager Anna Patti, adding that the company registered a very good presence of Asian clients.

Putting the focus on innovation, Lombardy-based Conceria Stefania tannery debuted what was billed as the world's first washable suede.

"It is ideal for both ready-to-wear and small accessories, and it can be washed at home because it doesn't loose its colors," said Conceria Stefania representative Giulia Ramponi.

In addition, the company presented suede leather embellished with Swarovski crystals and pearls for high-end footwear, as well as calf printed with vivid graphic and floral patterns.

The next edition of Lineapelle will take place in Milan from Feb. 20 to 22.