

## LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW

### UN SEGNALE PER IL PRESENTE, UN APPUNTAMENTO CON IL FUTURO

*IL 22 E 23 SETTEMBRE 2020, A FIERAMILANO RHO, 320 ESPOSITORI DA 14 PAESI*

*PRESENTANO I MATERIALI PER LA PROSSIMA STAGIONE INVERNALE*

Una scelta basata sulla volontà di dare un segnale di positività e incoraggiamento per il presente. La ripartenza è possibile, oltre che necessaria: nel pieno rispetto delle regole. Nasce da questi presupposti **LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW**, progetto espositivo dedicato alla filiera di fornitura della fashion & luxury industry, che si svolgerà **martedì 22 e mercoledì 23 settembre 2020** negli spazi di **Fieramilano Rho**, in concomitanza e sinergia con Micam, Mipel, The One e Homi - Fashion & Jewels. Una condivisione strategica sintetizzata dallo slogan #strongertogether, con l'entusiasmo, dopo mesi di isolamento e impoverimento creativo, di tornare a confrontarsi su materiali e accessori, riallacciando quelle relazioni fondamentali per i settori produttivi che Lineapelle rappresenta.

### UN SEGNALE PER IL PRESENTE

LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW si è adeguata all'attuale situazione, modificando il format che ha reso la tradizionale fiera il punto di riferimento irrinunciabile a livello mondiale per tutta la filiera pelle. Ospita 320 espositori, provenienti da 14 Paesi, e si terrà all'interno dei Padiglioni 5 (concerie) e 7 (produttori di accessori, componenti, tessuti e sintetici) del quartiere fieristico di Fieramilano Rho.

Il salone offre a espositori e visitatori un'esperienza fieristica in **assoluta sicurezza** a garanzia della loro salute e si pone, insieme ai saloni concomitanti, come un indispensabile momento di rilancio per i settori strategici della fornitura e della manifattura made in Italy che, nei mesi scorsi, hanno subito pesanti battute d'arresto a causa della pandemia. Gli ultimi dati congiunturali disponibili (**Servizio Economico di UNIC – Concerie Italiane** su dati ISTAT) confermano, infatti, lo stato di disagio trasversale a tutti i settori produttivi presenti in fiera, dovuto alle conseguenze dell'emergenza sanitaria globale che ha inciso in modo fortemente negativo su produzione e interscambi commerciali.

“Un particolare apprezzamento – commenta Fulvia Bacchi, CEO di Lineapelle - va espresso a tutti gli espositori e visitatori (sono circa 4.000 i buyer registrati di cui il 20% stranieri) che, in un momento così difficile, hanno confermato la presenza alla mostra, esprimendo l'orgoglio di rappresentare settori leader a livello internazionale e di vitale importanza per l'economia nazionale”.

### **UN APPUNTAMENTO PER IL FUTURO**

LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW, quindi, si propone come un incoraggiante starting point per tutta la filiera, caratterizzato da una formula espositiva innovativa, che alla presenza fisica di stand e collezioni, abbina alcuni progetti tecnologici e digitali per ampliare l'orizzonte stilistico, promozionale e commerciale dei suoi espositori.

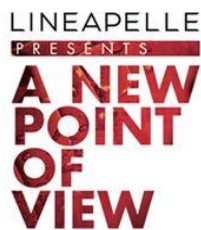
Sotto il profilo delle tendenze il salone presenta i trend per la stagione Autunno/Inverno 2021/2022, che rappresentano un invito a rileggere in modo nuovo e più profondo la creatività e lo stile. Non a caso il mood di riferimento, elaborato dal Comitato Moda Lineapelle, si chiama The Era Of Simplifying 2 – Slow Is The New Hot. Tutto ciò include una ancora maggiore attenzione a quello che è il presupposto dei valori che sostengono la filiera: la sostenibilità.

Alla dimensione fisica, LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW accosta alcuni progetti digitali. Propone in streaming una serie di Brand Spot di aziende espositrici e di Live Experience sul tema dell'automatizzazione di processo e della personalizzazione di prodotto in collaborazione con Dyloan (società che mette in relazione tecnologia innovativa, creatività e manifattura), che sarà presente con uno spazio tecnologico al padiglione 7. Si realizzeranno **collegamenti personalizzati e servizi in streaming** su misura, con buyer di Cina, Corea, Giappone, USA, annullando con un click la loro forzata distanza.

### **LA VALORIZZAZIONE DELLA PELLE ITALIANA**

LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW organizza al suo interno anche un percorso fisico di valorizzazione trasversale della pelle italiana. Cinque Lounge Area, così, si trasformano in spazi espositivi alternando abiti in pelle realizzati da alcuni noti stilisti del made in Italy a esempi di accessori in pelle legati al contesto sportivo. Da una moto d'epoca a due tute da motociclismo in pelle da collezione (una delle quali, indossata in gara da Eddie Lawson nel 1990), passando per altri significativi modelli. Una mostra itinerante per raccontare l'eccellenza qualitativa della pelle italiana, la sua versatilità e la sua inesauribile capacità di evolversi.

**Ufficio Stampa Lineapelle**  
press@lineapelle-fair.it



## LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW Physical fair in a digital world

*Il salone milanese si propone alla sua community internazionale anche con un ricco palinsesto di eventi in streaming*

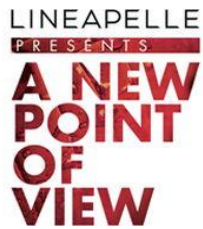
Una fiera fisica che apre le porte al mondo digitale. È la dimensione phygital di **LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW** che il 22 e 23 settembre, durante il suo svolgimento all'interno del quartiere espositivo di Fieramilano Rho, propone alla sua community internazionale di riferimento un palinsesto di eventi in streaming, alcuni realizzati in tempo reale durante la fiera.

Il progetto si chiama **Physical fair in a digital world** e si articola in una serie di attività di promozione e condivisione tematica che coinvolge espositori, creativi di alto profilo, buyer, innovatori. L'obiettivo è semplice: permettere di "entrare" a LINEAPELLE – A New Point of View anche a chi sarà impossibilitato a farlo, raggiungendolo online in qualsiasi parte del mondo.

**Physical fair in a digital world** è fruibile accendendo al portale [newpoint.lineapelle-fair.it](http://newpoint.lineapelle-fair.it) dove sarà aperto un video hub in cui tutti i contenuti streaming saranno disponibili anche a fiera conclusa.

Il palinsesto di **Physical fair in a digital world** comprende:

- il live streaming dei **Creative Trends**, in altre parole le presentazioni delle tendenze moda per l'inverno 2020/2021 curate dal Comitato Moda Lineapelle;
- i **Brand Spot Video** che coinvolgono alcuni espositori di LINEAPELLE – A New Point of View che condivideranno le loro ultime collezioni, i prodotti di punta, la loro vision aziendale;
- i live streaming degli **Industry Trends**, realizzati in tempo reale all'interno dello spazio tecnologico di D-house in collaborazione con LINEAPELLE (padiglione 7). Lo spazio è l'anello di congiunzione fra il mondo della tecnologia, della creatività e della manifattura artigianale.



Performance inedite il cui tema portante è la Tech e Customisation Bespoke, la capacità di combinare differenti tecnologie raggiungendo un perfetto equilibrio tra la conoscenza della materia prima e il desiderio di preservare il valore della lavorazione artigianale del prodotto finito.

Verranno coinvolti espositori, creativi e artisti come Matteo Cibic, il Consorzio Cuoio di Toscana e molti altri importanti attori della filiera. Nel dettaglio, i live streaming affronteranno i seguenti argomenti:

- Customize your bag
- Customization design stool
- Apparel customization
- Home design objects customization
- Sneaker shoes customization
- Boots shoes customization

**Ufficio Stampa Lineapelle**  
[press@lineapelle-fair.it](mailto:press@lineapelle-fair.it)

## LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW

Semplificazione 2.0 e dimensione sostenibile per l'invernale 2021/2022

*Si chiama The Era Of Simplifying 2 – Slow Is The New Hot*

*il denominatore creativo elaborato dal Comitato Moda Lineapelle per la prossima stagione*

Per LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW la stagione invernale 2021/2022 sarà caratterizzata da un approccio creativo in costante upgrading. Il suo tema portante si chiama **The Era Of Simplifying 2 – Slow Is The New Hot**. E porta con sé l'esplicitazione di alcune rinnovate consapevolezze, che il Comitato Moda Lineapelle spiega così: “Si modificano i tempi che scandiscono le nostre vite. Non è più la fretta a condizionare le scelte, ma il valore. Si apre una nuova era che porta con sé una voglia di alta definizione”.

### **The Era Of Simplifying 2**

“In generale – continua il Comitato Moda Lineapelle - sui **materiali** le lucentezze saranno ancora importanti, come le morbidezze che giocheranno con gli spessori. I materiali tecnici avranno aspetti naturali e vicini al concetto di tecnologia umanizzata e nascosta. I **colori** saranno il medium per armonizzare la complessità e unificare le differenze”. All'orizzonte c'è la volontà di sviluppare **scenari stilistici** capaci di equilibrare, al loro interno, una rassicurante rielaborazione del classico con sorprendenti guizzi di contemporaneità. Rinnovando e rafforzando la dimensione di strutturale denominatore comune della mission sostenibile della filiera pelle. Sono quattro “**le sezioni** che exploreranno altrettanti ambiti di ricerca: **Metamodern Basics, Loungewear Mood, Nostalgic Imperfection, Creative**”.

**Area Trend e presentazioni**

Le suggestioni creative The Era Of Simplifying 2 – Slow Is The New Hot troveranno espressione non solo nelle collezioni presentate dagli espositori di Lineapelle – A New Point Of View. **Un'accurata selezione di campioni** dei loro materiali, infatti, sarà, come di consueto, protagonista dell'**Area Trend** allestita all'interno del **Padiglione 7**. Uno spazio di ricerca e scoperta ideato e sviluppato per garantire ai visitatori la massima fruibilità in assoluta sicurezza. Presso l'Area Trend, inoltre, il 22 e 23 settembre alle ore 11, si svolgerà la **Presentazione Tendenze e Colori** a cura del Comitato Moda Lineapelle.

In entrambi i casi, il seminario è gratuito, non richiede prenotazione e sarà trasmesso in streaming sul portale web di LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW (<https://newpoint.lineapelle-fair.it>).

**Ufficio Stampa Lineapelle**  
[press@lineapelle-fair.it](mailto:press@lineapelle-fair.it)



## LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW

### Alla scoperta dell'eccellenza della pelle italiana

*Cinque aree all'interno dello spazio espositivo, cinque tappe di un percorso che esplora l'emozione stilistica e performante di un materiale unico*

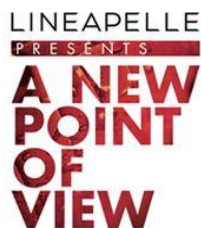
**LINEAPELLE** continua nel suo percorso di promozione della cultura della pelle e dell'eccellenza dell'industria conciaria italiana. Dopo aver dato vita, lo scorso febbraio presso lo Spazio Lineapelle di Palazzo Gorani (Milano), alla mostra Questione di Pelle, costruisce all'interno di **A NEW POINT OF VIEW** (Fieramilano Rho, 22/23 settembre 2020) **uno stimolante percorso** che ne rinnova il senso e l'emozione. All'interno dei padiglioni 5 e 7 del quartiere fieristico di Rho, infatti, **cinque Lounge Area** saranno trasformate in **inediti spazi espositivi**: tappe tematiche di un percorso che si snoda attraverso moda, lusso e performance sportive.

Portano nomi evocativi: **Women Power, Passion for Nature, Experience the Dream, Question of Style, Bold Men**. Raccontano, insieme, **una storia di eccellenza**, fatta di versatilità, modernità, stile. La storia della pelle italiana.

Le quattro aree dedicate alla moda (Women Power, Passion for Nature, Experience the Dream, Question of Style) ospitano **una selezione di abiti in pelle** realizzati da brand di fama internazionale come, tra gli altri: Cristiano Burani, Drome, Stewart, The Al, Galeotti Piume, Robert Le Blank, Darim Achem, Giovanni Bedin. Bold Men, spazio espositivo dedicato alla **pelle nello sport**, propone, invece, alcune accessori di alto profilo tecnico, come due tute Dainese da collezione, una delle quali utilizzata dal campione di motociclismo Eddie Lawson nel 1992, accostati ad accessori sportivi che vedono nella pelle il loro materiale elettivo come una sella da equitazione e alcune sacche da golf.

Un percorso che ribadisce come il livello qualitativo a 360 gradi della pelle italiana rappresenti un valore aggiunto imbattibile.

**Ufficio Stampa Lineapelle**  
press@lineapelle-fair.it



**LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW**  
**Al via 365 Showroom, la vetrina digitale dei suoi espositori**

*È l'interfaccia virtuale di Lineapelle, aperta ai suoi espositori, garantendo alle loro collezioni una presenza digitale che dura 365 giorni all'anno*

LINEAPELLE amplia la sua **offerta di servizi** a beneficio di espositori e buyer costruendo **un progetto digitale** che permette, ai primi, di disporre di **365 giorni all'anno di presenza digitale**. E ai secondi, di poterne esplorare in qualsiasi momento le collezioni, scoprendo quelle più adatte al loro progetto creativo e attivando un contatto diretto.

LINEAPELLE – A NEW POINT OF VIEW diventa, così, l'occasione migliore per lanciare 365 Showroom, vetrina digitale pensata per supportare l'attività promozionale delle aziende espositrici. Ognuna di esse, infatti, può disporre di uno spazio virtuale dove caricare e raccontare le ultime collezioni, ampliando la propria possibilità di acquisire nuovi clienti in tutto il mondo.

Il portale 365 Showroom è **l'interfaccia virtuale di Lineapelle**: uno strumento digitale in progress che si affianca alla fiera fisica e ne potenzia il valore, dando vita un network in costante e continua evoluzione.

**Ufficio Stampa Lineapelle**  
press@lineapelle-fair.it



## CONGIUNTURA

### SETTORE CONCIARIO

**ITALIA.** Nel **primo semestre dell'anno**, l'industria conciaria italiana è stimata aver complessivamente perso il 31% di **fatturato** stagionale ed il 23% di **produzione in volume** rispetto al corrispettivo dell'anno passato.

Nel dettaglio, se i primi due mesi 2020 avevano segnato cali stagionali per effetto dell'inizio della pandemia in Cina ma comunque di intensità minima, la diffusione del Covid-19 in Italia e in Europa e l'adozione delle conseguenti misure cautelative ha provocato **drastici ribassi negli indici settoriali mensili a partire da marzo**, con l'apice del lockdown delle attività durante il mese successivo. La ripresa della produzione da maggio in avanti è poi avvenuta su livelli fortemente ridotti rispetto alle capacità, a causa di una tendenza di domanda e consumo finale dei prodotti di filiera estremamente ridotta.

Le sopracitate stime sul decremento di produzione e vendite nel primo semestre dell'anno trovano conferma nelle corrispondenti variazioni del **commercio estero** di settore in merito a materia prima conciaria e finito. I volumi di import in Italia sono scesi del 18% per le pelli grezze e del 24% per le semilavorate, mentre, per quanto concerne le esportazioni nazionali di pelli finite, il calo totale è stato pari al 34% del valore.

L'analisi dei singoli flussi di **export** italiano di finito per Paese di destinazione non mostra grandi differenze tra i principali mercati raggiunti, tutti con decrementi compresi tra il 20% e il 40% circa. Il panorama congiunturale negativo ha colpito in maniera indiscriminata tutti i **segmenti produttivi** (per distretto geografico, tipologia animale, destinazione d'uso, fascia di prezzo) che compongono il settore.

**ALTRI PAESI.** In virtù della diffusione globale della pandemia Covid-19, il quadro dei primi sei mesi 2020 è comprensibilmente molto negativo anche per tutti gli altri principali Paesi produttori di **pelli bovine ed ovicaprine**. Le perdite rispetto al medesimo periodo del 2019 sono generalizzate e di intensità sostanzialmente simile (comprese tra -25% e -50%, a seconda del singolo Paese e del singolo segmento produttivo).

### SETTORE ACCESSORI COMPONENTI SINTETICI

**TESSUTI, SINTETICI E SUCCEDANEI DELLA PELLE.** I dati semestrali del comparto riflettono gli effetti delle misure di contenimento della pandemia in corso, con una perdita media di fatturato rispetto al 2019 pari al 25% per i produttori UE. Nel dettaglio, critico l'andamento di **sintetico e tessuti di fibre sintetiche e artificiali**, a fronte di un grave ribasso per il **rigenerato di fibre di cuoio**, le cui vendite complessive risultano più che dimezzate a livello stagionale.

**ACCESSORI E COMPONENTI.** Pesanti ribassi di fatturato anche per questo settore, dove la media delle produzioni europee registra un calo del 26% nel primo parziale dell'anno. Le perdite interessano uniformemente sia le **minuterie metalliche** che le **parti per calzature** e gli **altri accessori**.

## SETTORI MANIFATTURIERI

**CALZATURA.** Per la calzatura **italiana** il primo semestre 2020 si chiude con fatturato e produzione a -35% su base annuale; le perdite legate al bimestre marzo-aprile sono state solo parzialmente attenuate da una ripartenza che è avvenuta a ritmi molto lenti. Nel **resto d'Europa**, in una media semestrale abbastanza in linea con i risultati italiani, la Germania sembra essere il produttore meno penalizzato (-19%), seguita da Francia (-24%) e Iberici (-26%). Forti difficoltà anche nell'**area asiatica**, anch'essa in calo a doppia cifra.

**PELLETTERIA.** Dopo anni di incrementi, la pelletteria **italiana** chiude la prima metà dell'anno con dati complessivi in calo stagionale del 43%. Tra gli altri principali **produttori UE** solo il Portogallo registra risultati maggiormente negativi, mentre Germania, Francia e Spagna mostrano perdite a doppia cifra più contenute.

**ABBIGLIAMENTO.** I confezionisti di abbigliamento in pelle appaiono anch'essi molto colpiti dalla crisi attuale: l'**Europa** registra una contrazione media semestrale pari al 37%, sulla quale pesano il crollo degli italiani (-57%) e le pesanti perdite di Francia e Spagna (intorno al -40%). In Asia, cali generalizzati e compresi tra il 10 e il 30%.

**IMBOTTITO.** L'**arredamento imbottito** europeo ha chiuso il bilancio della prima parte dell'anno mediamente in flessione del 15-20%. Ancora una volta, particolarmente colpiti i produttori italiani (-28%) a fronte di decrementi più contenuti per i produttori del Nord Europa. Anche export cinese e ordinativi USA in calo (-11% il primo, -16% il secondo). Sul fronte dell'**automotive** nella prima metà dell'anno le immatricolazioni in Italia e nei Paesi Iberici registrano una flessione superiore al 40%, mentre Francia e Germania perdono circa il 30%. Ribassi diffusi nel mercato nordamericano, con perdite stimate attorno al 20%.

**BRAND MODA LUSO.** Il diffondersi dell'attuale emergenza epidemiologica su scala globale ha bruscamente impattato anche sui risultati dei principali gruppi della moda lusso europei, che nel primo semestre hanno comunicato **perdite di fatturato comprese tra il 25% e il 50%**. Per la conclusione dell'anno permane forte incertezza nonostante alcuni parziali segnali di recupero mostrati dai consumi del segmento, soprattutto in Cina.

**Servizio Economico Lineapelle**  
economic@lineapelle-fair.it

**Ufficio Stampa Lineapelle**  
press@lineapelle-fair.it