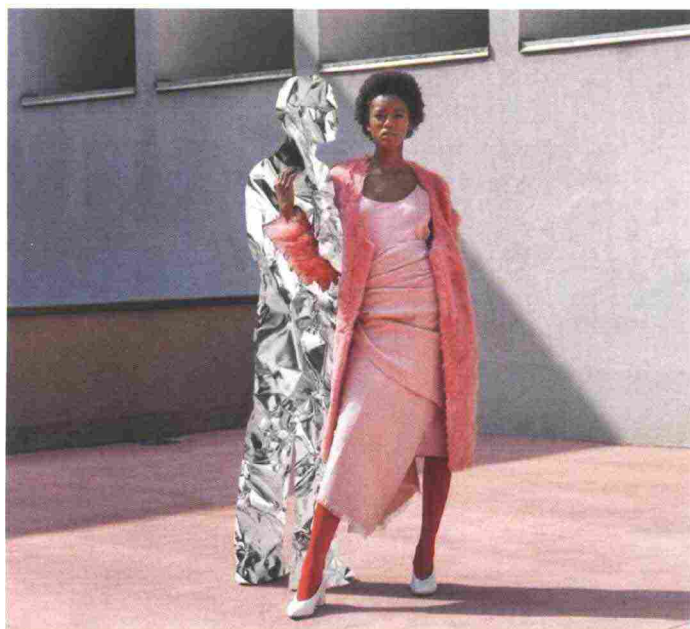


FIERE

THEONEMILANO

nuove suggestioni

Dal 23 al 26 febbraio le collezioni A/I 2018-2019 in mostra a Milano. Colori forti, forme e volumi geometrici per un gusto ipermoderno orientato alla tridimensionalità.



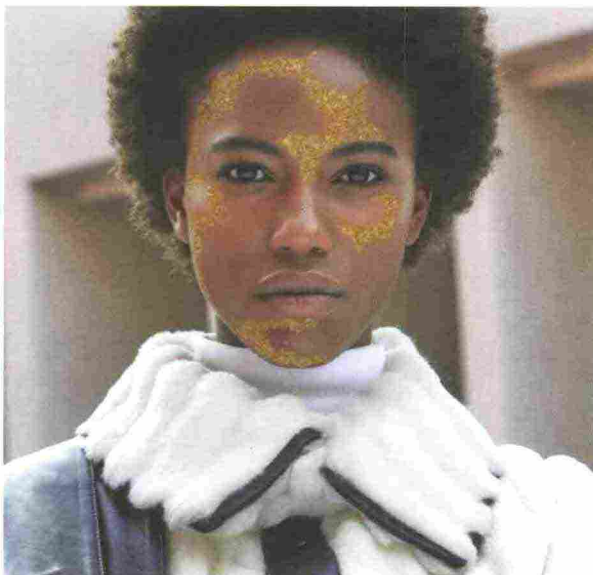
TheOneMilano è pronto a far vive nuove suggestioni della moda Haut à Porter a fieramilanocity. Dal 23 al 26 febbraio nei padiglioni del polo espositivo milanese, torna una nuova edizione del Salone dell'alto di gamma. Nei padiglioni 3 e 4 di fieramilanocity si potranno vedere le proposte firmate dalle migliori aziende internazionali e dai brand emergenti per la stagione A/I 2018-2019.

L'immagine che dà di sé e delle collezioni dei suoi espositori è quella di una donna metropolitana, assolutamente contemporanea, capace di dettare con classe il suo urban style. Una moda apprezzata dai buyer di tutto il mondo, come dimostrano i dati di accesso del febbraio 2017 al salone, che evidenziano la presenza di Visitatori per il 64% stranieri e che la Segreteria organizzativa mira a migliorare per febbraio 2018, con un lavoro di scouting e di invito rivolto alle migliori boutique, ai concept stores, ai department stores e ai

negozi specializzati italiani e internazionali. La terza edizione di TheOneMilano rivoluziona il format e lancia un nuovo progetto che coniuga fur, prêt-à-porter e lifestyle. Nella rinnovata configurazione emerge in primo piano l'Advisory Board, un team di imprenditori e professionisti che tra i nomi di spicco annovera: Natasha Grodecki, consulente Lambert & Associates; Giorgio Martelli, vice-direttore generale Stampa Gruppo GEDI; Mattia Mor, executive director per l'Europa Mei.com (Alibaba Group); Cinzia Malvini, giornalista moda e costume LA7 e direttore BookModa; Luca Lanzoni, digital fashion director Hearst Italia; Paolo Marsi, contitolare di StyleCouncilAssociati; Francesco Casile, fondatore e CEO Casile&Casile Fashion Group; **Fabrizio Curci**, amministratore delegato e direttore generale di **Fiera Milano**. Da Exhibition a Experience l'area fieristica già consolidata, #theonoriginal, si amplia di nuove aree espositive. Si aggiungono nomi



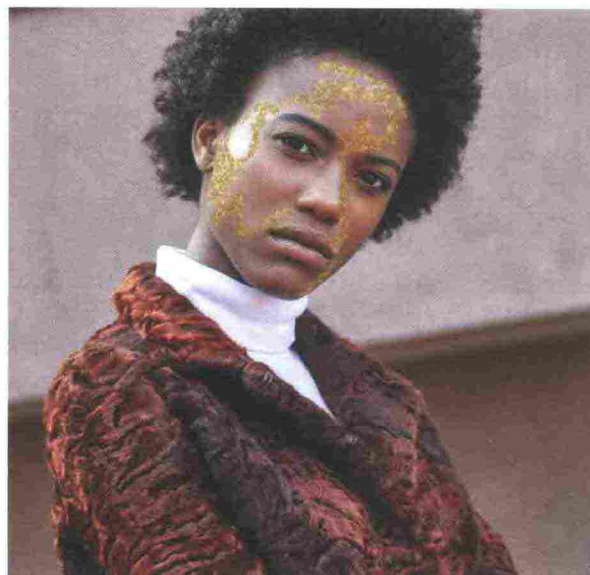
importanti del panorama prêt-à-porter italiano e internazionale e nuovi hub: #theonidentity, l'area esclusiva dedicata alle insegne del contemporary luxury e alle label di ricerca e sperimentazione; #theoneshowroom, dove buyer e new business stringono accordi diretti; #theonexperience, lo spazio esperienziale dove aziende del settore lifestyle creano nuove opportunità e sinergie. "Il nostro Salone ha da quando è nato l'obiettivo di promuovere un sistema moda che sia, oltre a selezione delle materie prime e capacità manifatturiera, anche volontà di networking e messaggio in certo senso culturale. Partendo proprio dall'Italia e dal made in Italy, un 'brand' riconosciuto nel mondo intero, abbiamo voluto che TheOneMilano fosse uno strumento di confronto permanente con le aziende internazionali, finalizzato al dialogo costruttivo per sviluppare



Il Salone

TheOneMilano è un Salone giovane, nato lo scorso anno dall'unione di know how ed esperienza storica di due fondamentali attori delle fiere moda milanesi: MIFUR, salone internazionale della pellicceria e della pelle, organizzato dall'Ente Fieristico Mifur dal 1996 e MIPAP, salone del prêt-à-porter organizzato da Fiera Milano dal 1980. TheOneMilano continua a rinnovare il concetto di fiera e propone un format moderno che unisce in una sola location informazione e business, permettendo a buyer e aziende di incontrarsi e dare il via a relazioni commerciali solide e su misura. La manifestazione racconta la storia delle collezioni in un percorso funzionale alle richieste dei compratori, capace di valorizzare l'offerta delle aziende selezionate per qualità e ricerca in termini di materiali e di manifattura. Accoglie esclusivamente visitatori professionali, poiché il salone è rigidamente b2b e nelle prime due edizioni ha fatto registrare complessivamente circa 15mila ingressi.

un'offerta capace di rispondere ai desideri del retail e in ultima analisi del consumatore finale - dichiara Norberto Albertalli, presidente di TheOneMilano - Le fiere devono cambiare in sintonia con le evoluzioni del mercato; per essere leader devono addirittura anticiparle. Per questo abbiamo costruito un progetto di Salone che offra ai buyer che lo frequentano il sapore di una relazione unica e forte dello spirito di Milano, la città in cui si svolge e che è capace di fare del dettaglio la sua caratteristica". Nella sua nuova formula TheOneMilano si fa precursore del cambiamento che promuove attraverso tre direttrici principali: velocità di impatto, si accorciano i tempi tra domanda e offerta; valore d'immagine, l'opportunità di business si affianca all'opportunità di branding e visibilità; focus sull'innovazione, spazio alle nuove sinergie e all'innovazione.

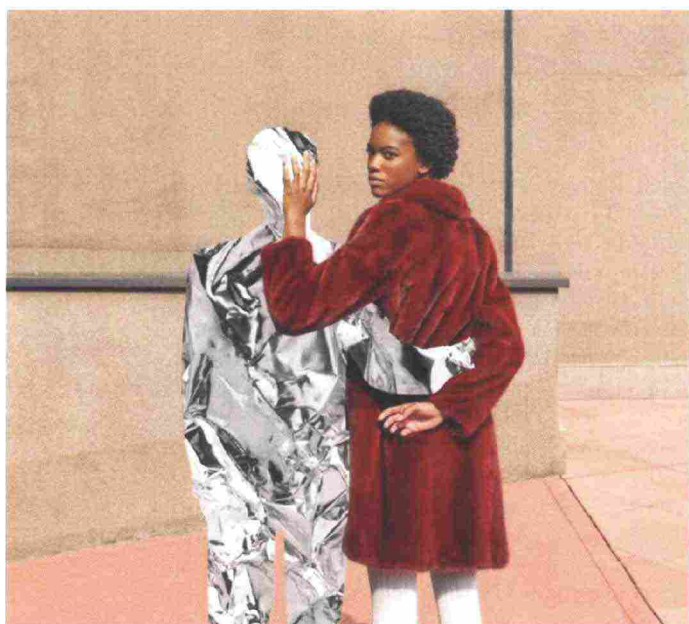


FOCUS

THEONEMILANO

the latest collections

A/W 2018-2019 collections from 23rd to 26th February. Bold colours and geometric shapes and volumes create ultra-contemporary, 3D-effects



TheOneMilano is ready to bring new takes on Haut à Porter fashion to fieramilanocity. From 23rd to 26th February Milan's exhibition hub will be hosting the latest edition of the high-end Exhibition. Pavilions 3 and 4 at fieramilanocity will be showcasing designs from leading international names and up-and-coming brands for the A/W season 2018-2019. The image of the Exhibition and the collections on show centres on ultra-contemporary, metropolitan women who shape their own urban style with panache. Although they may tend towards the classic, they prefer bold colours and dress for success by carefully choosing textures and experimenting with materials – fabric, full fur, knits in fine natural wools, high-tech outerwear, leather and vinyl accessories – with understated, ultra-modern taste, creating 3D-effects with the clever use of fur.

This take on fashion is appreciated by buyers from all over the world, as the attendance figures for the 2017 event attest. 64% of visitors came from outside of Italy, a number which

the organisers are aiming to take even higher in February 2018 by scouting and issuing invitations to high-end boutiques, concept stores, department stores and specialist retailers in Italy and beyond.

For its third edition, TheOneMilano is revolutionising its format and launching a new project that combines fur, lifestyle and prêt-à-porter.

The Advisory Board, a team of high-profile entrepreneurs and professionals, has played a leading role in shaping the new-look show. They include Natasha Godecki, consultant at Lambert & Associates, Giorgia Martelli, deputy general manager for media relations at GEDI Group, Mattia Mor, executive director for Europe at Mei.com (Alibaba Group), Cinzia Malvini, fashion and lifestyle journalist for LA7 and manager of BookModa, Luca Lanzoni, digital fashion director at Hearst Italia, Paolo Marsi, co-owner of StyleCouncilAssociati, Francesco Casile, founder and CEO of Casile&Casile Fashion Group, and Fabrizio Curci,



managing director and general manager of **Fiera Milano**. The regular trade-fair area, #theoneoriginal, is growing to include various new exhibition areas, in a move from exhibition to experience. There are major new names from the world of Italian and international prêt-à-porter as well as new hubs: #theoneidentity, the exclusive area dedicated to contemporary luxury brands and research and experimentation labels; #theoneshowroom, where buyers and new businesses can deal directly; and #theonexperience, the experiential space where lifestyle companies create new opportunities and synergies.

"Our show has always aimed to promote a fashion system that stands for not only carefully selected raw materials and manufacturing expertise but also a desire to network and to send what is, in a sense, a cultural message. Using Italy and Italian-made goods – a 'brand' recognised the world

The Exhibition

TheOneMilano is a new event. It was launched last year when two key players in Milan's fashion sector pooled their know-how and years of experience: MIFUR, the international fur and leather exhibition run by Ente Fieristico Mifur since 1996, and MIPAP, the prêt-à-porter exhibition which **Fiera Milano** has been hosting since 1980. TheOneMilano continues to rewrite the concept of the trade fair, with a modern format combining information and business in a single location, enabling buyers and firms to come together and establish solid, personalised relationships. The exhibition tells the story of the collections with an approach based on buyers' needs. It optimises the fashion on show from designers who are chosen for their fine quality and flair for materials and techniques. TheOneMilano is open exclusively to professionals: the first two editions of the b2b-only exhibition attracted some 15,000 visitors.

over – as our foundation, we wanted TheOneMilano to be a permanent forum for engaging with international companies in a constructive dialogue to develop an offering that can meet the demands of retailers and, ultimately, end consumers", said Norberto Albertalli, president of TheOneMilano. "Fairs must change to reflect market trends; to lead, they must go further and anticipate them. That is why we have built a fair that offers buyers the experience of a unique relationship, imbued with the spirit of Milan, the host city where attention to detail is second nature".

With its new formula TheOneMilano becomes a vanguard for change, which it promotes along three main lines: speed of impact, reducing the time lapse between supply and demand; image value, business opportunities but also branding opportunities and visibility; focus on innovation, space for new synergies and innovation.

