

FIERE

THEONEMILANO 2018

La terza edizione chiude con oltre il 60% di buyer esteri

In quattro giorni, la manifestazione ha registrato 10.980 presenze di cui oltre il 60% estere, in linea con la passata edizione. Sul fronte internazionale TheOneMilano è tra i primi appuntamenti fieristici con una delle percentuali più alte di buyer esteri a conferma di un appuntamento irrinunciabile per il mondo della moda. 342 brand presentati dalle 269 aziende di cui quasi il 45% estere hanno messo in mostra il meglio della loro produzione che ha puntato su qualità, creatività e innovazione.

“Abbiamo chiuso un'edizione positiva – dichiara il presidente di TheOneMilano, Norberto Albertalli- la manifestazione è vitale e il grande fermento nelle giornate ci fa ben sperare anche se il mercato italiano, purtroppo, non registra ancora segnali di ripresa. L'ottima affluenza dei buyer esteri, pari a 7.038 presenze, ha dato linfa al settore sostenendo soprattutto le aziende italiane, che lavorano per esportare”.

Ancora una volta importante il sostegno di ICE-ITA che ha supportato la manifestazione selezionando e profilando una serie di buyer da mercati strategici che si sono rivelati importanti compratori. Le migliori performance, in termini di visitatori, arrivano dai

Paesi extra europei, con la Cina in pole position, che con i suoi 1.211 buyer dimostra di essere un mercato in espansione particolarmente attento ai prodotti di qualità; a seguire la Russia e l'Ucraina, Paesi storici da sempre attenti a questa merceologia. Sul fronte europeo i Paesi più interessati restano Grecia, Spagna e Francia. Con questa edizione TheOneMilano si è ritagliata un chiaro ruolo nel panorama del sistema moda e dà appuntamento dal 21 al 24 settembre 2018, sempre a Fieramilanocity, in concomitanza con la Milano Fashion Week.

Dopo il grande successo delle prime due edizioni, il salone dell'haute-à-porter ha organizzato - durante Milano Moda Donna - la sfilata evento “Italian Fashion Night”.

Giunta alla sua terza edizione, e organizzata da TheOneMilano in collaborazione con l'Associazione Italiana Pellicceria - “Italian Fashion Night” ha conquistato un posto importante nel calendario degli eventi della fashion week milanese, che già nella precedente edizione aveva richiamato una platea di oltre mille ospiti. In passerella hanno sfilato importanti brand della pellicceria Made in Italy: da Fabio

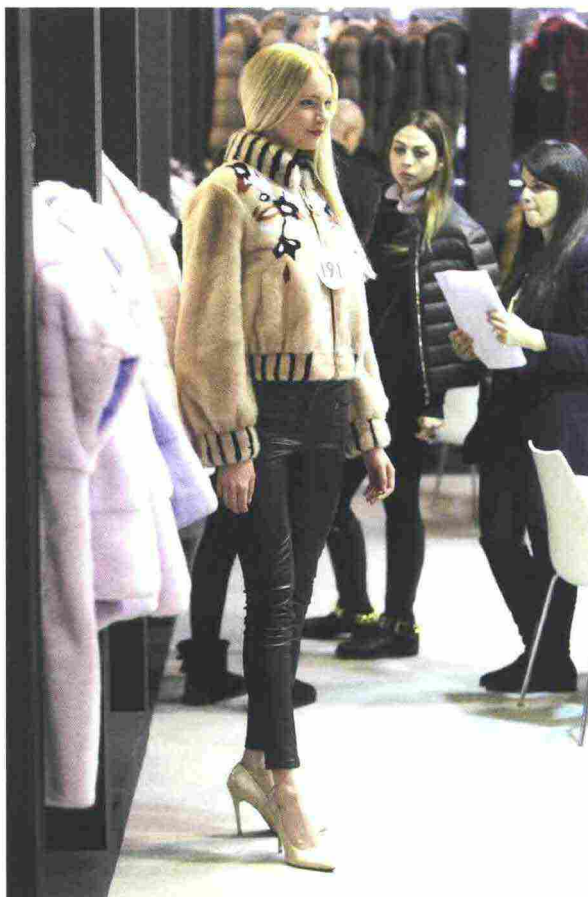




Gavazzi a Rindi, da Pajaro a Giorgio Magnani Luxury, Grandifur e Malamati. A loro si aggiunge Copenhagen Fur, azienda danese scelta come main sponsor della sfilata, che ha sottolineato come l'approccio della fur industry sia sostenibile, come recita il loro manifesto: "la pelliccia è un prodotto naturale totalmente bio degradabile. I capi fur durano più a lungo e sono facilmente riciclabili; la filiera produttiva sostiene altre industrie green, come per esempio la produzione di bio-diesel". E proprio i capi creati dalle grandi maison con le pelli prodotte da CopenhagenFur, sono stati protagonisti del défilé sostenibile scelto per il gran finale.

"Questa sfilata è un messaggio di grande importanza, rivolto ai Buyer di tutto il mondo che arrivano per il nostro salone e per i compratori presenti in città per la kermesse della moda milanese - dichiara Norberto Albertalli, presidente di TheOneMilano - L'Italia è fashion leader e sa di doverlo dichiarare non solo con l'eccellenza creativa del prodotto: tutte le collezioni in passerella sono interamente made in Italy, firmate da aziende che sanno parlare il linguaggio della trasparenza, della serietà produttiva, della responsabilità sociale.

Su questa passerella guardiamo al presente del nostro essere impresa, ma anche del futuro, cioè a quello che immaginiamo e costruiamo non solo per noi ma anche per le prossime generazioni".



FAIRS

THE ONEMILANO 2018

The third edition ends recording over 60% of international buyers

In four days, the trade fair has recorded 10,980 visitors, 60% of which from abroad, in line with the past edition. TheOneMilano is one of the trade fairs with the highest percentage of international buyers, which makes it a must-attend event for the fashion industry. 342 brands presented by 269 companies, 45% of which are international, have showcased their best productions, featuring quality, creativity, and innovation.

"This edition closed positively – declared Norberto Albertalli, president of TheOneMilano – The event is extremely dynamic and the state of effervescence of these days, makes us be optimistic, even if the Italian market is still not recording signals of an economic recovery. The excellent turnout of international buyers (7,038 presence) has given renewed energy to the industry, thus supporting Italy's export-oriented companies."

ICE-ITA (Italian Agency for the Promotion Abroad and the Internationalization of Italian Companies) has given its support by selecting and profiling a series of buyers from strategic markets, which turned out to be extremely important.

Non-European countries recorded the highest number of visitors, with China in pole position with 1,211 buyers. This confirms its

ever-expanding market, which is particularly focused on quality products. Russia and Ukraine, long-standing countries always attentive to this product category, are the second- and third-place "winners" of this special ranking. The European countries that showed more interest were Greece, Spain, and France.

With this edition, TheOneMilano has conquered a prominent position in the fashion industry. Save the date! From 21 to 24 September 2018, simultaneously with Milan Fashion Week, always at Fieramilanocity. After the huge success of the first two editions, the haute-à-porter trade fair has organised – during the Milano Moda Donna event – the "Italian Fashion Night".

The "Italian Fashion Night" is organised by TheOneMilano in collaboration with the Italian Fur Association. At its third edition, this event has already conquered an important spot in the Milan Fashion Week schedule. Last year, it attracted over one thousand guests. Major brands of Italy's fur industry showcased their creations, from Fabio Gavazzi to Rindi, from Pajaro to Giorgio Magnani Luxury, Grandifur and Malamati. Copenhagen Fur, the main sponsor of the event, has outlined how sustainable is the approach of the fur industry, as stated in their manifesto. "Fur is a natural and fully bio-degradable product. Fur garments last





longer and can be recycled easily. The supply chain supports other green industries, such as the production of biodiesel." Stars of the sustainable fashion show chosen for the grand finale were the creations of major fashion houses made with CopenhagenFur's leather. "This fashion show delivers a very important message to Italian and international buyers who arrived in Milan for the event – declared Norberto Albertalli, president

of TheOneMilano – Italy is a fashion leader and has the responsibility to declare it not only with the creative excellence of their products. All the collections showcased are entirely made in Italy from transparent, serious, and socially responsible companies. This catwalk showcases not only the present of our companies, but also their future, meaning what we are imagining and building for us and for the next generations."



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.