

fairs

THEONEMILANO



INCREASINGLY INTERNATIONAL

The show, which ended this past 26 February, confirmed itself to be a leading sector platform, with a more than 60% turnout in foreign buyers

Many new products and positive feedback for the third edition of the Milan-based International Fur and Leather Show, which ended its fourth day (from 23 to 26 February) registering 10,980 visitors, 7,038 of whom were foreign in origin. Key to this result was once again the important support of ICE-ITA, which selected and invited buyers from strategic markets like South Korea, Russia, Saudi Arabia, Kuwait, United Arab Emirates, Japan, United States, Austria, Belgium, Lebanon, Turkey and Morocco. Going more into detail, the best performances in terms of foreign visitors were registered by countries outside the EU, with China in the lead with its 1,211 buyers, followed by Russia and Ukraine, historic customers for the sector. From Europe, instead, the most strategic countries were once again the countries of Greece, Spain and France. As far as the show's offering was concerned, 342 brands were presented by 269 different companies, almost 45% of which were non-Italian, showcasing the very best selection in terms of quality, creativity and innovation. TheOneMilano strongly emphasised innovation, starting with the renewal of its own image and new exhibition format, with interconnected areas. We are speaking of none other than #TheOnedentity, the exclusive

SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALE

La manifestazione, che si è conclusa lo scorso 26 febbraio, si conferma il più importante appuntamento fieristico di settore con oltre il 60% di buyer esteri

Tante novità e conferme per la terza edizione del Salone internazionale della pelle e della pellicceria milanese, che ha concluso la sua quattro giornate (dal 23 al 26 febbraio) registrando 10.980 visitatori, dei quali 7.038 provenienti dall'estero. In questo risultato, ancora una volta si è rivelato importante il sostegno di ICE-ITA, che ha selezionato e invitato buyer da mercati strategici quali Corea del Sud, Russia, Arabia Saudita, Kuwait, Emirati Arabi, Giappone, Stati Uniti, Austria, Belgio, Libano, Turchia, Marocco.

Guardando nel dettaglio i dati di chiusura, le migliori performance in termini di visitatori stranieri sono state registrate dai Paesi extraeuropei, con la Cina in pole position con i suoi 1.211 buyer, seguita da Russia e Ucraina, Paesi storicamente attenti a questa merceologia di prodotto. Sul fronte europeo, i più rappresentativi sono stati come in passato la Grecia, la

area dedicata to contemporary luxury brands and to labels that prioritise research and experimentation, like Sonia Speciale, Campomaggi, Caterina Lucchi, Mua Dolls, San Andres Milano, Ida Lou, Not Shy the hottest cashmere, Mavina, Au197Sm, Brigitte Bardot and Liven. #TheOneShowroom was instead the hub where companies had the chance to meet buyers, distributors and industry operators directly and to do new business, featuring brands like Zappieri Milano, Style Council, Elisa Gaito, Louvre fashion agency, and Mdm7 show room. Finally, #TheOneOriginal was a showcase of the very best manufacturing, with protagonists like Nuovo Borgo, Daniela Drei, Kontessa, Club Voltaire and Carmen Milano. New spaces of increasingly international scope were joined by #TheOneFur&Leather, the showcase for the leading names in the fur and leather sector, dominated by names of the calibre of Rindi, Artico, Gianfranco Ferré Furs, Dynafur, Tosato, et cetera.

Making the Show even more interesting and enriching the offer, the first evening of the fair hosted "Italian Fashion Night", the show-event, which saw fur in a starring role at Milan Fashion Week. Sunday, instead, featured "Remix", the International Competition organised by IFF (the International Fur Federation) and dedicated to up-and-coming talent from around the world.

Among the initiatives was also the "Nice 1" project, created in collaboration with CNA Federmoda, which saw four of the six young designers who won the RMI Competition - Ricerca Moda Innovazione (at Alta Roma, July 2017) put into contact with four exhibitors at the exhibition to create a capsule collection, which would then be marketed at the fair by the designers themselves.

TheOneMilano will return to fieramilanocity from 21st to 24th September 2018, to once again coincide with Milan Fashion Week.



Spagna e la Francia. Per quanto riguarda l'offerta espositiva, erano presenti 342 brand in rappresentanza di 269 aziende, delle quali il 45% estere, che hanno messo in mostra eccellenti selezioni in termini di qualità, creatività e innovazione.

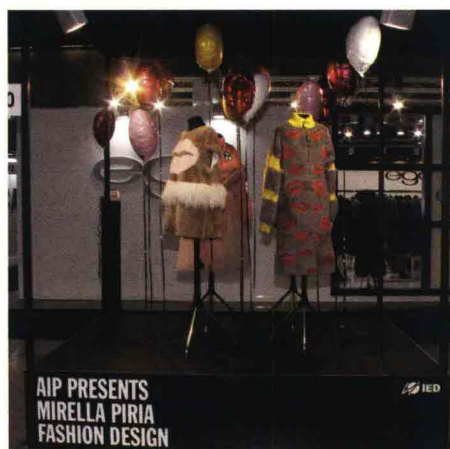
TheOneMilano ha puntato con forza sull'innovazione, partendo dal rinnovamento della propria immagine e dello stesso format espositivo, con nuovi spazi interconnessi. Parliamo di #TheOneIdentity, l'area esclusiva dedicata alle insegne del contemporary luxury e ai marchi di grande ricerca e sperimentazione come Sonia Speciale, Campomaggi, Caterina Lucchi, Mua Mua Dolls, San Andres Milano, Ida Lou, Not Shy the hottest cashmere, Mavina, Au197Sm, Brigitte Bardot e Liven. #TheOneShowroom, l'hub dove le aziende hanno avuto l'opportunità di incontrare direttamente buyer, distributori e operatori di settore per fare business, e che ha coinvolto marchi come Zappieri Milano, Style Council, Elisa Gaito, Louvre fashion agency, Mdm7 show room. #TheOneOriginal, la vetrina del meglio del manifatturiero, che ha visto protagonisti nomi come Nuovo Borgo, Daniela Drei, Kontessa, Club Voltaire e Carmen Milano.

I nuovi spazi, dal respiro sempre più internazionale, si sono affiancati a #TheOneFur&Leather, la vetrina dei grandi protagonisti del settore della pelle e della pellicceria dominata da nomi del calibro di Rindi, Artico, Gianfranco Ferré Furs, Dynafur, Tosato e così via.

Per rendere il Salone ancora più interessante e arricchire l'offerta commerciale, nella serata del primo giorno di fiera si è svolta "Italian Fashion Night", la sfilata-evento che ha visto la pellicceria grande protagonista della Fashion Week milanese, la domenica è stata invece la volta di "Remix", il Concorso Internazionale organizzato da IFF (International Fur Federation) dedicato ai talenti emergenti provenienti da tutto il mondo.

Tra le iniziative ricordiamo anche "Nice 1", realizzato in collaborazione con CNA Federmoda, che ha coinvolto quattro dei sei giovani stilisti vincitori del Concorso RMI - Ricerca Moda Innovazione (in occasione di Alta Roma del luglio 2017), che sono stati messi in contatto con altrettanti espositori del salone al fine di realizzare una capsule collection messa poi in vendita proprio in occasione della fiera.

L'appuntamento con TheOneMilano ritorna in calendario dal 21 al 24 settembre 2018 a fieramilanocity, in concomitanza ancora una volta con la Milano Fashion Week.



THE EXCELLENCE OF FURWEAR ON THE CATWALK

AFTER THE GREAT SUCCESS OF THE LAST EDITIONS HELD DURING MILAN FASHION WEEK, THE "ITALIAN FASHION NIGHT" ORGANISED BY THEONEMILANO IN COLLABORATION WITH AIP WAS HELD LAST FEBRUARY IN THE PRESENCE OF AN AUDIENCE OF MORE THAN A THOUSAND GUESTS



The event of February 23rd 2018 (preceded by a gala cocktail party) was once again organised in the beautiful setting of the Fashion Hall in Via Burigozzo 6. Now in its third year during Women's Fashion Week, it has become an important date on the Milan Fashion Week calendar.

Noted Italian fur brands made their way down the catwalk among the applause of fashion experts, international press and buyers from all over the world: from Fabio Gavazzi to Rindi, and from Pajaro to Giorgio Magnani Luxury, Grandifur and Malamati. They joined Copenhagen Fur, the Danish company chosen as the main sponsor of the fashion show, which underlined a fur industry approach that is sustainable: "Fur is a natural, totally biodegradable product. Fur garments last a long time and are easy to recycle; the production chain supports other green industries, such as bio-diesel production". The garments created by big fashion labels using furs produced by Copenhagen Fur will be the stars of the sustainable fashion show chosen for the grand finale.

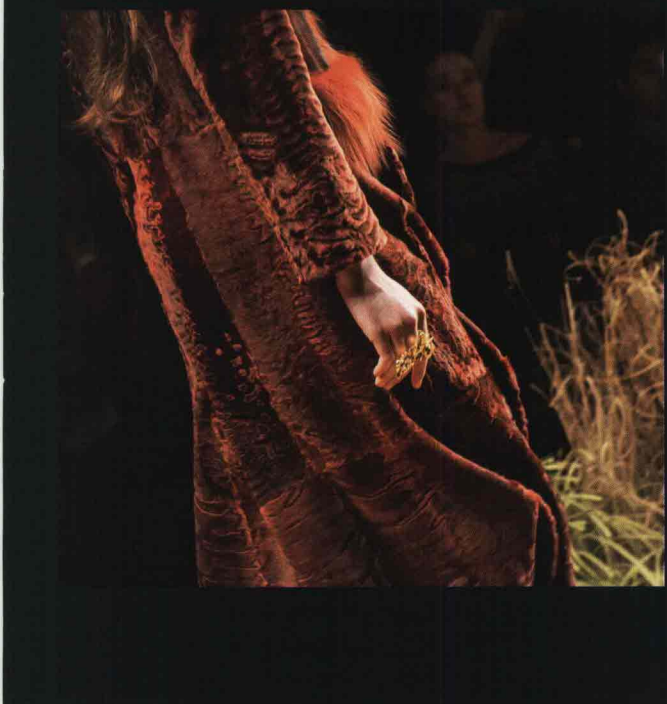
"This fashion show is a very important message aimed at buyers from all over the world who come to our show and at buyers who come to the city for the Milan Fashion Week," said Norberto Albertalli, president of TheOneMilano. "Italy is a fashion leader and knows it has to show this not simply through the creative excellence of the product: all the collections appearing on the catwalk are made entirely in Italy, designed by companies who are skilled in conveying transparency, and who are serious about their production and social responsibility. What we will see on this catwalk is how we do business now, and also how we want to do it in the future, in other words, how we imagine it to be and how we want to build it, not only for us but also for future generations".

L'ECCELLENZA DEL FURWEAR IN PASSERELLA

DOPO IL GRANDE SUCCESSO DELLE ULTIME EDIZIONI SVOLTESI DURANTE LA FASHION WEEK MILANESE, LA SFILATA EVENTO "ITALIAN FASHION NIGHT" ORGANIZZATA DA THEONEMILANO IN COLLABORAZIONE CON L'AIP SI È SVOLTA A FEBBRAIO SCORSO ALLA PRESENZA DI UNA PLATEA DI OLTRE MILLE OSPITI



TheOneMilano/february 2018



L'evento del 23 febbraio (preceduto da un gala cocktail) è stato nuovamente organizzato nell'affascinante cornice del Fashion Hall di via Burigozzo 6. Giunto alla terza edizione durante Milano Moda Donna, ha conquistato un posto importante nel calendario degli eventi fashion milanesi.

In passerella hanno sfilato tra gli applausi degli addetti ai lavori, stampa internazionale e buyer da tutto il mondo importanti brand della pellicceria Made in Italy: da Fabio Gavazzi a Rindi, da Pajaro a Giorgio Magnani Luxury, Grandifur e Malamati. A loro si è aggiunta Copenhagen Fur, azienda danese scelta come main sponsor della sfilata, che ha sottolineato come l'approccio della fur industry sia sostenibile: "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 Copenhagen Fur, 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 - ha dichiarato 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".



RINDI



RINDI



2018 ITALIAN FASHION NIGHT

RINDI

The star is a modern and strong-minded cowgirl. The colours are dark red, denim blue, olive green and white. Fur is used like a fabric, in a mix of different materials: cashmere, sheepskin, shorn and long-haired mink. Lots of intarsia and convertible garments, such as the knee-high coat that turns into a jacket or a skirt depending on the situation and how the wearer feels.

La protagonista è una 'cowgirl', grintosa e moderna. Nella palette, rosso scuro, blu jeans, verde oliva e bianco. La pelliccia viene usata come una sorta di tessuto, in un mix di materiali diversi: cashmere, montone, visone rasato e a pelo lungo. Molti gli intarsi e i capi trasformabili, come il cappotto al ginocchio che diventa un giacchino oppure una gonna a seconda delle occasioni e dei desideri di chi lo indossa.



FABIO GAVAZZI



FABIO GAVAZZI



FABIO GAVAZZI



2018 ITALIAN FASHION NIGHT

FABIO GAVAZZI

Jeff Koons' pop art is evoked in the creations that alternate on the catwalk in quick succession. Revolutionary and progressive, the collection reflects a near future in which we will need to be equipped, but with style. Fur becomes couture sportswear: high-vis stripes, zipped garments, quilted collars and pockets, even the flowers are deconstructed and inflated, in pure pop art style.

L'arte pop di Jeff Koons viene rievocata nelle creazioni che con ritmo serrato si avvicendano in passerella. Rivoluzionaria e di stampo progressista, la collezione racconta un futuro prossimo in cui occorrerà essere equipaggiati, ma con stile. Ecco che la pelliccia si fa sport couture: stripe catarifrangenti, capi zippati, colli e tascone in piumino, persino i fiori sono destrutturati e gonfiati, in puro stile pop art.

GIORGIO MAGNANI LUXURY



GIORGIO MAGNANI LUXURY



GIORGIO MAGNANI LUXURY



GIORGIO MAGNANI LUXURY



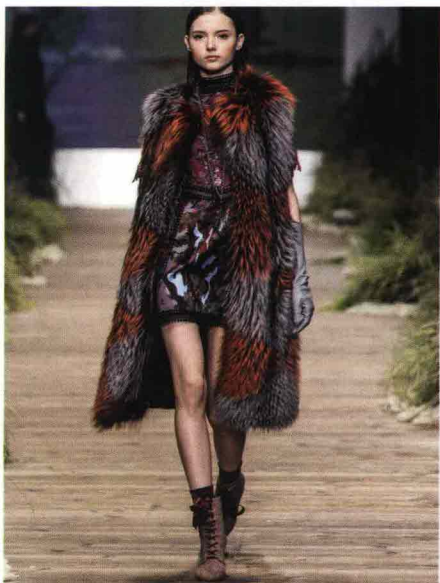
2018 ITALIAN FASHION NIGHT

GIORGIO MAGNANI LUXURY

Sable, mink, fox, cashmere, chiffon and man-made fabrics inspired by pop art, rock, punk, and the 80s, reinterpreted with a glamorous and romantic feel. The lines are fluid and minimal; primary colours are paired with captivating metallic colours.

Zibellini, visoni, volpi, cashmere, chiffon e tessuti fatti a mano ispirati all'arte pop, al rock, al punk, agli anni '80 rivisitati in chiave glamour e romantica. Le linee sono fluide e minimali, i colori primari, accostati a sfumature metalliche di grande impatto.

GRANDIFUR



GRANDIFUR



GRANDIFUR



2018 ITALIAN FASHION NIGHT

GRANDIFUR

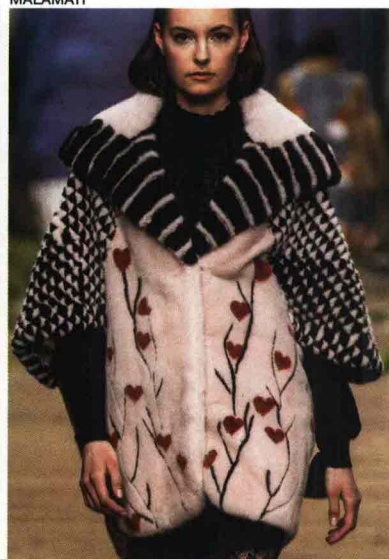
GrandiFur dedicates this collection to a young and modern woman who loves to be practical yet sophisticated even in her everyday life. Colourful furs enriched with intarsia or velvet floral applications, batik printed coats with large collars and two-tone fox sleeves.

GrandiFur dedica questa collezione a una donna giovane e moderna che anche nella sua quotidianità ama essere pratica ma raffinata. Pellicce colorate e arricchite da intarsi o da applicazioni floreali di velluto, cappotti a stampe batik dai grandi colli e le maniche in volpe bicolore.

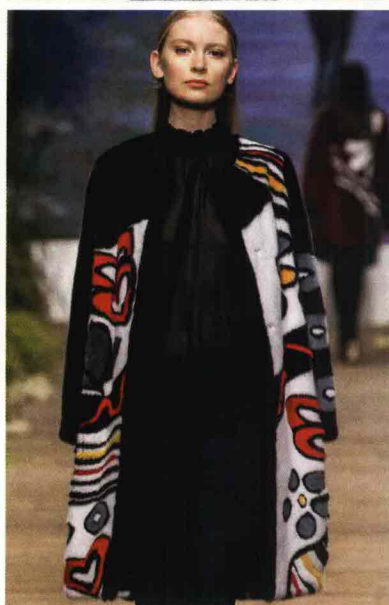
MALAMATI



MALAMATI



MALAMATI



MALAMATI



2018 ITALIAN FASHION NIGHT

MALAMATI

An extremely feminine collection that uses precious furs with fragmented surfaces that play on the different contrasting materials or fragments of intarsia patterns. Jackets that become stoles and vests in a clever puzzle that reflects the varied personality of the contemporary woman.

Una collezione estremamente femminile, che utilizza pelli preziose proponendole in superfici frammentate che giocano sul dialogo tra diversi materiali a contrasto o frantumati in disegni a intarsio. Giacche che diventano stole o gilet in un sapiente puzzle che rispecchia la personalità variegata della donna contemporanea.

PAJARO



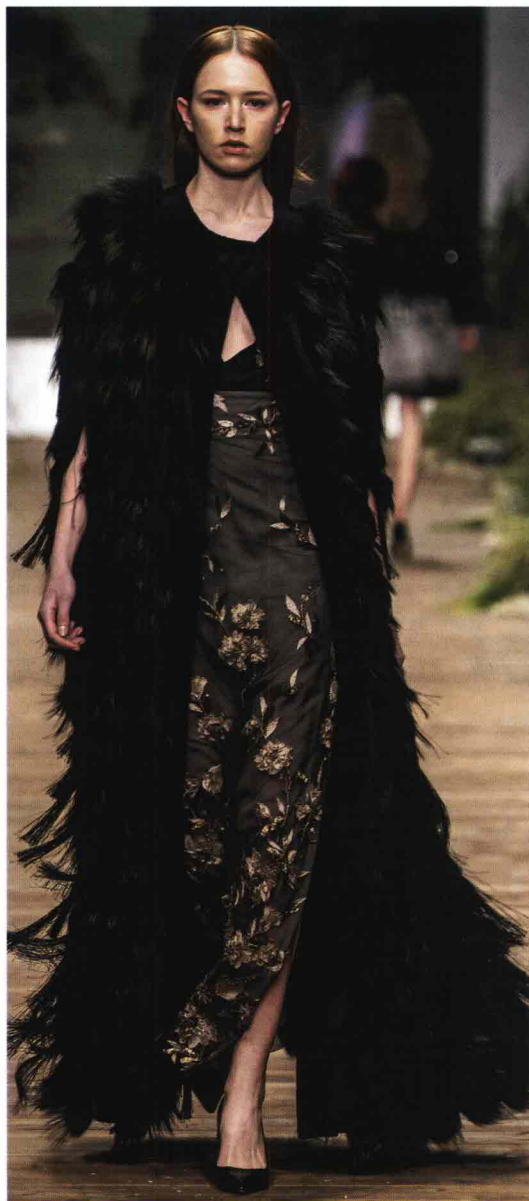
PAJARO



PAJARO



PAJARO



2018 ITALIAN FASHION NIGHT

PAJARO

Modularity and multifunctionality are the keywords of a glamorous collection that plays with garments, breaking them down into various parts that can also be worn on their own. Reversible solutions that on the one hand are casual and sporty and on the other, absolutely ideal for the evening. Twin ideas provide different emotions and moods.

Modularità e multifunzionalità sono le parole chiave di una collezione ricca di glam che gioca con i capi scomponendoli in varie parti che possono anche essere indossate da sole. Soluzioni reversibili che da un lato appaiono casual e sportive e dall'altro assolutamente da sera. Idee 'twin' per emozioni diverse e differenti atmosfere.



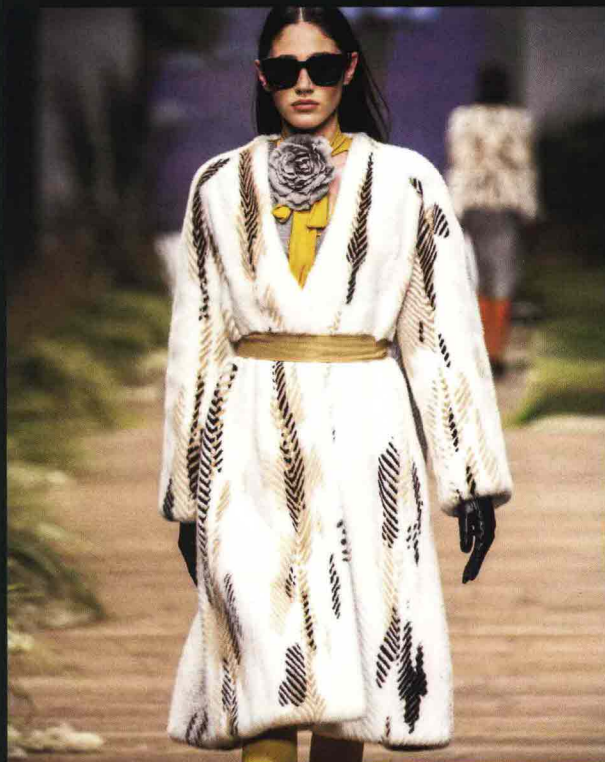
KOPENHAGEN FUR



KOPENHAGEN FUR



KOPENHAGEN FUR



2018 ITALIAN FASHION NIGHT

KOPENHAGEN FUR

Versatile garments for him and her in a classic style made with the finest materials: this is how the Danish company showcases its excellent products on the catwalk. There are also garments for a younger generation with striped and geometric patterns.

Capi versatili per lui e lei di stampo classico realizzati con i migliori materiali: così l'azienda danese manda in passerelle l'eccellenza della sua produzione. Non mancano capi di gusto giovane con decori rigati e geometrici.