

TheOneMilano, prima fiera dell'haute-à-porter, nata da sinergie

Dalla fusione delle fiere di pellicceria e del pret-à-porter

[Mi piace](#) 0
[facebook](#)
[twitter](#)
[google+](#)
[e-mail](#)



Milano, 16 feb. (askanews) - Due fiere si uniscono per dare vita a un'unica manifestazione che vuole essere il primo e unico salone dell'haute-à-porter: TheOneMilano, nuovo appuntamento previsto a fieramilanocity dal 24 al 27 febbraio, nasce dalla sinergia tra Mifur, il Salone internazionale della pellicceria e della pelle, e Mipap, il Salone internazionale del pret-à-porter. Alla conferenza stampa di presentazione a Milano è intervenuto anche il sottosegretario allo Sviluppo economico, Ivan Scalfarotto, che ha parlato della necessità di fare sistema in particolare nel settore della moda. "Il Tavolo della moda è stata un'invenzione rivoluzionaria - ha detto Scalfarotto - Mettersi intorno a un tavolo per parlarsi ha fatto emergere idee

creative, per permettere alla nostra filiera, che è unica perché completa, e mostrare a tutti che nessuno è in grado di mettere in piedi uno show del bello come può fare Milano, una cosa unica al mondo. Qualche volta abbiamo sacrificato il settore, considerandolo effimero, io non la penso così, perché poche cose possono rappresentare la nostra cultura in questo modo".

Entrando nello specifico della fiera, il sottosegretario ha sottolineato che "TheOneMilano significa creare una sola realtà dove prima ce ne erano due, ma soprattutto dimostra che la concorrenza interna non deve esistere, perché la vera competizione è solo sul piano internazionale".

Alla luce di queste premesse, TheOneMilano vorrebbe presentarsi come un Salone moda che si rivolge a boutique, department store, concept store negozi specializzati internazionali, "proponendo loro collezioni capaci di creare un vero fatturato di vendita e proventi da aziende del manifatturiero italiano e internazionale presenti sul mercato in maniera strutturata e consolidata". Norberto Albertalli, presidente di TheOneMilano, ha sottolineato a sua volta l'importanza di avere giocato la carta della sinergia: "Una storia nuova per superare le differenze e usarle come radici, non come elemento di distinzione".

I numeri della nuova fiera parlano di 286 brand, 244 aziende, di cui 141 italiane e 103 straniere, con aspettative che parlano di 12mila visitatori. Il presidente di Fiera Milano, Roberto Rettani, ha accolto con entusiasmo l'accorpamento dei due saloni precedenti: "Siamo lieti di questa novità - ha detto - due fiere che uniscono risorse ed energie sono un esempio che si estenderà anche ad altri settori. Credo che Fiera Milano abbia tra i propri ruoli istituzionali anche quello di favorire queste alleanze, perché sappiamo dai numeri che c'è un reciproco beneficio. Due pilastri ci guidano: l'eccellenza e il Made in Italy, in questo caso li abbiamo entrambi".