

TRENDING

L'anno zero di TheOneMilano è un work in progress: meno...



Search...



# LA CONCERIA

ATTUALITÀ E APPROFONDIMENTI DAL MONDO DELLA PELLE



HOME

CHI SIAMO

COSA FACCIAMO

TARGET

ARCHIVIO ▾

ABBONAMENTI

CONTATTI



YOU ARE AT: Home » fiere » L'anno zero di TheOneMilano è un work in progress: meno visitatori rispetto alle attese, occhi puntati su febbraio 2018



IL SETTIMANALE DELLA PELLE

Numero 30



LOGIN ABBONATI RIVISTA ONLINE

Username

Password

password dimenticata?

Login



ARCHIVIO

Anno 2013

Anno 2014

## L'anno zero di TheOneMilano è un work in progress: meno visitatori rispetto alle attese, occhi puntati su febbraio 2018

SETTEMBRE 25, 2017

FIERE

Work in progress. Il numero di visitatori è stato leggermente al di sotto delle aspettative. Ma gli organizzatori confidano di poter ancora esplorare il potenziale di crescita della manifestazione. È il bilancio della prima edizione di TheOneMilano destinata alla stagione estiva. Fiera nata dall'unione di intenti di Mifur e Mipap che, dopo l'esordio di febbraio, in questi giorni si è presentata a **Fieramilano** City con la novità assoluta dell'appuntamento per le collezioni primavera estate. "È il nostro anno zero - commenta Norberto Albertalli, presidente di Mifur -. TheOneMilano è un progetto che intendiamo portare avanti. Per l'edizione di febbraio 2018 siamo sereni, lavoreremo su quella del prossimo settembre". Come? "Attrahendo, anche in collaborazione con ICE, più delegazioni - risponde Albertalli - e allargando la platea di espositori".


[◀ PREVIOUS ARTICLE](#)

Marche: la Russia ritorna, ma la scarpa non sorride. Nel primo semestre l'export scende ancora

[NEXT ARTICLE ▶](#)

Al via le sfilate di Parigi, tra grandi ritorni (Givenchy e Ungaro) e nuovi esordi (Lanvin, Guy Laroche)

RELATED POSTS



I numeri dicono che le buone sensazioni di theMicam e Mipel sono realtà: visitatori in crescita, tornano i russi



“La miglior edizione degli ultimi anni: buyer più sereni”. I primi bilanci di theMicam in attesa della chiusura.



Sneaker e personalizzazione, meglio se insieme. Lo stile a theMicam conferma la forza della sportiva fashion

Anno 2015

Anno 2016

Anno 2017

[ABBONATI ALLA RIVISTA](#)

VUOI RICEVERE MDP-LACONCERIA  
PUNTUALMENTE OGNI SETTIMANA?  
**Abbonati alla rivista!**

EDIZIONE ANNUALE CARTACEA: - Italia 170€ -  
Europa 300€ - Extra Europa 310€

EDIZIONE ANNUALE ON LINE 90€

EDIZIONE ANNUALE CARTACEA + ON LINE  
(SOLO ITALIA) 190€

## IL SETTIMANALE DELLA PELLE

### LaConceria

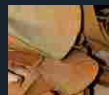
LaConceria è una realtà editoriale che da oltre un secolo, esattamente dal 1893, si occupa di consumi, mercato, economia, commercio dell'area pelle italiana e internazionale. LaConceria è un settimanale in abbonamento tirato in circa 2.000 copie cartacee ed editato anche in formato digitale.

MdP-laConceria è un settimanale in abbonamento tirato in circa 2.000 copie cartacee ed editato anche in formato digitale.

## ARTICOLI PIÙ VISTI



SETTEMBRE 19, 2017  
San Mauro Pascoli. Zanotti forma i giovani in una micro manovia: "Un'operazione che ci ha salvato"



SETTEMBRE 11, 2017  
Santa Croce sull'Arno, la conceria Texas presenta richiesta di concordato preventivo



SETTEMBRE 16, 2017  
C'era una volta l'orlatrice. La scarpa italiana lancia l'allarme-estinzione: "Serve un grande progetto formativo"

## ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER






Utilizziamo i cookies per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Cliccando il bottone "Accetto" acconsenti al loro utilizzo. Per negare il consenso all'utilizzo dei cookies non continuare la navigazione.