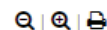


TheOneMilano amplia le aree e nomina un Advisory Board

Di [Laura Galbiati](#) - 21 Dicembre 2017



Saranno molteplici le novità che caratterizzeranno la terza edizione di TheOneMilano, prevista dal 23 al 26 febbraio nei padiglioni di Fieramilanocity, a partire da un nuovo format che riunisce gli universi del fur, del prêt-à-porter e del lifestyle.



“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 un certo senso culturale”, ha spiegato Norberto Albertalli, Presidente di TheOneMilano.

La manifestazione, che nelle prime due edizioni ha fatto registrare complessivamente circa 15 mila ingressi, si arricchisce di nuove aree: “#theoneidentity”, dedicata al contemporary luxury e alle label di ricerca e sperimentazione; “#theoneshowroom”, dove buyer e aziende possono incontrarsi; e lo spazio esperienziale “#theonexperience”.

TheOneMilano, infine, ha deciso di nominare un Advisory Board composto da un gruppo di imprenditori e professionisti del settore: 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.

Di [Laura Galbiati](#)