

NUOVO FORMAT PER THEONEMILANO

La terza edizione di TheOneMilano, che si terrà a Fieramilanocity dal 23 al 26 febbraio, rivoluziona il format e lancia un nuovo progetto che coniuga fur, prêt-à-porter e lifestyle.

La manifestazione, che nelle prime due edizioni ha fatto registrare complessivamente circa 15mila 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".

"Il nostro salone, da quando è nato, ha 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.

"TheOneMilano, infine - si legge in una nota - 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**".