

**THEONE MILANO DEBUTTA CON IL NUOVO FORMAT**

La terza edizione del salone, che riunisce Mifur e Mipap, si apre in un clima positivo. Nel 2017 il valore della produzione al retail della pellicceria è cresciuto del 3,5%. Un'immagine TheOne Milano inizia il countdown verso la terza edizione di TheOne Milano. Il salone, in calendario dal 23 al 26 febbraio all'interno dei padiglioni 3 e 4 di Fieramilanocity, che ha raccolto l'esperienza di Mifur e Mipap, torna completamente rinnovato nella visual identity e nel format. Con 269 espositori per un totale di 342 brand, la kermesse si apre con il conforto dei dati preconsuntivi 2017, che vedono il valore della produzione al retail della pellicceria in aumento del 3,5%, equivalente a oltre 1,3 miliardi di euro, mentre il fatturato del tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento e calzature supera i 68,8 miliardi di euro con un aumento del 2,5%. A trainare i risultati è l'export che, per la pellicceria, cresce del 4% con particolari risultati da Cina (+19%), Francia (+13%) e Russia (+12%). Positivo è anche l'andamento del commercio estero per tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento e calzature che vede la ripresa dei principali mercati asiatici, Cina e Corea entrambe con una crescita double digit, e della Russia a +12,8%. E se l'unico mercato a regredire è quello Usa, l'appuntamento con l'haut-à-porter vuole essere l'occasione per ribadire la capacità di engagement delle aziende nostrane già dalla sera del 23 con lo show collettivo Italian fashion night (vedere MFF del 6 febbraio). Con l'aspettativa di vedere 12 mila buyer tra Italia ed estero, un dato raggiungibile considerato che al 31 gennaio erano già 8 mila gli operatori pre-registrati, il nuovo format espositivo prevede quattro percorsi, #TheOneIdentity, #TheOneShowroom, TheOneOriginal e TheOneFur&Leather. Da non perdere poi il secondo capitolo del progetto N.1-Nice 1, realizzato in tandem con Cna Federmoda, che vede la realizzazione di capsule da parte dei vincitori del concorso Rmi-Ricerca moda innovazione. Un progetto in fieri che culminerà a settembre 2018 quando i quattro designer, saranno ospitati da altrettante vetrine milanesi, che saranno selezionate più avanti, avendo così l'opportunità di farsi conoscere al grande pubblico. (riproduzione riservata)