

"Questo sito utilizza cookie per le proprie funzionalità e per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Chiudendo questo banner o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie."

MAGGIORI INFORMAZIONI

PAMBIANCONews

Giovedì 15 Febbraio 2018 - Testata fondata nel 2001

HOME NEWS SUMMIT FOCUS JOBS EDITORIALI TV MAGAZINE E-ACADEMY

TheOneMilano, 342 brand per la terza edizione

15 FEBBRAIO 2018



Un momento della conferenza stampa di The One Milano

TheOneMilano scalda i motori per la terza edizione che si terrà a Fieramilanocity dal 23 al 26 febbraio prossimi. A livello di numeri, il salone dell'haut-à-porter femminile vedrà 269 aziende espositrici, di cui 140 italiane e 129 internazionali, presentare 342 brand su una superficie espositiva di 15.500mq. I buyer attesi sono circa 12mila. Tra le novità di quest'anno, nuove aree espositive, ovvero TheOneIdentity, dedicata alle insegne del contemporary luxury e alle label di ricerca e sperimentazione come **Sonia Speciale**, **Campomaggi** e **Caterina Lucchi**. TheOneShowroom, dedicato appunto agli showroom, e TheOneOriginal, in cui trovano casa le realtà industriali del comparto tessile. Tra le altre aree, quelle dedicate ai new talents delle scuole (IED Milano e Accademia di costume e moda di Roma) e l'area tendenze. Il salone, inoltre, si arricchisce anche di eventi speciali, tra cui la sfilata collettiva con protagonista la pellicceria Italian Fashion Night (in programma durante la prima giornata di fiera).

PAMBIANCOTV



Viaggio in anteprima all'interno del nuovo headquarter di Amazon Italia



Zinesi (Sisley): "Il 2018 sarà l'anno dell'haicare"



Stefano Chiassai fashion designer in mostra a Brera

PAMBIANCO MAGAZINE N.2



Senza frontiere

IN QUESTO NUMERO:

C'ERANO UNA VOLTA I DANDY, TOPOLINO E LE SFILATE...

ATTUALITÀ

Moda in Borsa, 2017 l'anno del rimbalzo

CASE HISTORY

Benetton cerca il rilancio nella storia

TENDENZE



PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

I dati preconsuntivo 2017 dei settori che compongono il dna della fiera vanno a sostenere il sentimento positivo della fiera. Il valore della produzione a livello retail è, per la pellicceria, di 1,4 miliardi di euro (+3,5%), mentre il fatturato del tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento e calzature è di 64,8 miliardi di euro (+2,5 per cento). Per quanto riguarda le esportazioni, la pellicceria ha segnato un +4 per cento, spinto da Cina (+19%), Francia (+13%), Russia (+12 per cento). Per entrambi i settori però persistono le difficoltà delle esportazioni verso gli Usa. Per ciò che riguarda l'import, la pellicceria ha registrato un aumento del 6,5 per cento, mentre per tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento e calzatura è cresciuto di circa il 3 per cento. I consumi retail per la pellicceria hanno registrato una lieve ripresa (+1,8%) raggiungendo un valore sui 996 milioni di euro.


[DISCOVER MORE](#)

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

La fuga da New York arriverà ovunque [N°2/XIV]

Nelle scorse settimane c'è stato un piccolo terremoto americano, la cui onda lunga non si...



I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

- 1 Gucci supera Hermès. Davanti (per ora) c'è solo Vuitton**
- 2 Conti in tasca ai brand di Lvmh: il top resta Vuitton**
- 3 Suola rossa, Louboutin inciampa alla Corte Ue**
- 4 Kering batte le stime, utili operativi a +56%**
- 5 Sanremo, la prima sera all'Ariston vince Armani**

BILANCI 2016

Sono disponibili gli studi sui bilanci delle aziende relativamente al triennio 2014-2015-2016.

I settori disponibili sono i seguenti:

- Lusso
- Abbigliamento Formale Uomo
- Abbigliamento Donna
- Abbigliamento e Calzature Bambino
- Sportswear
- Calzature
- Pelletteria
- Gioielli e Orologi
- Profumi e Cosmetici