

EVENTI & PERSONAGGI

Guarda tutte le fotogallery degli eventi su www.ilgiorno.it



INSIEME Patrizia Signorini, Achille Colombo Clerici, Luciana Lamorgese, Gianvico Camisasca

PALAZZO CUSANI CONVEGNO PROMOSSO DALLA FEDERAZIONE NAZIONALE DEI CONSOLI
Esperti a confronto su leggi, globalizzazione e finanza

«È ANCORA la legge lo strumento forte di governo della globalizzazione, della grande finanza, della sicurezza e di altri fenomeni planetari? Non più. La legge non è in grado di farlo». Nel suo intervento Giovanni Legnini, vicepresidente del Csm, ha espresso una certa amarezza ai diplomatici riuniti a Palazzo Cusani nel dibattito organizzato da Fe.N.Co-Federazione Nazionale dei Consoli sul tema "L'influsso delle Leggi nello sviluppo economico e nella sicurezza internazionale". Parterre qualificato - tra gli invitati il prefetto Luciana Lamorgese, la presidente della Corte d'Appello Marina Tavassi, la presidente del Tribunale per i Minorenni Maria Carla Gatto, il presidente di Assoedilizia e dell'Istituto Europa Asia Achille Colombo Clerici, la vicedecana del Corpo Consolare Patrizia Signorini - sono intervenuti Michele Cittadella, comandante dell' Esercito Lombardia e Gianvico Camisasca, console Slovenia



PLATEA Marina Tavassi, Maria Carla Gatto, Achille Colombo Clerici



Ilaria D'Amico a spasso più forte del freddo

Ilaria D'Amico, 44 anni, affronta con stile il freddo. La conduttrice di Sky Sport paparazzata a Milano sfoggia un look dai colori sgargianti che ha il sapore dell'estate: cappotto verde, sciarpa gialla, maglia acqua marina



Altro che crisi di coppia Bobo e Costanza se la godono San Valentino alle Bahamas

L'ex velina Costanza Caracciolo e Bobo Vieri sono ancora una coppia. I due felici e innamorati hanno trascorso un San Valentino speciale e romantico alle Bahamas dove stanno trascorrendo qualche giorno di vacanza. Le voci di rottura tornano, ma ci pensa Costanza a smentirle postando sul suo profilo uno scatto di loro due insieme dalle Bahamas



In via Manzoni 44 modelle e ospiti d'onore per le nuove creazioni di Roberto De Wan

Drink inaugurale da De Wan in via Manzoni 44 per la sfilata in occasione del Carnevale Ambrosiano e di Milano Moda Donna. Nella foto di gruppo, da destra Roberto De Wan, ad De Wan Milano, la top-model Luane Doebber, Giada Valla, assistente di Roberto De Wan, il direttore dell'Istituto Italo-Cinese Maria Azzolina e il Cavaliere del Lavoro Mario Boselli, presidente onorario di Camera Nazionale della Moda Italiana. Nell'altra immagine la borsa-zainetto "California" di De Wan in pelle dauphine con un abito sartoriale della nuova collezione, rispettivamente a 255 e 450 euro info@dewanmilano.it



Apri Kanpai, un angolo di Sol Levante sotto la Madonnina

Kanpai è il nuovo Giappone nel cuore di Milano, in via Melzo 12, ispirato all'Izakaya, tipico locale nipponico dove in modo informale si beve saké accompagnato da piatti tradizionali. Kanpai nasce dalla passione di tre giovani soci verso il Paese del Sol Levante: uno scorcio di Giappone in versione contemporanea, autentica e soprattutto urbana. Le ricette saranno reinventate dalla chef giapponese Jun (già sous chef di Gong)



E il brand «24Karati» sbarca da Milano a Doha

Il brand padovano 24karati lancia le sue originalissime bags con foglia d'oro applicata su pelle a cui si è appena aggiunto, novità assoluta per il segmento luxury, il modello con manico in oro realizzato in stile classico bamboo. La collezione è esposta allo showroom Getra di via Piccinni 3 a Milano per il mese di febbraio. Il marchio 24karati si sta diffondendo sul doppio canale gioiellerie-negozi di pelletteria d'alto livello e, fuori confine, sarà disponibile da settembre alle Galeries Lafayette di Doha



Le più viste
di ieri

1



Harlem Globetrotters in visita
nella redazione de Il Giorno

2



San Valentino, a Milano il camper
contro la violenza sulle donne



INSIEME L'ad di Fiera Milano, Fabrizio Curci, e il presidente "The One" Norberto Albertalli; in alto a destra, la general manager Elena Salvaneschi

THE ONEMILANO A «FERAMILANOCITY» DAL 23 AL 26 FEBBRAIO

Qualità, business e 269 aziende La terza edizione sarà da record

- MILANO -

BEN 269 aziende espositrici - 140 italiane e 129 internazionali da 22 Paesi - presenteranno 342 brand a 12mila buyer da tutto il mondo. TheOneMilano torna a Fieramilanocity, dal 23 al 26 febbraio, con numeri «impressionanti» che inducono all'ottimismo, a cominciare dal suo presidente, Norberto Albertalli, che ha creato il Salone B2B che c'era: quello dedicato all'*haut-à-porter* femminile: sincrasi del *prêt-à-porter* e dell'alta gamma che unisce capacità manifatturiera con ricerca estetica e creatività. «Ci sono tutti gli ingredienti perché questa terza edizione sia quella di maggiore successo. TheOneMilano è sempre di più l'appuntamento internazionale per comprendere il mercato e individuare nuovi canali di sbocco» spiega Albertalli. Nuovi gli spazi espositivi con #TheOneIdentity, per dare valore ad aziende dall'appeal contemporaneo, #TheOneShowroom, dove i brand incontrano i compratori, #TheOneOriginal, col meglio del manifatturiero. Aree nuove che affiancano #TheOneFur&leather, vetrina per pelliccia e pelle. Quest'anno ci sono delegazioni già accre-

ditate da Corea del Sud, Russia, Arabia Saudita, Kuwait e tanti altri Paesi. «Grazie alla partnership con *Italian Trade Agency* di Ice si è fatto un gran lavoro sui mercati stranieri, sensibili alla nostra offerta di qualità». I segnali sono di ripresa: il valore della produzione a livello *retail* è, per la pellicceria, di 1.367 milioni di euro con un aumento del 3,5% rispetto al 2016 mentre il fatturato del tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento e calzature nel 2017 è di 64.822 milioni di euro, con un aumento del 2,5%. «Anche dall'export vengono dati incoraggianti. Per la pellicceria si è registrato l'anno scorso un incremento del 4% sul 2016 dovuto al +19% di domanda di Made in Italy dalla Cina, al +13% della Francia e +12 in Russia. Segni più nelle esportazioni del comparto tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento e calzature: +13,5% Cina, +12,8% per Corea Sud e Russia». Profondo rosso per le esportazioni verso gli Usa della pellicceria (-34%) mentre gli altri settori si fermano a -1,3%: «Il retail Usa propone un prodotto più commerciale e a minor costo, acquistando dalla Cina. Stiamo lavorando per invertire la tendenza» conclude il presidente Albertalli.

Annamaria Lazzari

