

TRENDING

Un'edizione limitatissima celebra la passione di D'Annunz...



Search...



# LA CONCERIA

ATTUALITÀ E APPROFONDIMENTI DAL MONDO DELLA PELLE



HOME

CHI SIAMO

COSA FACCIAMO

TARGET

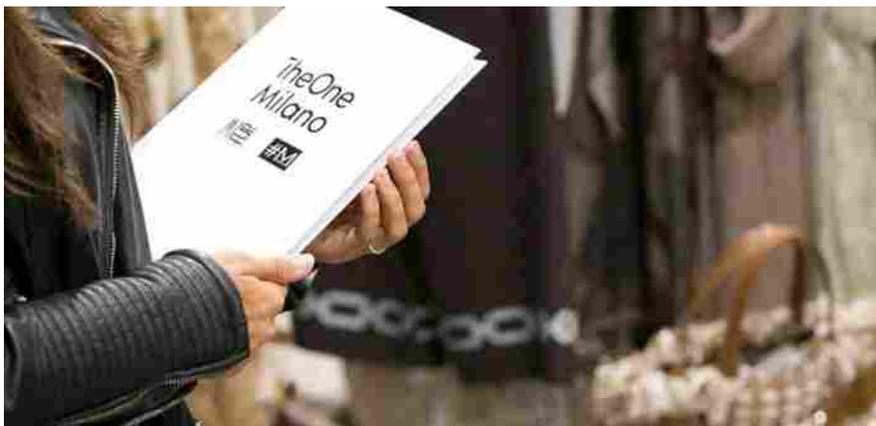
ARCHIVIO ▾

ABBONAMENTI

CONTATTI



YOU ARE AT: Home » fiere » I numeri TheOneMilano, Super e White: altalena di buyer tra Italia ed estero, contatti molto qualificati



## I numeri TheOneMilano, Super e White: altalena di buyer tra Italia ed estero, contatti molto qualificati

SETTEMBRE 25, 2018

FIERE

Si sono chiuse ieri le edizioni settembre 2018 di TheOneMilano, Super e White. La quarta edizione della manifestazione dedicata al prêt-à-porter femminile ed accessori ha contato il 6% in meno di visitatori, con presenze maggiormente in calo da Francia e Germania, rispetto all'edizione di un anno fa. Numeri che, come spiegano gli organizzatori "impongono una riflessione" nonostante gli espositori si siano detti "soddisfatti del business e dei contatti qualificati". "Questa situazione sarà la base di una riflessione per supportare e incentivare la capacità di attrazione del nostro Salone soprattutto nei confronti dei mercati internazionali", ha dichiarato Norberto Albertalli, presidente di TheOneMilano. I giovani e (proprio) gli stranieri premiano, invece, i saloni White e Super, svolti sempre a Milano. Il primo ha chiuso a quota 27.000 visitatori (+5% rispetto a settembre 2017), con gli stranieri che sono cresciuti del 13% mentre gli italiani sono diminuiti del 2%. Tutti concordi nell'apprezzare il nuovo format del salone (e nuova location), capace di attirare sia gli addetti ai lavori del settore moda e sia il consumatore finale con 562 brand, alcuni showroom e giovani talenti. Anche Super ha chiuso con un bilancio positivo: 5.900 presenze, +25% rispetto a un anno fa. Risultato ottenuto grazie agli stranieri che sono cresciuti del 35% rispetto al 2017 e che sono arrivati a pesare il 20% del totale. In particolare, boom delle presenze da Cina (+50%) e Corea del Sud (+45%) mentre non può passare inosservato il +25% della Russia. In crescita anche le presenze europee: in particolare Francia e Spagna. A Super, salone promosso e organizzato da Pitti Immagine e dedicato ad accessori e abbigliamento donna pret-à-porter, hanno esposto 103 marchi. (mv)

IL SETTIMANALE DELLA PELLE

Numero 31



LOGIN ABBONATI RIVISTA ONLINE

Username

Password

password dimenticata?

Login



ARCHIVIO

Anno 2018

Anno 2017