



## 'THEONEMILANO'

Il salone dell'haute-couture femminile 'TheOneMilano' si presenta con una nuova immagine e format, promotore di un modello fieristico che proietta il sistema italiano sui mercati internazionali, anche grazie alla partnership con ITA - Italian Trade Agency Ice, l'agenzia per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. La nuova visual identity di impatto, ideata da Kitchen Stories, i nuovi spazi aggiunti, dedicati al contemporary luxury e alle label di ricerca e sperimentazione, aggiungono interesse e opportunità di far incontrare direttamente buyer, distributori e operatori di settore nel comparto moda, accessori, tessile, manifatturiero e industriale. Lusso a 360° nel segmento #TheOneFur&leather, vetrina dei principali nomi del settore del fur e della pelle nei quali l'Italia è fashion leader di eccellenza creativa. Modularità e multifunzionalità sono le parole chiave per pellicce, capi e accessori di pelle sport-couture che studiano soluzioni reversibili, da un lato casual e sportivi e dall'altro assolutamente eleganti e da sera. Nell'Advisory Board che presiede questa rivoluzione di immagine e contenuti siedono 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**.

