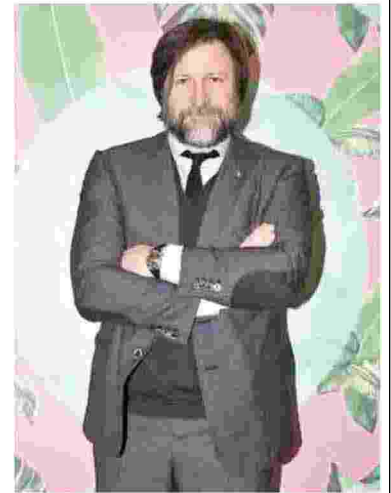


# EVENTI & PERSONAGGI

Guarda tutte le fotogallery degli eventi su [www.ilgiorno.it](http://www.ilgiorno.it)



Claudio Marenzi, presidente Confindustria moda

## LA MODA DAL 22 AL 25 FEBBRAIO IL SALONE A FIERAMILANOCITY Va in scena TheOneMilano e il look diventa emozionale

-MILANO-

**TORNA** dal 22 al 25 febbraio a Fieramilanocity TheOneMilano, il salone dell'haùt-à-porter femminile, con il meglio della pellicceria e dell'abbigliamento. Una quinta edizione eccezionale. Per numeri anzitutto. «Sono 393 i brand (212 italiani e 181 internazionali) che presenteranno le loro collezioni a 11mila buyers», ha sottolineato ieri alla presentazione dell'evento Norberto Albertalli, presidente di TheOneMilano. Attesi anche eventi "fuori salone", con l'Italian Fashion Night, la sfilata del 22 febbraio durante la Settimana della Moda. TheOneMilano è più che una fiera: «Abbiamo ideato un'esperienza emozionale per il nostro pubblico ispirata al verde con cui si tinge l'immagine grafica; simboleggia la volontà di rigenerarsi», ha spiegato l'amministratore delegato della manifestazione, Elena Selvaneschi. I visitatori saranno accolti da un rigenerante Winter Garden e dalla Re-Gen Lounge. Protagonista del Salone #TheOneFur&leather, la vetrina dei principali nomi del settore del fur e della pelle. Ma anche spazio a maglieria e a collezioni demi couture che hanno già suscitato interesse sulla piat-

taforma virtuale della fiera «AlwaysOn Show». Claudio Marenzi, presidente Confindustria Moda, ha sottolineato: «La moda è un settore fondamentale per il nostro Paese e genera 700mila posti di lavoro. L'Italia è leader con il 44% della produzione europea». Secondo una ricerca del Centro Studi di Confindustria, nel 2018 la pellicceria si attesta ad un valore di produzione, a livello retail, di 1.275 milioni di euro, con un calo del 6% rispetto al 2017. «Il dato va letto però tenendo in considerazione la diminuzione del prezzo delle pelli e delle esportazioni della Russia», ha sottolineato Albertalli. Considerando lo scenario complessivo di abbigliamento, pelletteria, calzature e accessori il fatturato del 2018 è stato di 56,8 miliardi di euro (+2% su 2017). «Siamo di fronte a cambiamenti epocali. Sono le singole storie aziendali a fare la differenza», rimarca Albertalli. Per l'economista Giulio Sapelli coinvolto con altri professionisti (l'architetto Italo Rota, il divulgatore scientifico Salvatore Aranzulla e lo Strategy and Business Consultant Maurizio Merenda) nel progetto #WeAreTheOne, il made in Italy ha le carte in regola per farcela: «Il mondo della moda è un sistema di segni. Quella italiana si fonda sulla qualità personale».



Saranno 393 i brand presenti alla manifestazione 212 italiani e 181 stranieri Undicimila i buyers



Italo Rota, architetto



Maurizio Merenda, strategy and Business Consultant



Elena Selvaneschi, ad della manifestazione



Norberto Arbertalli, presidente di TheOneMilano



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.