

"Questo sito utilizza cookie per le funzionalità e per darti servizi in linea con le tue preferenze. Chiudendo questo banner o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie." [Maggiori Informazioni](#)

ABOUT DESIGN BEAUTY WINE

f t in y v @ ISCRIVITI

# PAMBIANCONews

Mercoledì 13 Febbraio 2019 - Testata fondata nel 2001

HOME NEWS SUMMIT FOCUS JOBS EDITORIALI TV MAGAZINE FORMAZIONE

## TheOneMilano sfiora i 400 brand per la 5a edizione

13 FEBBRAIO 2019 DI REDAZIONE



Un'immagine dalla conferenza di TheOneMilano

Si scaldano i motori per la quinta edizione di **TheOneMilano**, il salone dell'haut-à-porter femminile nato da dall'unione di **Mifur** e **Mipap** che si terrà a **fieramilanocity** dal 22 al 25 febbraio alla presenza di 393 brand, di cui 181 internazionali, e oltre 8mila buyer registrati alla fine di gennaio.

Protagonista del salone sarà l'area **TheOneFur&leather**, dove ci saranno oltre 100 espositori del settore del fur e della pelle. Tra questi, diversi sono i partecipanti internazionali, in particolare provenienti da Grecia ma anche da Paesi emergenti, tra cui i nuovi ingressi di realtà quali India e Mongolia.

Tra le novità di questa edizione, vi è la sezione **TheOneMilanoAvenue**, in cui prendono casa gli espositori che presentano un guardaroba che passa dal capo fur and leather alla maglieria, attraverso il capospalla e tutto l'haut-à-porter, valorizzando anche il comparto accessori. Inoltre, con l'obiettivo di essere sempre più un laboratorio e un osservatorio importante del mondo fieristico e, nel lungo termine, per valorizzare le piccole-medie imprese, la fiera lancia da questa edizione anche il progetto **WeAreTheOne**, chiamando intorno a sé, per contribuire con la loro esperienza, professionisti quali **Giulio Sapelli**, economista, storico e accademico italiano, l'architetto **Italo Rota**, **Salvatore Aranzulla**, specializzato in campo digital e lo strategy and business development consultant **Maurizio Merenda**.

### SCOPRI le QUOTABILI 2018

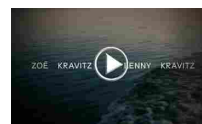


SCARICA LA 13° EDIZIONE DEL PREMIO PAMBIANCO "LE QUOTABILI 2018" E SCOPRI TUTTI I VINCITORI

### PAMBIANCOTV



Longino & Cardenal entra negli Usa



Tumi svela la campagna globale con Lenny & Zoë Kravitz



Ernestomeda-De Lucchi, cucina in esclusiva per Horti Milano



IN COLLABORAZIONE CON

Tra gli eventi 'fuori salone', ci saranno la sfilata **Italian Fashion Night e Remix**, la competizione internazionale per i giovani talenti del fashion&fur design organizzata da Iff (International Fur Federation) in collaborazione con Vogue Talents.

Ad affiancare la fiera fisica, vi sarà poi **AlwaysOn Show**, la sua estensione digitale lanciata lo scorso settembre e dedicata a migliorare l'esperienza di espositori e buyer.

A livello numerico, secondo la ricerca realizzata per TheOneMilano dal centro studi di **Confindustria moda**, i dati di preconsuntivo del 2018 per la pellicceria parlano di una situazione "sicuramente non facile", come comunicato durante la conferenza stampa dedicata, con un valore della produzione, a livello retail, di 1,27 miliardi di euro (-6.7%). "Il dato va letto tenendo in considerazione due elementi: il primo legato alla diminuzione del prezzo delle pelli, causato dal fatto che la Cina ha notevolmente ridotto i propri acquisti per privilegiare una produzione interna", ha spiegato il presidente **Norberto Albertalli**. "Il secondo è legato al mutamento dell'incidenza delle tipologie di committenza della produzione di pellicceria italiana. Considerando le quote percentuali delle diverse committenze, si evidenzia una sostanziale stabilità della produzione realizzata per i marchi di pellicceria, una diminuzione per le griffe è un aumento della produzione per i marchi di abbigliamento. Questo ha un significato nella lettura interpretativa del valore della produzione a livello retail, perché il mark up cambia a seconda della committenza". Cala anche l'export di capi finiti che, dopo un 2017 a +14,4 per cento, nel 2018 ha registrato un -11,7 per cento.

Meglio invece lo scenario legato al mondo dell'abbigliamento e degli accessori, il cui fatturato 2018 ha raggiunto i 56,8 miliardi di euro (+2,2 per cento).



Iscriviti alle nostre newsletter

oppure

Nome

Cognome

E-mail

- Pambiancodaily (quotidiana)**  
Numeri, fatti e protagonisti del fashion, del design, del beauty e del food
- Pambiancowine&food (bi-settimanale)**  
Numeri, fatti e protagonisti del vino, del cibo, della ristorazione

Accetto la politica sulla privacy di Pambianconews



PAMBIANCO MAGAZINE N.2



IN QUESTO NUMERO:  
**LA MODA CAMMINA SU UNA STRADA GREEN. MA SCOMMETTE ANCHE SULL'INCLUSIONE**

**ATTUALITÀ**  
La Cina gela la Borsa nel 2018

**DOSSIER**  
L'industria bimbo davanti al bivio

**REPORTAGE**  
Nelle etichette, l'uomo diventa sostenibile

**NORMATIVA**

Smi riapre la partita tracciabilità in Europa



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



DISCOVER MORE

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

**La scommessa della moda inclusiva**

Dopo la moda del green, arriva quella dell'inclusività. Nelle ultime settimane un messaggio...



PAMBIANCO BEAUTY