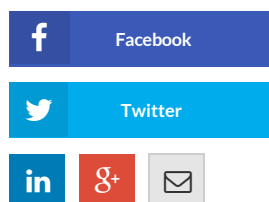


Home / Market / CHIUSA LA SESTA EDIZIONE: TheOneMilano Stabile Con 3.700 Buyer

CHIUSA LA SESTA EDIZIONE

## TheOneMilano stabile con 3.700 buyer

23 settembre 2019



**TheOneMilano**, con le sue 120 collezioni di cui 22% estere, ha chiuso ieri a Fieramilanocity l'edizione numero sei, registrando oltre 3.700 buyer professionali, di cui 40% provenienti da oltreconfine.

Numeri in linea con l'edizione di settembre 2018, con meno visitatori da Francia e Germania (-2%) ma con una crescita di quelli provenienti da Spagna e Gran Bretagna. Buone le performance del Sud Est asiatico, che si conferma un'area strategica.

*#Facciamosistema*, la partnership con **Cbi-Camera Buyer Italia**, ha dato in importante impulso alla sinergia tra aziende e vetrine, grazie alla creazione di outfit in grado di abbinare i capi tra loro con una visione da retail, intercettando i gusti locali.

«In questa edizione - afferma **Norberto Albertalli**, presidente di

TheOneMilano - siamo riusciti a ritagliarci un ruolo di promotori e innovatori per supportare i nostri clienti, non solo facendo sistema con partner importanti con Cbi-Camera Buyer Italia e Ice ma anche con nuove forme di comunicazione, in grado di dare una importante opportunità di visibilità agli espositori. E non da ultimo, l'aver allineato le date di svolgimento con il calendario della moda, ci ha permesso, ancor di più, di far parte di un sistema trainante del nostro Paese».

TheOneMilano si è svolta anche con il sostegno di Agenzia Ice, che ha individuato e portato buyer qualificati non solo dall'Europa ma anche da Giappone, Russia, Ucraina, Usa, Corea, Libano e Azerbaijan.

Uno degli elementi che ha caratterizzato TheOneMilano - che in questa edizione ha puntato sulla creazione di macrotemi, a partire da percorsi di acquisto per buyer ed espositori, fino a codificare canoni estetici capaci di intercettare il gusto e l'esigenza del mercato - è stata l'attenzione alla sostenibilità. Alcuni espositori hanno presentato non solo collezioni create con una forte attenzione all'ambiente ma vere e proprie iniziative legate all'educational come, ad esempio, la collezione in filato di yak che grazie ai proventi aiuta i bambini del Tibet.


TheOneMilano continua a raccontare la sua sesta edizione con il progetto digitale *AlwaysOn* ([alwaysonshow.com](http://alwaysonshow.com)), che mette online i 1.100 capi fotografati nella quattro giorni di fiera e che mantiene acceso il contatto tra domanda e offerta.

Positivo l'andamento degli accessi alla fiera virtuale registrato durante la manifestazione: oltre 1.800, in particolare dall'Italia, Usa, Uk, Grecia e Spagna.

Il prossimo appuntamento con TheOneMilano è fissato dal 20 al 23 febbraio nei padiglioni 3 /4 di Fieramilanocity.

a.t.

Hai domande o commenti su questo articolo?  
Invia una e-mail alla [redazione](#).

Stampa l'articolo 

---

## ARTICOLI CORRELATI