

PAMBIANCONews



Th

TheOneMilano ha archiviato la [sesta edizione](#) registrando oltre 3.700 buyer professionali, di cui proveniente dall'estero. A livello quantitativo i numeri sono in linea con l'edizione di settembre: anche se, a livello qualitativo, sono state evidenziate alcune differenze. Infatti, l'appena conclusa edizione del salone dedicato al prêt-à-porter femminile d'alta gamma ha visto meno visitatori da Francia e Germania, con una flessione del 2%, mentre si registra una crescita a doppia cifra degli operatori provenienti da Spagna e Gran Bretagna. Il Sudest Asiatico, ancora una volta, si è confermato un'area strategica di riferimento commerciale.

Tra buyer esteri che hanno preso parte alla manifestazione ci sono stati **Mot**, **Eletto**, **Senso** (Kazakistan), **The Cartel** (Emirati Arabi), **Renaissance** (Usa), **Handsome** (Corea), **Nadine&Flamingo** (Russia).

Alla sesta edizione di TheOneMilano hanno partecipato 120 brand, per un totale di circa 80 aziende, di cui il 22,5% circa internazionali, in aumento del 9% rispetto alla stessa edizione dell'anno scorso. Tra le novità, c'è stata la [collaborazione con Camera Buyer Italia](#), che ha portato allo sviluppo di due progetti, ovvero **The Best One Pics** e **The Best One New Talents**.