

TheOne Milano

ON

FASHION

— NETWORK —

Tornano in fiera le proposte dello spazio The incubator-Tuttepazzeperbijoux, a cura di Maria Elena Capelli, con quindici brand che si rivolgono ai concept store e gioiellerie che ricercano pezzi unici o fatti a mano. Spazio anche alle nuove tendenze grazie alla rinnovata collaborazione con Poli.Design, attraverso l'area espositiva Visionaires, che accoglie creazioni di 120 designer internazionali, e lo spazio multimediale Design Direction-Fashion Forecast 2025.

Dal 19 al 22 febbraio 2023 andrà in scena la triade Micam, Mipel e The One Milano. Micam ospiterà 988 marchi, di cui 451 di espositori internazionali. Tra i grandi ritorni e le new entry spiccano Alberto Guardiani, Buffalo [Boots](#), [Cult](#), [Kenneth Cole](#), Luciano Padovan e Oxs.

“In una fase cruciale per sostenere la ripresa economica del settore e riportare la produttività ai livelli pre-pandemia, questa rassegna rappresenta una opportunità straordinaria. Alla prossima edizione abbiamo rivolto massima attenzione all'innovazione nel retail ma anche quanto di più aggiornato c'è sul fronte della sostenibilità. L'aggiornamento tecnologico e la digitalizzazione sono fattori predominanti per il nostro comparto, fattori che potrebbero contribuire a rendere più appetibile le nostre aziende per le nuove generazioni”, commenta il presidente della rassegna di calzature, Giovanna Ceolini.

Al via con l'edizione invernale la nuova area del salone dedicata al retail del futuro con una selezione di aziende che propongono tecnologie avanzate per il mondo del retail calzaturiero. Nel padiglione 1 confermata l'area MicamX, ma rinnovata nell'allestimento con un panel di aggiornamento sulle tematiche più importanti per il settore curati da Federico Brugnoli, Ceo & founder di Spin 360. Focus sulla sostenibilità con l'area Vcs Verified & Certified steps, il primo marchio di certificazione per il settore calzaturiero. Spazio anche ai nuovi talenti con Emerging Designers, sempre al Padiglione 1, con 12 creativi provenienti da tutto il mondo in fiera con le rispettive collezioni.

The One Milano, invece, porta in fiera 115 brand italiani e internazionali con collezioni mirate all'abbigliamento outerwear e al total-look, in un contesto di ripresa per il suo prodotto principe, il capo in pelliccia. A dirlo una rilevazione realizzata per Aip dal Centro Studi di [Confindustria Moda](#): + 16% in termini di valore alla produzione a livello retail 2022 sul 2021, con 843 milioni di euro, e + 23,4% di export a 277,8 milioni di euro in volare e movimenti tornati ai livelli pre-covid. Il risultato sconta l'assenza del mercato principale, la Russia, colpita dalle sanzioni dopo l'attacco all'Ucraina. Tra i primi 10 mercati di sbocco delle aziende del comparto figurano, in ordine decrescente, Cina Continentale, Francia, Corea del Sud, Stati Uniti, Svizzera, Giappone, Regno Unito, Germania, Hong Kong e Taiwan.