

L'evento

The One, l'outwear ha fatto il pieno

MILANO

Oltre 48 mila presenze ed espositori raddoppiati a Fiera Milano Rho
"Sono tornati americani e canadesi, un bilancio davvero positivo"

Il meglio dell'abbigliamento invernale per affrontare il grande freddo. Alla Fiera Milano Rho è andata in scena la quattro giorni di The One, che ha messo in mostra una vasta gamma di capi spalla pensati per dare vita a un abbigliamento specializzato nell'outwear. Un settore rilevante della moda, con un fatturato di 842 milioni di euro. Gli espositori che hanno partecipato alla manifestazione sono stati 108 (il doppio rispetto alla precedente edizione) e insieme hanno offerto un panorama, sia maschile che femminile, ma anche "no gender", con tendenze molto inclusive, dal



1



Elena Salvaneschi
Ceo The One
Milano

1 **Abbigliamento invernale, il meglio in vetrina a Milano con il salone The One**

classico allo sportivo, dal tutto naturale al tecnico, fino alle soluzioni più versatili. The One, che ha raccolto l'eredità di Mipap, la fiera di Milano pret-à-porter e MiFur, il salone leader nel mondo per la pellicceria e la pelle, è uno degli appuntamenti che calamita l'attenzione dei buyer internazionali. La scorsa stagione i visitatori sono stati quasi 30 mila e per questa edizione si è arrivati a oltre 48 mila presenze, considerando anche Micam, Mipel e Homi Fashion&Jewels, tutte le manifestazioni che a Fiera Milano hanno creato un unico polo dedicato alla moda e all'accessorio.

Per quanto riguarda la pellicceria, il mercato di The One è fatto esclusivamente di prodotti certificati Furmark, che permettono al consumatore di tracciare il prodotto e avere tutte le garanzie sul benessere degli animali. Ma The One non parla solo del mondo delle pellicce e, come si è visto negli stand, ha un respiro ampio sul fronte della moda "dedicata al mondo del fuori". Infatti, tra le novità del prossimo inverno sono stati presentati gli imbottiti, caldi ma di grande leggerezza, da usare con i cappotti.

The One si è svolto in contemporanea col Micam, il salone della calzatura, il Mipel, specializzato nella pelletteria e l'accessorio moda e in parziale sovrapposizione con Lineapelle e HomiFashion&Jewels. Una concentrazione ad hoc per consentire ai buyer di ottimizzare la permanenza a Milano. «In Fiera sono tornati americani, canadesi e compratori del Kazakistan - ricorda Elena Salvaneschi, Ceo di The One - ci sono stati anche i cinesi, naturalmente meno rispetto al passato. Ma il nostro bilancio è positivo». - L. Asna.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

