



Milano, 14 settembre 2024

## THEONE MILANO CON MFJ dal 14 al 17 settembre

*TheOneMilano nell'edizione settembrina delle fiere milanesi dell'accessorio si presenta per la prima volta in abbinata con l'International Trade Show Milano Fashion&Jewels TheOneMilano.*

Il Salone dell'haut-à-porter femminile prosegue nel suo percorso di evoluzione, presentandosi dal 14 al 17 del mese nel quartiere di Fiera Milano Rho, dove si svolgerà per la prima volta in concomitanza e **integrata con Milano Fashion&Jewels**, come sempre in contemporanea con le altre fiere del sistema moda: Micam, Mipel e Lineapelle (per Milano Fashion & Jewels e per conseguenza per TheOneMilano la giornata del 14 è solo su invito).

TheOneMilano in quest'occasione si presenta con un importante accordo con la **China National Garment Association**, l'unica associazione governativa di riferimento per il settore abbigliamento in Cina, che per la prima volta in Italia presenterà una collettiva delle migliori aziende cinesi, selezionate per la modernità delle collezioni e per le proposte moda in linea con le richieste dei consumatori occidentali in termini di trasparenza, tracciabilità e sostenibilità, costruendo uno speciale "ponte fra Italia e Cina", collegamento tra similitudini e differenze tra manifattura e creatività.

Fondata nel 1991, China National Garment Association (CNGA) è l'associazione nazionale per eccellenza di tutto il sistema moda che riporta direttamente al Governo centrale di Pechino. Nata come organizzazione no profit e con lo scopo fondamentale di sviluppare il distretto dell'abbigliamento, attualmente si pone come ente rappresentativo di un settore al passo con i tempi con nuove tecnologie, con una nuova transizione che guarda al rispetto della natura, al rispetto del lavoratore e della qualità della vita nel luogo di lavoro. CNGA - con gli oltre 12 dipartimenti che presidiano tutti i settori merceologici, ha recentemente sviluppato il focus sulla sostenibilità, con dipartimenti dedicati anche alla qualità e la autenticità dei prodotti, con un serio e rigoroso rispetto di leggi per il riconoscimento della proprietà intellettuale internazionale - costruisce così cambiamenti di costume e trend di mercato, anche sviluppando importanti partnership internazionali.

**Chen Da Peng**, Presidente di CNGA, ha anticipato con questa dichiarazione gli intenti che fanno da base al suo arrivo in fiera: *"Abbiamo costruito un'intera filiera e stiamo creando la nostra identità nel settore, grazie anche alla collaborazione con l'Italia, alla vostra eccellente materia prima e ai vostri professionisti e tecnici sempre più spesso ospiti nel nostro territorio. Una buona parte delle aziende cinesi si sono evolute e alcune operano a Milano con le loro sedi e i loro uffici stile, molti dei nostri brand sfilano durante la Fashion Week milanese e da questo anno, dopo una presenza a Pitti Uomo, siamo felici di poter essere presenti a The One Milano by Milano fashion&jewels, una delle vostre maggiori manifestazioni fieristiche. La Cina non è più il produttore dei grandi numeri e della bassa qualità del fast fashion. Questa è una realtà che ci siamo lasciati alle spalle. Il nostro Governo sta investendo in aziende con produzioni medio-alte, un buon design e un altrettanto ottimo standard qualitativo; aziende che sviluppano nuovi posti di lavoro, identità culturale del prodotto interno, qualità e tecnologie. Aziende che guardano alla nuova classe media*

# TheOne Milano



*chinese, che cerca un prodotto migliore rispetto al passato, moderno e in linea con il resto dei mercati italiani. Un prodotto cinese, ma anche italiano: perché i nostri consumatori amano e apprezzano il made in Italy e sono un grande mercato”.*

TheOneMilano debutterà, così, in una versione che offre ai buyer selezionate collections da completare con i bijoux e accessori moda, must have in termini di stile del momento. Tutto ciò si realizza grazie a una sinergia profonda, simbolo del saper lavorare insieme per raggiungere il bene comune di un'Italia che ha sempre bisogno delle fiere per consentire alle sue imprese di giocare la carta dell'internazionalizzazione. Mentre non esiste più la fiera chiusa in se stessa, è l'esposizione diffusa ad essere la vera protagonista: qui brand ed espositori trovano il supporto di più expertise, tutte all'opera per fornire i loro migliori strumenti.