

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tvn Media Group - Tvn S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner, accconsenti al loro impiego in conformita' alla nostra Cookie Policy. [Maggiori Informazioni](#)

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

CERCA IN ADVERTISER.IT

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE | AGENZIE | PEOPLE

/ aziende/fiere e convegni

THEONEMILANO PRESENTA LA SUA IMMAGINE PUBBLICITARIA

19 Settembre 2016



Firmata da creativi Millenials, l'immagine pubblicitaria di **TheOneMilano**, che si svolgerà dal 24 al 27 febbraio 2017 a **Fiera Milano City**, racconta attraverso il visual di comunicazione il posizionamento del nuovo **Salone moda di Milano**, interamente dedicato a collezioni pregiate, pop e contemporanee che sono sapiente gioco di equilibrio fra cultura, ricerca moda ed esperienza produttiva.

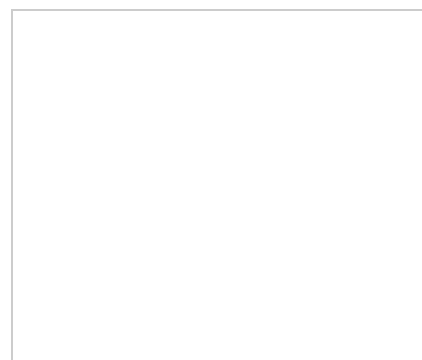
Moda come emozione, valori reali, qualità.... Si presenta così l'Haut-à-porter degli Espositori, sintesi di Haut de gamme e Prêt-à-porter, proposta fashion ultra moderna perché nata da un attualissimo saper fare. E sulla capacità di creare si sviluppa il concept di campagna: un sodalizio fra due visioni estetiche per far nascere un'immagine capace di essere

ricordata.

Quattro le parole chiave: Heritage / Modernity/Creativity / Craft. Due i creativi in sinergia.

Un fotografo: **Gautier Pellegrin**, nato in Francia e cresciuto fra Hong Kong, Londra, Singapore e la Thailandia torna a Parigi per diplomarsi. Sceglie la fotografia e la sua visione internazionale lo porta a creare immagini suggestive e poetiche, in un racconto estetico fra moda e arte. Le sue foto sono pubblicate su magazine internazionali mainstream o di ricerca. I suoi studi fotografici e artistici trovano spazio in mostre ospitate al Museo d'Arte Moderna di Istanbul e di Amsterdam.

Un pittore: **Daniele Milvio**, uno dei più promettenti giovani artisti italiani; nato a Genova, vive e lavora tra Milano e Ansedonia. I suoi lavori modernissimi raccontano archetipi, rielaborano la tradizione, costruiscono pitture animate da un disegno in secondo piano, definiscono giochi cromatici intensi che lanciano messaggi continui: il "sopra" ha sempre un "sotto" costruito, tecnicamente ineccepibile, disegnato sulla materia a crearne



tridimensionalità.

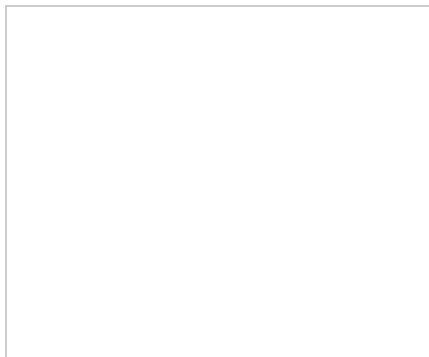
Il risultato: foto moda dinamiche, figure femminili che si avvitano su sé stesse danzando su una musica rock che solo loro sono in grado di sentire. L'accento è posto sulla linea e il movimento, sulla forza e l'individualità delle proposte di collezione presentate. Un approccio grafico accentuato dall'averle "ritagliate" e applicate sul quadro, circondate da un semplice bordo bianco che le delinea e le incornicia accompagnandone la gestualità. Sullo sfondo l'opera d'arte. Pittura su gesso. Tridimensionalità. Colori preziosi. Grandi trasparenze ed effetti luminosi. Rielaborazione di grandi opere che appartengono alla nostra storia, pittogrammi e sigilli.

TheOneMilano è la [manifestazione](#) in cui convergono know how ed esperienza di MIPAP, salone internazionale del prêt-à-porter organizzato da Fiera Milano, e di MIFUR, salone internazionale della pellicceria e della pelle, organizzato dall'Ente Fieristico Mifur. TheOneMilano racconta la storia delle collezioni in un unico layout espositivo, un percorso funzionale alle richieste dei compratori, capace di valorizzare l'offerta di 300 aziende selezionate per qualità e ricerca in termini di materiali e di manifattura.

5 le aree espositive:

- B.BOX – Prêt-à-porter cittadino – Cappotti con guarnizioni in pelliccia – Camicie e sottogiacca – Work bags – Pellicce boutique
- SPRINT – Piumini e montoni – Borse, zaini e sacche – Maglieria sportiva – Jeans e active wear – Abbigliamento outdoor
- CROSSOVER – Prêt-à-porter classico con twist – Pellicce formali – Timeless closet bags – Maglieria comfortable – Guanti, cappelli e stole
- GLAM AVE. – Cashmere & Co – Accessori in pelli esotiche – Pellicce preziose – Evening dresses – Abiti da cerimonia
- ELEMENTS – Pelli per pellicceria – Bottoni – Cartamodelli – Macchinari – Tinture, stampe e servizi di conceria

I Visitatori: esclusivamente professionali (il salone è rigidamente b2b). TheOneMilano si posiziona come sicuro punto di riferimento per i buyer internazionali, poiché potrà contare sulla presenza dei compratori esteri di Mifur (60% dei suoi visitatori) e di quelli di Mipap (30% dei visitatori totali).



TAGS

Daniele Milvio, fashion, Gautier Pellegrin, TheOneMilano

ARTICOLI CORRELATI

- *Amica si rinnova e si conferma punto di riferimento per i brand del lusso*
- *Triumph torna in autunno con lo spot "Trova quello giusto, again"*
- *Coccinelle sceglie MetaDesign per la sua nuova brand strategy*