

## TheOneMilano lancia il salone virtuale Always On

05 Giugno 2018



Always On, la fiera virtuale che TheOneMilano lancia per l'edizione di settembre del salone (21-24 a fieramilanocity), sarà un punto di incontro permanente tra visitatori (boutique moda e punti vendita specializzati in pellicceria, concept store e department store) ed espositori.



Un'immagine dell'edizione dello scorso febbraio del salone milanese - Facebook/TheOneMilano

Non si tratta di un marketplace virtuale sostitutivo di quello fisico in fiera, la piattaforma vuole essere invece un luogo digitale dove vedere e selezionare i capi che saranno negli stand per creare mix personalizzati tra le collezioni proposte e rendere più fluida e mirata la permanenza in una fiera che si svolge in un momento molto ricco di appuntamenti come la settimana della moda di Milano.

"TheOneMilano punta sul prodotto degli espositori", ha spiegato Elena Salvaneschi, segretario generale del Salone. "Le collezioni presenti negli stand sono selezionate attraverso un preciso lavoro di scouting in modo che a parlare sia appunto il prodotto, la sua qualità, il lavoro fatto per realizzarlo, i materiali impiegati, le tecniche lavorative e di produzione utilizzate. Lanciamo questa piattaforma per consentire agli espositori di caricare le proposte moda che più li rappresentano, favorendo i buyer nell'accesso al contenuto della fiera, anche da remoto, in modo che la fase commerciale sia facilitata in ogni momento di tutto l'anno".

La piattaforma, realizzata con il contributo di Regione Lombardia, si basa su un software sviluppato appositamente. La ricerca è strutturata per macro categorie (prêt-à-porter in tessuto, maglia, pelle e pelliccia; intimo e mare, calzature, borse, accessori) dalle quali si accede poi a approfondimenti più specifici (per esempio da prêt-à-porter in tessuto, maglia, pelle ecc.)