






Fisica e digitale: a Milano la nuova esperienza fieristica è con Always On

 redazione /  moda, realtà virtuale, fashion tech /  martedì, 31 luglio 2018

TheOneMilano, il nuovo salone di moda femminile frutto della fusione tra **MIFUR** e **MIPAP**, lancia per l'edizione di settembre 2018 (in programma a **FieraMilano City** dal **21 al 24 settembre**) **Always On**, la **fiera virtuale** dove i visitatori (clienti business proprietari di boutique moda e punti vendita di pellicceria, concept store e department store) e gli espositori avranno la possibilità di vedere e selezionare i capi che saranno esposti negli stand per creare mix personalizzati tra le collezioni proposte. Obiettivo? Rendere più personalizzata ed efficace la partecipazione ad una fiera in un periodo dell'anno, quello della Fashion Week, molto congestionato e ricco di appuntamenti, e facilitare il confronto professionale e commerciale, anche da remoto, tra i buyer e gli espositori.

La piattaforma, realizzata con il contributo di **Regione Lombardia**, su un software pensato ad hoc, permette al buyer di fare ricerche private e personalizzate nelle collezioni digitali attraverso filtri come macro categorie commerciali di appartenenza, prezzo, brand e persino numero dello stand. L'espositore, dal canto suo, potrà decidere in autonomia che tipologia di informazioni inserire e avrà a disposizione ciclicamente degli insight per capire cosa è stato più richiesto. Non si tratta di un marketplace virtuale sostitutivo di quello fisico in fiera, quindi, e nessuna vendita diretta sarà conclusa attraverso la piattaforma, quanto piuttosto un nuovo modo di concepire l'esperienza fieristica e come far incontrare in un contesto, reale e digitale insieme, i due soggetti protagonisti della filiera.