

TheOneMilano, la fiera fashion che guarda al mondo che cambia

Giovedì, 19 settembre 2019 - 18:13:30

Milano, 19 set. (askanews) - I trend emergenti nel mondo del fashion come cifra di una fiera di haut-à-porter che quest'anno opera in sinergia con la Camera Buyer Italia. TheOneMilano festeggia in **Fiera Milano** la propria sesta edizione e punta a parlare in modo ancora più diretto ai protagonisti del business della moda. Roberto Scarpella, presidente di AIP e consigliere di TheOneMilano: "Essere a The One - ha spiegato ad askanews - significa per noi soprattutto poter rendere possibile un contatto diverso tra domanda e offerta, quindi anche la condivisione delle diverse opportunità che vengono proposte dai vari espositori". Il motto dell'edizione 2019 della fiera è "Don't change yourself. Change te game!" e si può leggere anche nell'ottica di questa volontà di cambiamento lo sviluppo della piattaforma AlwaysOn che, in sostanza, offre una vetrina digitale agli espositori, sempre aperta online, ben oltre i canonici giorni di fiera. Matteo Antonielli, ideatore di AlwaysOn: "Piace molto alle aziende - ci ha detto - e l'obiettivo principale è quello di riuscire a trasformare quattro gironi di fiera fisica in un'intera stagione di visibilità per le aziende nei confronti dei buyer. E' oggettiva l'importanza della digitalizzazione oggi e il nostro messaggio per le aziende è quello di supportare un passaggio alla digitalizzazione modo tale da avere una buona spalla, un buon supporto per essere visti dai buyer e allargare i propri orizzonti e riuscire a trovare nuovi clienti". Importante poi la relazione più stretta con i buyer, per questo abbiamo chiesto a Scarpella in che modo l'accordo con CBI cambia le carte in tavola alla fiera. "Le cambia - ci ha risposto - perché intanto consente a loro di poter vedere effettivamente realizzata in un modo diverso la loro domanda, vedere i loro prodotti utilizzati insieme a quello che viene prodotto dagli altri espositori. In questo credo che sia una discreta novità". Il salone di **Fiera Milano** si articola su diversi percorsi di acquisto, i cui due principali filoni sono i canoni estetici e la sostenibilità. Ma un'altra delle parole chiave che risuonano tra gli stand è, naturalmente, Made in Italy, e tra i marchi nostrani la Piero Moretti festeggia i propri 50 anni di attività. Abbiamo incontrato uno dei due titolari dell'azienda riminese, Andrea Moretti. "Noi quest'anno festeggiamo il 50esimo - ci ha raccontato - per noi gli ultimi due anni sono stati da record e sembra di rivivere continuamente le nostre origini". Origini che, più in generale, sono quelle della cura e dell'attenzione al prodotto, quelle di una artigianalità che resta il punto di partenza della nostra moda, chiamata comunque, e TheOneMilano lo testimonia a utilizzare strumenti tecnologici e a confrontarsi sempre di più con il grande mondo della globalizzazione dei mercati.