

Home / Market / DA DOMANI A FIERAMILANOCITY: TheOneMilano Cambia Marcia E Fa Rete Con I Buyer

DA DOMANI A FIERAMILANOCITY

TheOneMilano cambia marcia e fa rete con i buyer

18 settembre 2019



Scattato il countdown per la sesta edizione di **TheOneMilano**, salone della moda femminile e degli accessori on stage dal 19 al 22 settembre al padiglione 3 di Fieramilanocity, con ingresso da Porta Teodorico in viale Scarampo.

Un'edizione, la sesta, che mette in campo nuove sinergie, per creare un filo diretto fra espositori e visitatori e rendere più appealing le collezioni in mostra, dedicate alla primavera-estate 2020.

Gli organizzatori, guidati da **Elena Salvaneschi**, hanno infatti commissionato a **Kb Knowledge** (azienda milanese specializzata in trendwatching) uno studio sulle tendenze dominanti del mercato, con l'obiettivo di fornire agli addetti ai lavori una chiave di lettura delle

collezioni.

Dal *Forecast Trendwatching* di Kb emergono due aree tematiche in forte evoluzione, che si traducono in altrettanti percorsi di acquisto all'interno di TheOneMilano. La prima si basa sulla rivisitazione dei canoni estetici alla luce dell'inclusività, del genderless e della liquidità, con nomi come **#7.0, Arto, Kissa, Ulla Popken, Giorgia Andreazza, Be ed Empathia**, mentre la seconda si identifica con la sostenibilità, con un focus su brand come **Blueberry, Cora Bellotto, Cinzia Caldi, Darin Achem e Dotz**.

Individuati dal marketing team della rassegna anche altri due iter d'acquisto: *Seasonless* è un close up sulle linee che hanno abbandonato le stagionalità tradizionali e il concetto di occasione d'uso (per esempio **Bruno Carlo, Pamela, Margot, Lucarella e Myak**), mentre *B.Box* rappresenta il regno del bello e ben fatto, con realtà specializzate nel cosiddetto haut-à-porter come **Marchetti, Avagolf, Bohomoss e Club Voltaire**.

Un'ulteriore intesa, oltre a quella con Kb, riguarda **Cbi-Camera Buyer Italia**, associazione dei più importanti negozi di lusso multimarca sul territorio italiano: la partnership intende agevolare il rapporto diretto tra le aziende di qualità e i top retailer, articolata in due progetti - *The Best One Pics* e *The Best One Talents* -, ai quali vengono dedicate zone ad hoc, focalizzate sui migliori total look fra i brand alla ribalta e sui più validi new talent.

Cbi-Camera Buyer Italia ha dato il suo apporto anche alla piattaforma digitale **Always On (alwaysonshow.com)**, che estende la durata della fiera lungo tutto l'anno. Il team di Always On Show si è avvalso della collaborazione di Cbi per fotografare, nei mesi precedenti l'avvio della kermesse, le collezioni degli espositori, permettendo ai compratori vip di Camera Buyer di valutarle e comporre i look per le loro vetrine.

Continua infine l'intesa tra **TheOneMilano** e **Ice Ita**, agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, per ospitare delegazioni provenienti da Paesi come il Regno Unito, il Kazakistan, la Russia, gli Usa, la Corea, Giappone e gli Emirati (nella foto, una proposta di **Arto**).

A cura della redazione

Hai domande o commenti su questo articolo?
Invia una e-mail alla [redazione](#).