



## TheOneMilano, tutto pronto per la sesta edizione dal 19 al 22 settembre

Set 17th, 2019 | Di Redazione | Categoria: Fiere



Si scaldano i motori per la sesta edizione di TheOneMilano che, dal 19 fino al 22 settembre, porterà a fieramilanocity le novità riguardanti il mondo del prêt-à-porter femminile d'alta gamma. "La fiera si sta classificando sempre più come un'esposizione che fa un prodotto moda molto aderente ai gusti e desideri d'acquisto dei consumatori.

Proprio per questo siamo molto attenti a selezionare i nostri espositori, i quali devono rispettare certi macro paradigmi", ha spiegato a Pambianconews Elena Salvaneschi (nella foto), CEO di TheOneMilano. Non a caso, infatti, tra le sezioni della fiera c'è quella dedicata alla sostenibilità, sia ambientale sia sociale, in cui vengono raccolte le collezioni di realtà quali Blueberry, Cinzia Caldi, Cora Bellotto, Darin Achem, Dotz e Savart. Non solo, tra le novità vi è anche la sezione seasonless, dedicata "a tutti quei brand che offrono prodotti 'destagionalizzati', ovvero che, in sostanza, rimangono nell'armadio 12 mesi l'anno".

Qui si possono trovare le proposte di Bruno Carlo, Pamela, Margot, Lucarella e Myak. Tra gli altri, vi è il percorso che propone le più moderne interpretazioni della rivisitazione dei canoni estetici e il B.Box, ovvero lo "scrigno del bello e ben fatto".

Tra le altre novità, vi è la collaborazione con Camera Buyer Italia. "Da sempre – ha continuato Salvaneschi – riteniamo che i distributori rivestano un ruolo importantissimo per il brand in quanto sono loro che, interfacciandosi con il consumatore finale, portano le collezioni sul mercato, determinandone lo sviluppo e l'orientamento".

In quest'ottica, sono stati sviluppati due progetti: The Best One Pics e The Best One New Talents, che arricchiscono la kermesse con altrettante nuove aree dedicate ai total look selezionati tra le proposte dei marchi presenti alla manifestazione e ai new talent. Tra le altre collaborazioni, quella con Ice, agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, che contribuisce a portare alla manifestazione buyer da tutto il mondo.

All'imminente edizione, saranno circa 120 i brand esposti, per un totale di circa 80 aziende, di cui il 22,5% circa internazionali, in aumento del 9% rispetto alla stessa edizione dell'anno scorso. "A settembre, salvo 3 o 4 eccezioni, non c'è la parte dedicata alla pellicceria, che invece è largamente presente a febbraio", ha spiegato Salvaneschi.

"Questo succede perché il tessuto produttivo della pellicceria è fatto da aziende piccole, italiane ed estere. Aziende che non riescono a organizzare la produzione per flash costanti di capsule oppure anche semplicemente in uscita solo due volte all'anno. La loro mentalità è di tipo artigianale: faccio e faccio bene, con una produzione legata al programmato e al venduto per la stagione invernale, senza dover gestire resi, richieste di cambi e simili, troppo complessi per una piccola realtà. Questo atteggiamento è in controtendenza rispetto alla domanda del consumatore, ma la posizione di queste aziende non accenna a mutare".

Related posts:

### RIMANI INFORMATO

Entries (RSS)

**smau**  
MILANO 22-23-24 OTTOBRE 2019

festival della  
CRESCITA



### ALTRE NEWS

- TheOneMilano, tutto pronto per la sesta edizione dal 19 al 22 settembre
- HOMI Outdoor al debutto in FieraMilano dal 13 al 16 Settembre 2019
- PITTI IMMAGINE FILATI dal 26 al 28 giugno 2019
- [Archivio per 'Fiere' »](#)

### ALTRE CATEGORIE

Mondo GREEN  
Giro di poltrone  
Marketing  
Comunicazione  
Sociologia&Psicologia  
Aziende  
Agenzie  
Prodotti Innovativi  
Modi e Mode  
Associazioni  
Creatività & Design