



Condividi:



Commenti:

0

TheOneMilano, l'haut-à-porter diventa anche "seasonless" e rivisita i canoni estetici della moda donna

Aperto fino al 22 settembre in fieramilanocity il salone dedicato alla moda donna che propone le collezioni di 120 brand, di cui il 22% stranieri. Percorsi espositivi dedicati alle nuove tendenze, sostenibilità al centro e top buyer dall'estero. Con la piattaforma digitale AlwaysOn Show gli affari proseguono tutto l'anno senza confini anche dopo la fiera

AlTal - Gio, 19/09/2019 - 09:55



commenta

Mi piace 0

Alza il sipario a fieramilanocity **TheOneMilano**, il salone della **moda** dedicato all'**haut-à-porter** aperto fino a **lunedì 22 settembre** che presenta le collezioni primavera estate 2020 di **120 brand**, di cui il 22% stranieri, ai buyer italiani e internazionali.



Edizione ricca di novità perché interpreta la moda come espressione di cultura e indirizzi sociali delineati nel **report** commissionato a **KB Knowledge**, azienda milanese specializzata in *trendwatching*, per fornire al pubblico specializzato - sempre di corsa in una **Fashion Week** milanese fa sistema e propone sfilate e fiere - una **chiave di lettura delle collezioni** e un orientamento in termini di marketing verso il consumatore che deve trovare in proposte in cui riconosce i propri valori e i propri sogni. Dal **Fashion Trendwatching KB** emergono **due aree tematiche** che si trovano nei primi due percorsi di acquisto del Salone.

Il **primo percorso** propone le più moderne interpretazioni della rivisitazione dei **canoni estetici**: la moda infatti, da sempre esclusiva, oggi deve dimostrare di saper essere anche inclusiva, basata su autenticità e trasparenza e si pone la domanda di come mantenere *allure* e magia sotto la pressione dell'esaltazione alla normalità.

La bellezza si fa inclusiva, liquida, genderless, senza confini e fra gli stand si sviluppano le **storie di collezioni** nate per **donne** capaci di essere madri, manager, mogli e nello stesso tempo sexy, attive e divertenti (#7.0), interpreti dei movimenti sociali (Arto) e di un nuovo fenomeno che valorizza le forme in una visione di *body positivity* (Kissa) e di *adaptive fashion* (Ulla Popken). Proposte allargate alle scelte di *gender fluidity* (Giorgia Andreazza), nelle dichiarazioni forti di identità (Be), nel posizionamento verso nuove generazioni capaci di unire Oriente e Occidente (Empathia).

Il **secondo percorso** punta sulla **sostenibilità**: la crescente richiesta di capi di abbigliamento, le conseguenze dell'inquinamento creato da una produzione basata sullo

Inserisci le chiavi di ricerca

Cerca

Info e Login



login



registrazione



edicola

Editoriali

La banda degli onesti
di [Alessandro Sallusti](#)



Calendario eventi

28 Ago - 07 Set Festival di Venezia

27 Ott Elezioni Regionali Umbria



sfruttamento intensivo delle risorse, la consapevolezza che le materie prime utilizzate non sono infinite e competono con la produzione di altre risorse essenziali per la sopravvivenza, porta al concreto ripensamento della riorganizzazione di processi produttivi e prodotti.

Tutti gli eventi



Così Blueberry che lancia l'#natural, comfortable, affordable a Cinzia Caldi, con la sua maglieria in cotone e lino raccolti a mano; Cora Bellotto presenta una collezione con proposte naturali e consapevoli che arrivano al filato di ortica; Darin Achem punta sui valori della vita e dell'umanità attraverso una collezione multiculturale tra Libano e Messico; Dotz, marchio portoghese di calzature propone attenzione all'approvvigionamento di materie prime e buone pratiche di business nella propria filiera produttiva e commerciale ai costumi da bagno in Econyl (il filato creato con le reti da pesca recuperate per salvare il mare) di Savart.

Altri due percorsi d'acquisto strutturati dal marketing team di TheOneMilano aiutano i buyer a scegliere fra un'ampia gamma di prodotti. Ecco allora le **proposte Seasonless**, anteprima assoluta nel mondo delle fiere di moda, con **collezioni** che abbandonano il concetto di **stagionalità** e si presentano **trasversali** nello stile e nelle occasioni d'uso. È il mondo di Bruno Carlo, con i suoi accessori indossabili *all year round*, di Pamela e di Margot, con "speciali" che sfidano le stagioni, di Lucarella, legate fascino *fur* della cerimonia e delle feste. È il magico territorio di Myak: *knitwear* speciali in filato di yak simbolo del progetto di "un filo che unisce", perché ritorna in Tibet, il territorio dello yak, con un supporto educational per i bambini del Paese.

Nella **Buyer Lounge** si può ammirare la collezione di Camilla Carrara, che con il brand di ricerca Zerobarracento è la prima vincitrice del premio **TheOneSeasonless Award** promosso da TheOneMilano e assegnato il 16 settembre: italiana, proveniente dalla scuola Esmo Berlin, si è aggiudicata il premio del salone nel concorso per giovani designers **Mittelmoda** presieduto da Matteo Marzotto e promosso da Camera della Moda e da Confindustria Moda, a cui TheOneMilano aderisce.

Ultimo percorso d'acquisto **B.Box**, lo scrigno del **Bello e Ben fatto**: storie haut à porter di Anna Marchetti, Avagolf, Bohomoss, Club Voltaire, Ghibli, Nome Comune, Daphne Milano con le loro collezioni di abbigliamento e accessori precise, ricche di dettagli, capaci di cura e attenzione artigianali anche quando sono prodotti industriali. Sono i legami con il territorio e le sue tradizioni infine, le proposte di Clamar e Mastromoda, global per scelta imprenditoriale.

L'anima moderna e cosmopolita di TheOneMilano si ritrova invece in **All 4 Business**, il progetto rivolto ai più importanti buyer in collaborazione con Ice-Ita con l'arrivo delegazioni provenienti da Kazakistan, Uk, Russia, Usa, Corea, Giappone, Emirati Arabi, Paesi europei. Il salone ha anche stretto un'alleanza con **Cbi-Camera Buyer Italia** che associa i più importanti **negozi lusso multimarca** scon le **vetrine** più belle d'Italia per mettere in rapporto le aziende di qualità con i *top retailers*. Due i progetti: **The Best One Pics** e **The Best One New Talents**, che arricchiscono la kermesse con altrettante nuove aree dedicate ai migliori total look selezionati tra le proposte dei marchi presenti alla manifestazione e ai più grintosi new talent.

Utilizzando l'innovativa piattaforma digitale **AlwaysOn Show** (www.alwaysonshow.com), con cui TheOneMilano trasforma la presenza fisica in fiera in 365 giorni di lavoro effettivo, il team di AlwaysOn Show assieme a con Cbi, nei mesi scorsi ha fotografato le collezioni degli espositori per permettere ai Vip Buyers Cbi di valutarle e di comporre i look delle loro vetrine creative, fresche e contemporanee. "Siamo felici di collaborare con TheOneMilano, innovativa piattaforma e osservatorio con un ruolo centrale all'interno della fashion week di Milano. Una sinergia che unisce i brands alle eccellenze del retail italiano, favorendo un'ulteriore crescita del Made In Italy", spiega **Francesco Tombolini**, presidente Cbi.

L'opinione



Ma Lerner ha mai chiesto...

Domenico Ferrara



Da Lerner ai bimbi di...

Andrea Indini



A Pontida ritorna la Lega...

Francesco Giubilei



Ora Renzi ha ricreato...

Cristiano Puglisi



Un medico statunitense

Alessandro Bertirotti



E' nato il Renzi Bis, ma...

Mirko Giordani



Ed elezioni saranno. Per la...

Roberto Pellegrino



Netanyahu annulla viaggio...

PiccoleNote

TheOneMilano si tiene nel Padiglione 3 di fieramilanocity, con ingresso da Porta Teodorico, viale Scarampo. Orari: 9.30 alle 18. Tutte le informazioni su www.theonemilano.com

Raccomandato da 



Mariam, la nipote di Bin Laden: «I sogni, il nuoto e il mio cognome»

VanityFair.it

Tag: moda moda donna TheOneMilano haut-à-porter donna **Fiera Milano**

Persone: Francesco Tombolini

Luoghi: fieramilanocity

Speciale: **Fiera Milano**

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE - INFORMAZIONE PUBBLICITARIA



Questo piccolo traduttore ti permette di comunicare in 43 lingue
(MUAMA Enence Enence)



Dieta "mima-digiuno": la scienza conferma utilità per cuore, diabete, cancro
(ProLon)



Tezenis lancia HAVANA bra
(Tezenis)



Incontri locali e seri
(Migliori siti di incontri)



La notte conti le pecore o dormi serenamente come un bambino?
(Sanofi)



Ford Fiesta. Anche GPL. Consegna in 48h.
(Ford Italia)

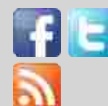
Raccomandato da 

il Giornale.it **ABBONAMENTI**

Abbonati a ilGiornale PDF Premium potrai consultarlo su PC e su iPad:
25 euro per il mensile
120 euro per il semestrale
175 euro per l'annuale



SOCIAL



INFO E LOGIN

- Login
- Registrati
- Hai perso la password?