

Tgcom24 | Modamania

11 OTTOBRE 2019 15:36

## Jo Squillo: TheOneMilano 2019

L'appuntamento fashion che guarda il mondo che cambia.



TheOneMilano è il Salone che rinnova il concetto di fiera e propone un format moderno che unisce in una sola location informazione e business, permettendo a buyer e aziende di incontrarsi e dare il via a relazioni commerciali solide e su misura.



Dedicato all'haut-à-porter per scoprire e acquistare le collezioni di ogni segmento moda - classy lady, trend, casual, curvy, experimental - e di ogni tipologia di prodotto: capispalla, ready to wear, maglieria, beachwear e accessori.

All'insegna dell'ashtag #Facciamosistema, questa edizione si è contraddistinta per la partnership con CBI, Camera Buyer Italia, che ha dato grande impulso alla sinergia tra aziende e vetrine. Il goal è stato quello di creare degli outfit abbinando i capi tra loro con una visione da retail, intercettando i gusti locali.

«In questa edizione - afferma Norberto Albertali, presidente di TheOneMilano - siamo riusciti a ritagliarci un ruolo di promotori e innovatori atti a supportare i nostri clienti, non solo facendo sistema con partner importanti con Camera Buyer Italia e Ice ma anche con nuove forme di comunicazione che danno una importante opportunità di visibilità agli espositori. E non da ultimo, l'aver allineato le date di svolgimento con il calendario della moda, ci ha permesso, ancor di più, di far parte di un sistema trainante del nostro Paese».

Un appuntamento con la selezione. TheOneMilano resta una manifestazione di nicchia che, in ogni edizione, individua modelli di sviluppo per il business dei propri clienti. Questa edizione di settembre ha puntato sulla creazione di macrotemi a partire da percorsi di acquisto per buyer ed espositori fino a codificare canoni estetici capaci di intercettare il gusto e l'esigenza del mercato. Partner.

TheOneMilano si è svolta anche con il sostegno di Agenzia ICE che ha individuato e portato buyer qualificati non solo dall'Europa ma anche dal Giappone, Russia, Ucraina, Usa, Corea, Libano, Azerbaijan che hanno apprezzato la diversificata offerta espositiva. Sostenibilità a tutto tondo. Uno degli elementi che ha caratterizzato TheOneMilano è stata l'attenzione alla sostenibilità, alcuni espositori hanno presentato non solo collezioni create con una forte attenzione all'ambiente ma vere e proprie iniziative legate all'educational come, ad esempio, la collezione in filato di yak che grazie i proventi aiuta i bambini del Tibet.

TheOneMilano, il salone dell'haut à porter, continua a raccontare la sua sesta edizione con il progetto digitale AlwaysOn (www.alwaysonshow.com) che mette online i 1100 capi fotografati nella 4 giorni di fiera e che mantiene acceso in contatto tra domanda e offerta.

THEONEMILANO JO SQUILLO FIERA MILANO 2019

