

WHAT'S NEW **MILAN FASHION WEEK**

# A THEONEMILANO LE STAGIONI NON HANNO PIÙ CONFINI



Niente allarmismi in relazione alla diffusione del coronavirus per gli organizzatori di **TheOneMilano**, che alla vigilia dell'evento hanno inviato una mail di rassicurazione a espositori e visitatori: «La manifestazione si svolgerà attenendosi scrupolosamente alle indicazioni dell'**Organizzazione Mondiale della Sanità**, del **Ministero della Salute** e dell'**Istituto Superiore della Sanità**. Il salone si doterà di tutte le misure di prevenzione aggiuntive consigliate dalle organizzazioni sanitarie, al fine di tutelare espositori e visitatori». La rassegna, di scena nei padiglioni 3 e 4 di Fieramilanocity dal 20 al 23 febbraio, è incentrata quest'anno sul tema *It's always winter somewhere...C'è sempre un inverno da qualche parte nel mondo*, che rimanda alla circolarità del mondo moderno, dove si azzerano le distanze fisiche e culturali, lasciando il posto a un sistema senza più rigide stagioni. Un universo nuovo da cui è nato lo spunto per il format della manifestazione concepito da **Italo Rota** e **Margherita Palli**, che hanno ricreato tra le corsie della fiera una città con le sue multiformi sfaccettature, nel segno della globalizzazione. Mondì che convergono nella Piazza del Fare, incentrata sul tema *Made in Italy: Making of e Superbrand*. Un progetto frutto della collaborazione con **Confartigianato** e con il contributo del **Ministero degli Affari Esteri e della**

## **IL FORMAT DELLA RASSEGNA È FIRMATO DA ITALO ROTA E MARGHERITA PALLI**

**Cooperazione Internazionale** e di **Ita/Ice**, che si articola in due tipi di narrazioni diverse. Da una parte un'installazione/tableau vivant dedicata agli artigiani che rendono grande la nostra moda: dalla ricamatrice alla sarta, dalla tessitrice a telaio al calzolaio, dal pellettiera al pellicciaio. Dall'altra un panel, in programma il 21

febbraio, che individua i messaggi chiave che fanno del made in Italy un superbrand, appealing per i consumatori internazionali. Il salone si conferma contenitore privilegiato per le diverse anime della moda femminile, con i suoi 350 marchi circa on show (al momento di andare in stampa), di cui circa la metà internazionali. Il settore **Fur&Leather** è come sempre grande protagonista, in grado di riunire i nomi di punta del comparto, per un totale di oltre 100 espositori. Continua in parallelo l'ascesa di **www.alwaysonshow**, la piattaforma digitale che estende la durata della rassegna per tutto l'anno.

(c.me.)