

Home / Business / Dal 20 Al 23 Febbraio: TheOneMilano On Stage A Fieramilanocity, Ma Da Settembre Sarà A Rho

DAL 20 AL 23 FEBBRAIO

TheOneMilano on stage a Fieramilanocity, ma da settembre sarà a Rho

13 February 2020



«Il salone dell'haùt-à-porter femminile animerà Fieramilanocity dal 20 al 23 febbraio, seguendo il concept *"It's always Winter somewhere... C'è sempre un da qualche parte nel mondo"*, che rimanda alla circolarità dei tempi moderni dove le distanze fisiche e culturali si azzerano»: si è aperta così la conferenza stampa di presentazione di **TheOneMilano**, in cui sono state anche anticipate importanti novità in programma a settembre.

«Il coronavirus non ci ha fermato. A questa settima edizione ospiteremo 349 espositori, di cui 172 italiani e 177 stranieri, e circa 10mila buyer, compresi i 6mila già preregistrati - ha detto **Norberto Albertalli**, presidente di TheOneMilano -. L'importante è lavorare in sinergia, un

aspetto che abbiamo portato avanti con il progetto *Made in Italy: Making of Superbrand*, ma che sarà ancora più evidente a settembre, quando ritorneremo a **fieramilano** Rho, in uno spazio unico con **Micam e Mipel**».

La notizia del ritorno alla vecchia base ha colpito piacevolmente gli ospiti e soprattutto i giornalisti presenti nella sede di Lineapelle. L'obiettivo, infatti, è quello di riunire una proposta total look nel medesimo spazio, così che i visitatori possano partecipare alle tre rassegne (TheOneMilano, Micam e Mipel) in un unico pit stop.

Per quanto riguarda l'imminente appuntamento, si svilupperà in uno spazio completamente rinnovato e curato dall'archistar **Italo Rota** e dalla scenografa **Margherita Palli**, che hanno ridisegnato Fieramilanocity secondo il format della Piazza e delle vie commerciali.

A fare da tema portante è l'iniziativa realizzata con **Confartigianato** e con il contributo del **Ministero degli affari esteri**, della **Cooperazione Internazionale** e di **Ita/Ice, Making of e Superbrand**, che si articolerà da una parte con installazioni e tableau vivant dedicati al mondo dell'artigianato, e dall'altra con un panel, previsto il 21 febbraio, focalizzato sull'importanza del made in Italy.

Protagonisti del salone saranno i segmenti *Fur & Leather* e la maglieria, che verranno raccontati non solo fisicamente ma anche virtualmente grazie alla piattaforma permanente *www.alwaysonshow*, in modo tale da permettere anche a chi non potrà essere in fiera (dato il 40% delle disdette dei buyer cinesi, causate dalla chiusura aeroportuale e dall'emergenza del virus nel Paese) di visitare e conoscere il mondo di TheOneMilano.

c.bo.

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

Stampa l'articolo 