

Milano, 13 febbraio 2020

THEONEMILANO – Il Salone dell’haut-à-porter femminile si fa cosmopolita

A fieramilanocity dal 20 al 23 febbraio

“IT’S ALWAYS WINTER SOMEWHERE...”

Brusii di bottega e rumori di città fanno da sottofondo all’edizione #7 di TheOneMilano, che svela tutti i trend più cool e i must have della prossima stagione A/W 2021 per la donna. Il Salone dell’haut-à-porter rivoluziona così i padiglioni 3 e 4 di fieramilanocity, completamente ridisegnati da Italo Rota e Margherita Palli, nomi di primaria importanza del panorama internazionale per il grande contributo che danno all’architettura, all’arte, alla scenografia e al design. Gli allestimenti di TheOneMilano vengono così inseriti, nell’edizione di febbraio 2020, in una progettazione in cui la fiera diventa una città operosa e produttiva. Il Salone dell’haut-à-porter femminile ha ideato per il proprio pubblico, a fieramilanocity dal 20 al 23 febbraio, un’esperienza cosmopolita ispirata alla vivacità dei centri urbani. Ed è proprio da questa visione che prende vita il progetto che si realizza nei padiglioni 3 e 4 di via Scarampo a Milano: una visione del mondo urban e cosmopolitan delle grandi metropoli, un melting pot visivo, culturale ed estetico sintesi di un messaggio come quello di TheOneMilano, che si fonda sugli stessi pilastri comunicativi. Il concept è forte e definito, per mirare diritto al “core” del salone: “It’s always Winter somewhere... C’è sempre un inverno da qualche parte nel mondo”, con un esplicito rimando alla grande circolarità del mondo moderno, che azzerà le distanze fisiche e culturali per vivere in un sistema senza più rigide stagioni.

Il progetto 2020 - IT’S ALWAYS WINTER SOMEWHERE...

Italo Rota è l’archistar che ha firmato grandi padiglioni negli Expo mondiali (il nuovo appuntamento sarà il padiglione Italia alla prossima Esposizione Universale di Dubai), musei, mostre e boutique, noto per aver conferito all’architettura l’aspetto di un racconto. **Margherita Palli** è la scenografa di importanti spettacoli teatrali in Italia e nel mondo (dalla Biennale di Venezia al Piccolo Teatro di Milano, da Salisburgo a Bruxelles, a Tokyo), di mostre d’arte e di visionari allestimenti come quelli dedicati alla Milano della Moda, con le maschere sulla facciata della Rinascente e i tessuti in cascata in piazza della Scala a Milano. Questo step di TheOneMilano è un ulteriore tassello del percorso sul “mondo nuovo” disegnato dal salone, che si affianca ai concetti introdotti dalle ultime edizioni: il giardino di inverno (con allusione agli spazi reali ed emotivi di un ritorno alla natura capace di rigenerare) del febbraio 2019 e il non-tempo del “seasonless” di settembre, con capi senza una rigida stagionalità, vero passe-partout moderno. Oggi, il passo si fa deciso e rivoluzionario. E’ in scena la città con le sue contraddizioni e i suoi stridori, i suoi racconti e le comunità che la abitano. E’ la metropoli disegnata da Rota e Palli, con le corsie della fiera che diventano viali, gli stand che si trasformano in palazzi pieni di storie e di persone, le piazze che si confermano luoghi di incontro e di scambio, di relax e di riflessione. E nel punto centrale d’accesso ai due padiglioni, nello snodo nevralgico disegnato dalle scale mobili (simbolo mai fermo di mall, aeroporti, metropolitane e stazioni) spuntano improvvise gigantesche strutture a forma di montagna, alberi in versione winter, funghi e fiocchi di neve: sono le boules de neige e il loro mondo slow, fantastico e sognante, il souvenir per antonomasia, l’oggetto divertente e colorato che tutti vogliono portare a casa, per tenere sulla scrivania del quotidiano l’esperienza del viaggio e renderla indimenticabile, come questa edizione di TheOneMilano.

Le collezioni

Le collezioni degli espositori presentano un guardaroba che passa dal capo #furandleather alla **maglieria**, attraverso il capospalla e tutto l’haut-à-porter, valorizzando realtà produttive che trovano la loro individualità distintiva in una new craft personalizzata e creativa, di grande capacità manifatturiera e di moderno artigianato. La maglieria ricopre un ruolo primario con morbide presenze di collezioni **knitwear** in fibre morbide e preziose, perfette nelle lavorazioni e nello stile, come quelle presentate da Rosamaglia brand italiano nato nel 2015, accanto ai capi realizzati con filati pregiati mohair made in Italy del Maglificio Fagotto. Nelle collezioni non mancano le incursioni di moderno dinamismo, come nei capi presentati da “Le fate”, arricchiti da esclusive fantasie. L’eleganza francese sarà presente con “Solexlo”, mentre “Arja Cajo” colora il mood con le sue stole di **seta, cotone e canapa**; dalla Polonia arrivano poi i vivaci capi di Vicher e le borse di Mr Fashion. Numerose le collezioni **demi couture, cocktail e sera** destinate a non passare inosservate e che hanno già suscitato uno spiccato interesse dei buyer che hanno potuto ammirarne un’anteprima sulla piattaforma digitale



www.alwaysonshow.com Il settore Fur&leather come sempre è grande protagonista. TheOneMilano, che riunisce i principali nomi del settore del fur e della pelle, è anche per questo presente tra gli appuntamenti imperdibili nelle agende dei più importanti buyer che trovano nel salone oltre 100 espositori del settore in un en plein di conferme dei brand del made in Italy ambiziosissimi in tutto il mondo per la qualità creativa e di manifattura delle loro collezioni. «TheOneMilano accoglie il ritorno in fiera di aziende storiche, che negli ultimi anni avevano scelto altre formule distributive e che oggi tornano a riconoscere al salone un ineguagliabile ruolo attrattivo in termini di sistema. Da segnalare, inoltre, le ottime performance per numero di aziende presenti dai Paesi del grande manifatturiero europeo, ma anche la presenza di nuovissimi brand, grazie al lavoro di scouting internazionale fatto dal Marketing team del salone» commenta il presidente **Norberto Albertali**.

I Buyer

TheOneMilano lavora sempre con grande impegno all'internazionalizzazione delle aziende italiane, grazie a un rapporto di collaborazione e forte sinergia con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione e con "ITA - Italian Trade Agency Ice", l'agenzia per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Un rapporto quest'anno rafforzato grazie al prezioso progetto "MADE IN ITALY: MAKING OF e SUPERBRAND" – realizzato in collaborazione con Confartigianato - che aggiunge experience allo storytelling del "sapere fare bene", attraverso un'area di sintesi/installazione che mette in scena i mestieri e i "saperi" che rendono le nostre collezioni famose nel mondo e un talk che individua i messaggi chiave di un made in Italy capace di diventare un superbrand attrattivo per i consumatori internazionali, grazie ai contenuti reali ed evocativi che porta indissolubilmente con sé. Come sempre TheOneMilano si impone come salone dall'anima internazionale in grado di attrarre e coinvolgere i buyer con una proposta moda apprezzata in un mondo senza confini, come dimostrano i dati di accesso in cui la presenza di visitatori stranieri storicamente supera il 60%. E anche per questo motivo, alla prossima edizione di TheOneMilano è attesa una composita delegazione di buyer con una forte presenza dalla Russia, oltre dagli Usa, Corea, Giappone, Kazakistan e Azerbaigian.

Eventi

- THEONEMILANO OFFICIAL OPENING il taglio del nastro è previsto giovedì 20 febbraio alle ore 15 al padiglione 3.
- MADE IN ITALY – MAKING OF, STORIE DI PRODUZIONE Installazione e racconto di un "dietro le quinte della moda" tutto da scoprire attraverso i mestieri che lo rendono realtà. Dal 20 al 23 febbraio al padiglione 3.
- MADE IN ITALY – GRAND TOUR: Giovedì 20 dalle 19 alle 21 il Food Park del salone si apre a un viaggio tra gli aromi e i profumi di una avvincente itinerario alla scoperta dei prodotti tipici della cucina italiana, che per i buyer internazionali è – insieme alla moda - l'essenza stessa del nostro stile di vita.
- MADE IN ITALY – SUPERBRAND valori e narrazione del Made in Italy per la moda italiana nei mercati esteri. Venerdì 21 alle ore 11.30: un panel dedicato ai buyer e addetti ai lavori per approfondire e valorizzare un marchio che tutto il mondo ci invidia.

AlwaysOn, la fiera digitale di TheOneMilano

Continua l'ascesa di www.alwaysonshow.com, l'estensione digitale di TheOneMilano, pensata per trasformare i giorni di fiera fisica in 365 giorni di lavoro effettivo che continua a raccogliere altissimo interesse sia tra gli espositori, sia tra i buyer. Posizionatasi come servizio alle aziende, la piattaforma propone sia un portale semplice e intuitivo grazie al quale i compratori possono preparare con facilità la propria visita, trovare nuovi brand interessanti da "seguire", contattarli, "salvare" i prodotti che più loro piacciono in una "special list" sia un lavoro di web marketing attuato grazie alla collaborazione datata 2019 con 20 influencer in grado di lanciare, attraverso i loro profili Instagram, le foto e gli stili di un salone unico al mondo e dei suoi espositori.

TheOneMilano, polo per il prêt-à-porter femminile d'alta gamma: dal 20 al 23 febbraio 2020 a Milano nei padiglioni 3 e 4 di fieramilanocity, nei seguenti orari: 20-21-22 febbraio dalle 9.30 alle 18; il 23 dalle 9.30 alle 17

349 BRAND - 172 ITALIANI – 177 INTERNAZIONALI - oltre 6.000 BUYERS PREREGISTRATI ALLA FINE DI GENNAIO - 3 eventi in programma

PRESS OFFICE THEONEMILANO

press@theonemilano.com Viviana Dalla Pria +39.338.6111850

Rosy Mazzanti - Elena Brambilla +39 02 49977939 www.theonemilano.com