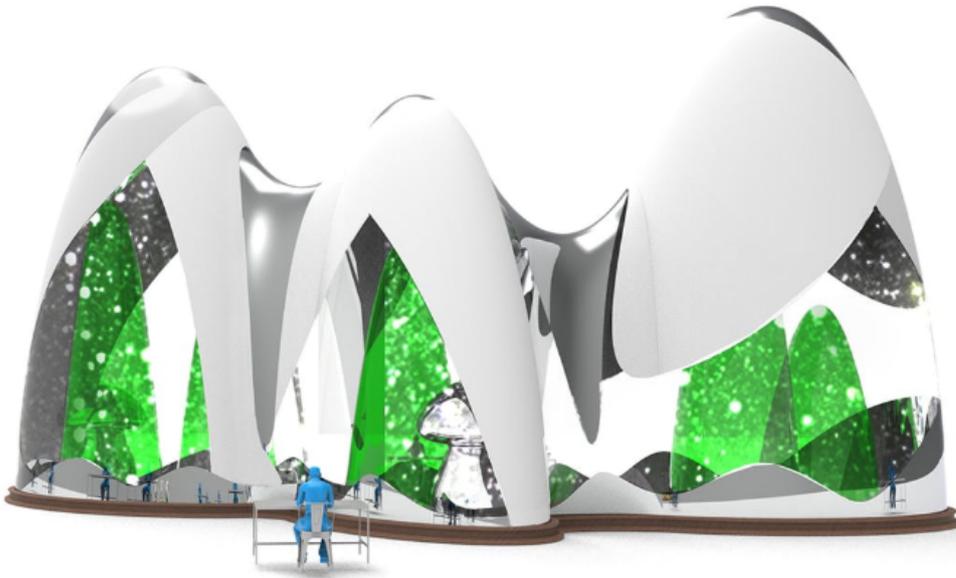


Con il progetto di Italo Rota il salone guarda al futuro

24.02.2020
by Federico Poletti



TheOneMilano presenta la nuova edizione disegnata da Italo Rota e Margherita Palli che valorizza il made-in-Italy in collaborazione con il Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale, ITA/ICE e Confartigianato.

Durante Milano Moda Donna, è stata presentata **TheOneMilano**, dal 20 al 23 febbraio a fieramilanocity, il salone dell'haute-couture ha presentato 349 brand, di cui 172 italiani e 177 internazionali con tutte le novità per l'autunno/inverno 2021. Molte le novità di questa edizione tra cui il progetto **"Made in Italy: Making of e Superbrand"** il progetto realizzato in collaborazione con Confartigianato e con il contributo del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale e di ITA/ICE, che mette in scena i mestieri e il saper fare che rendono uniche le collezioni moda prodotta in Italia. Nasce così un racconto sotto forma tanto di tableau vivant /installazione quanto di panel, un talk dedicato ai buyer, capace di intercettare i gusti e i desideri dei consumatori più attenti e selettivi. Per questa stagione TheOneMilano rivoluziona i padiglioni 3 e 4 di fieramilanocity, completamente ridisegnati da **Italo Rota e Margherita Palli**, nomi noti a livello internazionale, che hanno ripensato gli spazi fieristici facendosi ispirare dal mondo urbano e cosmopolita delle grandi metropoli. Il concept vuole raccontare il tema 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 azzerava le distanze fisiche e culturali per vivere in un sistema senza più rigide stagioni. Il progetto 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. Racconta Italo Rota in merito a questo importante cambiamento: *"È un progetto di transizione, viviamo una vita totalmente mutata e siamo entrati in un momento in cui l'analogico va di pari passo con l'iper digitale. Questo è un evento di transizione metodologica. Gli obiettivi di questo ambizioso rinnovamento erano due: ricreare il caos di un mercato di oggetti particolari, che è anche il tema della fiera e l'altro è il concetto per cui ovunque vai nel pianeta c'è sempre un inverno".* E continua: *"Ho giocato sul dualismo tra emisfero nord e sud in modo da avere una contemporaneità fisica. Una parte importante però è anche quella dell'artigianalità, che diventa un lavoro di gnomi sapienti, che producono pezzi unici. Una storia di essere umani che fanno questo lavoro per scelta senza macchine, ma la tecnologia poi diventa molto importante per diffondere questi prodotti ricercati".* Grazie a questa nuova progettazione la kermesse decide di investire su una visione data da due artisti e professionisti di fama mondiale per ridefinire non solo degli spazi di vendita, ma lo stesso ruolo della fiera intesa sempre più come momento emozionale ed esperienziale. *"Le fiere - conclude lo stesso Rota - diventeranno luoghi in cui i 5 sensi vengono esasperati, i materiali e le sensazioni devono essere facilmente fruibili, anche dalle persone non presenti nelle luogo in cui avvengono le esposizioni. Ci sono aziende che vogliono far provare abiti o scarpe anche a chi non è presente e quindi è necessario sviluppare nuove tecnologie in questo senso per agevolarli. Per questo motivo stiamo lavorando anche a nuovi tipi di sfilate diverse da quelle attuali, che offrano esperienze sensoriali anche a chi è più distante".* Non a caso cresce anche **AlwaysOnShow**, la fiera digitale attraverso la quale i buyer che non potranno essere presenti avranno comunque la possibilità di visionare tutte le novità presenti in fiera.