

TheOne
Milano

ON

VOGUE

08/04/2020



© Press Office

FASHION NEWS

TheOneMilano: l'Haute-a-Porter sempre più digitale

DI ANNA MARIA CIANO

7 APRILE 2020

Il salone fashion meneghino continua il percorso di digitalizzazione con un progetto che comprende piattaforme online, campagne social e il lancio di una nuova app



TheOneMilano si espande sul web con un progetto digital tra social media e app

È fra le più importanti fiere di moda **luxury ready to wear**, altresì definita **haut-à-porter**, e oggi rafforza il suo core da sempre digital-oriented. Una realtà che nel suo allestimento fisico ha visto la collaborazione di grandi artisti contemporanei, come l'**architetto Italo Rota** e la **scenografa Margherita Palli** che ne hanno rivoluzionato gli spazi espositivi. Dalla dimensione tangibile ci si sposta a quella interconnessa del web, dove le piattaforme digitali e i social media rappresentano una **versione 2.0** delle dinamiche fieristiche, commerciali e pubblicitarie. **TheOneMilano** avvia quindi un percorso di digitalizzazione organizzato in diversi step, che portano a vivere un'esperienza onnicomprensiva della fiera e dei suoi meccanismi.



Si parte con la creazione di una **piattaforma digitale, Always One**, espansione web di **TheOneMilano**, che amplia i tempi di incontro e dialogo con i visitatori a 365 giorni l'anno. Un progetto che mira anche a presentare la fiera nella sua **totalità**: non sono pochi giorni di esposizione, ma un anno intero di lavoro e preparazione. A questa prima parte si aggiunge il fronte **marketing e di comunicazione pubblicitaria**, che abbandona i sistemi tradizionali per immergersi nel mondo degli **influencers**. 20 emergenti personalità dei social indosseranno i capi presentati alla fiera, creeranno look diversi e originali, condividendoli non solo sui loro profili personali, ma anche sulle pagine ufficiali di **TheOneMilano**, oltre ad avere una sezione dedicata in Always One, chiamata **Always Look**, a disposizione dei **buyer** che potranno avere linee guide per i propri acquisti in termini di total look.

Infine, due sono i progetti in fase di sviluppo che vedremo nei prossimi mesi. È previsto il lancio dell'**app**, ideata per una fruizione mirata a vivere la fiera anche in **versione digital**, e successivamente, nel 2021, si assisterà a un rinnovamento in chiave tech della stessa fiera, attraverso **suite dedicate agli espositori**, che tramite un sistema di messaggistica interno, consentirà la gestione della rete di vendita, con coordinamento fra direzioni commerciali e agenti, un rapporto diretto e successivo follow-up con i buyer reso più semplice ed immediato, e la possibilità di preparare la visita del buyer in azienda diminuendo i tempi di permanenza e permettendo di organizzare più appuntamenti.



© Press Office

A parlare del futuro di **TheOneMilano**, della tecnologia e del progresso è l'architetto **Italo Rota**, *"È un salone di transizione, ibrido, che anticipa il nuovo modo di concepire le manifestazioni di questo tipo. Tra un paio di anni le nuove tecnologie, 5G in primis, cambieranno la natura fisica delle fiere, con l'analogico estremo che conviverà con il digitale più nuovo, e nasceranno nuove esigenze come quella di organizzare sfilate online. E poi un ruolo importante lo giocherà l'intelligenza artificiale, che permetterà di modificare i prodotti esposti in tempo reale in base ai visitatori o alle esigenze del mercato. Inoltre, i saloni della moda diventeranno probabilmente sempre più momenti emozionali dove saranno coinvolti tutti e cinque i sensi, come un teatro della memoria per portarsi via un ricordo"*.