

Home / Business / Ci Sarà Anche La Versione Digitale AlwaysOn Show: TheOneMilano Conferma L'edizione Di Settembre E Si Allea Con Micam. Nasce L'expo "diffusa"

CI SARÀ ANCHE LA VERSIONE DIGITALE ALWAYS ON SHOW

TheOneMilano conferma l'edizione di settembre e si allea con Micam. Nasce l'expo "diffusa"

24 July 2020



In tempi di crisi le alleanze premiano. Così il salone della moda femminile **TheOneMilano** conferma l'edizione settembrina, dal 20 al 23, la location, il quartiere di **Fiera Milano** e, come già annunciato durante l'edizione di febbraio, si svolgerà per la prima volta in concomitanza e integrato con **Micam Milano**.

Nasce un nuovo format di expo diffusa, dove i brand e gli espositori trovano il supporto di più expertise che, per TheOneMilano Special featured by Micam, si tradurranno nella possibilità di avere in un unico luogo un vero total look.

«La nostra vision è quella di rimanere sempre al passo con i continui cambiamenti del panorama fieristico - dice **Elena Salvaneschi**, ceo di TheOneMilano -. Vogliamo continuare a offrire ai nostri clienti servizi sempre più completi, all'avanguardia e realizzare per loro strumenti sempre più utili e concreti per supportare le aziende e i buyer. Questo sperimentato per la prima volta con Micam, un partner con cui lavoriamo da tempo e a cui ci accomuna l'essere fiere realizzate da associazioni di categoria aderenti a **Confindustria Moda**, è un modello che replicheremo con accordi che porteranno le nostre aziende a realizzare altre "fiere diffuse": in primo luogo proprio con Micam, in appuntamenti esteri programmati per la fine dell'anno e per i primi mesi del 2021».

Per offrire un servizio sempre più completo ai buyer, all'esposizione fisica TheOneMilano si affianca la digitale **AlwaysOn Show** (www.alwaysonshow.com), un progetto concreto e attivo già da un biennio, che a settembre presenterà novità importanti, a partire da un'applicazione dedicata.

La piattaforma digitale, da sempre destinata al b2b, includerà una sezione aperta e visibile a tutti, senza registrazione: i visitatori avranno così una preview di prodotti selezionati dalle aziende. Un inedito Wall, inoltre, permetterà agli espositori di caricare direttamente le immagini dei loro prodotti, per esprimere in modo più diretto la loro brand identity, mentre nella sezione *One to One* potranno inserire prodotti esclusivi e incontrare "virtualmente" i buyer più interessanti, avviando direttamente contatti e accordi commerciali.

c.me.

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

Stampa l'articolo 