

TheOneMilano conferma le date: in scena a FieraMilano Rho dal 20 al 23 settembre

Scritto da Isabella Naef



18 ago 2020

TheOneMilano, il salone dell'haute-à-porter femminile, conferma il suo svolgimento dal 20 al 23 settembre e la sua location: il quartiere di Fiera Milano Rho, dove andrà in scena per la prima volta in concomitanza e integrato con Micam Milano, kermesse internazionale di riferimento per il settore calzaturiero, come già annunciato durante l'edizione di febbraio.

TheOneMilano, hanno sottolineato gli organizzatori, in una nota, debutterà in versione special featured by Micam con selezionate capsule collection per consentire ai buyer di comporre un total look fatto di abbigliamento in pelle, tessuto e pelliccia completato con accessori del settore calzaturiero.

La kermesse, è dunque una fiera aperta, una nuova formula destinata a diventare una costante nel linguaggio espositivo di TheOneMilano, naturale completamento ed evoluzione dell'appuntamento flagship di febbraio.

All'esposizione fisica "TheOneMilano", sarà affiancata la piattaforma digitale "Always on show"

"La nostra vision è quella di rimanere sempre al passo con i continui cambiamenti del panorama fieristico", ha detto 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 con 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".

All'esposizione fisica "TheOneMilano", sarà affiancata la piattaforma digitale "Alwayson show", un progetto concreto, attivo da un biennio. A settembre la piattaforma presenterà novità importanti, a partire da un'applicazione dedicata. Da sempre destinata al business to business la piattaforma includerà una sezione aperta e visibile a tutti, senza registrazione: i visitatori avranno così una preview di prodotti selezionati dalle aziende.

Un nuovo wall, inoltre, darà la possibilità agli espositori di caricare direttamente le immagini dei loro prodotti, per esprimere in modo ancora più diretto la loro brand identity, mentre nella sezione "one to one" avranno la possibilità di inserire prodotti esclusivi e incontrare "virtualmente" i buyer più interessanti, avviando direttamente contatti e accordi commerciali.