

ECONOMIA | 19 marzo 2021, 15:35

Fiere, TheOneMilano diventa digitale con 90 brand e 7mila buyers



Aspettando di poter tornare a Rho, si mette in moto la rassegna di moda di alta gamma. Evento clou il 22 marzo

TheOneMilano - manifestazione della moda di alta gamma - convoca con il digitale, aspettando di poter tornare in presenza a Rho.

Oltre 90 brand presenti in piattaforma, 7mila buyers internazionali con molti appuntamenti già fissati, oltre 13 eventi organizzati, nei format di www.alwayonshow.com.

Con questi numeri, TheOneMilano alza il sipario sul mercato dell'Haut à porter internazionale, partendo dal segmento dell'artigianato italiano. In attesa dell'edizione fisica - in calendario a settembre 2021 -

TheOneMilano farà convergere in digitale dal 21 al 23 marzo prossimi le imprese italiane e internazionali, grazie alla digital experience, una piattaforma (e una app collegata, raggiungibile iscrivendosi al sito www.alwayonshow.com) per connettere la community di professionisti e aziende.

Un'opportunità - si sottolinea - per tutto il mondo fashion di fare business, ascoltare le esigenze degli operatori, presentare nuove linee, sviluppare networking.

Gli eventi

La manifestazione avrà un evento clou: in diretta streaming lunedì 22 marzo alle ore 10.30 si potrà assistere a una sfilata unica: "The Edge of Makers - Made in Italy: making of": le modelle in sfilata racconteremo non solo il prodotto, ma anche i mestieri che ne sono alla base e che consentono la creazione di collezioni ricche di qualità e di dettagli.

L'evento, che grazie all'importante collaborazione con l'Agenzia Ice verrà divulgato a buyer e media esteri, si realizzerà a "Lo Spazio Antologico agli East end Studios" a Milano: un luogo scelto perché racchiude tutto il fascino della location post-industriale: mattone rosso a vista e travi in ferro, coniugati con elementi architettonici e di design.

Un luogo di produzione per raccontare storie di produzione. All'interno della sfilata verranno rappresentati i 7 mestieri selezionati in questa occasione come espressione del Made in Italy. Mestieri che si sviluppano grazie al lavoro delle mani, della mente e del cuore selezionati, grazie alla partnership con Confartigianato.

Sfilano tricot, con la capacità di creare un prodotto partendo "solo" da un filo; cappello, con finissaggio a mano, colori, ricami e le tecniche più glamour (piume, pailletes, inserti); guanti, piccoli capolavori, perfetti per non dar fastidio ai movimenti e per non irritare la pelle con le cuciture; tele e cartamodelli, l'inizio della storia della moda; fiori di stoffa e decorazioni: manualità estrema che arricchisce con un dettaglio, filettatura, intarsio e grandi lavorazioni della pellicceria e cinture, artigianalità preziosa ed estremamente contemporanea. La sfilata sarà visibile in live fino al 23 marzo e poi riproposta fino al 30 maggio nella Gallery su www.theonemilano.com fino al 31 maggio.

Nel palinsesto di TheOneMilano Digital Experience si trovano momenti di approfondimento sui grandi temi che caratterizzano la moda e il sociale in questo periodo.
