

# TheOne Milano

ON



## TheOneMilano approfondisce con The Style Lift i trend dei colori



La manifestazione **TheOneMilano** va in scena sulla piattaforma digitale AlwaysOnShow (90 i brand presenti) dal 21 marzo, rinunciando a causa della pandemia alla presenza fisica a Rho Fiera Milano come è accaduto per le altre fiere #strongertogether del settore moda. La resilienza del sistema ha spinto le manifestazioni a riorganizzarsi in forma digital proponendo eventi, sfilate e webinar per connettere la community di professionisti e aziende e sviluppare networking.

L'evento clou è la sfilata in diretta streaming di lunedì 22 marzo alle ore 10.30 dal titolo "**The Edge of Makers — Made in Italy: making of**" dove viene mostrato 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,

# TheOne Milano

ON



realizzato con la collaborazione di Agenzia ICE agli East end Studios a Milano, sintetizza l'attenzione sul made in Italy e sul bello e ben fatto, valore aggiunto inestimabile della filiera moda italiana e riconosciuto in tutto il mondo. Infatti all'interno della sfilata vengono rappresentati sette mestieri ad alto tasso di artigianalità, selezionati grazie alla partnership con Confartigianato, nelle aree: **tricot**, con la capacità di creare un prodotto partendo da un filo; **cappello**, con finissaggio a mano, colori, ricami e le tecniche più glamour (piume, pailletes, inserti); **guanti**, costruiti per non dar fastidio ai movimenti e per non irritare la pelle con le cuciture; **tele e cartamodelli**, ovvero l'inizio della storia della moda e utili per consentire ad abiti e capispalla una vestibilità assoluta; **fiori di stoffa e decorazioni**, simboli di manualità estrema per arricchire i capi e **cinture**, spesso risultato di un lavoro artigianale. Nel palinsesto di TheOneMilano Digital Experience, illustrato dal Ceo della manifestazione **Elena Salvaneschi**, si trovano momenti di approfondimento sui grandi temi che caratterizzano la moda e il sociale in questo periodo. Saranno **"Sneak Peek"**: interventi brevi e focus mirati, con lo scopo di formare i buyer internazionali, aiutandoli a valorizzare il super brand Made in Italy curati da Orietta Pellizzari. Per quanto riguarda i trend e, nello specifico, i colori, entra in scena **The Style Lift** con un *video emozionale* che unisce tessuti presi dal proprio archivio e immagini di sfilate e prodotti per illustrare le tendenze dell'autunno-inverno 21/22. Un video che rimarrà presente sulla piattaforma e consultabile in ogni momento.

# TheOne Milano

ON



Un altro appuntamento significativo è la presentazione di **Furmark®**, il nuovo sistema internazionale di certificazione e tracciabilità per le pellicce naturali, che valida la produzione del settore in termini di tracciabilità e che garantisce sia il benessere degli animali sia gli standard ambientali. Lo presentano IFF, la Federazione Internazionale della Pellicceria, e Associazione Italiana Pellicceria. Sotto i riflettori anche un tema di grande attualità sviluppato attraverso il webinar — **Economia circolare: sfide e opportunità per il tessile del futuro**— realizzato da SMI, Sistema Moda Italia.

Un palinsesto molto ricco, dunque, quello proposto dalla piattaforma AlwaysOnShow e dalla app collegata, a supporto del made in Italy, grazie anche al sostegno di Agenzia Ice che nel 2020 ha offerto alle imprese 14 nuove iniziative, per lo più centrate sul digitale. Fra queste, la piattaforma Fiera Smart 365, che consente alla manifestazione di vivere da remoto 365 giorni all'anno; gli accordi di e-commerce con 28 fra i principali marketplace mondiali (di cui 12 nel settore della moda); la formazione dei digital export manager, oltre a una grande campagna di Nation brand e agli strumenti messi a disposizione dalla blockchain per la tracciabilità dei prodotti e la lotta all'Italian sounding.