

Ti trovi in: Home » fiere » TheOneMilano (21-23 marzo) porta online l'alta moda e i mestieri

## TheOneMilano (21-23 marzo) porta online l'alta moda e i mestieri



© 19 Mar 2021



Fiere : Pelliccia - Theonemilano

Più di 90 brand, **7.000 buyer** e oltre 13 eventi organizzati. **TheOneMilano** dà appuntamento sulla piattaforma [alwaysonshow.com](http://alwaysonshow.com) dal 21 al 23 marzo, in un format digitale che unisce l'alta moda e i mestieri. Un format, cioè, che tiene insieme la presentazioni delle collezioni dei brand al racconto **delle filiere che li sostengono**. "Ci siamo resi conto che i pilastri della ripresa economica – commenta il CEO **Elena Salvaneschi** – sono la sostenibilità, la durevolezza, la circolarità. Gli stessi elementi, vale a dire, su cui si basa **la forza del made in Italy**".

### Alta moda e mestieri

La connessione tra TheOneMilano e manifattura trova compimento lunedì 22 marzo alle ore 10:30, quando va in onda la sfilata **"The Edge of Makers – Made in Italy: making of"**. Con le modelle non si racconterà solo il prodotto, ma anche le attività artigianali che ne sono alla base. Gli organizzatori, in partnership con Confartigianato, puntano sulle aree produttive del tricot, del cappello, dei **guanti**, delle tele e cartamodelli, dei fiori di stoffa e decorazioni, della **pellicceria** e delle **cinture**.

#### Le sfide e lo scenario

"Lo scenario è ancora molto difficile – afferma **Norberto Albertalli**, presidente dell'ente fieristico –. Nel 2020 la pelliccia italiana **ha perso il 42,8%** su base annua a causa della pandemia. Non avremmo voluto rinunciare alla manifestazione fisica, ma abbiamo dovuto adeguarci. Aspettiamo il successo delle campagne vaccinali. Nel frattempo diamo appuntamento su [alwaysonshow](http://alwaysonshow.com), piattaforma che abbiamo varato già nel 2017". "L'iniziativa ben rappresenta la capacità della moda di reagire con nuovi strumenti e in ottica di sistema – aggiunge **Carlo Maria Ferro**, presidente di Agenzia ICE –. È sul digitale che si giocherà la competizione nei mercati. Su questi paradigmi, e in accordo con il Patto per l'Export, abbiamo costruito la nostra strategia affinché il Made in Italy torni grande nel mondo. Nel 2020 abbiamo offerto alle imprese 14 nuove iniziative, tra cui la piattaforma **Fiera Smart 365**, che consentirà alla manifestazione di vivere da remoto 365 giorni all'anno. Abbiamo stretto, tra le altre cose, accordi di e-commerce con 28 fra i principali marketplace mondiali, di cui 12 nel settore della moda".