



ON

FASHION  
NETWORK

CO

## TheOneMilano: tutti i progetti e le iniziative della prossima edizione

TheOneMilano, il salone dedicato alla moda d'alta gamma, scalda i motori per la prossima edizione di settembre che, pandemia permettendo, dovrebbe svolgersi in presenza dal 19 al 21 settembre a Fieramilano Rho, in concomitanza con Micam e Mipel. Elena Salvaneschi, CEO della manifestazione, ha raccontato a FashionNetwork.com i prossimi progetti.





“Stiamo lavorando con grande impegno in vista di un appuntamento fisico, anche se il punto dolente è la possibilità per i buyer internazionali, che rappresentano il 63% dei nostri visitatori, di presenziare all’evento. Il Governo dovrebbe lavorare a piani che facilitino le relazioni tra i vari Paesi. Fieramilano Rho è una location che garantisce il rispetto di tutte le norme di sicurezza e il distanziamento necessario. Presentarsi insieme a Micam e Mipel significa fare sinergia tra i vari settori merceologici e offrire ai buyer di moda e lusso l’offerta più ampia possibile”, spiega Elena Salvaneschi. “Manterremo comunque anche la versione digitale, che abbiamo lanciato nel 2017 e che nella scorsa edizione di marzo ci ha dato delle belle soddisfazioni. La nostra fiera online è accessibile tutto l’anno con punte di spinta un mese e mezzo prima e dopo al periodo fieristico, che corrisponde al periodo delle campagne vendita”.

Tra il 15 febbraio e il 23 aprile scorsi, la piattaforma [www.alwaysonshow.com](http://www.alwaysonshow.com) di TheOneMilano ha registrato oltre 25.000 utenti, di cui circa 9.000 buyer verificati, per più di 32.000 sessioni e quasi 70.000 visualizzazioni di pagina.

“La piattaforma ha una sezione dedicata solo ai buyer e una aperta al pubblico, per consentire alle aziende espositrici di iniziare una politica di branding, aiutata dalla forza di intercettazione della fiera, che è stata promossa con una campagna di comunicazione specifica e mirata”, precisa la manager: “Le visite ai profili degli espositori fatte dai buyer registrati sono state in media 300 per espositore, con un tempo di permanenza medio sul profilo e di analisi dei modelli della collezione di oltre 3 minuti”.





ON

"FurMark è un progetto molto importante su cui il mondo della pellicceria, nostro settore di riferimento, sta lavorando da oltre due anni, volto a massimizzare la trasparenza nei confronti del consumatore", spiega la manager: "Si tratta di un sistema di certificazione garantito da certificatori esterni al comparto, che copre tutto il processo produttivo, dall'allevamento alla concia, dalla manifattura al retail. Il consumatore finale avrà così una 'carta d'identità' del capo che sta acquistando, che gli garantirà che tutta la catena produttiva ha seguito i migliori principi di tutela degli animali, dell'ambiente e delle persone".

FurMark sarà presentato il prossimo ottobre alla stampa e ai consumatori in contemporanea nelle quattro "capitali della moda" (Milano, Parigi, Londra e New York), mentre le prime pellicce certificate saranno presenti in fiera e negli showroom a febbraio 2022 e disponibili sul mercato con l'AI 2022-23. "TheOneMilano sarà un palcoscenico ideale per questo incontro tra offerta e domanda dei retailer e già con questa edizione della fiera digitale abbiamo inserito nel palinsesto degli eventi un approfondimento per preparare gli operatori a questa certificazione, che ricerche di mercato specifiche dimostrano essere di grande interesse per il consumatore finale", prosegue la CEOi.



Un'immagine dall'ultima fiera di TheOneMilano 2020 - theonemilano.

TheOneMilano continuerà inoltre a collaborare con ICE e Sistema Moda Italia per far conoscere il made in Italy nel mondo: "Siamo reduci da La Moda italiana a Seoul, svoltasi con un format misto che ha funzionato molto bene: abbiamo mandato i campionari perché le aziende non potevano essere presenti, ma è stato fatto un tale lavoro di scouting che gli espositori sono riusciti a vendere benissimo. I buyer coreani sono stati chiamati a raccolta da ICE, da Sistema Moda Italia attraverso EMI e dalle nostre segreterie; il lavoro fatto è stato premiante. Abbiamo in previsione un evento a Dubai che stiamo preparando e che vorremmo organizzare in concomitanza dell'Expo di Dubai", conclude Elena Salvaneschi. "Per il futuro, stiamo lavorando a un format nel quale i saloni di Milano siano come dei 'flagship' di riferimento, ai quali si affiancheranno delle micro manifestazioni in giro per il mondo, una sorta di roadshow".