

TheOne Milano

ON

ALPI FASHION MAGAZINE
Fashion, Art and Culture



Si riparte davvero! Un ritorno agli eventi in presenza, dal vero: un traguardo tanto voluto e finalmente raggiunto. Ecco che **TheOneMilano** il Salone dell'Haut-à-porter femminile è pronto al via.

L'edizione **settembrina** di **TheOneMilano** si conferma in presenza dal 19 al 21 settembre nel quartiere di Fieramilano Rho, dove si svolgerà per il secondo anno in Special Edition featured by **MICAM Milano**, il salone internazionale di riferimento per il settore calzaturiero.

«Stiamo lavorando con grande impegno in vista di questo, attesissimo, appuntamento fisico, cercando di coinvolgere quanto più possibile i buyer internazionali, che rappresentano il 63% dei nostri visitatori. Fieramilano Rho è una location che garantisce il rispetto di tutte le norme di sicurezza e il distanziamento necessario» spiega **Elena Salvaneschi, Ceo di TheOneMilano**, che continua: «Presentarsi insieme a Micam significa fare sinergia tra i vari settori merceologici e offrire ai buyer l'offerta più ampia possibile».

SLOW FASHION

TheOneMilano, il **Salone dell'Haut-à-Porter**, è la casa degli storymakers: imprese indipendenti, creative, innovative che trasmettono la "storia del fare" attraverso le collezioni SLOW FASHION di loro produzione, curate nei minimi dettagli: oggetti di pregio in materiali nobili e di qualità. La pura esibizione estetica lascia spazio, così, al saper fare d'eccellenza delle aziende Made in Italy, all'affermazione della sartorialità di creazioni realizzate da persone per essere indossate da persone.

In fiera, a settembre, un'intera area verrà trasformata in set fotografico per dare luce a questa storia e raccontarne le materie prime e i processi produttivi sostenibili. Saranno gli stessi imprenditori a svelare le loro virtuose storie aziendali, attraverso **video e contenuti** in cui si evidenzieranno le competenze insieme all'aspetto umano e artigianale di produzioni che si fondano sull'intraprendenza e la creatività indispensabili per produrre capi e oggetti di pregio, con materiali nobili, adatti a durare nel tempo e ad attraversare le generazioni, grazie anche al riutilizzo e alla riparabilità.

Il **progetto** – che parte dall'edizione di settembre di TheOneMilano per raggiungere quella di febbraio passando per una serie di webinar di approfondimento dedicati ai mercati internazionali – si avvale dell'appoggio del **Ministero degli affari esteri** e della cooperazione internazionale e di ICE, che attraverso la sua rete di uffici nel mondo porterà ai buyer internazionali la voce dell'eccellenza di un settore che crede nel proprio saper fare d'eccezione e lo tramanda di generazione in generazione, reinventando ogni giorno i gesti tipici del proprio mestiere per renderli costantemente moderni e di chi produce con cura artigianale e passione collezioni uniche e diverse.

IN SINERGIA

TheOneMilano Special featured by Micam, sarà dunque una fiera aperta in tutti i sensi, con un linguaggio innovativo e rappresentativo del percorso espositivo del salone, naturale completamento ed evoluzione dell'appuntamento flagship di febbraio.

«La partnership con Micam è la dimostrazione della volontà, ben espressa dai valori di Confindustria Moda cui aderiamo, di fare rete – continua Elena Salvaneschi – Vogliamo continuare a offrire ai nostri clienti servizi sempre più completi, all'avanguardia e realizzare per loro strumenti sempre più utili e concreti. Si tratta di un modello che stiamo replicando con accordi che portano le nostre aziende a realizzare altre "fiere diffuse"».

TheOneMilano, infatti, grazie alla collaborazione con **ICE, Micam, Sistema Moda Italia e EMI** sta facendo conoscere il made in Italy nel mondo portando i suoi espositori a fiere-roadshow a Seoul, Kiev, Almaty e Mosca. In digitale TheOneMilano si svolgerà anche in versione digitale, sulla sua piattaforma AlwaysOnShow, che ha dettato già dal 2017 la linea di un nuovo modo di fare business.

Durante l'edizione di settembre 2021, la piattaforma www.alwaysonshow.com ospiterà le presentazioni digitali delle collezioni degli espositori accompagnate da approfondimenti **"Walk through"** per farne vedere i dettagli anche ai buyer che per diverse ragioni non potranno essere presenti a Milano nei giorni della fiera. Verranno inoltre proposti Sneak Peak "in pillole" per fornire ai Buyer una guida agli acquisti in formato Slow Fashion, accompagnati da una sintesi delle tendenze colore per l'inverno 2022/2023.

«La scorsa edizione di marzo ci ha riservato molte soddisfazioni: nonostante fosse esclusivamente in digitale, TheOneMilano ha registrato ottime performance. Continueremo su questa strada: attualmente la nostra piattaforma, attiva da 4 anni e sviluppata secondo gli ultimi trend grazie al supporto di Ice, ci rende una fiera online accessibile tutto l'anno con punte di spinta un mese e mezzo prima e dopo il periodo fieristico, che corrisponde alle campagne vendita» conclude Salvaneschi.

Tra il 15 febbraio e il 23 aprile scorsi, la piattaforma 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.
