

# TheOne Milano

6 settembre 2021

ON

## TheOneMilano: il salone dell'haut-à-porter è pronto per l'edizione di settembre

La fiera milanese ex [Mipap](#) autodefinitasi salone dell'haut-à-porter di moda femminile è pronta ad organizzarsi a settembre, in presenza, a Fieramilano Rho, per il secondo anno in un formato speciale featured by Micam, il salone internazionale di riferimento per il settore calzaturiero, e sempre in una versione unita agli altri principali saloni della moda, dell'accessorio e della fornitura per la fashion & luxury industry (DaTe, Homi Fashion & Jewels, Mipel e Lineapelle), che con 1.600 espositori complessivi riaccenderanno i riflettori sulla moda italiana dai padiglioni di Rho, ma anche dalla Leopolda di Firenze.





“Stiamo lavorando con grande impegno in vista di questo, attesissimo, appuntamento fisico del 19-21 settembre, 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. “Presentarsi insieme a Micam significa fare sinergia tra i vari settori merceologici e offrire ai buyer l’offerta più ampia possibile”.

In fiera, a settembre, un’intera area verrà trasformata in set fotografico per dare luce alla storia dei brand partecipanti, scelti soprattutto per le materie prime nobili e di alta qualità che utilizzano, e raccontarne inoltre processi produttivi sostenibili. Saranno gli stessi imprenditori a svelare le loro virtuose storie aziendali, attraverso video e altri contenuti.

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.

Grazie alla collaborazione con ICE, ma anche con il Micam, con Sistema Moda Italia ed EMI, TheOneMilano sta facendo conoscere il Made in Italy nel mondo portando i suoi espositori a fiere-roadshow a Seul, Kiev, Almaty e Mosca. Il salone meneghino si svolgerà anche in versione digitale, sulla sua piattaforma AlwaysOnShow.

Durante l’edizione di settembre 2021, la piattaforma [www.alwaysonshow.com](http://www.alwaysonshow.com) ospiterà le presentazioni digitali delle collezioni degli espositori accompagnate da approfondimenti “Walk through” per farne conoscere 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 compratori una guida agli acquisti in formato Slow Fashion, accompagnati da una sintesi delle tendenze colore per l’inverno 2022/2023.

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.