

TheOneMilano, lo stile donna è Slow Fashion

3 Settembre 2021 - 15:21

IN EVIDENZA  Afghanistan in fiamme  Green pass Vaccini Over Il nuovo ilGiornale.it

Nuove collezioni per il salone dell'per il Salone dell'haut-à-porter femminile che si tiene in **Fiera Milano** a Rho dal 19 al 21 settembre in sinergia con Micam. Qualità e creatività si scoprono in presenza e sulla piattaforma AlwaysOnShow

 SCir

 0 COMMENTI



TheOneMilano il Salone dell'haut-à-porter femminile è pronto al via in presenza, ovvero **#RestartTogether**. Edizione che si tiene **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 più importante per il settore calzaturiero.

“Stiamo lavorando con grande impegno in vista di questo attesissimo **appuntamento fisico** e cerchiamo 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 aggiunge: “Presentarsi insieme a Micam significa fare sinergia tra i vari settori merceologici e offrire ai buyer l'offerta più ampia possibile”.

Creatività e qualità Slow Fashion

Appuntamento atteso perché TheOneMilano è l'hub espositivo degli *storymakers*, le **imprese**

indipendenti, creative, innovative che raccontano la “storia del fare” attraverso le loro collezioni Slow Fashion, curate nei minimi dettagli: oggetti di pregio in materiali nobili e di qualità. Il bello che mette in mostra il ben fatto il saper fare d’eccellenza delle aziende Made in Italy, l’affermazione della sartorialità di creazioni realizzate da persone per essere indossate da persone.

In fiera un’intera **area** verrà trasformata in **set fotografico** per ritrarre prodotti e raccontarne le materie prime e i processi produttivi sostenibili e gli **imprenditori** sveleranno le loro storie aziendali vistuose, attraverso **video e contenuti** che danno risalto alle competenze, all’aspetto umano e artigianale di produzioni che si fondano sull’intraprendenza e la creatività indispensabili per produrre capi e oggetti di pregio, adatti a durare nel tempo e ad attraversare le generazioni, grazie anche al riutilizzo e alla riparabilità dei materiali impiegati.

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 l’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, originali, di altissima qualità. TheOneMilano Special featured by Micam è così una fiera “aperta” 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. 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**.

Business 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. In questa edizione di settembre 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. 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: la nostra