

TheOneMilano, lo stile donna è Slow Fashion

3 Settembre 2021 - 15:21

Nuove collezioni per il salone dell'haut-à-porter femminile che si tiene in Fiera Mllano 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 come **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”.

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 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 Elena Salvaneschi.

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