



Milano, 14 febbraio 2023

LE PAROLE PER DIRLO

*A pochi giorni dall'apertura del Salone dedicato all'outerwear per l'inverno 2023
TheOneMilano comunica realtà progetti ed idee per un futuro prossimo.*

115 brand italiani e internazionali con collezioni mirate all'abbigliamento outerwear e al total look ma non solo: il Salone si presenta anche con idee, progetti e realtà per essere pronti alle sfide poste dall'Europa nel percorso verso la sostenibilità che è ormai un prerequisito essenziale per ogni prodotto immesso sul mercato.

Spazio dunque alla **Tecnologia**: nell'area **STEP AND GO** del padiglione 5 c'è un video che usa il linguaggio forte del 3D per invitare i buyers a fermarsi e a riflettere. Oggi il mondo è sempre meno binario, tecnologia e creatività di intrecciano. Sul monitor corrono così i **digital Twins** dei capi iconici degli espositori. Cappotti, piumini, pellicce e montoni creati in versione digitale, capaci di movimento per rendere linee e volumi, giocoso ma anche serio riferimento a sistemi produttivi che devono impegnarsi ad evitare gli sprechi, a ridurre al possibile le prototipie "fisiche", in un rispetto per la materia prima, le ore di lavoro, l'utilizzo attento dell'energia. Twins che hanno le stesse proporzioni dei loro doppi reali e che alla fine della loro passerella lanciano un **messaggio in più, quello della naturalità** di cui sono fatti i capi degli espositori del Salone. E diventano fiori, terra, aria, alberi nel racconto senza fine del valore del prodotto naturale, che può essere riciclato, riproposto o sottoposto a creatività in upcycling. **Intorno ai Twins le parole per dirlo**, in una serie di hashtag-messaggio:

#Joy #Color&Construction #ArtisanAesthetic #DesignForLongevity #SustainableFibres
#Lightweight #Outerwear #Sustainability #3DTwins #LeanManufacturing #Natural #Nature.

Porte aperte all'ottimismo: il periodo è difficile, la guerra russo ucraina una realtà ma i dati di mercato per il prodotto principe dell'outerwear dei TheOneMilano, i capi in pelliccia, parlano chiaro: la ripresa c'è ed è visibile. L'ha misurata la **rilevazione di mercato** realizzata per AIP dal **Centro Studi di Confindustria Moda**.

Le parole per dirlo:

- **+ 16%** in termini di **valore alla produzione** a livello retail 2022 sul '21, con 843 milioni di euro.
- **+ 23,4%** di **export**, con valore di 277,8 milioni di euro e movimenti tornati a livello del 2019: considerando che manca il mercato principale, cioè la Russia per le sanzioni in atto, questo risultato dimostra la capacità delle aziende di sostenere altri mercati di sbocco (i primi 10 in ordine decrescente di destinazione sono: Cina Continentale, Francia, Corea del Sud, Stati Uniti, Svizzera, Giappone, Regno Unito, Germania, Hong Kong e Taiwan).
- **Italia con ruolo di leader**: secondo esportatore al mondo dopo la Cina, primo in Europa, con uno stacco deciso, con i suoi 213,1 milioni di euro di export, dagli altri 2 player europei, la Francia (seconda con un valore di 72,2 milioni di euro) e la Grecia (terza con un valore di 39,9 milioni di euro)

Cambiamento: le regole del gioco sono diverse. I consumatori chiedono certezze, trasparenza, tracciabilità.
Le parole per dirlo: certificazioni di prodotto e di processo.

- La più tipica? **Furmark®**, perché oggi le pellicce sono certificate da certificatori indipendenti in tutto il loro ciclo produttivo, dall'allevamento alla concia, dalla produzione al retail, in modo che il consumatore – attraverso un codice univoco e un QR code attaccato al prodotto – possa conoscere la storia specifica di quello che sta comperando.
- Ma anche **RWS**, per i cappotti e i giacconi in lana. RWS è uno standard globale volontario che si occupa del benessere degli ovini e dei terreni su cui pascolano, fornendo una verifica delle pratiche che si svolgono a livello di azienda agricola.
- O **GOTS**, la certificazione legata ai filati e ai tessuti biologici
- E infine **GRS**, che prevede il rilascio di una dichiarazione ambientale verificata da parte terza che assicura il contenuto di materiali da riciclo dei prodotti, sia intermedi che finiti, il mantenimento della tracciabilità lungo l'intero processo produttivo, le restrizioni nell'uso dei prodotti chimici ed il rispetto di criteri ambientali e sociali in tutte le fasi della filiera produttiva dal riciclo dei materiali, alle successive fasi manifatturiere, fino all'etichettatura del prodotto finito.

La cultura del Bello: il Bello crea valore, riconoscimento, senso di appartenenza. Per questo TheOneMilano ha appoggiato – insieme a Milano Unica, Mido, Micam Milano, Mipel e Lineapelle, cui si è aggiunto Homi Fashion & Jewels, il Salone di Fiera Milano che da sempre lavora in sinergia con le manifestazioni confindustriali – “La Bellezza Utile”, la Mostra immersiva organizzata da Confindustria Moda e dedicata al fotografo Internazionale Heinz Schattner. La Mostra immersiva si è tenuta il 13 febbraio al Meet Digital Culture Center.

Le parole per dirlo: dal sogno alla realtà. Le foto – proposte in digitale e con tecniche fotografiche in grado di svelare tutti i dettagli nascosti – hanno infatti rappresentato una stupenda anteprima del momento in cui quei prodotti, ammirati nella loro dimensione immateriale, diventano veri e toccabili in fiera.

Milano, 14 febbraio 2023