



Milano, 18 gennaio 2024

## THE NEXT FOREVER PIECES

*Estremo valore e qualità. Estetica senza tempo e concretezza.  
Forme lineari, colori naturali o vitaminici e sportivi, eleganza e un pizzico di ironia.  
Due storie destinate a restare.*

Parola d'ordine durabilità: per essere più sostenibili, certamente. Ma anche perché l'attenzione generale è rivolta al taglio, alla manifattura, ai materiali e alla qualità delle collezioni più che alla loro aderenza a un determinato trend.

Stili di vita? Sicuramente. È un dato di fatto che gli espositori di TheOneMilano sono concordi nel presentarsi con due filoni di proposte moda che valorizzano capi capaci di resistere al test del tempo, durevoli e versatili.

Il salone, in scena a Fiera Milano Rho dal 18 al 21 febbraio, in concomitanza con Micam, Mipel, Milano Fashion & Jewels e Lineapelle, punta sull'outerwear.

**La prima storia** è quella di un'eleganza sussurrata e non sfacciatamente ostentata, un **quiet luxury** all'insegna del *less is more*, annullando ogni traccia di decorativismo ed esagerazione. Negli stand si scoprono cappotti dal taglio impeccabile, con tessuti della tradizione rubati al guardaroba maschile e presentati nella versione "per lei", candidi shearling che legano il loro appeal ai rigorosi pannelli rettangolari che li strutturano, tocchi di pelliccia che scaldano colli e polsi o che – maliziosamente "sotto" - spuntano dai bavari e dalle scollature dei giacconi per raccontare una storia di calore e di intimità. E ancora l'inside/outside total fur del giovanissimo soprabito in jeans oppure le collezioni maschili (indossabili però anche al femminile) costruite su gilet e giacconi che riprendono le grandi lavorazioni della maglieria, ma nate da sapienti fotoscolpiture sul pelo che costruiscono trecce, motivi a coste e rombi rubati ai maglioni fisherman dell'Europa del nord.

Poi, improvviso, il cambio di scena, **la seconda delle grandi storie** raccontate da questa edizione di TheOneMilano. Negli stand compare **l'estetica gorpcore**, con i suoi piumini e le giacche costruite come felpe, gli shearling e le pellicce dal chiaro look sportivo. Pragmatismo, utility, funzionalità sono le parole chiave di questa proposta del salone. Alle spalle gli sport per cui questi pezzi sono stati "inventati": lo sci, il ciclismo, le ciaspolate. Di fronte, la volontà di indossare questo outerwear anche in città, con i suoi colori vitaminici e sportivi per combattere nebbia e giornate corte e vivere nella natura anche andando in ufficio. Una vestibilità giusta, legata ai volumi di imbottiti che devono essere soprattutto comodi: anche in questo caso non effimera tendenza, ma estetica destinata a restare.

Alla parte dedicata alla presentazione delle collezioni si affiancano gli **spazi di comunicazione**. Al centro del salone "**Il Ring**", arteria pulsante nella città ideale dei padiglioni, ritrovo pubblico da frequentare, luogo di passaggio obbligato, area di sintesi delle proposte degli espositori che si presentano ciascuno con un capo, riassunto della loro proposta moda: per aiutare i buyer ad orientarsi e a trovare il product mix corretto per i loro negozi.

Poi **l'area dedicata all'up-cycling e al restyling**, a quel vintage che dimostra come la pelliccia sia da sempre un materiale sostenibile perché consente di creare, da capi vecchi, soluzioni nuove in



termini di volumi e linee. E che consentirà di verificare dal vero che cosa si può fare con un capo datato, rendendolo completamente diverso e al passo con i tempi: al lavoro la pellicceria della grande tradizione e ragazzi giovanissimi, che dimostrano nelle città di tutto il mondo e su social come Tik Tok il loro favore per queste soluzioni moda.

**TheOneMilano, dal 18 al 21 febbraio 2024: 100 brand** aprono le loro porte, **delegazioni di buyer** in arrivo da tutto il mondo grazie al sostegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e di ICE (con grandi presenze da Kazakistan, Azerbaijan, Uzbekistan, Kirghizistan e Corea), **la fiera digitale** che accompagna la manifestazione in presenza per 365 giorni all'anno, [www.alwaysonshow.com](http://www.alwaysonshow.com).

**The next forever pieces:** a TheOneMilano le collezioni che hanno un posto fisso nel cuore dei consumatori di tutto il mondo.