

STILE E DESIGN
LE STORIE

TheOneMilano, creatività in vetrina

Per TheOneMilano, il salone organizzato a Fiera Milano Rho dal 18 al 21 febbraio, in concomitanza con Micam, Mipet, Milano Fashion & Jewels, Lineapelle, l'unione fa la forza: «Questa manifestazione è nata nel 2017 da Milano Prêt-à-Porter e Milfur - spiega Elena Salvaneschi, Ceo di TheOneMilano - volevamo fare qualcosa di nuovo per rispondere alla domanda di una moda concreta, basata sulla creatività, facile da indossare, magari classica ma con quel twist in più. Ci siamo resi conto che c'era spazio per qualcosa basato sull'outwear». Oggi si può dire che sono sulla strada giusta: «Il nostro è un salone di nicchia, raccoglie un centinaio di espositori, le 5 manifestazioni arrivano a quasi 3 mila brand, ma su alcuni nostri capi, come il montone, siamo decisamente trasversali, e facciamo sinergie. Circa il 50% dei nostri brand sono italiani. In Fiera arriverà una delegazione di una quarantina di buyer grazie al sostegno del Ministero degli Affari Esteri, e della Cooperazione Internazionale e di Icc, da Kazakistan, Corea, Canada e Azerbaijan, interessati a conoscere realtà più piccole come le nostre».

Un'ascesa costante, con le sue regole: «Quest'anno ci sono circa il 10% di espositori in più rispetto al 2023, anche se utilizzano spazi più piccoli, perché attenti alla sostenibilità: ricordo che nel 2017 c'erano tantissimi modelli, adesso sono diminuiti per cercare la qualità, ma con un'attenzione maniacale al dettaglio. Dai noi conta molto l'artigianato, abbiamo tante eccellenze che soffrono il problema generazionale, e noi

