

Gli eventi

Il gioco di squadra delle fiere

LAURA ASNAGHI

Micam, il salone della calzatura, Mipel, il salone dei pellettieri, Homi per il Fashion&Jewels e TheOneMilano: dal 13 al 15 marzo lanciano "Better together"

Fare squadra per essere vincenti sul mercato. È questo il concetto guida che fa da collante a quattro importanti manifestazioni fieristiche che dal 13 al 15 marzo, tengono banco sotto il vessillo dell'hashtag "Better together". I protagonisti sono Micam, il salone della calzatura, Mipel, il salone dei pellettieri, Homi per il Fashion&Jewels e TheOneMilano. Tutte insieme formano un manifesto delle grandi eccellenze italiane. Elena Salvaneschi, amministratore delegato di TheOneMilano spiega quanto sia importante l'unione di queste manifestazioni fieristiche.

«Noi rappresentiamo 90 brand che provengono da 11 paesi. Ma complessivamente a Milano Fiera Rho ci sono 1.400 espositori, con un forte impatto sul mercato» dice ricordando che TheOneMilano è nato nel 2017 e mette insieme da un lato Milano Pret à Porter, l'ex Milanovendemoda, e dall'altro, MiFur, il salone della pellicceria. La moda si evolve e i due settori hanno fatto lega per essere più competitivi: «Noi rappresentiamo le associazioni di categoria, vale a dire le piccole e medie imprese che producono abbigliamento e la pellicceria. Aziende che rappresentano un tessuto economico molto importante per il nostro Paese». In particolare per la pellicceria, 15 brand offrono prodotti certificati con una carta di identità che permette al cliente di tracciare il prodotto: «Il QR code racconta tutto quello che c'è da sapere, su allevamenti, concia e manifattura. Perché giustamente il consumatore finale vuole essere più informato e consapevole».

La moda, quella basata sul prodotto, e la pellicceria più evoluta si alleano in Fie-

ra sotto l'ala di TheOneMilano che ha tra i suoi obiettivi «quello di far crescere queste aziende, aiutarle ad avere uno sviluppo internazionale ed essere competitive in un mercato sempre più complesso». Una delle mission all'estero prevedeva proprio l'Ucraina, appuntamento che la guerra scatenata dalla Russia ha, per il momento, cancellato. «Con l'Ice, l'Istituto per il commercio con l'estero e il Governo organizziamo eventi per garantire un solido futuro a queste aziende strategiche per il sistema moda Italia. Insieme tutto è più semplice. Da soli, invece, è difficile affrontare i problemi doganali per l'esportazione e via elencando tutto quello che ne consegue». L'unione fa la forza e per mostrare ai visitatori della Fiera di Rho la bellezza e la competenza racchiusa nel "made in Italy" è stata allestita un'area, con una sorta di palcoscenico dove esaltare tutto il *savoir faire* dell'artigianalità. Un viaggio tra le eccellenze che ha coinvolto ricamatrici e merlettaie, un sarto, un tessitore a telaio, un calzolaio, un pellettiere, uno stampatore, un pellicciaio, una modista, un produttore di occhiali e un artista nella produzione di cammei. Tutti mestieri accomunati da una abilità artigianale che nasce dalla passione unita a una manualità acquisita sul campo a fianco di grandi maestri.

«L'imprescindibile caposaldo della filosofia di TheOneMilano – spiega il presidente Norberto Albertalli – è quello che noi chiamiamo lo slow fashion che impone attenzione ai capi belli e ben fatti destinati a durare nel guardaroba, attraverso le stagioni e le generazioni. Capi creati da grandi artigiani con sapienza e abilità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Elena Salvaneschi
amm. del di
TheOneMilano

1 TheOneMilano rappresenta 90 brand che provengono da 11 paesi

