

Saverio Palatella, Corporate



XXI

eventi saloni

moodjournal 106 04.2006

Accessori per la casa e per la persona a Pitti Living



Dal 16 al 20 aprile, in concomitanza con la settimana del design a Milano, Pitti Living ha presentato, presso il Padiglione Assolombarda via Fontana, una miscelanea di accessori per la casa, ombrelli e progetti dedicati all'arreda, al piacere dell'abitare e della persona. Il salone si propone come un viaggio alla scoperta di nuovi usi, per rendere l'ambiente domestico più accattivante e personale. La selezione degli espositori è stata particolarmente accurata, e il risultato è stato una quarantina di nomi tra aziende e giovani emergenti con limiti e confini. Dopo il nome del salone è stato quest'anno lo spazio per Pitti. Nato lo scorso anno per arredare la propria casa, i rivenditori e le aziende di Rick Owens si ispirano alle icone del sessantotto, da Le Corbusier a Joe Colombo, ma si caratterizzano per i materiali: legno multistrato, resine e vetro, che in un cadavere si viene rasato. Presenti anche aziende che si occupano di accessori per la casa, come Volle Bianche che con le scarpe in tessuto delle vele ora propone anche borse e accessori nello stesso materiale, da usare sullo yacht, o una cappella in cartone e velo "250 gr", Dapare Gallo, che



dalle calze è arrivata agli accessori per il living. Vetrolusso, che realizza anche gioielli particolari lavorati a mano, propone per la casa vassoi con foglie d'oro, lampada, cornici e candelieri dove l'elemento vetro assume la fluida consistenza dell'acqua. Design Connection è un gruppo di giovani designer argentini che spaziano in vari settori e esplorano oggetti diversi, dall'abito realizzato con collant riciclate, allo scarpone da windsurf in gomma riciclata e pezzi di pneumatico. A Pitti Living non mancano però anche accessori per la persona, nati dalla ricerca delle aziende. Come il marchio Vibram, conosciuto per le suole tecniche, e ora legato anche alle scarpette "fivefingers" adatte al windsurf e al kitesurf: simili a guanti per i piedi, consentono la massima libertà di movimento e il massimo comfort.

1. Mariano/Design Connection.
2. Volle Bianche.

Intimo e mare insieme a Lione dal 2 al 4 settembre

A settembre, come di consueto la filiera dei settori intimo e mare si dà appuntamento a Lione, che ospita le due manifestazioni Lyon, Mode City, dedicata al prodotto filato, e Interfilière per i tessuti. Insieme i due saloni occupano cinque padiglioni e ospitano rispettivamente 530 aziende dell'intimo e 400 del mare (Lyon, Mode City) con le collezioni per la primavera/estate 2007, e 400 produttori di tessuti (Interfilière) con la preview dell'Autunno 2006. Una grande kermesse, dunque, che per questa edizione presenta alcune novità, soprattutto per far incontrare la domanda e l'offerta in un contesto non solo puramente commerciale. Verranno infatti introdotte le "Happy Hours" dalle 17 alle 19, durante le quali gli espositori nei propri stand potranno ricevere i buyer intrattentivi con musica e sfilate. La sera del 2 settembre è poi previsto un Summer Party, una serata conviviale che farà rivivere le atmosfere estive di spiagge e paesaggi con musica e intrattenimento. Non mancheranno le sfilate e i forum delle tendenze, volti a informare i buyer attesi da tutto il mondo: la scorsa edizione del 2005 è stata infatti visitata da 19.373 operatori di 90 paesi. Le tendenze per la prossima stagione sono influenzate dai luoghi e dagli stati d'animo che suscitano la città con tutti i suoi simboli e stili all'avanguardia, la festa che trasforma la routine quotidiana regalando un'atmosfera un po' fiabesca, lo spiaggia che evoca la sensualità e l'allegria, e il santuario che esprime i concept di pace e serenità. La manifestazione è organizzata da Eurotext, società specializzata nei saloni della filiera moda, tessile e intimo, che nell'ottobre 2005 ha ideato Shanghai Modeingerie, salone che è in programma anche nel 2006 nei giorni 23 e 24 ottobre. Vetrina sul mondo dell'intimo e del mare per il continente asiatico, al primo esperimento hanno aderito settanta aziende fra prodotto filato (6 quelle italiane) e tessuti (3 italiani) che hanno incontrato un target selezionato di buyer che operano nella fascia media e medio alta del mercato.

Società Italia apre a Milano: filo diretto con la Russia



Società Italia sarà l'azienda a essere stata il consolidato un legame commerciale con la Russia e il paese di Ex. Il nuovo Socitalia, Società Italia ha aperto una showroom a Milano (via Cerva 10) durante la settimana della moda di ottobre. Si annovera tra le aziende che operano nella moda e non solo. Spiega Tatiana Souchtcheva, l'azionista e Roberto Chiniello il creatore Socitalia.

Italia. Vogliamo aprire ai settori della pittura, dell'arte, della fotografia per farne anche un centro culturale oltre che commerciale, dove far conoscere stilisti e artisti russi. La società rappresenta importanti stilisti italiani come Anna Molinari, Blugli, Miss Blumarine, Simonetta Ravizza, Paul Smith, Alessandro De Benedetti, Annabella Gulluna Teso, Julien Macdonald, Thes&Thes, Vivienne Westwood, Matthew Williamson e in via Cerva saranno presenti anche i marchi Saverio Palatella Bijoux, AesA, Margottina, Regina e Roberta Balsamo bags. Società Italia conta oltre 250 clienti in Russia, dove opera con le showroom di Mosca e San Pietroburgo, e nelle altre Repubbliche, fra cui Boscò del Cilieg, Poldum, Givara, Babushka e Domino. Fra i progetti in fase di realizzazione, rientra l'apertura di una nuova sede a San Pietroburgo nel prestigioso contesto della nave rompighiaccio Krasin, diventata oggi un museo galleggiante ancorato sul lungofiume. A settembre, invece, Società Italia curerà una sfilata collettiva dei giovani stilisti russi e ucraini durante Milano Moda Donna.

1. Tatiana Souchtcheva.
2. La showroom di Milano.

Fix Design ha presentato Seiaghi e Winnie, protagonisti di un evento a Milano



Fix Design ha festeggiato la presentazione delle sue nuove linee, con una serata all'Open Gallery di Milano. L'azienda che ha inventato Makako, il duo di personaggi ispirati alla grafica del manga giapponese, ha lanciato per le sue fan giovani (e giovanissime!), due personaggi da esibire su jeans e T-shirt. Primo protagonista è Winnie, l'orsetto goloso di miele della Disney, già idolo delle teenager di un paio di generazioni, che fa timidamente capolino dalla

tasca posteriore del denim in versione slim fit, pensato per evidenziare le forme femminili. Felpe, maglie e piumini rivisitano l'immagine di Winnie nella linea sport, semplice e pulita, mentre la linea fashion punta su glitter, perline, targhette e rifiniture in oro. C'è anche una linea intima, luccicante di strass e con l'orsetto in primo piano: poco teen, molto sexy, sembrerebbe... Se Winnie punta più alla donna che alla ragazzina, Seiaghi ha le idee molto

chiare a riguardo: T-shirt e underwear sono destinati prima di tutto a un pubblico di giovanissime anche se, probabilmente, il personaggio di Fix Design, con i tratti giapponesi e il cuore made in Italy, spera di fare breccia anche in un target un po' più adulto, con proposte basiche e sportive. Seiaghi è una "millennium geisha", una ragazza aliena emancipata e fashionista, con una grande testa, orecchie a punta e piccole antenne. Per festeggiare Winnie e Seiaghi, Fix Design ha

organizzato all'Open Gallery una sfilata in anteprima, che è stata anche una grande festa. Con un regalo particolare per la stampa: una fiammante Mini Cooper argentea, messa in palio e vinta durante la serata da un fortunato che ha trovato il suo più felice model e... non è tornato a casa a piedi!

1. e 2. Seiaghi.
3. e 4. Winnie.