



SUPER Trends FW 2020

Le collezioni e i brand selezionati da Super dettano le tendenze della moda donna per la prossima stagione invernale. Ecco alcuni input per il nuovo guardaroba femminile:

Sparkly night & day

Ironica, pop e irriverente è la notte. Per farsi notare, completi in paillettes ed effetti metallici che si arricchiscono di applicazioni luccicanti. Filamenti brillanti si insinuano nella maglieria luxury per renderla luminosa e irresistibile. Tanto, tantissimo oro negli accessori: dal guanto in suede allo stivale ricoperto di glitter. Una voglia di esagerare che non si ferma e prosegue di giorno con una pioggia di paillettes anche sul knitwear più classico e con l'effetto metallizzato che getta nuova luce sui piumini urban. Glitter fucsia e cristalli Swarovski completano gli outfit sparkly quotidiani.

So Romantic

Gonne a corolla, abiti lunghi con rouches e minidress che rivelano una nuova femminilità, delicata e sognante. La ricerca di materiali preziosi predilige seta e cashmere, mentre la contemporaneità si rivela nelle stampe con fiori e farfalle, inserite in un gioco di insoliti contrasti. Le incursioni nel vintage non mancano. La stagione FW 20/21 cita gli Anni '50, il folk degli Anni '30, mentre le atmosfere gotiche si esprimono con abbinamenti tra rosa antico e nero. La maglieria è caratterizzata da piccoli ricami, impunture a contrasto, jacquard tapestry e multirighe. Gli accessori sembrano usciti dal baule della nonna: microbag e clutch gioiello, cerchietti in velluto, spille decorate con perline e, per finire, ecopellicce da principessa.

Maxi volumi e geometrie: il workwear si ispira al Giappone

Il nuovo workwear in versione femminile è ageless, chic e funzionale. Si compone di capi iconici, idonei ad attraversare le stagioni, grazie alla scelta di colori basici e di materiali naturali in blend: lana, cashmere, cotone e seta. Ma non mancano la felpa e il nylon per assicurare una vestibilità rilassata. Nei pantaloni le linee sono essenziali, comode con tagli over che diventano giochi geometrici. Mantelle, stole e cappe richiamano l'elegante sobrietà del gusto giapponese, tradizionale ma sempre attuale. Le grafiche sono dettagli architettonici che servono a creare equilibrio di forme e materiali. L'insieme sembra disegnato per creare outfit dallo stile deciso, contemporaneo, da interpretare a seconda della propria personalità.

Life & style

Dai sex toys di lusso alle snowglobes irriverenti, dai profumatissimi igienizzanti da borsetta alle power bank più cool: Super accende i riflettori su alcune delle proposte creative più interessanti dall'universo lifestyle internazionale. Tra rivisitazioni pop, ispirazioni ultratecnologiche e funzionalità dal tocco fashion, una selezione di oggetti e accessori che rendono la vita più easy, ironica e divertente. Belli da guardare, piacevoli da usare e, soprattutto, molto stylish.

Relaxed elegance: eco & sartoriale

Per la stagione autunno inverno 20/21 l'eleganza classica si veste di contemporaneità. I tessuti tradizionali, che sembrano richiamare un rigore british al maschile, diventano i protagonisti di una ricerca stilistica che fa progredire il concetto stesso di sartorialità, spostandolo in ambito informale. Ne scaturiscono collezioni che rispondono alle esigenze di semplicità, di relaxed elegance, ma anche di sostenibilità e sartorialità. Capispalla formalmente impeccabili, ma con un'anima easy e un'eccezionale versatilità di utilizzo. Impermeabili che richiamano le giacche da pesca ma con strutture leggerissime e quindi facili da indossare. O in versione ibrida, abbinati ai piumini. L'impiego di metrature limitate provenienti dal fine produzione e di materiali riciclati segna una direzione di marcia che punta all'ecosostenibilità e impreziosisce le collezioni di capi in limited edition.

Pitti Immagine srl
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze
T +39 055 369 31
F +39 055 369 32 00
www.pittimmagine.com



Scopriamo alcune delle collezioni a Super:

Afterlabel_ Un brand giovane ma già affermato sulla scena internazionale, che propone *creative luxury outerwear* performante – grazie ai materiali tecnici e alle finiture di grande qualità – per definire un look d’impatto e di carattere. Lo stile della nuova collezione invernale è stato affidato al talent-designer emergente Alberto Premi, già premio Vogue con la sua prima collezione sneakers. La ricerca ostinata, dalla percezione delle forme ai dettagli di comunicazione di ogni capo, va a definire capi di qualità proiettati verso il futuro.

Be You - Géraldine Alasio_ Ha tutta l’energia di una terra lontana e ricca di storia, la maglieria in cashmere Made in Mongolia. Ispirata alla natura, questa collezione reinterpreta i classici con un’attitudine contemporanea. Proprio in Mongolia ha preso vita questo progetto imprenditoriale che da un lato ha saputo coinvolgere le comunità locali in uno scambio di conoscenze e di competenze, e dall’altro ha creato un nuovo modo di vivere il cashmere, nel rispetto di questa preziosa materia prima ma con nuovi contenuti, creativi e contemporanei.

Blui_ Sciarpe, stole, poncho e mantelle in fibre naturali pregiate come cashmere, lana, seta, lino, cotone, o sofisticate viscose di nuova generazione – tutte 100% Made in Italy e lavorate a mano, rendendo unico ogni capo.

Chpo_ Occhiali realizzati con materiali riciclati al 100% e orologi con cinturino di pelle vegana. Ma l’impegno di questo brand svedese va addirittura oltre l’ecosostenibilità. Chpo nasce nel 2013 da un team poliedrico di artisti, skater e snowboarder. L’idea di fondo: respingere ogni forma di discriminazione, e incentivare talenti, interessi e stili diversi tra loro. L’impegno sociale si fonde con l’esperienza creativa che a ogni collezione lancia occhiali e orologi in nuove forme e nuovi materiali: i ricavi, infatti, vengono destinati ai progetti di associazioni no profit.

Circolo 1901_ Il brand, riconosciuto a livello internazionale grazie anche alla sua iconica giacca in felpa, porta avanti il concept di Easy Outfit, con cui esprimere il proprio stile e sentirsi a proprio agio in qualsiasi situazione quotidiana. La sintesi perfetta tra eleganza, classicità e originalità, valorizzata dall’uso di materiali non convenzionali per il classico (come felpa, jersey, piquet) e di trattamenti e procedimenti di stampa unici ed esclusivi.

Closca_ Bottiglie in vetro borosilicato per un’acqua sempre pura e inodore, rivestite in silicone antiscivolo e agganciabili allo zaino o alla bicicletta. Caschi richiudibili dal design ispirato all’architettura, pensato per chi viaggia in bicicletta o in monopattino e non vuole rinunciare ad eleganza e comodità.

DOTZ_ Questo brand brasiliano di calzature unisex coniuga artigianalità e impegno sociale, moda, arte, design e innovazione, utilizzando materiali e lavorazioni sostenibili e promuovendo un ecosistema di business etico, nel rispetto dei lavoratori e con il coinvolgimento di alcune comunità locali più vulnerabili.

E’S T - Ely’s Thread_ La collezione FW 20/21 del brand di borse si ispira alla corrente artistica astrattista. Un linguaggio visuale di forme, colori e linee che danno vita ad un accessorio raffinato ed essenziale, che pone, come l’astrattismo moderno, la forma al centro, esaltandola in ogni sua caratteristica, perfetta o imperfetta che sia, in tutta la sua bellezza. La collezione si compone di modelli ispirati all’estetica primaria, forme morbide e pure, in perfetto equilibrio con linee audaci e più definite. Dalla daily bag alla clutch, E’s t si ripropone di definire una femminilità sussurrata, attraverso oggetti senza tempo dallo stile contemporaneo.

Eribé_ Dalla Scozia, arriva la maglieria eco-friendly più tradizionale. Per questo storico marchio, solo i filati naturali sono ammessi a far parte di collezioni che ogni anno si rinnovano all’insegna del comfort.



Da quando è stato fondato, nel 1986, il brand Eribé crea un luxury knitwear dall'anima eco sostenibile. Le influenze dell'iconico design scozzese sono più che evidenti. Dal profondo Nord, e più precisamente dall'isola di Fair, arriva l'ispirazione dei tipici motivi che decorano cardigan e maglioni in lana Shetland e Merino, soffici e caldi.

Frei Und Apple_ Colori vitaminici, accostamenti inusuali, stampe geometriche e simboliche, animali fantastici che riempiono la visuale di t-shirt dall'eleganza versatile e decisamente anticonformista. La ricerca stilistica di Frei und Apple spicca per originalità. Ogni pezzo della collezione potrà essere interpretato a seconda del proprio stile e del proprio stato d'animo, come semplice inserto di colore o come elemento forte e caratterizzante dell'intero outfit.

Gaynord Bongard_ Per il prossimo inverno, il brand propone una linea di accessori che si trasformano per le più svariate esigenze, spaziando dal look più urbano a un mood tempo libero, fino agli effetti speciali per il party o la cerimonia. Magnifiche mantelle, impreziosite da frange e passamanerie, che si adattano alla silhouette con un effetto extra lusso. Ponchi di pizzo arricchiti da luccicanti applicazioni.

Gelso Milano_ Il brand milanese produce abbigliamento, accessori – dalle maschere da notte alle fasce per capelli – e biancheria in seta di alta qualità, coniugando tradizione sartoriale italiana e tecnologia innovativa. Stampe stravaganti, colori vivaci, produzione a mano Made in Italy e tutti i benefici della seta racchiusi in collezioni preziose ed esclusive.

GMG_ Gioielli ideati e realizzati interamente a Milano, ma che raccontano di luoghi lontani. La nuova collezione richiama i gioielli preziosi delle nonne rivisitati in chiave moderna con un tocco etnico mixato a pezzi unici vintage. I materiali vanno dalla rafia al metallo, dal tessuto al vimini, dai vetri ai cristalli ed ex voto lavorati a mano pezzo per pezzo. Ricorre l'oro giallo, per le catene, tra scaramanzia e religiosità.

I Isabella Clementini_ Capi essenziali, ma ricercati nei volumi, nei materiali, nei colori, nei dettagli. I colori base della collezione sono il burro ed il nero, a cui si affiancano il verde, il ruggine, i grigi e la tela jeans. Gonne ed abiti in tartan, capi in crêpe di lana a quadretti e completi in verde militare, abbinati a maglie, a volte effetto tricot. Cappotti in lana double a tinta unita, ma anche in spigato macro o in panno lana. Prodotti esclusivamente Made in Italy, con materie prime lavorate in Italia.

Jekca_ Una divertente collezione di sculture in blocchi a costruire raffiguranti animali da compagnia, pesci tropicali, pappagalli e dinosauri a grandezza naturale.

Jimmy Crystal New York_ Questo brand di New York si specializza nella produzione di occhiali da sole e da lettura realizzati artigianalmente con l'applicazione di cristalli originali Swarovski. La collezione 2020 presenta una perfetta sintonia tra colori caldi e morbidi e lenti flash o a specchio, perfetta per donne che vogliono distinguersi.

Karpet Diem_ Se le sneakers sono un elemento imprescindibile del guardaroba contemporaneo, queste sfuggono a ogni omologazione. L'Oriente incontra l'Occidente nelle collezioni Karpet Diem, nuovissimo brand made in Italy che fonde il footwear con l'elemento più tradizionale dell'home décor: il tappeto. L'idea nasce davanti alla foto di un bimbo che muove i primi passi su una stuoia persiana. Quel bimbo ora è il designer che progetta sneakers, ma anche open toe con stiletto, décolleté, loafer, zaini e borsoni, tutti realizzati con tappeti originali dalle mille varianti.

Lelo_ Il pluripremiato brand di sex toy, leader nel mercato per design, innovazione, tecnologia e reputazione, presenta a Super i suoi prodotti per un'esperienza di piacere di lusso. Tra raffinati vibratorii rabbit a doppia stimolazione, simulatori di sesso orale, massaggiatori telecomandati per la coppia, Lelo utilizza le tecnologie più avanzate unendo in modo unico il piacere al design e a performance di prodotto.



Les Tricots d'O_ Luxury e al tempo stesso easy, morbida e setosa al tatto, ma resistente. È l'alpaca, filato cult per questo brand che ha nel proprio lookbook la più creativa e vasta proposta knitwear. Come un morbido abbraccio, i maximaglioni a righe portano colore e morbidezza in ogni stagione. Ad Antwerp, in Belgio, la collezione viene realizzata rigorosamente a mano da donne che provengono da situazioni difficili, e si compone di filati preziosi: oltre all'alpaca, vengono usati il kid mohair e, per un effetto shiny, la seta.

L'Impermeabile_ Un grande ricerca sui tessuti senza compromettere lo stile originale del brand. Compatto e schietto il Cover originale inglese reinterpreta la giacca da pesca con la sua struttura in lana extra battuta. Come il Worsted, restituisce ai capi la versatilità di utilizzo delle lane inglesi museling-free. Si ripropongono capi storici, rivisti alla luce di una nuova ricerca sui materiali e le lavorazioni. Spiccano due capsule street e Half&Half, in cui lo stile rigoroso incontra colori brillanti per gli interni, oppure si ibrida con il piumino o con il patchwork dei tessuti, sempre però rimanendo fedele all'identità del marchio, che adesso utilizza tessuti di jeans riciclato al 95% per creare un abbigliamento da lavoro coerente con il proprio mondo e la tradizione.

Ma'ry'ya_ Anche per l'autunno-inverno 20-21, il brand Made in Italy Ma'ry'ya conferma la sua formula di una maglieria unisex e senza età. Il concetto rimane quello di un'eleganza semplice, naturale, che riesce a coniugare comfort e praticità. I materiali utilizzati sono cashmere, seta, cotone biologico, lana biologica e lino; un'eccellenza di materiali che dà alla collezione il tocco di lusso.

Maurizio Massimino_ Grazie all'esperienza e alla creatività, Maurizio Massimino ha rivoluzionato con il suo brand Made in Italy un capo classico e casual come i jeans, dando loro nuova vita e trasformandoli in un capo unico, di tendenza e di alta qualità. Le sue collezioni riflettono i suoi ideali e il suo stile, che si ispira agli anni '60 ma con un taglio moderno.

Melip_ La collezione di questo brand italiano di borse in pelle si rispecchia nelle proporzioni estetiche, rigorose e geometriche dell'architettura e del design, ma anche nelle forme anatomiche. Alcuni elementi caratteristici infatti la rendono vicina alle linee del corpo femminile, morbide e rassicuranti.

Mojipower_ C'è una power bank per tutti i gusti. A forma di unicorno, di pizza, di cuore, con le sembianze di Frida Kahlo o della Regina Elisabetta: Mojipower veste gli oggetti tecnologici con colori pop e forme divertenti. Fatti per attirare l'attenzione, come piccoli toys da scrivania, gli speaker Bluetooth diventano teneri animaletti, le chiavette usb sono lollipop e un donut glassato diventa un goloso proteggi cavo.

Nam Josh_ Il fascino retrò del velluto liscio - abbinato a ricami, strass e applicazioni - impreziosisce cerchietti e fasce per capelli dal sapore vintage. Fiori e animali si stagliano sui blu, sugli ocra e sui verdi intensi. Nam Josh è un brand indiano super glam. Specializzato in accessori per capelli, spazia dal velluto al raso, ma sempre con uno stile inconfondibile, tra il vintage e il contemporaneo. Pezzi unici, belle idee da mettere in testa e da collezionare.

NiMA 1708_ Quella tra maglieria e pelliccia è una liaison appassionante, senza tempo. NiMA 1708 sceglie materiali morbidi e avvolgenti come il cashmere e il baby alpaca per unirli a fur lavorata a mano. Protagonista della collezione è il berretto, in lana e pelliccia o interamente in pelliccia, che diventa un cult sofisticato e al tempo stesso disinvolto.

Ninni_ Non passano inosservati gli stivali a tubo rosa fucsia. Sono stati realizzati in rettile stampato e laminato, e costituiscono il pezzo chiave della nuova collezione di questo originale brand partenopeo. Ninni nasce a Napoli negli anni Novanta come boutique, diventa rapidamente il punto di riferimento per le fashion addict della città. E oggi è un marchio che si concentra su capsule di calzature handmade, realizzate da artigiani napoletani e sorrentini con una predilezione per i rettili stampati e laminati. Per la prossima stagione, il focus creativo è sugli stivali a tubo e i texani limited edition in pitone.



Ore quo_ “Ore quo” in latino significa confine, linea di demarcazione tra presente e passato. E non c'è niente di più retrò del foulard, il più affascinante degli accessori. Il brand, fondato nel 2018, lo trasforma in un prezioso e sempre attuale oggetto di culto. In twill di seta e cashmere, ovviamente made in Italy, per la stagione FW20/21, le collezioni Muse e Urbana aprono un nuovo capitolo di storia.

Qeeboo_ Per Qeeboo, Stefano Giovannoni reinterpreta il teddy bear, l'orsetto, e lo trasforma in una lampada da tavolo. Questa nuova icona pop, tenera e divertente, è stata pensata in due versioni, Boy&Girl. Teddy Boy strizza l'occhio al vecchio giocattolo con atteggiamento irriverente mixando i caratteri dell'orsetto di pezza con tratti “quasi umani”. Teddy Girl, più timida e delicata, porta allo scoperto un'anima femminile, abbracciando una piccola sfera luminosa. L'orsetto luminoso va così ad ampliare la grande famiglia Qeeboo fatta di oggetti fuori dall'ordinario che giocano con i colori e le diverse finiture.

Revertissu_ Hanno il nero dell'ebano, il bianco del corno e il rosso del corallo, le creazioni di questo brand che nascono dalla creatività della designer Beatrice Battistini. All'inizio erano solo gioielli. Poi si sono aggiunte scarpe, micro e maxi bag, shopper e – per il prossimo inverno – stole e scaldacollo imbottiti. Trait d'union: le grafiche geometriche che creano equilibrio tra forme e materiali.

RUN OF - Runarchy Attitude_ Il marchio di estrose sneakers made in Italy dalla visione internazionale fa della trasparenza e dell'approccio etico e sostenibile i suoi punti di forza. Le sneaker sono infatti realizzate con rimanenze di magazzino e pelle di origine alimentare, quindi biodegradabili al 100%, anche la scatola è di cartone 100% riciclato. Altra caratteristica è appunto la totale trasparenza: sul sito dell'azienda è infatti possibile scoprire dove, come e persino chi si occupa – in Italia – della realizzazione di ogni componente del prodotto, dalle stringhe alla scatola per la vendita.

Salce 197_ Borse e accessori dal design ricercato e dall'animo moderno, per uno stile non convenzionale e rigorosamente Made in Italy. Morbidi pellami, che si combinano a forme rigide e macro dettagli, danno origine alla collezione AI20. Nappe, scamosciati, vernici e morbide imbottiture si uniscono tra macro bordi e scocche rigide dando vita ad una collezione dal design essenziale. A rendere ancor più contemporanea la linea, il maxi logo “197” con finitura dorata. I volumi proposti per questa stagione comprendono sia le clutch, come Squeeze che borse di medio/grandi dimensioni.

Santhonoré - Something Out of the Blue_ Tra sacro e profano, tra empowerment femminile e devozione, le icone delle principali sante italiane si trasformano in sgargianti protagoniste del lifestyle contemporaneo. Oltre 20 soggetti iconografici tutti al femminile si accendono di colori brillanti e sfondi iper dettagliati. Sante e mistiche come compagne di viaggio, dalle guance arrossate e outfit coloratissimi. Miniature luminose, vassoi in legno e pop icon da portare sempre con sé, per giocare con la tradizione, come “santini” ma in versione fashion.

Scaglione_ La collezione FW20-21 evoca una metropoli come la New York degli anni '80, dove sensualità e giocosità si fondevano e confondevano. Ne deriva un'immagine calda e naturale, i capi presentano un aspetto autentico, artigianale e genuino, grazie ai preziosi materiali naturali ma anche ai volumi, morbidi ma sensuali da indossare tutti i giorni. La collezione emana un'atmosfera fresca e spiritosa, grazie alla palette colore di grigi, panna e beige che si anima grazie a punte di colori forti come il rosso, il giallo e il verde acqua. La capsule Hybrid Cashmere presenta pezzi semplici e raffinati, realizzati con un filato parzialmente riciclato ma totalmente in cashmere.

Shaft Jeans_ Il denim declinato al femminile non rinuncia ai dettagli agender in stile workwear, ma si esprime anche con abiti da urban cowgirl e completi che riecheggiano gli Anni Sessanta. Senza mai abbandonare l'identità del brand, Shaft Jeans a ogni stagione si rinnova grazie a collaborazioni internazionali che spingono la ricerca sui materiali e sui lavaggi verso nuovi orizzonti. Il rigore e la creatività del made in Italy si fondono con la grande tradizione del denim americano per creare outfit unici che conquistano i mercati internazionali.



Shake It Baby_ Shake it baby è il nome del brand di snowglobe e al tempo stesso l'invito a gustarsi la tempesta di neve che scivola sulle icone della moda (Jean Paul Gaultier, Anna Wintour, Karl Lagerfeld, Coco Chanel) e sulle loro frasi motivazionali più celebri. L'idea è di Marie-José van den Ende, designer basata ad Amsterdam, che ha conquistato il mondo del lifestyle prendendo in prestito dall'infanzia uno dei suoi oggetti più magici.

Shirtaporter_ Una collezione concepita per superare i confini della stagionalità, realizzata in materiali preziosi e che fa della seta l'emblema di un lusso accessibile, dedicato a donne che ne apprezzano e riconoscono il valore. Fantasie evocative e lavorazioni made in Italy, dal gusto quasi artigianale. Una femminilità classica che sembra recuperata da arredi ritrovati in soffitta, ma anche dagli anni 50 e dall'estro folk degli anni 30, in ricami, gioielli e passamanerie, in mix con la modernità di stampe over, insolite stratificazioni e nel gioco dei contrasti dal carattere deciso, uniti nello stile metropolitano.

STMA_ Il brand prosegue il viaggio, iniziato la scorsa stagione, tra gli scenari dei film Hollywoodiani anni '50, e sceglie come scenario quello di un film horror... o quasi, la piccola bottega degli orrori, tra piante carnivore ed un'atmosfera magica freak. Non avere più paura è il messaggio della collezione, composta da maglieria e capi in stampa su raso. In un momento storico in cui mancano certezze e speranze per il futuro, la paura si annida e cresce nel cuore di tutti. La vita può così trasformarsi così in un film horror, ma terribilmente chic e fashion.

Touchland_ Aloe, lime, vanilla, anguria, menta. Sono le irresistibili note profumate delle acque Touchland che igienizzano le mani idratandole e facendole sapere di buono. L'idea imprenditoriale è nata nel 2010 a Barcellona con l'intento di rivoluzionare l'industria degli igienizzanti rendendoli belli, colorati e attraenti da esibire come un profumo e da usare con gioia. Obiettivo raggiunto! E ora è pronta anche la versione customizzata e quella business.

Trovelore_ Tra l'Arizona e New Delhi, ecco un brand che è riuscito a coniugare la bellezza di delicatissimi gioielli con la solidità di antiche tradizioni e l'eticità della produzione. Un atelier di spille, fermagli e gioielli, un luogo magico nel cuore della grande India, dove artigiani locali lavorano secondo tecniche antichissime. Il progetto di Trovelore va oltre la realizzazione di questi preziosi oggetti, perché mette al centro il rispetto per gli artigiani indiani e per le comunità locali in cui vivono, garantendo condizioni di lavoro protette e sostenibili, e contribuendo al loro sviluppo culturale e sociale.

Urbanista_ L'amore per la musica guida i passi di questo brand che si muove con disinvoltura tra arte, moda e cultura urbana. Per questo, speaker, auricolari e cuffie in e on ear prendono il nome di città cult: Sidney, Milano, Parigi, Tokyo, tra le tante fonti inesauribili di ispirazione e di contaminazione del design scandinavo di partenza di Urbanista. Colori, forme e stili non inseguono le tendenze ma sono frutto di collabs con designers, musicisti, fitness influencers e fondazioni che promuovono progetti sociali.

Vicino Venezia_ Mood luxury, passione ecofur. Il raffinato e morbido abbraccio di una pelliccia diventa ecologico, per una moda consapevole ed etica in ogni sua espressione, ma che non rinuncia allo stile. Vicino Venezia presenta la nuova collezione di pellicce ecologiche dal design innovativo: colori accostati in maniera insolita, linee sporty con cappuccio che si aggiungono a modelli più glamour e sensuali. Tutti vengono realizzati in Italia, dopo un'accurata ricerca dei materiali migliori e con una grande attenzione all'artigianalità delle lavorazioni.

Nell'area speciale SUPER TALENTS:

Acchitto (Italia)_ Una collezione di standout pieces che combina elementi di culture ed epoche diverse: un'ispirazione storica che guarda al futuro. Acchitto è anche tecnologia, studio sperimentale volto alla creazione di un meccanismo nuovo, che permetta l'intercambiabilità tra i vari pezzi di



collezione. Un prodotto di stampo artigianale e produzione industriale prettamente legato al savoir faire del made in Italy nella sua totalità. Acchitto si inserisce nella fascia del fashion jewellery, condensando nel suo prodotto l'universalità dei generi e delle culture.

Helena Bajaj Larsen (Francia) _ Per la designer metà indiana e metà norvegese nata e cresciuta a Parigi - dopo una laurea in Fashion Design presso la Parsons School of Design – l'attenzione è stata la progettazione tessile e l'esplorazione del design delle superfici attraverso vari mezzi. Ha scelto in particolare il khadi, un tessuto di cotone indiano casalingo spesso definito come "il tessuto del cambiamento sociale" a causa del suo ruolo cruciale nel movimento di indipendenza guidato dal Mahatma Gandhi. I tessuti vengono dall'India e sono dipinti a mano usando coloranti acidi e pigmentati su una varietà di sete e altri materiali. Parallelamente, Helena ha iniziato a esplorare le opere in metallo a scuola, e ha deciso di presentare una collezione di gioielli incentrata sulle alterazioni della superficie come parte della sua tesi.

IINDACO (Italia)_ Due "i" come il numero 11: il mese di novembre, quando sono nate Pamela Costantini e Domitilla Rapisardi. Un'idea di lusso Made in Italy che riflette un concetto specifico: l'indaco, la "blue hour", l'attimo in cui le donne passano dalla loro routine quotidiana verso la sera, verso un aperitivo, un party. IINDACO non è solo un nuovo brand ma è anche e soprattutto una sfida, una nuova idea di fare moda: la sua mission è innovare il lusso sperimentando un modello di economia circolare che possa diventare un riferimento per il settore e creare una community di donne promotrici di un'idea di lifestyle composta da prodotti, spazi, concetti e valori.

Juárez Camacho (Messico)_ Brand di pelletteria di alta gamma nato da una forte passione per la pelle e l'artigianato. Juárez Camacho riflette la cultura e le tradizioni messicane e mira ad adattare le tecniche artigianali classiche all'epoca contemporanea. Attraverso un continuum di silhouettes e materiali che identificano gli accessori del marchio, la nuova collezione fa rivivere gli elementi dei paesaggi messicani: tonalità di marrone, nero e bordeaux danno vita a uno scenario bucolico che contraddistingue borse, giacche e accessori in pelle.

Malaga4 (Italia)_ Un luogo speciale, quello dell'atelier di Malaga4, dove tessuti, nastri e cordoncini - frutto della passione e della ricerca nei mercati di tutto il mondo - prendono forma e danno vita a due diversi stili di borse. L'ispirazione nasce dalla *passamanterie*, una combinazione di tessuti per arazzi, passamanerie, fodere preziose, frange colorate e nappe, e la creatività dall'esperienza delle due fondatrici del brand Monica Dolfini, stilista e fashion director di riviste italiane e straniere, e Elena Vannucci, ex modella e produttrice di campagne pubblicitarie e servizi di moda negli Stati Uniti.

Worn (Svizzera)_ La nuova collezione gioca con il concetto di sacchetto di plastica (shopping bag) reinterpretandone funzionalità, forma e dimensione con pochette, borse da spalla e tracolle, a cui si affianca una linea di piccola pelletteria. Tutti i pezzi sono progettati in Svizzera da un team al femminile e realizzati in Italia dalla pelle toscana. Ispirati ai temi del viaggio e della migrazione, gli accessori possono essere sovrapposti e mixati: la mini bag diventa un accessorio per la più grande, il cappello oversize può essere trasformato in un portachiavi, il portasisigarette elettronico è attaccato a una borsa, in un'infinita possibilità di combinazioni.

Zyne Official (Marocco)_ Zineb Britel è una designer marocchina nata a Casablanca e insieme a Laura Pujol, la sua migliore amica e partner commerciale, ha fondato Zyne Official con la missione di far conoscere le calzature ancestrali marocchine conosciute come "babouche" e il tradizionale artigianato nel 21° secolo. Nate negli anni '90, le due designer propongono uno stile ancorato all'atmosfera rilassata e multiculturale resa popolare dalla loro generazione.

E come Special Project in collaborazione con CAMPOMARZIO70:

Alexandre.J_ Artista francese profondamente legato al proprio paese, Alexandre.J esplora altre culture per trovare percorsi creativi che la sua immaginazione trasforma anche in profumi. Ogni



creazione esplora una vasta gamma di note olfattive, accostate per un design e una composizione unici in cui si incontrano in equilibrio perfetto materie prime raffinate e preziose, racchiuse in flaconi esclusivi, in cristallo, pelle e legno.

Cire Trudon_ Una cereria che affonda le radici della propria eccellenza nella storia, al servizio della corte di Luigi XIV e Napoleone, e che ancora oggi realizza a mano una produzione di lusso di candele profumate. Le candele Trudon sono il frutto di un'eccezionale ricerca di qualità tecnica in ogni singolo componente (cera, portacandela, stoppino) e di una lunga e attenta collaborazione con rinomati profumieri.

Escentric Molecules_ Un fenomeno di culto che ha rivoluzionato il mondo della profumeria moderna con una fragranza che non è una miscela commerciale e neanche un profumo, ma una dose clinica di un singolo aroma chimico. L'idea è del poliedrico profumiere Geza Schoen che presenta le fragranze come coppie binarie – Escentric e Molecule – che esplorano una molecola di aroma in due modi diversi, dando vita a classici moderni.

Famiglia Famiglia_ Fragranze unisex, alcune anche per bambini, che parlano un linguaggio contemporaneo e sottolineano l'idea di condivisione – di famiglia come rete di affetti e affinità – su cui si fonda e a cui si ispira il brand. Famiglia-Famiglia ricerca il coinvolgimento di artisti ed artigiani italiani come valore unico di appartenenza ad una tradizione da rispettare e valorizzare, creando identità olfattive attingono fortemente dal territorio italiano.

Hermetica_ Una collezione di profumi molecolari dalla scia persistente che traggono ispirazione dall'ancestrale pratica fiorentina dell'alchimia. Formule ibride che mescolano ingredienti naturali e sintetici e sono basate su una tecnologia brevettata unica – Inoscent™. Queste formulazioni senza alcol, delicate sulla pelle e dalle proprietà idratanti, svelano istantaneamente le note centrali della fragranza grazie a una chimica verde dagli ingredienti e dalle molecole rinnovabili.

L'Objet_ Composti aromatici per profumare l'ambiente, nutrire il corpo e sollevare lo spirito. In collaborazione con i più antichi artigiani europei in campo cosmetico, L'Objet impiega tecniche antiche senza rinunciare all'innovazione, sempre ricorrendo esclusivamente a ingredienti naturali. Per garantirne una lunga efficacia, le formulazioni sono confezionate in flaconi dal vetro viola scuro con protezione dai raggi UV. Perfetti per trasformare i riti quotidiani in una piacevole evasione dall'ordinario.

Parle Moi De Parfum_ Il profumiere esclusivo di Parle moi de parfum è Michel Almairac, il noto "naso" che ha firmato profumi per Dior, Burberry, Gucci e Chloé, tra gli altri. Tutto avviene nel laboratorio-negoziò nel centro di Parigi, dove è possibile scoprire il lavoro e le fasi che portano alla creazione di una fragranza, in un'autenticità che è al tempo stesso uno spettacolo e un'esibizione di fiducia.

Xerjoff_ La maison italiana di profumeria di lusso Xerjoff presenta una collezione – la collezione V – che celebra il velluto. Materiale delicato e prezioso, con la sua luminosità morbida e intensa, conferisce eleganza a profumi iconici come "Accento" e "Erba Pura", fragranze dalle note floreali e fruttate conosciute e apprezzate in tutto il mondo, adesso parte del portafoglio Xerjoff.

Ringraziamo le aziende che hanno collaborato alla realizzazione del servizio stampa