

Style Highlights

PANETTATAILOR.COM

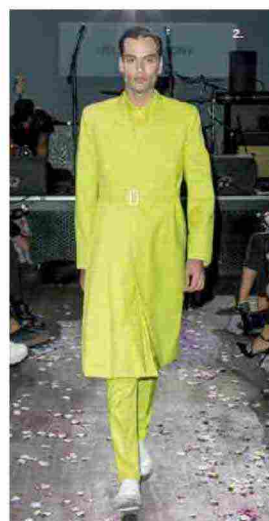
**La nuova
frontiera della
sartorialità 2.0**

Con il nuovo shop online Panettatailor.com la migliore sartorialità made in Italy con 60 anni di storia entra a gamba tesa nella digital age. La nuova piattaforma di shopping online, che ruota intorno all'atelier romano Panetta in via Puglie 7, a due passi da Via Veneto, cuore di una rinata Dolce Vita, nasce con l'intento di dare visibilità alle eccellenze del menswear contemporaneo sulla base di uno scouting accurato di nuovi talenti selezionati con qualificata competenza da Ganesh Poggi e dal fashion guru e critico di moda Federico Poletti. Marchi come Eternal Shoes sinonimo di scarpe bespoke, Les Bohémien con le sue grintose t-shirts scuba, gli occhiali artigianali di Dolce Roma e le nuove fantasie da dandy urbano di Hosio con le sue stampe jacquard di nuova concezione completano e arricchiscono l'offerta di questa nuova destinazione del gentleman contemporaneo. "Abbiamo attivato da poco il nostro store virtuale ma già abbiamo riscontri positivi soprattutto per i marchi emergenti ai quali abbiamo deciso di dare questa opportunità", spiega Rocco Panetta, avvocato e bon vivant, nipote del fondatore dell'atelier, il napoletano Vito Panetta, di cui ha raccolto il testimone per guidare l'azienda di famiglia insieme a Maria Natalia Panetta.



NOVITA

Gira la moda



1. White si prepara all'edizione 2016 diventando sempre più buyer oriented con il suo brand mix internazionale mediato da collezioni di ricerca e marchi più consolidati, focalizzandosi sulle nuove frontiere e opportunità offerte dal web. Nell'ottica di sviluppo strategico e di definizione della propria identità e mission, White Man and Woman punta sulla sezione Only Woman che si amplia rispetto alla scorsa edizione con una presenza di circa 40 brand internazionali. Tra i protagonisti nella sezione only woman con una special area è la collezione Mes Demoiselles, marchio fondato a Parigi nel 2006 da Anita Radovanovic, che con la sua estetica neo-romantica e bohemien porta una ventata di freschezza nel guardaroba femminile. Sempre nell'Only Woman, il marchio italiano Callens, propone collezioni sport e fashion che si ispirano alla storia delle atlete più famose. White consolida invece l'offerta nel menswear debuttando con una nuova sezione interamente dedicata allo sportswear in cui sono protagonisti una selezione di marchi che traggono ispirazioni dal mondo active declinati in chiave urban contemporary. Tra i brand di questa sezione spiccano Casbia, Nonconformist, Les geometries oltre ai brand tradizionali come Coq sportif, Robe di Kappa e Superga. Presentano le loro proposte esclusivamente menswear Barracuda, Christy's Hats, The last conspiracy & asgaard, Thom Krom, White in B, Borsa, kuro e Beable che propone pantaloni che confermano la ricca e importante appartenenza alla cultura sartoriale partenopea. Numerosi brand e iniziative per questa edizione 2016 che Brenda Bellei, Ceo di M.Seventy e White commenta così: "Siamo molto contenti del

sostegno che le Istituzioni stanno dando al nostro salone, a partire dal Comune di Milano che ci ha sempre supportato e continua a sostenerci in maniera concreta riconfermandoci il patrocinio e la concessione dello spazio ex Ansaldo, nonché del supporto della Regione Lombardia".

2. La moda sfilata a Milano dal 15 al 19 gennaio con un calendario fitto di appuntamenti che prevede 39 sfilate. Accanto ai nomi storici, i due nuovi ingressi di Pal Zileri e la designer inglese Helen Anthony, un brand di Saville Row sartoriale, ma contemporaneo, che utilizza materiali di alta qualità. Ad aprire la fashion week venerdì sera sarà la prima sfilata uomo di Roberto Cavalli disegnata da Peter Dundas, mentre a chiudere la kermesse tre big come Dsquared, Giorgio Armani e Bikkembergs. Per la prima volta la bellissima Sala Cariatidi verrà messa a disposizione del fashion system da Camera Nazionale della Moda Italiana e dal Comune di Milano.

3. I top spender che fanno shopping a Milano nel quadrilatero della moda hanno a disposizione un luogo di relax e di servizi esclusivi. All'interno del Palazzo disegnato da Luigi Clerichetti nel 1838, Associazione MonteNapoleone offre ai viaggiatori più esigenti un'esclusiva Vip Lounge - creata in collaborazione con Ferrari e interamente arredata con design Made in Italy grazie a nomi del calibro di Molteni, Agape Casa e Flos. Oltre ad avere un vero e proprio salotto su due livelli nel cuore di Milano dove poter sostare in totale relax, il nuovo spazio (via Montenapoleone 23) offre molti servizi vip che spaziano dal concierge dedicato 7 giorni su

7 al trasporto di bagagli all'aeroporto, alla private fitting room con personal shopper specializzati in diversi ambiti (moda & accessori, design, gioielleria e orologeria di lusso); inoltre è possibile effettuare prenotazioni per anteprime, gala di beneficenza, sfilate, partite di calcio, gare di auto e spettacoli teatrali, oltre a servizi di interpretariato, e molto altro ancora.

4. Daniela Dallavalle il 16 gennaio apre la showroom in via Tortona 9 a Milano. Il nuovo spazio dell'azienda di Carpi rispecchia il mood e il dna del brand che si identifica con la fondatrice-stilista italo tedesca Daniela Dallavalle, sensibile all'arte e alla cultura, valori che esprime nelle collezioni di abbigliamento e home. Se il core dell'azienda è l'abbigliamento con le collezioni donna Elisa Cavaletti, Eleonora Cavaletti e la linea maschile Riccardo Cavaletti (nella foto), una piccola parte della produzione è dedicata all'interior decor, con pezzi unici presenti e in vendita nella showroom di Milano, che ospiterà anche eventi, installazioni e incontri sull'arte. Un format che caratterizza la Baracca sul Mare, sede dell'azienda, una struttura orientata al futuro, dinamica e luminosa e multifunzionale, dove le collezioni vengono proposte attraverso rappresentazioni teatrali. Fra gli obiettivi dell'azienda, un nuovo progetto di abbigliamento donna con l'etichetta Daniela Dallavalle che sarà presentato a settembre 2016, e l'espansione retail con un monobrand a Parigi e Milano. Il mercato più importante per l'azienda rimane la Francia, insieme agli altri paesi nordeuropei, fra cui la Germania dove è attiva la sede di Düsseldorf che gestisce la rete distributiva e commerciale estera.