

Tutte le notizie

Collegamenti Esterni



Moda

White e Camera Buyer lanciano il Premio Time Award

Dedicato alla fashion contemporary è un riconoscimento volto alla valorizzazione e promozione dei giovani creativi e della loro capacità di esplorare nuovi linguaggi espressivi

Milano 11 giugno - Sono **Bliss Lau** (gioielli made in USA), **"Comeforbreakfast"** (menswear), **Luca Larenza** (menswear e maglieria), **Maurizio Miri** (total look sartoriale menswear), **No Ka 'O'i** (total look donna), **Giancarlo Petriglia** (borse donna), **Project149** (total look donna), **Shooting Bag 1981** (borse donna e uomo), **Susana Traça** (calzature donna), **Ultràchic** (total look donna) i 10 finalisti della prima edizione di Time Award, il progetto internazionale rivolto alle aziende e ai marchi della moda contemporary, il segmento fashion che è sinonimo di ricerca, design e qualità, mediata tra innovazione produttiva e tradizione artigianale.



«Comune di Milano e White grazie al premio Time Award rinnovano la propria collaborazione sottolineando il personale reciproco impegno nella valorizzazione e promozione dei giovani creativi e della loro capacità di esplorare nuovi linguaggi espressivi. Linguaggi che si trasformano in prodotti, progetti d'impresa e nuovi brand capaci di confrontarsi sui mercati internazionali unendo design e qualità, innovazione e tradizione». Così commenta l'assessore alla Moda e Design del Comune di Milano, Cristina Tajani che prosegue: «La scelta di aprire il progetto Time a livello internazionale con partecipanti da tutto il mondo dimostra come sia viva negli operatori sempre più la voglia di scegliere Milano quale miglior vetrina per presentare le proprie creazioni e intuizioni».

«Farfetch sostiene il White di Milano nel progetto Time, dedicato alla moda contemporary e ai suoi designer, ambasciatori di qualità, che però ancora necessitano di una vetrina mondiale per esporsi al cliente finale» dichiara Chiara Costa, Business Development Manager di Farfetch, da sempre sostenitore del significato più puro del termine design. «Per questo aiuteremo il brand vincitore ad aggiungere una commerciabilità palpabile al suo già corposo know-how

Time Award nasce per valorizzare e supportare un segmento della moda ancora poco conosciuto dal pubblico finale, riaffermandone l'identità tra gli addetti ai lavori. Il premio è organizzato da White, la rassegna milanese, espressione della cultura contemporary e da Camera Italiana Buyer Moda, l'associazione che raggruppa 115 best shop del Bel Paese, con la collaborazione di Farfetch e il patrocinio del Comune di Milano

A selezionare i vincitori una giuria qualificata coordinata da Mario Dell'Oglio, presidente della Camera Italiana dei Buyer Moda, che ha vagliato 54 collezioni selezionate tra le circa 70 domande di partecipazione pervenute al sito timeaward.it.

Le dieci collezioni finaliste con creazioni per la primavera-estate 2016, saranno esposte nella Sala Lounge di White, in via Tortona 27, a partire da sabato 20 giugno; tra queste, grazie ai voti dei buyer presenti al salone, sarà eletta la collezione vincitrice

Il progetto Time Award prosegue con un calendario di trunk show in 4 best shop di Camera Buyer. Il primo, in programma a Roma sarà nella boutique Degli Effetti nella prima metà di luglio durante la settimana della moda di AltaRoma. Seguirà Milano da Banner di via Sant'Andrea il 22 settembre durante la Vogue Fashion Night Out. Concluderà il ciclo di presentazioni Napoli e Palermo in location e date da definire.

Inoltre grazie a un contest on line diviso in tre step rivolto al grande pubblico della rete chiamato a votare il look dei 10 finalisti, è previsto un altro premio per il designer più gettonato che sarà protagonista di un ulteriore trunk show in diverse boutique italiane.

Time Award è nato per divulgare l'essenza del fashion contemporary e dare visibilità e sbocchi commerciali alle aziende che sono già sul mercato, ma non hanno ancora raggiunto la forza di un brand, pur avendone il potenziale, a cominciare dalla loro capacità produttiva. Una mission condivisa dai partner dell'iniziativa, a cominciare da Farfetch, la più importante global community di multimarca fashion.