

OMAGGIO A PRETTY WOMAN CON LA SS2020

Filles A Papa consolida in Italia e torna alla carica con Tomboy

16 settembre 2019



Nel 2014 **Filles A Papa** irrompeva come *special guest* del **White** e ora torna al salone con nuovi progetti, anche per l'Asia.

«Abbiamo iniziato a sviluppare il mercato italiano dal 2015 con ottimi risultati e ora il nostro obiettivo è mantenere le quote di mercato acquisite: l'Italia è un mercato perfetto per il dna di Filles A Papa», racconta **Julian Claessen**, sales representative del marchio belga in capo **Carol e Sarah Piron**.

Lanciato nel 2010, oggi lo streetwear fashion di **Filles A Papa** è presente in 25 Paesi tra Europa (soprattutto Belgio e Regno Unito), Nord America e Asia. «A Oriente - precisa Claessen - notiamo un interesse crescente. Per questo dalla scorsa stagione abbiamo deciso di partecipare alla Shanghai Fashion Week, subito dopo la presentazione di Parigi. L'incontro con i retailer locali ci fornisce degli spunti anche a livello creativo: la diversità nel fitting e nei gusti porta a disegnare le nuove collezioni con un'altra prospettiva.

Per quanto riguarda l'e-commerce il marchio lavora costantemente per migliorare l'esperienza degli utenti con una vetrina che cambia ogni due-tre settimane, attività quotidiane di ingaggio della propria audience e collaborazioni di artisti affermati ed emergenti.

«Online e offline - dice Claessen - sono spesso mixati, condividiamo “dietro le quinte” e idee, monitorando ciò che piace di più al consumatore».

Alla imminente edizione di White il marchio presenta una collezione per l'estate 2020, *Summer of Love*, ispirata in parte al movimento hippie, «al lato trashy e anticonvenzionale della cultura pop», ma si respirano anche gli anni Novanta con la riproposta del cut-out dress per la Pretty Woman del nuovo millennio (nella foto).

«Senza dubbio il target di Filles A Papa è una donna che non si preoccupa di rompere le regole: ciò che più le importa è esprimere se stessa».

La realtà con base ad Herstal, in Vallonia, torna inoltre a scommettere su **Tomboy by Filles A Papa**. Partita nel 2013 come una capsule collection di pezzi casual, con logo in evidenza, subito portata al successo da celebrity come **Cara Delevingne, Jordan Dunn, Lou Doillon** e **Rita Ora**, ora vuole diventare una vera e propria seconda linea. Il rilancio è partito alla fine del 2018 con alcuni pezzi venduti in un digital store pop up, mentre al White sarà presentato il secondo capitolo del nuovo corso.

Ma le sorprese non finiscono qui: il marchio sta lavorando a una serie di progetti e collaborazioni che saranno svelati per il compleanno dei 10 anni, nel 2020.

e.f.