



Roma Fashion Week
07-10 Luglio 2021
Cinecittà

Who is on Next? 2021

La rinascita è il *fil-rouge* che ha ispirato i lavori della commissione dell'atteso progetto di scouting promosso da Altaroma e Vogue Italia, Who is on Next? 2021; la rinascita intesa come ripartenza, cambiamento, che tenga conto delle ispirazioni e dei nuovi driver della Moda. Who is on Next? è tutto questo, è un'iniziativa unica - realizzata grazie al supporto di Camera di Commercio di Roma e della Regione Lazio -, e che ha lanciato negli anni nomi di levatura internazionale.

Fluidità di genere, inclusione, sostenibilità non sono più un trend, ma una necessità, e lo ha dimostrato un'importante partecipazione al bando di designer attenti a queste tematiche, che si ritrovano nella selezione dei dodici partecipanti, suddivisi nelle categorie prêt-à-porter e accessori, e che vede riconfermata, anche per questa stagione, la sezione Uomo.

La premiazione si terrà negli studi di Cinecittà e verrà contemporaneamente trasmessa live, attraverso la piattaforma digitale di Altaroma, che da questa edizione si arricchisce di un'app per tablet e smartphone. Ai brand viene data l'occasione unica di esporre le loro creazioni di fronte a una giuria di esperti internazionali, e ottenere il supporto necessario per consolidare i loro nomi nei mercati nazionali ed esteri.

Alessandro Vigilante, ATXV, CTRL+Z, Gentile Catone, Id-Eight, Italian Family, KOBF - Kidsofbrokenfuture, Marcello Pipitone, Marco Trevisan, Niccolò Pasqualetti, Piferi, Simon Cracker, gli emergenti di questa stagione. A valutarli una giuria di levatura internazionale e composta da personaggi illustri provenienti dal mondo dell'editoria, della distribuzione, dell'industria di settore e quest'anno formata da: Paul Andrew (Designer); Laird Borrelli-Persson (Archive Editor Vogue US); Manuela Brini (Director of Creative Talent Acquisition and Development LVMH Fashion Group); Carlo Capasa (Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana), Emanuele Farneti (Editor in Chief Vogue Italia e L'Uomo Vogue), Simonetta Gianfelici (Fashion Consultant & Talent Scout Head of Project Who is on next? Altaroma); Umberta Gnutti Beretta (Mentoring Fund - Camera Moda Fashion Trust); Aldo Gotti (General Manager - MODES); Stavros Karelis (Founder MACHINE-A); Tasha Liu (Catalyst Scouting and Founder Labelhood); Sara Sozzani Maino (Deputy Director Vogue Italia, Head of Vogue Talents and International Brand Ambassador CNMI); Marco Mantellassi (CEO Manteco); Suzy Menkes (Fashion Critic); Vania Miranda (Mentoring Fund - Camera Moda Fashion Trust); Raffaello Napoleone (CEO Pitti Immagine); Luca Rizzi (Pitti Tutoring & Consulting Director); Warly Tomei (Mentoring Fund - Camera Moda Fashion Trust); Matteo Ward (Sustainable Activist - Wrad Living) e Silvia Venturini Fendi (Creative Director Fendi - Presidente Altaroma).

Altaroma e Vogue Italia, insieme alle altre istituzioni della moda italiana, Camera Nazionale della Moda Italiana e Pitti Immagine, insigniranno i vincitori di Who Is On Next? 2021 del PREMIO FRANCA SOZZANI.

Altaroma e Vogue Italia riconosceranno ai primi tre vincitori un premio in denaro, la visibilità sulla testata Vogue Italia e due incontri di orientamento e sostegno con esperti delle rispettive organizzazioni.

Altaroma ospiterà durante la Manifestazione Altaroma Gennaio 2022 tutti i finalisti e vincitori dell'edizione 2021, mentre Camera Nazionale della Moda Italiana offrirà la possibilità di presentare le collezioni vincitrici durante Milano Fashion Week Men's Collection gennaio 2022 e Milano Fashion Week Women's Collection settembre 2022; Pitti Immagine inoltre riconoscerà a due finalisti il premio Pitti Tutoring & Consulting Award, ovvero 6 mesi di *mentorship* pro bono per sostenere e valorizzare i fashion designer nel loro percorso professionale e creativo sul mercato del sistema moda.

Ad aggiungersi per la prima volta nell'ambito di Who is on next? il Premio Manteco, sostenuto dall'omonima azienda tessile, nata in Toscana nel 1941 e oggi leader a livello mondiale nella produzione di tessuti di lusso e pratiche sostenibili. Manteco è impegnata da sempre nella ricerca e nello sviluppo di processi produttivi all'avanguardia, legata alla propria tradizione, ma proiettata verso il futuro. L'azienda, con l'assegnazione del premio, supporterà il designer vincente con la fornitura dei propri tessuti pregiati per lo sviluppo delle collezioni autunno/ inverno e primavera/ estate.

Inoltre Altaroma e CNMI insieme a Camera Moda Fashion Trust hanno avviato una campagna raccolta fondi per consentire di sostenere i designer emergenti che hanno partecipato all'iniziativa.

per info: press@altaroma.it

BRAND

prêt-à-porter DONNA :

ALESSANDRO VIGILANTE

Passione, mestiere e audacia definiscono il percorso di Alessandro Vigilante, classe 1982, di origini pugliesi, in un intreccio costante tra la moda e la danza, cardini primari della sua ispirazione e del suo linguaggio espressivo. Da questo mondo interiore e dalle sue esperienze professionali - 7 anni da Dolce & Gabbana, poi Gucci e Philosophy - nasce l'esigenza di comunicare la propria personale visione dello stile e della femminilità, con il lancio del brand che porta il suo nome. Alessandro Vigilante fonda la prospettiva e l'estetica spaziando da Merce Cunningham a Pina Bausch, il corpo femminile è un corpo in movimento, ogni capo regala consapevolezza della propria fisicità attraverso la qualità sartoriale e la decostruzione libera, verso un'esaltazione assoluta dell'individualità.

<https://www.alessandrovigilante.it/>

GENTILE CATONE

Nato nel 2017 dalla scelta di Francesco Gentile e Chiara Catone - coppia nella vita e nel lavoro - di dedicarsi alla bellezza e alla moda, il marchio è un caleidoscopio di delicate ispirazioni e visioni futuristiche, scambi ed esperienze condivise. Tratto distintivo le stampe sofisticate, incontro di romanticismo e soavità, simbolo di una femminilità spontanea ed eversiva, impalpabile ma incisiva, mutevole e versatile. Al tempo stesso le collezioni sono contemporanee e raffinate, ricercate e moderne, naturali ed ecosostenibili, a ridotto impatto ambientale, prodotte in aziende che rispettano le specifiche certificazioni. Protagonista nella trama e nella stampa la natura, in tutte le sue variopinte tonalità, una natura inebriante e meravigliosa cui abbandonarsi senza remore.

<https://www.gentilecatone.com/>

prêt-à-porter UOMO :

ITALIAN

FAMILY

Cresciuto nella sartoria di famiglia, Gabriele Santoriello si forma all'Istituto Superiore di Design di Napoli, e dopo alcune esperienze e collaborazioni con importanti brand e realtà, decide di dare vita a Italian

Family. Nasce così il suo progetto imprenditoriale che vede una rivisitazione contemporanea della più alta tradizione della sartoria napoletana. Le parole chiave sono infatti contaminazione e contrasto, mondi opposti ma accomunati dallo stesso DNA. Una Sartoria Urbana, come la definisce lo stilista stesso, che conserva un'anima classica, e mescola l'eleganza a forme, volumi, tessuti e colori dell'abbigliamento maschile più casual.

<https://www.italian-family.it/>

KOBF – KIDSOFBROKENFUTURE

KOBF - kidsofbrokenfuture è il brand della designer spagnola Marta Sanchez Castañeda e di suo marito Elbio Bonsaglio, che punta alla responsabilità in tutti i suoi processi produttivi, attento all'impatto ambientale e all'attenzione per lavoratori, clienti e fornitori. Il marchio nasce dall'idea della creativa di dare vita a una linea contemporanea e all'avanguardia, sostenibile e anche un po' irriverente, diversa da tutte quelle esistenti. Prendendo ispirazione dalle subculture della fine del XX secolo, la volontà è di porre un freno alla tendenza della società di essere miope rispetto all'evoluzione, nei confronti della quale solo i "ragazzi" sono effettivamente attenti. L'indifferenza delle masse può essere contrastata solo dall'impegno delle nuove generazioni, alle quali il marchio si rivolge.

<https://www.kidsofbrokenfuture.com/>

MARCELLO

PIPITONE

Marcello Pipitone è il designer dell'omonimo brand di menswear. Dopo il diploma allo IED di Milano e alcune esperienze lavorative, decide di dare vita al suo progetto personale nel 2019. Il brand si caratterizza per pezzi unici, realizzati ad hoc e dall'approccio responsabile: il recupero (di storie, vite e conoscenze che si trasformano in capi) è la parte principale della sua cifra stilistica. Il processo creativo e il ciclo produttivo infatti arricchiscono il valore di ogni creazione del designer milanese grazie all'utilizzo di svariati tessuti e materiali - nella maggior parte derivanti dall'upcycling.

<https://marcellopipitone.com/>

prêt-à-porter NO GENDER :

ATXV

Senza barriere, senza regole da seguire. ATXV, disegnato da Antonio Tarantini, segue nuovi codici elaborati dalla re-immaginazione e dalla combinazione naturale e spontanea di tutti gli elementi compresi nell'armadio maschile e femminile. Un nuovo linguaggio per nuove silhouette: abiti ruotati e drappeggiati, linee asimmetriche e tagli inaspettati per esaltare e vivere parti del corpo senza pregiudizi. Una sensualità minimale, fresca, non solo nel risultato, anche e soprattutto a partire dalla produzione. Minimizzare infatti riguarda anche l'impatto ambientale: fare moda con responsabilità, in un'ottica sostenibile, nel tentativo di raggiungere zero sprechi nella creazione e produzione di abiti, come i tessuti non utilizzati delle stagioni precedenti che vengono recuperati nello sviluppo delle nuove collezioni.

<https://www.instagram.com/atxv.milano/>

SIMON CRACKER

Simon Cracker è un brand no-gender che nasce dalle ispirazioni e dalle esperienze personali del suo fondatore, Simone Botte, da cui prendono vita le collezioni. Libri, quadri, musica, film, tutto quello che appartiene alla formazione del designer si trasforma in idee e stili e forme per le proprie creazioni. Queste sono scevre da imposizioni e definizioni, sfuggono a qualsiasi discriminazione, e presentano una nuova prospettiva nel prêt-à-porter contemporaneo. «Il *crack* è il concetto fondamentale del mio brand - spiega il designer - Significa distruzione. Ogni volta che mostro un nuovo concetto, sto facendo qualcosa di molto terapeutico, mi fa sentire liberato».

<https://www.simoncrackermilano.com>

CTRL+Z

La combinazione di questi tasti di un computer serve ad annullare l'ultima azione compiuta. In un mondo in cui la "fast fashion" divora tutto ciò che produce, questo brand fa l'opposto: preme CTRL+Z per

(ri)guardare ciò che si sta lasciando alle spalle, recuperarlo e re-inventarlo, arricchendo il presente e garantendo il futuro. Il Made in Italy racchiude tantissime ricchezze che rischiano l'abbandono, il mondo dell'artigianato è una di queste, il progetto CTRL+Z - fondato da Valentina Battaglia, Camilla De Santis, Beatrice Giaccaglia e Irene Piccirilli - vuole recuperarle rielaborando il passato in maniera intelligente e innovativa. Ogni capo della collezione è realizzato interamente in Italia con tessuti e filati naturali, la maggior parte dei quali recuperati da rimanenze di magazzino, altri forniti da aziende che si occupano di tessuti riciclati o rigenerati; lo scopo è non immettere nuovi materiali in un segmento già molto saturo, e di utilizzarli in produzioni avanguardistiche dalle palette ricche e vivaci.

<https://www.studio-ctrlz.com/>

accessori:

ID

EIGHT

ID.EIGHT è un brand di sneakers sostenibili Made in Italy, unisex, cruelty free, realizzate con materiali derivanti dagli scarti dell'industria alimentare, come bucce di mela, raspi e bucce di uva, foglie ananas. Nato nel 2019 dallo stilista sud coreano Dong Seon e dalla product manager italiana Giuliana Borzillo, consapevoli delle ambientali che affliggono il settore, Dong Seon e Giuliana decidono di tracciare una strada di cambiamento positivo nel mondo della moda progettando una startup che affronti lo spreco di risorse. La formula è: unire la tecnologia dell'innovazione circolare alle storiche manifatture locali, per un design casual e genderless, con richiami ai colori e all'estetica anni '90.

<https://www.id-eight.com/>

MARCO TREVISAN

Designer e artigiano, Marco Trevisan ha da subito dimostrato un'innata creatività, senso per lo stile e una spiccata manualità e passione per l'artigianato di qualità. Il suo brand si compone di preziose collezioni di borse realizzate a mano dal design unico. Tutti i passaggi della lavorazione sono realizzati a mano: dal disegno, al cartamodello fino al prodotto finito. La sua è una continua ricerca della perfezione, sperimentazione di stili, materiali e lavorazioni per raggiungere il concetto di vero lusso. Tutto senza tralasciare l'attenzione alla sostenibilità, attraverso la ricerca di materiali e tecnologie che riducano l'impatto ambientale.

<https://www.marco-trevisan.com/>

NICCOLÒ PASQUALETTI

Pietra e acqua, fluidità e sensualità, ispirazioni e intuizioni che prendono forma nelle linee di Niccolò Pasqualetti, designer fondatore dell'omonimo brand, che racconta quanto - e come - le forme d'arte dell'abbigliamento e dei gioielli sono indifferenziate nella sua visione. Alla base un'ergonomia del design che consenta una profonda integrazione nella vita di tutti i giorni; riciclo e riuso dei materiali destinati a diventare unici, non più superflui, per collezioni dall'androginità ambivalente, che trovano fondamento nel biomorfismo.

<https://niccolopasqualetti.com>

PIFERI

Alfredo Piferi è il fondatore del brand Piferi, che produce scarpe vegane femminili, dal design elegante, fondendo lusso e sostenibilità in un solo prodotto. Incuriosito dal lato architettonico del design delle scarpe, e dopo numerose esperienze con marchi di fama internazionale come Jimmy Choo, Alfredo studia un concept unico, che si ispira alle forme e alle strutture del surrealismo, sfidano nuovi stili, proporzioni e dinamismi. Il risultato è una linea di calzature esclusive 100% vegane: décolleté, stivali, sandali, zoccoli cutaway ed eleganti ballerine firmate - prodotte e progettate interamente in Italia, a Parabiago, fuori Milano -, che incontrano l'alto artigianato Made in Italy e le più moderne tecniche di lavorazione, nel rispetto del nostro pianeta e di tutti i suoi esseri viventi.

<https://www.piferi.com/>

