

PITTI IMMAGINE BIMBO

Si è chiuso il 22 Gennaio scorso alla Fortezza da Basso la manifestazione che per tre giorni ha trasformato Firenze nella capitale della moda bimbo.

I progetti speciali e le anteprime

Oltre 500 marchi, 10.200 visitatori complessivi e oltre 8.750 i compratori all'ultima edizione invernale: con questi numeri Pitti Bimbo si conferma l'unico salone internazionale che dà una rappresentazione completa dell'universo del childrenswear, ed allo stesso tempo è la piattaforma di riferimento per presentare le nuove tendenze del lifestyle legato alla moda bimbo. Dal classico-elegante dei grandi brand di Pitti Bimbo, allo sportswear di Sport Generation, dalla creatività dei marchi di ricerca di New View e EcoEthic alla urban couture di Super Street, ma anche al design e al tessile legati al mondo dei più piccoli. Fino alle collezioni all'avanguardia di Apartment. E tutto questo passando attraverso le mille interconnessioni tra moda, arte, food & design del contemporaneo. Tra le novità e i progetti speciali di questa edizione segnaliamo: Nolita Pocket e Rare Kids, Jacob Cohèn, Alberto Fasciani, 9.2 Kids, Closed, Gemma.H Bambino, whipcord, Toywatch, Daniele Alessandrini, Philippe Model, Monocrom.

WHO IS ON NEXT? BIMBO: a gennaio la prima edizione

Dopo il successo di WHO IS ON NEXT? UOMO, Pitti Immagine lancia l'iniziativa sul fronte dell'abbigliamento e degli accessori bambino. A gennaio 2011 andrà in scena la prima edizione di WHO IS ON NEXT? BIMBO, concorso dedicato ai nuovi talenti della moda bimbo, promosso e organizzato da Pitti Immagine in collaborazione con Vogue Bambini e Altaroma. Otto i finalisti che avranno la possibilità di presentare la propria collezione a una platea internazionale unica al mondo, fatta dalle aziende, dai buyer e dalla stampa internazionale che partecipa a

Pitti Bimbo. I nomi dei finalisti sono: Paola Bruzzone, Simona Guaini, Francesca Heusser, Lea Paolini, Josiane Strocchi Fabiani con il marchio Tarte Tatin per la categoria total look; e per la categoria accessori, Barbara Barbantini, Michela Grasseti ed Elena Tavella.

Il nuovo layout di Patricia Urquiola al Padiglione Centrale

Il progetto di nuovo layout del Padiglione Centrale affidato a Patricia Urquiola a Pitti Bimbo insieme agli spazi del Piano Inferiore investe quelli del Piano Terra: ad arricchire trasversalmente l'offerta del cuore di Pitti Bimbo, prodotti che sono ormai elemento di lifestyle anche della moda dei più piccoli, come gioielli, fragranze, occhiali, libri e accessori. E in questo modello di esposizione, che crea un percorso di maggiore apertura tra gli stand e di dialogo tra le collezioni, ci saranno ancora i Pop Up Stores, con una selezione di proposte che sorprenderanno per le loro modalità espositive. I marchi dei Pop Up Stores di questa edizione sono: Amy Kiowa Design, Babybouquet.it, Biscuit Design, Casio, Dad Crown, J Bimby, Le Pandorine, Ooh!* Concept, Popochos, Very Sisters.

Laura Biagiotti Dolls Fall Winter 11.12

Le Dolls di Laura e Lavinia Biagiotti incontrano i Barbapapà: due mondi fantastici danno vita ad una nuova, divertentissima, fiaba della moda! Il Barba-Inverno non è mai stato così speciale!

La mitica famiglia dei **Barbapapà*** è la protagonista della collezione **Laura Biagiotti Dolls** per l'Autunno Inverno 11.12. Non solo cartoon, ma un vero e proprio elogio dell'immaginazione, per capi tridimensionali che si trasformano assumendo funzioni diverse, proprio come fanno i **Barbapapà** che diventano fiori, cuori, lettere dell'alfabeto, e molto altro! Maxi ricami in rilievo, oppure dettagli da scoprire nel denim e nella felpa: tutta la famiglia dei **Barbapapà** si nasconde nei capi delle Dolls, declinati nei tre colori grafici del marchio: bianco, rosso e nero. Barbapapà diventa

un cuore che accende la maglia rigata e le t-shirts di jersey. **Barbamamma**, con la coroncina di fiori di paillettes, è il motivo dominante per canotte, mini abiti e t-shirts da abbinare a leggings di lurex rigati bianchi, neri e rossi. Barbabarba, l'artista del clan, viene ricamato sui pull in cashmere e sulla ciniglia sporty-chic. Must della prossima stagione i manicotti in cashmere da abbinare a pull, a cappotti e giubbotti. Una pioggia di scintillanti paillettes nere definisce i cardigan in cashmere, gli shorts e le minigonne balloon.

Le Dolls indossano **scarponcini da trekking di vernice** sia rossi che neri profilati da paillettes.



***Barbapapà** è una serie a fumetti creata da Annette Tison e Talus Taylor, pubblicata in Francia nel 1970; Barbapapà, che è il nome del protagonista e di tutta la sua famiglia, deriva dall'espressione francese Barbe à papa, che significa "zucchero filato". Dal fumetto è stata successivamente ricavata una serie televisiva d'animazione realizzata nel 1974. Il fumetto di Barbapapà è considerato una delle prime opere portatrici di un messaggio ecologista.



Lavinia Biagiotti con le Dolls al Pitti

Toytoy

La prima collezione Toywatch dedicata ai bambini

Con Toytoy il tempo è un gioco che non passa mai di moda

ToyWatch, brand esclusivo di orologi fashion, presenta **Toytoy**, la prima collezione di orologi creata per i bambini.

Nel mondo **Toytoy** i bambini impareranno a leggere l'ora ed insieme ad esprimere creatività ed immaginazione, colorando il tempo in modo unico e dando vita e personalissime opere d'arte.

Toytoy è infatti un orologio con cinturino in morbido ed avvolgente silicone bianco, cassa in plastica su cui spiccano, coloratissime, le ore... ma non solo: Toytoy è anche una magica scatola bianca con cui giocare e divertirsi, creando il proprio orologio.

All'interno tutto ciò che occorre per sbizzarrire la propria creatività: due cinturini di carta, cinque ghierre colorate e pennarelli. Un block notes con le sagome del cinturino permetterà di realizzare i disegni "in brutta copia", prima di confezionare il proprio cinturino preferito...

Disegnare, colorare, provare e riprovare, inventare, con Toytoy il tempo è un gioco che non passa mai di moda.

"Toytoy non è solo una collezione, ma un progetto pensato per liberare la fantasia dei bambini" afferma **Mara Poletti**, Vice Presidente di



ToyWatch "non esiste al mondo un Toytoy uguale ad un altro, perché ogni orologio è una piccola opera d'arte, creata dall'estro e dalla fantasia del proprio bambino. Teniamo molto a questo progetto che abbiamo fortemente voluto e coccolato e che rispecchia i valori del marchio, nato per gioco e diventato un oggetto irrinunciabile per grandi ed ora anche per piccini."

Nata nel 2006, ToyWatch è oggi presente in cinque continenti con più di 2.000 punti vendita, tra gioiellerie, fashion e department store oltre ai flagship store. I punti vendi-

ta ToyWatch si trovano nelle città e nelle vie più prestigiose, come Milano, Roma, Venezia, Firenze, Forte dei Marmi, Hong Kong, Londra, Kuala Lumpur, Parigi e a New York.

Gli orologi ToyWatch sono al polso di Michelle Obama e di star internazionali come Oprah Winfrey, Alicia Keys, Naomi Campbell, Madonna, Micheal Jordan e Sandra Bullock, solo per fare alcuni nomi.

Prezzo al pubblico Toytoy. €95

Denim. Protagonista assoluto di questa stagione, oltre al classico blu, viene proposto in nero abbinato alla ciniglia grigia melange nel New Born e nel Baby, mentre per il Kids e lo Junior il 5 tasche resta un classico da accostare ai tricot dal sapore ecologico in cui scritte e stampe si rifanno al mondo della natura.

Tartan. Rivisitato nei colori e nelle applicazioni di strass, caratterizza la linea Baby con una gamma di grigi accostati ad un inteso tono garofano nei capi in felpa e tricot di cotone, così come nella linea Kids.

Tricot. In tutte le linee. Declinato in tutti i modi: jacquard, lurex, in cotone e cashmere, misto mohair ecc.. è presentato in motivi di rombi intarsiati o righe giocate in gradazione. Spesso impreziosito e illuminato da piccoli strass.

Nella linea Junior capi ispirati alla **danza** dai tessuti morbidi e confortevoli, in stile **romantico** con cascate di paillettes luminose sugli scollari e sui carrè delle tunichette.

Nella linea **Kids**, preziosi accessori quali perle bicolore pendono dai fiocchi di scamicciati e gonne, cristalli luminosi con forme e misure diverse sottolineano scollari e cinture. Paillettes argentate fanno capolino dalle cinture nei capi più preziosi.



Chi è Mirtillo

Mirtillo srl è una Società specializzata nella creazione, produzione e distribuzione di collezioni di abbigliamento per bambini con Marchi propri ed in Licenza. Durante gli oltre 30 anni di presenza nel mercato Mirtillo ha attentamente selezionato sia i partner produttivi che la Rete Vendita, prestando inoltre la massima attenzione ad un corretto rapporto tra qualità e prezzo. In questo modo si è posizionata tra le più importanti aziende internazionali di abbigliamento per bambini. Al brand di proprietà Mirtillo (da cui la Società prende il nome) sono affiancate alcune mini-collezioni specifiche: X-T Mirtillo (everyday maschio e femmina), KT Mirtillo Dance (fitness e danza bambina), Mirtillo Intimo, Notte e Calze. Le calzature Mirtillo Shoes sono invece prodotte e distribuite su licenza da Lanza Trading di Mussolente (VI).

Gioco di contrasti invece nella linea **Junior**: austeri gessati si abbinano a camicie romantiche o a T-shirt con serigrafie in lamina e applicazioni di strass per le bambine, mentre per il maschio polo inserite con dettagli di camiceria e felpe rinnovate da un effetto di sovrapposizione vengono abbinare a pantaloni più sportivi.

Filo conduttore della collezione è il colore: in tutti i temi la gamma dei grigi viene abbinata ai rossi dal tono garofano all'amarena ed il blu viene declinato in tutte le gradazioni fino ad arrivare alla tinta avio e ghiaccio.



Nusnus è una linea di abbigliamento 100% Made in Italy che veste bambini da 0/12 anni.

Creata da Roxana Sarvari alla fine del 2009, Nusnus ha esordito a White Kids di Milano, nel gennaio del 2010, per andare poi a Playtime di Parigi nello stesso mese. A giugno 2010 Nusnus è stato per la prima volta a Pitti Bimbo, e in ottobre Nusnus era già in America, presentando la collezione estiva a Los Angeles. All'inizio del 2011, Nusnus conferma la sua presenza a Pitti Bimbo.

Nusnus ha catturato subito l'attenzione di stampa e buyer mondiale per la sua originalità e cura dei dettagli e nelle finiture. Le collezioni Nusnus sono caratterizzate da semplicità ed eleganza, con particolare attenzione ai dettagli e alla qualità, utilizzando solo materiali ecologici come il cotone organico e misto cashemere tinti con colori naturali.

Nessun uso di pellicce, pelle o piume: Nusnus è una linea "animal friendly".

L'idea alla base è quella di non seguire le ultime tendenze, ma realizzare vestiti che siano senza tempo, originali e sperimentali.





Autunno - Inverno 2011

L'ispirazione per questa stagione è il mondo magico del bosco. Immaginate un bambino che gioca nei boschi e va in cerca di mirtilli, fragole o altri frutti e, tra un funghetto e l'altro, dal nulla salta fuori un elfo vestito nel suo modo particolare che attira subito l'attenzione del bimbo e subito iniziano a giocare insieme.

I colori sono quindi quelli che si trovano in quel mondo: marrone, verde, grigio e crema. Le linee sono morbide e voluminose. Le finiture a taglio vivo rendono l'idea del bambino che "rovina" i suoi vestiti giocando con l'elfo. Il cappuccio a punta e i pantaloni voluminosi sono gli aspetti distintivi di questa collezione.

La designer

Roxana Sarvari nasce a Tehran ma cresce a Stoccolma, dove si trasferisce con la famiglia da piccola. Dopo gli studi in Svezia, inizia a girare il mondo, per arricchire la sua cultura e migliorare le sue conoscenze; studia dunque negli USA prima di arrivare a Milano, dove frequenta lo IED. Ulteriori peregrinazioni intorno al mondo, lavorando sempre nel settore delle creazioni per bimbo e adulto, la riportano per un



breve periodo a Stoccolma, salvo poi tornare in Italia, dove si stabilisce dal 2003, e dove inizia a lavorare per importanti aziende del settore.

La passione per i bambini la porta così, nel 2009 a concepire e creare la linea Nusnus. Grandissima amante della natura e degli animali (Roxana è volontaria presso la sede ENPA di Milano dal 2008) la portano a scegliere di utilizzare esclusivamente materiali ecologici, così rispettando la natura ed evitando la tortura inutile degli animali.

Il desiderio di creare un prodotto molto curato, raffinato, che trasmetta un senso di particolarità ai suoi prodotti, la fa optare per la scelta di piccoli laboratori italiani, da sempre espressione di ricercatezza e di cura.

