MiMilanoPret-a-Porter

Rilanciare i consumi, fare spazio e promuovere i giovani; innovazione,innovazione, innovazione! Sono le parole chiave ripetute in tutti gli eventi dove si esaminano e si cercano soluzioni al momento di crisi economica globale e alla contrazione dei consumi di Moda in Occidente.

Questi parametri sembrano ispirare le molteplici fiere dell'abbigliamento e anche la quinta edizione di Mi MilanoPrêt-à-porter,dalle previsioni, sembra tutta orientata a questi obiettivi. Dal 23al 26 settembre 2011 a Fieramilanocity, Porta Teodorico, la manifestazione mette in scena marchi storici e designer emergenti con le loro collezioni di abbigliamento e accessori donna per la P/E 2012.

230 marchi in vetrina. Il 15 % in più rispetto all'edizione di settembre 2010 è il dato positivo di questa edizione.

Novità della presente edizione è Lingerie/Beachwear Area. 15 brand animeranno l'area situata nel cuore della manifestazione. Tra i partecipanti: Always the sun, Ambra Corsetteria Italiana, Christies, Dana, Dolcevita Studio, Emamò, I.D. Sarrieri Concept, Ilaria Vitagliano, L' Armèe Seductrice, Le Naty, Magdagomes Beachwear, Mc2 Sainth Barth, Milk and Honey, Ritratti.

Di forte richiamo lo spazio dedicato ai giovani.

The Hothouse è l'Area espositiva speciale situata al centro della manifestazione . E' dedicata alle stelle nascenti della mooda italiana realtà di mercato rappresentative della nuova generazione di marchi del made in Italy sono invitate a presentare la propria

collezione a media e buyer internazionali in un’area speciale situata al centro della manifestazione.

Oltre 20 i brand ospiti di questa edizione che mostrano uno spaccato sui migliori marchi emergenti della scena italiana.

Collisions è un progetto assolutamente innovativo con il quale milano pret-à-porter pone l’accento sulla questione dell’identità e della iconicità delle brand e suggerisce nuovee soluzioni al futuro del sistema moda italiano che vede nel ricambio generazionale uno dei suoi problemi centrali.

Collisions sostiene una nuova generazione di designer con l’aiuto di aziene del made in Italy:tre giovani stilisti, selezionati tra i migliori diplomati delle scuole italiane di moda e ai primi passi nel mercato con le loro collezioni, intrano tre aziende dell’industria italiana per produrre capsule collection ad alto contenuto creativo.
L’esito positivo di collisions è testimoniato dal successo di due degli emergenti selezionati per la passata edizione: Marta Forghieri, la cui collezione smarteez sarà prodotta da Beatrice B. By Plissè, e Rolando Rocchetti, da poco entrato a far parte del team di Jil Sander.

Un nuovo progetto di Mi Milano Prêt à Porter esordisce con Kiton e Julitta-Colombo, unendo due tra i più promettenti giovani creativi e l’azienda simbolo della sartorialità napoletana nel mondo. Sarà presentato durante Milano Moda Donna nella boutique Kiton e nei 4 giorni della manifestazione in un’area speciale situata all’ingresso.

Continua la collaborazione iniziata la scorsa stagione con **La Rinascente** che per tutta la settimana della moda milanese dedicherà le quattro vetrine di via S. Radegonda alle

collezioni di Collisions riconfermando Mi Milano Pret-à-Porter come luogo di unione e scambio tra presente e futuro, stage privilegiato per i nuovi protagonisti del sistema moda italiano.