Logo WMATY

Negli ultimi anni, nell’ambito dei più disparati dibattiti sul futuro della moda, non si fa che rimarcare la necessità di nuove spinte creative e di conseguenza l’importanza di fare spazio a talenti emergenti. In Italia, patria per eccellenza del pret-a-portér, il bisogno di nuovi volti e di nuove idee si fa sempre più stringente ed è per tale motivo che la Camera della Moda, anche in collaborazione con riviste del settore ed altri enti istituzionali, ogni anno mette a disposizione di giovani creativi la possibilità di esprimersi attraverso diverse iniziative, concorsi, bandi. L’impegno dell’ente più rappresentativo della moda italiana è quanto mai encomiabile sia nelle intenzioni che nei risultati, ma potrebbe risultare insufficiente se non accompagnato anche da iniziative private. Ed è proprio a tal proposito che teniamo a segnalare una realtà aziendale che, nonostante i pochi anni di vita, dimostra di essere un notevole trampolino di lancio non solo in termini creativi e manifatturieri ma anche da un punto di vista comunicativo e d’immagine. Il progetto What’s more alive than you è un marchio dell’azienda WMATY, impegnata nella produzione di borse, scarpe e accessori completamente Made in Italy. L’iniziativa è promossa in collaborazione con alcuni dei più prestigiosi istituti di moda e design, collocati in 92 Paesi diversi, i cui studenti sono chiamati a partecipare ad un concorso finalizzato alla produzione delle collezioni più esclusive e innovative selezionate. Il concorso è aperto anche a liberi professionisti e studi privati nell’ambito dei settori coinvolti, oltre a tutti coloro intenzionati a proporsi come fautori di nuovi stili e nuove idee. Ogni anno vengono selezionati 15 vincitori, premiati con la messa in produzione dei pezzi più significativi

delle singole proposte e ricompensati con una royalty del 6% per ogni capo venduto. La direzione artistica di WMATY, successivamente allo sviluppo dei prototipi, decide in quale delle tre collezioni disponibili inserire i prodotti vincenti. La Permanent Collection è la collezione principale in cui vengono collocate le creazioni di nuova uscita e nella quale rimangono quelle più richieste dal pubblico, anche per diversi anni. La Limited Collection raccoglie invece i lavori più particolari, preziosi, folli e visionari, firmati singolarmente dagli autori e disponibili in tiratura limitata. Infine la Private Collection è rivolta esclusivamente ai clienti dell’azienda ed è soggetta alle medesime dinamiche della collezione Permanent.

WMATY

Le vendite avvengono attraverso l’e-commerce, interessando quindi il più vasto pubblico possibile, quale è quello del Web, oltre che una precisa serie di retailers e personal shoppers attentamente selezionati. Uno dei caratteri distintivi del progetto promosso da WMATY è l’attenzione ai dettagli e alle intuizioni stilistiche dei singoli partecipanti. Infatti, se una creazione mostra di essere innovativa in termini di tecnologia, modalità di costruzione o materiali utilizzati, l’azienda riconosce all’autore una royalty compresa fra il 3 ed il 10%, da sommare a quella del 6%, nel caso in cui il pezzo venga anche commercializzato.

Le iscrizioni al prossimo appello sono aperte dal 16 aprile e rimarranno disponibili fino al 18 giugno.

Lo scopo dell’iniziativa presentata è quello di stimolare giovani menti creative, per fare in modo che inizino ad esprimersi anche con un riscontro commerciale e di pubblico, elemento indispensabile per riuscire a coniugare l’attività di progettazione e studio teorica con il palcoscenico socio- economico che un giorno tali autori si troveranno a dover affrontare.

Grande spazio quindi alle idee, all’innovazione, alla freschezza, senza mai dimenticare il mercato e il pubblico di consumatori di moda che col passare del tempo diventa sempre più esigente e attento a quei particolari che molte volte vengono trascurati per favorire la velocità di produzione e di guadagno.