

Questo sito contribuisce alla audience di



articoli, quotazioni, video...

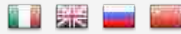
Cerca

HOME | RANKINGS | COVERSTORY | SFILATE | INTERVISTE | RETAIL | STRATEGIE | FINANZA | CLASS TV MODA



FASHION E LUXURY MADE IN ITALY

10 FEBBRAIO 2018



ULTIMO NUMERO / TOP STORIES / FOTO COLLEZIONI

Follow us



Cerca nel sito

Cerca

10 FEBBRAIO 2018

Efizio Marras vola in Cina e debutta con la sposa

Il creativo, ora alla guida di l'm isola Marras, avrà il compito di inaugurare la Shanghai fashion week. Oltre alla linea junior, in vista anche una capsule bridal.

di Barbara Rodeschini



Like 0



Share

0

Pin it



Nuove sfide per l'm isola Marras. La label, prodotta e distribuita su licenza da Loma, a luglio ha visto l'arrivo di



Un bozzetto bridal di l'm isola Marras

Efizio Marras al timone creativo e dopo un primo assaggio con il menswear si è sviluppata sul fronte donna con la partecipazione come special designer all'edizione settembrina di White. Un cambiamento stilistico, improntato su un concetto di moda più contemporary, che ora è potenziato con scelte inedite che lo stesso designer ha voluto raccontare a MFF. A partire dal lancio del kidswear fino alla realizzazione di una capsule sposa e al debutto nella Shanghai fashion week.

Presto volerà a Shanghai. Cosa si aspetta da questa esperienza?

l'm isola Marras è un progetto che vive la contemporaneità e ne coglie le sfide. E in quest'ottica è arrivata l'opportunità di fare parte dell'inaugurazione della Shanghai fashion week (in scena dal 28 marzo al 3 aprile, ndr) da cui non ci siamo tirati indietro. Si tratta di un progetto molto interessante che ci porta a svelare la collezione

autunno-inverno in una delle piazze più strategiche al mondo e anche di arricchire la sfilata con capsule esclusive per Shangtex. Questa stagione abbiamo introdotto nuovi temi come il denim e stampe esclusive che creano un dialogo con il Dna del marchio, ma anche con chi lo indosserà grazie ad una serie di lettering intriganti. Sono certo che sarà molto apprezzata dai nostri buyer, abbiamo una distribuzione di 180 punti vendita nel mondo, tra i quali ci sono big come Coin, una partnership iniziata con Altaroma, Yoox nell'ambito del progetto in season, Joseph New York, Emprium Baku, Al Ostura in Kuwait, a Runway a Hoo Chi Minh e tra gli italiani anche Spazio Tindaci a Padova.

Come si stanno evolvendo le merceologie di prodotto?

Rimane invariato lo spirito originale sebbene l'idea sia di raggiungere un pubblico più giovane e contemporary. In principio pensavo di traghettare la label in una nuova dimensione focalizzandomi sulla collezione donna e introducendo il menswear. Poi abbiamo partecipato al progetto Fashion comics, ideato da Alessandro Enriquez in collaborazione con Pitti bimbo, con una capsule kidswear dedicata alle Powerpuff girls, personaggi iconici di Cartoon Network. Doveva essere un gioco, fatto di pezzi unici e invece il riscontro è stato straordinario a tal punto da metterci nella condizione di sviluppare l'idea e metterla in vendita nello showroom di Elena Rasi.

Altre iniziative in cantiere?

Oggi l'm isola Marras è al centro di diversi progetti anche inaspettati come quello legato al mondo bridal che sveleremo in occasione del White carpet fashion show di Sì Sposaitalia collezioni. Non avrei mai immaginato di disegnare una collezione cerimonia, poi ho incontrato la nuova generazione del Bellantuono bridal group e abbiamo deciso di osare. Il risultato è una capsule di sei abiti da sposa che rileggono, attraverso i materiali e i colori della cerimonia, la mia visione.

(riproduzione riservata)

**Livestage**

09/02/2018 17:11

NYFW: Romanticamente Tory Burch

09/02/2018 15:39

NYFW: Jeremy Scott e la dimensione cyber-pop

09/02/2018 15:36

NYFW: L'extravaganza 80s di Tom Ford

09/02/2018 13:24

Bohoo, in Borsa multipli doppi di Ferrari e Hermès

09/02/2018 11:49

Arthur Arbeser crea una capsule in omaggio alla sua Vienna