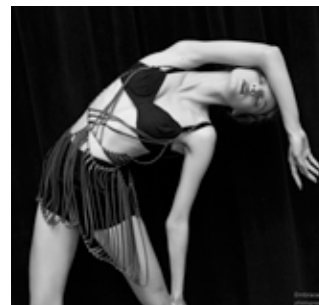


I 10 FINALISTI DI TIME

BLISS LAU ►

Nata e cresciuta a Honolulu nelle isole Hawaii, Bliss Lau ha studiato alla Parsons School of Design di New York City, e nella Grande Mela oggi vive e lavora. Metà cinese e metà americana Bliss Lau realizza le collezioni che portano il suo nome, mixando le due culture. I suoi body jewelry che disegna e fa realizzare in laboratori americani sono concepiti per diventare ed essere indossati come fossero una seconda pelle. Il brand è un must da Kiki de Montparnasse a New York City, LA di Las Vegas e nei siti e-commerce di Bonadrag, Saks Fifth Avenue, Luisa Via Roma di Firenze per la quale ha realizzato una capsule esclusiva, insieme al brand di gioielli eco-etici SeeMe.



“COMEFORBREAKFAST” ►

Nel 2010 Antonio Romano e Francesco Alagna danno vita a un progetto indipendente, un nuovo marchio la cui vocazione internazionale riesce a cogliere gli orientamenti più all'avanguardia e gli stimoli eclettici delle culture urbane. Nasce così Comeforbreakfast, una linea per la donna e per l'uomo dalle linee minimal che si presta a silhouette decise e ultramoderne con un sottotondo streetwear. Uno stile preciso che ha consentito al giovane brand di imporsi tra i finalisti della nona edizione di Who Is On Next. Dai capispalla agli abiti, dalle giacche in pelle agli accessori l'esprit della prende corpo nei dettagli esclusivi e nella costruzione accurata dei modelli. Le collezioni Comeforbreakfast sono distribuite da I.T. di Hong Kong, Beaker di Seoul, Isetan e Stunning Lure di Tokyo, ODD di New York, N30 di Milano, Slash di Treviso, Concierto di Osaka e VOD di Dallas.



GIANCARLO PETRIGLIA ►

Borse luxury dalla qualità elevata, tocchi cromatici accesi e glamour indiscutibile. Questa la cifra stilistica di Giancarlo Petriglia, la cui produzione esplora rinnovando le migliori tradizioni dell'artigianato made in Italy. Il brand ha continuato ad ottenere sempre più consensi e riconoscimento dopo essere stato vincitore, con la collezione SS2012, dell'ottava edizione di Who is on Next. Oggi il brand è venduto nei migliori multimarca italiani e internazionali, come Luisa Via Roma di Firenze - Folli Follie di Bologna, Mantova, Rimini, Brescia, Excelsior di Verona, 10corsocomo di Milano, Fiacchini di Forte dei Marmi, Tiziana Fausti di Bergamo, Kadewe di Berlino e Pfuller di Francoforte.



LUCA LARENZA ►

Una spiccata sensibilità al colore che lo porta, da adolescente, ad attraversare l'Europa come writer. Luca Larenza dopo gli studi in Giurisprudenza si trasferisce a Madrid per frequentare un master in Fashion Management, e nella capitale spagnola entra nel mondo delle multinazionali di moda come buyer. È il 2008 quando, spinto dalla passione per la moda e dal sogno di realizzarla, rientra a Milano. Dopo la collaborazione con Angelo Fusco, fonda di lì a poco il suo omonimo marchio dedicato al menswear che si afferma, negli anni successivi, soprattutto per la maglieria e per i capispalla, sinonimi di una visione stilistica che sta evolvendo verso una più dinamica e diversificata proposta moda. Nel 2011 è tra i finalisti del concorso Who Is On Next Uomo. Il brand è distribuito nei migliori multimarca italiani e non, come The Store (Milano), Mario&Sons (Seregno), Mario D'Anna (Caserta), D2 (Salerno), D'Anna (Positano), Di Chio (Andria) e Gigi Tropea (Catania).



MAURIZIO MIRI ►

È un giovane stilista e imprenditore bresciano che a soli 14 anni aveva già ruoli manageriali nella label di famiglia. Nel 2009 vara la sua prima collezione menswear che debutta a Pitti Uomo e nel 2010 è tra i cinque finalisti del concorso Who Is On Next. Il suo plus è nell'espressione della più autentica essenza sartoriale italiana, traslata in una collezione giovane e di tendenza. Tra i nomi più apprezzati dai buyer italiani (è distribuito in 35 multimarca top italiani, come Pupi Solari a Milano, Gigi Tropea di Catania, Suit di Lecce, Antonia di Riccione, Dell'Oglio di Palermo) per stile e ricercatezza, materiali di alta gamma e squisite finiture dei tagli e dettagli hand made, Maurizio Miri cura personalmente ogni dettaglio delle sue collezioni: dal bottone alla fodera ogni giacca, ogni pantalone e, dalla p/e 2015 anche ogni camicia, è frutto di una ricerca minuziosa che, partendo dai tessuti italiani esprime la sua forza creativa nei volumi, nelle costruzioni, negli abbinamenti stilish esclusivi. Dedicati a uomini di carattere.



I 10 FINALISTI DI TIME

NO KA'OI ▶

Yoga sì, ma con stile. La linea NO KA 'OI si distingue per il suo appeal sportivo, con un occhio alla comodità e all'eleganza. I designer del team diretto da Simona Finelli hanno scelto questo nome che in hawaiano significa 'eccellente', in onore alla disciplina yoga. Un look tra sportswear e couture, molto apprezzato dai buyer dei Best shop italiani, come Luisa Via Roma di Firenze, Penelope di Brescia, Excelsior di Milano, Al Duca D'Aosta di Mestre e nei department store del calibro di Galerie Lafayette di Pechino, Selfridges in UK, Harvey Nichols di Bristol e Manchester.



PROJECT149 ▶

Nato nel 2009 su iniziativa di due talenti come Monica Mignone e Elisa Vigilante, il brand Project149 ha come quartier generale un laboratorio-showroom nel cuore di Cremona. La cifra stilistica del marchio, finalista di Who Is On Next 2014, si basa sulla morbidezza delle silhouette, ma anche sulle inusuali combinazioni dei materiali, sapientemente mescolati nei cromatismi speziati. Per un look full print coniugato nei tessuti tecnici, adatto a una donna moderna, dallo stile sofisticato e dinamico. Project149 è venduto nelle boutique multimarca Bogari di Rimini, Cose di Cremona, Surplus di Roma e da Lonlilco.llc Yerevan in Armenia.



SHOOTINBAG1981 ▶

Le ShootingBag1981 nascono nel 2013 dalle mani di Alessandro Di Cola, maker, artista scultore che fa del mix di materiali diversi forgiati artigianalmente il suo punto di forza. Di Cola, infatti, lavora la pelle e la unisce all'alluminio foderato di panno di lana o di tessuto tartan, il cuoio insieme alla pelliccia, il legno al crine di cavallo. Presentato per la prima volta nella rassegna A.I.Artisanal Intelligence di Altaroma, il brand approda al White di Milano e, per la stagione autunno-inverno 2014/15 alla Galerie Cinema di Parigi per la Paris Fashion Week. La ricerca e la lavorazione full hand made sono i fondamenti di una collezione che è riconosciuta per la sua cifra forte e esclusiva. Alessandro Di Cola lavora e produce le sue bag a Roma, vendute nelle boutique Camargue Fashion (Australia), LouLou (Roma), Penelope (Brescia), Victorbri (Bologna).



SUSANA TRAÇA ▶

Originaria dell'Angola in Africa Centrale, Susana Traça a soli 14 anni si trasferisce in Portogallo per i suoi studi. Completato il suo percorso formativo, inizia a lavorare come modella conquistando a Lisbona il premio top model dell'anno. Rivisitando luoghi passati, tra viaggi e contaminazioni culturali, Susana scopre e matura una naturale predisposizione per lo shoe-design. Traendo ispirazione dal suo background, ha dato vita a una collezione dal forte impatto stilistico, pensata per una donna contemporanea e cosmopolita. Il marchio è distribuito alla Rinascente di Milano, alle Galeries Lafayette di Parigi, da Isetan in Giappone e da Fred Segal negli Stati Uniti.



ULTRÀCHIC ▶

Il brand di abbigliamento donna fondato nel 2006 da Viola Baragiola e Diego Dossola, oggi è distribuito in oltre 150 boutique nel mondo come Biffi di Milano, Tessabit di Como, Penelope di Brescia, Gente a Roma, Harvey Nichols di Hong Kong, Skateboard di Beirut, Bugatti di Dubai, Tyan Fashion di Singapore, Gregory's in Usa. A Milano il 23 giugno Ultràchic inaugura, in corso Magenta, il suo secondo monomarca dopo Seul. Ironiche, romantiche, ma sempre con un tocco rock, le collezioni Ultràchic sono sempre riconoscibili per l'uso delle stampe esclusive, disegnate dallo stesso Diego Dossola. Ogni stagione trova il suo tema, ogni circostanza il suo print, ogni capo è sempre realizzato con tessuti di alta qualità come la seta, il cashmere, la lana, il cotone, il satin, la georgette made in Como. Un guardaroba urbano e completo che offre dalla maglieria per il giorno agli abiti da sera, dai pantaloni ai leggings, dai capospalla alle T-shirt.

