

EDIZIONI CONDÉ NAST S.P.A.

VOGUE
ITALIA

"THE WORLD OF VOGUE TALENTS - THE NEW FRONTIERS OF AWARENESS"

SARÀ LANCIATA DURANTE LA SETTIMANA DELLA MODA DI MILANO E RINNOVATA IN CHIAVE SOSTENIBILE LA PIATTAFORMA DI VOGUE TALENTS DEDICATA AI CREATIVI DI NUOVA GENERAZIONE

Milano, 17 febbraio 2021 - Si rinnova in formato completamente interattivo il consueto evento di Vogue Talents, patrocinato dal Comune di Milano, dedicato allo scouting internazionale di creativi e designer di nuova generazione che per questa edizione sarà interamente dedicato ai progetti responsabili. "The World of Vogue Talents - The New Frontiers of Awareness" è la piattaforma digitale accessibile all'indirizzo: <https://voguetalents.vogue.it/it> a partire dal 25 febbraio 2021.

Vogue Talents è il progetto di scouting di **Vogue Italia** lanciato nel 2009 che, oltre a due numeri cartacei all'anno, conta più di un milione di utenti tra social e web. Raggiunti i primi dieci anni di presenza nel panorama editoriale, oggi è un brand attraverso il quale **Condé Nast Italia** supporta la nuova generazione di creativi, una solida piattaforma multimediale che si è imposta quale punto di riferimento per i creativi di tutto il mondo, un network di persone e attività che mette in relazione persone e aziende, in un meccanismo non soltanto comunicativo ma promotore di business e nuove prospettive sulla moda.

La piattaforma sarà visitabile online esclusivamente su invito il 24 febbraio e dal giorno successivo disponibile al pubblico internazionale.

La prima edizione, lanciata lo scorso settembre 2020, ha registrato più di 100.000 visite alla piattaforma, con oltre 130.000 pagine visitate.

"Dopo il successo della prima edizione digital, Vogue Talents torna con un'offerta informativa ancora più ricca e completa. Strumento imprescindibile per gli addetti ai lavori, la piattaforma in questa edizione, con nuove soluzioni creative, mette a disposizione anche del grande pubblico notizie e idee per abbracciare davvero il tema della sostenibilità, all'insegna di scelte quotidiane più consapevoli e informate", commenta **Emanuele Farneti, Direttore di Vogue Italia**.

"Vogue Talents continua ad ampliare i suoi orizzonti e i suoi impegni. Abbiamo la responsabilità di continuare a sostenere le nuove generazioni in tutte le forme creative. Questa edizione è dedicata alla responsabilità sociale, con una selezione di designer internazionali, tante iniziative e suggerimenti su come tutti noi possiamo vivere in modo più consapevole" commenta **Sara Sozzani Maino, Vice Direttore di Vogue Italia e Head of Vogue Talents**.

In occasione del lancio della piattaforma, Vogue Talents svelerà il frutto della collaborazione con una delle realtà formative più importanti della scena artistica, cui la piattaforma funge da palcoscenico. Dal momento che il settore dell'arte e dello spettacolo sta attraversando un periodo difficile a causa della pausa forzata dalla situazione pandemica, Vogue Talents, da sempre impegnato nel supporto del talento a 360°, ha scelto di offrire la visibilità globale della piattaforma ai talenti della Civica Scuola di Teatro Paolo Grassi. Ad accogliere gli ospiti, infatti, sarà un video che vede impegnati gli artisti della Civica Scuola di Teatro Paolo Grassi nelle performance di danza "Entanglement - Sette brevi lezioni di fisica" con coreografia di Manuela Victoria Colacicco e gli Interpreti Martina Di Prato e Rafael Candela e "Vertigini", coreografia di Serena Zimolo che lo interpreta con Tommaso Cavalcanti. I danzatori indossano capi e accessori firmati da Act n°1, Agglomerati, Alessandro Vigilante, Calcaterra, Garbage Core, Marcello Pipitone, Persia, Simona Marziali - MRZ e Vièn. Dalla sua fondazione, nel 1951 a opera di Paolo Grassi e Giorgio Strehler, la Civica Scuola di Teatro Paolo Grassi, diretta oggi da Tatiana Olear, è da settant'anni punto di riferimento formativo per il mondo teatrale italiano. Gestita dal 2000 da Fondazione Milano offre, unica in Italia, percorsi di formazione per tutte le principali figure professionali nel campo del teatro e dello spettacolo dal vivo.

La sezione "Spotlight on Talents" è dedicata alla creatività di designer dall'approccio responsabile: sarà possibile vedere le collezioni del coreano Kwun Hyuk Kim del brand Anchovi; Caes dell'olandese Helen de Kluiver; Commas disegnato dal creativo australiano Richard Jarman; le creazioni di Cormio dell'italo statunitense Jezabelle Cormio; Mossi del francese Mossi Traorè; i brand Ssōne e S.S.Daley disegnati rispettivamente dai creativi britannici Caroline Smithson e Steven Stokey-Daley; Uniforme dei francesi Hugues Fauchard e Rémi Bats e Yuzefi dell'iraniana Naza Yousefi.

"Awareness Manifesto" è l'area dedicata alle diverse tematiche riguardanti la sostenibilità. Divisa in due parti, una è dedicata a un approfondimento sulla tematica, con una serie di Q&A riguardanti le domande più frequenti relative all'approccio responsabile, e formulate con il contributo di alcune delle personalità più influenti del panorama della moda tra cui Orsola De Castro, Founder and Global Creative Director Fashion Revolution e Francesca Romana Rinaldi, docente dell'Università Bocconi e autrice di "Fashion Industry 2030". La seconda parte è dedicata alla creatività di Matteo Ward (design studio WRAD) che, insieme al supporto artistico e grafico di Sara Guazzarini, racconta all'interno di un manifesto illustrato l'importanza della sostenibilità ambientale all'interno del sistema moda, evidenziandone le criticità e suggerendo tecniche più responsabili e concrete per abbracciare un percorso più etico.

Una delle novità dell'edizione 2021 dell'evento è la sezione "How to buy responsible" al cui interno sarà possibile esplorare una selezione di negozi online, realtà produttive, brand e luoghi da visitare, anche virtualmente, con un'attenzione particolare verso l'ambiente e il desiderio di innovare.

La sezione "Mentoring", altra novità di questa edizione, avrà al suo interno video dedicati a creativi e giovani all'inizio delle loro carriere che potranno ascoltare dalle parole di head hunter intervistati in video webinar gli step fondamentali per trovare lavoro nella moda: come raccontarsi nel giusto cv e come preparare il fashion portfolio, fino a come affrontare il colloquio di lavoro. "Editorial Contents" è dedicata a contributi video, interviste esclusive e una selezione di podcast dedicati al mondo di Vogue Talents. Queste due aree verranno aggiornate periodicamente con contenuti nuovi.

All'interno della piattaforma ci sarà l'area dedicata al lancio della seconda edizione di "Vogue YOOX Challenge - The Future of Responsible Fashion": il progetto di **Vogue Italia** e **YOOX** a supporto di designer, creativi e start-up che attraverso progetti innovativi hanno deciso di investire in maniera coraggiosa su un approccio alla moda e al design – novità per l'edizione di quest'anno – responsabile e sostenibile. Per Vogue Italia e YOOX sostenere la nuova generazione di creativi continua a essere una sfida che deve essere affrontata per concepire un futuro migliore e aumentare la consapevolezza all'interno del sistema del tessile, del design e dell'abbigliamento. L'edizione 2021 sarà annunciata il 22 febbraio su vogue.it e yoox.com.

Come di consueto, il palazzo virtuale ospita le iniziative speciali e i progetti creati in esclusiva da Vogue Talents.

All'interno della sezione "Tailored Creativity" saranno presenti:

Il racconto interattivo della Limited Edition **UNO**® by VIVETTA. In occasione del cinquantesimo anniversario di UNO, il gioco di carte #1 al mondo è stato reinterpretato dalla creatività della designer italiana Vivetta Ponti che, selezionata da Vogue Talents, ha donato a UNO una nuova e inedita veste reinterpretando il pack ed il retro delle carte attraverso la sua personale cifra stilistica.

La Limited Edition UNO® by VIVETTA sarà in vendita su unicef.it/carteuno e il ricavato sarà interamente devoluto ai programmi dell'UNICEF per garantire salute, nutrizione, istruzione di qualità e protezione a migliaia di bambini nel mondo.

Xiaomi rinnova la partnership con un'iniziativa pensata ad hoc per la presentazione del modello di smartphone Mi 11 | 5G, che presenta straordinarie funzionalità nel campo della fotografia e dei video che lo rendono un dispositivo premium. Alfredo Cortese del brand AC9 e Francesco Murano vincitore dell'edizione 2020 di "Who is on Next?", selezionati da Vogue Talents, hanno realizzato degli artwork esclusivi ispirati alle personali cifre stilistiche, per il pack del nuovo modello dell'azienda che punta a ridefinire gli standard del settore. Sarà possibile esplorare nella piattaforma le caratteristiche e le ispirazioni per la limited edition del pack di Mi 11, in vendita da Marzo 2021.

Nell'area dedicata alle "Special Initiatives" realizzate in collaborazione con i brand:

Il lancio di "Reshaping The Future", lo scouting di **Alcantara** e Vogue Talents volto a supportare studenti, designer e creativi chiamati a immaginare un futuro più consapevole che creeranno la propria visione stilistica e mettendosi alla prova con la versatilità e le infinite declinazioni di Alcantara. Lo scouting sarà attivo fino al 30 Aprile 2021, e i tre creativi più meritevoli avranno la possibilità di effettuare un'esperienza di stage nell'ufficio stile di Alcantara.

La presentazione della nuova collezione Autunno/Inverno 2021-22 firmata da **Sara Wong**, direttore creativo dell'omonimo brand. "Tartary – Shades of Mongolian" s'ispira alla contaminazione culturale avvenuta in Cina durante il 19esimo secolo. Forme decise, colori luminosi e tecniche audaci danno vita a 39 look rappresentativi della personalità della designer, che sceglie Vogue Talents per lanciare "A Cultural Fashion Clash", un racconto video in cui porta il pubblico alla scoperta della sua storia, delle sue passioni e della nascita dell'ultima collezione.

La playlist Yellow Hour su Spotify realizzata da **Veuve Clicquot**. Un contributo che perfettamente rappresenta l'identità - fra stile, eleganza e audacia - della Maison, che sceglie un linguaggio tanto

personale quanto universale, la musica, per accompagnare la visita di ciascun ospite all'interno della piattaforma, coinvolgendolo con il suo mondo radioso e solare. L'iniziativa si inserisce nel percorso del brand a sostegno della creatività e dei talenti che con le loro peculiari visioni si fanno portavoce di messaggi di positività, bellezza e coraggio - un tributo a Madame Clicquot, che con perseveranza, intuizione e creatività rivoluzionò il mondo dello Champagne.

Nella cornice di Base Milano, un talk dal titolo "A conscious approach to fashion" vede protagonisti Massimiliano Bizzi founder di **White Milano** e due designer: Federico Cina, founder del brand omonimo di menswear vincitore di Who is on Next? 2019 e Monica Sarti, erede del celebre Faliero Sarti e creatrice di sciarpe artigianali e preziose. I tre ospiti delinearanno, in conversazione con Elisa Pervinca Bellini di Vogue Talents, i contorni del futuro del Made in Italy esplorando le potenzialità del networking e del fare sistema.

La sede dell'evento anche per questa edizione è un palazzo immaginario realizzato in esclusiva per Vogue Italia da MONOGRID. Rinnovato e diviso in aree tematiche esplorabili è concepito come sede simbolo dell'iniziativa interamente dedicata alla creatività responsabile e sostenibile. Attraverso l'utilizzo di tecniche creative e esperienze interattive, il lavoro realizzato da MONOGRID ha donato al consueto evento di Vogue Talents una veste digitale che permette agli spettatori un'esperienza innovativa.

#alwayssupportalent #VogueTalents #TheWorldofVogueTalents

Condé Nast Italia

Condé Nast Italia è una multimedia communication company che raggiunge un'audience profilata grazie alle numerose properties omnichannel. Pubblica 11 periodici: Vanity Fair, Vogue Italia, L'Uomo Vogue, GQ, Wired, AD.Architectural Digest, Condé Nast Traveller, La Cucina Italiana, La Cucina Italiana USA, Accessory_VanityFair e Wedding_VogueVanityFair. È stata la prima Condé Nast al mondo a realizzare un experience store: Frame; ad aprire un corso per content creator nell'ambito dei social media: Condé Nast Social Academy; a lanciare un'agenzia di social talent: Condé Nast Social Talent Agency. Tra i progetti più innovativi la social content creator unit #Shareable e il magazine dedicato alla Gen Z Experience Is. Oggi il Gruppo può contare sul successo di grandi eventi come Wired Next Fest, Vogue for Milano, Photo Vogue Festival, Vanity Fair Stories e GQ Best Dressed Men. La sede di Condé Nast Italia in Piazzale Cadorna a Milano ospita anche la Scuola de La Cucina Italiana.

I profili social del Gruppo contano una total fan e follower base di 20 milioni.

Condé Nast Italia ha inoltre consolidato la propria presenza sul web attraverso il lancio di 7 siti: VanityFair.it: 13,1 milioni di utenti \ Wired.it: 6,1 milioni di utenti \ Vogue.it: 4,2 milioni di utenti. Questi, insieme a Ggitalia.it, Ad-italia.it, LaCucinaItaliana.it e LaCucinaItaliana.com raggiungono ogni mese 31,9 milioni di utenti unici mensili e generano, su base mensile, oltre 170,6 milioni di pagine viste. (Fonte: dato censuario Google Analytics – gennaio 2021). - www.condenast.it

Per ulteriori informazioni:

Edizioni Condé Nast

Communications Manager

Serena Scorciarino

Tel. 02 85613174 - sscorciarino@condenast.it

Digital Communications Manager

Ginevra Zaganti

Tel. 02 85612840 - gzaganti@condenast.it

ES_PR

Andrea Fornasier

Tel. + 39 02 63679900

andreaforasier@emanuelaschmeidler.com