



on

fashion MAGAZINE .it

20 Novembre 2018

https://www.fashionmagazine.it/business/nuovi-progetti-per-il-brand-di-street-luxury-au197sm-lancia-il-kidswear-e-prepara-il-debutto-alla-milano-fashion-week-101282?utm_source=%2Fmeta%2Fnewsletter%2Fnewsletter&utm_medium=newsletter&utm_campaign=nl189-basic&utm_term=831018fbdda35bd2f37044ed4187ce7f

Au197Sm lancia il kidswear e prepara il debutto alla Milano fashion week



Il brand di prêt-à-porter e couture **Au1975m** fondato dall'imprenditore **Stefano Maccagnani** amplia gli orizzonti e mette in cantiere una serie di nuovi progetti, che vedranno la luce a partire dal 2019.

Il primo in ordine di tempo sarà il lancio del kidswear, previsto in occasione di **Pitti Immagine Bimbo** dal 17 al 19 gennaio a Firenze: la collezione si chiama **Tot** (marmocchio in inglese) e traduce l'esprit innovativo e high-tech del marchio in piccole taglie, dai 4 ai 14 anni.

Dedicata sia a maschi che a femmine, la linea è sinonimo di un total look che include abbigliamento e accessori (dalle scarpe alle bag, fino a cappellini e sciarpe), dove le applicazioni in oro e metalli preziosi e le fusioni a ultrasuono (elementi distintivi del brand) si sommano all'utilizzo di materiali nuovi a misura di bambino, come l'ovatta naturale leggera in soia, utilizzata per l'imbottitura di alcuni capispalla. Non mancheranno tessuti riflettenti e catarifrangenti, per creare outfit dinamici e divertenti.

Successivamente al debutto della linea bimbo, Au1975m si concentrerà sulla collezione di womenswear, pronta a fare il suo ingresso alla fashion week milanese a febbraio.

«Dopo la partecipazione all'ultima edizione di **Altaroma** lo scorso giugno, Milano rappresenta una tappa importante per lo sviluppo del brand - racconta a *fashionmagazine.it* il direttore creativo **Paola Emilia Monachesi** -. Stiamo preparando un format particolare, non la solita sfilata. Un evento esperienziale, in sintonia con il concept del marchio».

L'happening servirà anche da apripista per gli sviluppi retail di Au1975m: «Attualmente dialoghiamo con una settantina di clienti a livello internazionale, che contiamo di triplicare grazie alla partnership stretta con **Studio Zeta** - precisa Monachesi - ma abbiamo in programma anche il nostro ingresso nel canale monomarca. L'obiettivo è di approdare con il primo negozio a Milano o Parigi nel 2019».