

VOGUE

ITALIA



Photo Vogue

head scetch - albinaonay albina onay

the eye of
VOGUE



Magazine News Shows Trends Beauty L'Uomo Vogue PhotoVogue VEncyclo VTalents VBlack VCurvy VGame ITA ENG

VTALENTS | Concorsi e altro | ITS 2013 Trends Report

ITS 2013 Trends Report

Sogni e idee di una generazione senza confini. In anteprima i trend individuati dal team di ITS 2013

Share!



2



g+



f 12

Tag TRENDS - ITS 2013



6/51 ITS Trends Report 2013 -



Ricerchiamo la creatività da oltre undici anni ormai, perseguendo un doppio fine: da un lato la nostra attenzione è volta ad **individuare la nuova generazione di ITS**, dall'altro miriamo a **captare qualunque segnale in arrivo dal mondo della creatività**. Cerchiamo di **leggere tra le righe** e come cercatori d'oro setacciamo più volte se necessario, per scovare ogni pagliuzza. L'obiettivo che ci poniamo è quello di **scattare un'istantanea scevra dalle infrastrutture del pensiero convenzionale**, che catturi sentimenti universali e trasversali tracciando, se

Read Next



CONCORSI E ALTRO

I finalisti di ITS 2013

Ecco i nomi dei finalisti di International Talent Support 2013

possibile e se presente, una volontà ed un desiderio comuni. Una linea di collegamento che va dall'Argentina allo Zimbabwe passando per l'Australia, la Bielorussia, la Cina, unendo l'Indonesia all'Alaska, il Giappone all'Islanda, il Sudafrica alla Malesia.

Vengono così a mescolarsi - senza necessariamente perdere la loro identità - realtà culturali tra loro diverse che interpretano e rielaborano un unico messaggio dando una propria personale interpretazione, molto spesso degli stessi temi. In un mondo globalizzato il messaggio appare chiaro: **le medesime domande sembrano interrogare i creativi di tutto il mondo.** Ognuno di loro ci offre la sua personale risposta, ed è a volte scioccante quanto possano essere simili le reazioni di persone distanti sia fisicamente che culturalmente.

Ciò che seguirà non ha pretese di fungere da analisi esaustiva ed esauriente dei trends che abbiamo riscontrato. Non vogliamo apparire né assolutisti, né saccenti, entrambe caratteristiche che non ci appartengono. Sicuramente ci annotiamo molto più di quanto analizziamo in profondità e si tratta sempre e comunque del nostro personale punto di vista, inevitabilmente parziale e forse a volte anche ingenuo. Si tratta però di un parere costruito sulla base di un lavoro più che ventennale, con l'orecchio sempre teso verso opinioni altre.

Vogliamo inoltre sottolineare che **le immagini utilizzate all'interno di questo report non sono state scelte sulla base di un giudizio di valore, ma perchè esemplificatrici delle varie tendenze incontrate.** Molte altre collezioni facevamo riferimento alle medesime tendenze, pur non presentando immagini utilizzabili in questo report.

Quest'anno l'istantanea che abbiamo scattato analizza un campione di **208 scuole in rappresentanza di 81 nazionalità**, e mantiene come lo scorso anno una forte prevalenza delle donne (74,4%) sugli uomini (25,6%). **L'età media dei concorrenti scende a 25 anni** (erano 27 nel 2012) dei quali **il 45,6% ha un proprio website.** Il 65% dei ragazzi è venuto a conoscenza di ITS tramite la propria scuola, mentre il 25% tramite internet. A livello di lingue parlate dai concorrenti ovviamente l'inglese è al primo posto con l' 89,4% ma il dato importante che evidenzia il segno dei tempi è il Mandarino in seconda posizione con il 10,7%.

Share!

INTERNATIONAL TALENT SUPPORT



CONCORSI E ALTRO

ITS 2013

Aperto il bando per partecipare a ITS 2013: le iscrizioni terminano il 22 marzo

Share!

Rimangono **in forte maggioranza le collezioni donna** - siano queste di fashion design, accessori o gioielleria - con il 72%. Tra le nazionalità dei concorrenti iscritti spiccano gli Italiani seguiti stavolta dai Tedeschi. Gli Inglesi, l'anno scorso in seconda posizione, sono terzi quest'anno mentre al quarto posto troviamo i Cinesi. A seguire Giapponesi, Sud Coreani, Americani, Indiani, Olandesi, Israeliani, Spagnoli, Polacchi, Messicani e Svedesi.

Per ciò che concerne le scuole la situazione nelle prime 4 posizioni rimane invariata. Resta saldamente in testa l'Inghilterra, che ricordiamo ha un altissimo numero di studenti provenienti da ogni parte del mondo, seguita dall'Italia, dalla Germania e dagli Stati Uniti.

Ad ogni concorrente rivolgiamo una serie di domande per poter comprenderne meglio l'immaginario. Tra queste:

DESIGNER PREFERITO

Nulla è cambiato nelle prime tre posizioni e non accenna ad attenuarsi la passione dei concorrenti per il brand **Alexander McQueen** che addirittura rafforza il suo primato con ben oltre il doppio delle preferenze rispetto a **Maison Martin Margiela**, secondo davanti a **Balenciaga**. Prada perde la quarta posizione a favore di Yohji Yamamoto (8° nel 2012) ed in sesta troviamo Raf Simons. Segue Alexander Wang che grazie al recente passaggio in Balenciaga fa un balzo in avanti dalla diciannovesima alla settima posizione, davanti a Comme des Garçons che perde 3 posizioni e a Hussein Chalayan. Al decimo posto troviamo Céline che sale rispetto all'anno scorso di 11 posizioni. Ma la palma per la maggior crescita in classifica spetta a Iris Van Herpen, soltanto 35a nel 2012 e salita al tredicesimo posto quest'anno.

INTERNSHIP

Rimane sempre molto forte l'interesse dei concorrenti ad effettuare uno **stage in azienda (83%)**. Per i **giovani fashion designers** è **Diesel** il brand dove approdare con quasi il doppio delle preferenze rispetto a Prada, che sale in seconda posizione scavalcando sia Alexander McQueen che Maison Martin Margiela. Per quanto concerne i designers di **accessori** è **Maison Martin Margiela** a trionfare su tutti, prendendo il posto di Balenciaga che quest'anno si trova in sesta posizione. In seconda posizione troviamo Diesel seguito da Prada, Céline e Alexander McQueen. E' **Swarovski** invece il **dream brand dei**

concorrenti di gioielleria, con margine altissimo su Maison Martin Margiela, Dior e Alexander McQueen. I dati di queste classifiche vanno letti con cautela tenendo presente il ruolo giocato dai premi di ITS 2013. Diesel e Swarovski Elements, ad esempio, prevedono stage in azienda.

MAGAZINE PREFERITO

Non accenna a diminuire il dominio di **Vogue** che, grazie soprattutto alle ben 18 edizioni in altrettanti paesi (e sottolineiamo come *Vogue Italia* sia di gran lunga l'edizione più letta) rimane saldamente in testa con il triplo delle preferenze su *Dazed & Confused* (oltre all'edizione Inglese esistono edizioni sia in Giappone che in Korea) che sale dalla quarta alla seconda posizione quest'anno. Perde una posizione *Collezioni* (consideriamo tutte le dieci riviste: *Collezioni Trends*, *Collezioni Baby*, *Collezioni Sport & Street*, *Collezioni Uomo*, *Collezioni donna Milano/New York*, *Collezioni Accessori* e *Collezioni Sposa*), davanti ad *i-D* in quarta, del quale avevamo evidenziato il ritorno lo scorso anno tra le preferenze dei ragazzi, dopo alcuni anni nell'ombra. Ma il dato interessante è che i ragazzi indicano come magazine preferiti anche i **blog**. Quest'anno in sesta posizione troviamo **stylebubble.co.uk** di Susy Bubble (in giuria a ITS 2012) seguito da **fashionista.com** e **thesartorialist.blogspot.com**.

COLORI

Rosso

Con un'etimologia che lo riporta al termine sanscrito "rudhira" che significa "sangue", il **rosso** è il colore più facilmente visibile del nostro spettro ed accompagna l'uomo da millenni. Insieme al nero, è stato il primo colore utilizzato dall'uomo preistorico nelle sue primordiali manifestazioni artistiche poiché facilmente reperibile in natura polverizzando rocce, terriccio o piante e bacche particolari. Porta con sé un enorme numero di simbolismi: energia (scontato il rimando al sole), estroversione e forza di volontà, forte passionalità e fiducia in se stessi. Amore, sessualità e sensualità, ma anche rabbia, imbarazzo e pericolo. Lo abbiamo visto utilizzato trasversalmente senza distinzioni, all'interno di collezioni fashion, accessori e gioielleria, spesso come unico colore.

Blu

Non da meno è il blu, che arriva molto più tardi nella storia dell'uomo, come tintura per tessuti. I primi pigmenti blu venivano fatti utilizzando minerali come i lapislazzuli, il cui costo di importazione era molto alto (la maggior parte, per oltre tremila anni, proveniva da miniere in Afghanistan) e per questo rimaneva ad uso esclusivo di ricchi e potenti. Il blu veniva considerato un colore protettivo per i morti e nell'antico Egitto veniva utilizzato per gli oggetti funerari del defunto così come per tingere le garze durante le mummificazioni. Risale al 15° secolo l'esplosione del blu sia per gli abiti della classe lavorativa che per abiti di imperatori e nobili. Questo perchè dall'India arriva l'indigo, prodotto a bassissimo costo da un arbusto estremamente diffuso in Asia. Eserciti (pensiamo al "navy blue"), classi lavorative, regnanti...il blu diviene colore trasversale. Il più forte tra i colori cosiddetti "freddi", è simbolo di armonia, stabilità ed equilibrio.

Rosso e blu

Abbiamo visto il blu spesso utilizzato in combinazione con il rosso, senza nessun altro colore ad interferire. Possiamo certamente dire di aver in questo caso notato una contrapposizione forte di questi due colori.

Bianco nero grigio

Come evidenziato lo scorso anno, il bianco ed il nero non sono affatto spariti dalle preferenze dei designers: sembrano essere rimasti quasi a testimonianza di una tendenza (come il rosso ed il blu) che ci è parsa sottostare a moltissimi dei progetti incontrati, ovvero il contrasto e la contrapposizione di estremi. Un ultimo accenno va fatto per il grigio, che abbiamo trovato in molti progetti. Storicamente rimanda al colore della lana non tinta e per tale motivo simboleggiava spesso l'abbigliamento della classe povera o dei frati (Cappuccini e Francescani soprattutto, in Inghilterra chiamati "grey friars"). Né freddo né caldo, né materiale né spirituale è un colore privo di personalità che per questo si adatta a qualsiasi altro colore. Ma è anche, fin dai tempi dell'industrializzazione, il colore del progresso (non sempre positivo), del cemento delle città, del grigio delle ciminiere delle fabbriche. Il colore moderno per eccellenza.

STAMPE

Floreale e mimetico

Se volgiamo lo sguardo alle stampe invece, abbiamo spesso notato due tendenze prevalenti interpretate utilizzando i colori di cui sopra. L'elemento floreale innanzitutto. Fiori e piante erano largamente presenti sia nelle stampe tessuti proposte dai concorrenti che nei loro moodboards di ispirazione. E' ovvio e scontato il rimando alla natura, ma c'è forse di nuovo un contrasto da sottolineare? Perché anche in questo caso ci è parso che a volte le stampa floreali volessero rimandare ad un'epoca passata (i broccati delle corti imperiali, il romanticismo cavalleresco, i cataloghi di biologia di fine ottocento) in contrapposizione con forme molto moderne, quasi a voler evidenziare un dualismo tra classicismo e modernità. L'altra tendenza da evidenziare nelle stampe è il mimetico, mai sparito dalle scelte dei nostri giovani talenti ma sicuramente più presente che in passato. E' un mimetico alternativo a volte, basato non sui classici toni del verde ma che ben volentieri viene influenzato dai colori predominanti dell'anno.

CONCEPTS

Dualità

Dobbiamo partire dal concetto della dualità, della contrapposizione di estremi, del contrasto. Lo abbiamo soltanto accennato nei paragrafi precedenti, ma è stato forse il tema maggiormente affrontato quest'anno, presente in moltissime immagini di riferimento così come in molti degli shoot delle collezioni dei ragazzi. L'uomo contrapposto alla donna, il rosso contrapposto al blu, il classico contrapposto al moderno, il sacro ed il profano, la decostruzione e la ricostruzione, semplicità e complessità. C'è anche da dire che esteticamente (e pensiamo appunto ai photoshoot incontrati nei portfolio) la contrapposizione crea immagini di forte impatto.

Costrizione e facce coperte

Altri due temi molto presenti ed anzi di ritorno (li avevamo già riscontrati in passato in particolari momenti storici caratterizzati da guerre ed instabilità) sono le costrizioni e le facce coperte. Tecniche di bondage ma anche più stilizzate gabbie di tessuto che bloccano i movimenti. Maschere a trasformare i volti e spesso a celarli totalmente quasi ad evidenziare il bisogno di non vedere e di non essere visti. Siamo forse di nuovo di fronte ad un'epoca in cui i giovani non vogliono essere chiamati a decidere tra concetti contrapposti ma

ugualmente attraenti? O si tratta di nuovo della paura del futuro, di non voler pensare/vedere ciò che verrà, dell'incapacità di muoversi/decidere?

Elementi religiosi

Tra le particolarità sottolineiamo la continuazione dell'elemento religioso. Ma se lo scorso anno si trattava spesso di reinterpretazioni degli abiti delle suore o delle donne musulmane, questa volta abbiamo visto immagini della religiosità cristiana soprattutto utilizzate nelle stampe degli abiti sia come bisogno di protezione ultraterrena che - di nuovo - a sottolineare un clash tra sacro e profano o classico e moderno. Non forme dunque ma vera e propria iconografia.

FORME

Protezione e medievale

Il bisogno di protezione sembra aver influenzato le forme degli abiti dei fashion designers. Imbottiture tecno-sportive sui fianchi, moderne armature ispirate sia alla tradizione orientale che occidentale. Ed anche strutture in legno a protezione delle spalle, corpetti che paiono ricordare le maglie in piastre di ferro dei cavalieri o l'armatura del samurai. Strettamente collegato con il tema della protezione sembra essere anche un'influenza medievale nelle forme. Abbiamo riscontrato forme tipiche dell'armatura a formare sovrastrutture protettive sugli abiti, oltre a cappe e scialli che rimandano al medesimo periodo storico. Inoltre, anche il medievale si è presentato spesso in contrasto con il moderno, rimandando nuovamente al concetto di dualità.

Post-Man

Da qualche tempo osserviamo un altro fenomeno in progressiva evoluzione, che sta lentamente delineando una nuova immagine di uomo, una specie di androginia che potremmo definire post-man. E' l'uomo un passo oltre, in direzione della unificazione, anche genetica, dei sessi. Non si tratta di femminilizzazione del maschio quanto piuttosto di un vero e proprio terzo sesso che mette in discussione i canoni dell'abbigliamento così come li conosciamo, a partire dal corpo basico maschile che è più semplice, aprendo la strada ad un nuovo genere.

CONCLUSIONI

Riteniamo siano due le considerazioni da farsi dopo l'attenta ed approfondita visione dei progetti e

l'individuazione dei trends qui riportati. Da un lato, è innegabile che **i creativi sono molto attenti a tutto ciò che avviene sulle passerelle**. Ciò sicuramente ha la sua influenza nella loro scelta dei colori, delle forme, delle stampe da utilizzare, e via dicendo. In merito ai colori ad esempio c'è da sottolineare che questi sono i medesimi messi in evidenza sulle passerelle dai più importanti brand della moda, oltre che citati dai maggiori analizzatori di tendenze nel campo del colore per il futuro prossimo, segno che i concorrenti sono anche estremamente attenti a ciò che li circonda. Dall'altro lato però i ragazzi non dimenticano di **comunicare attraverso il loro lavoro le loro inquietudini, le incertezze per il futuro, la loro personale visione del mondo o la loro stessa vita privata**, che viene quasi esorcizzata attraverso l'esercizio creativo.

di vogue.it

Pubblicato: 13 maggio 2013 - 07.00



Commenta

Nome	Email
Scrivi un commento	
Invia	

Last on Vogue

Sabato 23

OROSCOPO

Sabato 23

L'oroscopo del giorno. Di Marco Pesatori

Share!

Sabato 23

OROSCOPO

Sabato 23

L'oroscopo del giorno. Di Daniela Nipoti

Share!



VOGUE ARTS

U2: Ordinary Love

A distanza di quattro anni dal loro ultimo album, gli U2 tornano con il nuovo brano Ordinary Love



VOGUE ARTS

One Direction Day

Gli One Direction presenteranno il nuovo album

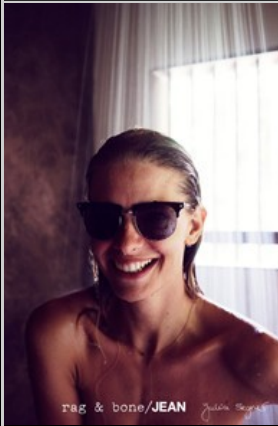


NOTIZIE DEL GIORNO

Louis Vuitton per SOS Villaggi dei Bambini

Alla Maison Etoile Louis Vuitton di Roma un evento a favore di SOS Villaggi dei Bambini

Share!



CURIOSITÀ

Julia Stegner per Rag & Bone

La top model Julia Stegner è la protagonista del progetto D.I.Y. di Rag & Bone

Share!



NOTIZIE DEL GIORNO

Roberto Cavalli alla Oxford University

Roberto Cavalli ha tenuto una lectio magistralis alla Oxford University

Share!



VOGUE ARTS

Guida a PhotoVogue

Qualche consiglio per scattare e giudicare le vostre immagini

Share!

Share!



PEOPLE & STARS

Stefano Accorsi

Stefano Accorsi, il primo cortometraggio da regista

Share!

con un evento mondiale, il 1D Day

Share!



CURIOSITÀ

Uniqlo LifeWear

Il brand ha presentato la nuova collezione LifeWear per la prossima estate negli esclusivi saloni dell'Hotel Salomon Rothschild nell'ottavo arrondissement di Parigi

Share!

LATEST ISSUE — Issue 759, Winter's rich mix, Roberto Cavalli By Steven Meisel

Magazine

Shows

Beauty

Trends

VTalents

Notizie del giorno	Tutte le sfilate	Beauty in Vogue	Il trend del giorno	Storie di succes
Cover Story	Modelle	Wellness e Fitness	+ Glam - Cash	Concorsi e altro
Fashion Stories	Temi dalle sfilate	Viso e corpo	Accessori	Nuovi Talenti
Supplementi Vogue	Eventi moda	Notizie Bellezza	Voguistas	A short film wit
Tarocchi	Focus on models	Vogue Kitchen	How To	News
FIRMA LA PETIZIONE	Curiosità	Beauty in Vogue - Supplemento	Il Blog delle Tendenze	Talenti sul Set
Your blog against Ana & Mia	Sfilate di Moda - Calendario	The Now Idea	Vogue Mania	Talents and Wool
			Vota lo stile	Supplemento
			Moda Autunno Inverno 2013/2014	Neodiplomati

News

L'ossessione del
giorno

Parties Events

È davvero troppo

Vogue Arts

Star News

Focus On

Agenda del Weekend

VCurvy

Glam and Curvy

Visto su Vogue

Beauty

Moda e Accessori

Curvy News

L'Uomo Vogue

Cover story

People & Stars

Sfilate

Beauty

News

Fashion guide

Oroscopo

Moda Autunno
Inverno 2013/2014

Shop in the Shops

Vogue Gioiello

Moda

Shop the trend

Designer

Le collezioni

Orologi

PhotoVogue

Come funziona

Iscriviti

Archivio

VEncyclo

Moda

Stilisti

Fotografia

Cinema

Personaggi

Manie

Blogger

Tessuti

Architettura

A-Z

ABBONATI A VOGUE ITALIA - SIGN UP TODAY!



*Discover Vogue in the
digital age on*



Available on the App Store

CONDÉ NAST VOGUE WIRE D VANITY FAIR GLAMOUR GQ.COM

©EDIZIONI CONDÉ NAST S.P.A. - P.ZZA CASTELLO 27 - 20121 MILANO CAP.SOC. 2.700.000 EURO I.V. C.F E P.IVA REG.IMPRESSE TRIB. MILANO N. 00834980153 SOCIETÀ CON SOCIO UNICO
© VOGUE ITALIA | PUBBLICITÀ | REDAZIONE | HELPDESK | ABBONAMENTI | CONDIZIONI DI UTILIZZO | PRIVACY POLICY | HELP | VOGUE WIDGETS