

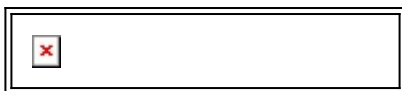


Plusize: la moda non ha taglia



Plusize il salone dedicato esclusivamente al mondo delle taglie comode ha riaperto i battenti negli spazi di fieramilanocity, , per una terza edizione che ha replicare i successi del passato.

Una sfida agli stilisti perchè dimostrino la loro creatività, arricchendo di un pizzico di fashion una produzione dallo stile spesso anonimo e anacronistico che delude fortemente la consumatrice italiana sempre attenta ai contenuti moda.



“La moda non ha taglia”: un’utopia?

Grazie a “46”| 52 Plusize”, forse, l’inizio di una rivoluzione. Ora più che mai attuale. Recenti, infatti, sono le polemiche scoppiate in Spagna e Inghilterra e ancora più recente lo spazio dedicato dalla Camera Nazionale della Moda a Milano in occasione di Milano Moda Donna contro l’eccessiva magrezza delle modelle. Da più parti si chiede, con sempre maggior insistenza, che le taglie tornino a rispecchiare le reali misure delle donne, considerando che l’80% di ciò che vediamo e sogniamo sulle passerelle non verrà mai prodotto, perché impossibile da indossare.

Alla luce di questi fatti, il debutto di Plusize a MilanoVendeModa lo scorso anno acquista il sapore dell’avanguardia: nato per iniziativa della società Casile&Casile in accordo con EXPOCTS, il primo Salone dedicato esclusivamente al mondo delle taglie comode ha riaperto i battenti negli spazi di fieramilanocity, dal 23 al 26 febbraio 2007, per una terza edizione che ha replicare i successi del passato.

Plusize si è presento al pubblico con un aumento del 40% della superficie espositiva per un



Plusize: la moda non ha taglia

totale di 100 marchi moda presenti, tra cui Elena Mirò, N.O.W. di Max Mara, Ajay di Liu Jo, Gattinoni, Armonia per la La Perla, Marly's, Giorgio Grati e Paola Antonini.



Si spazia dal prêt-à-porter all'abbigliamento sportivo, dagli abiti da cerimonia all'intimo, dalla maglieria ai costumi, per aprire un ampissimo ventaglio di proposte in grado di coniugare tendenza e vestibilità.

A Plusize, infatti, vince la moda al servizio delle donne vere.

Non "le altre", le modelle, ma studentesse, lavoratrici, mamme, donne dalla 46 alla 52, che, quando cercando un vestito, hanno diritto ad avere la stessa scelta di una 42.

Donne di tutti i giorni.

In termini commerciali: il 60% delle italiane, il 31% delle ragazze al di sotto dei 35 anni. Un'ampia fetta di mercato fino ad ora insoddisfatta dall'offerta e scoperta da poco grazie ad una ricerca commissionata dalla società di distribuzione Casile&Casile, che ha fatto di Plusize la prima e più importante vetrina della moda "anticonformata" sulla scena delle fiere di settore.

E' iniziata così la rivincita delle morbide: una sfida ad andare controcorrente, lanciata agli stilisti per interpretare il volto feriale della femminilità; ma anche per coprire una necessità di mercato.

Una sfida agli stilisti anche perchè dimostrino la loro creatività, arricchendo di un pizzico di fashion una produzione dallo stile spesso anonimo e anacronistico che delude fortemente la consumatrice italiana sempre attenta ai contenuti moda.

Perché normale è bello.

E non ci crederemo mai abbastanza.