



**WALK THIS NEW WAY.** Possiamo tradurlo con “Un nuovo modo di camminare”? Forse, certamente è un percorso una sfida di rinnovamento nel mondo delle calzature di lusso del Made in Italy , un progetto italiano per promuovere designer emergenti, nato dall’idea dell’imprenditrice veneta Annamaria Nerosi

(titolare di Shoes Service, casa di produzione che lavora da anni con prestigiose firme dell’alta moda) assieme a Louise Bramstedt (designer e brand builder dall’esperienza pluriennale e internazionale).

Se da una parte è un progetto di promozione per i giovani provenienti da tutta Europa, ma con un prodotto strettamente Made in Italy, la presentazione delle creazioni su palcoscenici internazionali importanti come FASHION WEEK di New York e Milano di settembre 2013 è una importante vetrina internazionale dell’artigianalità italiana in questo settore. **WALK THIS NEW WAY** avrà la sua seconda edizione in febbraio 2014 con un numero più ampio di designer rispetto ai 5 selezionati per l’ edizione di settembre 2013.

Ma veniamo i 5 selezionati per l’edizione 2013. Nota caratteristica, più o meno accentuata, è lo stile innovativo e decisamente forte delle creazioni, talvolta a nostro giudizio, eccessivo.

Ci sembra inoltre che il punto di vista, l’ideale femminile a cui rivolgersi, è quello della donna che vuole apparire, che vuole farsi notare con un accessorio arrogante, imponendosi quindi con una femminilità aggressiva; meno importante, almeno in alcuni, è l’ideale di donna che vuole farsi notare per l’eleganza e che sceglie quindi accessori discreti, che

possono accentuare una femminilità accogliente e discreta.

Ecco gli stilisti selezionati e l'idea di donna che ispirano le loro creazioni:

### - **AKIDA**

Fondato nel 2013 da Carlotta Casoni, è un brand dal tocco modernista che trae ispirazione dai movimenti d'arte contemporanea con accenti industrial rock e metallici. Da sottolineare la ricerca di espressione del tacco scultura. Privilegia l'utilizzo di toni monocromatici. Le sue creazioni soddisfano le esigenze di una donna giovane, dinamica, grintosa. Ma, a nostro parere, ne risulta una femminilità eccessivamente aggressiva.



*WTNWdesigner - Akida*



*WTNWdesigner - Akida*

### - **GASPARD YURKIEVICH**

Il suo brand gioca con i contrasti e combina design rigoroso ed eleganza creando calzature che hanno come target una donna sofisticata e haute couture.

Il suo stile è un mix di tradizione couture e design contemporaneo.



*WTNWdesigner - Gaspard Yurkievich*



*WTNWdesigner - Gaspard Yurkievich*

### **- GIANLUCA SOLDI**

Nelle sue creazioni propone uno stile forte e deciso, per la donna grintosa e sofisticata che ama essere notata; notiamo una femminilità eccessivamente “vistosa” in alcune creazioni nell’utilizzo dei colori e nella struttura della scarpa. Le creazioni sono molto studiate e ne risultano comunque modelli interessanti; anche le infradito rivelano un disegno molto apprezzabile. La palette di colori utilizzata va dal blu navy al fuxia, con ampio utilizzo dei colori primari.



*WTNWdesigner - Gianluca  
Soldi*



*WTNWdesigner - Gianluca  
Soldi*

### **- LOBRA**

La fondatrice e designer Louise Bramstedt per le sue creazioni si ispira alla Dolce Vita mixata con le energie metropolitane di New York. Privilegia colori pastello, talvolta declinati anche in toni più decisi.

Per una dal carattere deciso che ama il lusso. Notiamo uno stile talvolta eccessivamente carico; l'uso di nastri e lacci richiamano un modo moderno di interpretare le classiche stringate; l'uso di figure a cuore che vogliono dare un carattere romantico alla collezione e i

colori pastello di alcune creazioni sembrano adatti al mercato statunitense e meno a quello italiano. Ci meraviglia che la stilista, essendo tra i promotori dell'evento sia entrata nel numero dei designer selezionati.



*WTNWdesigner - Lobra*



*WTNWdesigner - Lobra*

### **- VIOLAVINCA**

Attraverso le sue creazioni celebra l'ideale di femminilità pacata ed eleganza della donna,

senza però dimenticare il comfort nella vestibilità. Fa ampio utilizzo di elementi floreali, metafora di femminilità. E' l'unica firma che non fa uso eccessivo delle zeppe e dei tacchi altissimi. Alcune creazioni sembrano ispirate agli anno 50-60.



*WTNWdesigner - Violavinca*



*WTNWdesigner - Violavinca*