

VOGUE FOR MILANO – IL PALINSESTO DELLE ATTIVITÀ

FASHION CINEMA: La moda e il cinema sono due mondi distinti ma fortemente connessi tra loro. I confini dei due ambiti sono labili, i ruoli intercambiabili e le connessioni multiple. In questo contesto i fashion film rappresentano uno strumento di comunicazione contemporaneo e aspirazionale. Vogue Italia insieme al Fashion Film Festival Milano organizza per il terzo anno consecutivo delle proiezioni cinematografiche – nel cortile del Palazzo Bagatti Valsecchi – nell’area del quadrilatero, offrendo l’opportunità di partecipare alla visione di Short Movies realizzati da tre registi emergenti del Fashion Film Festival Milano per Vogue Italia: Andrea Pecora, Eori Wakakuwa e Papa Omotayo. "Radici" è il tema della terza edizione del progetto "Through my Eyes" che evidenzierà le diverse origini culturali e creerà un percorso narrativo per ricordare da dove veniamo. I fashion film verranno successivamente presentati alla quinta edizione del Fashion Film Festival Milano con ingresso gratuito dal 20 al 25 settembre presso l’Anteo Palazzo del Cinema.

MOSTRA FOTOGRAFICA: La fotografia è l’essenza di Vogue Italia: il magazine da oltre 50 anni registra attraverso le immagini le evoluzioni e le rivoluzioni del costume, facendosi fine interprete della società. Anche per questa edizione, non poteva mancare una mostra dedicata all’arte della fotografia che verrà installata a Palazzo Morando, cuore della manifestazione. L’esposizione, a cura di Alessia Glaviano, senior photo editor di Vogue Italia e L’Uomo Vogue, e Francesca Marani, photo editor di Vogue.it, s’intitola “DREAMLIKE”, e presenta i lavori di quattro autori capaci di trasportare lo spettatore all’interno di un universo onirico, a tratti pittorico o cinematografico. Set costruiti, personaggi surreali, collage di pura fantasia dove i confini tra realtà e finzione diventano labili. Le opere in mostra sono di Guoman Liao (in collaborazione con Chanington), Julia Fullerton-Batten, Richard Tuschman e Uldus Bakhtiozina. Fotografi che fanno parte della community di PhotoVogue, la piattaforma fotografica di Vogue.it che conta oltre 158.000 iscritti provenienti da ogni parte del mondo.

FASHION EXPERIENCES: Le boutique del Quadrilatero si animeranno non soltanto con limited edition e momenti dedicati allo shopping, ma anche grazie ad un palinsesto di appuntamenti esclusivi ed incontri a tema. Dei brand ospiteranno all’interno dei propri negozi vere e proprie experience, a cui il pubblico potrà prendere parte.

LIVE MUSIC PERFORMANCE: Le artiste italiane Annalisa, Marianne Mirage e la star britannica Jess Glynne si esibiranno in una live performance alle 21.45 sulla Terrazza Aperol, in Piazza del Duomo, che celebrerà la centralità della musica come linguaggio artistico. Lo spettacolo sarà anche proiettato su un maxischermo visibile al pubblico presente.

CACCIA AL TESORO: Le vie del centro di Milano si animeranno grazie a uno dei giochi a squadre più famosi al mondo: la Caccia al Tesoro. Sarà possibile seguire le squadre che saranno capitanate da “amici” di Vogue Italia, tramite le piattaforme social e l’account Instagram della testata. Tutti i partecipanti avranno l’opportunità di assistere da una postazione privilegiata alla live performance musicale in Piazza del Duomo.

Inoltre, ad un anno dal party “The New Beginning” per celebrare il nuovo corso di Vogue Italia, le 12 copertine più rappresentative diventeranno delle installazioni in cui scattarsi foto e realizzare Instagram Stories. Saranno scelti i contributi dei 3 utenti ritenuti più creativi e postati con l’hashtag #youinvogue che avranno la possibilità di partecipare a un’experience esclusiva durante la Fashion Week.

Durante tutta la serata nelle edicole di San Babila, Piazzetta di Brera, Via Croce Rossa e Corso Matteotti sarà possibile acquistare la rivista con una shopper disegnata dall’illustratore Andrea Tarella, scelto da Vogue Italia.

PARTNER: Il coinvolgimento, consolidato negli anni, di partner noti a livello internazionale conferma il successo di questa iniziativa voluta da Vogue Italia. Partner dell'edizione 2018 sono: Huawei, SEAT, Amazon Moda.

Huawei in qualità di mobile partner dell’evento, sarà presente con i nuovi smartphone P20 e P20 PRO con cui riprenderà il dietro le quinte della Live Performance prevista in Piazza del Duomo, che verrà poi pubblicato su Vogue.it.

La serata sarà anche l'occasione per raccontare l'iniziativa di Huawei "Design It Possible": una nuova piattaforma per dare spazio alla creatività degli utenti attraverso la condivisione di progetti di design. Huawei, infine, sarà da Banner - Gruppo Biffi Boutiques - in via Sant'Andrea 8/A: la tattoo artist la Bigotta, in occasione della Vogue for Milano 2018, realizzerà una performance di live painting nelle vetrine della celebre boutique progettata dall'architetto Gae Aulenti.

SEAT sarà presente con tre nuove SEAT Arona dalle grafiche selezionate tra quelle inviate da artisti e designer al contest #LivetheCarDrivetheArt, lo scouting creativo in collaborazione con Vogue Italia. Una SEAT Arona sarà esposta a Palazzo Morando, mentre altre due gireranno per le vie di Milano con a bordo due influencers che realizzeranno un reportage live dalle location più cool. Arona, l'ultima nata in casa SEAT, è il crossover dedicato agli amanti delle sfide sempre in movimento, perché combina le caratteristiche di una city car con lo stile e la grinta di un SUV.

Amazon Moda porterà, come iniziativa speciale, la Vogue For Milano in tutta Italia. La redazione di Vogue Italia selezionerà alcuni abiti e accessori delle nuove collezioni A/I 2018-2019 dei brand disponibili su Amazon.it, dando così vita a "Selection by Vogue Italia", che sarà presentata in anteprima durante l'evento in un corner dedicato nelle sale di Palazzo Morando e sarà acquistabile su amazon.it dal 13 settembre.

INIZIATIVE SPECIALI: Parfums Christian Dior, Singapore Airlines e MonteNapoleone14.

Durante Vogue For Milano, nel cortile di Palazzo Bagatti Valsecchi, gli ospiti potranno scoprire Joy by Dior, il nuovo profumo di **Christian Dior**.

Singapore Airlines durante la serata celebrerà il 50esimo anniversario del Sarong Kebaya, celebre uniforme indossata dalle hostess a bordo e disegnata dallo stilista francese Pierre Balmain. In un corner allestito per l'evento verranno infatti esposte le 4 divise più iconiche e rappresentative dello stile senza tempo della compagnia aerea.

MonteNapoleone14 – Bistro e Concept Store è un luogo dove degustare eccellenze e dove moda, jewelry e beauty convivono in piena armonia. Lo spazio sarà uno dei punti nevralgici di Vogue For Milano, dove poter scoprire le esclusive collezioni dei gioielli Fraleoni e dei capi beachwear Linda Raff.

Radio Monte Carlo sarà la radio ufficiale della manifestazione con una colonna sonora raffinata e internazionale curata dai migliori sound design italiani.

Veuve Clicquot con Yellow Label, l'etichetta gialla simbolo della Maison, sarà la bollicina ufficiale di Vogue for Milano.