

WEAR SELECT LONDON

UNA NOVITÀ NEL MONDO DELLE FIERE

Emily Norval

A LONDRA VA IN SCENA LA PRIMA EDIZIONE DI **WEAR SELECT**,
IL L'ORGANIZZATRICE SHAMIN VOGEL DELLA FIERA CI RACCONTA I DETTAGLI.



Com'è nata l'idea di WeAr Select?

WeAr Select nasce per rivoluzionare il modo in cui i marchi sono collegati con i buyer. Molti compratori sembrano trovare difficoltà nel farsi strada attraverso migliaia di marchi che presentano centinaia di pezzi, soprattutto alle fiere nazionali. WeAr Select coinvolge una quantità giusta di marchi interessanti, esortandoli a mostrare un massimo di 35 pezzi ciascuno. In questo modo, gli acquirenti possono capire il DNA del marchio in un secondo e facilmente trovare ciò che stanno cercando. Inoltre, per avere successo, ogni brand deve raggiungere i buyer in ogni parte del mondo. WeAr Select aiuta i brand in questo senso, essendo una destinazione in cui le persone possono toccare i pezzi e, inoltre, grazie alla nostra collaborazione con **WeAr Global Magazine**, la fiera è anche trasportata in versione digitale e su stampa davanti agli occhi dei buyer, a livello globale.

Perché ha scelto Londra?

Londra è la città più internazionale d'Europa e allo stesso tempo un hub per la creatività. E' facile da raggiungere per i visitatori europei e internazionali grazie ai suoi ottimi collegamenti.

C'è spazio nel mercato per un'altra fiera?

Non solo c'è posto, ma c'è anche un vero e proprio bisogno di un nuovo concept totalmente innovativo a livello globale – WeAr Select.

Qual è stata la risposta da parte dell'industria?

Siamo in una posizione fortunata, poichè insieme a noi ci sono molti visionari che sentono la necessità di nuovi percorsi per innovare l'industria della moda.

WeAr Select è in calendario molto presto, soprattutto per l'abbigliamento femminile. Ci sono stati dubbi su come modificare il tradizionale calendario della moda in questo modo?

E' assolutamente indispensabile che i buyer riescano ad informarsi in anticipo su ciò che offre il mercato. A WeAr Select i brand presentano il loro DNA, e non solo una collezione specifica. Il buyer è un professionista della moda e, pertanto, è in grado di capire il DNA di un marchio e se è interessato a quest'ultimo, a prescindere dalla nuova collezione.

Nella sua esperienza decennale presso WeAr Magazine ha visto alcuni importanti cambiamenti del settore. Prevede che il prossimo decennio sarà positivo?

Absolutamente. Ci sono sempre delle opportunità per i più audaci con un progetto, soprattutto ora.

Che cosa l'ha sorpresa in particolar modo?

Siamo sorpresi dal fatto che molti brand cercano di risolvere i problemi senza fare nulla. La differenza tra gli imprenditori seri e professionisti e i dilettanti che avranno momenti difficili in futuro è ben visibile.

Infine, si può dare ai buyer dei consigli per la fiera?

Prima di tutto: godetevi la fiera e Londra! Inoltre, ogni marchio selezionato ha una propria rilevanza. Chiediamo con insistenza ai brand di mostrare solo i capi iconici, il mio suggerimento è quello di prendere un po' di tempo necessario per dare uno sguardo più da vicino ad ogni marchio, ne vale la pena. Durante il periodo della fiera c'è anche London Collection Men. Il vostro badge di WeAr Select vi permetterà di visitare le showroom come buyer – date un'occhiata mentre siete a Londra.