

First-Alternative, il nuovo format per la moda italiana

Si è svolta dal 12 al 14 gennaio 2007, nel Quartiere Fieristico di Rimini, la prima edizione di First-Alternative, il salone palcoscenico delle nuove tendenze del mercato moda e del made in Italy uomo-donna. Laboratorio di idee dinamico e attento alle avanguardie, Rimini Fiera ha dato così spazio a un'iniziativa – che avrà cadenza semestrale – creata per esplorare tutti gli universi fashion italiani: una preview a 360 gradi delle collezioni autunno/inverno 2007-2008 e flash sulla primavera/estate 2007. Una scelta mirata, quella di Rimini, città aperta e trasversale, giovane e viva. L'appuntamento di First-Alternative era riservato alle aziende italiane di tendenza del settore moda e accessori, sia del dettaglio sia della grande distribuzione moderna: un evento per chi è alla ricerca di altre prospettive. Molto attesi erano, naturalmente, i buyer nazionali e internazionali, attratti dalla qualità e dalla tradizione, dalla fantasia e dalla versatilità nell'uso dei materiali, dalla credibilità imprenditoriale della produzione italiana.

La struttura del salone

First-Alternative non si è proposto solo come una vetrina di nomi e marchi, specialistica di un settore moda, ma anche un'anticipazione e un'emancipazione di tutte le tendenze, un la-

boratorio in ascolto, un orientamento poliedrico che i luoghi stessi della moda mettono in atto. First e Alternative, il formale abbigliamento di città e quello giovane, casual e del tempo libero, sono infatti la doppia anima, i linguaggi espressivi del dialogo moda contemporaneo.

Dal punto di vista della struttura, il salone era suddiviso in due aree. *First* era un insieme di villaggi tematici, una selezione di proposte moda, tagli oper (*Soft Size*),

universi uomo (*City*), accessori e complementi (*Beautycase*), pronto moda (*Mood*) e l'area *Cult* del puro made in Italy certificato. *Alternative* rappresentava l'avanguardia (*High Tech*), la moda giovane, le idee unisex più cool dell'urban-wear (*Free Spirit*) e del casual (*Smart*), streetwear e jeanseria di alta gamma (*Performance*). Durante il salone, c'è stato spazio per un itinerario "inside the show" con sfilate, set fotografico, area sintesi di orientamento



**first
a
lter
n
ative**

per i buyer, interviste, workshop monografici happy hours, e per un programma "outside the show" con happy hours, concorsi, iniziative culturali, convenzioni con locali di tendenza, in una Rimini che coniuga business e svago.

Va sottolineato, infine, che la manifestazione, vetrina della pmi italiana, vantava il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico, a sostegno delle conoscenze fieristiche maturate da Rimini Fiera,

che per la prima volta si confrontava con il settore della moda.



Rimini Fiera spa
Via Emilia, 55 – 47900 Rimini
Tel. 0541.744111 – Fax 0541.744200
www.riminifiera.it