



VESPA E SEAN WOTHERSPOON INSIEME A LOS ANGELES FIRMANO UNA PARTNERSHIP TRA UNO DEI GIOVANI DESIGNER PIÙ CREATIVI ED INFLUENTI ED IL BRAND SIMBOLO DELLO STILE SU DUE RUOTE

UNA CAPSULE COLLECTION ED UNA EDIZIONE LIMITATA DI VESPA SUL MERCATO PER LA PRIMAVERA/ESTATE 2020, CHE SARANNO PRESENTATE A NOVEMBRE 2019 IN CONTEMPORANEA A EICMA

MICHELE COLANINNO: “E’ LA PRIMA DI UNA SERIE DI COLLABORAZIONI CHE PORTERANNO I NOSTRI BRAND SEMPRE PIU’ VICINI AL MONDO DEL DESIGN, DELLA MODA E DELLE TENDENZE CHE NASCONO OLTRE OCEANO”

Los Angeles (USA), 06 settembre 2019 – Sean Wotherspoon e Vespa firmano un accordo per creare insieme uno stile nuovo, coraggioso, irriverente e divertente, per le giovani tribù urbane e non solo.

Il Gruppo Piaggio da tempo studia e segue attentamente le nuove tendenze che esprimono i veloci cambiamenti dei gusti e delle esperienze giovanili. Lo fa con un occhio speciale agli Stati Uniti, luogo dove queste mode nascono e si propagano al resto del mondo. Qui, e più precisamente in California, ha trovato il partner giusto per condividere idee innovative e realizzarle.

Sean Wotherspoon è uno degli astri nascenti della moda giovane negli stati uniti. E’ energia pura, un inarrestabile curioso, anticipatore, sperimentatore, fanatico della cultura street e di tutto ciò che può fondere al suo interno strada, moda e colori.

Instagram è il mondo dove comunica, il luogo dove condivide tutto e il suo quasi milione di follower lo adora. Wotherspoon, come fatto anche con le **Nike Air Max 97 che lo hanno reso famoso, gioca con i colori, mescolandoli fra di loro, utilizzando materiali innovativi e a volte improbabili assieme ai tessuti più disparati.**

Promuovere questa cultura del colore è oggi la mission di Sean Wotherspoon e l’incontro con Vespa è parsa la cosa più naturale al mondo. L’idea che fin dall’inizio ha affascinato lo stilista parte da un’anima “vintage” perfettamente rivisitata in chiave contemporanea, così come il DNA del brand Vespa impone. L’obiettivo? Creare attorno al brand una community di giovani che vogliono divertirsi non solo giocando con la moda, ma anche, e soprattutto, muovendosi per le strade, colorandole con stile e gioia allo stesso tempo. Nessun brand al di fuori di Vespa poteva interpretare meglio ed in modo più coerente questa sfida.

Così Sean definirà i canoni estetici di una edizione speciale e limitata di Vespa Primavera e di un casco dedicato e disegnerà una esclusiva capsule collection di streetwear.

I primi risultati di questo processo creativo verranno presentati a EICMA 2019, a novembre a Milano e si attendono i prodotti sul mercato a primavera 2020. E l’attesa sta già animando gli appassionati di Vespa e gli estimatori di Sean Wotherspoon.

Sean Wotherspoon non ha nascosto la sua felicità per l’inizio di questa partnership: “Se penso alla storia incredibile e alla tradizione unica di Vespa e Piaggio non posso che essere davvero eccitato di iniziare questa prima collaborazione con questi brand.

Non vedo l’ora di tuffarmi nel mondo di Vespa per ricreare quella tradizione e re immaginarla attraverso la mia visione, per renderla universale. Sarà fantastico, seguitemi e lo scopirete presto”.

“Siamo contentissimi di dare il via alla collaborazione con Sean – ha commentato Michele Colaninno - uno dei designer più talentuosi e creativi negli Stati Uniti. C’è stato subito un grande feeling e non ci sono dubbi,



ne uscirà qualcosa di spettacolare. E non poteva che succedere qui, in California, dove nascono le nuove tendenze che influenzano gli stili di vita di tutto il mondo. Questo è solo l'inizio di una serie di collaborazioni che nel prossimo futuro porteranno Vespa e gli altri nostri fantastici marchi come Moto Guzzi e Aprilia, a essere sempre più presenti nel mondo del design e della moda a cui naturalmente appartengono".

Sean Wotherspoon

È il 2013 quando Sean, con due amici, apre a Richmond in Virginia *Round Two*, uno store destinato a diventare un mito in pochi mesi. Ora i Round Two stores sono presenti nelle principali città degli Stati Uniti. La passione per le sneakers e lo sportwear dei decenni scorsi, l'amore per la creatività e il colore che caratterizzarono gli '80 e i '90 e poi una verve creativa rivoluzionaria e incontenibile sono alla base di un successo planetario che ha portato Sean a collaborare prima con Nike e poi con grandi nomi come Disney, Prince, Lacoste e Galleries Lafayette.

Vespa

È il 1946 quando Vespa esordisce sulle strade di una Europa tanto disastata dal recente conflitto quanto ricca di fermenti di rinascita e di creatività. Dopo settantatré anni di storia e oltre diciotto milioni di esemplari, Vespa è un riferimento globale di stile, eleganza e tecnologia. Un brand conosciuto e amato in tutto il mondo che, con oltre un milione e mezzo di mezzi prodotti nell'ultimo decennio, sta vivendo uno dei periodi più felici e vivi della sua avventura.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Corporate Gruppo Piaggio

Resp. Diego Rancati
Via Broletto, 13 - 20121 Milano
+39 02.319612.19/.67
diego.rancati@piaggio.com
giulia.amendola@piaggio.com

Investor Relations Gruppo Piaggio

Viale Rinaldo Piaggio, 25
56025 Pontedera (PI)
+39 0587.272286
investorrelations@piaggio.com
piaggiogroup.com

Ufficio Stampa Prodotto Gruppo Piaggio

Resp. Paolo Pezzini
Via Broletto, 13 - 20121 Milano
+39 02.319612.18
paolo.pezzini@piaggio.com
press@piaggio.com

Image Building

Via Privata Maria Teresa, 11 - 20123 Milano
+39 02 89011300 - piaggio@imagebuilding.it