

YOUNG | DESIGNERS

CANCELLATO

Designer Diletta Cancellato

www.dilettacancellato.com

After graduating from the Milan Polytechnic University, Diletta Cancellato went on to obtain a Master's at the Parsons School of New York, tirelessly researching and experimenting with the versatility of knitwear. She silently travelled past milestone upon milestone, earning the respect of professionals and public alike, before reaching the finals of the competition Who Is On Next? 2018, of Altaroma. Cancellato, her very own knitwear brand, was launched with the Autumn-Winter 2018/2019 collection. It was snapped up by selected international boutiques like H.Lorenzo in Los Angeles, Opening Ceremony in Tokyo, Totokaelo in New York and Joyce in Hong Kong.

Prima la laurea al Politecnico di Milano, poi il Master alla Parsons School di New York. In mezzo tanto studio e sperimentazione intorno alla versatilità della maglieria. Nella sua attività di designer, Diletta Cancellato ha collezionato un traguardo dopo l'altro, conquistandosi il rispetto degli addetti ai lavori oltre quello del pubblico, come dimostra la finale ottenuta al concorso Who Is On Next? 2018 di Altaroma. Lanciato con l'autunno-inverno 2018/2019 il suo brand, chiamato Cancellato, viene acquistato subito da selezionate boutique internazionali tra cui H.Lorenzo a Los Angeles, Opening Ceremony a Tokyo, Totokaelo a New York e Joyce a Hong Kong.



brand emergenti



Sul filo di **LANA**



Cancellato

La giovane designer Diletta Cancellato ha creato il suo brand oltreoceano quattro anni fa, ha presentato la sua collezione d'esordio alla New York fashion week e lanciato il marchio a Milano nel 2017. Selezionate boutique di Tokyo, Hong Kong e Stati Uniti apprezzano già le sue creazioni. Di recente, ha partecipato a Showcase, progetto dedicato ai marchi emergenti ideato e realizzato da Altaroma in collaborazione con Ice Agenzia. Oggi, le nuove proposte vengono presentate all'interno di uno showroom parigino. "Cancellato è uno spazio dove artigianato e tecnologia imparano l'uno dall'altro, e la conoscenza del polpastrello collabora con la programmazione digitale per trasformare la tradizione in innovazione", afferma la designer riferendosi ai capi in maglia che mixano l'eleganza della haute couture alla freschezza del prêt-à-porter. Volumi vaporosi, nuance polverose e forme avvolgenti evidenziano una sperimentazione stilistica inconsueta nella maglieria. Nella collezione A/I 2019 la lana merino, talvolta unita al nylon, riesce a creare un delicato effetto spugnoso tridimensionale. Le silhouette aderiscono al corpo o, complici strategici spazi vuoti, ne prendono le distanze mantenendo sempre un'inedita armonia.

VOGUE ITALIA

DI FEDERICO POLETTI, FILIPPO SOLINAS

13 MARZO 2019

VOGUE

EDIZIONE **ITALIA** ▾

FASHION BEAUTY NEWS FASHION SHOWS TALENTS PHOTOGRAPHY

ABBONAMENTI



MFW

Maglieria: 5 talenti da seguire

DI FEDERICO POLETTI, FILIPPO SOLINAS

13 MARZO 2019

Alla settimana della moda di Milano, abbiamo selezionati cinque brand di maglieria di cui sentiremo parlare



In occasione della settimana della moda di Milano, tra saloni come WHITE Milano e le numerose presentazioni, abbiamo selezionato 5 brand specializzati in maglieria, nomi da seguire che stanno crescendo di stagione in stagione. Tutte realtà accomunate da una visione comune: l'equilibrio tra creatività e tradizione riletta attraverso l'innovazione tecnica, una componente imprescindibile per chi sviluppa collezione in maglia.

Cancellato



Made In Italy, grande creatività, sperimentazione tecnologica e artigianato, sono questi i segreti di Diletta Cancellato, direttore creativa del brand che porta il suo nome. La collezione autunno inverno 2019 2020 prende ispirazione dal concetto di sinestesia dei sensi. Lo spunto parte dal musicista Liszt che percepiva i colori laddove c'erano solo toni; analogamente Diletta Cancellato parte da questo particolare spaccato del musicista ungherese e si pone l'obiettivo di trasferirlo nelle sue creazioni. Nella maglieria dal sapore couture del brand il capo non è concepito solo per apparire ma anche per sentire; il tatto prende così il sopravvento grazie ai punti, i materiali, le forme, i volumi e la lana merino, principale fibra utilizzata nella collezione che si presenta in molteplici forme, da fine o mista a nylon sottile per creare un delicato effetto spugnoso 3D, o sotto forma di bouclé riccio utilizzato come dettaglio unico o come imbottitura. Le forme diventano delle vere e proprie realtà scultoree declinate nelle rilassanti tonalità neutre che oscillano tra bianco e nero: un viaggio all'interno dei sensi che si allontana dalla provocazione per lasciar spazio all'immaginazione tattile e sperimentazione tecnico-artistica.



LE VERE NOVITÀ DELLE COLLEZIONI MODA AUTUNNO INVERNO 2019 2020 LE ABBIAMO SCOVATE AL WHITE MILANO

Tra nuovi talenti del knitwear e brand super cult, ecco cosa e chi tenere d'occhio per la prossima stagione



La maglieria iperfemminile e arty di Cancellato

MARTA BEVACQUA - CANCELLATO

Infine nota di merito (e di bellezza) va al progetto di **OneOnOne**, brand greco che realizza **maglioni one-of-a-kind** e allo stesso tempo lavora sul recupero di punti e lavorazioni tradizionali, portando avanti tramite un lavoro tutto al femminile e tutto rigorosamente a mano.

L'OFFICIEL

FASHION WEEK

White Milano: tappa obbligatoria della Milano Fashion Week

Knit Lab, Lounge | Sphere e un percorso totalmente dedicato agli accessori: tutte le novità che troveremo a questa edizione di White Milano

22.02.2019
by L'Officiel Italia

White Milano ricopre un ruolo fondamentale nell'ambito del fashion system e si riconferma come uno degli eventi più attesi dagli addetti del settore durante la **settimana della moda**.

Dal 22 al 25 febbraio, presso il **Tortona Fashion District**, White Milano inaugura le nuove aree **Knit Lab** e **Lounge| Sphere**.

La prima, dedicata interamente alla maglieria, raccoglie una selezione dei brand più originali ed innovativi del mercato, dando spazio a designer di talento che sperimentano la propria idea creativa di knitwear.

Ritroviamo brand per i quali l'eco-sostenibilità costituisce un elemento fondamentale, come Maevy Concept e Vito 1925; altri mettono al centro del proprio processo creativo la sperimentazione di forme e colori, come Mario Caruana, I-Am-Chen e Cancellato; altri ancora si contraddistinguono per una classicità rivista in chiave personale e contemporanea, come Karin Ricke e Notshy.

All'interno di **Knit Lab** regna indiscussa la qualità, sia dei materiali sia delle lavorazioni, che contraddistingue tutti i brand presenti nello spazio espositivo di Superstudio Più.

A tal proposito vanno citati Duvet e Kash, entrambi marchi di maglieria high level e specializzati nel cashmere. Il primo, ideato da Giovanni Canessa, deve il proprio nome alla sottile peluria della capra tibetana, da cui si ricava il pregiato filato; il secondo, che sfrutta l'eccellenza di alpache e lane finissime, celebra la bellezza e l'armonia giocando con i volumi di capi oversize e soffici.

A completare il cerchio Elevenbar rende i propri capi simili a delle opere d'arte, utilizzando i colori come fa un'artista con la propria tavolozza e mantenendo i livelli sempre altissimi grazie all'esperienza del "fatto a mano".

Destinata a chi non rinuncia a qualità ed eleganza nemmeno tra le mura di casa, la nuova area **Lounge | Sphere** è completamente dedicata all'homewear. Insieme alla lingerie, rappresentata da brand quali Fantabody, Carami, La Nouvelle e Marieyat,



Reading time 3
minutes



Reading time 3
minutes



TALENTS

Best of Showcase Autunno Inverno 2019- 20

DI ALBERTO CALABRESE

7 FEBBRAIO 2019

Il progetto di Altaroma per valorizzare i talenti



Cancellato, brand di Diletta Cancellato, si concentra sulla maglieria. I volumi sono scultorei grazie a uno studio architettonico, che però non intacca la morbidezza. I cardigan e gli abiti hanno voluminose maniche che li rendono strutturati e creano teatrali spazi vuoti. La designer si è dedicata anche all'innovazione, attraverso maglie double face e un imbottito di bouclé.



Cancellato

© PH.Paolo Lanzi

[FASHION](http://www.krowdmagazine.com/category/fashion/) ([HTTP://WWW.KROWDMAGAZINE.COM/CATEGORY/FASHION/](http://www.krowdmagazine.com/category/fashion/))

Cancellato

JANUARY 12, 2018 by [KIP GILBERT](http://www.krowdmagazine.com/author/kip/) ([HTTP://WWW.KROWDMAGAZINE.COM/AUTHOR/KIP/](http://www.krowdmagazine.com/author/kip/))



Acceptance, technological research and sustainability- key factors within the core of Cancellato.

With the release of their collection #BLACKandWHITE designer Diletta Cancellato presented the world with individuality within the designs through the means of 'promoting human values and visual beauty'. The concepts behind the collection come from the strive for ingenuity and forward thinking within the designs. In the press release for the collection, Cancellato stated that the goal of the collection was 'Cancellato fuses current styles and concepts to break down the walls and forge a fresh brand of expressionism'.

For the collection itself, Cancellato decided to take a different approach in the creation of its knitwear design, promoting a unique and minimalistic approach to the garments. Large light and neutral coloured sweaters

accompanied by dark brown and black skirts and pants alongside flashes of rose pink here and there truly made this collection stand out. The designs presented a relaxed mood in the collection, almost blissful. The garments provide a highly unique take on knitwear because they allow the wearer to promote personal individuality with the creative artisanship yet simultaneously remain neutral and of a minimalist style.

Diletta Cancellato brought forward an outstandingly refreshing take on individuality in the fashion world. As we live undoubtedly in times of uncertainty and walled mentalities, it is inspiring to see designers working so hard to build bridges in society and allow expressionism through the median of fashion.



SAVE THE NAME



Un brand di knitwear nato all'insegna dell'innovazione tecnica, la ricerca e il pensiero critico

Alcune proposte di #Black&White, prima collezione di Cancellato.



CANCELLATO THE BEAUTY OF DIVERSITY

Il knitwear di **Cancellato** è frutto della collaborazione tra la giovane stilista italiana Diletta Cancellato, direttrice creativa del brand, e la francese Amandine Taylor, responsabile del marketing. La ricerca e l'innovazione si trovano nel DNA di questa label, coniugate con un approccio organico alla produzione, molto attento alla sostenibilità. Tutto parte dal filato e dai punti, esaltati da lavorazioni particolari e dall'impiego di tecniche inedite, per arrivare a una maglieria originale, protagonista, destinata a non passare inosservata. Cancellato ha presentato la sua prima collezione, battezzata #Black&White, durante la Fashion Week milanese. Qui la stilista esplora il tema della natura e della biodiversità, in una palette cromatica dominata dalle tonalità del nude, dai marroni profondi e dai rosa tenui. I capi sono nati con l'obiettivo di esaltare le

che contrastano con capi più leggeri e discreti realizzati con filati di mohair e viscosa, in un'alternanza armonica di peso e leggerezza. Pieghie, drappaggi e sovrapposizioni esibiscono delicati pattern a righe, che giocano con la natura del materiale stesso per creare superfici dalle texture interessanti. La maglieria si anima con dettagli dall'allure contemporanea, uniti a una vestibilità rilassata e ricca di fascino. Il risultato è caldo e avvolgente, per look che sembrano abbracciare il corpo in maniera spontanea, elegante, ma senza sforzo. I capi della collezione possiedono un'inegabile allure femminile, ma non sono stati sviluppati pensando in un genere specifico. Il focus resta sulla bellezza visiva, l'originalità e l'innovazione tecnica. Tutti i pezzi della collezione sono interamente made in Italy.



REFORMING FASHION: NOT ALL
BLACK AND WHITE - AN INTERVIEW
WITH DESIGNER DILETTA
CANCELLATO

From founder Diletta Cancellato comes Cancellato, a brand committed to learn from the good and bad of our present, in order to design for a better future. With a strongly affirmed embrace of sustainability, the brand proposes a “reinvention of expressionism” in their debut collection, #BLACKandWHITE, equally driven by a firm concept and by an organic engagement and somatic experiences of the human body.

The collection is not, as the title might indicate, all black and white. Earthly tones and, at times, ambiguous shapes, cover and uncover the body, in a search for harmony between body and garment – a commentary on the current state of fashion industries, where designers and consumers alike fall prey to a type of blind consumerism, in which the garment, the environment, and very often the human body are being abused.

We spoke with designer Diletta Cancellato, to find out more about the direction of the brand, the vision for this collection, and the role of fashion design in reinventing and reimagining a more sustainable world.

Elena Stanciu: Tell me a bit about your creative ethos and what role does this new collection play in it?

Diletta Cancellato: Creativity to me is about having something to say and finding the best way to communicate it through a physical object, which is not enough by itself, but which has to be produced and used. I usually search for a certain tactile feeling, which, when touched with eyes closed, it gives you something. In this collection I was particularly trying to find that tactile feeling of the body when it is manipulated, squeezed, and twisted, but also certain skin textures and feelings, such as goose bumps. The garments are a part of this process of research, not the arrival point, because there is no limit, but a step forward.

E.S: Expressionism as a movement opposes affect to objective reality – is this something you explore with this collection? What can you tell me about the balance between subjectivity and emotion on the one hand, and objectivity, realism and functionality, on the other, relative to your inspiration and creative expression?

D.C: That is the real challenge: to be able to push a concept, an atmosphere, and a personal emotion without getting lost into it, while making garments that can also stand by themselves. I think it is crucial to find an overall balance. Expressionism and functionality in fashion design are equally important and they shouldn't just proceed independently, in parallel. It is an organic process in which they must challenge and enrich one another, without one prevailing. A dualistic approach that starts all the way from the inspiration.

E.S: You mark this collection as an exercise of “reinvention” – what drove you to this approach to design? Do you find that innovation is something that the fashion world lacks today? Could it be done better/more?

D.C: Reinvention, evolution, questioning oneself and what has been done to find new and better solutions should be the driving force of fashion.

However, the fashion industry is a very contradictory space. It has so much potential that it could be, and it was supposed to be, one of the most advanced and innovative industries of all, but instead it is very reluctant to change. There are techniques that are used today almost as they were thousands of years ago and so many new ones being developed, of which no one takes advantage.

The run for chasing seasons, which in a globalised, online, and globetrotter world don't make sense anymore, and the demand to always produce something new has led to a situation in which nothing really new is made: mostly a lot of repetitions and self-copies. Something is happening, finally, from a structural point of view, especially in regard of sustainability, human rights, and animal welfare, which is amazing, but not enough, still. On our side, we are now just at the starting point, but I feel this subject as an entrepreneurial as well as personal mission.

E.S: What role does technological research play for you?

D.C: Technological research is one of the core values of the brand. I have recently attended a talk in Milan of Annie Warburton (UK Crafts Council Creative Director) on "the new making" through Technological Craft as the real tool for innovation and it has been extremely inspiring. Even though knitwear is still highly linked to artisanal hand-made processes, it is also the field in which the most advanced machines are developed. What can be done with them is extraordinary and I want to explore it as much as possible to reach their full potential. I strongly believe that the union between technological opportunities and the knowledge of the hands can produce amazing results.

E.S: I can see you are very inclined towards activism and social responsibility – how do you integrate sustainability in your design work, execution, and market distribution of your creations?

D.C: Sustainability to me is more of a driver than a final goal. It is too often related only to the final product, while to me it has to be developed on different levels and integrated from day one of the design process. Not wasting paper or energy every day is as important to me as choosing the right materials for the final product. The collection is designed to be all fully-fashioned knitwear, which means there is no waste of materials from cutting, as well as being made to last. To sensitise the final costumers to a long-term attitude, all of the garments will carry with their labels the yarns they are made of, in order to encourage fixing instead of just throwing away. For the launch of the collection we presented a collaboration with Wolford, who sent us a huge amount of nude colours "pre-consumption waste" tights, which I used to create two unique handmade garments: a coat and a pair of pants, which, other than representing conceptually the archetype of the diversity of the human body (another subject very important to us), they were aimed at drawing attention to a culture of re-use – your waste, my treasure.

E.S: Knitwear presupposes both organic elements, very close to nature, as well as technical, mechanic ones – can you speak a bit about your own "twist on knitwear"?

D.C: I don't see knitwear as sweaters. I see knitwear as the most futuristic technique in terms of possibilities, not only in fashion but in so many different fields, from science, to construction and engineering, thanks to the structures and properties it allows, its versatility and the sustainable quality of fully-fashioning. The difference to me lies in the approach. That is why I use only knitwear to build a collection, I don't feel the necessity of using fabric because I can create any textile I want through knitwear and the possibilities are endless. If most people look at knitwear as sweaters, I look at it as an opportunity.

E.S: The body as a point of inspiration is central to this collection – if we define the body as "situation" rather than "object" (via Simone de Beauvoir), what "situations" would you say moved/inspired you most in developing these pieces?

D.C: I've always been attracted by the natural body in its everyday intimacy, that situation of being with yourself, and those little moments of accidental poetry that usually lie there, unrecognised. Recently I started to question the meaning of the body in our contemporary social media driven society. The continuous flow of voyeurism and exhibitionism from one screen to another has brought to a new exploration of the self, a new liberation of the naked body and together with it a new form of "social standards of decency," (e.g. the Instagram control over women's nipples) which develops into personal censorship in order to be accepted. In this collection, there are no judgments, it's just my response to a cultural phenomenon of which I am fully part of.

E.S: What should we expect from Cancellato in the future?

D.C: Lots of knitwear.

Words: Elena Stanciu