MI Milano prêt-à-porter 25-28 settembre

Dolomite vince l'European Outdoor Award

Brooksfield veste i Balzi Rossi

Dsquared² apre il suo primo flagshipstore a Singapore

Da Milanovendemoda, nel '69 ad opera di sei agenti di commercio, a Modit nel 1979 quando Beppe Modenese ha raggruppato quaranta griffe; a settembre 2009 con MI Milano prêt-à-porter, Milano in accinge a vivere una nuova stagione come portavoce del prêt-à-porter in alternativa al mondo delle sfilate .

MI Milano prêt-à-porter 25-28 settembre

MI Milano prêt-à-porter è un nuovo format espositivo che supera le consuete barriere merceologiche, per offrire ai buyers una visione a tutto campo. *"Stiamo lavorando in un'ottica di sistema che mira a riportare l'attenzione su Milano con il meglio delle creazioni moda proposte in un format espositivo studiato e raffinato"*, ha dichiarato l'Amministratore Delegato di Fiera Milano Expocts Corrado Peraboni, *"al cui interno troveranno spazio le aziende che rendono il made in Italy vincente"*

Concept della manifestazione

“In questo momento un nuovo salone a Milano dedicato al prêt à porter è molto importante, perché contribuisce a consolidare Milano come piazza di riferimento nel sistema moda internazionale”, chiarisce Beppe Angiolini, Presidente della Camera Buyer di Moda “*Unire le forze di tutti per sostenerlo, rafforzarlo e ampliarlo in futuro è fondamentale per il nostro sistema moda”.*

150 aziende presenti al Portello di fieramilanocity per rispondere a ciò che il mercato ora richiede: qualità, estetica, come è tipico dell’Italian way of life, ma altresì velocità, controllo della supply chain, massimo servizio al retail.

Una manifestazione che raggruppa intorno a sé le eccellenze del Made in Italy, arte, design e food, e che si apre alla città pur essendo dedicata agli addetti ai lavori. Infatti il pubblico avrà accesso a solo una parte dell’esposizione. Un segnale di apertura alla città, per aprire ai cittadini il sipario su un settore spesso ritenuto autoreferenziale.

Dolomite vince l’European Outdoor Award

Cougar la scarpa vincitrice

Un prestigioso riconoscimento al *Made in Italy* dello sport arriva dal cuore dell’Europa, dove si è appena conclusa la più importante manifestazione fieristica per gli outdoor sports: l’*Outdoor Show* di Friederichshafen, vetrina delle novità più importanti di uno dei settori sportivi in continua crescita anche in questi tempi di crisi.

L’International Forum Design ha attribuito a **Dolomite** l**‘European Outdoor Award** per la sua scarpa **Cougar HP, presentata in anteprima proprio a Friederichshafen**.

La Giuria, composta da esperti di design di livello internazionale, ha decretato la scarpa Dolomite come **miglior prodotto dell'anno per design ed innovazione tecnica.**

Al concorso hanno partecipato 242 aziende provenienti da 18 paesi diversi.

Dolomite, storico marchio del montebellunese (è stato fondato nel 1897, ed è il marchio più antico del settore attualmente in attività) aggiunge così un altro riconoscimento al ricco *palmares* di successi che hanno caratterizzato la sua storia, tra cui spicca la storica impresa della conquista del K2 nel 1954, ai piedi dei membri della spedizione di Compagnoni e Lacedelli.

"*Siamo orgogliosi di questo riconoscimento, che premia l'impegno di un team giovane ed appassionato. E' anche la conferma che lo sport-system italiano, quando investe in ricerca, design ed innovazione, ha le risorse per imporsi su tutti i mercati, anche in tempi complessi e difficili come quello che stiamo attraversando. La nostra volontà di investire nello sviluppo dei nostri marchi nel mercato outdoor esce ulteriormente rafforzato da questa vittoria.*" – dice Giancarlo Zanatta, Presidente del Gruppo Tecnica, al quale appartiene il marchio Dolomite.

Brooksfield veste i Balzi Rossi

Il brand torinese del Germano Reale investe in una operazione strategica di "marketing" stagionale" legando il suo nome alla rinomata spiaggia dei Balzi Rossi.

I balzi Rossi

Il tramonto e l'incantevole panorama della location saranno cornice ideale per la sfilata di

presentazione della collezione estiva 2010, in anteprima assoluta e aperta al pubblico.

L'incantevole cornice de i Balzi Rossi una piccola insenatura di rara bellezza, oggi ritrovo di artisti, scrittori e punto di riferimento di personaggi famosi, è stata scelta da **Brooksfield** per un'operazione estiva di marketing strategico.

Brooksfield veste, per tutta la stagione, i membri dello staff, personalizza le attrezzature creando inoltre un *beach corner* in esclusiva, dove è possibile acquistare i capi della collezione estiva.

A cornice dell'operazione un esclusivo evento previsto per il 24 luglio. La suggestione del tramonto dei Balzi Rossi sarà la passerella naturale per la sfilata, in anteprima assoluta, della collezione Brooksfield per la prossima estate 2010.

Dsquared² apre il suo primo flagshipstore a Singapore

Ambientazione canadase a Singapore

Dopo le recenti aperture di boutique monomarca a Milano, Capri, Kiev, Istanbul, Hong Kong, Dubai e Cannes, Dsquared² apre oggi la sua prima boutique a Singapore, in partnership con il prestigioso gruppo retail Kwang Sia Fashion.

La boutique di circa 170 metri quadri, è situata nel cuore del più importante quartiere dello shopping cittadino, all'interno del nuovo centro commerciale, ION Orchard, che riunisce i maggiori marchi internazionali e garantisce un'esperienza unica di acquisto.

Strategicamente posta al primo piano, la nuova boutique, fin dalla sensazionale facciata,

esplicita e chiarisce la filosofia che è alla base del marchio: elementi in legno grezzo rappresentano un sicuro rimando estetico e mettono l'accento sul profondo affetto che i due designer, Dean e Dan Caten, hanno per il Canada, la loro patria.

La boutique di Singapore riflette fedelmente il profondo amore che gli stilisti provano per il Canada, loro terra d'origine, e punta sulla rappresentazione del lifestyle Dsquared^2. Secondo il pensiero di Dean & Dan Caten: *"A taste of home, where Canadian woods meet design"*; ed è così che l'intero spazio evoca le foreste canadesi, intatto rifugio di Madre Natura, grazie a tronchi d'albero secolari, foglie d'acero, corna d'alce e un caminetto sempre acceso. Un'esperienza sensoriale a contatto con la natura, arricchita da elementi e forme di moderno design che danno l'opportunità al visitatore di vivere interamente il gusto innovativo di Dsquared^2.