



The Brandery

The Brandery

**Giambattista Valli Paris sigla un accordo di esclusiva con
Mariella Burani**

I-Place | La qualita' del saper fare

The Brandery

Si conclude oggi la nuova fiera dedicata alla moda contemporanea che si è tenuta negli spazi di Montjuïc Fira Barcelona (dal 7 luglio al 9 luglio 2009). Non solo kermesse: ma dibattiti, conferenze, mostre ed eventi che hanno coinvolta tutta la città di Barcellona, con l'obiettivo di far diventare questo salone un punto di riferimento in Europa per il settore. Sono in totale 110 i marchi che hanno partecipato all'evento sostenuto dal Comune di Barcellona e dall'industria di settore: tra i grandi nomi Custo Barcelona, Pepe Jeans, Armand Basi, Desigual, Sita Murt, American Vintage, Lacoste, New Balance, Reebok, La Martina e Cruyff Classic, per citarne solo alcuni.

The Brandery si basa sul marchio moda come protagonista. L'esposizione si definisce anche come "post fashion circus", inteso come nuovo scenario non basato esclusivamente sull'abbigliamento ma sui marchi e sulla gente che, interagendo fra loro, nel contesto urbano lo arricchiscono con la propria personalità. POST FASHION incorpora un nuovo elemento: l'individuo, le persone, i consumatori, la gente che acquista marchi moda, che ne mescola altri, e che esprime la propria identità. La strada è il CIRCUS.





Giambattista Valli Paris sigla un accordo di esclusiva con Mariella Burani



Giambattista Valli

Giambattista Valli Paris, Maison con sede a Parigi, ha firmato un importante accordo di licenza esclusiva con Mariella Burani Fashion Group per la produzione e distribuzione della collezione di Pret-à-Porter dello stilista italiano. Con la licenza che avrà una durata di 5 anni, la linea disegnata da Giambattista Valli sarà dunque prodotta in Italia e distribuita in tutto il mondo da Mariella Burani Fashion Group a partire dal Pre-Inverno 2010.

La maison Giambattista Valli, creata nel 2005, è fin dalla sua nascita, posseduta al 100% dal creatore omonimo, che ne assicura la direzione artistica e ne possiede il totale controllo finanziario. La collezione ad oggi è distribuita in 220 punti vendita in 42 paesi nel mondo «Erano loro i partner ideali per poter espandere l'universo creativo della Giambattista Valli Paris», ha commentato lo stilista promettendo che manterrà «l'indipendenza finanziaria ed artistica che è alla base della mia visione di creativo e di imprenditore». «L'accordo getta solide basi per un rapporto di lungo periodo», ha detto Giovanni Burani, ad di Mbf. «Il nostro intento è quello di sostenere, promuovere e continuare a sviluppare un progetto prestigioso su cui riponiamo grandi aspettative».

I-Place | La qualita' del saper fare



Il mondo dell'eccellenza made in Italy si incontrerà a Scandicci (FI) il **21 e 22 settembre 2009** con la nuova edizione di I-Place | La qualità del saper fare. Sono aperte infatti le iscrizioni per le aziende che producono made in Italy interessate a partecipare a questa manifestazione - realizzata col contributo di Regione Toscana e Toscana Promozione - che si pone come nuovo e permanente confronto fra chi produce e chi acquista il made in Italy.



I-Place si propone come singolare vetrina per la presentazione e promozione delle aziende più rappresentative della produzione made in Italy, con l'obiettivo principale di rispondere ai bisogni reali e specifici delle aziende. La manifestazione prevederà una parte espositiva, per creare nuovi contatti commerciali in un ambiente simbolo dell'eccellenza italiana a 360 gradi; ed una convegnoistica, di chiusura, che sviluppi i contenuti più interessanti e attuali sul tema della consulenza strategica e dell'apertura a nuovi mercati per chi insiste e crede nella strada della qualità del made in Italy.

La partecipazione e l'ingresso è riservato solo ad operatori professionali: aziende che operano nei settori moda uomo/donna, casa ed eno-gastronomia del made in Italy (abbigliamento, pelletteria, calzature, accessori, complementi di arredo, articoli per la casa, prodotti enogastronomici, cosmetica, fragranze per l'ambiente, oggettistica e regali aziendali) e a tutti gli operatori qualificati di settore e ai buyers nazionali ed internazionali.

L'evento è organizzato dal consorzio Centopercento Italiano, un gruppo di produttori italiani del settore moda e pelletteria di lusso. Il consorzio è impegnato da dodici anni nella diffusione, nella promozione e nella salvaguardia dell'artigianato più qualificato, quello realizzato esclusivamente in Italia: è il Centopercento Italiano l'unico marchio che lo certifica.



Per ricevere informazioni su modalità e costi di partecipazione rivolgersi a
info@placeconceptstore.com oppure a segreteria@i-place.it | www.i-place.it