La chiusura di MODAPRIMA 67.

Santo Versace nuovo Presidente della Fondazione Altagamma

MANGO alla portata dei clienti dei retail nordamaricani *"JCPENNEY"*

La chiusura di MODAPRIMA 67.

Modaprima 67

Modaprima n.67, il salone internazionale delle collezioni **moda programmata** e **ready-to-wear di abbigliamento e accessori uomo e donna** (28-30 novembre 2009) si è conclusa negli spazi del **Portello di FieraMilanoCity** presentando **150 collezioni per l'autunno/inverno 2010/2011** e i flash delle collezioni **primavera/estate 2010**.

In totale **sono stati 1.720 i visitatori a questa edizione** con un aumento nei numeri dei buyer italiani e una lieve, fisiologica diminuzione dei numeri dei buyer esteri: **oltre 700 arrivati da circa 48 paesi esteri**.

Nella classifica delle presenze si conferma **al primo posto il Giappone,** con una delegazione di **150 buyer**, seguito da **Russia, Spagna, Portogallo, Grecia, Belgio, Francia, Turchia, Germania, Hong Kong** e **Svizzera**.

"E' stata una buona edizione – afferma Agostino Poletto, vice-direttore generale di Pitti "¦Le aziende hanno presentato al meglio le nuove collezioni, incontrando un pubblico di buyer molto qualificato, che ha apprezzato la qualità del prodotto ed è venuto a Milano per avere

contatti commerciali concreti e fare ordini: segno evidente che la ripresa dell'economia e dei consumi è davvero in atto. Siamo molto soddisfatti anche della qualità delle presenze internazionali – i buyer esteri sono il 45% del totale – frutto anche di un efficace piano di promozione che realizziamo con ICE – Istituto con il Commercio con l'Estero, e che a questa edizione ha coinvolto anche Promos – Camera di Commercio Milano e Varese Moda. Le nostre aziende ci hanno confermato che i buyer esteri hanno fatto ordini anche piuttosto consistenti, e questo per noi è un risultato molto importante".

Da sottolineare anche la grande attenzione che il pubblico ha riservato a **FASHION CUBE**, l'area tendenze del salone, curata dallo stylist Sergio Colantuoni e realizzata in collaborazione con le aziende espositrici, che ha messo in scena le 5 tendenze forti della prossima stagione: **Sauvage, Useful, Wood, Edelweiss** e **Pottery.**

Santo Versace nuovo Presidente della Fondazione Altagamma

L'Assemblea dei Soci della Fondazione Altagamma ha nominato l'On.le **Santo Versace** nuovo Presidente della Fondazione Altagamma, per il triennio 2010-2012.

Santo Versace, tra i fondatori di Altagamma nel 1992, prende il posto di Leonardo Ferragamo, che ha presieduto Altagamma dal 2001 ad oggi.

Leonardo Ferragamo assume il ruolo di Presidente Onorario.

L'Assemblea dei soci ha inoltre nominato Vice Presidenti Onorari **Carlo Guglielmi**, Presidente e Amministratore Delegato di Fontana Arte e **Francesco Trapani**, Amministratore Delegato del Gruppo Bulgari.

Il nuovo Presidente, Santo Versace, nel suo discorso di saluto ai soci ha espresso la propria

gratitudine nei confronti del Presidente uscente, Leonardo Ferragamo, che nel corso del suo mandato è stato portavoce, in Italia e all'estero, dell'eccellenza delle imprese Altagamma.

La FONDAZIONE ALTAGAMMA *persegue l'affermazione nel mondo del primato dello stile di vita e della cultura italiana, sostenendo e promuovendo le realtà artistiche, culturali e industriali di eccellenza che si distinguono per qualità, innovazione, ricerca, gusto e prestigio.*

Sul piano nazionale, la Fondazione si occupa di diffondere l'innovazione nelle "filiere dello stile di vita": moda, design, alimentare, gioielleria, ospitalità, velocità, esperienza.

Sul piano internazionale, la Fondazione si occupa dell'analisi nell'area dell'alto di gamma, sulle dinamiche dei mercati, sul comportamento dei consumatori e sulle strategie e le politiche aziendali vincenti. Obbiettivo della Fondazione è costituire un osservatorio intersettoriale su tutti gli ambiti che riguardano l'alto di gamma, con una particolare predisposizione alla lettura dei cambiamenti in corso, alla loro interpretazione, alla loro previsione.

Mango alla portata dei clienti dei retail nordamaricani *"JCPENNEY"*

MANGO e J.C.Penney Company, Inc. (NYSE: JCP) hanno annunciato l'intenzione di definire un contratto nel quale JCPenney si convertirà nei grandi magazzini *retail* per l'etichetta "MNG by MANGO", in esclusiva per gli Stati Uniti. MANGO, uno dei principali esportatori del settore tessile spagnolo, con più di 1.300 punti vendita in 94 paesi, è conosciuto per le sue collezioni contemporanee e di tendenza a prezzi accessibili. Come principale etichetta di JCPenney, MNG by MANGO offrirà il meglio della moda MANGO ed

incrementerà, in questo modo, la presenza del marchio spagnolo negli Stati Uniti, dove attualmente si avvale di 12 negozi.

La label MNG by MANGO offrirà sia capi *sport,* sia *casual*, oltre ad accessori che si venderanno esclusivamente da JCPenney. MNG by MANGO sarà uno shop-in shop specializzato dentro JCPenney, in una zona di recente realizzazione. All'inizio dell'autunno 2010, MNG by MANGO sarà presentato in 75 negozi e su jcp.com, con il piano di arrivare a circa 600 negozi prima dell'autunno 2011.