Collezione Carte Blanche - Sportmax

Cucinelli ancora in crescita

Sportmax presenta Carte Blanche

La calzatura italiana protagonista a Obuv Mir Kozhi

FitFlop: l'infradito con la palestra dentro

Cucinelli, Fatturato +19,73, Utile +22,61

Brunello Cucinelli

Il Gruppo Cucinelli ha chiuso il 2008 con un giro d'affari pari a 144,47 milioni di euro, in progresso del 19,73% rispetto ai 120,67 dell'anno precedente, con un utile di 8,08 milioni, in aumento del 22.61% rispetto all'anno 2007.
Per l'anno in corso si ipotizza una crescita intorno a 159 milioni di euro, con un incremento pari al 10% circa.

"Inutile dire che siamo soddisfatti dei risultati ottenuti in un momento *particolare* dell'umanità. – commenta Cucinelli- Con grande concentrazione, dedizione e sana positività seguitiamo a percorrere il nostro cammino investendo in prodotti che speriamo contengano artigianalità, qualità, creatività e che abbiano un'immagine del nostro modo di vivere e lavorare nel rispetto dell'essere umano." E continua: "E' su questo seme di un *nuovo umanesimo*, che ci sembra essere germogliato, sul quale abbiamo riposto la nostra speranza e vigorosità".

Sportmax presenta Carte Blanche

Dal coinvolgimento del creativo Christophe Brunnquell, artista di

livello internazionale, prende vita il primo capitolo della collezione d'artista limited edition "Carte Blanche". L'intervento di Brunnquell, incentrato su un astrattismo monocromatico, si realizza in larghe tavole e getti di nero colore che mostrano un universo popolato di presenze sovrannaturali e motivi decorativi. Un'arte concettuale che gioca fra pieni e vuoti, creando capi quotidiani dalla forte personalità. La collezione si sviluppa in 3 capi: una tunica, un top e una t-shirt realizzate in preziosa seta e jersey. L'artista è stato ispirato nella sua opera dai tradizionali fantasmi giapponesi (Yokai) e -in sinergia con il team creativo Sportmax – ha creato tre tagli d'abito che potessero rifarsi alla classica linearità orientale, attraverso l'utilizzo di forme pure e volumetria razionale. La collezione ha un manifesto ben preciso: Carte Blanche è dare pieni poteri, lasciare libera iniziativa. Brunnquell contribuirà all'installazione dello store Sportmax, in cui -oltre alla presentazione della collezione -verrà mostrata una galleria di suoi lavori, declinati attraverso suggestive tavole e un compendio di arte vivente con tre manichini appositamente decorati "on site" dall'artista.

Collezione Carte Blanche - Sportmax

La calzatura italiana protagonista a Obuv Mir Kozhi

Dopo il successo dell'edizione del MICAM ShoEvent di Milano parte oggi il più importante evento fieristico dedicato alla calzatura made-in-Italy sul territorio della Federazione Russa. Oltre 200 aziende italiane, su un totale di circa 300 espositori, presenteranno le loro collezioni nel contesto della manifestazione organizzata da ANCI e BolognaFiere, presso il quartiere Expocentr di Mosca. L'evento, che durerà fino al 26

marzo, rappresenta uno strumento di marketing fondamentale che consentirà di dare visibilità alle imprese italiane offrendo un punto d'incontro strategico tra il calzaturiero italiano e il mercato russo. Un'occasione sempre più interessante per il nostro paese, che, nonostante alcune incertezze dovute alle instabilità che stanno coinvolgendo l'economia globale, ha registrato ancora dati positivi per quanto riguarda le esportazioni di calzature in Russia (+3,6% in volume e +14,6% in valore rispetto ai primi undici mesi del 2007). Il dato cumulato, tuttavia, nasconde un pesante rallentamento degli acquisti legato al drastico peggioramento della situazione finanziaria del paese negli ultimi mesi.

"Nonostante il momento non facile del mercato – afferma Vito Artioli, presidente di ANCI – siamo convinti che questo appuntamento sia cruciale per il settore. Il mercato Russo è stato nell'ultimo decennio ricco di soddisfazioni per le aziende italiane, con crescite praticamente ininterrotte in termini di valori acquistati, oltre al fatto che rimane il paese con il più alto prezzo di acquisto medio della calzatura italiana, ulteriore segnale della attenzione del consumatore russo alla qualità e al design. Soprattutto in questo momento difficile, occorre dare un segnale al mercato, dimostrando che la nostra è una strategia di medio termine e di partnership basata su una relazione costante e duratura. Per questa ragione, ANCI nell'edizione ormai alle porte moltiplicherà gli sforzi per essere da supporto alle aziende."

Le iniziative di ANCI avranno poi continuità con altri due appuntamenti: Moda Italia, in programma dal 20 al 22 aprile ad Almaty, in Kazakistan, e "Shoes from Italy", dal 20 al 22 maggio a Mosca.

FitFlop: l'infradito con la palestra dentro

FitFlop collezione p/e 09

Dall'Inghilterra arriva FitFlop, l'infradito dalle proprietà quasi miracolose, un vero e proprio personal trainer per la

tonificazione di gambe e glutei e per il miglioramento della postura. Il segreto sta nella suola, progettata dal Dr David Cook – biomeccanico sportivo dell'università South Bank di Londra – che, ricreando "un ambiente" di una camminata a piedi scalzi, rende l'andatura più veloce e simula una vera e propria attività fisica da palestra. FitFlop nasce da un'idea di Marcia Kilgore, fondatrice di Soap & Glory, che, pensando a tutte le donne che non trovano il tempo di andare in palestra, ha voluto unire la sua passione per le infradito (in inglese flip-flop) con il desiderio di creare un prodotto wellness e fitness (da cui anche il nome) per un allenamento quotidiano.



FitFlop uomo

Al modello di lancio, Walkstar, sono subito seguiti nuovi modelli fashion e il modello da uomo. FitFlop, infatti, oltre ai benefits cosmetici, aiuta ad alleviare i dolori lombari causati dal mal di schiena e la fascite plantare.