In breve

Alessandro Gassman

Gassman nuovo testimonial per Harmont & Blaine.

CNMI promuove e coordina il calendario di apertura delle showroom milanesi per le vendite delle collezioni Uomo/Donna/Bambino Primavera/Estate 2009.

Chiusa con soddisfazione la prima edizione di Milano Pre-Collezioni

ToyWatch ha creato in esclusiva assoluta una limited edition, un modello di orologio per Convivio.MILANO MODA PRE-COLLEZIONI – SPRING 2008
20 MAGGIO – 20 GIUGNO 2008

Soddisfazione in Camera Nazionale della Moda Italiana per la prima edizione di Milano Moda Pre-Collezioni Spring 2008. Le aziende in calendario hanno espresso grande soddisfazione sulla decisione, importante e significativa, di ufficializzare il periodo delle pre-collezioni. Ad applaudire il calendario di Milano Moda Pre-Collezioni ci sono, naturalmente, i buyer.
Hanno aderito all'iniziativa, tra gli altri, Alberta Ferretti, Alessandro Dell'Acqua, Giorgio Armani, Blumarine, Missoni, Valentino, Mariella Burani ma anche gli "stranieri" Calvin Klein e Jean Paul Gaultier. "Questa rassegna potrebbe coinvolgere anche altri marchi importanti, francesi, inglesi ed americani – dice Mario Boselli – che sarebbero interessati a presentare anticipatamente, poiché Parigi non ha quel sistema di showroom che caratterizza e rende unica Milano".

“Al di là della soddisfazione per il buon esito dell’iniziativa – conclude Mario Boselli – la cosa che ci ha maggiormente gratificato è che questo progetto ha costituito un concreto stimolo per le aziende ad aggiungere in modo organizzato questo appuntamento che prima non era strutturato né comunicato. Questo è il ruolo della Camera Nazionale della Moda Italiana: proporre sempre cose nuove, rispondendo in maniera tempestiva alle molteplici esigenze degli operatori anche con investimenti significativi in comunicazione sulla stampa internazionale”.

MILANO MODA SHOWROOM 1-20 LUGLIO 2008

Milano Moda Showroom, giunta alla sua sesta edizione, ha raccolto, anche per l’appuntamento estivo di quest’anno, dal 1 al 20 luglio 2008, numerose adesioni da parte dei più importanti showroom di Milano. La nutrita partecipazione all’iniziativa è la riprova che l’obiettivo di coordinare le campagne vendita e uniformare il calendario commerciale è stato recepito positivamente dagli operatori di settore e, in particolare, dei buyer nazionali e internazionali mettendo in luce un altro primato del capoluogo lombardo che oltre a rappresentare la più importante vetrina mondiale per le collezioni del prêt-à-porter alto, si conferma anche come capitale commerciale della moda.

Il calendario Milano Moda Showroom riportante gli showroom aperti per le vendite delle collezioni e pre-collezioni Uomo/Donna/Bambino P/E 2009, sarà pubblicato sulle maggiori testate nazionali ed internazionali, e inviato a tutti i principali operatori, buyer italiani e internazionali e ai giornalisti.

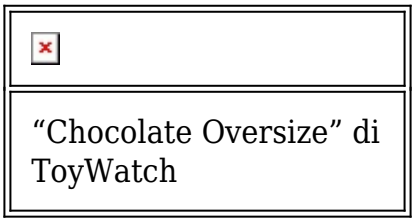
Come per le precedenti edizioni sarà disponibile la guida Milano Moda Showroom, realizzata in collaborazione con Class Editori, riportante l’elenco degli showroom aderenti all’iniziativa e i relativi marchi, oltre ad altre informazioni utili agli operatori del settore.

Anche sul sitowww.cameramoda.it (area Milano Moda Showroom) sarà possibile trovare

informazioni interessanti sugli showroom partecipanti.

TOYWATCH: CREATA UNA LIMITED EDITION PER CONVIVIO

In occasione del Convivio, la Mostra Mercato sostenuta dal

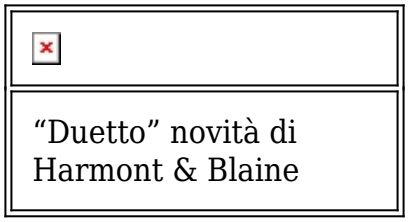


“Chocolate Oversize” di ToyWatch

mondo della moda per raccogliere fondi in favore della lotta all’AIDS, ToyWatch ha creato in esclusiva assoluta una Chocolate limited edition, un modello di orologio color cioccolato. «Creare una limited edition per Convivio è stata un’idea che ci ha subito entusiasmato», afferma Mara Poletti Mavilla, Presidente di ToyWatch. «La lotta all’AIDS e il sostegno alla ricerca sono per noi un dovere imprescindibile, per questo siamo orgogliosi di aver dato vita ad un oggetto che aiuterà Anlaids, l’Associazione nazionale per la lotta contro l’AIDS, a raccogliere fondi per un nobile obiettivo. Come azienda il nostro impegno sociale c’è e ci sarà sempre».

Al Convivio, beneficenza e fashion system collaborano per una giusta causa e ToyWatch sposa completamente questa filosofia. La Chocolate limited edition sarà in vendita presso lo stand ToyWatch al Convivio dal 13 al 17 giugno.

HARMONT & BLAINE: ALESSANDRO GASSMAN nuovo testimonial del bassotto.



“Duetto” novità di Harmont & Blaine

E’, Alessandro Gassman, fresco vincitore dell’ultimo David di Donatello come miglior attore non protagonista è il nuovo testimonial di Harmont & Blaine
L’attore italiano sarà il testimonial delle prossime collezioni Autunno/Inverno 2008-2009 e Primavera/Estate 2009 firmate Harmont & Blaine.

Alla base della scelta di Alessandro Gassman, la volontà del bassotto di elevare ulteriormente il posizionamento del proprio marchio, sempre più percepito come prodotto esclusivo, sofisticato ed elegante pur mantenendo una propria anima informale.

Alessandro Gassman, rappresenta a tutti gli effetti “l’uomo Harmont & Blaine”: sportivo, intrigante, misterioso, dal carattere forte e deciso. “Siamo molto soddisfatti – ha commentato l’A.d. di Harmont & Blaine Domenico Menniti – dell’incontro con Alessandro Gassman. Un artista di primissimo piano, una personalità forte che rappresenta l’innovazione nella continuità, un uomo affascinante, con quel giusto alone di mistero e riservatezza. Alessandro Gassman rappresenta perfettamente quel mix di popolarità e di esclusività, rappresenta appieno il nostro ideale di uomo. “Harmont & Blaine – ha commentato Alessandro Gassman nel corso della presentazione – mi ha sempre intrigato. Quel dubbio se fosse un brand americano, inglese o italiano, quella capacità di sdoppiare la sua anima, asciutta e raffinata a volte o colorata ed incline al sorriso altre. Ho sempre valutato le opportunità molto attentamente. Harmont & Blaine e le sue collezione, le persone che ho conosciuto mi fanno sentire bene e, almeno per un anno ancora, faremo un interessante viaggio assieme.

Nel corso dell’incontro Domenico Menniti, ha colto l’occasione della collaborazione con Alessandro Gassman, per illustrare le strategie di comunicazione del bassotto che, fin dagli esordi, ha puntato con decisione su questa leva al fine di ritagliarsi un posizionamento

distintivo nel variegato panorama della moda maschile.

Al termine della presentazione l’A.d. Domenico Menniti ha inoltre anticipato le novità che saranno presentate al Pitti, che si svolgerà a Firenze dal 18 al 21 giugno