Gattinoni Watches - modello charm

Cambio ai vertici di AltaRoma

Gattinoni Watches and Jewels

Primo Flagship Store MANGO a Milano

Cambio ai vertici di AltaRoma

Silvia Venturini Fendi

Silvia Venturini Fendi, direttrice creativa degli Accessori della storica maison romana, è la nuova Presidente di AltaRoma. La sua nomina è stata votata dal rinnovato Consiglio di Amministrazione della società consortile che gestisce la Haute Couture nella capitale. Nella carica di Presidente Onorario è stato eletto **Santo Versace**, mentre sono stati confermati Valeria Mangani e Sandro Di Castro nel ruolo di Vice Presidenti.

La Venturini Fendi succede così alla presidente uscente **Nicoletta Fiorucci**, che ha occupato la posizione per due anni, sviluppando iniziative molto positive per la manifestazione, come la valorizzazione dei designer emergenti e il progetto Fashion on

Paper.
La neo eletta presidente è stata accolta favorevolmente dalle principali cariche del mondo della moda e della politica: “è una persona dotata di un’elevata professionalità e competenza, di un’alta qualità manageriale e di rare doti umane” così l’ha descitta Andrea Mondello, Presidente della Camera di Commercio di Roma.

Silvia Venturini Fendi è la nipote di Adele Fendi, fondatrice insieme al marito dello storico marchio. Insieme ad altri otto membri appartiene alla terza generazione della famiglia Fendi, ma il suo nome è certamente uno dei più conosciuti: infatti è stata lei a rilanciare grazie alla celebre baguette, il marchio che alla fine degli anni ’90 stava attraversando momenti difficili.

Silvia Venturini Fendi ha inaugurato la sua presidenza dichiarando che: «Sarà fondamentale costruire un programma per finalizzare la mission di AltaRoma ad un messaggio concreto, stimolante, innovativo e altamente qualitativo, capace di catalizzare attenzioni nazionali e internazionali. Un programma a cui credo molto e che mi appassiona con argomenti che vanno dalla valorizzazione delle radici culturali e storiche alla sperimentazione di nuovi percorsi creativi, dalla formazione dei giovani alle forti potenzialità dei binomi moda e cinema, moda e arte, moda e musica».

Gattinoni Watches and Jewels

Gattinoni Watches - Planetarium

Gattinoni ha siglato un accordo di licensing quinquennale con l’azienda “Les Montres”di Caserta, già licenziatario di altre importanti griffe, per la produzione e la distribuzione della nuova

linea *Gattinoni Watches and Jewels*, la prima collezione di orologeria e gioielleria griffata dalla storica casa di moda. L'accordo con Les Montres s'inserisce nel quadro di una politica di riposizionamento sul mercato orientata a un livello sempre più alto. La griffe ha individuato nell'azienda italiana Les Montres il partner ideale per dar vita a questo nuovo progetto: una linea esclusiva e originale di orologi, contaminata dallo spirito couture della maison e affidate al direttore creativo Guillermo Mariotto, che supervisionerà lo sviluppo della collezione.

Il *Salone Mondiale dell'Orologeria e della Gioielleria* di Basilea è stato scelto come cornice ideale per il debutto della nuova linea. La collezione **Gattinoni Watches and Jewels,** con la stampa *Planetarium,* narra il mondo Gattinoni visto dall'infinito, diventata il leitmotiv delle sue collezioni. Presenti anche preziosi orologi gioiello con pietre dure cabochon, da collezionare o da indossare.

" Il vero lusso contemporaneo è il tempo – dichiara Guillermo Mariotto – *Ho voluto creare un oggetto di fascino e seduzione che donasse eleganza al gesto quotidiano di indossare l'orologio, strumento complice per essere padroni del proprio tempo. Mi sono divertito a disegnare una collezione di orologi che siano funzionali ma allo stesso tempo piacevolmente frivoli".*

Primo Flagship Store MANGO a Milano

È prevista per sabato 27 Marzo l'apertura del primo **Flagship Store**

Scarlett Johanson

Mango nel cuore della prestigiosa via dello shopping meneghino, Corso Vittorio Emanuele II, 24-28.

testimonial di Mango

Con questo nuovo progetto, Mango rafforza il suo impegno nei confronti del mercato italiano e i suoi investimenti per affermare una sua presenza sempre più consistente.

Il nuovo flagship store Mango di Milano si sviluppa su una superficie 775 mq dedicati all’esposizione e alla vendita e 150 mq di magazzino.

Il progetto, ideato e realizzato da un team di interior designer Mango diretto da DamiÃ¡n SÃ¡nchez, Direttore Creativo e Board Member Partner della società spagnola, è suddiviso su tre piani, due dedicati all’abbigliamento e agli accessori donna, uno per la linea uomo, H.E. by Mango.

Il concept dello store, dallo stile essenziale, mixa tutti gli elementi nella stessa tonalità di grigio: pavimenti, soffitti, complementi d’arredo e illuminazione. Le pareti sono state rivestite da pannelli in legno naturale.