Milano fa il bis con le Pre-Collezioni:18 novembre-18 dicembre 2008. Eternal Platinum trasforma la fede in platino in opere straordinarie visibili alla Triennale di Milano dal 5 al 30 Novembre 2008. Eventi internazionali per Corneliani

MILANO MODA PRE-COLLEZIONI FALL

Milano fa il bis con le Pre-Collezioni: 18 novembre-18 dicembre 2008.

Dopo il successo della prima edizione "Spring" Camera Nazionale della Moda Italiana replica questo importante appuntamento con Milano Moda Pre-Collezioni "Fall" che prenderà il via martedì 18 novembre per concludersi giovedì 18 dicembre 2008

Il debutto di Milano Moda Pre-Collezioni ha avuto luogo lo scorso mese di maggio ed è stato frutto di un'attenta analisi del fenomeno di mercato attuata da CNMI che ha messo in luce come, anche nel nostro Paese, le case di moda realizzino circa due terzi del loro fatturato globale dalla vendita delle pre-collezioni.

L'ufficializzazione di tale periodo da parte di Camera Nazionale della Moda Italiana si è rivelata, quindi, un'ottima scelta, importante e significativa per rafforzare la leadership italiana e milanese, consolidando la posizione di Milano, capitale del sistema moda del Paese ed imprescindibile riferimento mondiale del settore.

"*Con questa manifestazione* – afferma Mario Boselli, Presidente di CNMI – *le case di moda potranno presentare a Milano con notevole anticipo, all'interno dei loro showroom, le proprie pre-collezioni, gli stili e le tendenze che caratterizzeranno l'autunno/inverno 2009/2010. Ciò, oltre ad incrementare il giro d'affari delle imprese di moda, aumenterà il flusso dei buyer italiani ed internazionali consolidando la leadership di Milano come*

Capitale della Moda ".

****

ETERNAL PLATINUM TRASFORMA LE FEDI IN OPERE STRAORDINARIE

Eternal Platinum trasforma la fede in platino in opere straordinarie realizzate da 7 maestri del design, 7 maestri della moda e 7 maestri del gioiello, testimoni dell'eccellenza italiana e di quelle caratteristiche di "bello e ben fatto" che è il made in Italy. 21 progetti per esplorare le qualità del platino e il simbolismo della fede. Ad essi si aggiungono due progetti degli studenti del corso di perfezionamento in design del gioiello del Politecnico di Milano,a testimoniare l'interesse per la fede in platino anche di giovani progettisti.

La fede in platino,-simbolo dell'amore eterno come del sentimento che unisce due persone: raro, durevole e prezioso come il platino- diventa occasione di riflessione progettuale da parte di professionisti afferenti a diverse anime del progetto: il design, la moda e il gioiello. Il platino rappresenta così il trait d'union tra design, moda e gioiello, avvicinando professionisti molto diversi per linguaggi e ambiti di riferimento.

I progetti sono esposti in una mostra curata da Alba Cappellieri, professore di design del gioiello al Politecnico di Milano, alla Triennale di Milano dal 5 al 30 Novembre 2008 e saranno disponibili su un sito internet www.eternalplatinum.com dal 3 Novembre che permetterà a chi non potesse recarsi in Triennale di avere una visione completa dell'evento.

La mostra proseguirà nei prossimi anni in altre parti del mondo portatrice della forza creativa e di espressione del Made in Italy.

La mostra sarà affiancata da un concorso on-line che avrà inizio la sera del 3 Novembre e

terminerà il 15 Dicembre 2008. Quest'ultimo prevede l'estrazione di un partecipante che dopo aver risposto ad una o più domande correttamente, vincerà una coppia di fedi in platino. Inoltre saranno previsti 10 ciondoli in platino come secondo premio.

****

IL "SU MISURA" CORNELIANI AL WORLD BUSINESS FORUM

La vetrina a Milano, durante il meeting dell'economia e del management



Courtesy Corneliani-Francis Ford Coppola

Si è conclusa a Milano la quinta edizione del World Business Forum, dove, ancora una volta la vetrina Corneliani ha catalizzato sul "Su Misura" e le collezioni formali, l'interesse di economisti e manager intervenuti all'importante confronto internazionale.

La manifestazione ha registrato l'affluenza di circa duemila "senior executive" tra amministratori delegati, presidenti, imprenditori e direttori generali, uomini cui da sempre si rivolge Corneliani con la sua moda impeccabile, preziosa, di rigorosa eleganza.

Tra una conferenza e l'altra lo spazio Corneliani ha rappresentato un gradevole intermezzo. Molti visitatori hanno colto l'opportunità di acquistare un abito "Su Misura" scegliendo modelli e tessuti, tra i più pregiati, e dettagli originali.

Anche importanti relatori e personaggi di spicco tra cui il regista Francis Ford Coppola, C.K. Prahalad (il pensatore di business più influente del 2007), Juan Enriquez (tra le massime autorità in materia di scienze della vita), Richard Boyatzis (grandissimo esperto di

intelligenza e leadership emotiva) e Jimmy Wales (il fondatore di Wiikipedia sono stati ricevuti dal team Corneliani, soffermandosi ad apprezzare la peculiarità di capi di grande seduzione.

SPICCA IL CORNER CORNELIANI NELLA RINNOVATA VESTE DI HARRODS



Courtesy Corneliani - corner da Harrods

Corneliani è tra i marchi più prestigiosi che hanno trovato spazio all'interno della nuova lussuosa veste dei famosi magazzini Harrods.

Harrods è sinonimo di shopping a Londra e nel mondo. Con i suoi 5 piani che coprono 93.000 metri quadrati nello storico edificio, il più celebre di Knightsbridge, è considerato una tappa obbligata per i londinesi e per chiunque approdi nella capitale: una costruzione imponente e suggestiva in cui trovare di tutto il meglio.

Il nuovo concept del piano uomo è un open space e punta su nuovi materiali, espressione di un fashion più contemporaneo, colonne rivestite in pelle, legni preziosi, cristalli e sofisticati sistemi di illuminazione.

In un'ottica di rivoluzione più che evoluzione, Harrods ha coinvolto nel progetto di esclusività e distinzione tutti i più importanti brand della moda internazionale e i migliori designer del mondo.

Corneliani ha colto con soddisfazione questa opportunità e identificando in questo intervento alcuni comuni denominatori, eccellenza, tradizione, modernità, seduzione, ha rivisto la veste del proprio corner aperto da alcuni anni.

Un sistema espositivo già sperimentato nei monomarca dà risalto alle collezioni e permette

di cogliere continuità e peculiarità di uno stile che da cinquant’anni parla di eleganza sobria e impeccabile, massima espressione del Made in Italy .