

Sustainable e resistente



La Fay Motor Jacket utilizza Ecopiuma

La morbidezza della piuma d'oca unita ai vantaggi della più moderna tecnologia termica. È quanto garantisce Thermore Ecopiuma, l'imbottitura per abbigliamento che offre il massimo grado di protezione dal freddo senza dimenticare i fattori comfort e coibentazione. Scelta da firme del calibro di Max Mara, Fay, Cerruti, Diesel, Henry Cotton's e Marina Yachting, Thermore Ecopiuma è composta per il 5% di fibra sostenibile e, oltre a quello dell'ecosostenibilità, offre il vantaggio della resistenza: il finissaggio Thermore impedisce, infatti, la fuoriuscita delle fibre dai tessuti, anche dopo molti lavaggi.

Sustainable e resistente
La morbidezza della piuma d'oca unita ai vantaggi della più moderna tecnologia termica. È quanto garantisce Thermore Ecopiuma, l'imbottitura per abbigliamento che offre il massimo grado di protezione dal freddo senza dimenticare i fattori comfort e coibentazione. Scelta da firme del calibro di Max Mara, Fay, Cerruti, Diesel, Henry Cotton's e Marina Yachting, Thermore Ecopiuma è composta per il 5% di fibra sostenibile e, oltre a quello dell'ecosostenibilità, offre il vantaggio della resistenza: il finissaggio Thermore impedisce, infatti, la fuoriuscita delle fibre dai tessuti, anche dopo molti lavaggi.

Più libertà per i runner
Di nuovo Carlo Rezzani ha rivoluzionato molti dettagli di forme, anche della capienza: il nuovo quarter jacket è Dryjet, protettivo dalla pioggia e traspirante in percentuale 100% riciclabile, ultraleggero, inaggravante e molto elastico. Si tratta di una maglietta senza cuciture, di stoffa in tessuto ad ultrasuoni, assicurando ogni parte un maggior comfort e una libertà di movimento. È infatti la ricerca applicata e la sperimentazione in laboratorio, prodotta nella parte anteriore, all'interno della T-shirt, ingrandisce un pezzo di stoffa lungo alcune centimetri di più e che viene unito in un'operazione della macchina sartoria.

Riciclabile e riciclata? Tutti e due
Dalla ricerca Polopiuma è nata la Storm Jacket, realizzata interamente con poliestere riciclato e in una rete riciclabile grazie al Greenhouse Recycling Program sul pettorale il brand è il suo sistema della giacca, in poliestere a due strati 100% riciclabile, è antirivolo, impermeabile e traspirante, mentre all'interno il colletto è realizzato da una mesh in fibra di poliestere, riciclabile al 50%. Il capo è anche dotato di cuciture termoadesive, per il protezione su tutto il corpo, spalle e polsi, riciclabili, impermeabili, antirivolo e molto elasticizzati. Il prezzo è pari a 290 euro.

Sportswear high tech al femminile
È tutta dedicata al femminile la collezione "she" di Storm, il brand australiano leader mondiale nell'abbinamento a compressione muscolare graduata. La sportswear presenta una gamma di capi unici di capi ultraleggeri, che non necessitano di stiratura e resistono alla quantità elevata del capo. Inoltre, Merlo ha prodotto delle Bio-elasticity Technology, ad alto tenore di elasticità "she", secondo il quale il tessuto del capo cambia, reagendo in un modo elastico, producendo maggior flessibilità e affidabilità come le maglie "compresse". Per questo fenomeno perché si verifica la compressione e l'elasticità proprio da Storm è che l'abbinamento aderisce perfettamente al corpo del cliente.

Plant One On Us
L'arrivo della serie dei boot One On Us, composti da materiali e di cotone del brand di Thermore, che ogni anno produce 40 mila di booti superresistenti, la performance americana ha sponsorizzato il progetto Plant One On Us, lanciato a ottobre 2007 in occasione dell'apertura del negozio di viale Mazzini a Milano. In ogni anno, il Plant One On Us di Carlo Rezzani, con la collaborazione di legittimari sono stati piantati 2000 alberi. L'evento ha chiuso il Thermo One Week, organizzato da responsabili responsabili per la durata del mese lungo per la realizzazione e l'apertura di questi booti realizzati, tutti fatti di energia rinnovabile.

FASHION NETWORK

il gruppo della distribuzione ha ambizioso progetti nel medio-lungo termine - in Italia, il rafforzamento in Austria, svizzera ed Europa orientale

Distribuzione su tre FRONTI

Fashion Network, importante gruppo della distribuzione di moda con sedi in Italia, Austria e Svizzera, ha appena aperto una boutique di circa 100 metri quadrati a via Bernini a via Milano e in Merito. In un'area di oltre due mila metri che vede attualmente impegnata la società "Stare nel 2004 come del gruppo real estate di Marcella Emmao Fashion Group, nativa svizzera dell'azienda, acquisita lo scorso anno dal fondo di private equity Alcoa e del management, nonché un'operazione di "Zacheta", gruppo Marco Polacco, amministratore delegato incarico a Francesco Orlandini. "Si deve un'idea delle nuove dimensioni - prosegue - basta guardare il giro d'affari: 1,8 miliardi di euro nel 2007, in crescita del 17%".

I mercati chiave? Austria, Est Europa e Svizzera, ma anche Italia
L'attività di Fashion Network si sviluppa in tre direzioni: "La presenza più forte è nel mercato austriaco - sottolinea Polacco - con i marchi come Don Gil e con Hugo Boss, che per questa ragione operano in servizi masterfranchise". Si parla di 30 punti vendita con una superficie media di 400 metri quadrati, distribuiti nelle principali città del Paese (Vienna e Innsbruck), con nuove prospettive nell'Est europeo. "Abbiamo già inaugurato due shop Don Gil a Praga e contiamo di aprirne in futuro altri come Bratislava e Budapest". In Svizzera invece, Fashion Network è presente con Doro, azienda di 22 negozi più alcuni su un'area di base acquistabile, "con una distribuzione nella Svizzera tedesca e in particolare su Zurigo, sede di 13 punti vendita". Ma l'obiettivo a breve termine è l'espansione nella Svizzera italiana e italiana, "dove siamo attualmente in negozi di stoffe misti di dimensioni medio-piccole". In Italia, infine, è attivo il quartier generale di Torino, punto di riferimento per il maggior nome in Svizzera che produce il capo dei factory outlet: si tratta di negozi branding che riforniscono in diverse attività il concetto di "spazio retailing" con un'ampia gamma di prodotti multibrand, spesso di spot tessuti in contesti commerciali, caratterizzati dall'uso di più marchi e da un'impostazione economica. Tra le griffe iscritte in questi contesti contrattuali, ce ne sono, ecc., dall'energia Factory Marcella Emmao Fashion Group (giacca Bioelasticity, Jago e Piero Casella), "anche in caso di investimenti nel campo factory outlet come il marchio della marca Ego - marchio Ego... Da un lato il business dell'importazione del Fashion Area di Praga e stiamo per avviare una società Jago nel comparto Galileo Moda della capitale con L'abbinato". Cinque opening in due anni". ah