

News

a cura di Ludovica Bergeretti

Stone Island, opening a Francoforte



Stone Island rafforza la sua presenza in Germania. Il marchio guidato da Carlo Rivetti ha infatti inaugurato il quarto store (nella foto) nel Paese tedesco, nel cuore di Francoforte. L'opening segue quelli di Monaco, Amburgo e Sylt, consolidando così la rete retail in un mercato in costante crescita. Il negozio si

sviluppa su un'area di oltre 135 metri quadri e ospita le collezioni Stone Island e Shadow project. Il brand ha chiuso il 2018 con un fatturato che sfiora i 200 milioni di euro, 192 per la precisione, in aumento del 30% sull'esercizio precedente. Un valore molto positivo, «se si considera che nell'ultimo biennio il turnover è praticamente raddoppiato con un prodotto che è sempre rimasto fedele a se stesso. «Siamo molto soddisfatti e guardiamo con ottimismo al 2019, anno in cui pensiamo di crescere ancora del 20%», aveva spiegato a MFF il numero uno Carlo Rivetti (vedere MFF del 26 maggio).

Venturini non farà ritorno da Prada

Prada smentisce la notizia relativa all'arrivo di Jacopo Venturini all'interno del proprio organico. Il manager (nella foto) ha recentemente lasciato il ruolo di vicepresidente esecutivo per il merchandising e i mercati globali di Gucci. Alcuni rumors di mercato, ufficialmente smentiti, parlavano di un possibile ritorno di Venturini da Prada, griffe per la quale ha curato il merchandising prima di entrare a far parte di Valentino e di Gucci.



Authentic brands più vicino a Barneys

Abg-Authentic brands group è sempre più vicino a Barneys (nella foto, uno store). L'offerta presentata dalla brand management company americana è soggetta all'approvazione finale da parte della United States bankruptcy court for the Southern district of New York, attesa per il 31 ottobre.



In questo modo la transazione dovrebbe chiudersi il 1° novembre. L'offerta dell'imprenditore israeliano Sam Ben-Avraham, che avrebbe messo sul piatto una proposta da 260 milioni di dollari (circa 234 milioni di euro al cambio di ieri), inferiore a quella concorrente da 271,4 milioni di euro (oltre 244 milioni di euro), è stata infatti ritenuta insufficiente. Nel presentare la sua offerta, Ben-Avraham ha dichiarato che avrebbe lasciato aperti cinque negozi del retailer, compresi quelli di Madison Avenue a New York e Beverly Hills a Los Angeles, e la struttura di distribuzione nel New Jersey.

Etro vola a Mosca con la p-e 2020



La collezione p-e 2020 di Etro approda a Mosca. Il brand ha sfilato all'interno del department store Petrovskypassage con gli outfit (nella foto, un look)

svilati lo scorso settembre in occasione di Milano moda donna. In più, ha portato in passerella 15 nuove creazioni. L'evento è stato organizzato in collaborazione con il partner moscovita Bosco di Ciliegi.

Mipel a Tokyo con The one Milano

Mipel porta il Made in Italy in Giappone con un progetto firmato insieme a The one Milano. I due saloni milanesi b2b dedicati rispettivamente alla pelletteria e al prêt-à-porter, outerwear e accessori hanno lanciato un nuovo progetto di roadshow a Tokyo (nella foto) realizzato con lo scopo di far conoscere al mercato nipponico le due fiere e le collezioni che le animano. Il department store Shibuya Hikarie hall ha ospitato 23 insegne di altrettante aziende selezionate come ambassador del Made in Italy. Come è avvenuto in Corea (dove Mipel è stato protagonista dal 15 al 17 ottobre), è stata adottata la nuova formula di presentazione storytelling.



Ciò significa che i prodotti non solo sono stati visibili e valutabili direttamente, ma anche raccontati per metter in luce le piccole e medie imprese. Hanno trovato spazio nella tre giorni anche due panel di confronto e di scambio tra produttori italiani e mercato giapponese.

Zandra Rhodes al lavoro con Ikea



Zandra Rhodes (nella foto) lancia l'home-ware insieme a Ikea. Il colosso svedese ha realizzato una collezione di articoli per la casa con la designer inglese, nota per le sue stampe colorful e audaci.

Maggiori dettagli sulla collezione, che dovrebbe essere messa in vendita nel 2020, non sono ancora stati resi noti.

Reebok fa il bis con Gigi Hadid

Reebok svela la sua seconda collaborazione con Gigi Hadid (nella foto). La collezione per la fall 2019 nata dalla partnership tra il marchio del gruppo Adidas e la giovane top model si ispira agli anni '90 e all'amore che Hadid prova per la natura e la vita all'aria aperta. Questa collezione si caratterizza soprattutto per la nuova sneaker DMX 2K Zip. (riproduzione riservata)



TV

MF fashion

Vans rallenta Vf corporation

News

Stone Island opening a Francoforte

Venturini non farà ritorno da Prada

Authentic Brands più vicino a Barneys

Etro vola a Mosca con la p-e 2020

Mipel a Tokyo con The one Milano

Zandra Rhodes al lavoro con Ikea

Reebok fa il bis con Gigi Hadid