

# fashion



Il settimanale italiano della moda

The Italian fashion weekly magazine

## Dettagli creativi

accessori inverno 2011/2012

mipel e micam

**vigilia**

sfide e attese

borse e scarpe

**tendenze**

stili e materiali

distribuzione

**scenari**

nuove formule

ALBERTO GUARDIANI N. 1781 € 5,50



11781

9 771122 654006

**ALV**

la griffe lanciata dallo stilista alviero martini punta su uno stile sobrio e cosmopolita - abu dhabi prima tappa del piano di espansione

## IL VIAGGIO CONTINUA

Oltre a evocare il nome dello stilista, **Alv** è l'acronimo di Andare Lontano Viaggiando ma anche di Amare La Vita e con questo nome, breve e incisivo, lo stilista **Alviero Martini** ha voluto chiamare il brand frutto della sua maturità artistica. Dopo aver fondato e portato al successo mondiale **Alviero Martini 1a Classe** (da cui è fuoriuscito nel 2006), dal 2008 il designer originario di Cuneo si è buttato infatti "anima e corpo" nella nuova avventura, in cui è completamente indipendente. "Alv si rivolge a un target mirato - chiarisce Martini - . Una donna contemporanea, cosmopolita, attenta ai dettami della moda ma anche ai dettagli; una consumatrice consapevole, che quando acquista ricerca uno stile ben preciso". La proposta si compone di due linee: la Ready to Wear, total look e accessori donna, caratterizzati da qualità sartoriale, tessuti e materiali pregiati, rigorosamente made in Italy, e la Ready to Travel che - declinata in Passport, Urban e J.Q. - offre borse e accessori da viaggio in tessuto e pvc, adatti sia per un uso quotidiano cittadino, sia per le trasferte di lavoro o piacere. Una gamma, quest'ultima, indirizzata ai negozi di pelletteria.



Borsa Sharon della collezione Ready to Wear di Alv per l'autunno-inverno 2011/2012

### La strategia di espansione guarda lontano

Il cuore pulsante della "seconda vita" di Alviero Martini è la sede di Alv al sesto piano di un palazzo in piazza San Babila a Milano. Lo spazio, di 500 metri quadri, è stato progettato da **Fabio Novembre** e ospita gli uffici commerciali, il bureau de style e la showroom. "Ci siamo ispirati alla fisica quantistica immaginando un grande atomo, la cui peculiarità è la sinuosità: qui tutto è tondo. È stato fatto un lavoro incredibile in soli due mesi, grazie alle maestranze impiegate, espressione dell'eccellenza del made in Italy anche in questo ambito", fa notare Martini. Quello di difendere e valorizzare il saper fare italiano è un valore a cui il designer tiene molto: per la produzione del suo prêt-à-porter si affida a laboratori principalmente lombardi e in parte pugliesi e anche la pelletteria è realizzata nella Penisola, con un'unica eccezione, rappresentata da un test in atto in Tunisia. Dal quartier generale di piazza San Babila a Milano viene pianificata anche la strategia d'espansione della griffe. "Nel prossimo futuro vogliamo aprire una boutique monomarca ad Abu Dhabi: è un mercato molto interessante, che non ha subito crisi - spiega il creativo -. Un altro obiettivo è la Cina, dove pensiamo di avviare sei monobrand". Intanto la nuova collezione Alv Rtw per l'autunno-inverno 2011/2012 viene presentata in showroom il 23 febbraio attraverso l'evento "Wine".

### Freesoul da Interno 54

Interno 54 ha ampliato il proprio portfolio clienti con il jeanswear uomo e donna di Freesoul, brand creato, prodotto e distribuito dalla fiorentina Eldo dal 1994. pr@interno54.it.

### Stuart Weitzman con Garcovich

Clara Garcovich Events and Public Relations gestisce le attività di press office per l'Italia del marchio di footwear Stuart Weitzman. Lo studio milanese ha da poco acquisito anche l'incarico delle p.r. di Power Balance Italy, noto per la linea di braccialetti sportivi. Tel.02 76 39 49 97.

### Margarita dal bimbo all'uomo

Prosegue l'itinerario nel mondo del kidswear di Margarita PR con l'acquisizione del marchio Tuc Tuc, abbigliamento e accessori 0-14 anni made in Spain. Tra i nuovi clienti dello studio di Mariarita Rosa, anche la linea Andy Richardson, disegnata da Andrea Bertacca, che propone un total look uomo dallo stile british. Tel. 02 65 92 08 9.

### Marco de Vincenzo da P. Comunicazione

P. Comunicazione è il media relation office di Marco de Vincenzo: lo studio di Paolo de Vivo e Michele Veronesi si occupa infatti delle p.r. in Italia dello stilista vincitore di "Who is on Next" nel 2009, le cui collezioni di prêt-à-porter donna sfilano a Milano.

### La Marthe e Kookai con Le Van Kim

Lo studio Le Van Kim cura le pubbliche relazioni del marchio francese di pelletteria femminile La Marthe. Recentemente ha acquisito inoltre Kookai, abbigliamento femminile che fa capo a Nnck Italia, e Skeen, brand della cosmesi, creato nel 2006 da Pedro Garcia Maggi. Tel. 02 55 18 01 61.

### Attila a tutta moda

Du pareil ... au même, brand francese di kidswear da 0 a 14 anni, ha scelto Attila&Co come consulente per la comunicazione nel nostro Paese. La partnership non è l'unica novità per l'agenzia milanese diretta da Andreina Longhi e Andrea D'Amico: tra le new entry anche Roberta di Camerino (pelletteria), Monocrom (pantaloni uomo e donna) e Le Sentier MMVIII (abbigliamento in pelle). Prosegue inoltre, diventando continuativa, la collaborazione con Jo No Fui (prêt-à-porter donna). www.attila.it.

### Per Domingo total look donna e sport

Nuovi impegni per Domingo Communication, che aggiunge al portfolio clienti del comparto luxury-design Liviana Conti, total look donna che fa capo al gruppo carpigiano Light Force. Anche il gruppo Tomasoni Topsail si affida all'agenzia di Enzo Domingo per la comunicazione istituzionale e di prodotto del brand Henri Lloyd e North Sails, con le relative linee uomo, donna e bambino. ufficiostampa@domingocommunication.it.

### Kenzo sceglie Beside

Kenzo ha affidato a Beside Communications l'attività di pubbliche relazioni e press office per l'Italia. L'agenzia - fondata nel 2010 da Valerio Innella - segue per la maison francese il press office istituzionale e di prodotto, gli eventi speciali e le sfilate. press@besidecommunications.com.

### Made in Italy al femminile da And'studio

Numerose le novità per And'studio Immagine e Comunicazione. L'agenzia di Andrea Greci e Andrea Pilastro ha infatti assunto l'incarico di curare le media relation per cinque realtà tutte gestite da donne, designer e imprenditrici, che rappresentano la nuova creatività made in Italy. Si tratta del total look donna Aniye By e della capsule collection quasi interamente dedicata alla maglieria Guardaroba, entrambe espressione dell'azienda carpigiana Depeche, del brand di bijoux creati da Silvia Susani Body Fishing, del marchio di calzature e accessori uomo e donna Fiorentini + Baker, già presente in boutique e department store di tutto il mondo e, infine, delle innovative borse in neoprene Leghila. press@andstudio.it.

moda gira



Elizabeth Le Van Kim



Enzo Domingo