

**[MARCHI E MERCATI]**

**Armata di Mare parte da Taranto il progetto retail**

Debutta a Taranto il progetto retail di Armata di Mare. Il marchio, di proprietà della Facib, ha appena aperto a Taranto il suo primo monomarca, uno spazio di 110 mq. con 4 vetrine su strada. Il nuovo concept, studiato con Samsung lialia, presuppone una componente digitale.

**Tumi a Milano il bianco vince nella boutique**

Nuova insegna a Milano per Tumi, brand di valigie e accessori da viaggio. Lo store di 120 mq. è stato aperto in via Vincenzo Capelli, zona Porta Nuova, ed è concepito come uno spazio bianco totale dal design lineare e minimale. Lo spazio rappresenta la seconda boutique milanese del brand dopo quella di via Verri.

**[FOCUS]**

**Maglificio Scaglione la femminilità passa da "Annina"**

sull'alta qualità dei filati e sull'artigianalità delle lavorazioni. La linea femminile sta crescendo e copre il 70% della produzione, puntando sempre più su un prodotto metropolitano, molto pulito e dal look un po' androgino, all'insegna di una moda comoda e dinamica. Proprio in quest'ottica, parte la terza stagione della capsule "Annina", etichetta che racconta una femminilità mai scontata, dai capi che giocano con i contrasti di colore, strizzando l'occhio ai grandi stilisti giapponesi, con la valorizzazione dei dettagli. Il fatturato in continua crescita negli ultimi anni a dispetto della crisi del mercato, sfiora i 4 milioni di euro con una quota rivolta all'estero intorno al 30%. Quattro le boutique monobrand tutte in Italia di cui una a Bergamo e le altre 3 a Milano. In cantiere una quinta apertura per coprire tutta Milano. Intanto il progetto e-commerce sta sempre più assumendo un ruolo di rilievo anche a livello internazionale. (e.m.a.)

Oggi più che mai è il momento delle piccole e medie imprese per diventare trainanti del business del tessile-abbigliamento. Fra queste realtà spicca il maglificio Scaglione, un'azienda familiare di Bergamo. Giunta ora alla terza generazione, punta tutto

**[FLASH]**

**Milano Good Design la sfida globale di Federmobili**

Milano Good Design è la nuova rete di imprese che raccoglie e seleziona i più importanti rivenditori di arredamento e design del polo milanese. Il progetto nasce da un'idea di Federmobili Milano — l'associazione commerciale di tutti i rivenditori delle province di Milano, Monza e Lodi — che, con la collaborazione delle agenzie di rappresentanza più rilevanti dell'arredo, ha selezionato un gruppo di punti vendita qualificati con lo scopo di creare una rete di imprenditori metropolitani. Obiettivo: creare nuove opportunità per rilanciare il più importante polo di vendita del mercato dell'arredamento e raccontare la tradizione e le storie sul mondo del design milanese attraverso i suoi protagonisti. L'iniziativa nasce quindi con lo scopo di accrescere la capacità competitiva dei punti vendita aderenti, recuperando l'orgoglio di tornare a essere attori protagonisti nel cambiamento dello scenario distributivo dell'arredo. (e.m.a.)

«Con il talento si vincono le partite, con il lavoro di squadra e l'intelligenza si vincono i campionati», parola del campione di basket Michael Jordan. Una filosofia che Milano Good Design ha fatto propria costruendo la vetrina dell'eccellenza dell'arredo.

**Anzheng, debutto sulle passerelle italiane**

IL COLOSSO FASHION CINESE HA IMPORTANTI PIANI DI SVILUPPO A PARTIRE DA JZ JUZUI, IL MARCHIO DI PUNTA DELLA CASA, UN GRUPPO DI FAMIGLIA QUOTATO A SHANGHAI CON 630 BOUTIQUE NEL CELESTE IMPERO E UN FATTURATO DI 380 MILIONI DI EURO

Marcella Gabbiano



**[ACCESSORI]**



© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Milano