

## bloc notes

### > BURBERRY NEL QUADRILATERO MILANESE

Burberry ha lasciato la sede di via Orobica, gli headquarters all'interno di un'area industriale dove la maison si era insediata da tempo. Nel nuovo quartier generale, nella centralissima via Bigli 2, ora si trovano gli uffici commerciali, le risorse umane e il press office, mentre la showroom è nella filiale parigina del gruppo britannico. Il nuovo numero di telefono dell'ufficio stampa è 02 36 01 24 75.

### > ZUCCHETTI DA DSQUARED2

Valentina Zucchetti è il nuovo communication director di Dsquared2. Zucchetti, ex direttore della comunicazione e pr da Dolce & Gabbana, collabora con Loredana Pina, pr manager per l'Italia, e con Mariangela Monti, international press pr manager. [press@dsquared2.com](mailto:press@dsquared2.com).

### > NUOVI HEADQUARTERS PER MAGGIE

Maggie Jeans ha traslocato in via Tortona 35, all'interno del quartier generale europeo del Gruppo Vogue Velocity Apparel Co., a cui appartiene il marchio. Lo spazio di 350 metri quadri, dal concept innovativo, si sviluppa su tre livelli che comprendono la zona direzionale e la showroom. [www.maggiejeans.com](http://www.maggiejeans.com).

### > DE PIETRI DISTRIBUITA IN ITALIA E ALL'ESTERO

De Pietri, label presentata nel numero 1868 di Fashion, precisa che all'estero la collezione è distribuita da Style Council & Association, di Milano, e dall'agenzia parigina AnaLuizaFashionOffice, mentre Vigevano 41 si occupa della distribuzione in Italia.

Un'immagine della linea De Pietri per l'autunno-inverno 2013/2014



### > RICERCA DI LOCATION CON LO.MAZZARON

Apri a Milano Lo.Mazzaron, agenzia specializzata nella ricerca di location per shooting, sfilate, eventi (privati e aziendali) e temporary showroom. Fondata da Mara Mazzaron, dopo dieci anni di esperienza con Archivio Mazzaron Giommi, lo studio propone 800 location, illustrate da 20mila immagini, avvalendosi della collaborazione di professionisti esperti in tematiche logistiche e burocratiche. [info@lomazzaron.com](mailto:info@lomazzaron.com).

### > RUNAWAYPR TRASFERISCE LA SEDE MILANESE

Runawaypr si trasferisce in via San Maurizio 20, in un palazzo d'epoca nel pieno centro storico di Milano. L'ampia showroom ospita i capi delle collezioni Kocca, Freesoul, Mash, Marithé + François Girbaud e Parajumpers. Il numero di telefono dell'agenzia rimane invariato: 02 84 24 60 53.

Anna Pizzuti, titolare di Runawaypr



### > PZERO TRASLOCA IN VIA MORIMONDO

PZero, la società del Gruppo Pirelli che produce e commercializza calzature e abbigliamento, si è trasferita in via Morimondo 23, in uno spazio di 1.000 metri quadri suddivisi su due livelli. La scelta di questa location rispecchia l'anima industriale del progetto, che ora risiede esattamente dove un tempo sorgeva una storica industria metallurgica di meccanica di precisione, di fronte alla famosa ex fabbrica di ceramiche Richard Ginori. Tutte le divisioni di PZero (ufficio stampa, marketing, area commerciale, customer service, amministrazione, contabilità e direzione generale) sono riunite in uno spazio dove materiali come vetro, cemento e acciaio si combinano alle alte vetrate che si affacciano su piccoli e grandi patii.

## news

### CARACTÈRE

### L'ESTETICA FUTURISTA SECONDO YURI ANCARANI

Si ispira al movimento futurista di Filippo Tommaso Marinetti la nuova visual identity dell'autunno-inverno 2013/2014 di Caractère. Come nell'opera marinettiana, anche nella comunicazione del brand del gruppo Miroglio le parole in libertà diventano immagini, in questo caso secondo l'interpretazione di un regista d'eccezione, Yuri Ancarani, reduce dal recente successo riscosso alla 55esima Biennale di Venezia. L'artista ha realizzato il "film" Caractère immaginando un nuovo logo, che parte dalla tipografia minuscola "graziata" per diventare maiuscola "bastone"; metafora della conquista, da parte della donna contemporanea, di un'attitudine più femminile e forte insieme. Protagoniste due giovani modelle in ascesa, Amra Cerkezovic e Asdrif Baarsma, che si divertono a scomporre e far piroettare le lettere che formano il nome del brand. A firmare la campagna è l'agenzia Ego of Wrg, con Paola Manfrin come art director. **a.t.**



Una delle immagini del nuovo advertising Caractère per il prossimo autunno-inverno

### THERMORE

### RITORNO AL FUTURO

A volte i concetti più attuali arrivano dritti dal passato: una riflessione fatta propria da Thermore, azienda leader nella ricerca, la produzione e lo sviluppo di imbottiture termiche, che per la nuova comunicazione ripropone il claim degli anni Ottanta da cui tutto il suo iter ha avuto inizio, "Cerca dentro, cerca Thermore". Un imperativo forte, che induce ad andare oltre l'esteriorità e a puntare ai contenuti: e di contenuti Thermore ne sa molto, visto che da sempre le sue imbottiture garantiscono un valore aggiunto invisibile ma determinante di comfort e benessere, anche nelle condizioni atmosferiche più estreme. L'ultima linea di prodotti dell'azienda è Thermore Aria, incredibilmente composta per il 98% da aria e quindi ideale per giacche ultralight, easy care e facilmente "impacchettabili". Thermore Aria non dimentica la sostenibilità, essendo fatta di materie prime certificate Oeko-Tex, e può vantare altri plus: anallergicità, elevata traspirabilità e assenza di elementi nocivi (compresi i famigerati PFOA e PFOS). Proprietà che appunto non si vedono, ma che sono fondamentali per chi esige la vera qualità. **a.b.**

### KOCCA

### UNO STILE INTERNAZIONALE

Kocca ha scelto il duo creativo Hunter&Gatti e una top di fama mondiale come Bergje Heinen per la campagna del prossimo autunno-inverno. Il risultato sono scatti dallo stile internazionale e moderno, dove il look Kocca acquista un'allure spontanea, femminile, adatta a una donna dalla sensualità molto raffinata. Anche nel video, realizzato in una location suggestiva come Port Forum di Barcellona, le movenze sinuose della modella e lo styling creato dal make up artist Paco Guarriques valorizzano gli outfit selezionati, sottolineando il gusto urban e romantico della collezione del prossimo inverno. **a.t.**



La top olandese Bergje Heinen, protagonista della campagna Kocca