

Ricavi a +17% per il marchio del bassotto Cresce il retail

CASUALWEAR

Prosegue la crescita di Har-
mont&Blaine: il "marchio del
bassotto", diventato in pochi an-
ni uno dei simboli del casualwe-
ar italiano, ha chiuso i primi 9
mesi con un fatturato di 46,5 mi-
lioni, in crescita del 17% sullo
stesso periodo del 2010. Prose-
gue il processo di internaziona-
lizzazione, con focus su Centro-
Sud America, Russia e Far-Mid-
dle East. Ottimi risultati anche
da vendite e vendite negli out-
let. «Malgrado il difficile conte-
sto economico - ha spiegato
l'amministratore delegato Dome-
nico Menniti (nella foto) - il
2011 è destinato a segnare un in-
cremento del fatturato che do-
vrebbe raggiungere quota 55 mi-
lioni rispetto ai 47 del 2010». De-
cisamente interessanti le per-
formance delle società collega-
te e controllate dalla capogrup-
po e in particolare di H&B Diffu-
sion, la società cui fanno riferi-
mento i punti vendita negli out-
let, che ha incrementato i pro-
pri ricavi da 2,4 milioni a 6,6.

Si intensificano gli investi-
menti del retail: dopo le recen-
ti aperture in agosto e in set-
tembre delle boutique di Nov-
gorod (Russia) e di Hong
Kong, in questi giorni sono pre-
viste le aperture di 3 nuovi pun-
ti vendita: oggi sarà infatti la
volta dell'opening di Ekaterin-
burg in Hermes Plaza, seguito
sabato da Casablanca (Moroc-
co Mall) e lunedì da Malta
(The Point Shopping Mall).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La galleria Fmg rende omaggio alle visioni di Ennio Brion

DESIGN



Si inaugura oggi allo Spazio
Fmg per l'architettura la mostra
«Ennio Brion: committenza
d'autore». La galleria milanese
di Iris Ceramica e FMG Fabbrica
Marmi e Graniti apre così un
nuovo ciclo di rassegne e appun-
tamenti dedicato al ruolo chiave
del committente in architettura.

«La storia dell'architettura è
da sempre segnata dalla presen-
za di committenti importanti,
personaggi capaci di scegliere
oculatamente il loro architetto,
di offrirgli una visione da cui par-
tire, di seguirlo nell'evoluzione
del progetto, contrastandolo
quando necessario e rispettan-
dolo, come si fa con un compa-
gno di viaggi», spiega Luca Mol-
inari, curatore della mostra con
Simona Galateo. Nella galleria
di via Borgognone ci saranno an-
che gli storici televisori Brionve-
ga Algol e Black e la radio TS 502,
disegnati da Marco Zanuso e Ri-
chard Sapper, e i principali pro-
getti di architettura commis-
sionati da Brion, fondatore di Brion-
vega (nella foto qui sopra con Et-
tore Sottsass). Tra questi, il com-
plesso monumentale Brion
(1969-1978) di Carlo Scarpa,
presso il cimitero di San Vito
d'Altivole (Treviso) e lo stabili-
mento Brionvega (1963-1967), di
Caselle d'Asolo (Treviso), pro-
gettato da Marco Zanuso.

Giovedì prossimo alle 18.30 ci
sarà inoltre un incontro aperto
al pubblico con Ennio Brion, Ci-
no Zucchi e Luca Molinari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

sospesi nella vetrina del
ristorante. E non poteva
mancare un libro che narra la
storia di Lamborghini. La linea
di moda di Automobili
Lamborghini nacque nel 1999
per poi ampliare la gamma dei
prodotti e arrivare, nel
settembre 2007, a un debutto in
grande stile durante la
settimana della moda, con il
nome "Collezione Automobili
Lamborghini". Collezione non
si riferisce più solamente ai
capi di abbigliamento, alla
pelletteria e agli accessori ma
include borse da viaggio,
monili, penne stilografiche,
modelli di auto Lamborghini e
altro ancora.

Per entrare a far parte
dell'universo Automobili
Lamborghini, con o senza
propulsore V10 o V12, basta
recarsi presso le boutique
monomarca di Sant'Agata
Bolognese, Los Angeles,
Vancouver, Melbourne,
Berlino, Hong Kong, Chengdu,
Chong Qing, Shantou, Taipei o
negli oltre 120 concessionari
Automobili Lamborghini nel
mondo, oppure si può
comprare online all'indirizzo
www.lamborghinistore.com.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Collezione Lamborghini. Alcune
delle nuovissime borse in carbonio,
disponibili ad esempio nella
versione da viaggio o «postina»

