

Stili e tendenze



INIZIATIVE E SARA' MILANESE

L'irresistibile crescita di Bottega Veneta: +67%

180 milioni per l'acquisto di Cucci e Lanzi
Domenica a Milano

Redazione

La Bottega Veneta di Tommaso Koenig è un marchio che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. Il successo di Bottega Veneta è il risultato di una serie di scelte strategiche che hanno permesso al marchio di affermarsi nel mercato di lusso. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

Il successo di Bottega Veneta è il risultato di una serie di scelte strategiche che hanno permesso al marchio di affermarsi nel mercato di lusso. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

Il successo di Bottega Veneta è il risultato di una serie di scelte strategiche che hanno permesso al marchio di affermarsi nel mercato di lusso. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.



Bottega Veneta. In alto: la boutique di Via Montenapoleone a Milano



Il gruppo triestino è stato acquistato da un fondo americano. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.



Il gruppo triestino è stato acquistato da un fondo americano. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

PRIMA PAGINA

Massimo Rebecchi, 15 negozi in tre anni

La stilista viaggia in elicotto e il controllo della Virginia, che produce a suo marchio

Redazione

Massimo Rebecchi è un designer che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.



Massimo Rebecchi è un designer che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

REPORTAGE (P. 10)

Talento giapponese in passerella

Redazione

Il talento giapponese è sempre più presente nel mondo della moda. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

Il talento giapponese è sempre più presente nel mondo della moda. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

Il talento giapponese è sempre più presente nel mondo della moda. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.



ALTA COSTURA

Saint Andrews ora si dice Santandrea

Il marchio Saint Andrews è un marchio che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

Il marchio Saint Andrews è un marchio che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

Il marchio Saint Andrews è un marchio che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

CONDOTTI PRINCIPALI

Guy Rover, da Vicenza al centro di Tokyo

Redazione

Guy Rover è un designer che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

Guy Rover è un designer che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

Guy Rover è un designer che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.



LA FINE DI UN'ERA

Daniele Dinarco veste Vasco Rossi

Daniele Dinarco è un designer che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

MODA E MUSICA

Daniele Dinarco è un designer che ha saputo intercettare le tendenze del mercato e che ha saputo innovare il design. L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo, ha creato una forte identità di marca e ha saputo intercettare le tendenze del mercato. Il risultato è un marchio che ha saputo innovare il design e che ha saputo intercettare le tendenze del mercato.

