



12.09.2021

Moda: Bologna si candida a Polo del Pronto Made in Italy
Progetto Centergross distretto da 400 brand, ieri sera sfilata

(ANSA) - BOLOGNA, 12 SET - Dopo Roma, Firenze e Milano, un'altra città italiana, Bologna, si candida ad entrare nel fashion system internazionale, in particolare per il Pronto Moda, il settore dell'industria dell'abbigliamento che intercetta novità e tendenze, è in grado di produrle velocemente e di immetterle sul mercato a prezzi accessibili a tutti, garantendo anche continui ricambi settimanali. Un progetto di cui si sta facendo promotore uno dei distretti del Pronto Moda Made in Italy, il Centergross, polo economico con sede a Funo di Argelato, alle porte della città, 683 aziende (di cui 400 brand), 6000 addetti all'interno, un volume di affari di 5 miliardi di euro, 50% in esportazione (dati pre-pandemia). "Roma, Firenze e Milano sono da sempre l'immagine della Moda italiana, bravissime e importantissime - ha detto Piero Scandellari, presidente di Centergross che ieri sera ha riorganizzato l'evento, nato nel 2019, tra moda e spettacolo sulla Scalinata del Pincio - Ma in Italia esiste anche un'altra eccellenza, quella del Pronto Moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato: non siamo l'unica realtà italiana, ma pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio anche a livello internazionale". Obiettivo, quindi, inserire il capoluogo dell'Emilia-Romagna nel sistema Moda Italia, diventando vetrina, oltre che sede di produzione e commercio, del Pronto, come Firenze e Roma lo sono state per l'Alta Moda e Milano per le collezioni delle grandi griffe. "Sono molto felice che le istituzioni siano al nostro fianco - ha aggiunto Scandellari - Portare Bologna nel villaggio globale del fashion significa creare indotto, richiamare più turisti, potenziare l'immagine della nostra città e contemporaneamente di tutto il Paese". (ANSA).

AA-NES/ - 2021-09-12 10:37

S0B QBXB





Policinema TV · 🔔

13 set · 🌐



WINTER MELODY: DAGLI SCALINI DEL PINCIO DI BOLOGNA SFILA L'ALTA MODA



abbiamo acquisito nel nostro gruppo. È una serata he si



Bologna indossa l'abito da sera

Al Pincio la prima sfilata italiana di moda

Winter Melody, che riunisce alcuni brand del Centergross, anticipa anche Milano. L'evento questo sabato, alle 20.30

«Vogliamo fare di Bologna il polo del pronto moda made in Italy - afferma il presidente di Centergross, **Piero Scandellari** -. L'idea è quella di inserire la nostra città nelle tappe del calendario della moda italiana e mondiale insieme a Milano, Firenze e Roma». A settembre torna la moda sulle passerelle di tutto il mondo, ma sarà Bologna ad aprire le danze, nel vero senso della parola. Tacchi a spillo e nuances vivaci sullo sfondo della suggestiva scalinata del Pincio. La prima sfilata italiana d'autunno, accompagnata da spettacolari coreografie di danza a cura di **Alex Leardini**. Sabato sera, sotto la direzione artistica di **Roberto Corbelli**, le nuove proposte di quindici brand sfileranno per *Winter Melody*, l'evento di presentazione che Centergross mette in scena per mostrare in anteprima le collezioni autunno-inverno. «Si tratta di un crescendo cominciato dalla prima edizione del nostro evento sulla scalinata del Pincio, tre anni fa. La moda fa parte del Dna bolognese e portare Bologna al centro del villaggio globale del fashion significa anche portare lavoro alle nostre attività e creare opportunità per i nostri giovani oltre che, ovviamente, portare nel mondo l'immagine di una Bologna che si impone tra le capitali del made in Italy».

L'evento sarà trasmesso per il pubblico del web anche in streaming, a partire dalle 20.30, sul sito di QN-Quotidiano Nazionale e sui canali Instagram, Facebook e YouTube di Centergross. «Grazie ad iniziative come questa, torna anche la volontà di mettersi in gioco - conti-

na Scandellari -. La collettiva di brand rispecchia la formula vincente della nostra 'città del commercio', che risiede tutta nella forza del gruppo. Genialità e creatività che ogni giorno, da oltre 40 anni, le nostre aziende esprimono. Oggi guardiamo al futuro con grande fiducia e strategia, abbiamo un nuovo gruppo di lavoro carico di idee per raggiungere ogni angolo del pianeta».

Tra gli outfit protagonisti della serata, le stampe animalier di **Adriano Angella**, il plissé di **Angela Davis**, la donna curvy vestita da **Dejavu-Order** e **Sophia**, il mix di epoche e colori di **Xagon Man**, il denim di **Tela N°**. **Take-shy Kurosawa**, invece, porterà sulla passerella abiti dai preziosi tessuti, mentre **Susy Mix** farà del colore e della versatilità i suoi punti di forza. E ancora, dall'eleganza e la qualità delle materie prime di **Souvenir Clubbing**, alla modernità del brand **Le Streghe**, passando per il glam rock firmato **King Kong Fashion** e le linee morbide e pulite di **Hamaki-Ho Milano**. Non da ultimo, il ritorno agli anni '90 di **Kikisix**.

«C'è bisogno di tornare in presenza e ritrovarsi - aggiunge **Giorgia Boldrini**, direttrice del settore Cultura e creatività del Comune di Bologna, alla presentazione di *Winter Melody* -. La sfilata si inserisce all'interno del cartellone di *Bologna Estate*. Anche in questo caso, pubblico e privato hanno lavorato insieme per riqualificare e valorizzare il territorio, promuovendo eventi all'insegna del divertimento, della cultura e della sicurezza».

Amalia Apicella

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sopra: la presentazione della sfilata e il presidente del Centergross Bologna, Piero Scandellari. Sotto: una delle passate edizioni

PIACERI DA VEDERE

Quando l'abito rende liberi

A Carpi, territorio vocato all'imprenditoria della moda, una mostra allestita ai **Musei di Palazzo dei Pio** riflette sul potere rivoluzionario di alcuni capi d'abbigliamento diventati iconici.

di Antonella Matarrese

Nel titolo, *Habitus. Indossare la libertà* c'è già tutto il progetto teorico della mostra allestita ai Musei di Palazzo dei Pio di Carpi (fino al 6 marzo) e curata da Manuela Rossi, Alberto Caselli Manzini e Luca Panaro. Spiega Manuela Rossi, che è anche direttrice dei Musei, in uno dei corposi testi che arricchiscono il catalogo: «La nostra esposizione indaga i momenti in cui nella storia della moda il sistema definito da Pierre Bourdieu, l'*habitus*, è stato superato, destabilizzato e innovato dall'invenzione di capi che hanno portato un seme di ribellione e di libertà fino ad allora inconcepibile».

Di questi capi ne sono stati individuati una dozzina, dall'anticorpetto al reggiseno, dal pantalone alla minigonna, passando per il bikini e i jeans: ogni epoca potrebbe essere rappresentata dal punto di vista dell'evoluzione socio-culturale da un indumento. Perché alla fine la funzione di un abito è proprio quella di creare modelli in grado di dettare comportamenti nuovi e anticipare cambiamenti, segnando una cesura con il passato e con la tradizione in vista di nuove dimensioni di libertà. ■

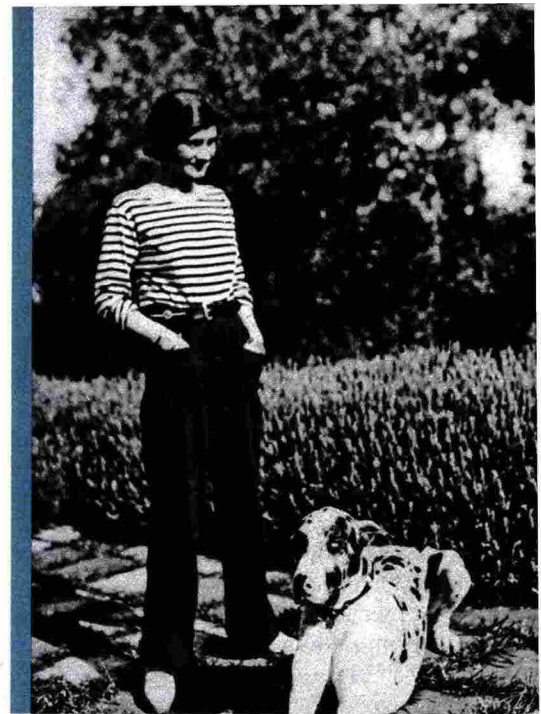
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il corpo liberato da ogni restrizione

Il reggiseno, come oggi lo conosciamo, ha origine nel 1922, quando Ida Rosenthal, cucitrice presso il piccolo negozio newyorchese Enid Frock, rese la fascia conformata che aveva sostituito il corsetto più elastica e maggiormente aderente alla forma del seno di ogni donna. A destra, la modella Twiggy con la prima minigonna, negli anni Sessanta.

Let's go water skiing è il titolo della foto del bikini che quest'anno compie 75 anni. In Italia negli anni Cinquanta fu vietato sulle spiagge.



GETTY IMAGES (3)

086557



Donne dalla ribellione all'emancipazione

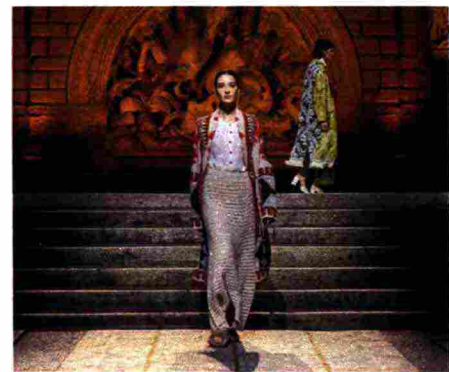
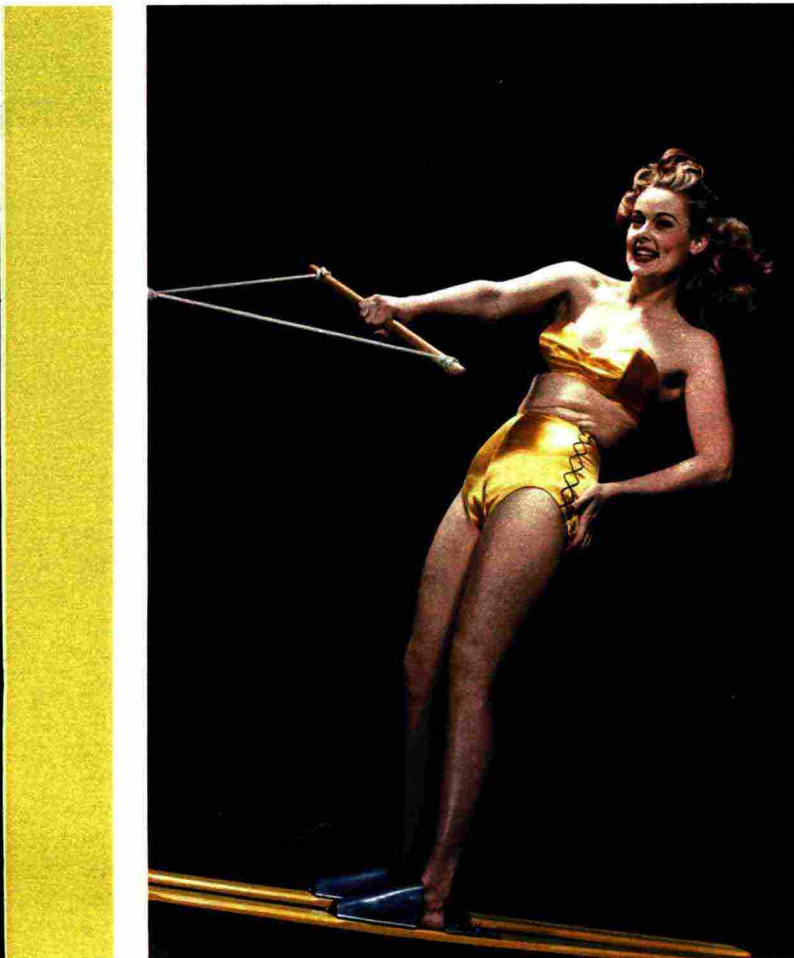
Da sinistra, Gabrielle Chanel in Costa Azzurra con il suo cane, intorno agli anni Trenta. Di fianco, un trio di mondine posa in un canale nelle valli carpigiane. La foto è stata scattata tra il 1947-48 e appartiene al Fondo Gasparini. In pantaloni lunghi o in short, le donne lavoratrici rivendicano il proprio ruolo.



LA POTENZA DEL COLORE NELLA STORIA

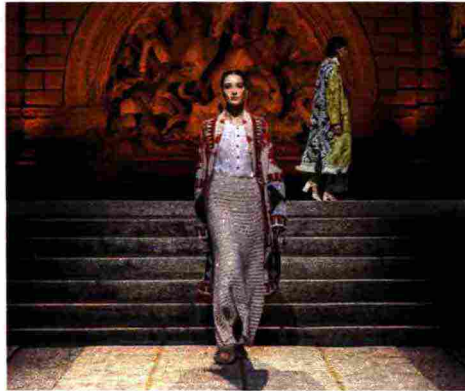
La maglia rosa, le Brigate rosse, le tute blu, i gilet gialli, il Telefono azzurro.

E ancora i colletti bianchi, la zona rossa, la green economy. *Sociocromie. 100 anni in 25 colori* è la mostra che racconta come i colori abbiano connotato movimenti, situazioni, categorie lavorative, eventi politici avvenuti nell'ambito del XX secolo e l'inizio del XXI. Allestita al Museo nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano fino al 14 novembre, a cura dell'architetto e designer Giulio Ceppi, *Sociocromie* diventa una lettura del reale attraverso 25 binomi che mettono in relazione una tinta e un fenomeno che prende consistenza proprio grazie al colore.



A BOLOGNA, SFILA LA MODA PRONTA ITALIANA

Centergross, polo di moda bolognese nato 44 anni fa, un milione di metri quadri di superficie, 5 miliardi di euro il volume di affari annuo, 6 mila gli addetti diretti (cui si aggiunge l'indotto), 680 attività commerciali - di cui oltre 400 sono brand - ha organizzato una sfilata sulla Scalinata del Pincio, a Bologna. «Roma, Firenze e Milano sono da sempre l'immagine della moda italiana» ha detto Piero Scandellari, presidente di **Centergross**. «Ma in Italia esiste anche un'altra eccellenza, quella del Pronto moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato. Pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio a livello internazionale».



A BOLOGNA, SFILA LA MODA PRONTA ITALIANA

Centergross, polo di moda bolognese nato 44 anni fa, un milione di metri quadri di superficie, 5 miliardi di euro il volume di affari annuo, 6 mila gli addetti diretti (cui si aggiunge l'indotto), 680 attività commerciali - di cui oltre 400 sono brand - ha organizzato una sfilata sulla Scalinata del Pincio, a Bologna. «Roma, Firenze e Milano sono da sempre l'immagine della moda italiana» ha detto Piero Scandellari, presidente di **Centergross**. «Ma in Italia esiste anche un'altra eccellenza, quella del Pronto moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato. Pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio a livello internazionale».

29 settembre 2021 | Panorama 87





ABBONATI SUBITO

HOME **LIVESTAGE** BACKSTAGE FINANZA ENGLISH SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS COLLEZIONI
TV MODA

Quindici marchi del «pronto» sfilano a Bologna

Raddoppia il numero di brand all'edizione 2021 di Winter melody, organizzata da **Centergross** e in scena sabato sulla Scalinata del Pincio. E intanto all'hub bolognese del fashion sono tornati i buyer esteri

di **Andrea Guolo (Bologna)**

07/09/2021

Home » Livestage » Quindici marchi del «pronto» sfilano a Bologna

Condividi: [f](#) [t](#) [G+](#) [in](#) [e](#) [b](#)



Un momento della sfilata Summer In Italy di Centergross a Palazzo Re Enzo a Bologna

Quindici brand sfileranno sabato sera a Bologna in occasione di **Winter melody**, l'evento organizzato da **Centergross** che aprirà la stagione dei défilé con un focus specifico su quella che è l'attività di riferimento nel polo bolognese da seimila addetti e 5 miliardi di euro l'anno: il pronto

moda italiano. La risposta dei gruppi specializzati presenti a **Centergross** è stata superiore alle attese, considerando che l'edizione 2020 ne aveva visti sfilare meno della metà (7 marchi), e confermano un trend in netta crescita per l'evento che si terrà nella scenografica Scalinata del Pincio, a due passi dalla stazione centrale della città.

Tanto da spingere **Pietro Scandellari**, presidente di **Centergross Bologna**, a prospettare scenari ambiziosi per il futuro. «Il nostro progetto strategico ha come obiettivo quello di fare di Bologna il polo del pronto moda Made in Italy, inserendo stabilmente la nostra città nel sistema moda italiano assieme a Milano, Roma e Firenze», ha dichiarato il numero uno della società con sede a Funo di Argelato (Bologna). I brand che partecipano all'evento sono **Adriano Langella**, **Angela Davis**, **Dejavu over**, **Hamaki-Ho**, **Kikisix**, **King kong**, **Le streghe**, **Loft1**, **Souvenir**, **Sophia curvy**, **Susy mix**, **Susy star**, **Takeshy Kurosawa**, **Tela-N**, **Xagon man**.

Nel frattempo, la



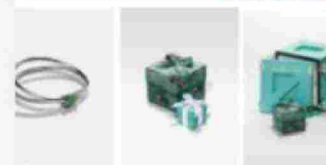
Un momento della sfilata Summer In Italy di Centergross a Palazzo Re Enzo a Bologna

ACQUISTA
L'ULTIMO NUMERO

COLLEZIONI

LIVESTAGE

07/09/2021



TIFFANY COLLABORA CON L'ARTISTA DANIEL ARSHAM

07/09/2021



DIESEL, UN OMAGGIO A GENOVA CON IL JEANS PIÙ ANTIC...

07/09/2021



SELETTI, CO-LAB CON TOILETPAPER PER L'INTERIOR

07/09/2021



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

predisposizione dei buyer all'acquisto di capi d'abbigliamento a prezzo democratico e a forte rotazione in vetrina sta rilanciando le vendite delle 400 aziende specializzate nel «pronto» e presenti a [Centergross](#) con un ritorno in atto anche da parte dei compratori esteri. «Sono tornati i tedeschi e i buyer delle nazioni confinanti», ha spiegato Scandellari a *MFF*, mentre per quanto riguarda i compratori dell'est Europa, che prima della pandemia rappresentavano oltre il 30% delle presenze totali, c'è ancora il freno del green pass e delle limitazioni interne ai loro Paesi. «Prima del 2023 non sarà possibile tornare ai numeri pre-covid, ma già il prossimo anno ci sarà un bel recupero», ha concluso Scandellari. (riproduzione riservata)

[LISTA NEWS](#)

MF ONLINE

Quindici marchi del «pronto» sfilano a Bologna

Raddoppia il numero di brand all'edizione 2021 di Winter melody, organizzata da Centergross e in scena sabato sulla Scalinata del Pincio. E intanto all'hub bolognese del fashion sono tornati i buyer esteri

di Andrea Guolo (Bologna)

07/09/2021 14:26

Quindici brand sfileranno sabato sera a Bologna in occasione di **Winter melody**, l'evento organizzato da **Centergross** che aprirà la stagione dei défilé con un focus specifico su quella che è l'attività di riferimento nel polo bolognese da seimila addetti e 5 miliardi di euro l'anno: il pronto moda italiano. La risposta dei gruppi specializzati presenti a Centergross è stata superiore alle attese, considerando che l'edizione 2020 ne aveva visti sfilare meno della metà (7 marchi), e confermano un trend in netta crescita per l'evento che si terrà nella scenografica Scalinata del Pincio, a due passi dalla stazione centrale della città.

Tanto da spingere **Pietro Scandellari**, presidente di **Centergross Bologna**, a prospettare scenari ambiziosi per il futuro. «Il nostro progetto strategico ha come obiettivo quello di fare di Bologna il polo del pronto moda Made in Italy, inserendo stabilmente la nostra città nel sistema moda italiano assieme a Milano, Roma e Firenze», ha dichiarato il numero uno della società con sede a Funo di Argelato (Bologna). I brand che partecipano all'evento sono **Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu over, Hamaki-Ho, Kikisix, King kong, Le streghe, Loft1, Souvenir, Sophia curvy, Susy mix, Susy star, Takeshy Kurosawa, Tela-N, Xagon man**.



Un momento della sfilata Summer in Italy di Centergross a Palazzo Re Enzo a Bologna

Nel frattempo, la predisposizione dei buyer all'acquisto di capi d'abbigliamento a prezzo democratico e a forte rotazione in vetrina sta rilanciando le vendite delle 400 aziende specializzate nel «pronto» e presenti a Centergross, con un ritorno in atto anche da parte dei compratori esteri. «Sono tornati i

tedeschi e i buyer delle nazioni confinanti», ha spiegato Scandellari a *MFF*, mentre per quanto riguarda i compratori dell'est Europa, che prima della pandemia rappresentavano oltre il 30% delle presenze totali, c'è ancora il freno del green pass e delle limitazioni interne ai loro Paesi. «Prima del 2023 non sarà possibile tornare ai numeri pre-covid, ma già il prossimo anno ci sarà un bel recupero», ha concluso Scandellari. (riproduzione riservata)



Home > Fashion > A Bologna sfila il Made in Italy di Centergross

Italian

I PIÙ LETTI DEL MESE



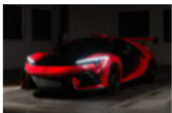
FV Frangivento, la Sorpasso GT3 portavoce del Made in Italy



Expo 2020 Dubai, il padiglione italiano è già premiato

Italian

I PIÙ LETTI DEL MESE



FV Frangivento, la Sorpasso GT3 portavoce del Made in Italy



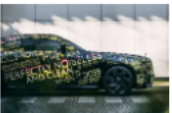
Expo 2020 Dubai, il padiglione italiano è già premiato



Tankoa T760 Apache stupisce con la piscina sospesa



E' arrivato il Riva 68' Diabie, diabolicamente elegante e sportivo



Rolls-Royce, la prima elettrica ha un nome da film: "Spectre"



MonteNapoleone District: Torna La Vendemmia in MonteNapoleone



PFW: Valentino lancia la Primavera Estate 22 per le strade di Parigi



Pershing 8x, lusso e alte prestazioni per il nuovo yacht



A Bologna sfila il Made in Italy di Centergross

per Redazione | 8 Settembre 2021

Una spettacolare coreografia tra musica, danza e storia, bagaglio imprescindibile per un'Italia che guarda avanti con fiducia e ottimismo. È **Winter Melody**, la prima sfilata italiana dell'autunno, che anticipa pure quelle di Milano, e riunisce alcuni dei brand del **Centergross di Bologna**, il più grande polo del Pronto Moda Made in Italy, oltre 400 marchi del fashion nazionale, 1 milione di metri quadri di superficie, 5 miliardi di euro il volume di affari annuo di cui 3,5 relativo alla moda e 60% riferito all'export.

Lo show fisico andrà in scena alle 20:30 di sabato 11 settembre e verrà trasmesso in diretta sui canali social di Centergross, che conferma il successo del format lanciato 3 anni fa con l'obiettivo "di fare di Bologna il polo del pronto moda Made in Italy, inserendo stabilmente la città nel sistema moda italiano insieme a Milano, Roma e Firenze", dice **Piero Scandellari, presidente Centergross Bologna**.

Un'occasione per dimostrare con le proposte presentate che, dopo questa lunga parentesi, si può cogliere l'essenza e i veri valori della vita, anche nella scelta del look, e dare impulso alla ripresa. Capi e accessori che possono **scendere dalle passerelle e confondersi nella quotidianità**, senza perdere originalità e fantasia: anzi la personalità di ciascuno li renderà unici e particolari.

Tutto questo emerge dai **15 brand** che si susseguiranno sulla scalinata per presentare le loro collezioni autunno/inverno 2021-22: Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu Over, Hamaki-Ho, Kikisix, King Kong, Le streghe, Loft1, Susy Mix, Susy Star, Sophia Curvy, Souvenir, Takeshy Kurosawa, Tela-N, Xagon Man.

"Sono molto felice che le Istituzioni siano al nostro fianco, perché la moda fa parte del Dna bolognese e riportare Bologna al centro del villaggio globale del fashion significa creare un indotto importante per diversi comparti del territorio, da quello industriale per arrivare al turismo. Questo, tradotto in termini pratici, significa portare lavoro alle nostre attività e creare opportunità per i nostri giovani oltre che, ovviamente, portare nel mondo l'immagine di una Bologna che si impone tra le capitali indiscusse del Made in Italy", aggiunge Scandellari.

[Facebook](#) [Twitter](#) [Pinterest](#) [LinkedIn](#) [WhatsApp](#)

BOLOGNA CENTERGROSS FASHION LUXURY MADE IN ITALY MODA WINTER MELODY

Al Pincio la prima sfilata italiana di moda

Winter Melody, che riunisce alcuni brand del **Centergross**, anticipa anche Milano. L'evento questo sabato, alle 20.30

«**Vogliamo** fare di Bologna il polo del pronto moda made in Italy – afferma il presidente di Centergross, **Piero Scandellari** –. L'idea è quella di inserire la nostra città nelle tappe del calendario della moda italiana e mondiale insieme a Milano, Firenze e Roma». A settembre torna la moda sulle passerelle di tutto il mondo, ma sarà Bologna ad aprire le danze, nel vero senso della parola. Tacchi a spillo e nuances vivaci sullo sfondo della suggestiva scalinata del Pincio. La prima sfilata italiana d'autunno, accompagnata da spettacolari coreografie di danza a cura di Alex Leardini. Sabato sera, sotto la direzione artistica di **Roberto Corbelli**, le nuove proposte di quindici brand sfileranno per *Winter Melody*, l'evento di presentazione che **Centergross** mette in scena per mostrare in anteprima le collezioni autunno-inverno. «Si tratta di un crescendo cominciato dalla prima edizione del nostro evento sulla scalinata del Pincio, tre anni fa. La moda fa parte del Dna bolognese e portare Bologna al centro del villaggio globale del fashion significa anche portare lavoro alle nostre attività e creare opportunità per i nostri giovani oltre che, ovviamente, portare nel mondo l'immagine di una Bologna che si impone tra le capitali del made in Italy».

L'evento sarà trasmesso per il pubblico del web anche in streaming, a partire dalle 20,30, sul sito di QN-Quotidiano Nazionale e sui canali Instagram, Facebook e YouTube di **Centergross**. «Grazie ad iniziative come questa, torna anche la volontà di mettersi in gioco – continua Scandellari –. La collettiva di brand rispecchia la formula vincente della nostra 'città del commercio', che risiede tutta nella forza del gruppo. Genialità e creatività che ogni giorno, da

oltre 40 anni, le nostre aziende esprimono. Oggi guardiamo al futuro con grande fiducia e strategia, abbiamo un nuovo gruppo di lavoro carico di idee per raggiungere ogni angolo del pianeta».

Tra gli outfit protagonisti della serata, le stampe animalier di **Adriano Angella**, il plissé di **Angela Davis**, la donna curvy vestita da **Dejavu-Order** e **Sophia**, il mix di epoche e colori di **Xagon Man**, il denim di **Tela N°**. **Take-shy Kurosawa**, invece, porterà sulla passerella abiti dai preziosi tessuti, mentre **Susy Mix** farà del colore e della versatilità i suoi punti di forza. E ancora, dall'eleganza e la qualità delle materie prime di **Souvenir Clubbing**, alla modernità del brand **Le Streghe**, passando per il glam rock firmato **King Kong Fashion** e le linee morbide e pulite di **Hamaki-Ho Milano**. Non da ultimo, il ritorno agli anni '90 di **Kikisix**.

«C'è bisogno di tornare in presenza e ritrovarsi – aggiunge Giorgia Boldrini, direttrice del settore Cultura e creatività del Comune di Bologna, alla presentazione di *Winter Melody* –. La sfilata si inserisce all'interno del cartellone di *Bologna Estate*. Anche in questo caso, pubblico e privato hanno lavorato insieme per riqualificare e valorizzare il territorio, promuovendo eventi all'insegna del divertimento, della cultura e della sicurezza».

Amalia Apicella

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Sopra: la presentazione della sfilata e il presidente del Centergross Bologna, Piero Scandellari. Sotto: una delle passate edizioni

NAPOLI AVELLINO BENEVENTO SALERNO CASERTA CALABRIA

HOME SOCIETÀ PRIMO PIANO ECONOMIA CULTURA SPETTACOLI SPORT TECNOLOGIA ALTRE SEZIONI

PERSONE MODA GOSSIP PIACERI

Il programma Data for Good di Facebook aiuta i ricercatori UE a prevedere la diffusione del COVID-19. Facebook sostiene la ricerca.

Moda, Bologna si candida a polo del pronto Made in Italy

SOCIETÀ > MODA

Lunedì 13 Settembre 2021



La città si **Bologna** si candida a poli del pronto Made in Italy, dopo Roma, Firenze e Milano per entrare nel fashion system internazionale, in particolare per il Pronto Moda, il settore dell'industria dell'abbigliamento che intercetta novità e tendenze, è in grado di produrle velocemente e di immetterle sul mercato a **prezzi accessibili** a tutti, garantendo anche continui ricambi settimanali.

APPROFONDIMENTI



100 ANNI
 Maneskin star di Gucci Aria, gli scatti hot tra piume e trasparenze



I DATI
 Beauty, come le aziende hanno reagito alla pandemia: investimenti su

Un progetto di cui si sta facendo promotore uno dei distretti del Pronto Moda Made in Italy, il **Centergross**, polo economico con sede a Fano di Argelato, alle porte della città, 683 aziende (di cui 400 brand), 6000 addetti all'interno, un volume di affari di 5 miliardi di euro, 50% in esportazione (dati pre-pandemia).

«Roma, Firenze e Milano sono da sempre l'immagine della Moda italiana, bravissime e importantissime - ha detto Piero Scandellari, presidente di **Centergross** che ieri sera ha riorganizzato l'evento, nato nel 2019, tra moda e spettacolo sulla Scalinata del Pincio - Ma in Italia esiste anche **un'altra eccellenza**, quella del Pronto Moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato: non siamo l'unica realtà italiana, ma pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio anche a livello internazionale».



Per l'azienda tedesca Mami Poppins, fino a metà dei ricavi è frutto di pubblicità personalizzate su Facebook.

Facebook aiuta nella ricerca dei nuovi clienti.

SCOPRI DI PIÙ

FACEBOOK

DALLA STESSA SEZIONE



Maneskin star di Gucci Aria, gli scatti hot tra piume e trasparenze



Chiara Ferragni lancia il body-muta sgambatissimo, il prezzo è da capogiro. Fan increduli: «A cosa serve?»

di E.C.



Viaggi, Blue Air lancia la campagna Blue is the New Black: sconti per i passeggeri che si vestono di blue



Stivali per l'inverno 2021, i modelli che faranno tendenza: dai tacchi kitten ai pop-punk, la top tre di Stylight

[Beauty, come le aziende hanno reagito alla pandemia: investimenti su e-commerce e negozi per ripartire](#)

Obiettivo, quindi, inserire il capoluogo dell'Emilia-Romagna nel sistema Moda Italia, diventando vetrina, oltre che sede di produzione e commercio, del Pronto, come Firenze e Roma lo sono state per l'Alta Moda e Milano per le collezioni delle grandi griffe. «Sono molto felice che le istituzioni siano al nostro fianco - ha aggiunto Scandellari - Portare Bologna nel villaggio globale del fashion significa creare indotto, richiamare più turisti, potenziare l'immagine della nostra città e contemporaneamente di tutto il Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

POTREBBE INTERESSARTI



Il gioco Vintage "da giocare". Nessuna installazione.

[Registrati ora](#)

Forge Of Empires



Anna Tatangelo, la prima foto col fidanzato Livio. Poi un gesto del ragazzo la fa infuriare

di Costanza Ignazzi



Torna #CapriFashionRooms, in vetrina le collezioni dei giovani stilisti

di Anna Maria Boniello

Ann.

Spugne per Viso e Corpo
Prodotti di Alta Qualità Made in Italy, Ipoallergenici e Cruelty Free.

MartiniSPA

[Compra ora](#)



«Pino Daniele: è sempre Plebiscito», domenica 19 settembre il grande show del Mattino



Mannarino quinto: «Io tribale e digitale»

VIDEO PIU VISTO



Jennifer Lopez snobba Serena Rossi all'arrivo di Ben Affleck: «Mi vergogno...»

[f](#) [t](#) [r](#)

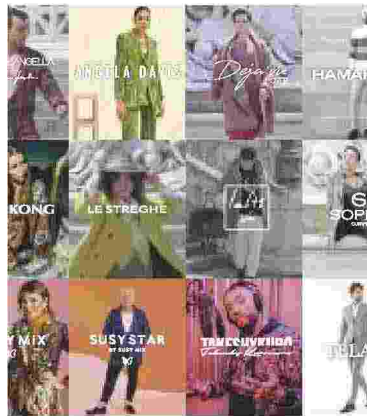
Ann.

L'EVENTO

'Winter Melody' al Pincio La prima sfilata apre la stagione tra musica e danza

Grande attesa per la prima sfilata italiana d'autunno. Sabato sera, sulla suggestiva scalinata del Pincio, le nuove collezioni autunno-inverno si alterneranno a spettacolari coreografie di danza. È 'Winter Melody', l'evento di presentazione che **Centergross** mette in scena per presentare in anteprima le nuove proposte di quindici brand: Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu Over, Hamaki-Ho, Kikisix, King Kong, Le streghe, Loft1, Susy Mix, Susy Star, Sophia Curvy, Souvenir, Takeshy Kurosawa, Tela-N, Xagon Man. L'evento sarà trasmesso a partire dalle 20,30 sul sito di **QN-Quotidiano Nazionale** e sui canali Instagram, Facebook e YouTube di **Centergross**.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA NOVITÀ



Bologna si candida a diventare il centro del Pronto Moda

Per il Pronto Moda Bologna si candida a diventare regina

BOLOGNA. C'è una regione pronta a entrare a pieno titolo nel mondo patinato delle sfilate, c'è il suo capoluogo che si candida a esserne epicentro. A candidarsi a un ruolo di primo piano è Bologna, pronta a ospitare le passerelle del fashion system internazionale, in particolare per il settore del Pronto Moda, quella fascia dell'industria dell'abbigliamento che propone novità e tendenze, ma alla portata di tutti i por-

tafoli, facendo dell'immediatezza la propria caratteristica: produzione rapida, così come la distribuzione, tanto da garantire il rinnovo dell'offerta in vetrina a ritmo settimanale.

A farsi interprete di questa nuova idea, che è un'esigenza, è il **Centergross**, polo economico con sede a Fano di Argelato, alle porte della città: 683 aziende (di cui 400 brand), 6.000 addetti, un volume d'affari di 5 mi-

liardi di euro, per la metà dedicati all'esportazione, il tutto prima che il covid imponesse la frenata.

Il presidente di **Centergross**, Piero Scandellari, a margine dell'evento romano, nato nel 2019, tra moda e spettacolo sulla Scalinata del Pincio – ha appunto svelato che «in Italia esiste anche un'altra eccellenza, quella del Pronto Moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato: non siamo l'unica realtà italiana, ma pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio anche a livello internazionale».

E mentre già si immagina la passerella fashion all'ombra delle due torri, ovvero ai giardini Margherita, oppure in Fiera, l'obiettivo ormai è svelato: inserire il capoluogo regionale nel sistema Moda Italia, diventando vetrina, oltre che sede di produzione e commercio del Pronto Moda.

«Sono molto felice che le istituzioni siano al nostro fianco – ha aggiunto Scandellari –. Portare Bologna nel villaggio globale del fashion significa creare indotto, richiamare più turisti, potenziare l'immagine della nostra città e contemporaneamente di tutto il Paese».



LA NOVITÀ



Bologna si candida a diventare il centro del Pronto Moda

Per il Pronto Moda Bologna si candida a diventare regina

BOLOGNA. C'è una regione pronta a entrare a pieno titolo nel mondo patinato delle sfilate, c'è il suo capoluogo che si candida a esserne epicentro. A candidarsi a un ruolo di primo piano è Bologna, pronta a ospitare le passerelle del fashion system internazionale, in particolare per il settore del Pronto Moda, quella fascia dell'industria dell'abbigliamento che propone novità e tendenze, ma alla portata di tutti i por-

tafoli, facendo dell'immediatezza la propria caratteristica: produzione rapida, così come la distribuzione, tanto da garantire il rinnovo dell'offerta in vetrina a ritmo settimanale.

A farsi interprete di questa nuova idea, che è un'esigenza, è il **Centergross**, polo economico con sede a Fano di Argelato, alle porte della città: 683 aziende (di cui 400 brand), 6.000 addetti, un volume d'affari di 5 mi-

liardi di euro, per la metà dedicati all'esportazione, il tutto prima che il covid imponesse la frenata.

Il presidente di **Centergross**, Piero Scandellari, a margine dell'evento romano, nato nel 2019, tra moda e spettacolo sulla Scalinata del Pincio – ha appunto svelato che «in Italia esiste anche un'altra eccellenza, quella del Pronto Moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato: non siamo l'unica realtà italiana, ma pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio anche a livello internazionale».

E mentre già si immagina la passerella fashion all'ombra delle due torri, ovvero ai giardini Margherita, oppure in Fiera, l'obiettivo ormai è svelato: inserire il capoluogo regionale nel sistema Moda Italia, diventando vetrina, oltre che sede di produzione e commercio del Pronto Moda.

«Sono molto felice che le istituzioni siano al nostro fianco – ha aggiunto Scandellari –. Portare Bologna nel villaggio globale del fashion significa creare indotto, richiamare più turisti, potenziare l'immagine della nostra città e contemporaneamente di tutto il Paese».





SUCCESSO PER LA SFILATA DEL CENTERGROSS: «RIPARTIAMO DA QUI»

LA MODA ILLUMINA IL PINCIO

Servizio a pagina 7

Sfilata al Pincio, Bologna brilla nel Pronto moda

Quindici marchi sulla passerella dell'evento organizzato dal **Centergross**. Il presidente Scandellari: «Da qui può partire il rilancio del settore»

Bologna brilla nella vetrina del Pronto moda andata in scena sabato sera sulla scalinata del Pincio, con la sfilata e l'evento organizzato dal **Centergross**: Winter Melody. Una passerella per una quindicina di marchi con le tendenze per l'autunno-inverno che candidano la città ad entrare nel fashion system internazionale, in particolare per il pronto moda, il settore dell'industria dell'abbigliamento che intercetta novità e tendenze, ed è in grado di produrle velocemente e di immetterle sul mercato a prezzi accessibili a tutti. Un progetto di cui si sta facendo promotore uno dei distretti del pronto moda Made in Italy come il **Centergross**, il polo economico con sede a Fano di Arzelato: 683 azien-

de (di cui 400 brand), 6000 addetti all'interno, un volume di affari di 5 miliardi di euro, 50% in esportazione (dati pre-pandemia).

«**Roma**, Firenze e Milano sono da sempre l'immagine della moda italiana, bravissime e importantissime - ha detto Piero Scandellari, presidente di Centergross che sabato sera ha riorganizzato l'evento, nato nel 2019, tra moda e spettacolo sulla scalinata del Pincio -. Ma in Italia esiste anche un'altra eccellenza, quella del Pronto moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato. Pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio anche a level-

lo internazionale».

L'obiettivo è inserire il capoluogo dell'Emilia-Romagna nel sistema Moda Italia, diventando vetrina, oltre che sede di produzione e commercio, del Pronto, come Firenze e Roma lo sono state per l'Alta Moda e Milano per le collezioni delle grandi griffe. «Sono molto felice che le istituzioni siano al nostro fianco - ha aggiunto Scandellari -. Portare Bologna nel villaggio globale del fashion significa creare indotto, richiamare più turisti, potenziare l'immagine della nostra città e contemporaneamente di tutto il Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



La sfilata di moda sulla scalinata del Pincio. A destra, Piero Scandellari



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

L'incanto e la seduzione che riaccendono la voglia di ripresa, il suono di un sassofono, la danza di alcuni ballerini e un video che racconta una Bologna quasi inedita, dove già negli anni '40 si organizzavano sfilate e la città si avviava a diventare capitale del Pronto Moda. Ha illuminato Bologna di arte, musica e fashion l'evento di sabato 11 settembre 2021 sulla Scalinata del Pincio, dove Centergross, colosso del Pronto Moda Made in Italy, ha allestito una sfilata con quindici marchi. Lo spettacolo di moda, che si ripete dal 2019, quest'anno si è rivestito di un fascino tutto speciale. Non solo è stato uno dei primi grandi eventi in presenza in Italia nel settore, ma si è anche svolto in concomitanza con le sfilate di settembre di New York e in anticipo su quelle di Londra e pure della settimana della moda di Milano (21-27 settembre). A Bologna per le collezioni Made in Centergross sono arrivati buyers e giornalisti da tutta Italia. Numerosi anche gli invitati e gli ospiti istituzionali nella platea allestita ai piedi della scalinata. Sul palco anche Piero Scandellari, presidente di Centergross. Al The Manzoni di Milano, in occasione della Milano Fashion Week, è stato organizzato un party speciale a cura di Dominanza Digitale, dal titolo "Digital Performance". Dominanza Digitale si occupa di incremento di fatturato mediante la digitalizzazione delle aziende-pmi, liberi professionisti, corporate. Smart e giovani, i soci Mattia Cozzetto CEO di Dominanza Digitale, Francesco Cozzetto, Alessandro Nicoletti, Matteo Zoccoletti e Jacopo Nicoletti, sono noti per aver sviluppato il metodo Dominanza che permette tramite il digitale di aumentare i volumi di guadagno di ogni cliente.



il Resto del Carlino BOLOGNA

BOLLETTINO COVID ACCOLTELLAMENTO MORTA A 16 ANNI TRAGEDIA TRADITO DA FIDO ORIETTA BERTI DOPO IL VACCINO ELEZIONI BOLOGNA

CRONACA SPORT COSA FARE POLITICA ECONOMIA CULTURA SPETTACOLI EDIZIONI -



Cronaca di Bologna Cosa Fare Sport

Home > Bologna > Cronaca > Sfilata Al Pincio, Bologna...

Publicato il 13 settembre 2021

Sfilata al Pincio, Bologna brilla nel Pronto moda

Quindici marchi sulla passerella dell'evento organizzato dal **Centergross**. Il presidente Scandellari: "Da qui può partire il rilancio del settore"





Bologna brilla nella vetrina del Pronto moda andata in scena sabato sera sulla scalinata del Pincio, con la sfilata e l'evento organizzato dal **Centergross**: Winter Melody. Una passerella per una quindicina di marchi con le tendenze per l'autunno-inverno che candidano la città ad entrare nel fashion system internazionale, in particolare per il pronto moda, il settore...



il Resto del Carlino / BOLOGNA

ELEZIONI COMUNALI 2021

Informazioni in tempo reale e video interviste esclusive a politici e cittadini. Guide al voto, confronto in diretta tra i candidati e i commenti della redazione.



Vai allo speciale >

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

il Resto del Carlino

CRONACA

Senza passaporto si lavora a casa



CRONACA

Smart working, addio alla giungla Il governo: badge virtuali e controlli

il Resto del Carlino

CRONACA

Durigon non lascia "Resto nella Lega"

Robin Srl

Società soggetta a direzione e coordinamento di **Monrif**

Dati societari **ISSN** **Privacy** **Impostazioni privacy**

Copyright© 2021 - P.Iva 12741650159

CATEGORIE

Contatti

Lavora con noi

Concorsi

ABBONAMENTI

Digitale

Cartaceo

Offerte promozionali

PUBBLICITÀ

Speed ADV

Network

Annunci

Aste E Gare

Codici Sconto

Q Cerca

f t o

≡ Libero Quotidiano.it

[#GreenPass](#)

[#VarianteDelta](#)

[#Afghanistan](#)

Condividi:



Esplora:

[HOME](#) / [BLOG](#) / [PERISCOPIO](#)

Maria Elena Boschi ci ha preso gusto: il legittimo sospetto su quelle (pazzesche) foto

[maria elena boschi](#)[giulio berruti](#)**Ivan Rota**

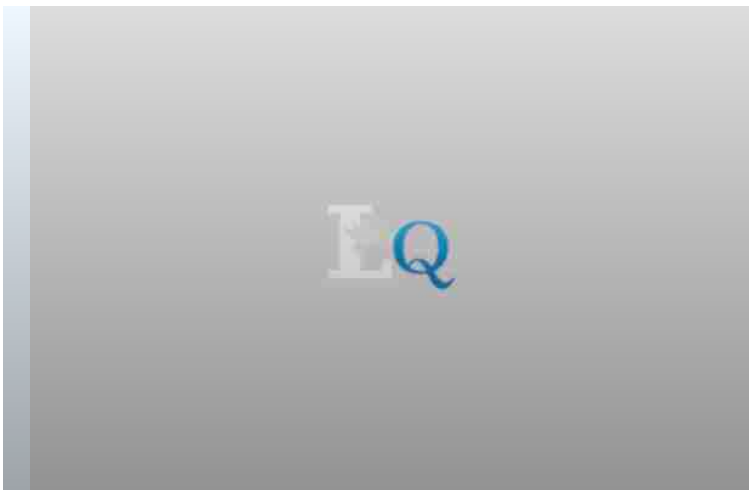
Ivan Rota

[Vai al blog](#)

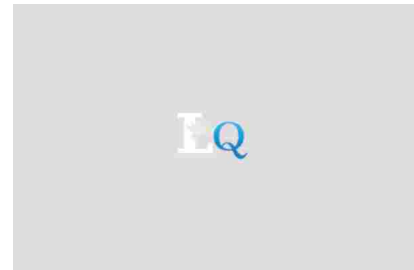
08 settembre 2021

a a a

Il folgorante ritorno di Moran insieme a Can Yaman. Tutti a chiedersi se i due stanno insieme. Attrice e producer, Moran Atias è tornata in Italia, dove è nata la sua carriera. In Israele è ritenuta un simbolo e porta nel mondo i valori, la bellezza della sua terra d'origine e il suo impegno sociale. A Venezia l'attrice e producer ha scelto gioielli Cartier e abiti Dolce e Gabbana, femminili, allegri, colmi di fiori, musica, arte. Tra i tanti personaggi approdati a Venezia, sfoggiando look e abiti da sogno, c'è anche Can Yaman. L'attore turco è giunto in laguna dove ha mandato in delirio tutte le sue fan. Con il suo look firmato Dolce&Gabbana, il divo di Daydreamer-Le ali del sogno, è giunto alla mostra del Cinema al fianco appunto dell'attrice israeliana Moran Atias. I due sembrano molto affiatati.



OH MAMMA



"Guardate il tricolore". Se questo è un ministro: Di Maio, sconcertante gaffe sulla bandiera italiana

L'INTERVENTO



"Perché nei paesi civili non c'è?". Paolo Mieli, che schiaffo a Draghi sull'obbligo vaccinale. E Concita...

IL MONITO

"Perplessità sulla terza dose". Galli dubbioso, vaccino e risposta: il peggiore dei timori

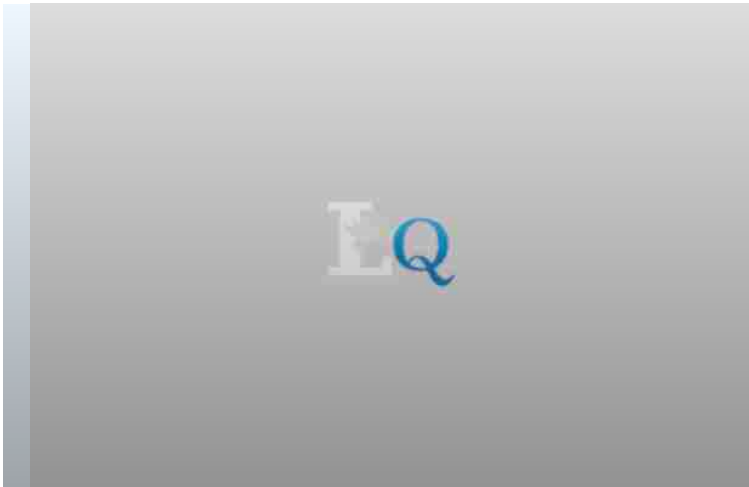
SEMPRE AL LIMITE

"Sì, sta succedendo". Estremi rimedi, indiscrezione di Ricciardi, che (brutta) fine fanno i no vax

In evidenza

Manila Nazzaro si appresta a varcare la porta della casa del Grande Fratello Vip. Tra i volti che non vorrebbe mai in casa, c'è una vecchia ruggine. Parliamo, infatti, di Caterina Balivo e Manila Nazzaro non usa mezzi termini: "Chi non vorrei mai trovare dentro Casa?" ha infatti risposto senza pensarci due volte "Caterina Balivo... Eh vabbè, simpatie e antipatie ci sono". Tutto nasce da Miss Italia che la Nazzaro vinse mentre la Balivo arrivò terza.

L'attore francese Gerard Depardieu, grande gourmet, si chiude con lui in cucina. Wilbur Smith e Richard Gere, la meravigliosa Sophia Loren sono suoi ospiti. Questo succede da Anantara Palazzo Naiadi, Favoloso hotel in Piazza della Repubblica a Roma. Parliamo di Niko Sinisgalli executive chef che unisce con naturalezza alla tradizione la concretezza delle sue origini lucane, è nato a Matera. Origini che esprime con orgoglio tanto da essere stato nominato Ambasciatore della cultura enogastronomica della Basilicata e Matera 2019. Al Ristorante Tazio, il volto gourmet di Sinisgalli, preceduto da quella della terrazza Posh, situata all'ultimo piano di Palazzo Naiadi e circondata da un panorama unico al mondo, quello sugli scorci più belli del centro storico di Roma. Vicino a Niko Sinisgalli, Maria Rosito, manager e sommelier, gestisce l'organizzazione e il marketing, oltre al cuore dello chef con il quale forma una coppia fantastica. Auguri a Maria che oggi festeggia il suo compleanno.



Gigi D'Alessio sta da tempo con la giovane Denise Esposito. I due aspettano anche un bambino. Una scelta che avrebbe spinto il cantante a lasciare la capitale andare a vivere a Napoli e stare vicino alla fidanzata in dolce attesa. Una decisione che la sua ex Anna Tatangelo, ora legata a Livio Cori, avrebbe preso molto male, preoccupata dal fatto che il ritorno a Napoli possa far allontanare Gigi dal figlio Andrea che vive a Roma con lei.

Video



La bimba afghana nata a 10mila metri d'altezza



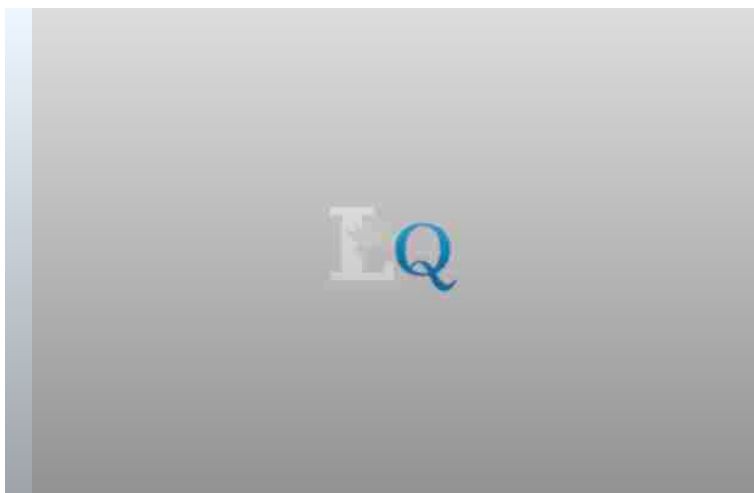
il sondaggio

Green pass e voto segreto, la Lega con Fdi: per voi la maggioranza è a rischio?



VOTA

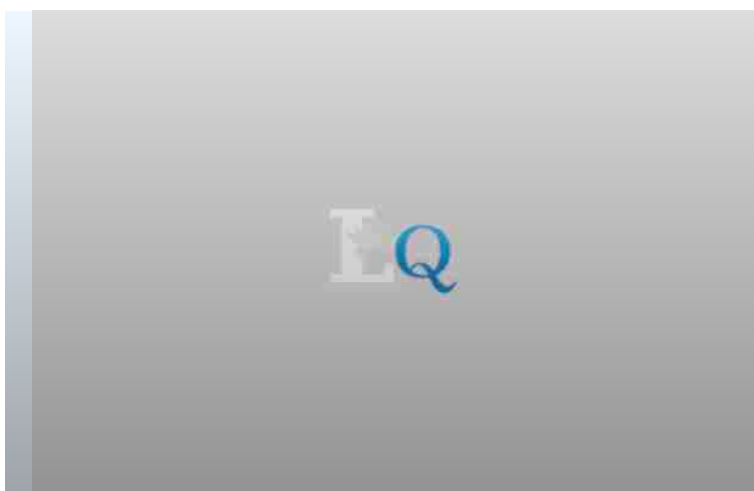
Favolosa festa di nozze per gli imprenditori Jacopo Malaterra e Carlotta Bernabei: cerimonia nella chiesa di Santa Eufemia a Milano e ricevimento nella splendida cornice dell'Hotel Principe di Savoia. Aperitivo in giardino, pranzo all'interno e taglio della torta, decorata con mille fragoline di bosco, di nuovo all'aperto. Un quartetto d'archi, Ca del Bosco millesimato e tanta allegria per gli sposi che sono poi partiti per Capri dove hanno festeggiato all'Anema e Core e da Chanteclair davanti ai faraglioni illuminati di rosa.



Giulio Berruti e Maria Elena Boschi più felici e innamorati che mai. Procede alla grande la storia d'amore tra la coppia paparazzata all'isola di Ponza tra tenerezze e baci. Dopo aver vissuto il loro amore nella massima riservatezza, i due ora vivono la loro relazione alla luce del sole. Ci devono aver preso gusto a essere una coppia da rotocalco...

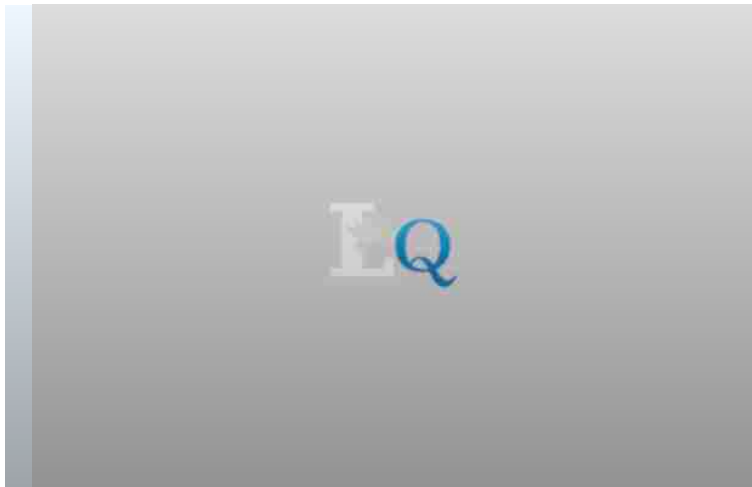
Federica Sciarelli conduce Chi l'ha Vistoormai da vent'anni. Di un suo possibile abbandono si parla già da tantissimo tempo e, a pochi giorni dall'inizio del programma, si torna a parlare di un cambio di conduzione. La Sciarelli risponde in modo sibillino lasciando intendere che il suo lavoro è fatto anche di cambiamenti...

Tommaso Eletti é famoso solo per aver fatto le corna alla sua ex Valentina Nulli Augusti a Temptation Island. Il giovane spocchioso pare abbia già detto una cosa sbagliata ancora prima di varcare la porta del GF Vip. Secondo Amedeo Venza e Fabiano Minacci, Tommaso Eletti alla domanda ‘ Cosa ne pensi di Adriana Volpe e Sonia Bruganelli?’; avrebbe risposto: “Ma io non so nemmeno chi siano“. Un vero gentleman. Ecco cosa ha risposto su Instagram la moglie di Paolo Bonolis:” Lui è famosissimo. Questo è molto famoso. Si chiama Tommaso, c’avrà 16 anni. Lui ha fatto Temptation Island. Lui è il vip con Katia Ricciarelli, è famosissimo. Tra l’altro ha dato un esempio edificantissimo. Sapete che lui stava con una che ha gli anni della madre, era geloso, quindi ha una storia bella e importante. Tante virtù questo ragazzo. Vorrei conoscere la madre di questo ragazzo, perché sicuramente avrà tanto da dire“. Mitica!



Sono orgoglioso di lui", dice Luca Guadagnino di Timothée Chalamet. In effetti, dopo Chiamami col tuo nome, la carriera del giovane attore americano non si è più fermata. Timmy, come lo chiama il regista italiano, è ormai un'icona. Chalamet , a Venezia per presentare Dune pare far coppia con la collega Zendaya.

Una grande mostra:Passo a due. Roberto Bolle | Giovanni Gastel, allestita dal 3 settembre al 7 novembre 2021 alle Gallerie d'Italia – Piazza Scala di Milano e realizzata nell'ambito di OnDance – Accendiamo la danza, iniziativa ideata e organizzata da Artedanza Srl, di cui Intesa Sanpaolo è Main Partner.L'esposizione, allestita nel chiostro ottagonale del museo, presenta alcuni ritratti fotografici di Roberto Bolle scattati nel corso degli anni da Giovanni Gastel: trenta scatti che raccontano momenti della carriera dell'étoile attraverso l'obiettivo di un grande fotografo.



L' assenza di Barbara De Santi da Uomini e Donne sembrerebbe avere a che fare con Pamela Perricciolo, nota al pubblico come mandante ideatrice del personaggio di Mark Caltagirone e la finta relazione con Pamela Prati. La Perricciolo, anche detta Donna Pamela è sempre stata una delle amiche della De Santi. Le due hanno nuovi progetti che portano l'ex dama lontano dall'idea di tornare nel dating show. La dama , che continua a scrivere libri dopo il successo di Fare l'Amore come una Escort, sembra essere diventata capo di una delle tante sedi di Donna Pamela...

Hollywood and Venice ha inaugurato la 78ma Mostra del Cinema di Venezia con il primo dei suoi eventi presenti nel suo ricchissimo calendario. Grazie a partner d'eccezione quali Moët & Chandon, Triade, Organics by Red Bull e Fontana Arte, l'iconica atmosfera del Cipriani – A Belmond Hotel di Venezia ha ospitato il gala dinner per il film di Paul Schrader, "The Card Counter", la pellicola accolta dopo la proiezione in sala da una standing ovation. Il regista accompagnato dagli attori Oscar Isaac – presente alla Mostra con tre film, tra cui l'attesissimo "Dune" di Denis Villeneuve, e Tiffany Haddish hanno reso la serata davvero indimenticabile.



Il nastrino rosa che avvolge l'iconica campanella in argento Chantecler dà vita a "La Campanella Rosa", il cui tintinnio, questa sera, risuonerà sui Faraglioni illuminati di rosa, per diffondere da Capri al resto d'Italia un messaggio di amore, speranza, fortuna e serenità. Un appello sociale, rivolto alle donne, invitandole a prendersi cura di sé, da Chantecler, azienda cui sta a cuore la cura del benessere e della salute e la bellezza di tutte le donne e di chi le ama. "Chantecler ed Europa Donna Italia uniti per richiamare l'attenzione alla partecipazione attiva del mantenimento della propria salute attraverso la prevenzione. Una spettacolare coreografia tra musica, danza e storia, bagaglio imprescindibile per un'Italia che guarda avanti con fiducia e ottimismo.



Si chiama Yatay la nuova scommessa di Umberto de Marco, presidente di Coronet, storica azienda specializzata nella produzione di pellami eco-friendly con clienti come Louis Vuitton, Tod's, Moncler e Armani. Il brand identifica una collezione di sneaker dalla vocazione green e dalle linee contemporanee. Prodotte in Italia, le sneaker di Yatay sono composte di materiali eco-friendly: la tomaia deriva da mais e plastica riciclata, la suola è costituita da bio-polioli originati da fonti rinnovabili, il sottopiede deriva da gomma riciclata e schiuma di recupero, la fodera interna è un materiale solvent-free frutto del riciclo di bottiglie di plastica, trattato con nanotecnologie che lo rendono assorbente, traspirante e antibatterico. La collezione è partita la scorsa stagione con il modello unisex Neven, disponibile nella versione alta a bassa, a cui dalla prossima estate si aggiunge la neonata Irori (nella foto), dal touch più morbido e dal look più street, con richiami al mondo dello skate e del basket. Guarda caso, tutti nomi palindromi. Le nuove sneaker si trovano da realtà come Selfridges a Londra, Antonia a Milano, Leclaireur a Parigi e Farfetch. L'obiettivo, racconta de Marco, è aggiungere nuovi modelli ogni stagione, spingendo l'acceleratore sulla sostenibilità, più che su un'offerta molto ampia. E per testimoniare il proprio impegno, l'imprenditore fa squadra con l'organizzazione no profit Onetreeplanted, impegnata in pratiche di deforestazione, che planterà un albero in una zona del mondo flagellata dalle pratiche di deforestazione per ogni paio di scarpe venduto.

È Winter Melody, la prima sfilata italiana dell'autunno, che anticipa pure quelle di Milano, e riunisce alcuni dei brand del [Centergross](#) di Bologna, il più grande polo del Pronto Moda Made in Italy, oltre 400 marchi del fashion nazionale, 1 milione di metri quadri di superficie, 5 miliardi di euro il volume di affari annuo di cui 3,5 relativo alla moda e 60% riferito all'export.

Un evento live eccezionale in calendario sabato 11 settembre alle 20.30: la scenografia è la Scalinata del Pincio, il luogo prescelto è la centralissima piazza XX Settembre, la città è la magica Bologna.

Un'occasione per dimostrare con le proposte presentate che, dopo questa lunga parentesi, si può cogliere l'essenza e i veri valori della vita, anche nella scelta del look, e dare impulso alla ripresa. Uno stile per donne e uomini che non sono più tentati o interessati agli eccessi, vogliono abiti che li assecondino nella loro libertà, tra eleganza e praticità, e discrete dosi di divertimento e leggerezza, di cui c'è tanto bisogno. Capi e accessori che possono scendere dalle passerelle e confondersi nella quotidianità, senza perdere originalità e fantasia: anzi la personalità di ciascuno li renderà unici e particolari.



Tutto questo emerge dai 15 brand che sabato 11 settembre si susseguiranno sulla scalinata per presentare le loro collezioni autunno/inverno 2021-22: Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu Over, Hamaki-Ho, Kikisix, King Kong, Le streghe, Loft1, Susy Mix, Susy Star, Sophia Curvy, Souvenir, Takeshy Kurosawa, Tela-N, Xagon Man.

Una collettiva che rispecchia la formula vincente di **Centergross** racchiusa nella forza del gruppo, nato 44 anni fa. Un colosso tutto italiano da migliaia di buyer giornalieri (dati pre-pandemia), 6 mila gli addetti diretti (a cui si aggiunge l'indotto), 680 attività commerciali, di cui 400 sono i brand, 98 aziende tessili e accessori, 94 commercio e alta tecnologia e oltre 100 fornitori di servizi con piattaforme e ambienti digitali che si integrano e dialogano con luoghi reali. Tutti uniti non solo per ripartire, ma per affrontare con ancora maggiore slancio e intraprendenza i mercati interni ed esterni. Un polo, **Centergross**, che oggi, più che mai, conferma la validità di una scelta e che nell'evento di sabato settembre mostra a buyer, media e ospiti provenienti da tutto il mondo, la capacità di saper fare in nome della maestria, della qualità e di quella cultura che sono il Made in Italy è in grado di rappresentare.

“Mi piace pensare che il [Centergross](#) sia la rappresentazione dello spirito che oggi più che mai serve all'Italia: fare sistema e unire le forze, per vincere tutti insieme la sfida della competitività nei mercati più importanti – afferma Piero Scandellari – Presidente [Centergross](#) Bologna -. Per questo dico sempre che gli imprenditori che 44 anni fa hanno immaginato e realizzato [Centergross](#) erano degli assoluti visionari che sarebbero considerati "avanti" anche oggi. Per noi è molto importante sottolineare un dato: sulla passerella di Winter Melody sfileranno 15 brand. Si tratta di un crescendo cominciato dalla prima edizione del nostro evento sulla Scalinata del Pincio - 3 anni fa - che ci fa molto piacere perché, come ho già avuto modo di dire, è una delle tappe di un progetto strategico che ha come obiettivo quello di fare di Bologna il Polo del Pronto Moda Made in Italy, inserendo stabilmente la nostra città nel sistema moda italiano insieme a Milano, Roma e Firenze. Per questo sono molto felice che le Istituzioni siano al nostro fianco, perché la moda fa parte del DNA bolognese e riportare Bologna al centro del villaggio globale del fashion significa creare un indotto importante per diversi comparti del territorio, da quello industriale per arrivare al turismo. Questo, tradotto in termini pratici, significa portare lavoro alle nostre attività e creare opportunità per i nostri giovani oltre che, ovviamente, portare nel mondo l'immagine di una Bologna che si impone tra le capitali indiscusse del Made in Italy”.

Inoltre, oggi partirà il contest Instagram #BolognaFashion, hashtag al quale invitiamo a pubblicare contenuti che rappresentino l'idea di “Bologna città della Moda”, che saranno costantemente monitorati dalla Commissione Moda di [Centergross](#), che provvederà a contattare direttamente i content creator (fino ai 25 anni d'età) che si saranno maggiormente distinti offrendo loro opportunità formative o professionali presso i brand moda di [Centergross](#).

Winter Melody sarà trasmessa in diretta sui canali Instagram, Facebook e YouTube di [Centergross.Winter Melody](#) è un evento realizzato da [Centergross](#) Bologna con il patrocinio di Città Metropolitana di Bologna, Comune di Bologna, Regione Emilia-Romagna, CNA Federmoda, ICE Italian Trade Agency, Ascom Bologna, Camera di Commercio di Bologna, Unindustria Area Centro, Fondazione ANT, Bologna Welcome, Bologna Estate, #BolognaFashion; il sostegno di: TIM, Intesa San Paolo, Allianz Paolo Delfini, Borelli Orlando, D'Amora Trasporti, Mani di Fata, Prime, Zini Elio. Si ringraziano: Scuderia Bologna, Giovannini, Sinergy Cosmetic Italy, Spaziia, Hotel I Portici, La Truccheria, Make Up For Ever, Maxfone, Next Fashion School, Enzo Bartali, Rizzi Silvio.

Lei è l'artefice delle tendenze moda italiane di outfit, trucco e parrucco e sempre a lei si devono i successi delle immagini di innumerevoli personaggi famosi. Sto parlando di Katia Ricci, professione look maker, ovvero consulente d'immagine. Aggiungerei che la Signora Ricci, è preparatissima sulle tendenze moda ma soprattutto sull'armocromia, sui colori amici e su quelli nemici. "Le donne si associano alle stagioni con le proprie caratteristiche ed i propri colori, puoi essere una primavera, una estate, un autunno o un inverno. Solo dopo una consulenza mirata, si può comprendere quali sono i colori più adatti e quelli meno indicati. Per essere più specifiche, Sharon Stone è una donna primavera, pelle dorata ed occhi la cui iride tende ai colori caldi. Kim Basinger è una donna estate, colori chiari e fredde, Julia Roberts rappresenta appieno l'autunno con i suoi bellissimi capelli ramati e caldi ed infine Asia Argento è la donna inverno per eccellenza con i suoi colori scurissimi ma freddi" racconta Katia. Trovo sia bellissimo e molto utile conoscere ciò che ci sta bene e ci valorizza proprio per questo fisserò nell'immediato un appuntamento con lei per sottopormi alla mia prima importantissima consulenza d'immagine.

Guarda Anche

Contenuti Sponsorizzati da Taboola



Milano: Non comprare apparecchi acustici prima di leggere questo articolo

Hear Clear



Ti ricordi le gemelle più belle del mondo? Guardale oggi

Rest Wow



Ecco come difendere la tua casa dai ladri con Verisure. Promo Settembre -50%

Verisure



I cittadini italiani possono iscriversi alla lotteria Green Card

Green Card



Questi orologi usati sono quasi regalati: approfitta delle offerte!

Prezzi orologi usati | Ricerca annunci

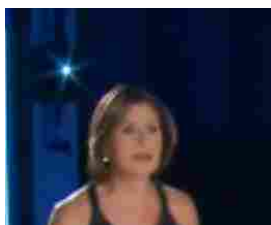


Il luogo in cui Barbara d'Urso vive a 63 anni ci ha lasciato scioccati

Free Hub



Gratta e Vinci, spunta la



CartaBianca, inizio con il



Fabrizio Corona contro



CERCA NOTIZIE

Griglia Timeline Grafo

Prima pagina Lombardia Lazio Campania Emilia Romagna Veneto Piemonte Puglia Sicilia Toscana Liguria Altre regioni

Cronaca Economia Mondo Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia Informazione locale Stampa estera

Un'iniziativa di Centergross: A Bologna sfila il pronto moda con Winter Melody

FashionMagazine.it 199461 Crea Alert 1 ora fa

Spettacoli e Cultura - Si tratta di un evento organizzato dal polo del pronto moda Centergross Bologna, che porta in passerella una quindicina di marchi con le tendenze per l'autunno - inverno 2021/2022. Più in dettaglio, sulla scalinata del Pincio di piazza ...

[Leggi la notizia](#)

Persone: centergross bologna zini elio
Organizzazioni: allianz subalpina intesa san paolo
Prodotti: made in italy pandemia
Luoghi: bologna pincio
Tags: winter melody pronto moda



CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU



Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

[Termini e condizioni d'uso](#) - [Contattaci](#)

DAI BLOG (-19)

Maria Elena Boschi ci ha preso gusto: il legittimo sospetto su quelle (pazzesche)



È Winter Melody, la prima sfilata italiana dell'autunno, che anticipa pure quelle di Milano, e riunisce alcuni dei brand del Centergross di Bologna, il più grande polo del Pronto Moda Made in Italy, ...

[Libero Quotidiano Blog](#) - 8-9-2021

Persone: centergross bologna maria elena boschi
Organizzazioni: chantecler instagram
Prodotti: moda made in italy
Luoghi: italia bologna
Tags: donne look



Conosci Libero Mail?

Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?

[Scopri di più](#)

CITTA'

Milano	Palermo	Perugia
Roma	Firenze	Cagliari
Napoli	Genova	Trento
Bologna	Catanzaro	Potenza
Venezia	Ancona	Campobasso
Torino	Trieste	Aosta
Bari	L'Aquila	

[Altre città](#)

FOTO



Un'iniziativa di Centergross: A Bologna sfila il pronto moda con Winter Melody

FashionMagazine.it - 1 ora fa

1 di 1

Gli articoli sono stati selezionati e posizionati in questa pagina in modo automatico. L'ora o la data visualizzate si riferiscono al momento in cui l'articolo è stato aggiunto o aggiornato in Libero 24x7



LIBERO PAGINE BIANCHE PAGINE GIALLE SUPEREVA TUTTOCITTÀ VIRGILIO

WINTER MELODY 2021

Sabato 11 settembre ore 20.30 Scalinata del Pincio - Piazza XX Settembre - Bologna La moda torna sulle passerelle di tutto il mondo: a Bologna, Capitale del Pronto Moda, incontra la danza dando vita a un evento spettacolare. A settembre la moda torna sulle passerelle di tutto il mondo per presentare con entusiasmo le nuove proposte. L'11 settembre 2021 **Centergross** – il più grande polo italiano del Pronto Moda Made in Italy – porta in scena a Bologna 'Winter Melody' anteprima delle collezioni autunno/inverno 2021-22, evento in concomitanza con la New York Fashion Week ribattezzata American Collections Calendar, che anticipa la London Fashion Week e la Milano Fashion Week. Nella suggestiva cornice della Scalinata del Pincio la moda incontrerà la danza: una spettacolare coreografia per presentare le nuove proposte dei quindici brand che si susseguiranno sulla scalinata: Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu Over, Hamaki-Ho, Kikisix, King Kong, Le Streghe, Loft1, Susy Mix, Susy Star, Sophia Curvy, Souvenir, Takeshy Kurosawa, Tela-N, Xagon man. L'evento sarà trasmesso in diretta video sui canali social di **Centergross**.

[WINTER MELODY 2021]

Home / Trend / Un'iniziativa Di [Centergross](#) A Bologna Sfila Il Pronto Moda Con Winter Melody

UN'INIZIATIVA DI [CENTERGROSS](#)

A Bologna sfila il pronto moda con Winter Melody

10 settembre 2021



Facebook



Twitter



Sabato 11 settembre, alle 20.30, si rinnova a Bologna l'appuntamento con *Winter Melody*. Si tratta di un evento organizzato dal polo del pronto moda [Centergross Bologna](#), che porta in passerella una quindicina di marchi con le tendenze per l'autunno-inverno 2021/2022.

Più in dettaglio, sulla scalinata del Pincio di piazza XX Settembre sfilano **Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu Over, Hamaki-Ho, Kikisix, King Kong** (nella foto), **Le streghe, Loft1, Susy Mix, Susy Star, Sophia Curvy, Souvenir, Takeshy Kurosawa, Tela-N e Xagon Man**.

L'idea, come spiegano da [Centergross](#), è mostrare a buyer, media e ospiti da tutto il mondo «la capacità di saper fare in nome della maestria, della

qualità e di quella cultura che solo il Made in Italy è in grado di rappresentare».

«Mi piace pensare - dice **Piero Scandellari**, presidente **Centergross** - che il **Centergross** sia la rappresentazione dello spirito che oggi più che mai serve all'Italia: fare sistema e unire le forze, per vincere tutti insieme la sfida della competitività nei mercati più importanti».

«Nel corso di *Winter Melody* - prosegue - sfileranno 15 brand: si tratta di un crescendo cominciato dalla prima edizione del nostro evento sulla Scalinata del Pincio, tre anni fa, che ci fa molto piacere perché è una delle tappe di un progetto strategico che ha come obiettivo quello di fare di Bologna il polo del pronto moda Made in Italy, inserendo stabilmente la nostra città nel sistema moda nazionale insieme a Milano, Roma e Firenze».


Nato 44 anni fa, il **Centergross** vanta migliaia di buyer giornalieri (dati pre-pandemia), 6 mila addetti diretti (a cui si aggiunge l'indotto), 680 attività commerciali (di cui 400 brand), 98 aziende fra tessili e accessori, 94 realtà fra commercio e alta tecnologia e oltre 100 fornitori di servizi.

L'evento, che sarà trasmesso in diretta sui canali *Instagram*, *Facebook* e *YouTube* di **Centergross** vede il patrocinio di Città Metropolitana di Bologna, Comune di Bologna, Regione Emilia-Romagna, **Cna Federmoda**, **Ice Italian Trade Agency**, **Ascom Bologna**, **Camera di Commercio di Bologna**, **Unindustria Area Centro**, **Fondazione Ant**, **Bologna Welcome**, **Bologna Estate**, **#BolognaFashion**.

Inoltre ha il sostegno di **Tim**, **Intesa San Paolo**, **Allianz Paolo Delfini**, **Borelli Orlando**, **D'Amora Trasporti**, **Mani di Fata**, **Prime** e **Zini Elio**.

e.f.

Hai domande o commenti su questo articolo?
Invia una e-mail alla [redazione](#).

Stampa l'articolo 

ARTICOLI CORRELATI

A BOLOGNA SFILA IL MADE IN ITALY DI CENTERGROSS - NOTIZIE : DEFILES (#1331872)**A Bologna sfila il Made in Italy di Centergross****Di****Pubblicato il****8 set 2021**

Centergross torna a sfilare il prossimo 11 settembre sulla Scalinata del Pincio a Bologna con l'evento 'Winter Melody'. In passerella le collezioni autunno/inverno 2021-22 di 15 brand del polo emiliano: Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu Over, Hamaki-Ho, Kikisix, King Kong, Le streghe, Loft1, Susy Mix, Susy Star, Sophia Curvy, Souvenir, Takeshy Kurosawa, Tela-N e Xagon Man.

Angela Davis - Centergross

Lo show fisico andrà in scena alle 20:30 e verrà trasmesso in diretta sui canali social di Centergross, che conferma il successo del format lanciato 3 anni fa con l'obiettivo "di fare di Bologna il polo del pronto moda Made in Italy , inserendo stabilmente la città nel sistema moda italiano insieme a Milano, Roma e Firenze", dice Piero Scandellari. Presidente Centergross Bologna.

"Sono molto felice che le Istituzioni siano al nostro fianco, perché la moda fa parte del Dna bolognese e riportare Bologna al centro del villaggio globale del fashion significa creare un indotto importante per diversi comparti del territorio, da quello industriale per arrivare al turismo. Questo, tradotto in termini pratici, significa portare lavoro alle nostre attività e creare opportunità per i nostri giovani oltre che, ovviamente, portare nel mondo l'immagine di una Bologna che si impone tra le capitali indiscusse del Made in Italy", aggiunge Scandellari.

Pubblicità

Oggi Centergross ospita nei suoi spazi alle porte della città felsinea oltre 400 marchi di moda per un volume di affari annuo di 5 miliardi di euro, di cui 3,5 miliardi relativi alla moda e il 60% riferito all'export.

Copyright © 2021 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.**Tags :****[A BOLOGNA SFILA IL MADE IN ITALY DI CENTERGROSS - NOTIZIE : DEFILES (#1331872)]**

HOME / EVENTI / CENTERGROSS

HOME / EVENTI / CENTERGROSS

Centergross



A spectacular choreography of music, dance and history, essential baggage for an Italy that looks ahead with confidence and optimism. It is Winter Melody, the first Italian fashion show of autumn, which also anticipates those in Milan, and brings together some of the brands of the Centergross in Bologna, the largest Made in Italy ready-to-wear pole, over 400 national fashion brands, 1 million square meters of surface area, 5 billion euros the annual turnover of which 3.5


related to fashion and 60% related to exports.

The exceptional live event will take place in the central Piazza XX Settembre in the magical city of Bologna.

An opportunity to demonstrate with the proposals presented that, after this long interlude, one can grasp the essence and true values of life, even in the choice of look, and give impetus to recovery. A style for women and men who are no longer tempted or interested in excesses, they want clothes that indulge them in their freedom, between elegance and practicality, and discrete doses of fun and lightness, which are so much needed. Garments and accessories that can come off the catwalks and blend into everyday life, without losing originality and imagination: on the contrary, the personality of each one will make them unique and special.

 Bologna, Italy

 11 settembre 2021 - 11 settembre 2021

 Centergross

EVENT CALENDAR

LA NOVITÀ



Bologna si candida a diventare il centro del Pronto Moda

Per il Pronto Moda Bologna si candida a diventare regina

BOLOGNA. C'è una regione pronta a entrare a pieno titolo nel mondo patinato delle sfilate, c'è il suo capoluogo che si candida a esserne epicentro. A candidarsi a un ruolo di primo piano è Bologna, pronta a ospitare le passerelle del fashion system internazionale, in particolare per il settore del Pronto Moda, quella fascia dell'industria dell'abbigliamento che propone novità e tendenze, ma alla portata di tutti i por-

tafoli, facendo dell'immediatezza la propria caratteristica: produzione rapida, così come la distribuzione, tanto da garantire il rinnovo dell'offerta in vetrina a ritmo settimanale.

A farsi interprete di questa nuova idea, che è un'esigenza, è il **Centergross**, polo economico con sede a Funo di Argelato, alle porte della città: 683 aziende (di cui 400 brand), 6.000 addetti, un volume d'affari di 5 mi-

liardi di euro, per la metà dedicati all'esportazione, il tutto prima che il covid imponesse la frenata.

Il presidente di **Centergross**, Piero Scandellari, a margine dell'evento romano, nato nel 2019, tra moda e spettacolo sulla Scalinata del Pincio – ha appunto svelato che «in Italia esiste anche un'altra eccellenza, quella del Pronto Moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato: non siamo l'unica realtà italiana, ma pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio anche a livello internazionale».

E mentre già si immagina la passerella fashion all'ombra delle due torri, ovvero ai giardini Margherita, oppure in Fiera, l'obiettivo ormai è svelato: inserire il capoluogo regionale nel sistema Moda Italia, diventando vetrina, oltre che sede di produzione e commercio del Pronto Moda.

«Sono molto felice che le istituzioni siano al nostro fianco – ha aggiunto Scandellari –. Portare Bologna nel villaggio globale del fashion significa creare indotto, richiamare più turisti, potenziare l'immagine della nostra città e contemporaneamente di tutto il Paese».



LA NOVITÀ



Bologna si candida a diventare il centro del Pronto Moda

Per il Pronto Moda Bologna si candida a diventare regina

BOLOGNA. C'è una regione pronta a entrare a pieno titolo nel mondo patinato delle sfilate, c'è il suo capoluogo che si candida a esserne epicentro. A candidarsi a un ruolo di primo piano è Bologna, pronta a ospitare le passerelle del fashion system internazionale, in particolare per il settore del Pronto Moda, quella fascia dell'industria dell'abbigliamento che propone novità e tendenze, ma alla portata di tutti i por-

tafoli, facendo dell'immediatezza la propria caratteristica: produzione rapida, così come la distribuzione, tanto da garantire il rinnovo dell'offerta in vetrina a ritmo settimanale.

A farsi interprete di questa nuova idea, che è un'esigenza, è il **Centergross**, polo economico con sede a Funo di Argelato, alle porte della città: 683 aziende (di cui 400 brand), 6.000 addetti, un volume d'affari di 5 mi-

liardi di euro, per la metà dedicati all'esportazione, il tutto prima che il covid imponesse la frenata.

Il presidente di **Centergross**, Piero Scandellari, a margine dell'evento romano, nato nel 2019, tra moda e spettacolo sulla Scalinata del Pincio – ha appunto svelato che «in Italia esiste anche un'altra eccellenza, quella del Pronto Moda, un settore che ha creato uno stile, un modo di vivere e merita di essere rivalutato: non siamo l'unica realtà italiana, ma pensiamo che Bologna sia il contenitore giusto per questo rilancio anche a livello internazionale».

E mentre già si immagina la passerella fashion all'ombra delle due torri, ovvero ai giardini Margherita, oppure in Fiera, l'obiettivo ormai è svelato: inserire il capoluogo regionale nel sistema Moda Italia, diventando vetrina, oltre che sede di produzione e commercio del Pronto Moda.

«Sono molto felice che le istituzioni siano al nostro fianco – ha aggiunto Scandellari –. Portare Bologna nel villaggio globale del fashion significa creare indotto, richiamare più turisti, potenziare l'immagine della nostra città e contemporaneamente di tutto il Paese».





Home · Fashion · Al Pincio di Bologna sfila il Pronto Moda del Centergross



Search*



HOME

ABOUT ME

CASTING

PERSONAL SHOPPER

CONTATTI

DISCLAIMER

PRIVACY POLICY



15 SETTEMBRE 2021 • BY BARBARA CHRISTMANN • LIKES

Al Pincio di Bologna sfila il Pronto Moda del Centergross

Beautiful Curvy
Calendar 2021



Categorie

Accessories

Arte

Beauty

Fashion

Food

Home

Interviews

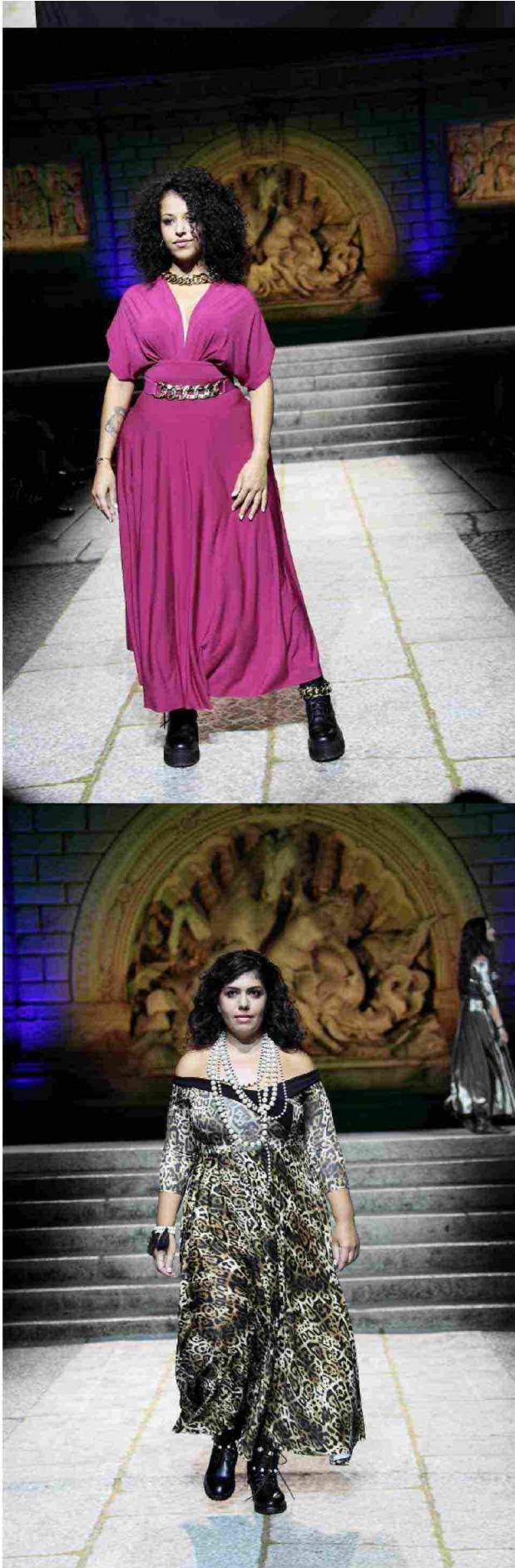
Lifestyle

News

Travel

Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Wellness

Video Beautifulcurvy



GUARDA TUTTI I VIDEO

Post più visti



Modelle curvy nelle sfilate Milanesi per l'estate 2021

2.8k views



Christin Thomson, la modella più formosa della Germania

2.4k views



Voglio fare la modella curvy

2.2k views



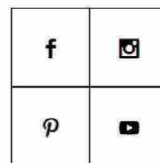
La Manufacture lancia un fondotinta su misura

2.1k views



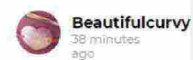
La trasformazione di Valentina Masella

1.9k views

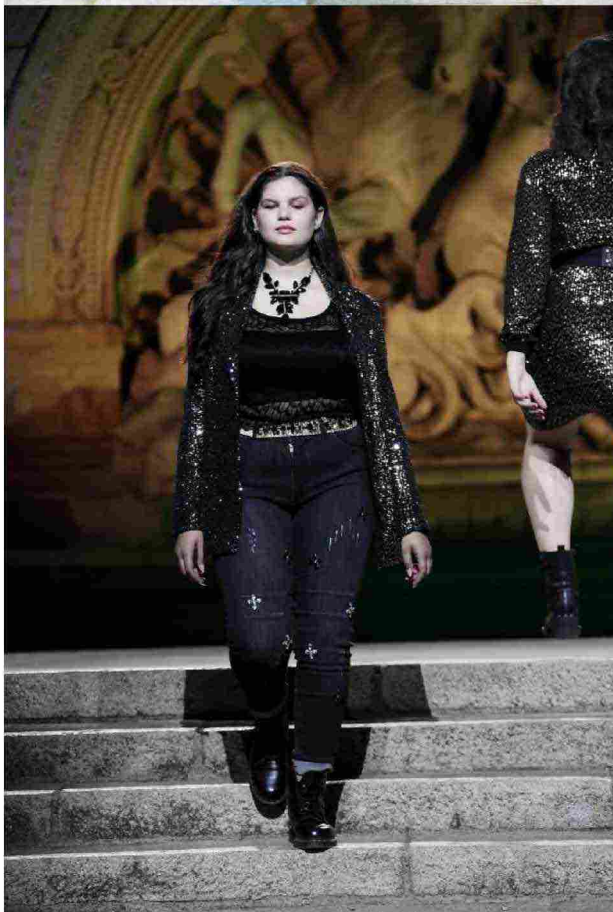


Seguici sui social

Facebook
Posts



Avete visto la sfilata #curvy del #Centergross di Bologna ?



Al Pincio di Bologna sfilò il

beautifulcurvy.com_



Carica altro...

Segui su Instagram

Archivio Articoli

Seleziona il mese

Tags

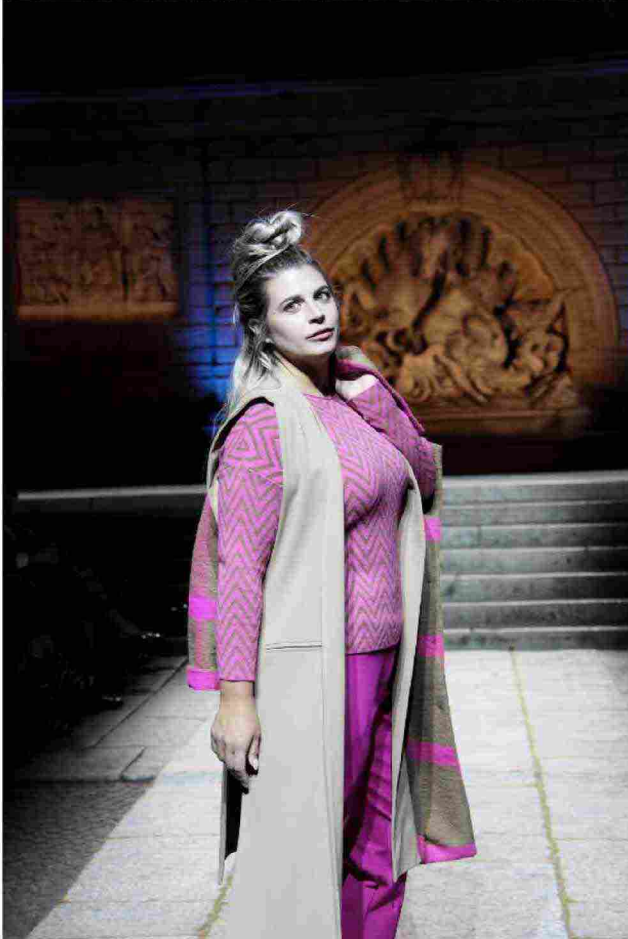
- ACCESSORI. ACCETTARSI
- ACCETTAZIONE AMARSI
- ANITA AUTOSTIMA
- BARBARA CHRISTMANN
- BEAUTY BENESSERE
- BERLINO BOLOGNA
- BONPRIX
- CALENDARIO
- BEAUTIFULCURVY
- CAPSULE COLLECTION
- CUCINARE CURVY
- CURVY FASHION
- CURVY IS SEXY
- CURVY REVOLUTION
- DONNE CURVY
- ELENA MIRO FASHION
- FIGIELLA RUBINO
- GERMANIA HM- ITALIA
- LAURA BRIOSCHI
- MADE IN ITALY
- MARIANNA LO PREIATO
- MARINA RINALDI MILANO
- MODA MODA CURVY
- MODELLA CURVY

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

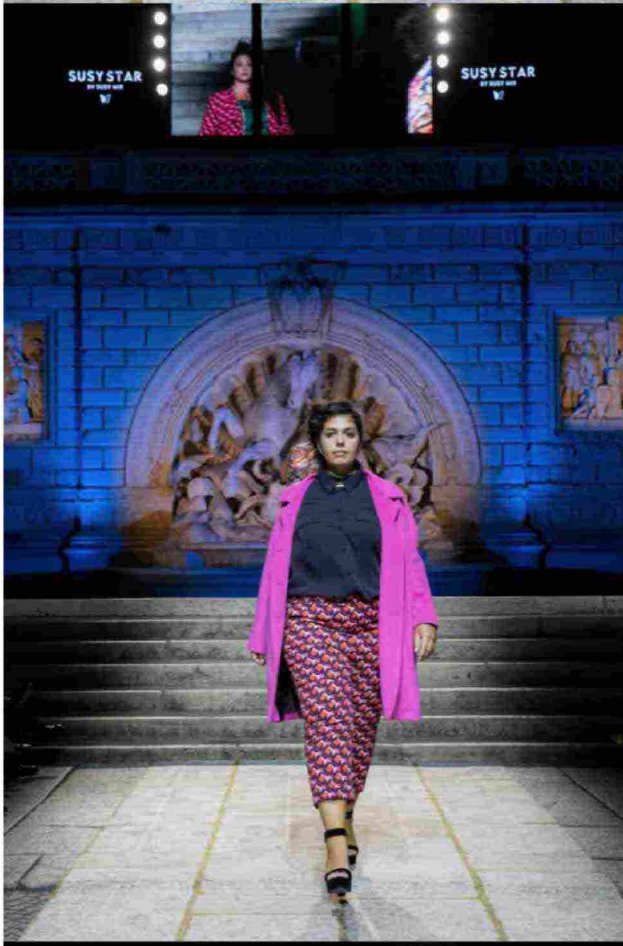
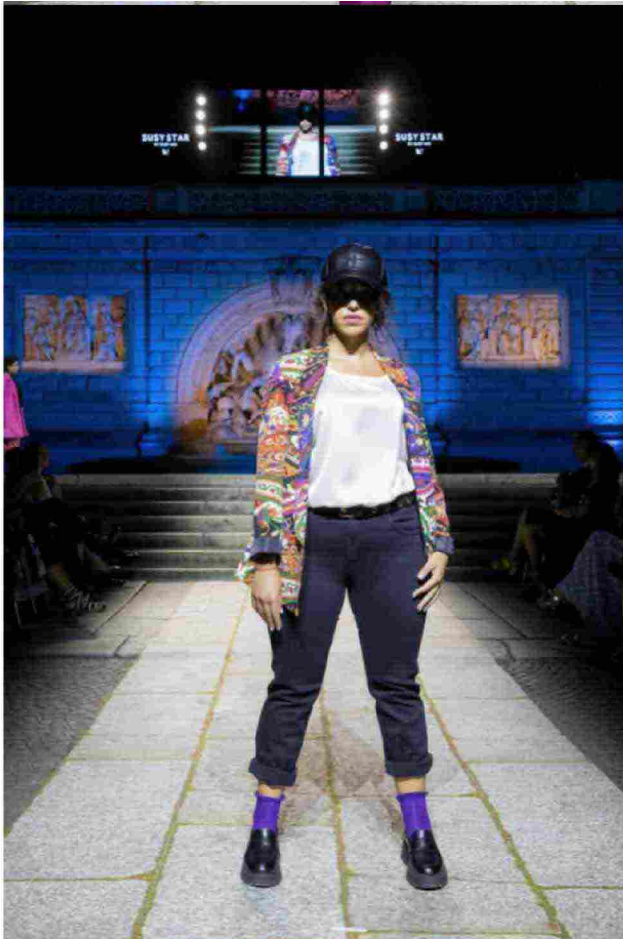


MODELLE CURVY	
MONICA PIROLA	MOSTRA
ROMA	SHOPPING
SOPHIA CURVY	
STROILI ORO	
TAGLIE COMODE	
VALORIZZARSI	
VENDITA ONLINE	
VIAGGIARE	

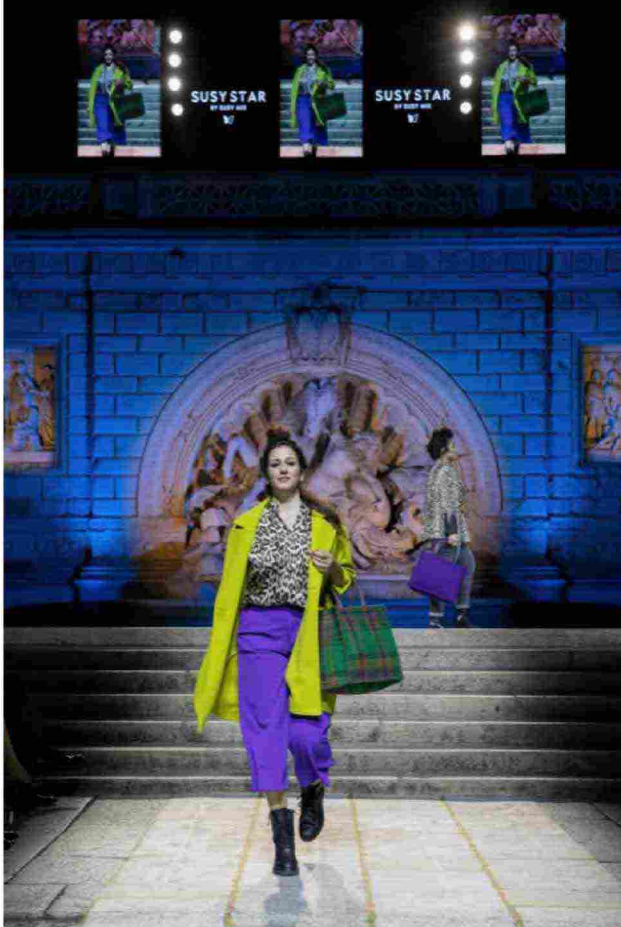
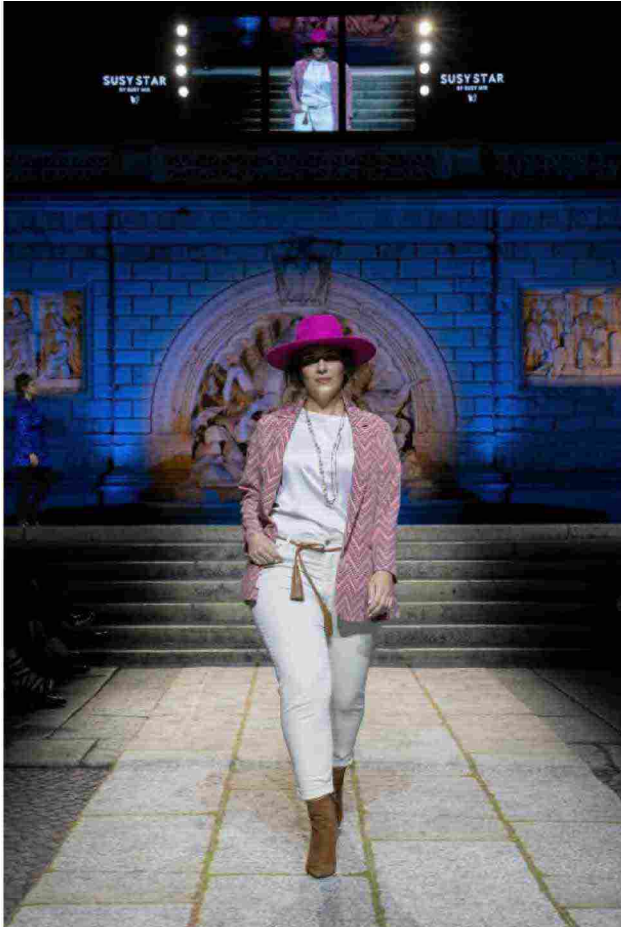
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il **Centergross** è un centro commerciale di Pronto Moda alle porte di Bologna che esiste da oltre 44 anni, conosciuto in tutta Europa specialmente per le molte collezioni moda uomo, donna e accessori. Sabato 11 settembre 2021, esattamente 20 anni dopo il crollo delle Torri Gemelle di New York, il **Centergross** ha presentato una serata all'insegna della moda e dello spettacolo : La voglia di ripresa, di rimettersi in gioco e di incantare con uno show tra la musica e danze il pubblico, è riuscito. Una quindicina di aziende hanno presentato le loro collezioni moda.

Bologna è in Italia il punto di riferimento per il Pronto Moda Italiano, dove molti negozianti e buyer arrivano per fare acquisti. Questa sfilata viene organizzata dal 2019, ma organizzarla con un pubblico interessato, ha tutto un altro fascino e riscontro. Alla serata hanno partecipato anche molti ospiti illustri e la stampa italiana.

Si tratta del primo evento in presenza dopo il lungo periodo di Covid-19 che apre la stagione delle sfilate di moda, che tra poco saranno anche a Milano.

Finalmente è stato dato più spazio alla moda curvy che è un mercato in continua crescita che ricopre un giro d'affari oltre un milione di Euro (2013-2018)

Quando si parla di moda curvy, si tratta di aziende che vestono dalla 44 in su. Ci sono brand che arrivano solo fino alla 54 come Susy Star, una nuova azienda. Ma Realtà come Sophia Curvy con una bella esperienza nel settore, vestono donne fino oltre la taglia 60 senza problemi. Se non siete mai stati al **Centergross** vi consiglio a visitarlo, perché trovate un concentrato di moda e accessori sparsi su un milione di metri quadrati di superficie. Sono collocati molti capannoni con 680 attività commerciali e oltre 400 brand.

Chi è abituato a vedere le modelle con taglie standard, fa fatica a capire che il mercato delle taglie morbide veste circa la metà delle donne italiane e ha bisogno di vedere donne che vestono taglie diverse. Meno male che le aziende partecipanti come Sophia Curvy, Deja-vu Over e Susy Star hanno scelto una decina di donne adatte alla moda che presentano.

Si parla sempre delle capitali della moda come Milano, Firenze e Roma, ma anche Bologna da un contributo importante al Made in Italy nel settore del Pronto Moda. Qui le tendenze moda arrivano prima sul mercato delle collezioni moda programmate e hanno ovviamente anche dei prezzi diversi della moda firmata.

Questo evento " Winter Melody" è stato realizzato dal **Centergross** con il patrocinio della città metropolitana di Bologna insieme al Comune e alla Regione Emilia-Romagna, CNA Federmoda, ICE Italian Trade Agency, Ascom Bologna, la Camera di Commercio di Bologna, Unindustria Area Centro e Bologna Fashion oltre a diversi altri sponsor. L'Unione fa la forza e porta ad organizzare serate come questa che ha coinvolto e entusiasmato il pubblico, ma anche le modelle stesse. Qui potete vedere le nuove proposte di moda curvy per l'inverno che sta arrivando... a me piacciono molto e voi che ne pensate ?

AL PINCIO	BOLOGNA	CENTERGROSS
DANZE	DEJA-VU OVER	EVENTO
FISICITÀ DIVERSE	MADE IN ITALY	
MODELLE CURVY	MUSICA	

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Martedì, 7 Settembre 2021  Poco o parzialmente nuvoloso per velature sparse

    Accedi

[Cosa fare in città](#) [Zone](#)

La metamorfosi di Barbara d'Urso
 Eva Elisabetta Zuccari

La lezione di Gigi Buffon
 Andrea Maggiolo

[EVENTI](#) / [MANIFESTAZIONI](#)

"Winter Melody": sulla scalinata del Pincio sfila la moda made in Italy del **Centergross**

☆☆☆☆☆

DOVE

[Scalinata del Pincio](#)

[Piazza XX Settembre](#)

QUANDO

Dal 11/09/2021 al 11/09/2021

20.30

PREZZO

GRATIS

ALTRE INFORMAZIONI



Redazione

07 settembre 2021 17:19



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

086557

Una spettacolare coreografia tra musica, danza e storia, bagaglio imprescindibile per un'Italia che guarda avanti con fiducia e ottimismo. È Winter Melody, la prima sfilata italiana dell'autunno, che anticipa pure quelle di Milano, e riunisce alcuni dei brand del **Centergross** di Bologna, il più grande polo del Pronto Moda Made in Italy, oltre 400 marchi del fashion nazionale, 1 milione di metri quadri di superficie, 5 miliardi di euro il volume di affari annuo di cui 3,5 relativo alla moda e 60% riferito all'export.

Un evento live in calendario sabato 11 settembre alle 20.30: la scenografia è la Scalinata del Pincio, il luogo prescelto è la centralissima piazza XX Settembre, la città è la magica Bologna.

Un'occasione per dimostrare con le proposte presentate che, dopo questa lunga parentesi, si può cogliere l'essenza e i veri valori della vita, anche nella scelta del look, e dare impulso alla ripresa. Uno stile per donne e uomini che non sono più tentati o interessati agli eccessi, vogliono abiti che li assecondino nella loro libertà, tra eleganza e praticità, e discrete dosi di divertimento e leggerezza, di cui c'è tanto bisogno. Capi e accessori che possono scendere dalle passerelle e confondersi nella quotidianità, senza perdere originalità e fantasia: anzi la personalità di ciascuno li renderà unici e particolari.

Tutto questo emerge dai 15 brand che sabato 11 settembre si susseguiranno sulla scalinata per presentare le loro collezioni autunno/inverno 2021-22: Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu Over, Hamaki-Ho, Kikisix, King Kong, Le streghe, Loft1, Susy Mix, Susy Star, Sophia Curvy, Souvenir, Takeshy Kurosawa, Tela-N, Xagon Man.

Una collettiva che rispecchia la formula vincente di **Centergross** racchiusa nella forza del gruppo, nato 44 anni fa. Un colosso tutto italiano da migliaia di buyer giornalieri (dati pre-pandemia), 6 mila gli addetti diretti (a cui si aggiunge l'indotto), 680 attività commerciali, di cui 400 sono i brand, 98 aziende tessili e accessori, 94 commercio e alta tecnologia e oltre 100 fornitori di servizi con piattaforme e ambienti digitali che si integrano e dialogano con luoghi reali. Tutti uniti non solo per ripartire, ma per affrontare con ancora maggiore slancio e intraprendenza i mercati interni ed esterni. Un polo, **Centergross**, che oggi, più che mai, conferma la validità di una scelta e che nell'evento di sabato settembre mostra a buyer, media e ospiti provenienti da tutto il mondo, la capacità di saper fare in nome della maestria, della qualità e di quella cultura che sono il Made in Italy è in grado di rappresentare.

Parte anche il contest Instagram #BolognaFashion, hashtag al quale invitiamo a pubblicare contenuti che rappresentino l'idea di "Bologna città della Moda", che saranno costantemente monitorati dalla Commissione Moda di **Centergross**, che provvederà a contattare direttamente i content creator (fino ai 25 anni d'età) che si saranno maggiormente distinti offrendo loro opportunità formative o professionali presso i brand moda di **Centergross**.

Winter Melody sarà trasmessa in diretta sui canali Instagram, Facebook e YouTube di **Centergross**.

Winter Melody è un evento realizzato da **Centergross** Bologna con il patrocinio di Città Metropolitana di Bologna, Comune di Bologna, Regione Emilia-Romagna, CNA Federmoda, ICE Italian Trade Agency, Ascom Bologna, Camera di Commercio di Bologna, Unindustria Area Centro, Fondazione ANT, Bologna Welcome, Bologna Estate, #BolognaFashion; il sostegno di: TIM, Intesa San Paolo, Allianz Paolo Delfini, Borelli Orlando, D'Amora Trasporti, Mani di Fata, Prime, Zini Elio. Si ringraziano: Scuderia Bologna, Giovannini, Sinergy Cosmetic Italy, Spaziia, Hotel I Portici, La Truccheria, Make Up For Ever, Maxfone, Next Fashion School, Enzo Bartali, Rizzi Silvio.

ECCO I BRAND: A OGNUNO LA SUA STORIA...

ADRIANO LANGELLA

Lanciato nel 2018 dall'eccentrico e versatile Adriano Langella, il brand punta ancora una volta sulle caratteristiche con cui vuole distinguersi, per un total look maschile, chic e sofisticato, su uno sfondo informale, urbano e grintoso. Per il prossimo autunno inverno Adriano ha pensato ad un uomo che sa andare oltre gli stereotipi e non lasciarsi imbrigliare dai luoghi comuni. Quindi capi in stampe animalier su tessuti pregiati come filo di Scozia, cashmere o alpaca. Sui jeans, uno dei punti di forza più strong del brand, splatter di paint (vernice) colorata, mentre la maglieria più classica è invasa da rotture (destroy), come ragnatele che la rendono unica. Anche sul capospalla lo stilista ha imposto la sua creatività Made in Italy, ma proponendo tinte pastello e super colorati quadri scozzesi. Sulla giacca in particolare si manifesta tutto il suo estro che rende l'intramontabile divisa maschile nuova e inconfondibile: forme sfilate e morbide, grande vestibilità, valorizzazione di ogni dettaglio, dalle maniche alle spalle fino ai rever. Tutta la produzione è Made in Italy, in base a scelte strategiche aziendali ben definite. Il brand non si è mai lasciato tentare dalla dislocalizzazione all'estero per risparmiare sul costo della manodopera e continua a puntare sulla grande professionalità di collaboratori italiani.

ANGELA DAVIS

Il marchio italiano nato alla fine degli anni '90, presenta la Collezione Limited Edition, grande protagonista il plissé. Con il fantastico tessuto pieghettato che rende versatile ogni look, ecco abiti e gonne indossati prevalentemente con un cardigan per rendere l'effetto Wild Folk. Charme garantito, sia quando i colori sono più sobri, come i toni del bianco, beige, avorio, nero, sia con le nuances più vivaci come il giallo, il verde, o il blu royal, per mantenere quello stile raffinato che caratterizza il brand.

HAMAKI-HO

Nome dal sapore giapponese, racchiude tutta l'anima cosmopolita di questo brand maschile partenopeo che, per la collezione autunno/inverno, si è ispirato alla terra. E non solo per i colori delle sue creazioni, ma anche perché il marchio, erede della tradizionale sartoria napoletana, è sempre stato in sintonia con il mondo contemporaneo che, mai come in questo momento, anche nella moda, dovrebbe prestare attenzione a come è mutata la socialità e ai cambiamenti climatici. Per rispondere all'esigenza di una clientela che con tutto questo deve fare i conti, il brand ha creato un look dalle linee e dalle forme pulite, utilizzando materiali e filati diversi, anche con spirito innovativo, per garantire una continua evoluzione. Se la terra ha ispirato la tendenza cromatica, dettano infatti legge tutte le nuances del marrone, non mancano comunque altri colori. HAMAKI-HO era il termine con cui venivano chiamati distretti di Kyoto in cui risiedevano le Geishe, cioè "coloro che esibiscono l'arte" attraverso le discipline artistiche.

KIKISIX

Dettagli della grande epoca 90's con il solito 'french touch'; nelle forme e nelle fantasie, per la nuova emergente realtà di Pronto Moda del **Centergross**. Il marchio con sede e cuore a Firenze lancia la nuova collezione FW21 dedicata alla donna giovane proponendo abiti lunghi con stampe iconiche animalier e optical che si mescolano con naturalezza alle fantasie provenzali e paisley. In abbinamento coloratissimi maglioni oversize, felpe vintage riadattate e la giacca military army originale rivisitata artigianalmente da indossare sopra, un must dell'azienda. Tessuti e filati utilizzati sono naturali. Ritenuta una delle migliori proposte di abbigliamento per rapporto qualità/prezzo, dalla nuova stagione FW21 il brand lancia Kiki Plus, la linea curvy estremamente fashion.

KING KONG

Tre i temi scelti dal versatile brand sulla scena del fashion dagli inizi degli anni '90, per lanciare la sua prima Collezione Limited Edition. Il primo è New College, uno stile sbarazzino con abiti in plissé, minigonne e maglioni a fantasia. La seconda tendenza è Glam Rock, elegante e accattivante dai colori accesi, che richiamano l'attenzione sulla donna che li indossa, perfetta nel suo stile e nella sua sicurezza. Desert Soul è il terzo tema, composto da abiti in stampa paisley, cardigan con frange e motivi etnici.

LOFT1

La filosofia del brand, che il prossimo anno festeggia i 10 anni di attività, è da sempre rimasta inalterata nel tempo. La collezione F/W21/22, che sfila a Winter Melody, è stata pensata dal fondatore e designer, Vittorio Pedri, ispirandosi ad un uomo nomade in cerca di un contatto più profondo con la natura e con la propria terra. E proprio per questo ha scelto una gamma di colori ispirata al territorio per ricordare da dove il brand è partito: i colli bolognesi. Tre sono infatti i pilastri sui quali si basa LOFT1: passione, espressione di sé e la propensione ad uscire dagli schemi. Sempre all'insegna di una attenta cura nei dettagli e dei particolari. Ora il brand si impegna ad intraprendere in prima linea una nuova sfida, affrontando gli impatti sociali, economici e ambientali del settore del man fashion. Per questo ha deciso di investire sul futuro per una digitalizzazione a 360°

SOPHIA CURVY

Brand di abbigliamento per taglie over, del gruppo Succ.ri Bernagozzi che opera nel settore abbigliamento dal 1930, ha da sempre messo il gusto italiano al servizio di una produzione di abbigliamento femminile dalla 44 alla 68, mentre tutti si fermano alla 56/58 o al massimo alla 60. Offrendo la possibilità pure alle ragazze più

giovani di trovare modelli, anche di taglie più comode, oltretutto ad oggi quelle più richieste, in perfetta sintonia con le attuali tendenze della moda. Come per le precedenti collezioni, anche per quella presentata l'11 settembre, c'è stato un attento lavoro di ricerca dell'ufficio stile interno che tiene monitorati i look più all'avanguardia nelle città più vitali e creative da questo punto di vista, come Londra e New York, con la ricerca presso le fiere internazionali dei tessuti i colori e le lavorazioni più attuali. La parte più delicata riguarda poi la fattibilità dei prototipi, anche perché non tutti i modelli possono essere realizzati fino alla taglia 68: alcuni perderebbero di vestibilità e di immagine. Ribadendo che l'eccesso di peso è pur sempre un eccesso, se compromette la salute e il benessere, secondo la filosofia del brand qualche taglia in più non deve impedire alle donne di sentirsi belle, di amare il proprio corpo nelle sue rotondità. Perché Curvy non è una caratteristica fisica ma è un modo di essere e di sentirsi, da valorizzare anche con l'abbigliamento e soprattutto con un sano stile di vita.

SOUVENIR

Tricot elaborati, plissettati finissimi, motivi damascati scelti in accostamenti di colore classici ma non banali, un tocco di vintage, in chiave urban. C'è tutto l'inconfondibile stile versatile di Souvenir, brand dell'azienda Souvenir Clubbing che dal 2011 produce abiti da donna, nella collezione per il prossimo autunno/inverno. Terra, sale, dominano i tessuti naturali, ricavati da filati pregiati, arricchiti di colori intensi e vibranti. La qualità delle materie prime, i tagli raffinati e l'attenzione alla costruzione del capo sono gli elementi più apprezzati di Souvenir. Il risultato è una collezione che riflette una donna decisa che ama l'eleganza senza tempo e la cura del dettaglio. L'azienda, che opera nel settore del fast-fashion di alta qualità, in Italia vende sia in negozi monomarca che come wholesaler. Ma negli ultimi anni il brand ha accresciuto le proprie quote di mercato anche all'estero, in particolare in Russia, Cina, Europa.

SUSY MIX

Forte dei suoi 25 anni di esperienza maturati nel settore womenswear e grazie all'expertise e a un know-how consolidato, per la stagione F/W 21/22, il brand punta ad una collezione colorata, versatile e capace di vestire tante donne, lanciando anche la campagna di comunicazione #SusyMixForAll. "Susy Mix non veste soltanto una tipologia di donna e per questo - come racconta Michela Beccaletto responsabile Ufficio Stile - Per questo abbiamo deciso di coinvolgere le donne del nostro team in questo progetto fotografico: testimonial di età, gusti, provenienza e fisicità diverse, che hanno scelto in maniera autonoma gli outfit". Le fotografie non sono state ritoccate perché quello che ci interessa è che le nostre clienti e chi ancora non ci conosce possa sentirsi rappresentato senza filtri da ognuna delle Donne Susy Mix". La capsule Susy Mix (fatturato oltre i 30 mln di euro, forte presenza in Germania, Austria, Grecia e Hong Kong) per l'evento Winter Melody si contraddistingue per capi iper colorati che vanno dal viola al rosso, dal giallo al blu sino ai colori più vicini ai toni della terra. Giacche e pantaloni che diventano outfit ideali per tutti gli appuntamenti della giornata si alternano a abiti lunghi dalle linee più morbide, cardigan che diventano veri pass-partout, capispalla e maglieria di qualità si mixano a jeans e pantaloni fit, a palazzo sino a una vestibilità più comfy.

SUSY STAR BY SUSY MIX

Lanciata la scorsa stagione per vestire taglie fino alla 54, la linea Susy Star by Susy Mix ha creato una collezione FW 21/22, caratterizzata da versatilità e da una molteplicità di colori, fantasie, sempre in perfetto stile Susy Mix. La capsule Susy Star by Mix che sfilerà all'evento Winter Melody si compone principalmente di pantaloni, giacche e capispalla, la cui caratteristica unica e particolare non è il concetto di taglia, ma di comfort: colori accesi, tinte unite e fantasie pop e anni '70 per outfit ideali per ogni momento della giornata. Deliziosi look si compongono di bluse e cardigan di maglia che, con gli accessori SusyMix, si abbinano perfettamente a jeans e a pantaloni dalle linee pulite, e per sottolineare la silhouette cinture strette in vita.

TAKESHY KUROSAWA

Istinto narcisistico ispirato all'essenza della pura sensualità per l'uomo che veste Takeshy Kurosawa, brand di innovativi creativi napoletani, che hanno rotto il confine nazionale diventando un must in tutte le capitali del fashion system. Oggi è uno dei marchi italiani più celebrati al

mondo per il denim, 100% made in Italy, impreziosito dagli straordinari tessuti cimosati Kurabo e Amhot, importati direttamente dal Giappone, leader nella manifattura tessile orientale. Dal connubio tra l'Occidente e l'Oriente, che ha dato vita anche al nome del Brand, nasce il mix perfetto che veste giovani dinamici e irriverenti ma si conforma anche ai clienti che amano gli abiti creati dalle abili mani degli artigiani napoletani. Una collezione per un uomo che vive con grande entusiasmo e si arricchisce di esperienze, nella vita mondana degli eventi speciali come nella quotidianità tra lavoro, tempo libero e vita notturna. Esprime il suo life style con un total look magnetico che corre audace oltre il confine dello stile eccentrico, arricchendo i momenti informali ed eleganti alla quotidianità cittadina. Uno stile frutto dell'estro e della capacità di un team di giovani designer, il TK Creative Group, che infrange le regole, inventa, stravolge e reinterpretava, anticipando le tendenze delle nuove collezioni. Creazione, produzione, lavorazione, finissaggio e controllo avvengono esclusivamente in Italia e ogni capo è il risultato di una meticolosa ricerca della perfezione in tutte le fasi del processo produttivo e del confezionamento.

TELA N°

Il brand Tela N° nasce per elogiare il Denim, la sua storia e le sue origini, facendo risplendere questo tessuto "immortale" attraverso nuove forme e nuove lavorazioni. Il "filo blu che ha tracciato la storia", reso celebre in America da Lévi Strauss ma originariamente utilizzato a Nimes e tinto a Genova, ha sempre affascinato gli artigiani napoletani che lavorano direttamente il tessuto grezzo per creare jeans rinomati, lavorati a regola d'arte e rifiniti a mano nei minimi particolari.

Successivamente alla produzione del Denim, il brand inizia a creare anche altri capi, nuove collezioni di grande esclusività, per vestire l'uomo cosmopolita odierno in qualsiasi occasione. Abiti eleganti, giacche stretch dai colori tenui, maglioni in cashmere e camicie classiche: tutti i componenti necessari per comporre un look di classe, un dandy moderno che riscopre e reinventa la moda abbracciando la qualità dei tessuti. Tutta la collezione è pervasa da un sottile senso di sfida delle tradizioni, che incoraggia la libertà di espressione, mixando il sopraccitato Denim con i capi più eleganti. I capi sartoriali restano classici ma sorprendono, si evolvono. Dettagli e decorazioni richiamano le cerimonie, con applicazioni e abbellimenti come simbolo del senso di appartenenza legato all'amicizia e allo spirito di comunità e tradizione.

XAGON MAN

La collezione FW '21/22 di XAGON MAN, brand con oltre 50 anni di esperienza nel fashion Made in Italy, è un mix di stili, colori, epoche, fantasie e materiali per vestire un uomo che fa degli opposti uno stile di vita. Tinte pop, mood street & active vs linee essenziali e chic. Tra l'offerta delle tendenze più eleganti i tailleur adatti alla nuova contemporaneità. Completano la cartella colori il rosso cherry nel check quadrato di abiti ed il blu Navy su motivi a quadri e righe. Il nuovo minimalismo si libera dalle forme geometriche più rigide per adattarsi al corpo con tessuti leggeri proponendo un look sempre rilassato. Alta sartoria e gusto metropolitano, sono il filo conduttore che garantiscono a Xagon Man autenticità e i tratti distintivi, oltre ad un ottimo rapporto immagine-qualità-prezzo. Con una sua sensibilità estetica che rispetta l'autorevolezza del Made in Italy, mixando elementi metropolitani e urban con capi classici ed eleganti.

Centergross, nato 44 anni fa a Bologna, rappresenta oggi la più grande area commerciale B2B europea della Moda Pronta italiana: 1 milione di metri quadri la superficie totale, di cui 400mila area espositiva e 100 mila metri quadri dedicati ad area uffici e servizi. 5 miliardi di euro il volume di affari annuo di cui 3,5 relativo alla moda e 60% riferito all'export, migliaia di buyer giornalieri (dati pre-pandemia), 6 mila gli addetti diretti (a cui si aggiunge l'indotto). Un colosso tutto italiano in cui hanno sede 680 attività commerciali di livello nazionale ed internazionale di cui circa 400 brand moda, 98 aziende tessili e accessori, 94 commercio e alta tecnologia e oltre 100 fornitori di servizi con piattaforme e ambienti digitali che si integrano e dialogano con luoghi reali. Una formula vincente racchiusa nella forza del gruppo per affrontare i mercati interni ed esterni e che oggi, più che mai, conferma la validità di una scelta che quattro decenni fa sembrava visionaria, ma che proprio in un momento storico tanto tragico quanto inaspettato, si manifesta in tutta la sua attualità e validità. I vantaggi del sistema del Pronto Moda italiano: da una parte un modello di business vincente che si basa sulla velocità di realizzazione del prodotto, di distribuzione che permette di avere un riassortimento continuo di collezioni anche settimanali evitando giacenze di magazzino con risparmio sia sulle strutture per contenerle che sulle immobilizzazioni finanziarie, dall'altra, la ridotta catena produttiva, crea collezioni di grande tendenza dai fortissimi contenuti moda e di ottima qualità a prezzi accessibili.

mercoledì 8 settembre 2021

Il Centrogross presenta Winter Melody : la sfilata delle collezioni 2021-22



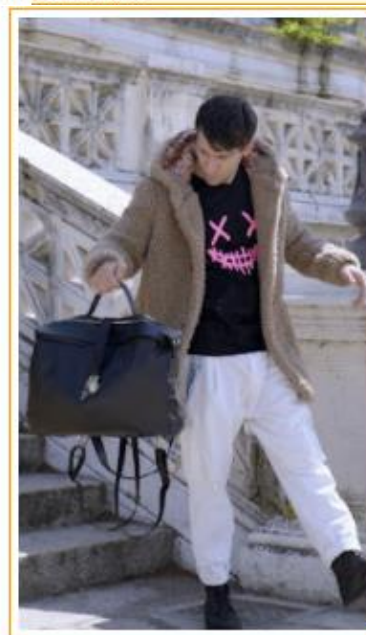
Il **Centergross** di Bologna il più grande polo del pronto moda italiano con un milione di metri quadri di superficie, che da 44 anni esporta il Made in Italy nel mondo, batte tutti sul tempo e per primo, presenta la collezione autunno inverno della prossima stagione, anticipando la Fashion Week milanese e gli altri appuntamenti internazionali.

Il pronto moda realizzato da quindici aziende che in questa occasione fanno squadra, sarà protagonista in una memorabile sfilata che si svolgerà **sabato 11 settembre**.

La magnifica Scalinata del Pincio, in piazza XX settembre, sarà palco e scenografia dove sfileranno con gli abiti e gli accessori della nuova collezione uomo e donna le ditte : Adriano Langella, Angela Davis, Dejavu Over, Hanaki-Ho, Kikisix, King Kong, LeStreghe, Loft 1, Susy Mix, Susy Star, Sophia Curvy, Souvenir, Takeshy Kurosawa, Tela-N, Xagon man.

Winter Melody è il titolo dello spettacolo che lega la moda alla danza e alla storia del trend contemporaneo in cui si rispecchiano le aziende presenti.

Proprio in questi giorni è stato avviato un contest Instagram con l'hashtag **#BolognaFashion**, dedicato agli under 25, attraverso il quale i content creator che vorranno partecipare e si saranno distinti per aver meglio interpretato il tema "Bologna città della moda", accuratamente selezionati dalla Commissione Moda di Centrogross, avranno l'occasione di partecipare ad una opportunità formativa o professionale presso i brand moda del polo fashion emiliano.



Winter Melody sarà trasmessa in diretta sui canali **Instagram**, **Facebook** e **YouTube** di Centrogross.

Livia Elena Laurentino



Publicato da ROCK and FOOD



Etichette: [bologna](#), [bologna fashion](#), [centergross](#), [made in Italy](#), [pronto moda](#), [Winter Melody](#)