



ABBONAMENTI

CONTATTI

ABOUT US

MY ADC

LOGIN



ADC Group ▾ ADVexpress ▾ e20express ▾ ADVexpressTV ▾ Awards ▾ Cerca ▾

## UPDATE:

[Home](#) / [ADVexpress](#) / [News](#) / [Industry](#) / [Media](#) / [How to spend It: il numero di settembre celebra...](#)

06/09/2017 12:35



Media

## How to spend It: il numero di settembre celebra la Settimana della Moda

Il mensile di Luxury e Lifestyle del Sole 24, in edicola da venerdì 8 settembre, dedica un numero speciale all'appuntamento milanese, il quale mette al centro la potenza del made in Italy.

La settimana della moda **sta per arrivare**. Quest'anno l'evento milanese sarà ancora **più ampio e compatto** grazie all'avvicinamento delle date di **Micam e Mipel**, nell'ottica di fare sempre più sistema. 170 sfilate, eventi, presentazioni, per una kermesse che mette **al centro la potenza del Made in Italy** (solo a Milano la moda porta oltre 19 miliardi di fatturato all'anno, di cui un terzo arriva dall'estero).

LEGGI le ultime notizie della sezione

Cine Sony debutta con 'Captain Phillips - attacco in mare aperto'

06/09/2017 16:39

Nel nuovo palinsesto di Radio Capital spazio anche a Massimo Giannini

06/09/2017 15:04

How to spend It: il numero di settembre celebra la Settimana della Moda

06/09/2017 12:35

MEC e Maxus diventano WAVEMAKER

06/09/2017 11:04

Dal 9 settembre De Agostini Publishing porta in edicola la mitica Yamaha di Valentino Rossi. Al via campagna tv,

In questo ampio scenario DI creatività, il numero di **How To Spend It**, il mensile di **Luxury** e **Lifestyle** del **Sole 24 Ore** in edicola da **venerdì 8 settembre**, celebra l'appuntamento milanese della fashion week con un numero speciale.

E se per l'archeologo **Salvatore Settis**, intervistato per la rubrica **Pre-Visioni**, il lusso è mantenere **l'elasticità di camminare avanti e indietro fra le epoche**, anche i grandi brand sentono la nostalgia delle origini e ripartono là dove tutto è cominciato, alla scoperta delle proprie radici: l'invito è a teatro e How To Spend It racconta **l'affinità elettiva** fra centri di cultura e arte e l'eccezionalità delle collezioni. Milano e la Galleria. Firenze e le Sale dei Pianeti. Palermo e Palazzo Gangi. Il grande spettacolo della moda alza il sipario e porta al centro della scena il guardaroba dell'inverno mettendo in dialogo Rinascimento e futuro: cultura e moda Made in Italy sfilano davanti al mondo intero. Anche **Angela Missoni**, che quest'anno festeggia 20 anni alla direzione artistica dalla maison, dichiara ad How To Spend It che ama collezionare e accostare esperienze diverse. Forse perché il patchwork è da sempre la passione di famiglia.

Dall'esuberanza del Made in Italy **all'essenzialità zen dell'Oriente**. Il Kimono, capo icona del Sol Levante, si reinventa producendo **forme nuove** per la casa, per l'arte, persino la cucina, cominciando dalle sedie a cui spuntano le ali... Mentre per **Yohji Yamamoto**, il red black viene dal rosso, dal marrone e dal fango.

Ma se il ritorno al classico è dappertutto, lo è anche nel ritmo. Dai treni che volano a 1.200 km orari ai computer quantici, dai processi industriali a quelli sociali: la velocità sta ridisegnando contorni e modalità dei viaggi, del lavoro e persino del relax. Ma l'accelerazione ha un senso solo a patto di non dimenticare che valore ha rallentare. Perché **l'innovazione di sostanza** si ottiene rispettando i tempi naturali. Di apprendimento del cervello **come di lavorazione dei materiali**. In questo contesto How to Spend it esplora la creatività che sta dietro il matrimonio fra l'icona della velocità e delle auto da corsa e l'icona della comodità e del relax in poltrona, entra nei laboratori che hanno prodotto la seduta **Cockpit** per Ferrari, ma anche negli uffici di Hyperloop-One che sta sviluppando un treno a levitazione magnetica e in quelli di **Hyperloop** che lavora alla prima capsula per trasporto persone.

Anche nell'immobiliare si progetta un cambio d'uso. Un vero e proprio ribaltamento di prospettiva, quello che How to Spend it racconta questo mese. Per convertire una dimora storica e farci un business occorrono investimenti importanti e un preciso piano di ristrutturazione. Così le tenute **si rinnovano** in parchi tematici, i palazzi diventano hotel, i castelli musei e le ville cantine-design. E lo è anche per le grandi catene dell'ospitalità dove il concetto di esclusività diventa **unicità della proposta**.

E poi ancora **i viaggi**. How To Spend It esplora i nuovi itinerari **in giro per il mondo**: un safari tra due continenti, l'Islanda tra yoga e vulcani, le capitali da un altro punto di vista, dalla penthouse di New York alla townhouse di Londra. Lo sguardo di How To Spend It sul beauty, la cura della persona e il benessere questo mese scommette sugli ultrasuoni per inseguire la tonicità senza chirurgia.

La campagna a sostegno dell'uscita è pianificata sui mezzi del Gruppo 24 ORE.

## stampa e web

06/09/2017 10:04

## 'Top Chef Italia' dal 7 settembre torna sul Nove

05/09/2017 17:40

## Miss Italia 2017 su La7 con cinque serate. Obiettivo: superare il +20% di ascolti del 2016

05/09/2017 17:38

## In edicola il numero di settembre di Dimensione Benessere

05/09/2017 15:40

## Il Sole 24 Ore riduce le perdite nel primo semestre. Risultato netto in miglioramento di 8,9 milioni. Pubblicità a -11,5%

05/09/2017 15:03



Copyright © 2016 ADC Group Srl - Via Copernico 38, 20125 Milano - P.IVA 03670830961



CHI SIAMO

CANALI

PUBBLICAZIONI

Abbonamenti

ADC Group  
ADVexpress