

SOKTAS, UNA COLLEZIONE DI LUSO SOKTAS, A LUXURY COLLECTION

TESSUTI FABRICS



Per andare incontro alla crescente domanda di tessuti di lusso, Soktas, l'azienda tessile turca che annovera tra i propri clienti grandi firme come Armani, Ermenegildo Zegna, Prada, Versace e Zara, propone una collezione che è la quintessenza dei tinti in filo e dei tinti in pezza più fini e preziosi. L'eccellenza e la tecnologia di una realtà imprenditoriale che opera da 30 anni sul panorama internazionale si fondono per dare vita a tessuti realizzati con la più alta qualità di cotone egiziano, attraverso un processo produttivo sensibile alle problematiche ambientali. La nuova collezione, aggiornata e studiata in base alle esigenze della clientela, segue ricercatezza e gusto raffinato ed offre una vasta gamma di tessuti *extra-fine*, freschi al tatto e di irresistibile fascino.

In order to meet the growing demand for luxury fabrics, Soktas, the Turkish textile manufacturer that counts such designers as Armani, Ermenegildo Zegna, Prada, Versace and Zara among its clients, presents the quintessential collection of the finest and most precious yarn-dyed and piece-dyed fabrics. Technology backed by 30 years of international experience meets excellence to give rise to fabrics made from the highest quality Egyptian cotton, using ecologically conscious production processes. The new collection is the fruit of research, refinement and taste. The vast selection of fine fabrics, updated and tailored to the clients' demands, offers irresistible handfeel and sheer fascination.

COTTON USA SURVEY ON-LINE COTTON USA ON-LINE SURVEY

TESSUTI FABRICS

Cotton Council International, l'organizzazione non-profit che promuove il cotone americano nel mondo, ha di recente lanciato un questionario on-line con lo scopo di diffondere i pregi e le caratteristiche del proprio cotone ad un'utenza particolarmente sensibile ai temi delle fibre naturali e del benessere della pelle: le mamme. Attivo per due settimane sul sito www.quimamme.it, il portale del gruppo RCS dedicato alla maternità e all'infanzia, il questionario, sotto forma di risposta multipla, ha offerto un valido supporto riguardo a dubbi, segreti, vantaggi legati all'utilizzo delle fibre naturali in contrapposizione a quelle sintetiche. Secondo Stephanie Thiers-Ratcliffe, international marketing manager di Cotton USA, tutte le iniziative che si collocano nell'area education apportano un reale valore aggiunto all'utente finale dando al contempo uno sguardo più profondo sul prodotto, soprattutto in un'epoca in cui si è sempre più soggetti ad allergie ed irritazioni della pelle. È fondamentale, continua la Thiers-Ratcliffe, che si faccia della prevenzione e che la gente si informi, per il proprio benessere e per quello dei propri figli.

OLIMPIAS – TEXCONTROL REWIND OLIMPIAS – TEXCONTROL REWIND

ACCESSORI ACCESSORIES



Una P/E 2009 all'insegna del colore quella di Olimpias Texcontrol, che per la realizzazione dei propri prodotti, che si tratti di singoli accessori o di intere collezioni, è da sempre alla ricerca incessante della perfezione esecutiva, artistica e stilistica, elementi fondamentali in un mercato sempre più concorrenziale. La scelta cade sul fucsia, colore volitivo, ricco di vibrazioni, il colore insomma dell'affermazione e dell'individualità che si alterna a tonalità più leggere creando contrasti naturali. L'intera collezione è avvolta dall'audacia di questa tinta che imprime nuovo vigore a forme, tessuti e materiali, come se sul passato che tende a sbiadire si passasse una mano di colore conferendogli freschezza e rinnovato valore espressivo. Il risultato è Olimpias Rewind, che suona un po' come un'operazione di riavvolgimento e di ricarica su tutto ciò che appare vecchio e dimenticato per stimolare, accattivare, azzardare, suggestionare. E sedurre. Con materiali inconsueti, tessiture precise, ricami elaborati e, appunto, combinazioni cromatiche audaci da ammirare e da poter toccare con mano alle prossime edizioni di Moda In e Mod'Amont.

■ *Next S/S 2009 Olimpias Texcontrol focuses on colour. To make its own brand of products, whether individual accessories or entire collections, the company has always strived for well made, well designed and beautiful articles, features it deems essential in an increasingly competitive market. This time they have opted for fuchsia, a strong-willed colour, packed with vibration, the colour of affirmation and individuality that alternates with lighter tones to create natural contrasts. The whole collection is wrapped in the audacity of this colour that gives new vigour to shapes, fabrics and materials, as though a new coat of paint had been brushed over the fading past, giving it freshness and renewed expression. The result is Olimpias Rewind, and its intention is to recharge everything that appears old and forgotten, to stimulate, captivate, dare and influence. And, of course, to seduce. With unusual materials, precise weaving, elaborate embroidery and those audacious colour combinations, the collection is to be admired and touched at the next editions of Moda In and Mod'Amont.*



■ *Cotton Council International, the non-profit organisation that promotes American cotton around the world, recently launched an on-line questionnaire aimed at endorsing the qualities and characteristics of its cotton to a target user particularly sensitive to the theme of natural fibres and wellbeing of the skin: mothers. Up and running during two weeks at www.quimamme.it, the RCS group portal dedicated to motherhood and childhood, the multiple-choice questionnaire has offered valid support in terms of the doubts, secrets and advantages associated with the use of natural as opposed to synthetic fibres. According to Stephanie Thiers-Ratcliffe, international marketing manager at Cotton USA, all the educational projects have a real added value for the end user while at the same time attracting more attention to the product, especially at a time when increasing numbers of people are suffering from skin allergies and irritations. Prevention is vital, continues Thiers-Ratcliffe, as is getting the right information, both for our own and our children's wellbeing.*