

Il Giorno

9 Maggio 2006

"Il Giorno" 9 Maggio 2006

INAUGURAZIONE Corso Venezia: nuova boutique, la prima su una sola marca di lana

Un lungo brindisi tra calze e body

di **Alessandra Paleologo**

MILANO — Negli ultimi anni, non c'è donna che non conosca il marchio Wolford o non ne desideri il sensuale effetto sulla pelle: infatti, calze, body e, di recente, mise lussuose per la sera, sono oggetti del desiderio, innegabilmente. La boutique di corso Venezia 8, aperta il 18 febbraio, domani sarà la location per un party di festeggiamenti nel 55esimo anno del giubileo dell'azienda, con un vernissage ufficiale. Invitate tra le altre, Marta Brivio Sforza, Marinella Di Capua, Gabriella Dompè, Alessandra De Marco, Flaminia Momi-gliano, Marcella Bella, Alba Parrietti, Cecilia Colussi, Silvia Annichiarico, Tiziana Pini, Michi

Gioia, Anna Maria Bernardini de Pace, Mercedes Catania, Laura Fossa, Simonetta Ravizza e Maria Luisa Trussardi. L'organizzazione è stata affidata allo Studio Laura Morino, che opera nel settore della moda da anni e la cui affascinante presidente, Laura Morino Teso, ha preparato un mare di effetti speciali. A partire dall'atmosfera magica e luccicante del "Cocktail Gold", dove tutto sarà a tema "oro". Le modelle avranno un trucco realizzato dai truccatori dello staff Estée Lauder rigorosamente oro e indosseranno in vetrina costumi da bagno della linea Pool Diva con applicazioni in metallo lungo il décolleté e sui fianchi. Il catering sarà curato da Food Couture Food Couture con

un menu che manco a dirlo, è Gold Menu tutto finger-food. Tra le specialità: bignoline ripiene di crema allo zafferano e Ventaglio di storione con lime su carpaccio di mango.

Le decorazioni floreali saranno di Vincenzo Dascanio e sarà un allestimento Flowers Gold, fiori spruzzati d'oro intrecciati in tessuto oro. Il vino sarà offerto dalla prestigiosa casa vinicola "Antica Fratta". L'attenzione alla boutique di corso Venezia è speciale e ha un suo perché: infatti, è il primo negozio Wolford, monomarca in Italia ad adottare il nuovo concept vincente. Vincente sta per: «tutto ciò che si vede e si tocca, allude alle irresistibili curve del corpo femminile». Negli ultimi anni il marchio



Wolford si è sempre più trasformato da fornitore di calze e body in marchio con un'offerta di moda completa. Accanto a prodotti come biancheria e moda bagno, trovano posto prodotti che fanno tendenza come pantaloni, gonne, tailleur e cappotti. Il concetto di negozio modulare

offre possibilità di ampliamento per accessori come scialli, pa-rei, cinture e berretti. Mercè presentata in modo invitante e in ambiente luminoso e deciso, grazie agli elementi di colore bianco, al legno chiaro, all'acciaio spazzolato e al vetro satinato.

WOLFORD Opening
"Cocktail Gold"
Milano - 9 Maggio 2006