



5 sensi +1



PRODOTTI PROGETTI
Esperienza del consumo
più che sul prodotto in sè



ARCHITETTURA DELL'ESPERIENZA

non é importante il prodotto Fornarina
ma indossare e vivere con gli altri il prodotto
Fornarina



MEMORIA COLLETTIVA

offrire esperienze che costellano il vissuto del
prodotto



COMPONENTE EMOTIVA, AFFETTIVA, EMOZIONALE

Sentimenti ed
emozioni

Percezione
sensoriale

Esperienze

creativita'
cognitiva

Relazioni

Fisicità



URGENZA

1. MANTENERE VIVO L'APPEAL DEL BRAND
2. AVERE UN'OTTIMA REPUTAZIONE
3. VENDERE NEI DIVERSI MERCATI
4. CONFRONTARSI CON LE DIVERSE CULTURE
5. "AMARE" ED "ESSERE AMATI" DAI CONSUMATORI



RUOLI D'APPRENDIMENTO

Raccogliere continuamente nuove fonti di informazioni al fine di ampliare le proprie conoscenze e crescere.

ANTROPOLOGO-IMPOLLINATORE-OSTACOLISTA -
SCENOGRAFO - NARRATORE-ARCHITETTO-DIRETTORE

Il gruppo è fondamentale nel cogliere criticità e creare innovazione.



DRIVER

moda+arte+esperienza

Idea fondamentale per trasformare un'esperienza
ordinaria in distintiva.



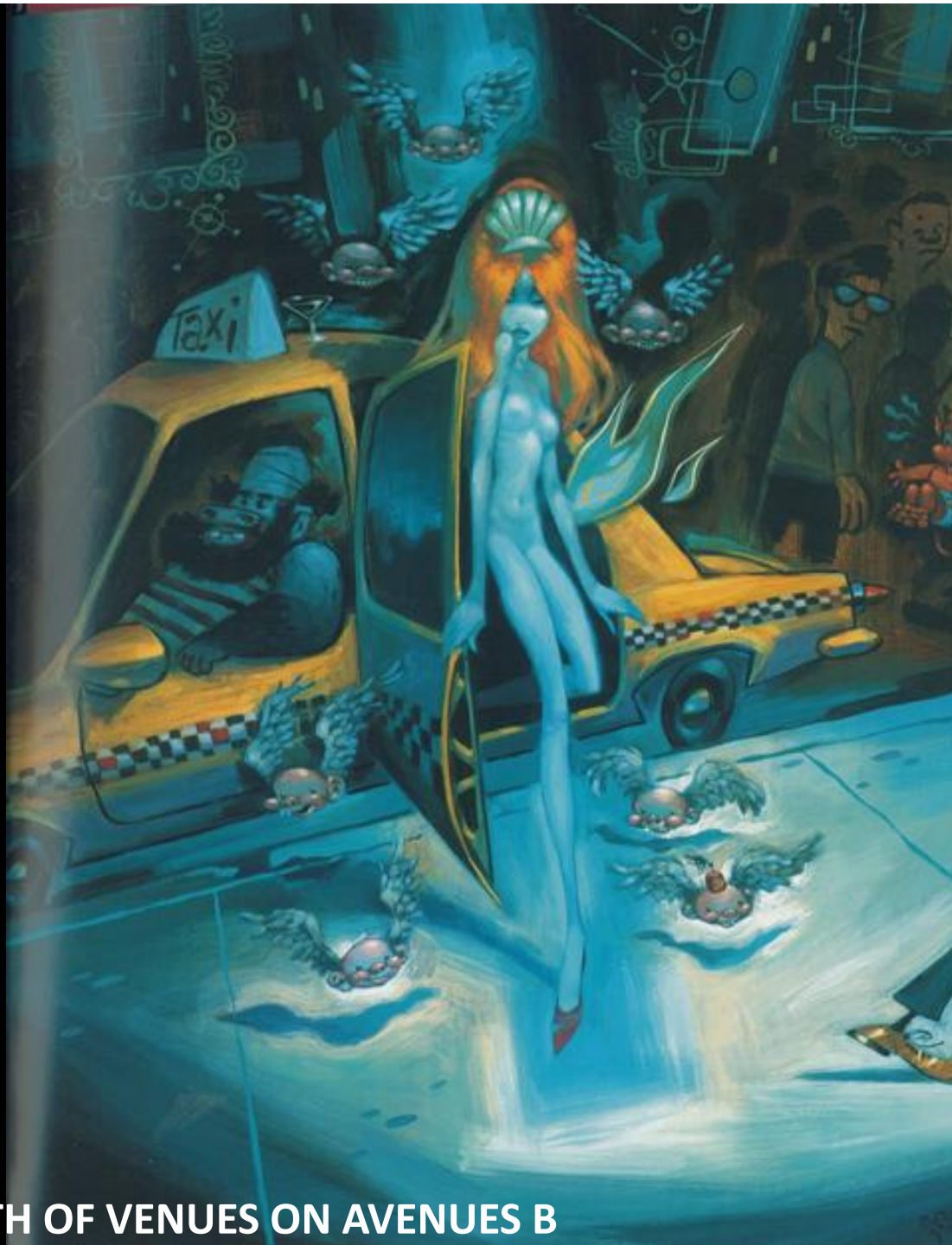
Fornarina®

LE COLLABORAZIONI ARTISTICHE



GLENN BARR

Artista di Detroit, il cui universo creativo è
sospeso tra la cultura pop e il surrealismo.



GLENN BARR, BIRTH OF VENUES ON AVENUES B



DOMINIQUE DONOIS

Artista francese creatrice di eleganti opere in
cartapesta: un mondo incantato fragile e
poetico.



DOMINIQUE DONOIS, WINDOW SET UP LAMARELLE



ANGELIQUE HOUTKAMP

Eclettica artista olandese che mescola nelle sue opere il gusto della Old Tattoo School e la stravaganza degli anni '20.

Fornarina



Fornarina





MISS VAN

Miss Van graffitista francese, creatrice di
Les Poupées, bamboline dolci e sensuali.



MISS VAN, PRINCESS OF THE NATURE



JUNKO MIZUNO

Junko Mizuno è una delle artiste giapponesi più promettenti della scena manga attuale.

i suoi disegni, incontri fantastici di glamour e grottesco, invadono Tokyo da diversi anni in tutti i settori della cultura pop.



JUNKO MIZUNO, BABYSITTING



JEAN GIRAUD aka MOEBIUS

Jean Giraud, alias Moebius, è una delle figure più importanti nel mondo dell'illustrazione.

Dalla fantascienza al fantasy, Moebius è riuscito con la sua immaginazione creativa a creare scenari per importanti produzioni: Tron, Alien, The Abyss e Il Quinto Elemento.

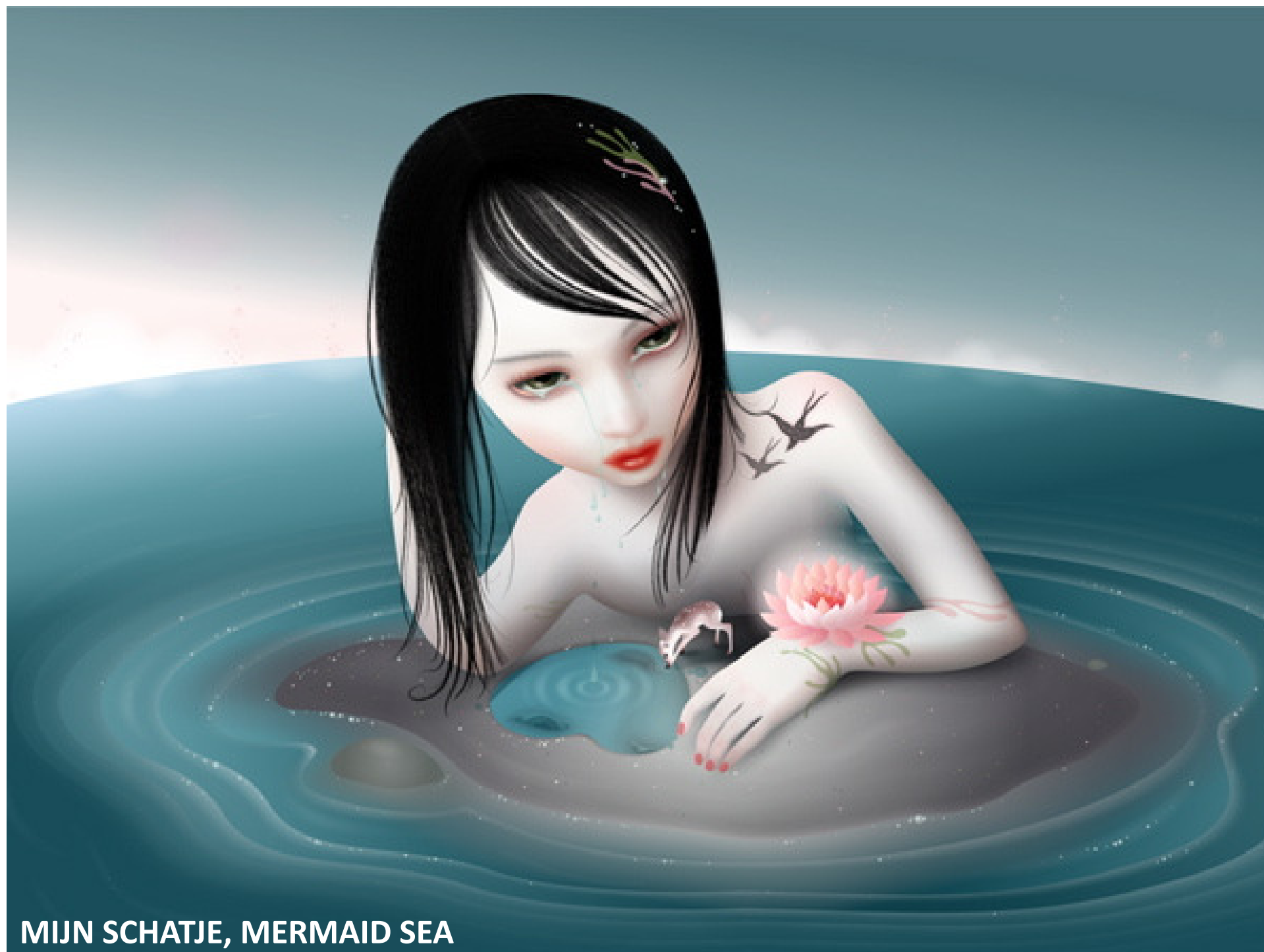


MOEBIUS, LEVITATION



MIJN SCHATJE

Dietro questo pseudonimo si nasconde l'artista franco-olandese Marie Blanco Hendrickx. L'universo di Mijn Schatje è abitato da meravigliose bambole dagli sguardi affascinanti e magnetici.



MIJN SCHATJE, MERMAID SEA



MIJN SCHATJE, CALL ME TIGER



SIMONE LEGNO

Simone Legno, direttore creativo di tokidoki, nasce a Roma nel 1977.

Tokidoki, in giapponese “qualche volta”, propone una sintesi originale e divertente di oriente e occidente. Importanti collaborazioni con Karl Lagerfeld, Marvel e Mercedes.



TOKIDOKI FOR BLACK EYED PEAS



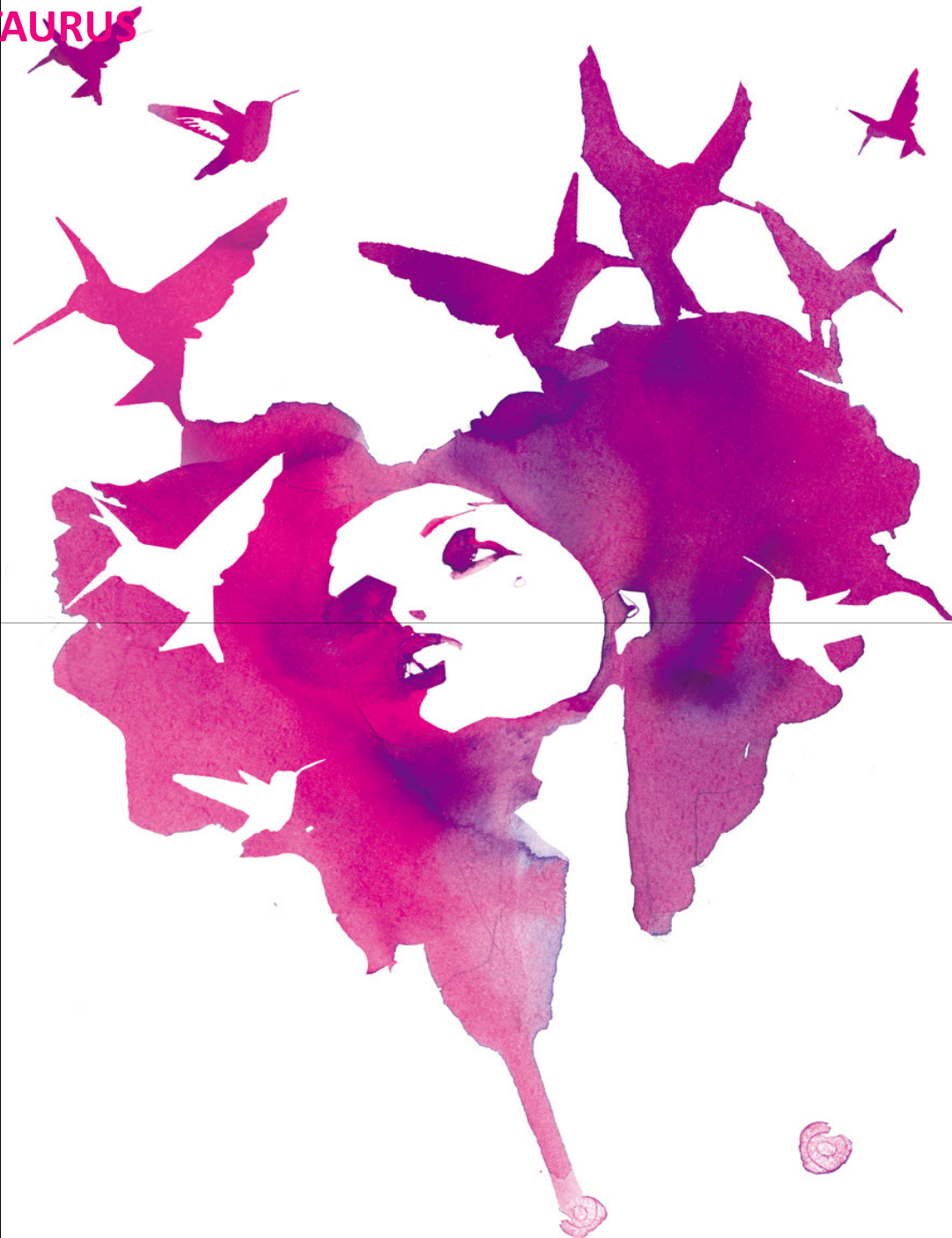
STINA PERSSON

L'arte della svedese Stina Persson raggiunge uno stile moderno con inchiostri ed acquerelli usati a gouache.

STINA PERSSON, CAPRICON



STINA PERSSON, TAURUS





KATRIN PETURSDOTTIR

Cinetiche ed istintive le illustrazioni di Katrin hanno uno sviluppo intuitivo.

Le sue opere sono esposte alla National Gallery di Oslo.



KATRINA PETURSDOTTIR, SUBPLANT



MARIO ADDIS

Animatore e disegnatore raccoglie la tradizione dei grandi cartoonist italiani, impreziosendola con una forte impronta surreale e un tratto personalissimo.

Importanti collaborazioni tra cui "Il Mostro" di Roberto Benigni, "Johan Padan" di Dario Fo, e "La Gabbianella ed il Gatto" di Enzo D'Alò.


Fornarina





FORNARINA SHOWCASE VIDEO



I PRODOTTI

I prodotti diventano messaggi dinamici...



FORNARINA featuring GLENN BARR

**FORNARINA ADVERTISING
CAMPAIGN F/W 2008-09**





FORNARINA featuring MISS VAN





FORNARINA VIBE F/W 2004-05



FORNARINA featuring JUNKO MIZUNO

RISING STARS



Fornarina



FORNARINA ADVERTISING CAMPAIGN F/W 2008-09



FORNARINA featuring MIJN SCHATJE



FORNARINA ADVERTISING CAMPAIGN S/S 2008



FORNARINA featuring STINA PERSSON

FORNARINA ADVERTISING CAMPAIGN F/W 2007-08





**FORNARINA featuring KATRIN
PETURSDOTTIR**





FORNARINA ADVERTISING CAMPAIGN SS 2007



PARIS HILTON WEARING TOKIDOKI





PUNTI VENDITA VETRINE

La creazione dei luoghi che abbiano la capacità di promuovere storie e intrattenimento.



Luogo fondamentale nel processo
d'acquisto

Da contenitore di merce



A luogo d'intrattenimento e
messa in scena del prodotto



FORNARINA featuring MIJN SCHATJE
FORNARINA STORE, AMSTERDAM

"THE DAY I GOT LOST"-MIJN SCHATJE SOLO SHOW



CRAZY BEAUTIFUL_WINDOW SETUP_AMSTERDAM



CRAZY BEAUTIFUL_WINDOWS SET UP_AMSTERDAM





FORNARINA STORE

LONDON, CARNABY STREET

Profumazione, musica e illuminazione.

Il progetto di illuminazione riproduce il ciclo naturale delle differenti fasi di luce, per mezzo di oltre mille elementi in policarbonato stampato, retroilluminati da più di 400 metri di led.



LONDON, CARNABY STREET



LONDON, CARNABY STREET



FORNARINA

LaRINASCENTE, MILANO

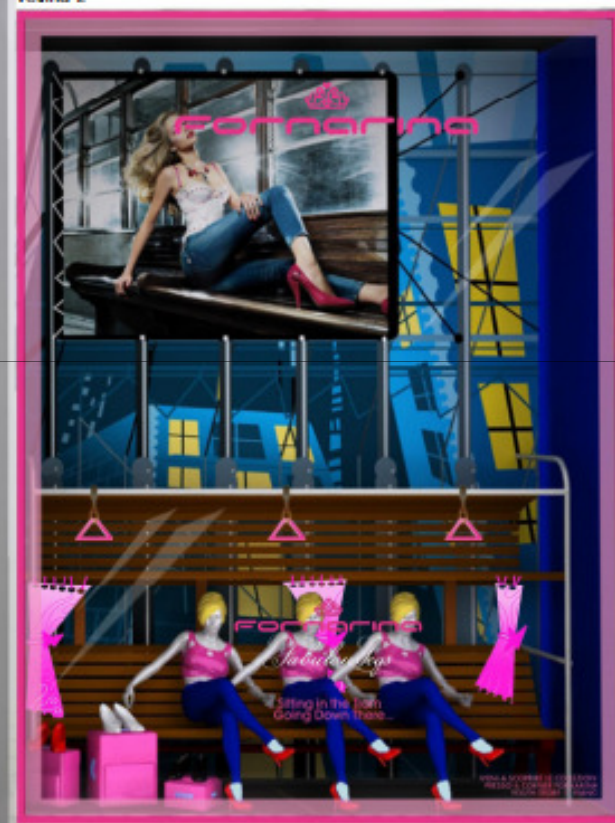




Vetrina 1



Vetrina 2







FORNARINA featuring DOMINIQUE DONOIS

FORNARINA STORE, ROMA





FORNARINA featuring MISS VAN

FORNARINA STORE

Melrose Ave, Los Angeles







FORNARINA featuring GLENN BARR

FORNARINA STORE

Carnaby Street, Londra







ANA BEATRIZ BARROS ,FORNARINA STORE MILANO



LINDSAY LOHAN, FORNARINA STORE LOS ANGELES



EVENTO

Fornarina Urban Beauty Show



Nasce dall'esigenza di trovare nuovi modi
e linguaggi per presentare le collezioni.



Un format, diverso, originale che incontri e superi le aspettative dei grandi clienti, dei buyer “smaliziati” di department stores e di tutte quelle persone desiderose di accedere ad esperienze solitamente organizzate per un pubblico esclusivo.



L'obiettivo è quello di aprire nuove finestre
sui mercati strategicamente potenziali per la brand,
con un
“colpo di scena” a tutti accessibile.



Nel Luglio 2006 nasce la prima edizione del
Fornarina Urban Beauty Show,
format internazionale dedicato alla creatività
dove produzione e performance delle arti
sono volte ad evocare l'immaginazione
provocare i sensi e muovere le relazioni
in giro per il mondo.



Il Fornarina Urban Beauty Show
e' una performance multisensoriale
che conduce lo spettatore
in un percorso di suggestioni visive e
mostra una metropoli contemporanea, percorsa da strade
virtuali, incontri di stili, culture e tendenze.



MIX DI CANALI PER CREARE ESPERIENZA...

Eventi, People, Store, Web, Mobile, Mailing,
Pubbliche Relazioni,
Advertising, TV, Vetrine Speciali, Guerrilla



FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW

International Key Accounts, Clienti, Agenti, Stampa,
Vip & Celebrities, Consumers, Trendsetters, Friends



**12th MAY 2008 CARROUSEL DU LOUVRE
PARIS**

Fornarina
**URBAN
BEAUTY
SHOW**

12.05.08
SALLE DELORME
AREA PARTY

12.05.08
SALLE SOUFFLOT/AREA VIP
13.05.08
SALES MEETING

POP-UP
SHOP

12.05.08
SALLE LENOTRE
FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW

ENTRATA

GUARDAROBA



AREA VIP

2AM

FASHION
CATWALK

12AM

IMMAGINE COORDINATA
DELL'EVENTO

art by MOEBIUS

ART BY MOEBUS



E-CARD



FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW

THE CALL OF DREAMS

PARIS 12TH MAY 2008
LE CARROUSEL DU LOUVRE
99 RUE DE RIVOLI 7:00PM-2:00AM

7:00PM – 12:00AM
FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW
SALLE LENOTRE

7:00PM – 2:00AM
FASHION CATWALK
9:00AM – 10:30PM – 12:00AM
VIP AREA, LOUNGE BAR
SALLE SOUFFLOT

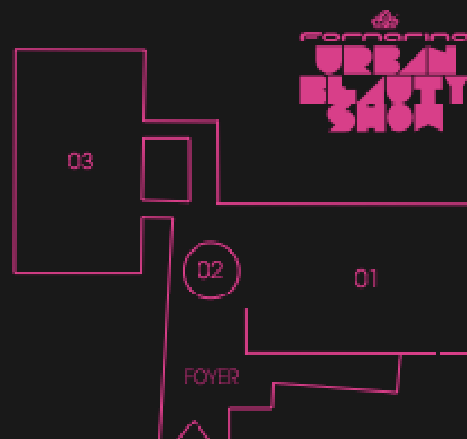
7:00PM – 2:00AM
PARTY AND DEEJAY SET
SALLE DELORME

FOR INFO CALL 0039 02 48751750

INVITO



PROGRAMMA DELLE SALE



EVENING SCHEDULE

SALLE LENOTRE FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW

07.00 PM / 00.00 AM
Fornarina Urban Beauty Show, a multi-sensorial event, where art meets fashion, music, dance and stage performance.
Fornarina Urban Beauty Show, un événement multisensoriel où la mode se rencontre l'art, la musique, la vidéo, la danse et les arts de scène.

SALLE DELORME PARTY AND DJ SET

Music is the feature as the beating heart of the party...
La musique est une capoténique comme pome
Intégrée des installations en cœur battant de la fête...

7.00/9.00 PM AUBRE LEBLANC
9.00/11.00 PM NEW YOUNG PONY CLUB
11.00 PM/1.00 AM SIMIAN MOBILE DISCO
1.00 AM/2.00 AM CLARK DJ'S CREW

MEZZANINE POP-UP SHOP

The unique shop presents the most exclusive and limited edition products of the Fornarina Art Lab.
Cette boutique unique en son genre présente les plus exclusifs produits en édition limitée du Fornarina Art Lab.

Singing Event / Schedule / Horaire
8.00/8.30 PM MARIO ADONIS
9.00/9.30 PM MUN SCHAUJE, ANGELIQUE HOUTKAMP
DOMINIQUE DONOIS
10.00/10.30 PM MOEBIUS
11.00/11.30 PM JUNIKO MIKUNO, TCHIKURI

01 SALLE LENOTRE FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW

02 MEZZANINE POP-UP SHOP

03 SALLE DELORME PARTY AREA

SALLE DELORME

NOW PLAYING CRYSTALLIZED™ - Swarovski Elements

A world made of light and crystals. Games of rarefied transparencies in a space animated by a cascade of precious stones, sparkling like the stars that populate the sky.
Un monde fait de lumière et de cristaux.

Des jeux de lignes transparentes dans un espace animé par une pluie de pierres précieuses, scintillants comme les cosmos peuplés d'étoiles.

THE MILKY WAY

The Milky Way has to be protected from the pirates of the space Nebula. No one can do it better than Mozzarella and her three sisters! Armed up to their teeth, Lollidoll's characters, accomplish their space mission.

La voie lactée a besoin d'être protégée contre les pirates de la nébuleuse noire, et qui d'ailleurs peut le faire, à part Mozzarella et ses deux sœurs?

Armés jusqu'aux dents, les personnages du monde de Lollidoll accomplissent leur mission galactique.

SCRAMBLED EGG

The vastness of the universe is populated with unpredictable forms of life: an archetypal, primordial egg reveals itself under an unexpected and fascinating form.

Des formes de vie inattendues se cachent aux confins de l'univers: un archétype, un œuf primordial se manifeste sous une forme inattendue et fascinante.

FOYER

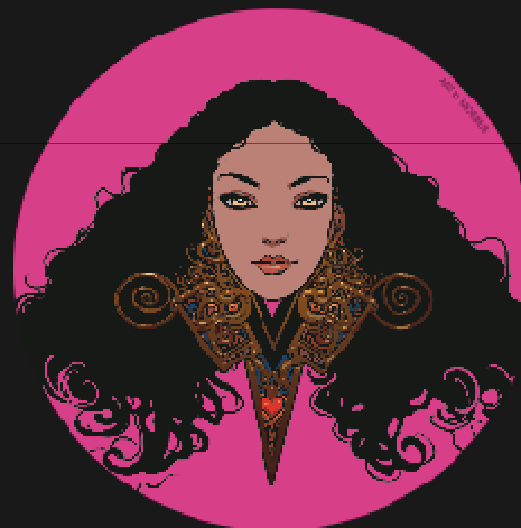
DINOSAUR JR

Fornarina gets into paleontology and proudly parades Resonational discovery. It goes without saying that we are witnessing something in a class of its own...

Fornarina se découvre paléontologique et, orgueilleusement, montre à tous la grande découverte, qui ne pouvait être découverte...

FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW

THE CALL OF DREAMS



PARIS LE 12 MAI 2008
LE CARROUSEL DU LOUVRE
99 RUE DE RIVOLI 7:00 PM / 12:00 AM

PROGRAMMA DELLE SALE



SALLE L'ENOTRIE

01. DREAMS ARE MY REALITY

A typical Italian garden full of rocking horses, fences and rabbits is the scene of acrobatic evolutions hanging between the earth and the moon, dreaming of Mijn Schatje's fairylands and soothing allience. Un jardin à l'italienne peuplé de chevaux à bascule, de haies et de petits lapins est le théâtre d'évolutions acrobatiques en équilibre entre la terre et la lune, en rêvant du monde fabuleux et silencieux de l'artiste Mijn Schatje.

02. MY SWEET OCTOPUS

The ritual gestures going about preparing sashimi turns into a sweet coloured game, just like the intriguing geishas playing around with the big octopus. Everything comes to life thanks to the bright colours of Junko Mizuno's imagination. Le rituel gestuel de la préparation du sashimi devient un jeu doux et coloré, comme les fascinantes geishas qui l'effectuent avec la complicité du grand poulpe. Tout s'anime grâce à l'imagination ardente et colorée de Junko Mizuno.

03. THE CRYING SPIDER

Seduction can have many faces, even that of a tango suspended in mid-air, hanging from a spider web. The glamour atmosphere, at a time mysterious and intriguing, springs from Angelique Houlikamp's old style tattoo imagery. La séduction peut avoir plusieurs visages, même celui d'un tango dansé dans l'air, suspendu à une toile d'araignée. Une atmosphère glamour, intrigante et mystérieuse, issue de l'imaginaire, old style tattoo, de l'art d'Angelique Houlikamp.

04. UGEIA AND THE WAVES - CRYSTALIZED™ - Swarovski Elements

A mermaid makes the best of her voice without drowning anyone. A very special pop star and her group sets the crowd on fire thanks to her glittering charm and an extremely sweet voice. Une sirène parvient à exploiter ses qualités harmonieuses sans provoquer de naufrage. Une pop star très particulière qui enchante le public avec son groupe, grâce à un charme éblouissant et à une voix réellement séduisante.

05. THE TEMPLE OF LOVE

A long forgotten temple, discovered by three bizarre archaeologists, unveils a seductive secret. Moebius' world takes shapes, together with the most unexpected secret dreams. Un temple perdu dans le temps et redécouvert par trois archéologues bizarres, révèle un secret séduisant. Le monde de Moebius se matérialise et avec lui, les rêves enfouis les plus imprévisibles.

06. BREAK MY HEART

An amazing pop forest populated with giant lipsticks, hiding a fascinating mechanical creature, set on putting back together its pulsating cybernetic heart. Une forêt pop et surréaliste de rouges à lèvres géants, qui renferme en son sein un cœur battant et mécanique.

07. LA MAISON DE LA PLUME

All haute couture ateliers have their own secrets. Ours lie in the very light angelic material of the creation of our two enlacing couturiers. Tout atelier de haute couture garde un secret. Dans notre maison, la matière première très délicate des créations de deux petites couturières malicieuses est vraiment de nature angélique.

08. PRINCESS OF THE NATURE

Nature's voice, sensual as never before, turns into the sound of strings, vibrating in unison with the wind and the noises from the wood and blending with the Miss Van's bodily seduction. La voix de la nature, plus sensuelle que jamais, devient une vibration de cordes, un son en harmonie avec le vent et les rumeurs du bois. Et elle se marie avec la matérialité séduisante de l'art de Miss Van.

09. OLD WORLD MEETS THE FUTURE

An opening into time and space. Here comes a merry go-round hanging somewhere between a dream and the American countryside in the 50s. Glenn Barr's world appears in the parallel dimension of the pop surrealism buzzing with unlikely imaginary creatures. Un passage dans le temps et dans l'espace, et voici un carrousel en suspens entre le rêve et la province américaine des années 50. Le monde de l'artiste Glenn Barr se manifeste dans la dimension parallèle du surréalisme pop, peuplé de créatures improbables et suggestives.



05

06

04

03

02

07

09

01

08



INTERNATIONAL KEY ACCOUNT SPECIAL GIFT



FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW_CONSUMER GIFTS



FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW_DVD



FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW - ENTRANCE



FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW - ENTRANCE



CONSUMER ACTIVITIES

FORNARINAURBANBEAUTYSHOW.COM

Invito digitale da scaricare su una sezione speciale del sito previa profilazione.

LE VESTIBULE

Punto di distribuzione inviti per l'evento.

COMPETITION

Ideazione di un concorso a premi

(1° premio: viaggio a Parigi per assistere all'evento).



**SITE 100%
SÉCURISÉ**

toute confiance
clients satisfaits sur

NET.com
GARANTIE SÉRIENNE



**4 AVRIL
BIRDY NAM NAM**

Garorock

4,5,6 AVRIL 2008 - MARMANDE - 47

RESERVEZ VITE VOS E-TICKETS DU FESTIVAL GAROROCK SUR LA BILLETTERIE DIGITICK

NOUVEAU !



Metallica

Les pères du trash metal
arrivent en France! Cliquez ici
pour en savoir plus!

RÉSERVER



We Love in Cité

Nuit électro organisée par We
Love Art à la Cité de la
Musique le 22/03 avec
SCRATCH MASSIV,
ETIENNE DE CRECY...

RÉSERVER

WEBSITE DIGITIK.COM PER IL DOWNLOAD DELL'INVITO

VeriSign
The Internet Trust Company





ER

les news et les
s digitick.com

mail

OK

STE ECOLOGICK

billets mobile
=
0m² de forêt

ETAPE 1
CHOIX DES TARIFS

ETAPE 2
COORDONNEES

ETAPE 3
PAIEMENT

ETAPE 4
IMPRESSION OU TELECHARGEMENT

Nouveau client

Nom *

Prénom *

Tél. Mobile *

Email *

Mot de passe (> 6 car.) *

Répéter mot de passe *

Pays *
France

Place(s) à offrir

Valider

En tournée

THOMAS DU
(7 date

ASA (13 d

HOCUS POCU

NIGHTWISH

RENAN LUCE

CHRISTOPH
(3 date

CALOGERO

GROUNDATIO

TIKEN JAH
(2 date

WEBSITE DIGITIK.COM PER IL DOWNLOAD DELL'INVITO



LE VESTIBULE_ Invitation distribuiton Point

WEB

1. FORNARINAURBANBEAUTYSHOW.COM

Sezione speciale dedicata all'evento;
Possibilità di downloading dell'invito;
Sezione dedicata alla COMPETITION;

2. FORNARINA.COM

Special pop-up promo event e competition

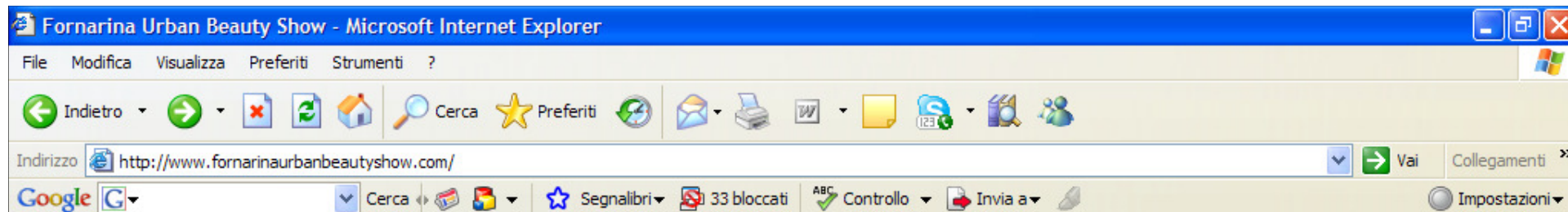
3. MYSPACE.COM/fornarinaurbanbeautyslow

4. MYSPACE.COM/fornarinaparis

Creazione di un nuovo profilo MySpace

5. [FACEBOOK COMMUNITY](#)

Creazione del profilo Fornarina Urban Beauty Show



Fornarina URBAN BEAUTY SHOW

THE CALL OF DREAMS

FASHION ART MUSIC

TICKETS
COMPETITION
URBAN BEAUTY DREAM
CONCEPT
TIME MACHINE



WEBSITE FORNARINAURBANBEAUTYSHOW.COM

MySpace.com - FORNARINA - 26 - Donna - Macerata - www.myspace.com/fornarinaurbanbeautyslow - Microsoft Internet Explorer

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

Indietro Cerca Preferiti

Indirizzo <http://www.myspace.com/fornarinaurbanbeautyslow> Vai Collegamenti

Google Cerca Segnalibri 33 bloccati Controllo Invia a Impostazioni

Collegamenti utente: Persone Cerca powered by Google

Home | Esplora | Cerca | Invita | Posta | Blog | Preferiti | Forum | Gruppi | Eventi | Scuole | MySpaceTV | Musica

FORNARINA

Donna
26 anni
Macerata
Italia

Ultimo accesso:
06/05/2008

URBAN BEAUTY SHOW

FORNARINA: Ultimo intervento [Iscriviti a questo blog]

[Visualizza tutti gli interventi]

FORNARINA: parlo di me

Chi sono:

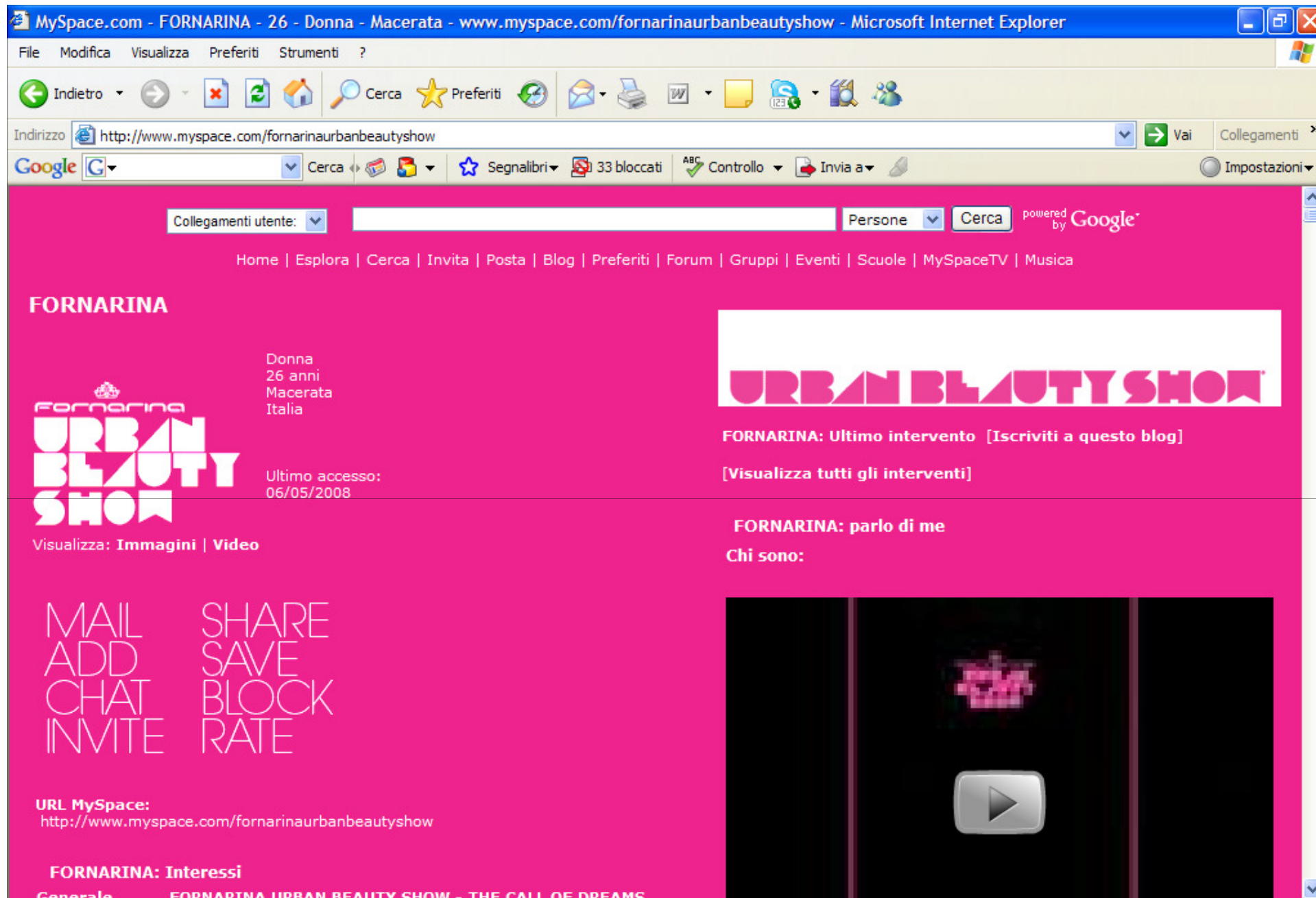
MAIL
ADD
CHAT
INVITE

SHARE
SAVE
BLOCK
RATE

URL MySpace:
<http://www.myspace.com/fornarinaurbanbeautyslow>

FORNARINA: Interessi

Generale FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW - THE CALL OF DREAMS



WEB MYSPACE.COM/fornarinaurbanbeautyslow

FORNARINA PARIS

"FORNARINA
ART LAB 6.0,
PARIS HERE
WE COME !"

FORNARINA PARIS Urban Beauty Show @CARROUSEL DU LOUVRE, 12 MAI
2008

ARTISTS:
GLENN BARR,
ANGELIQUE HOUTKAMP,
MISS VAN, JUNKO MIZUNO,
MOEBIUS, MIJN SCHATJE,
TOKIDOKI

Donna
22 anni
PARIS, Ile-de-
France
Francia

FORNARINA PARIS: Ultimo intervento [[Iscriviti a questo blog](#)]

[[Visualizza tutti gli interventi](#)]

FORNARINA PARIS: [parlo di me](#)

Chi sono:



Ultimo
accesso:
06/05/2008

Umore: romantico 😊
Visualizza: [Immagini](#) | [Video](#)

MAIL
ADD
CHAT
INVITE

SHARE
SAVE
BLOCK
RATE

11:11 MySpace



WEBSITE MYSPACE./FORNARINAPARIS

LE VESTIBULE_RENDER





LE VESTIBULE

LA CENTRALE 29 RUE DU FOUR





LA CENTRAL, RUE DU FOUR

PUBBLICHE RELAZIONI

PRESS: FRANCE AND WORLDWIDE

Fashion
Lifestyle
Streetwear
Art
Newspaper

TV: FRANCE AND WORLDWIDE

rubriche, speciali e programmi TV

CELEBRITIES&PRODUCT PLACEMENT FRANCE



LINDSAY LOHAN@FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW

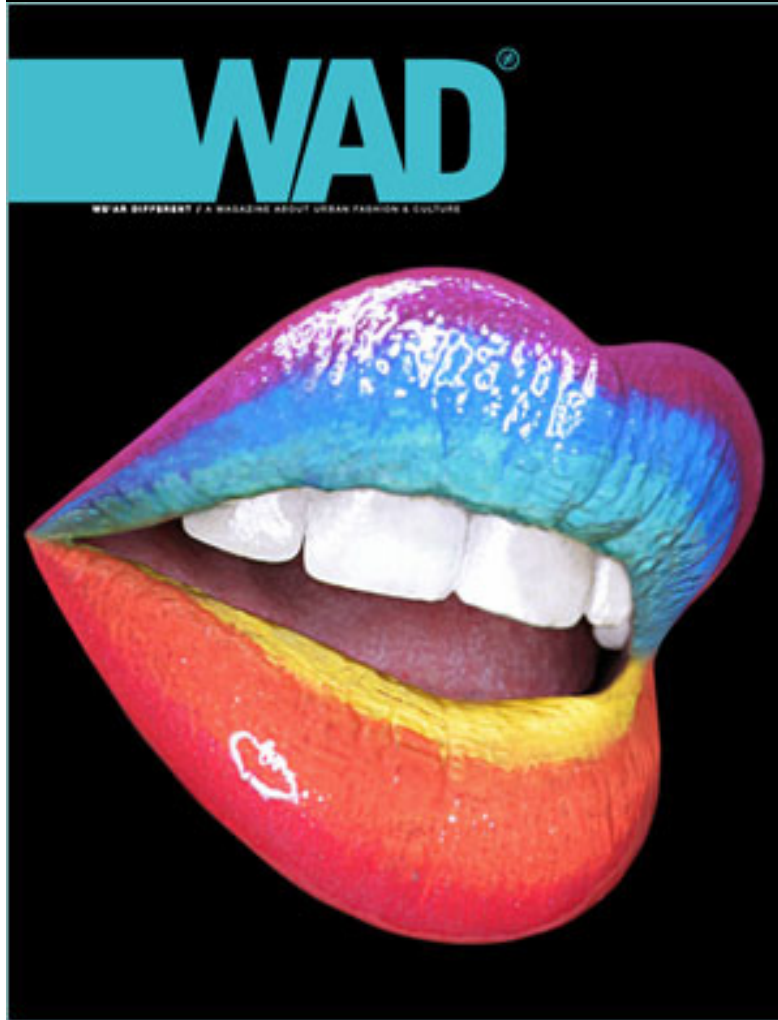


ADV PAGE



ADV PAGE

FASHION PRESS



WAD GRAPHIC ISSUE

Diffusione: 250.000 copie / trimestrale

Readership: 1.117.000 lettori

PIANIFICAZIONE:

**MARZO: Doppia Pagina + Graphic Issue 6
Pagine Redazionale**

**GIUGNO: Doppia Pagine + Denim Issue 6
Pagine Redazionale**






Fornarina


mijn schotje

Curious and experimental, Fornarina comes to life in the Mijn Schatje's surreal and feminine environments, inhabited by charming and dreaming dolls.





FASHION PRESS

JALOUSE



Diffusione: 85.000 copie /
mensile
Readership: 300.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

CITIZEN K



Diffusione: 130.000 copie /
trimestrale
Readership: 450.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

MIXTE



Diffusione: 80.000 copie /
mensile
Readership: 300.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

FASHION PRESS

FLAVOR



Diffusione: 200.000 copie /
bimestrale

Readership: 900.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

NUMERO



Diffusione: 80.000 copie /
mensile

Readership: 300.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

GLAMOUR



Diffusione: 330.000 copie /
mensile

Readership: 1.500.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

NEWSPAPER

LIBERATION



Diffusione: copie giornaliera
Readership: lettori

PIANIFICAZIONE: 10 MAGGIO

LIBERATION NEXT



Diffusione: 140.000 copie mensili
Readership: 390.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

URBAN/CULTURE/MUSIC PRESS

BLAST



Diffusione: 70.000 copie /
mensile

Readership: 350.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

BLACKPOOL

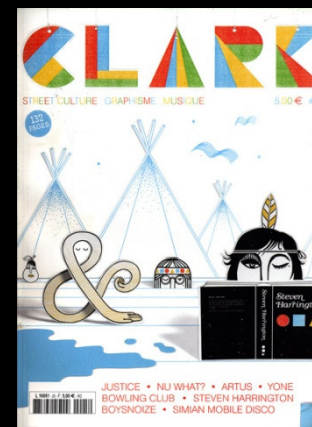


Diffusione: 30.000 copie /
quadrimestrale

Readership: 150.000 lettori

PIANIFICAZIONE: APRILE

CLARK



Diffusione: 35.000 copie /
bimestrale

Readership: 200.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

URBAN/CULTURE/MUSIC PRESS

TRAX



Diffusione: 20.000 copie /
mensile

Readership: 80.000 lettori

PIANIFICAZIONE: MAGGIO

LES INROCKUPTIBLES



Diffusione: 43.000 copie /
settimanale

Readership: 1.117.000 lettori

PIANIFICAZIONE: 5-11 MAGGIO

URBAN/CULTURE/MUSIC PRESS

A NOUS PARIS

Weekly Magazine



A NOUS PARIS II
LE NEWS URBAIN / WWW.ANOUS.FR
0033 (0)1 47 36 10 00

INSPIRATION LINGERIE
DES PETITS RIENS
QUI CHANGENT TOUT

Le 9^e arrondissement est-il tendance ?
Jean-Louis Murat est-il méchant ?
Christina Ricci est-elle étrange ?

CITY
PARIS

DÉCODAGES STYLES DE VIE / REPÉRAGES CULTURELS / BONS PLANS



Fornarina

LA SOCIÉTÉ FORNARINA EST LA MARQUE INTERNATIONALE DE MODE POUR FEMME QUI, PLUS TOUTE AUTRE, A SU SORTIR DE LA NORME EN CHERCHANT CONTINUUELLEMENT DES TERRITOIRES INEXPLORES POUR EXPRIMER SA PROPRE VISION GLAMOUR DE L'EXISTENCE DANS LE MONDE

Née en Italie en 1947, sous la direction de Uno Fornari, elle peut se vanter aujourd'hui d'une présence qui s'étend du siège social de Milan aux filiales dans toute l'Europe, aux États-Unis et en Asie. Fornarina possède une capitale italienne d'expérimentation des formes toujours nouvelles de créativité, en avance sur son temps, avec curiosité, fermeté et une saine amoralité. Fornarina capte les tendances les plus innovatrices du monde et les réinterprète de manière libre et unique, en les traduisant en des produits, en la communication, en des événements et en des enduits. La marque est ainsi devenue un must pour le public féminin qui partage ce mode infatigable et excitant de vivre la mode. Une vision qui a mené naturellement à la contamination et à la synergie avec l'art, à l'ère d'un lieu de recherche continue et à la collaboration qui s'est ensuivie avec les artistes les plus avertis du panorama international. Un rapport inspiré et coordonné par Fornarina Art Lab.

Le laboratoire qui est le véritable moteur de cette contamination entre la mode et l'art et qui voit comme protagonistes le représentant du surréalisme pop américain **Glenn Barr**, des artistes français tels que **Jean Gaudi**, sous le nom d'artiste **Moebius**, la graphiste **Mia Van**, la sculptrice **Dominique Bonelli**, l'illustrateur **Jason Simone Legno**, sous le nom d'artiste **Tokidoki**, ou le DJ producteur anglais **Howie B** et le compositeur **Rafael R. Biaggini**. Des chaussures au denim, toute nouvelle collection destinée à l'âme de la marque et est le fruit de recherche constante sur le style et sur les matériaux. La technologie est un facteur essentiel et stratégique de l'identité de Fornarina et détermine l'unicité de plusieurs solutions conceptuelles dans les produits qui, souvent, se trouvent au côté de fabrications traditionnelles du monde entier.

LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES NAISSENT D'UNE IDÉE RADICALEMENT INNOVATRICE QUI Pousse TOUJOURS PLUS LOIN LA FRONTIÈRE DE LA COMMUNICATION DANS LE MONDE DE LA MODE. COMME CELA S'EST PRODUIT POUR LA CAMPAGNE "PINK SIDE OF THE MOON" RÉALISÉE EN COLLABORATION AVEC LE CABINET PARISIEN D'INNOVATION **SNARK RX**, OU POUR LA DERNIÈRE ET INOXYDABLE "LEGEND OF THE PINK CROWN", QUI NAIT DE LA COLLABORATION AVEC LE MAGISTRE DES EFFETS SPÉCIAUX DE HOLLYWOOD **Dylan Cole**.

L'esprit de la marque prend vie dans les magasins Fornarina. Réalisés par le célèbre architecte **Giorgio Bonaso**, ils sont des endroits extraordinaires où il est possible d'expérimenter une véritable suspension de la réalité et d'interagir avec la réalité dynamique, toujours en évolution, de Fornarina. Une expérience de shopping qui se renouvelle à chaque fois. Les magasins sont souvent visités par des stars et des célébrités attirées par des nouvelles émotions à porter, comme à **Meisei**, **Los Angeles**, où il est facile de rencontrer **Amy Winehouse**, **Paris Hilton** ou **Kim Kardashian**, **London**, **Los Angeles**, **Las Vegas**, **Milan**, **Rome**. Une concentration unique d'inspiration artistique et de beauté, qui est reconnue et a gagné des prix du niveau international, par exemple, le magasin de **Las Vegas** a gagné en 2004 le prix consacré "STORE OF THE YEAR", tandis que celui de **London** a gagné le prix "RETAIL STORE OF THE YEAR".

PUBLI INFORMATION



Fornarina
URBAN BEAUTY SHOW
THE CALL OF DREAMS

LE 12 MAI, FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW ABORDE PARIS AU CARROUSEL DU LOUVRE, AVEC SA SIXIÈME ÉDITION "THE CALL OF DREAMS"

UN ÉVÉNEMENT MULTISensoriel DE GRAND IMPACT, OÙ LA MODE RENCONTRE L'ART, LA MUSIQUE, LE VIDÉO, LA DANSE ET LES ARTS SCÉNIQUES. UN SPECTACLE UNIQUE, QUI VA AU-DELÀ DE LA TRADITIONNELLE PASSERELLE ET DEVIENT UNE FAÇON D'INTERAGIR AVEC UN TRÈS VASTE PUBLIC EN L'IMPULSANT PHYSIQUEMENT ET ÉMOTIONNELLEMENT.

TOUS PEUVENT PARTICIPER À L'ÉVÉNEMENT. IL SUFFIT D'ALLER SUR LE SITE WWW.FORNARINAURBANBEAUTYSHOW.COM À COMPTER DU 29 AVRIL DANS LA SECTION BILLETTERIE, TÉLÉCHARGER ET IMPRIMER SA PROPRE INVITATION OU LA RETIRER EN MAIN PROPRE AU POINT DE VENTE LE VESTIBULE, 3 RUE SAINTE OPPORTUNE, PARIS.

Le spectacle non stop sera présenté dans la soirée de lundi le 12 mai, de 19 h à 24 h, au Carrousel du Louvre. Après le spectacle, le public pourra se rendre à la fille cadavre, animée d'une série d'improvisations musicales. Après le spectacle, le public pourra se rendre à la fille cadavre, animée d'une série d'improvisations musicales. Après le spectacle, le public pourra se rendre à la fille cadavre, animée d'une série d'improvisations musicales.

PARMI CELUX, ON RETROUVE **GLENN BARR**, MATRIE DU SURRÉALISME POP AMÉRICAIN, L'ILLUSTRATEUR ESPAGNOL **MUN SCHAUJE**, L'ARTISTE JAPONAIS **JUNJO MIZUNO**, L'ITALIENNE **KATRIN PETRUSCHOT**, LES FRANÇAISES **MISS VAN** ET **DOMINIQUE DONOVI**, LA SÉDOISE **STINA PERSSON**, L'ITALIEN **SMOKE LEGNO**, SOUS LE NOM D'ARTISTE **TOKIDOKI**, L'ILLUSTRATEUR HOLLANDAIS **ANGÉLIQUE HOUTKAMP** ET LE GRAND DÉSSINATEUR FRANÇAIS **JEAN GAUDI**, SOUS LE NOM D'ARTISTE **MOEBIUS**, L'ANIMATEUR ITALIEN **MARIO ADDIS**, PAR SES DIFFÉRENTES ÉDITIONS, FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW A DÉJÀ VISITÉ PLUSIEURS VILLES EUROPÉENNES: **BARCELONE**, **MILAN**, **ROME**, **PARIS**, EN SUSCITANT TOUJOURS L'ENTHOUSIASME D'UN PUBLIC VASTE ET COMPOSITE. LA PROCHAINE ÉDITION SE TENDRA À **LOS ANGELES**.

Le spectacle non stop sera présenté dans la soirée de lundi le 12 mai, de 19 h à 24 h, au Carrousel du Louvre. Après le spectacle, le public pourra se rendre à la fille cadavre, animée d'une série d'improvisations musicales. Après le spectacle, le public pourra se rendre à la fille cadavre, animée d'une série d'improvisations musicales.

Diffusione: 300.000 copie / settimanale Readership: 500.000 lettori

PIANIFICAZIONE: 5 – 11 MAGGIO

TRAVEL MAGAZINE

AIR FRANCE MAGAZINE



Diffusione: Distribuita su tutti i voli Air France nel mondo 385.000 copie/ mese

Readership: 1.000.000 lettori

PIANIFICAZIONE:

MAGGIO

Inserzione Pagina Singola

PROMOZIONE WOMBAT PACK Free Press



Personalizzazione involucro Wombat Pack

PROMOZIONE WOMBAT PACK Free Press



Inserimento di un poster personalizzato: su un lato grafica di Junko Mizuno, su un altro comunicazione evento

ADVERTISING ON LINE

fr.myspace.com

www.gogoparis.com

www.brain-magazine.com

www.fluokids.blogspot.com

www.street-tease.com

www.behype.net

www.glamour.fr

GUERRILLA MKTG ACVTIVITIES

100 Biciclette customizzate posizionate in luoghi strategici di Parigi per promuovere l'evento.



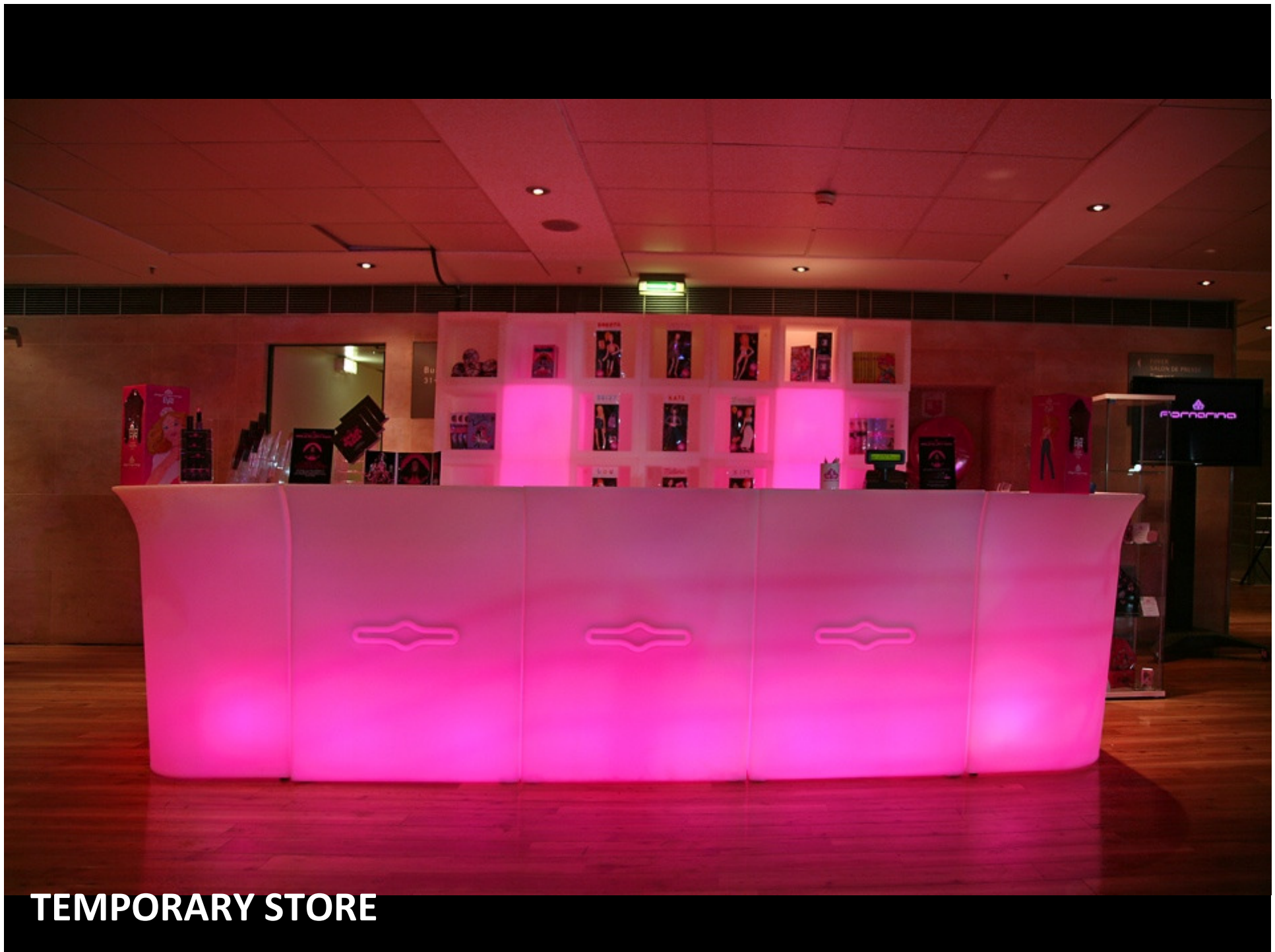


Creazione all'interno dell'evento del temporary store che offriva la possibilità di dilatare l'esperienza dello show acquistando prodotti ad edizione limitata creati con i diversi artisti.

Inoltre possibilità di conoscere e confrontarsi con gli artisti in uno spazio dedicato al Meet&Greet.



TEMPORARY STORE



TEMPORARY STORE



TEMPORARY STORE



TEMPORARY STORE

TEMPORARY STORE, MEET&GREET



TEMPORARY STORE, MEET&GREET



REMAINS
URBAN
BLUTTY
SHOW

♦ ♦
SALE L'ENOTRE
♦ ♦

05

THE TEMPLE OF LOVE

04

LIGEIA AND
THE WAVES

THESE - 11/12 - 13/14 - 15/16 - 17/18 - 19/20

06

BREAK MY HEART

03

THE CRYING SPIDER

02

MY SWEET
OCTOPUS

07

LA MAISON
DE LA PLUME

09

OLD WORLD
MEETS THE FUTURE

01

DREAMS
ARE MY REALITY

08

PRINCESS
OF THE NATURE



DINOSAURO JR.









DINOSAUR JR



FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW

INSTALLATIONS

1. DREAMS ARE MY REALITY
2. MY SWEET OCTOPUS
3. THE CRYING SPIDER
4. LIGEIA AND THE WAVES
5. THE TEMPLE OF LOVE
6. BREAK MY HEART
7. LA MAISON DE LA PLUME
8. PRINCESS OF THE NATURE
9. OLD WORLD MEETS THE FUTURE

Come funziona il FORNARINAURBAN BEAUTY SHOW

11 INSTALLAZIONI CON UN MOOD DIVERSO:
ARTISTA, TREND, PARTNER ECCELLENTE.

ORIGINALITA' DELLE INSTALLAZIONI:
SCENOGRAFIA, PERFORMANCE, MUSICA, ANIMAZIONE, LIGHT
DESIGN

REGIA: ESPERIENZA IMMERSIVA, SINCRETISMO DELLE INSTALLAZIONI



MIJN SCHATJE
DREAMS ARE MY REALITY











MY SWEET OCTOPUS



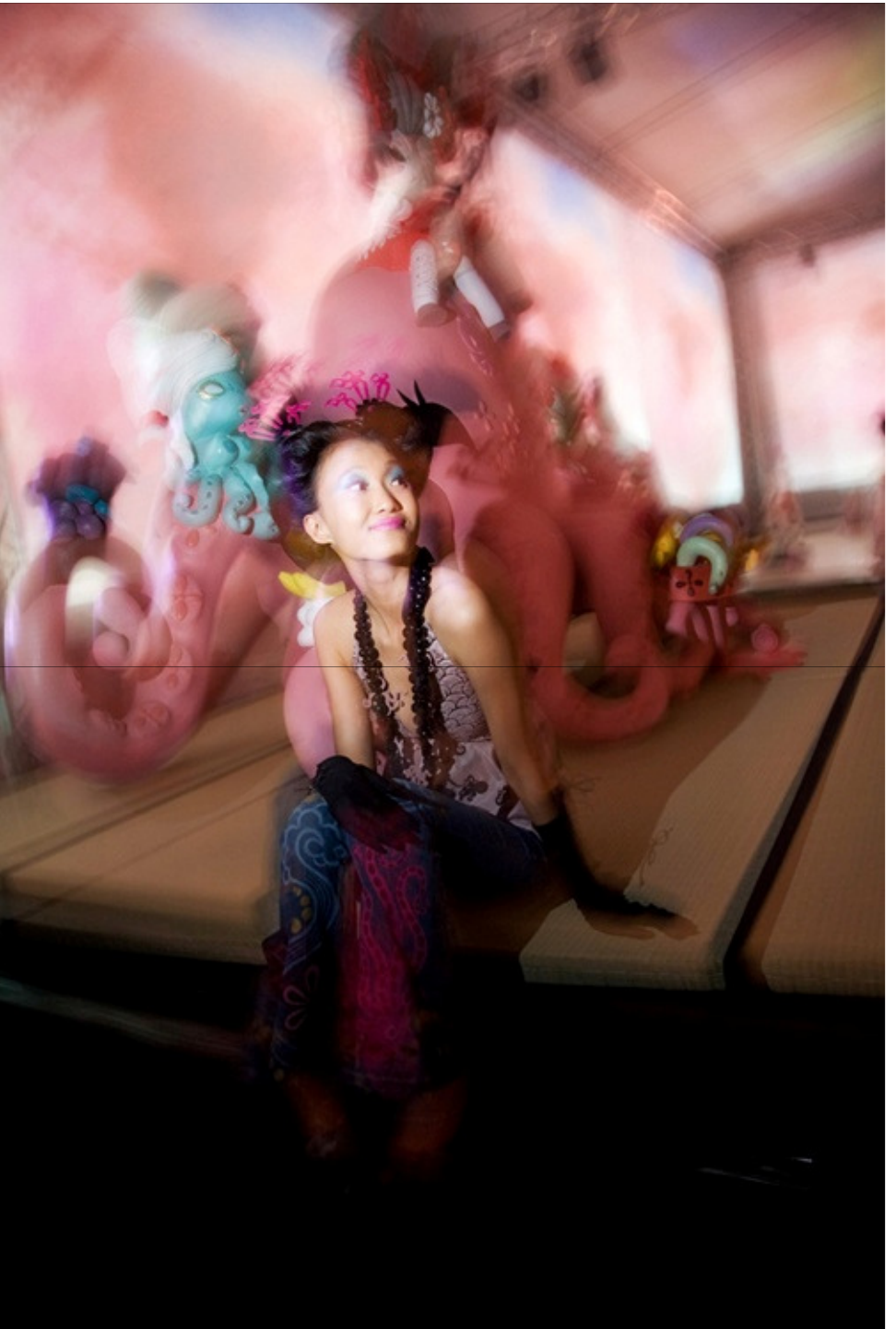


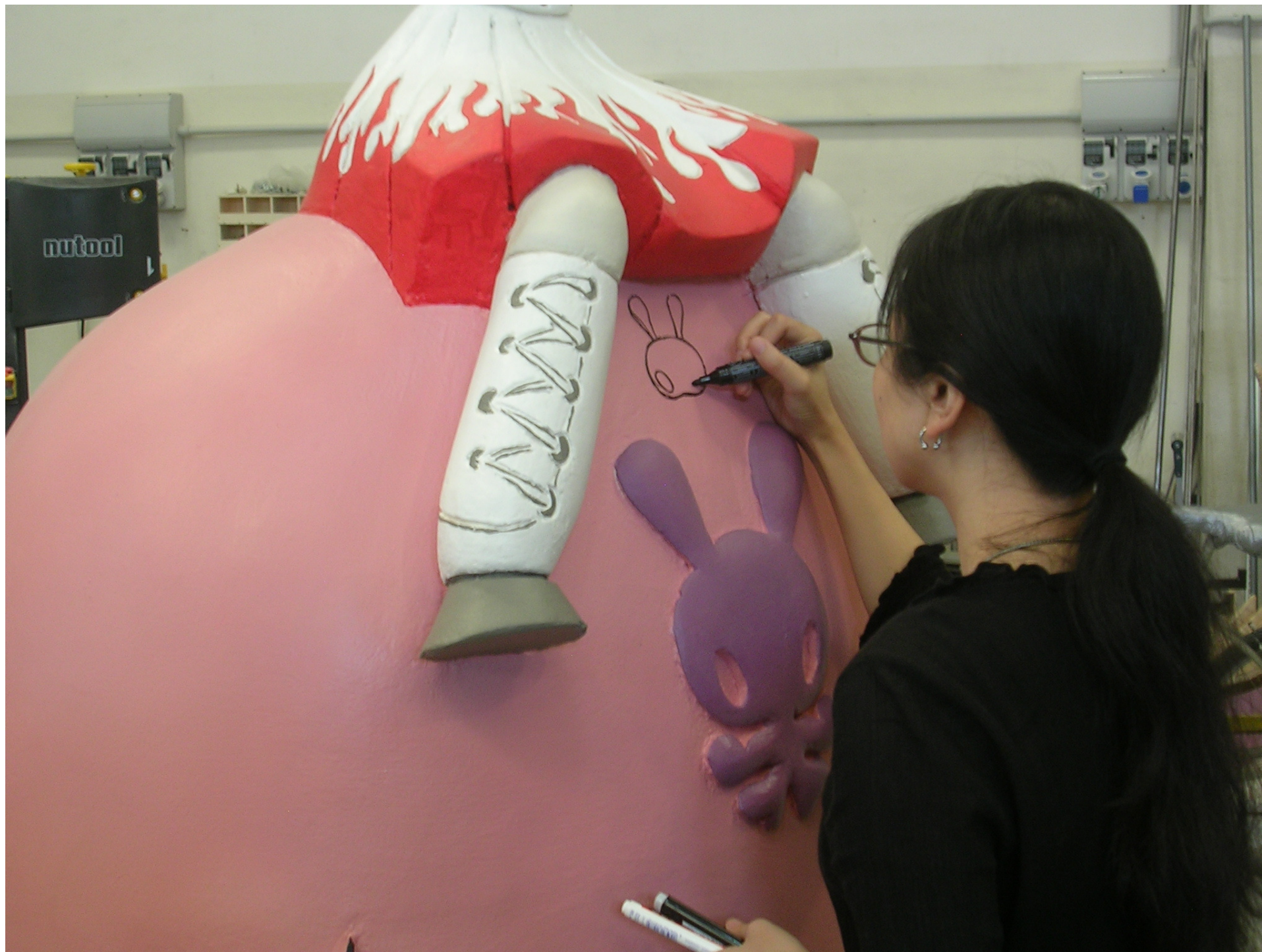
Fornari Creative Department
Caterina Aimone - Marco Bragaglia







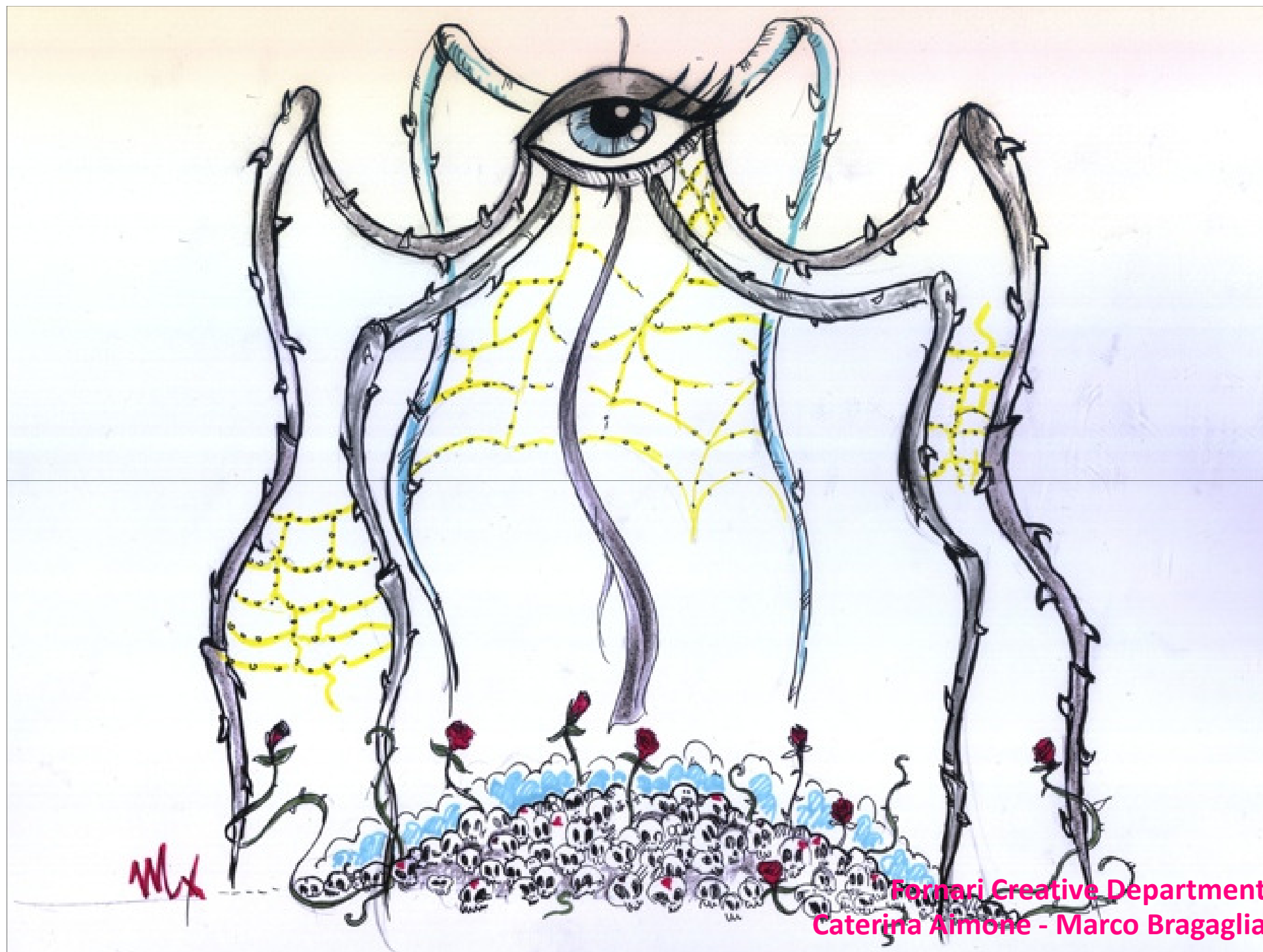








THE CRYING SPIDER



Fornari Creative Department
Caterina Aimone - Marco Bragaglia











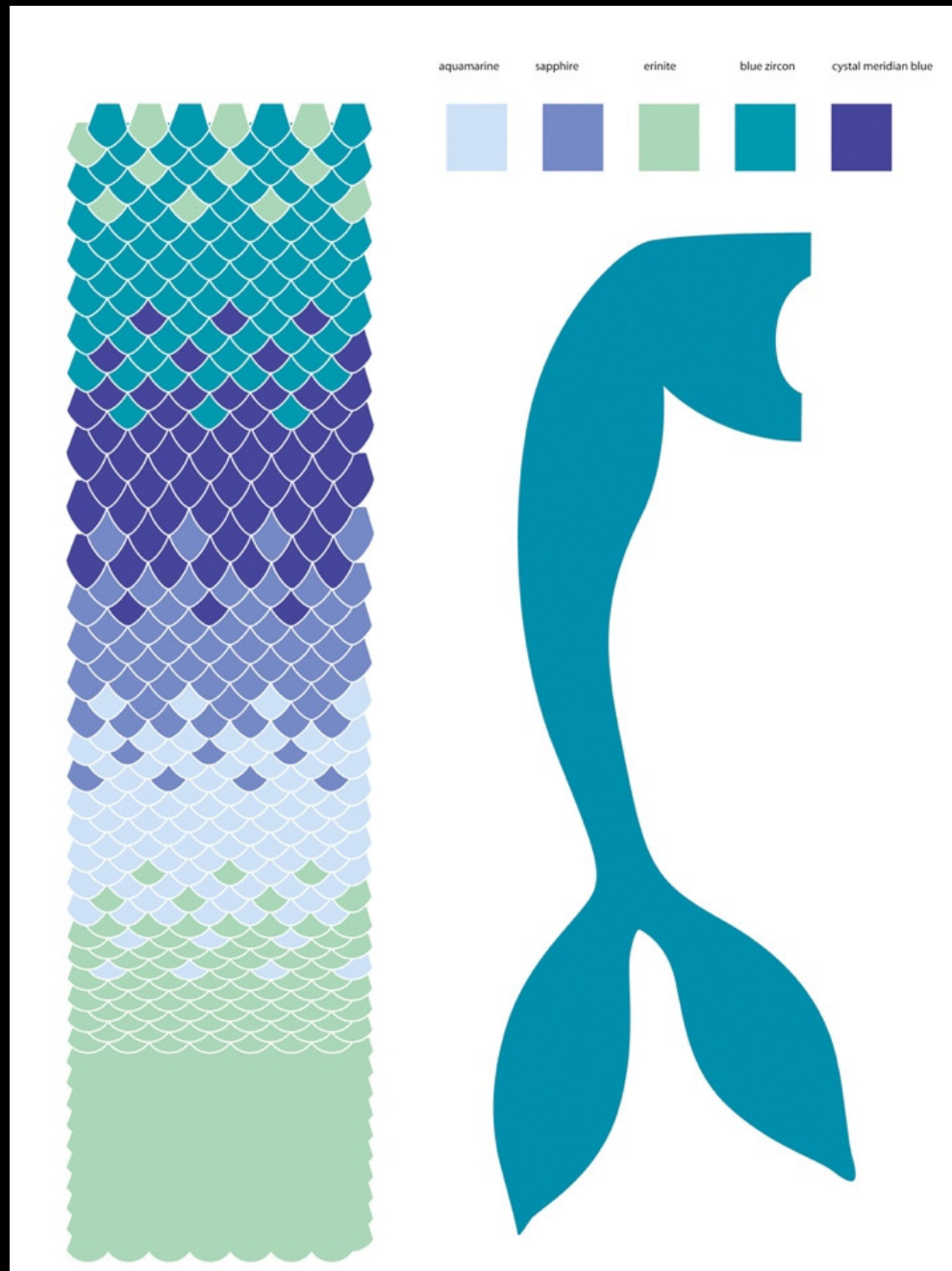
LIGEIA AND THE WAVES
with
Crystallized™ Swarovski Elements

LIGELA

AND THE WAVES



COLOR TABLE FOR THE MAIRMAID'S TAIL







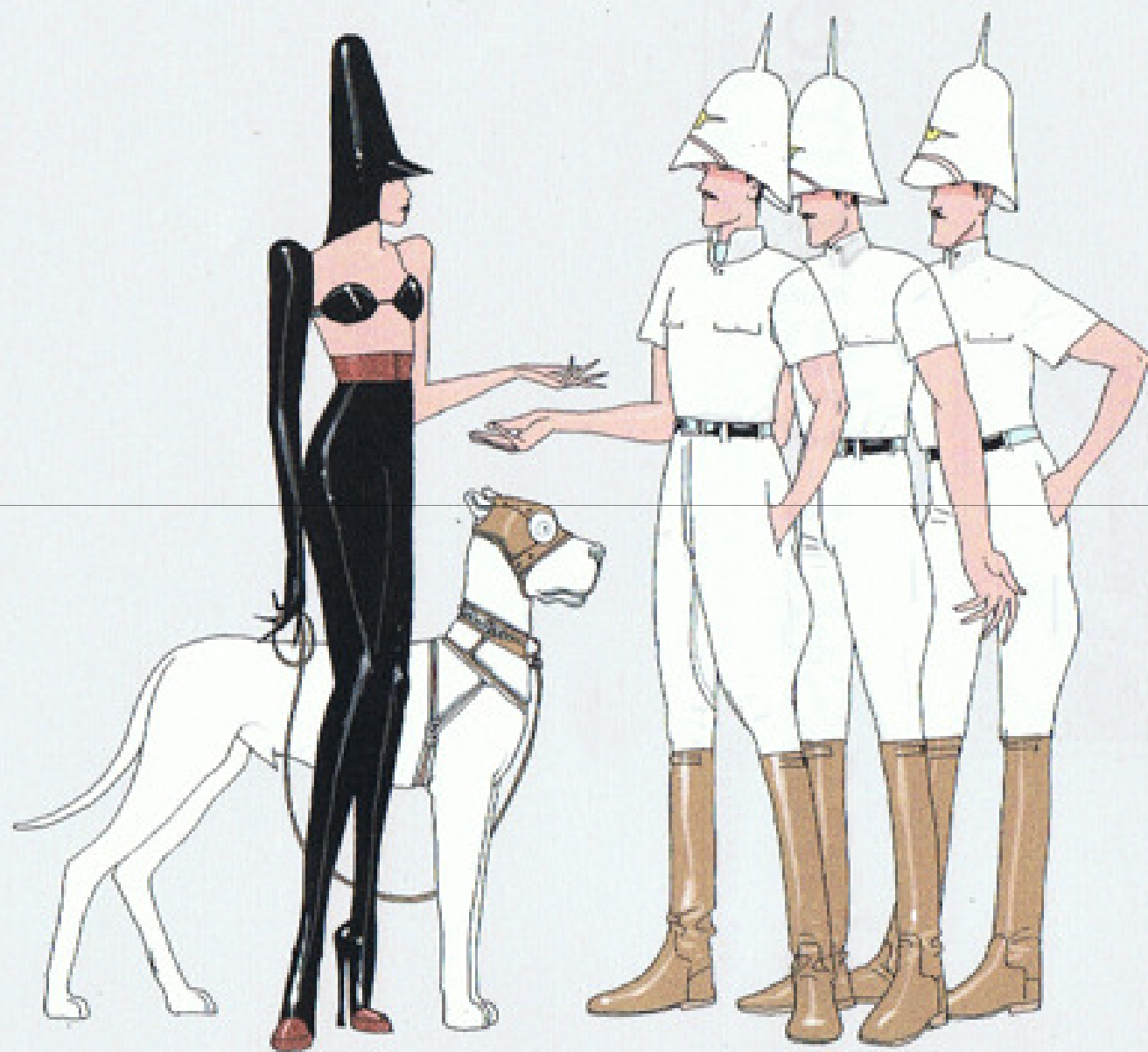


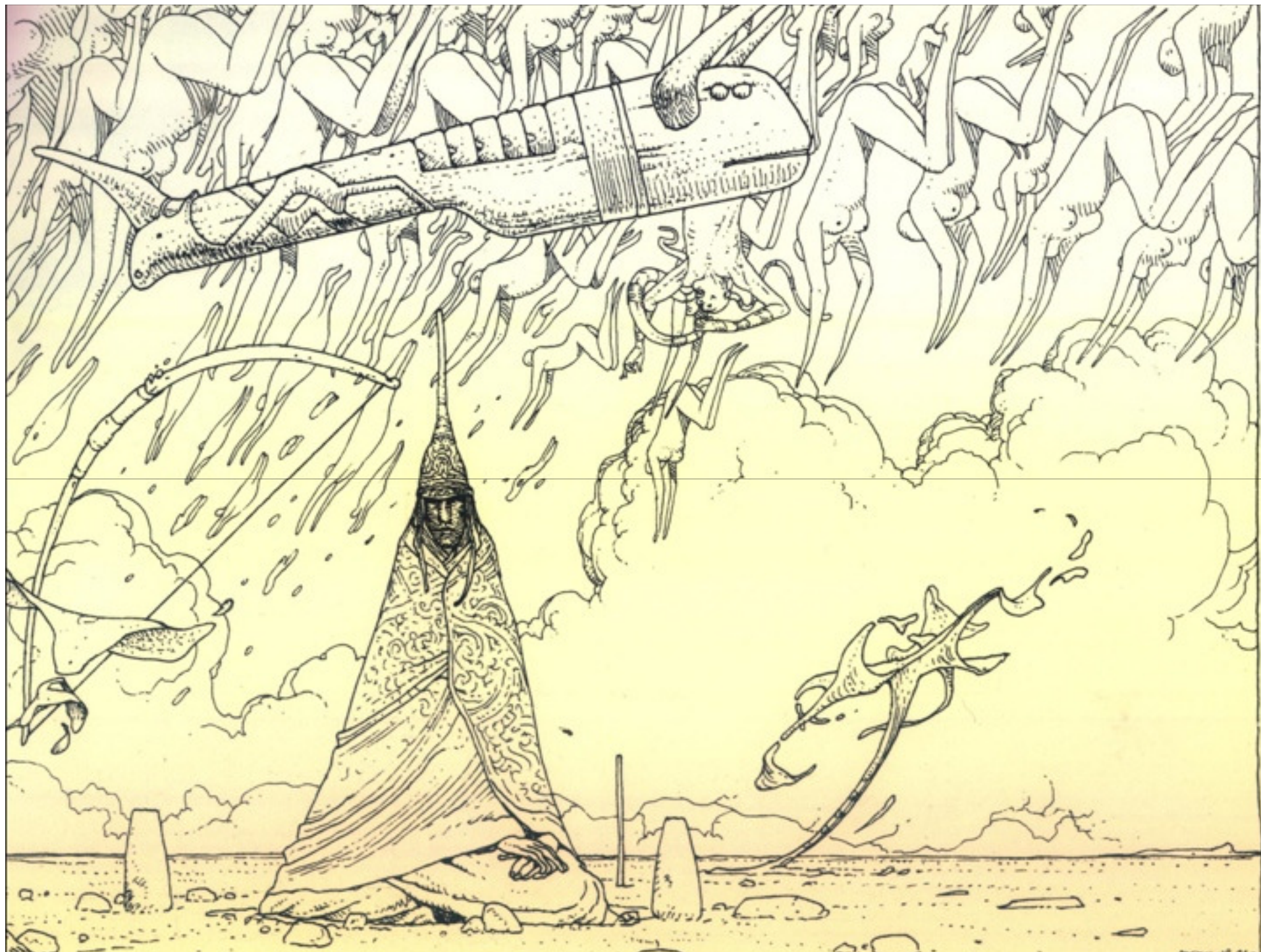


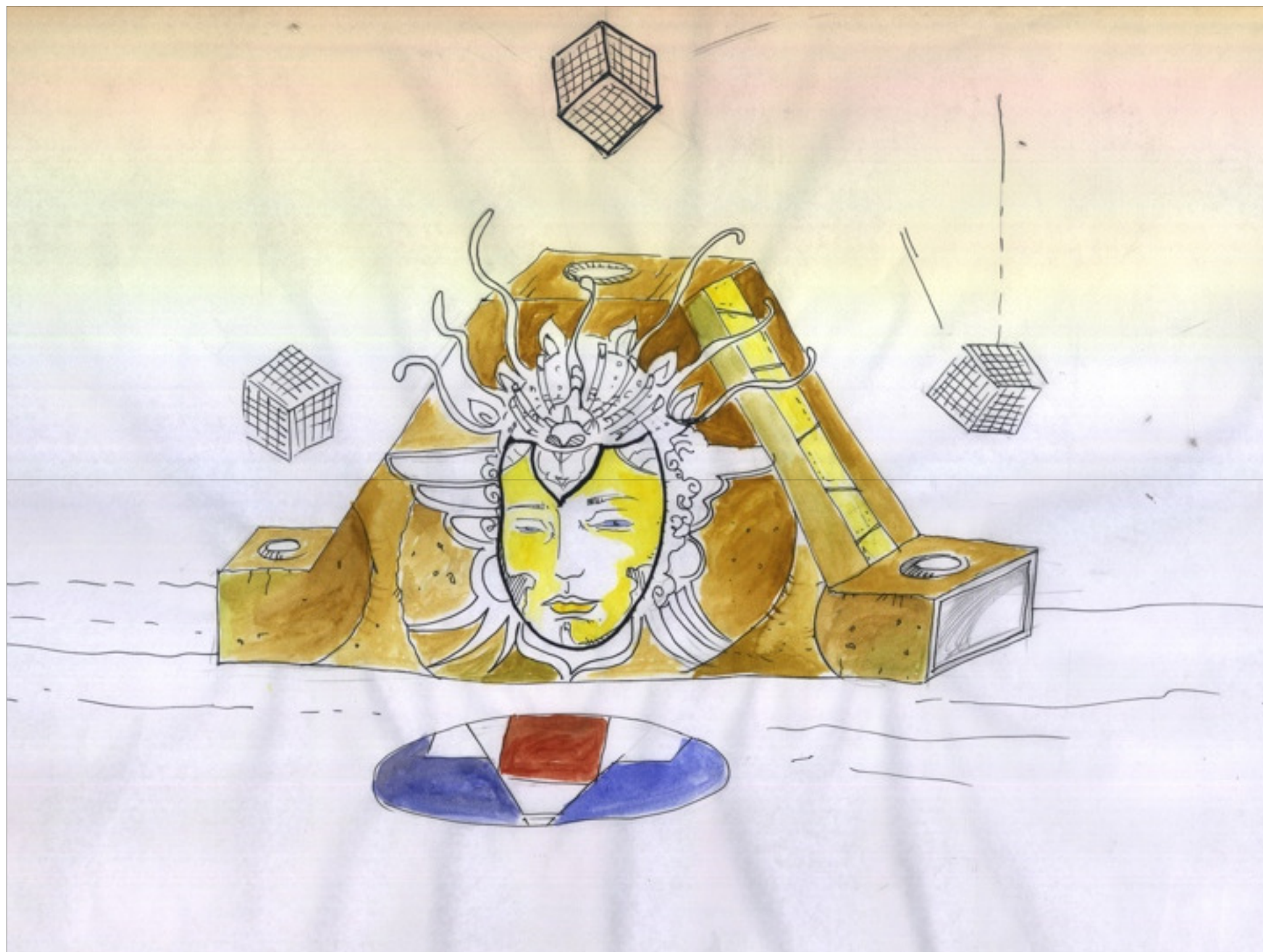


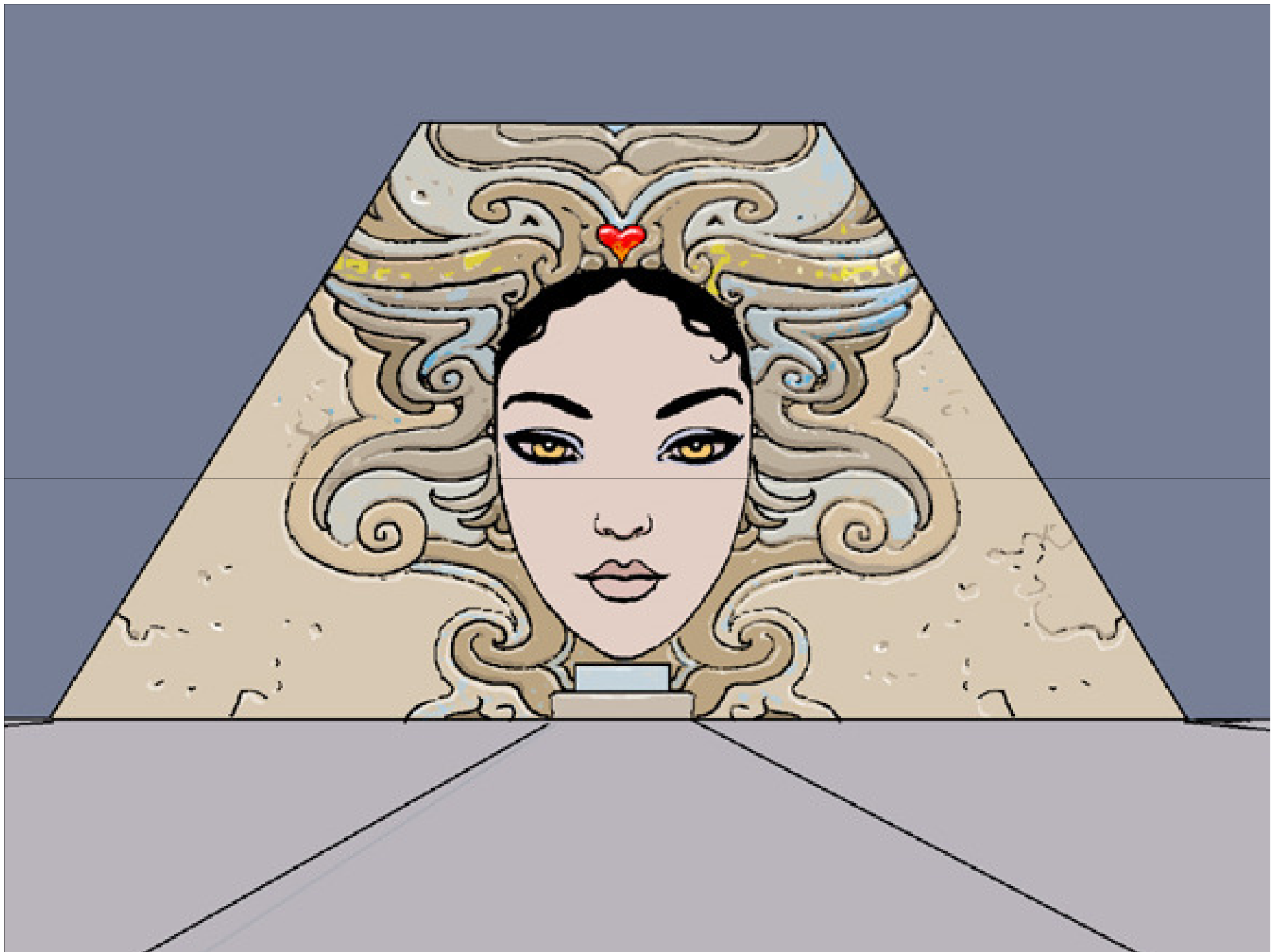
THE TEMPLE OF LOVE























LA MAISON DE LA PLUME





Raoul Ubac: Mannequin surréaliste (mannequin dressed by André Masson), 1938









PRINCESS OF THE NATURE







Fornari Creative Department
Caterina Aimone - Marco Bragaglia



Fornari Creative Department
Caterina Aimone - Marco Bragaglia







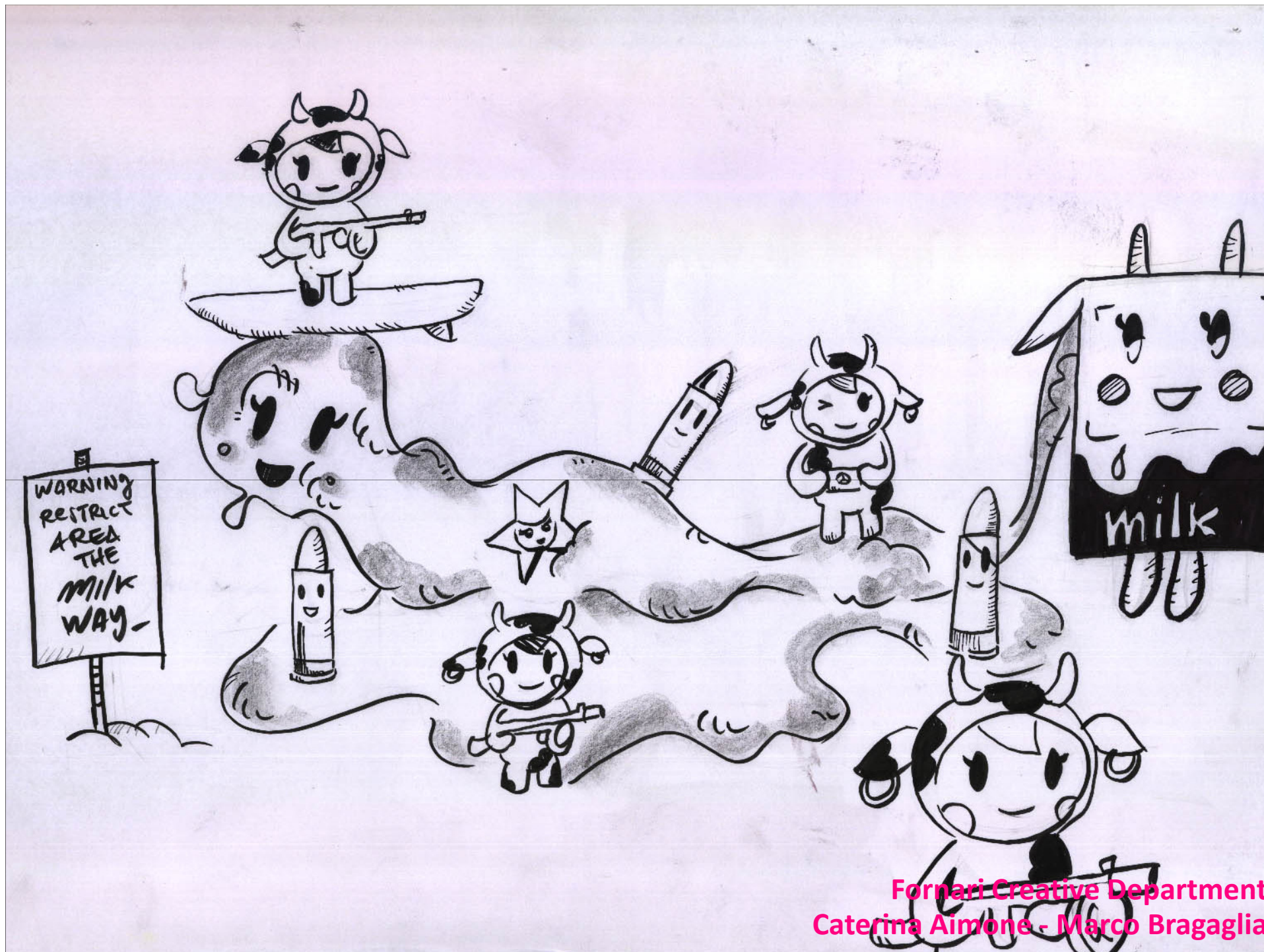


Costance Luzzati_Arpista



THE MILKY WAY





Fornari Creative Department
Caterina Aimone - Marco Braglia











OLD WORLD MEETS THE FUTURE



GLENN BARR, A MIDSUMMER'S NIGHT DREAM



GLENN BARR, JOCKEY FULL OF BURBON



GLENN BARR, THE OCEANID



Fornari Creative Department
Caterina Aimone - Marco Braglia









THE LADY AND THE UNICORN



THE LADY AND THE UNICORN, ARAZZO FIAMMINGO, XVI SEC.







BREAK MY HEART

Una foresta pop e surreale di rossetti giganti, che cela al suo interno un pulsante cuore meccanico.



BREAK MY HEART



ERROR: stackunderflow
OFFENDING COMMAND: ~
STACK: