

AZIENDE. ARREDARE TUTTI GLI AMBIENTI CON ELEGANZA ED ESTRO

Via Roma, 60: nuove emozioni per la collezione casa

Vocazione, tradizione e innovazione. Questi i criteri che hanno ispirato la crescita della Gruppo Carillo spa nell'arco di tre generazioni. In costante evoluzione, la Gruppo Carillo garantisce una produzione di tessile per la casa ad alto contenuto di design, conforme ai più elevati standard qualitativi. Dalla radicata esperienza e da una costante ricerca stilistica nascono i brand "total look", che rivisitano il concetto di home collection in modi differenti conservando inalterati i canoni di eleganza.

A rappresentare il top di gamma dell'azienda partenopea, il brand Via Roma, 60 ideato per approcciare con charme e creatività il mondo dell'inte-

rior. Via Roma 60, seppur giovane, è già una realtà di successo grazie all'esperienza imprenditoriale, alla cura e alla passione della famiglia Carillo. Posizionato nella fascia alta del mercato, propone innovative collezioni per arredare tutti gli ambienti domestici con eleganza ed estro. Dalla biancheria ai tessuti e tendaggi, le collezioni coniugano l'eleganza stilistica con l'alta qualità, definendo un marchio di grande personalità.

Il singolare stile Via Roma, 60 contraddistingue speciali collezioni total look per assicurare ambienti domestici coordinati dal gusto Made in Italy, garantito dalla professionalità di esperti del settore.



È Helene l'ultima proposta total look di Via Roma, 60 per la prossima primavera/estate. Un originale esempio dell'espressione artistica dell'home collection Carillo, la cui varietà dei tessuti si coordina in modo armonico per esprimere un unico progetto stilistico.

underwear and lingerie. 63,5% of visitors stated being interested in home linen while 12,5% have been recorded as professionals for both home linens and underwear and lingerie sectors.

A fair with a prevailing Italian DNA

"By means of Immagine Italia & Co.," comments Stefano Morandi, President of Pistoia's Chamber of Commerce, "we have sought to contribute to the creation of a launch pad in favor of Made in Italy products. This as a way to reward the commitment of all those Italian companies which dedicate themselves to traditional authenticity, to the love of detail and a taste for beautiful things, all intrinsic characteristics of the true heritage of Italian productivity.

For the Made in Italy re-launching, complex and well-structured actions will be required that go well beyond temporary exhibitions such as Immagine Italia & Co. But it is also fundamental for the government and other institutions to make every effort to contribute to the nation in the overall economic interest. Together, we must create the conditions that our businesses deserve."

The event recorded a rise in the presence of foreign exhibitors and this fact underline once again the role of Immagine Italia & Co as an international reference point. Among the best performances, the presence of buyers from Russia, Japan, and Arab Countries. The show also recorded a significant rise in the presence of "new" buyers coming from North-East of Europe, from Brazil, Morocco and even from Australia.

The quality of the international buyers was high: among them, importers,

chains, franchising networks, proportionally distributed in the home linen/ furnishing sectors and underwear ad lingerie.

The fair has been attended by the buyers of the most important Italian chains, supermarkets, and stores. Here are some names: Auchan, Carrefour, Conad, Gruppo Pam, Il Gigante, JMBC, La Rinascente, Mercatone Uno, Premium Retail, Semeraro Holding, SMA Supermercati and many others.

Rendezvous at the next edition in Florence, as always, in February 2012. ■

