

weekend di shopping urbano in centro a Milano, con la Citroën Ami l'auto urbana più innovativa

Sicuramente meno avventuroso o sconosciuto di weekend fuori porta, il centro città è però meta di relax e divertimento soprattutto se associato allo shopping autunnale che promette sempre sorprese e acquisti che ricaricano di energia un pò lo spirito in vista del nuovo inizio settimana. Una ricarica di energia pulita anche per l'auto scelta per andare in centro città, ancora più accessibile e facile da raggiungere se saliamo a bordo della divertente, nuovissima e innovativa 100% electric Ami Citroën che abbiamo provato e apprezzato per questi motivi:

Ami Citroën



Citroën, , vuole rendere accessibile a tutti la mobilità elettrica con soluzioni audaci ispirate alle esigenze delle persone. Derivato direttamente da AMI ONE Concept presentata al Salone di Ginevra nel marzo 2019, e in seguito ad un forte interesse suscitato dalla concept, il progetto Ami diventa realtà solo un anno più tardi. Ami è la risposta concreta alle nuove aspettative di mobilità per i brevi percorsi: facile accesso ai centri urbani, mezzi di micro mobilità adatti a tutti, alternative reali a scooter, trasporto pubblico, monopattini, biciclette, soluzioni a costi accessibili, nuovi

stili di consumo orientati al digitale...

100% ëlectric



E così nasce Ami 100% elettrica, decisamente innovativa

Nata dalla volontà di renderla accessibile e facile per tutti, zero emissioni di CO₂ a beneficio di tutti, per accedere al centro delle città con una guida facile, silenziosa e fluida. Una batteria che si ricarica in sole 3 ore con una comune presa elettrica standard, come uno smartphone. Beneficia di un'autonomia che arriva a 70 chilometri. Una distanza quotidiana ampiamente superiore alla distanza media dei tragitti urbani e periurbani. La batteria agli ioni di litio da 5,5 kWh, situata sotto al pianale, si ricarica facilmente con il cavo elettrico previsto a bordo, posizionato nella portiera lato passeggero. Dopo aver collegato il cavo, sono

sufficienti 3 ore per una carica completa con una presa comune da 220 V. L'utilizzo di Ami è semplice come quello di qualunque altro oggetto elettrico della vita quotidiana. Ami – 100% électric può essere ricaricato anche ad una colonnina pubblica o ad una Wall Box con un cavo specifico

Con la sua modalità di guida 100% elettrica, Ami permette di accedere a tutte le zone nei centri città, incluse quelle riservate ai veicoli a basse emissioni, e offre un costo di utilizzo ridottissimo



COMPATTA E AGILE

Dimensioni ultra compatte di 2,41m di lunghezza e un diametro di sterzata di 7m che semplifica i percorsi in città e il parcheggio.

CONFORTEVOLE E PROTETTIVA

Piccola all'esterno e grande all'interno, Ami permette a due persone, sedute una accanto all'altra, di spostarsi nel totale comfort, in un abitacolo chiuso e riscaldato, molto luminoso e protetto.



IDENTITÀ AFFERMATA E PERSONALIZZABILE

Il design originale, la perfetta simmetria e il suo aspetto unico conferiscono ad Ami un carattere particolare. Le sue possibilità di personalizzazione invitano a giocare con diversi “look”, grazie a 6 pack di accessori colorati disponibili.



MOBILITÀ ACCESSIBILE A TUTTI SENZA PATENTE

Accessibile a partire dai 14 anni in Italia con patente AM (il più noto patentino).

À LA CARTE

Ami 100% électrique è accessibile in qualunque momento grazie alle offerte studiate per soddisfare ogni esigenza, a breve o a lungo termine, da un minuto a un anno o più, con soluzioni che vanno dal car-sharing al noleggio.

CONVENIENTE

Offerte di utilizzo ultra-competitive, adatte alle diverse esigenze. Ami – 100% électrique incontra i clienti a casa loro, grazie ad un partner di distribuzione che si affianca alla rete di concessionarie Citroën, presso la quale sarà possibile provare Ami con un'esclusiva formula di noleggio giornaliero.

CONSEGNA A DOMICILIO

Ami propone anche la consegna direttamente a casa propria, per un'ulteriore facilità.

Prima tappa dello shopping

Continua a pag 2

Prima Tappa :Antonia boutique

Una boutique Milanese, punto di riferimento per appassionati di moda, buyer del settore e designer emergenti. Situata nel cuore pulsante del quartiere Brera, all'interno dell'ottocentesco Palazzo Cagnola, la boutique Antonia offre un'esperienza di shopping immersiva, personalizzata e curata. Un ambiente raffinato in cui le collezioni sono incorniciate da morbidi velluti, pareti a vista consumate dal tempo, infissi in plexiglass, mobili con cornici in marmo e bronzo. In questa boutique prende vita la

collaborazione con Superga che lancia il progetto di personalizzazione del modello unisex 2941, in alcuni retail selezionati ; il modello in pelle scamosciata con fodera in cotone e suola in gomma naturale vulcanizzata, si distingue dalla coda di rondine apposta lateralmente, simbolo distintivo del marchio di sneakers.



La sneaker di questa collaborazione prende ispirazione dall'avanguardistica cultura nipponica, ricca di trend in continua evoluzione.

Questo modello presenta tre pattern mimetici mixati tra loro in tre differenti tonalità di colore, ed è arricchita da dettagli in pelle scamosciata verde militare e dallo swallow tail in pelle.

Il design della scarpa è completato infine dai loghi applicati sul retro, quello di Antonia ricamato in bianco sulla tomaia e il classico logo Superga applicato nella mid-sole.

Seconda tappa Tattras Pop Up

Via della Spiga, 3 – MILANO

Da fine settembre un Pop up Tattras per le ultimissime tendenze. Nostalgia: la tendenza della moda senza sosta. Cosa ti viene in mente quando senti la parola “nostalgia”? La nostalgia è il modo in cui il cuore ti ricorda qualcosa che una volta amavi. Viaggia in modi diversi; in una canzone, in un profumo, in un’immagine e anche nella moda.



TATTRAS ha rivisitato la tendenza nostalgica della moda tornando agli anni '90 nella nostra ultima collaborazione con il famoso marchio di abbigliamento sportivo FILA.

Questa collezione appena lanciata abbraccia i tessuti di alta qualità e la raffinatezza TATTRAS mentre celebra l'ambizione di

FILA di invitare tutte le generazioni a praticare sport nella vita quotidiana.

Presto, come prima uscita della collezione, verrà lanciato il Vol.1 composto da due articoli unisex: un berretto e una maglietta. Entrambi gli articoli presentano il logo originale TATRAS disegnato con lettere tricolore arrotondate che definiscono l'identità tradizionale di FILA.



Terza tappa

continua a pag 3

Terza Tappa

BIFFI BOUTIQUES MILANO

Corso Genova, 6 20123 Milano Italy

La nota boutique milanese ospita Moose Knuckles, il brand

canadese di *luxury performance outerwear*, che presenta la nuova campagna FW20 'Bring The Heat' nata con l'obiettivo di ispirare metaforicamente la popolazione mondiale ad agire.



Per definizione '**Heat**' è la capacità di generare calore, di diventare caldo o, ancora, di scaldare qualcosa. Contemporaneamente, significa suscitare emozioni o diventare sempre più intenso. Ed è proprio attraverso questa dualità, che il brand trova una strada per valorizzare sia l'aspetto utility dei suoi prodotti che per consolidare la *global community*. È arrivato il momento di '**Bring The Heat**'.

Capispalla di qualità *premium*, ma in un mondo così bisognoso di cambiamenti, questo non basta. La campagna 'Bring The Heat' vuole **colmare il gap tra prodotto ed emozione**.

Il brand si è ispirato siamo ispirati a una *community* coraggiosa di *creator* che hanno continuato a perseguire le loro passioni nonostante le barriere che hanno

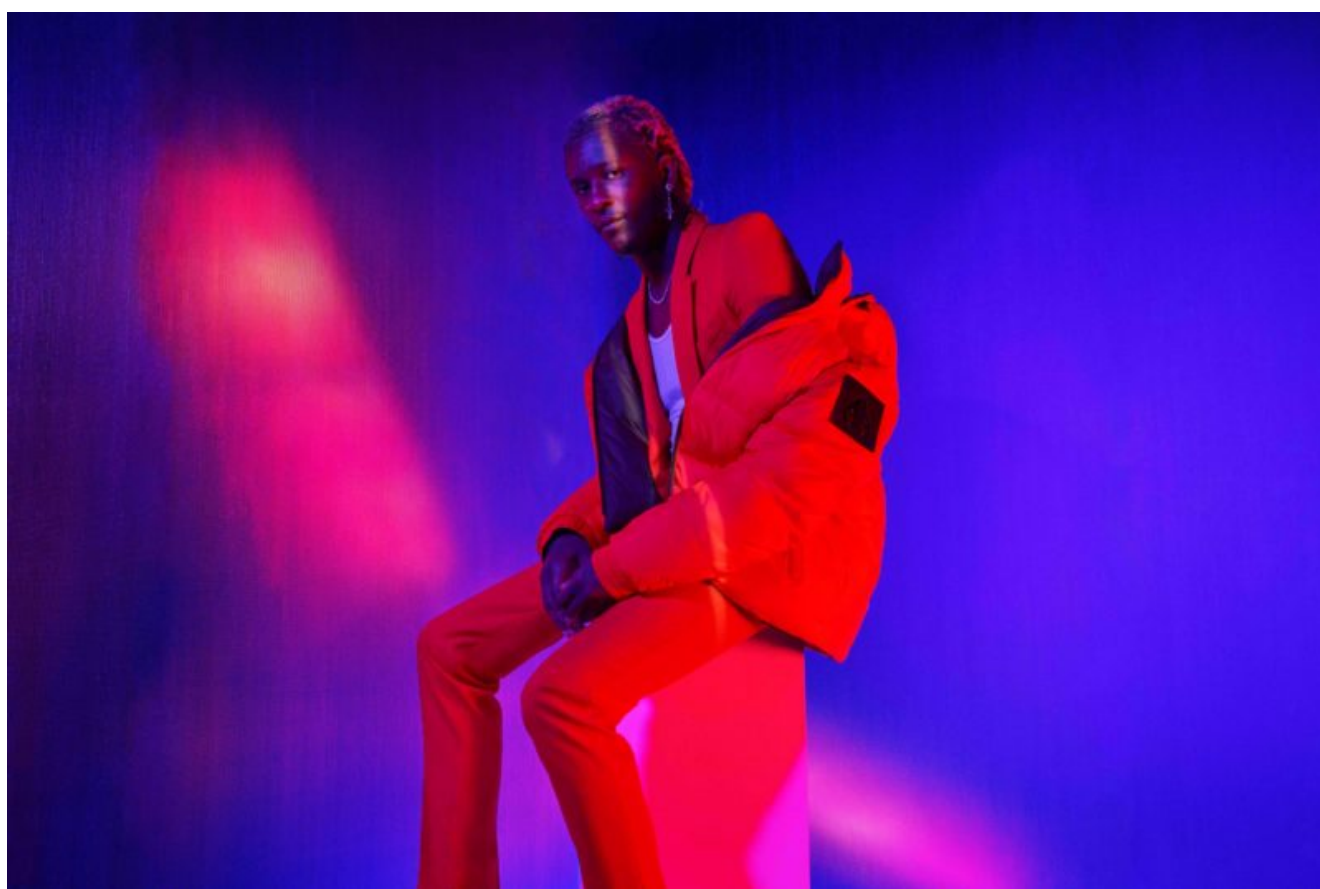
incontrato sul loro cammino



I colori brillanti si fondono, dando vita a una mappa termografica che caratterizza le immagini della campagna. Durante la stagione FW20, **i collaboratori del brand e i creativi di tutto il mondo** saranno incoraggiati a creare

contenuti, a interpretare e a raccontare che cosa significa per loro “portare il calore”. Moose Knuckles passa la parola a chi ha una storia da raccontare, incoraggiando ad agire nonostante tutti gli ostacoli che si possono incontrare.

Per la campagna FW20, Moose Knuckles ha reclutato una vera e propria squadra di *heat maker*. Il rapper e produttore discografico americano **Young Thug** e la cantautrice e ballerina **Kehlani** saranno i protagonisti degli scatti, insieme ai look curati dalla stylist **Kyle Luu** e immortalati dalla fotografa **Sandy Kim**.



La collezione **Power Puff** è al centro della campagna e reinterpreta in chiave contemporanea le puffer jacket, realizzate in piuma d’oca di qualità **premium** e arricchite da una serie di elementi funzionali che garantiscono calore e protezione. **Uniques Puffer**, la linea di piumini più *adventure*, e le linee **Wool**, **Cloud** e **Shearling**, saranno invece svelate nel corso della stagione.

