



L.O.G. srl, digital agency milanese, ha rinnovato l'accordo con Miroglio per il restyling dei siti Web che fanno capo a due fra i suoi brand di punta Le nuove collezioni autunno-inverno 2005 di Dream e MyTime, due fra i brand di punta del gruppo Miroglio, sono pronte a riscaldare la stagione fredda con rinnovato fascino e consueta eleganza. Capi pregiati, dal taglio moderno e raffinato, che si possono già apprezzare nei siti web di cui L.O.G. srl, dopo il rinnovo di un accordo ormai storico con Miroglio, ha curato ancora una volta il restyling grafico. Ne sono nate pagine in grado di esaltare gli abiti fin nel particolare, infondendo alle griffe un tocco unico, inconfondibile. www.dream-gvb.it e www.mytime.it, realizzati interamente in tecnologia Flash MX, si distinguono per la fluidità di navigazione, le tonalità cromatiche ora sfumate, ora accese, fra intensi giochi di luci ed ombre, le ambientazioni ammantate di mistero. La visualizzazione a tutto schermo (1024x768 pixel) permette al visitatore di gustare pienamente ogni minimo dettaglio, grazie ad una prospettiva aperta ed ariosa. www.dream-gvb.it Dream, quando la moda è sogno che diventa realtà, in un'armoniosa combinazione di tessuti e colori. L.O.G. ha espresso la filosofia del brand creando un sito che unisce effetti dinamici ad un'atmosfera rarefatta: uno sfondo nella penombra in cui s'intravedono un selciato e, in lontananza, un vialetto fra due case di campagna; dietro di questi, sfiorati da una lieve foschia, si stagliano i rami senza foglie di alcuni alberi. Evidenti richiami ai colori indefiniti dell'autunno e dell'inverno, introduzione ad effetto alla visione di capi, invece, caldi e vivaci, che con la loro apparizione allontanano ogni senso di malinconia. In home-page una modella si muove su questo sfondo ad ogni spostamento del mouse, incrociandosi con la sua stessa immagine, sfocata, e rievocando l'idea del sogno. È la magia di forme e colori che apre le porte alle nuove linee di capi. "Dream Collection": intellettuale, rigorosa, ribelle, metropolitana, audace, gold metal o black and white? E ancora, "Dream Sport Collection": cross country, chalet easy, free style o guardaroba? Ogni donna uno stile, ogni stile una linea differente che ne esalta grazia e sensualità in modo originale. Da "sfogliare" anche il catalogo: le modelle appariranno a lato, sullo sfondo di strette vie, casolari, monumenti. www.mytime.it "Guardami, perché qui le parole sono luoghi lontani dal tempo". In MyTime il tempo sembra essersi fermato fra le righe di una poesia. Una melodia

delicata accompagna la visione di capi dal taglio particolarmente raffinato, che si muovono su uno scenario incantato, surreale, fra oggetti antichi e dai colori morbidi. Una modella in elegante abito nero appare all'improvviso in home-page, quasi materializzandosi da un'altra epoca per raggiungere il nostro mondo. Seduta su una catenella che collega due paralumi, osserva con sguardo rapito un punto indefinito. "Guardami ora, per inventare l'unica parola racchiusa in un respiro". Tutto fa da introduzione alle nuove collezioni autunno-inverno. "MyTime Collection" presenta i capi delle linee dandy remix, eccentric folk, modern blue, moonlight night e next romantic. Le modelle sfilano in passerella, mostrando al pubblico i dettagli di ogni abito. Sullo sfondo, una ragazza appare distesa su un vecchio orologio adornato da fiori: metafora della sospensione del tempo. "MyTime Life Collection" esalta invece gli abiti delle linee irish, nuvole, plain e st. moritz. Cambia lo sfondo, che si apre all'occhio con una ragazza che indossa sciarpa e berretto di lana, seduta su un grande poltrona, ricoperta da un caldo plaid a fiori sul quale sono poggiati alcuni cuscini: idea dell'inverno in arrivo. La sezione "Catalogo" è arricchita da miniature. Spostandole, si aprono immagini a tendina, che svelano le modelle su sfondi differenti: piccole fate fra grandi tazzine di ceramica o teneramente adagiate su immensi guanciali.

About us

L.O.G. S.r.l. (Little Odds Garden) nasce nel giugno del 2002 come digital agency indipendente specializzata nello sviluppo di soluzioni ad alto valore creativo e tecnologico finalizzate a tutti i canali di comunicazione. L'agenzia offre ai propri clienti prestazioni a servizio completo. L'attività si distingue per la particolare cura dei dettagli e del progetto in ogni suo aspetto e per la ricerca di risposte originali, basate su creatività e modernità, attente alle esigenze dell'utente e capaci di conquistare il target di riferimento. Tra i clienti: Agusta S.p.A., Lagostina S.p.A., NeoNetwork S.r.l Miroglio, Ferrero S.p.A.

Per approfondimenti: Stella Stasi/Emilio Faivre

L.O.G.Ph. 02 36556213 Fax. 02 36556215 e-mail: marketing@logcom.it www.logcom.it