Il Ristorante Berton per l'apertura della terza boutique IWC in Italia

img-0348-7e740a02

IWC Schaffhausen ha scelto **Milano** come sede della sua **terza boutique italiana**, dopo Roma e Venezia, per presentare i suoi capolavori meccanici. A tagliare il nastro della boutique IWC di Via Montenapoleone **Pierfrancesco Favino**, Brand Ambassador IWC, **Alessia Marcuzzi**, madrina dell'evento, e l'attrice **Anna Ferzetti**, accompagnati da **Beppe Ambrosini**, Brand Manager IWC Italia, e **Hannes Pantli**, membro del board di IWC.

IMG_0346La maison svizzera ha celebrato la sua apertura alla presenza di alcuni tra i più importanti esponenti del panorama imprenditoriale italiano con **un'esclusiva cena di gala al Ristorante Berton**, una delle più rinomate location di Porta Nuova, avvolta dalla suggestiva cornice del nuovo skyline milanese "Siamo onorati di inaugurare la boutique di Milano, città che rispecchia il lusso per eccellenza, in cui tutto è veloce e dinamico, ma che ancora apprezza lo scandire del tempo e l'eleganza degli orologi da polso. Diamo il benvenuto ai nostri ospiti per condividere con loro una serata unica e indimenticabile, cogliendo l'occasione di poter presentare un'edizione speciale del Portugieser Rattrapante dedicata alla nostra nuova boutique", ha affermato Beppe Ambrosini, Brand Manager IWC Italia, durante la cena di Gala.

IMG_0344**UN OROLOGIO TANTO ATTESO -** In questa serata, IWC Schaffhausen ha presentato per la prima volta un'edizione limitata ed esclusiva di 100 esemplari del suo orologio più iconico: il Portugieser Chronograph Rattrapante Edition "Boutique Milano" (Ref. IW371215). Questo segnatempo è l'erede del modello di enorme successo proposto per l'ultima volta nel 2006 e che ha conquistato numerosi estimatori. Il Portugieser Chronograph Rattrapante Edition "Boutique Milano" è dotato del caratteristico terzo pulsante per il meccanismo rattrapante ed è disponibile con cassa in oro rosso, quadrante blu con scala tachimetrica e scala telemetrica e cinturino in pelle di alligatore nero. Insieme alla dicitura dell'edizione limitata "01/100", a suggellare ulteriormente il legame con Milano, l'incisione sul fondello riprende il biscione visconteo, simbolo e stemma della città.

Gli ospiti hanno brindato con un’accurata selezione di **pregiate bollicine Metodo Classico delle Cantine Ferrari di Trento**, sapientemente scelte per esaltare le pietanze proposte e cele brare in grande stile l’apertura della bou tique IWC nella capitale meneghina.