

Camera Nazionale della Moda Italiana comunica di aver terminato anticipatamente il rapporto collaborazione con Maven Corporate Ltd, iniziato lo scorso novembre 2007, per la creazione, lo sviluppo e la promozione dell'Abu Dhabi Fashion Week.

*Premio Marisa Bellisario per la creatività a Simona Rosato.

*Partnership tra Yoox.com e Who is on next? per promuovere i nuovi talenti.

*ToyWatch annuncia la creazione di una limited edition per Keep a Child Alive, organizzazione non profit americana attiva nella lotta contro l'AIDS in Africa.

*Burberry lancia il sito di e-commerce in italiano. **TERMINA IL RAPPORTO TRA CNMI E MAVEN ABU DHABI FASHION WEEK**

Camera Nazionale della Moda Italiana, constatata



l'inadempienza contrattuale della Maven Corporate Ltd, comunica di aver terminato anticipatamente il rapporto collaborazione con Maven Corporate Ltd, società di consulenza internazionale nel campo della moda, iniziato lo scorso novembre 2007, per la creazione, lo sviluppo e la promozione dell'Abu Dhabi Fashion Week.

L'Abu Dhabi Fashion Week, svoltasi nella prestigiosa location dell'Emirates Palace Hotel, dal 15 al 18 marzo 2008, davanti ad un pubblico internazionale e regionale di buyer, retailer, media, celebrità, è stata la prima iniziativa intrapresa al fine di creare un nuovo polo economicamente rilevante e per costituire un riferimento all'industria della moda di Medio Oriente, Africa e Asia del Sud.

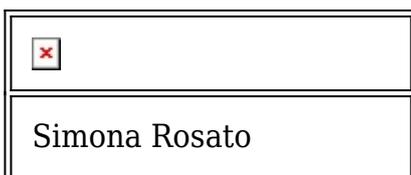


Gli eventi realizzati sotto la regia della Camera Nazionale della Moda Italiana in questi mesi si sono svolti con successo, ma la mancata osservanza da parte di Maven degli accordi sottoscritti con Camera Nazionale della Moda Italiana non consente di proseguire il rapporto.

La collaborazione era stata avviata con un grande evento di lancio ad Abu Dhabi lo scorso novembre con la sfilata di Valentino e di due designer dell'area SAMENA.

PREMIO MARISA BELLISARIO PER LA CREATIVITA' A SIMONA ROSATO

“Le donne progettano il futuro: innovazione, creatività e meritocrazia” è il titolo della manifestazione che celebra vent'anni dalla scomparsa di Marisa Bellisario e dall'istituzione del Premio a Lei dedicato. L'assegnazione delle Mele d'oro - il Premio Marisa Bellisario - sono riconoscimenti conferiti ogni anno ad imprenditrici, manager, professioniste e talenti al femminile che hanno conquistato ruoli di vertice a livello internazionale grazie a meriti conquistati sul campo.



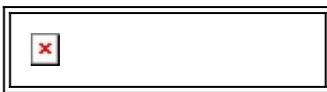
Durante la celebrazione della XX edizione del Premio Marisa Bellisario, Simona Rosato, amministratore delegato della Rosato Gioielli, società del gruppo GIOIELLI D'ITALIA (MBFG), è stata premiata nella sezione creatività. Si legge nella motivazione: “Per l'intuito, lo stile, le capacità imprenditoriali e di leadership con cui ha traghettato la sua Azienda sui mercati internazionali, rendendola ambasciatrice vincente del Made in Italy”.

“Scegliere tra tanti profili eccellenti è stato un compito arduo” ha dichiarato Lella Golfo, presidente della Fondazione e a capo della commissione giudicatrice composta da autorevoli

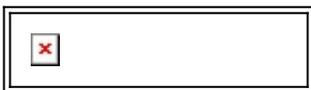


esponenti del mondo economico, istituzionale e culturale - “ma anche quest’anno abbiamo premiato donne di talento che rappresentano la leadership al femminile del nostro paese”.

PARTNERSHIP TRA YOOX.COM E WHO IS ON NEXT? PER PROMUOVERE NUOVI
TALENTI



YOOX.COM, la boutique virtuale di moda & design multimarca N° 1 al mondo, sigla un
accordo con



il concorso Who is on Next?, ideato e realizzato da Alta Roma e Vogue Italia, per la
produzione di una capsule collection.

Who is on Next?, concorso per la promozione di giovani talenti del fashion design, giunge
oggi

alla sua quarta edizione, attestandosi come una realtà concreta sul panorama nazionale ed
internazionale. Tra le fila dei finalisti e dei vincitori del concorso sono da annoverare Albino
d’Amato, 6267, Sara Lanzi, Max Kibardin, Courtney Crawford e Nicholas Kirkwood, solo per
citarne alcuni.

Per l’edizione 2008 del concorso, YOOX.COM riconoscerà un premio speciale a colui che tra

i

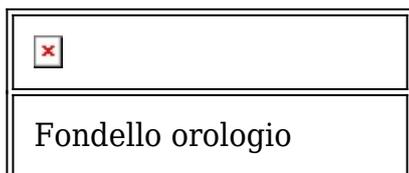
vincitori riterrà il designer più significativamente cutting-edge.

Dalla sua collezione vincitrice, verrà creata in esclusiva per YOOX.COM una capsule
collection, disponibile per la vendita online a settembre, in contemporanea alla



presentazione delle collezioni dei vincitori nel corso della settimana della moda milanese.

“TIME TO LOVE”: ECCO LA LIMITED EDITION TOYWATCH PER KEEP A CHILD ALIVE



ToyWatch, l'esclusivo brand made in Italy di orologi dal lusso accessibile, annuncia la creazione di una limited edition per Keep a Child Alive, organizzazione non profit americana attiva nella lotta contro l'AIDS in Africa.

Solo 200 pezzi venduti in esclusiva da Selfridges a Londra ed il 50% dell'intero ricavato verrà devoluto all'associazione.

«Abbiamo dato vita ad un accessorio davvero speciale, dal cuore grande e dal nome non casuale: “Time to Love”», afferma Mara Poletti Mavilla, Presidente di ToyWatch. «Le lancette di questo ToyWatch ci suggeriscono che è arrivato il momento di aiutare chi soffre, di impegnarsi in prima linea per concedere un po' di tempo in più a chi si ammala di Aids. L'Africa ha bisogno anche del nostro aiuto, la ricerca contro questo male del XXI secolo deve continuare per poter permettere alle persone di questo paese di avere il tempo di essere padri, madri, figli e figlie. Di avere il tempo di vivere e, soprattutto, di amare». L'ora della solidarietà è dunque scoccata! In occasione del Black Ball, Galà di beneficenza per la prima volta organizzato a Londra il 10 luglio 2008 presso il St Johns di Londra, ToyWatch ha creato due orologi da mettere all'asta, per lui e per lei, con diamanti free conflicts (provenienti da paesi dove non sono in corso guerre).

BURBERRY LANCIA IL SITO DI E-COMMERCE IN ITALIANO





Il sito in lingua italiana si può raggiungere direttamente su www.burberry.it oppure navigando sulla home page principale, www.burberry.com.

Il lancio del sito italiano fa seguito a quello del sito in lingua francese e precede di qualche settimana quello in lingua tedesca.

Il negozio Burberry online offre un assortimento completo delle collezioni prêt-à-porter Burberry Prorsum e Burberry London per l'uomo e per la donna, e presenta anche outerwear, accessori, abbigliamento per bambini, occhiali, orologi e profumi.

Attualmente, sul sito sono disponibili capi fondamentali delle collezioni uomo e donna di prêt-à-porter Burberry Prorsum primavera/estate 2008, nonché la Burberry Warrior bag e la collezione di gioielli.

Burberry gestisce il suo sito di e-commerce negli Stati Uniti fin dal 2004 e ha lanciato la sua iniziativa di e-commerce in Gran Bretagna nel 2006 e in Europa nel 2007. Effettua spedizioni in diciotto paesi, tra cui Austria, Belgio, Cipro, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Ungheria, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Malta, Olanda, Polonia, Portogallo, Spagna e Svezia.