



## **Nicoletta Fiorucci lascia Alta Roma**

### **Menichetti direttore creativo di Brema**

### **MNG by MANGO sarà la label di punta di JCPenney.**

## **Nicoletta Fiorucci lascia Alta Roma**

Nicoletta Fiorucci, presidente di Alta Roma, annuncia la sua volontà di lasciare l'incarico il prossimo aprile, con il rinnovo del Consiglio di Amministrazione e allo scadere del suo mandato. Al suo posto fa il nome di Silvia Venturini Fendi "il più probabile" che se riuscisse a trovare il tempo - spiega Fiorucci - sarebbe una soluzione auspicata da tutti i soci di Alta Roma".



*Nicoletta Fiorucci courtesy Alta  
Roma*

Molte le critiche alla conduzione della Fiorucci delle ultime quattro edizioni della settimana di Alta Moda a Roma, specialmente per l'ultima edizione a luglio 2009 dove si è percepita la difficoltà della manifestazione a trovare una propria mission e a mostrarsi con peso sulla scena internazionale della moda per attirare stilisti di fama a Roma. "Alta Roma per decollare ha bisogno di più fondi, di maggiore sostegno e coordinamento da parte delle istituzioni che fanno parte del Cda" ha glossato l'ancora presidente di Alta Roma. Ma a noi sembra che abbia bisogno di una riflessione sulla sua ragion d'essere come manifestazione di Alta Moda e come manifestazione che ha sede a Roma. Certamente vanno riconosciuti i tentativi di caratterizzare l'evento distinguendolo dagli altri di Milano e Firenze. Così le descrive Nicoletta Fiorucci: "Abbiamo cercato di lavorare tenendo in considerazione i



giovani, la cultura della moda e i valori - spiega - Abbiamo realizzato a Roma la prima rassegna della editoria per la moda e un focus sulla moda in internet. Non dobbiamo pensare solo alle sfilate ma cercare di fare formazione e cultura in modo da spingere Roma un passo avanti rispetto le altre città della moda". Il progetto sull'editoria si chiama 'Fashion on Paper' il primo festival delle riviste indipendenti di moda che ha avuto nella edizione di luglio 2009, 600 visitatori al giorno, 40 ospiti tra relatori dei fashion talks e 30 redattori di riviste indipendenti. Nella prossima edizione questi numeri potrebbero aumentare fino al momento che già ora 41 sono le riviste che hanno chiesto di aderire (15 italiane, 6 internazionali, 20 fashion blog). Altra iniziativa all'interno di Altaroma è Ethical Fashion con cui si è voluto coinvolgere, con ITC (International Trade Center, agenzia dell'Onu) il sistema moda italiano nel progetto della produzione di una moda eticamente sostenibile nei paesi africani. Non sembra però che questi progetti pur interessanti possano dare ad Altaroma quel colpo d'ali necessario a renderla manifestazione di interesse internazionale tanto da richiamare stilisti e addetti ai lavori da tutto il mondo.

### **Menichetti direttore creativo di Brema**



*Roberto Menichetti Ph  
sconosciuto*

A partire da gennaio 2010 Roberto Menichetti, dopo le sue importanti collaborazioni con **Jil Sander, Burberry e Céline**, sarà il nuovo direttore creativo di Brema. L'accordo è di piena soddisfazione per i due partners. L'accordo quinquennale permetterà a Menichetti di utilizzare l'organizzazione produttiva e commerciale di Evolve ed a Brema di avvalersi delle sue capacità creative, nonché del suo Ufficio Stile.

Inoltre Evolve, società proprietaria del marchio Brema, si impegna a produrre e a



commercializzare, in Italia e sul mercato estero, una collezione a marchio "Menichetti".

Sarà realizzata anche un'operazione di co-branding dove Brema e Menichetti daranno vita ad una nuova linea tecnica dedicata ai motociclisti: l'Autunno/Inverno "10-11" verrà presentata a Marzo 2010 e sarà nei negozi di accessori e abbigliamento moto a partire da Settembre.

Per le altre due collezioni, da distribuire attraverso il canale dell'abbigliamento, si dovrà invece aspettare la Primavera/Estate 2011, presentata all'edizione di giugno di Pitti Uomo.

### **MNG by MANGO sarà la label di punta di JCPenney.**

MANGO e J.C.Penney Company, Inc. (NYSE: JCP) hanno annunciato l'intenzione di definire un contratto nel quale JCPenney si convertirà nei grandi magazzini *retail* per l'etichetta "MNG by MANGO", in esclusiva per gli Stati Uniti.



*Singer Building ospiterà MANGO*

MANGO, uno dei principali esportatori del settore tessile spagnolo, con più di 1.300 punti vendita in 94 paesi, è conosciuto per le sue collezioni contemporanee e di tendenza a prezzi accessibili. Come principale etichetta di JCPenney, MNG by MANGO offrirà il meglio della moda MANGO ed incrementerà, in questo modo, la presenza del marchio spagnolo negli Stati Uniti, dove attualmente si avvale di 12 negozi.

JCPenney è uno dei leader nel *retail* del Nord America, e opera in 1.109 grandi store negli Stati Uniti e a Porto Rico. Inoltre, ha una delle pagine web d'abbigliamento femminile e arredamento per la casa più importanti, *jcp.com*, così come il business di cataloghi di prodotti generici più importante della Paese. Quotata come "JPC" nella Borsa di New York,



l'impresa ha ottenuto delle entrate di 18.500 milioni di dollari nel 2008 e sta portando a termine un piano strategico per convertirsi nel leader della crescita dell'industria *retail*.

Fra i principali punti dell'accordo:

- MANGO, incentrata su un design originale, rivolto alla donna contemporanea, con un prodotto di qualità, applicherà una connessione sinergica fra il suo team creativo e la rete logistica di JCPenney altamente sofisticata, il suo *planning* d'azienda e i suoi mezzi logistici.
- MNG by MANGO sarà uno shop-in shop specializzato dentro JCPenney, in una zona di recente realizzazione.
- All'inizio dell'autunno 2010, MNG by MANGO sarà presentato in 75 negozi e su [jcp.com](http://jcp.com), con il piano di arrivare a circa 600 negozi prima dell'autunno 2011.

Di seguito le dichiarazioni di reciproca soddisfazione dei due partners

“La *moda accessibile* per la donna giovane e moderna rappresenta la nostra maggiore potenzialità ed opportunità imprenditoriale. È da molto tempo che siamo attirati dal concetto di *moda accessibile* e, attraverso i recenti lanci di alcune nostre private label abbiamo testato un gran successo. Così ora abbiamo l'intenzione e la fiducia di sviluppare questo genere di offerta ai nostri clienti, ” commenta Myron E.(Mike) Ullman, presidente della Giunta direttiva e Direttore esecutivo di JCPenney. “Senza dubbio, negli ultimi anni, abbiamo dato risalto al nostro stile e, il fatto di avvalersi di MNG by MANGO in esclusiva, farà sì che JCPenney diventi il punto di riferimento negli Stati Uniti dove acquistare l'abbigliamento migliore a prezzi accessibili”. Il nome MANGO è diventato sinonimo di moda ad un prezzo contenuto e d'innovazione nella realizzazione di capi di qualità. Siamo elettrizzati e impazienti di lavorare con il team di MANGO e ci auguriamo di trasmettere il nostro stesso entusiasmo ai nostri clienti degli Stati Uniti. Oltre a supportare MANGO a ampliare il suo incredibile successo raccolto in tutto il mondo.”