

ste della scarpa.

Ma come è nata l'amicizia (e soprattutto il business) tra Jimmy Choo e Tamara Mellon? «L'ho incontrato quando lavoravo come giornali-

te in creazioni op-
portunità che poteva riser-
vare il futuro. Così ho fon-
dato una società con Jimmy
Choo. Da allora io e la nipo-
te di Choo, Sandra Choo,

abbiamo lavorato per crea-
re collezioni di prêt-à-porter
oltre a trovare finanziatori e
fabbriche in Italia» raccon-
ta Mellon a *Panorama*. Da

ne Zeta-Jones, ha calpesta-
to i tappeti rossi di Los An-
geles, Venezia, Cannes. Ol-
tre ai selciati delle vie più
prestigiose del mondo. ●

Tra arte e beneficenza

*Per i 30 anni del suo anfibio, la
Timberland lancia una sfida creativa*

Yellow boot, l'anfibio stori-
co della Timberland, compie
trent'anni. E la maison america-
na per l'occasione lancia una sfi-
da ai più eccentrici artisti in cir-

colazione, per reinterpretare e
stravolgere l'immagine simbolo
della marca. Stilisti, pittori, mu-
sicisti, designer, scultori hanno
usato ogni tipo di mate-
riale per il loro perso-
nale modello, che dal
30 settembre farà
parte della Celebrity
Boot Collection espo-
sta in corso Como
10, a Milano. Dopo



la mostra ogni pezzo sarà mes-
sa in vendita a 390 euro, pres-
so alcuni Timberland store. Il ri-
cavato andrà al progetto Fer-
miamo l'aids sul nasce-
re, un'iniziativa dell'or-
ganizzazione non pro-
fit Cesvi per la pre-
venzione della tra-

**Opera di Dirk
Bikkemberg.**

Opera di Fabrizio Musa.

missione materno-in-
fantile dell'hiv nello
Zimbabwe.

All'iniziativa be-
nefica hanno aderito in molti, mo-
strando di divertirsi
nella trasformazione
dell'anfibio simbolo di
una generazione. (V.A.)

