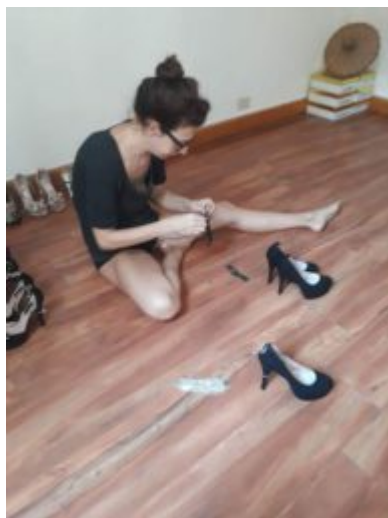


Quando una scarpa si anima magicamente è una “Isabel Q”.



Un brand nostrano che nasce dalla creatività della designer Isabella Tancredi De Acutis.

Fashion designer che vanta importanti collaborazioni con AltaRoma e Stefano Dominella, Maison Gattinoni, che ha deciso di creare una sua linea, un suo marchio: Isabel Q Fashion Shoes, dove “Q” è l’abbreviazione di Queen (Regina), perché è così che si sentono le donne che indossano le creazioni di Isabella.

Oltre ad un corpo le IsabelQ danno un’anima alle scarpe, una passione per l’eleganza ed il buon gusto, la giocosità degli accessori intercambiabili che permettono a chi possiede una creazione IsabelQ di personalizzare e rendere unico ogni pezzo.

Questa è IsabelQ:

” Traggio l’ispirazione da tutto ciò che mi circonda, le forme della natura, gli oggetti domestici, le emozioni.

La mia è una ricerca che mi permette di passare da uno stile romantico e classic chic ad uno più accattivante, sexy con l'uso di vari materiali come camoscio, raso o velluto, fiocchi e soprattutto di decorazioni fatte a mano, borchie e inserti di metallo. Mi piace rendere le mie creazioni incantesimi da calzare.”

Originale e fuori dagli standard comuni, la donna che calza le Isabel Q è unica, fuori dagli schemi, ma sempre chic e trendy, con una nota magica.

Insomma una donna che ama indossare i tacchi non solo nelle occasioni speciali ma tutti i giorni, in ufficio, mentre fa spesa al mercato, con i jeans... É perché no? Mentre fa Yoga! Stay tuned.

IsabelQ è su Facebook (Isabel Q Fashion Shoes); Instagram: isabelq.fashionshoes. Isabella effettua vendita su appuntamento (isabelladeacutis@libero.it) nel suo Showroom a Roma in zona Vaticano (per fine settembre è prevista l'apertura di un corner vicino Piazza di Spagna).

Cosa facciamo stasera? L'app di una start-up sarda che ti organizza la serata

Oggi diamo spazio ad un giovane cagliaritano che ha scelto di rischiare e di realizzare la sua idea di impresa nel campo

dell'innovazione.

[LetsDoEat](#), una start up che permette agli utenti di organizzare la serata (dall'aperitivo alla discoteca, passando per la cena, il pub, il cinema ecc.) in base a quanto vogliono spendere, tutto da un'unica app.

L'idea è di **Stefano Scotto**, che dopo essersi laureato in Scienze Economiche a Cagliari e aver avuto la proposta di un contratto a tempo indeterminato per una multinazionale ha invece deciso di rischiare e di sviluppare la sua idea nel campo dell'innovazione.

L'unicità di letsDoEat sta in 3 concetti molto chiari:



1. Possibilità di **prenotare** tutti i servizi presenti.
2. I servizi sono esclusivi, sono tutte **attività dedicate per gli utenti**, che quindi possono risparmiare, avere possibilità extra o in diversi casi prenotare cose che altrimenti non potrebbero prenotare in altri modi o con altri servizi.
3. La ricerca si basa sul budget che l'utente ha a disposizione, **i prezzi sono garantiti**, quindi gli utenti non spenderanno mai un euro in più di quanto potrebbero o vorrebbero spendere.

Un esempio: Sono a Milano ho 30€ cosa posso fare stasera? Con l'app letsDoEat in 3 semplici step scopri e prenoti il meglio della tua città, con servizi dedicati esclusivamente agli utenti letsDoEat.

L'idea nata all'interno di [InnovActionLab](#), è stata scelta da [TheNetValue](#). Un anno fa Google l'ha selezionata per un percorso di accelerazione di 3 mesi negli USA, tra Chicago e San Francisco, così il team di letsDoEat è entrato in [Facebook Start](#), il programma di accelerazione di Facebook riservato alle startup più interessanti in Europa ed ha

recentemente chiuso un seed di investimento con dei Business Angels che hanno deciso di investire in quest'idea.

Il team di letsDoEat: **Stefano Scotto** -Ceo & Co-Fonder, **Andrea Car** -Project Manager & Co-Founder, **Daniele Corda** -Back-end Developer, **Giovanni Baldus** -Back-end Developer, **Antonino D'Alberti** -Mobile Developer, **Matteo Martin** -UX/UI Designer, **Valeria Pinna** -Communication Specialist.

#FareImpresa **Eddie Rude**, il cool hunter di un e-commerce originale

Carolina Franceschini, 39 anni, Ceo di SamsolT un'azienda attiva nel campo del Biogas, con la passione per la moda e per i viaggi e **Giacomo Destro**, 23 anni, laureato in Web Marketing & Digital Communication, sono le anime di un progetto di comunicazione sul web e di vendita online: www.eddierude.com

Il sito di e-commerce e il blog parlano attraverso la voce di **Eddie Rude**, che è un personaggio di fantasia, un cittadino del mondo e liberamente ispirato.

Carolina si è resa conto che nel mondo della moda mancava qualcosa di divertente, quindi non potendo andare in giro per il mondo e fare quello che fa Eddie oggi, ha pensato di creare un personaggio che fa tutto quello che vorrebbe fare lei. Allora è nato Eddie Rude.

Un giorno mentre era a Londra, accanto a lei è passato un ragazzo in bicicletta e stava ascoltando i **Pearl Jam** e proprio al nome del loro cantante si ispira Eddie Rude, il *cool hunter*

che va in giro per il mondo e vive la città a 360 gradi. Eddie non ti porta un prodotto, ti racconta la sua storia.

Così se vede qualcosa di interessante, che sarà sempre qualcosa di originale fatto da un artigiano, parla con il negoziante, si mette d'accordo e lo mette in vendita sul sito. Sono tutti prodotti originali, stravaganti.

“Quello che speriamo di ottenere da questo progetto– ci spiega Giacomo– è arrivare a creare qualcosa di mai visto, non solo un e-commerce innovativo, ma un vero e proprio canale di marketing dove aziende di piccole-medie dimensioni straniere e non, possano trovare spazio qui in Italia e siano alla portata di tutti.”



i miei viaggi

Ora che ho tanti amici ho iniziato a riportare le mie notizie fashion dal mondo sul mio blog e sul mio profilo... Certo, scova e trova! Ci sono perfino le ragazze!



“QUESTA SETTIMANA LONDRA È STATA POPOLATA DA MILIONI DI PERSONE A CAUSA DELLA SETTIMANA DELLA MODA, SOPRATTUTTO IL QUARTIERE SOHO, CHE È UN MISCUGLIO DI CULTURE E UGUALI DAL NEGOZIO DI CINTURE AI POSTI UNDERGROUND FINO AI PIÙ SOTTILISTI Dove si suona il CAMPANELLO PER AVERE ALTRO CHAMPAGNE. SECONDO VOI CHE LOCALI PREDILGONO?”



SLEEP DRESS
SOTTO IL CARPENTER
IL TRENDS
CHE IN LA USA
SPOPOLANDO
DA NOI ARRIVERA
IN PRIMAVERA...

DAROTA JOHNSON
DA COPERTINA
SU VOGUE.I

SE ANCHE TU
COMO ME
A SAN VINCENZO
NON SAI COSA FARE
PERCHÉ SEI SINGLE...
O CI RIVI SU
E ME NE VADO
A PARIGI

DEVE DA ECCO
FINO A DOMENICA
CI SARANNO EXPO,
BIRNCHI, FESTE E CENE...
PICCOLA,
NON CI SI RANNOAR

i prodotti di Eddie Rude

Crea nuovi, trova il fashion delle metropoli e lo porta direttamente sul tuo pc.



SOPRA: BIKINI YOTO ARTWEAR
A DESTRA: ANELLI TAMARTZITZ

#FareImpresa. Dal sogno all'impresa: giovani dalla Puglia in cerca di successo

Ormai in Italia si parla solo di “cervelli in fuga”, ma non è così. Ci sono ancora tanti bei cervelli di giovani felici e contenti di essere qui. Parliamo di tre ragazzi: **Marco Di Marco, Raffaele Di Pierdomenico e Dario Martelli**. *“Io, Raffaele e Dario ci siamo conosciuti all’università Luiss tra corsi, esami, caffè ed eventi vari: insomma vivendo intensamente la vita universitaria e sin da sempre dedicandoci tanto alle relazioni ed alla vita sociale. Una volta finita l’università siamo entrati nel mondo del lavoro, in diverse realtà ma tutte comunque nel mondo della comunicazione e marketing.”* spiega Di Marco *“siamo rimasti amici ed abbiamo continuato a frequentarci, tanto da decidere di voler realizzare qualcosa che ci permettesse di condividere anche la vita professionale”*.

L’idea? Prendere qualcosa di innovativo e “fare business insieme”. Continua Di Marco *“Dopo circa un anno di brainstorming, finalmente decidiamo di investire ed impegnarci nel settore del food e Raffaele, il pugliese tra i 3, propone l’idea di fondare una catena di panzerotterie pugliesi, lui si sarebbe occupato della ricetta e del prodotto sfruttando le sue origini”*. Per quanto riguarda il nome *“facilmente si arriva a ‘Nonna Lia’: Lia era il nome della nonnina di Raffaele tanto dolce quanto brava a cucinare. I miei primi panzerotti pugliesi li ho assaggiati da lei a Fasano”*.

In questo periodo di grande crisi è sorprendente il coraggio,

l'intraprendenza e la praticità di questi ragazzi che a Gennaio 2015 cominciano a muoversi ignari di ciò che li aspettava. Districandosi tra mille pratiche burocratiche, il logo, il nome, il locale, il personale. L'8 ottobre 2015 alzano per la prima volta la serranda di un modesto locale, appena 35mq, che però al suo interno racchiude un grande tesoro. Non solo quei bellissimi panzerotti dorati, ma la soddisfazione che pochi purtroppo possono dire di aver provato al giorno d'oggi.

A sei mesi dall'apertura del primo, continua la corsa verso il successo: l'apertura del secondo locale, che realizzerà, anche se solo in piccola parte, il sogno di renderla una catena. Sono ragazzi, sono giovani, sono coloro che ancora credono nel loro paese, che sanno come sfruttare ciò che ha di più bello, come una nonnina pugliese con i capelli legati e dei grandi occhiali che prepara i panzerotti ai propri nipoti. Non c'è nulla più bello che mantenere vive le nostre più grandi e belle tradizioni, portando a Roma un piccolo angolo di Puglia.