

L'Espresso

MAGAZINE

E ancora...

PINKO

*Tony
Maiello*

BARBA

MARINA
DI CAMEROTA

l'assessore ai trasporti
ENNIO CASCETTA

il più bello d'ITALIA

LA FARMACIA
DEGLI INCURABILI

CRISTINA
CHIABOTTO





VIA FILANGERI 24-25 081413261 • VIA LUCA GIORDANO 50-52-54 | FENDI.COM

FENDI



*Stefania Bacherini, Carolina Gauron'ski, Amanda Cutter Brooks,
Eleonora Serpi, Susanna Gianoli ...*



Capri — Domenica ore 12.15

TODS.COM

PIZZA UMBERTO I, 8 TEL. +39 081 8376896 • CAPRI





ICEBERG

IN COPERTINA



Cristina Chiabotto

Edito da I'M srl

via Firenze, 54
80142 Napoli
tel 081 19578776
fax 081 214 27 80
www.immagazine.it
info@immagazine.it
reg. trib. di Napoli n° 47
dell'8.05.2008

Editore

Maurizio Aiello

Direttore responsabile

Ilaria Carloni

Collaboratori:

Alessandra Carloni
Fabrizio Carloni
Sofia De Matteo
Anna Marchitelli
Gaia Scognamiglio
Sveva Tarantino

PH

Gianni Riccio
Cesare Purini

Graphic Design

Francesco Finizio
media.finizio@gmail.com

Distribuzione

Diffusion Group

Stampa

Arti Grafiche Boccia S.p.A. - Sa

Per la pubblicità

tel 081 195 78 776
info@immagazine.it



L'Editore

Maurizio Aiello

I'M ONLINE

www.immagazine.it

38



16



66



30



54



72



70

SOMMARIO

16 PINKO

di Sveva Tarantino

30 TONY MAIELLO

TRIONFA A SANREMO
TRA LE NUOVE GENERAZIONI
di Anna Marchitelli

38 CRISTINA CHIABOTTO

LA MIA ALTEZZA? UN VANTAGGIO...
di Ilaria Carloni

54 IL PIÙ BELLO D'ITALIA

GABRIELE MORRA
di Alessandra Carloni

66 MIRELLA SESSA

UN FUTURO DA NUMERO UNO
di Anna Marchitelli

70 BARBA

INDOSSARE LA PERFEZIONE

72 ENNIO CASCETTA

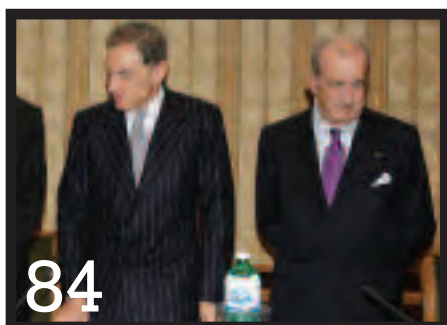
IL SISTEMA TRASPORTI IN CAMPANIA
È UN WORK IN PROGRESS
di Ilaria Carloni

PIRENZE MILANO ROMA VENEZIA NAPOLI CARRI TORINO GENOVA PORTOFINO



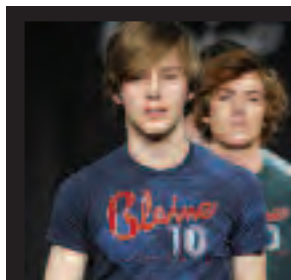
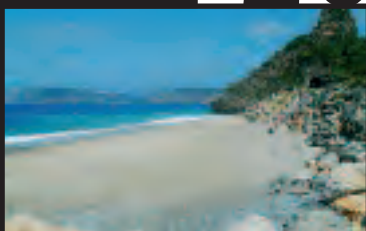
SHOP FERRAGAMO.COM

Salvatore Ferragamo

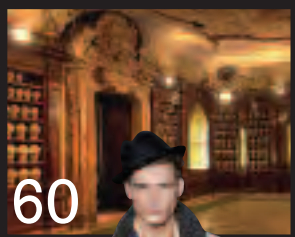


84

26



50



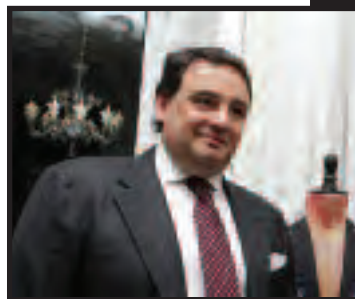
60



22



104



98



112

13 L'OPINIONE

IL SOVVERTIMENTO DEI VALORI
di Fabrizio Carloni

22 MODA A MILANO

IL MENSWEAR PROTAGONISTA
DELLE PASSARELLE MILANESI

26 MARINA DI CAMEROTA

LA PERLA DEL CILENTO

46 PITTI

FIRENZE ATTIRA IL MERCATO MONDIALE
DELLA MODA E DETTA TENDENZE
di Gaia Scognamiglio

50 IN VETRINA 34 MARCHI CAMPANI

60 OSPEDALE DEGL'INCURABILI

RARISSIMA TESTIMONIANZA DI UN'OPERA
UMANITARIA E SANITARIA

80 ARGENIO

DA 70 ANNI ONORA LA REAL CASA BORBONICA

82 CINEMA

IL RITORNO DI TARTAGLIA
CON "LA VALIGIA SUL LETTO"

84 FASHION MIND

UN PROGETTO PER VALORIZZARE
LA MODA CAMPANA
di Anna Marchitelli

88 TUTTOSPOSI

PROPOSTE NUZIALI PER TUTTI I GUSTI

90 MOSTRA FOTOGRAFICA

"ANIME IN MOVIMENTO"
E "PERSONALI SOLITUDINI"

92 IN BREVE

94 LA REGGIA DESIGNER OUTLET

IL REGNO DELLO SHOPPING

98 SALOTTO CILENTO

LA PRESENTAZIONE DELLO SPORTEX 4 PLY

102 IL "ROMA" FESTEGGIA
SALVATORE SANTORO

103 I 40 ANNI DI ATTIVITÀ DEI LAUDIERO

104 PARTY ALLA MELA

SFILATA DI GLASSESS E HATS VARIOPINTI

108 CARNEVALE AL SALONE MARGHERITA

110 CENA SPETTACOLO DA ROSOLINO

112 LO CHEZ MOI IN MASCHERA



WRITING TIME. | Riscrivere la storia originale del cronografo:
Montblanc Nicolas Rieussec.

Cronografo Monopoussoir, MB R200 movimento di manifattura a carica automatica. Contatori 30 minuti e 60 secondi con dischi rotanti fissati su ponte con indici fissi. Cassa in acciaio, cinturino in alligatore. Sviluppato e realizzato nella manifattura di Le Locle in Svizzera. MONTBLANC. A STORY TO TELL.

**MONT
BLANC**





L'Opinione

di Fabrizio Carloni

Il sovvertimento dei valori

Molti degli importanti imprenditori che incontro per il mio lavoro mi chiedono cosa pensi della crisi economica che viviamo. Il più delle volte concordiamo che la difficoltà congiunturale va di pari passo con la caduta di valori che caratterizza il nostro mondo. L'adozione di regole universali, senza tenere in considerazione la diversità di tradizioni, di culture ed obiettivi, ha determinato la omogeneità ed omologazione di comportamenti che prevedono la parcellizzazione delle responsabilità e che riguardano tutti i settori, sia nell'ambito pubblico che privato. Ne deriva, per semplificare, che quando un imprenditore va in banca per un prestito finalizzato ad un investimento od al finanziamento del ciclo produttivo, si trova in un ginepraio in cui si viene rinviiati di corridoio in corridoio, senza potere concludere quello per cui si è programmata la giornata perché Basilea 2, che è il sistema adottato dagli Istituti di Credito a livello internazionale per valutare il rischio di erogazione, lo ha identificato con un numero od un acronimo che inibiscono la concessione del fido. Come è ritenuto normale non ricevere a casa la raccomandata od il pacco perché le poste hanno appaltato il servizio di recapito a ditte i cui dipendenti vengono pagati a cottimo ed hanno interesse a mettere nella cassetta delle lettere l'avviso di mancato recapito, piuttosto che perdere tempo nel portare a termine il servizio che gli è stato affidato per una retribuzione ritenuta insufficiente.

Quello che si rileva, in poche parole, è il disimpegno generale e la nascita di una mentalità ormai molto diffusa, per cui i comportamenti sono omologati sul principio del minimo sforzo e l'idiota, il pavido e l'inetto in tutte le strutture sono ritenuti degli esempi cui adeguarsi. Il gandhiano; il pacificatore ad ogni costo; il falso ignaro; il fannullone; il trascurato che vuol apparire intellettualmente disquisendo su come sono affettuosi i gatti; l'uomo dal panciotto troppo largo e dal pantalone a tubo con il fondello ridotto alla trasparenza di una garza, sono diventati i campioni delle aziende e delle istituzioni pubbliche che sembrano incoraggiare il non fare od il fare male e poco. Il tutto a danno del decisionista, dell'ideologizzato, dell'intelligente, del curato nella persona, del sostenitore del dovere come obbligo anche di dare una risposta al cliente, all'utente, al paziente, al cittadino, cui dovrebbe essere garantita per il semplice

motivo che paga gli interessi, le commissioni o le tasse. La crisi si risolverà quando i valori forti che hanno retto la storia del mondo, riprenderanno il peso che devono avere nella comunità.

Per dare leggerezza all'intervento, rispondo a qualcuno dei lettori che mi ha chiesto sulla base della mia ultima "opinione" di indicare un altro luogo vicino e bello. Mi è venuto da pensare a Selvacava, alle pendici del Monte Fammera, vicino ad Ausonia, ai confini tra Lazio e Campania; quei luoghi a maggio del 1944 furono percorsi dalle orde delle truppe coloniali francesi che furono impiegate dagli Alleati nella guerra contro i tedeschi. Stuprarono decine di migliaia di bambini e di donne di tutte le età; Moravia disse delle loro imprese in "La Ciociara"; io ho scritto di quello che fecero in un mio libro, che è diventato un testo di riferimento per chi studia la storia della Seconda Guerra Mondiale in Italia.

Nel prepararlo dovetti fare un sopralluogo anche sul monte che ho appena citato e con la guida di un contadino scoprii quei posti fatati in cui sono molte le sorgenti che sgorgano dalla montagna. In quel paradiso vi è un angolo di prato con due formazioni rocciose sui lati; in queste, due basse caverne scavate dall'uomo, durante la guerra erano diventate il rifugio di cinque ragazzi dell'esercito tedesco che controllavano con la loro mitragliatrice la valle del Fiume Ausente; il più grande di loro non aveva vent'anni. Quando il fronte tedesco fu rotto, un irregolare marocchino alla ricerca di donne aggirò la loro posizione e li uccise uno ad uno alle spalle, con l'inganno, mentre uscivano dalle grotte per passare da un riparo all'altro.

Furono sepolti nel prato ed i loro compagni dopo molti anni li esumarono e costruirono all'alba di un giorno d'inverno, a guardia di quella linea di fronte ormai dimenticata, una grande croce bianca. L'anima di quei ragazzi continua a vigilare ed a turno uno di loro esce al nascere del sole con cinque borracce per prendere l'acqua che sgorga dalla sorgente più vicina per tutti i compagni. Il più giovane piange ogni tanto perché ha il dubbio che la mamma stia ancora aspettando il ritorno di Hans che è morto su una montagna bellissima e che nessuno conosce, tranne Fabrizio, i suoi camerati e pochi altri. ■

carloni.f@libero.it

13





Pietro Negrà



il mondo

PINKO



La sede di Piko a Fidenza

di Sveva Tarantino

Pinko, il noto marchio d'abbigliamento fondato da Pietro Negra e Cristina Rubini alla fine degli anni '80, è oggi una straordinaria realtà del panorama fashion Made in Italy. A parlare sono i numeri: ottocento punti vendita in tutto il mondo e un fatturato di 148 milioni di euro nel 2008 con un tasso di crescita pari all' 8% rispetto al 2007.

Un successo dovuto a due elementi portanti del brand: notorietà e valore, grazie ai quali è stato possibile posizionare il prodotto Pinko nei più importanti punti vendita multibrand in Italia e nel mondo.

Pinko da sempre applica, a livello marketing, tecniche retail apprese e sviluppate nella gestione dei propri negozi monomarca. Si tratta di un progetto applicato al wholesale che permette di conseguire fatturati e sell out sorprendenti.

Per poter realizzare un tale progetto, Pinko dispone di una complessa struttura stilistica, vero punto di forza dell'azienda. Team autonomi lavorano su ogni collezione, coordinati fra loro da una supervisione stilistica che permette di creare collezioni armoniche e complementari fra di loro.

A livello di comunicazione il brand si è distinto in passato

per importanti collaborazioni con Naomi Campbell, Eva Herzigova, Elle Mc Pherson, Mariah Carey, Steven Klein che proseguono ora con Terry Richardson e Erin Wasso. C'è inoltre una solida struttura di ufficio stampa, in sinergia totale con la sede di Fidenza, il tutto supportato da notevoli investimenti pubblicitari sui più importanti quotidiani e testate di moda italiane e straniere.

A livello retail, Pinko da qualche anno sta attraversando una fase di profonda ristrutturazione: non più punti vendita per ogni provincia come avveniva prima, ma pochi store molto prestigiosi. Con la precedente politica si andava a sottrarre spazio ai clienti multibrand, abbassando anche il valore del marchio, ora, con la nuova strategia, si risolvono eventuali conflitti di interesse con i clienti, lasciando loro spazio di crescita, e ci si riserva la gestione di location più prestigiose.

A proposito di location d'eccezione, l'ultima scommessa di Pinko è stata fatta proprio a Napoli, in Via Dei Mille, dove impera un tecnologico e sfavillante store a due piani, che ha ampliato i confini dello shopping.

Abbiamo chiesto al "papà" di





Pinko, Pietro Negra, di parlarci un po' della sua "creatura", di farci dei bilanci e spiegarci la filosofia che c'è alla base di un marchio così importante

Dall'apertura ad oggi, che bilancio può fare del nuovo store napoletano?

Sicuramente un bilancio molto positivo

Il napoletano è un buon cliente?

Con sorpresa abbiamo riconosciuto nel napoletano un cliente attento e assolutamente aperto a valutare tutte le proposte che gli offre Pinko

Avete puntato anche sulla professionalità del personale, elemento che purtroppo a Napoli è spesso trascurato...

Crediamo che il personale sia il punto di forza di una boutique. È

l'elemento di comunicazione del marketing, del comfort dell'ambiente e di guida nell'acquisto

Ciò che caratterizza Pinko è anche il notevole investimento pubblicitario che da sempre l'azienda sostiene. Molti imprenditori invece pensano che in periodo di crisi si debba iniziare a risparmiare proprio sulla pubblicità. Qual è la filosofia di Pinko in merito?

Pinko ha immaginato la crisi come una strada in salita e ha deciso di affrontarla con decisione investendo in pubblicità, sulla qualità del prodotto e sul personale

Pubblicità fatta attraverso importanti testimonial, da Naomi Campbell a Eva Erzigova: qual è quello che più ha soddisfatto le vostre aspettative?





HOGAN

HOGANWORLD.COM

PAOLO FIORILLO - PIAZZA DEI MARTIRI, 31/32 - NAPOLI - TEL. 081 2400023



Sicuramente Naomi Campbell. Ha rappresentato e rappresenta la miglior immagine per un prodotto femminile e sensuale

Lo stile Pinko è molto giovanile, la scorsa collezione ha proposto gilet borchianti e pantacollant laminati: l'intento è quello di restringere la clientela ad una precisa fascia d'età?

No. La proposta non è ristretta a fasce di età ma per aggregazione di interessi e comportamenti. Chi va a ballare piuttosto che a cena, veste in modo adeguato all'occasione indipendentemente dall'età

Oggi vige il principio "magro è bello". Pinko come la pensa?

Lo stile Pinko è selettivo. La scelta è motivata dal fatto che certi concetti sono applicabili solo su certe taglie

C'è il progetto di estendervi anche all'uomo dopo aver trattato anche la linea baby?

No

Pinko è presente non solo a Via Dei Mille, ma anche all'interno della famosa "Reggia Designer outlet" di Marciase. Credete che il progetto dell'outlet possa essere favorevole e perché?

L'outlet è un progetto compatibile con il negozio regolare solo se trattato con grande serietà. La serietà consiste nel mettere nell'outlet solo prodotti già transitati nei negozi nelle stagioni precedenti e che già hanno subito sconti dal 30 al 50% nel periodo dei saldi. È evidente che questo prodotto può destare interesse solo nel pubblico che non frequenta regolarmente le boutique

È anche un modo per fronteggiare la crisi?

Lo smaltimento delle rimanenze delle boutique è un modo per dare maggior servizio alla clientela wholesales. Disponendo di un canale di smaltimento si può dare ai clienti un servizio migliore con un prodotto maggiore e più variegato. Si può osare di più

Lo stile Pinko in un solo aggettivo. I'M?

Positive. ■



Shift means it. Diesel.com

**SMART
LISTENS TO
THE HEAD.
STUPID
LISTENS TO
THE HEART.**

BE STUPID

DIESEL

COMFORTABLE STUPID

Il menswear protagonista delle passerelle milanesi



Dal 16 al 19 gennaio, la protagonista indiscussa del capoluogo lombardo è stata la fashion week della moda maschile 2010/2011, che ha attirato circa diecimila operatori del settore e un migliaio di rappresentanti dei media nazionali e internazionali. Quattro giorni scanditi da un calendario di 40 sfilate, 50 presentazioni, 85 collezioni uomo autunno/inverno 2010/2011: un'occasione importante per contribuire alla ripresa della moda uomo, che purtroppo ha registrato un considerevole calo nell'ultimo anno scendendo al di sotto dei nove miliardi di euro.

Ad aprire le danze il 16 gennaio, Carlo Pignatelli outside seguito da Ermenegildo Zegna, C.P. Company, Costume National Homme, Jil Sander, Emporio Armani, Burberry Prorsum e Les Hommes. Domenica 17 è stata la volta, tra i tanti, di Gianfranco Ferré, Roberto Cavalli, Salvatore Ferragamo, Prada. Lunedì 18, tra i più importanti hanno sfilato Dirk Bikkembergs, Gucci, John Richmond, Etro, Canali, Versace e Alexander McQueen, mentre il sipario sulla kermesse è calato dopo le sfilate di Dsquared2, Giorgio Armani, Ermanno Scervino, Iceberg.

Tra le new entry, anzi, è il caso di dire tra i rientri, Haute e Mila Shon; tra le news, invece, il menswear firmato Galliano, Gazzarrini e Daniele Alessandrini. Tra le novità, però, anche qualcuna negativa: per contenere i costi, infatti, alcune griffe storiche hanno rinunciato alle sfilate, come Missoni e Moschino che hanno optato per una presentazione statica. Insomma, gli happening in pompa magna sono stati davvero pochi e la parola d'ordine è stata "sobrietà".

Venendo a una rassegna delle proposte delle griffe più importanti, lo stilista **Ermanno Scervino** ha aperto la sua sfilata sulle note di "Be Italian", che ha fatto da sottofondo a una collezione creativa e portabile, che attinge ai classici ma li rivoluziona con interventi e lavorazioni che li rendono estremamente moderni. Tessuti inglesi, drapperia - micro pied de poule, principe di galles, grisaglia, occhio di pernice - resi contemporanei da trattamenti all'aerografo e abbinati ad elementi militari. Stampe camouflage e check in sovrapposi-



Ferrè



Scervino

zione per piumini con inserti di montone o pelliccia abbinati a pantaloni sartoriali. Cappotti-piumino imbottiti con bava dell'imperatore, la preziosa ovatta di seta dell'antica Cina, caldi ma leggeri come trench. Cappotti e giacche di lana double d'ispirazione militare dove i bottoni diventano dettagli importanti grazie a trattamenti vintage che li armonizzano con i tessuti. Giacche di maglia sartoriali con revers di shetland abbinati a pull e maxi cardigan in mohair lavorato a mano. Giacche da sera con revers in raso e velluto abbinate a camicie con dettagli check e cravatte negli stessi tessuti.

Per **Salvatore Ferragamo** a Milano Moda ha sfilato un lusso caldo e sensoriale, nei colori del whisky, nei marroni fondenti, nei neutri impalpabili, nelle lane grosse e pesanti, dalla mano soffice e leggerissima, nell'odore pungente del cuoio, nelle pregiate lavorazioni a "selleria", con cinture in pelle fermate sopra ai cardigan di maglia. L'eleganza di un "uomo a cavallo", ritratto nella fierezza di un ca-



Ferragamo

sual naturalmente ricercato. Velluti in fantasie paisley uniti a pantaloni dal gusto regimental, a righe verticali, giacche di tartan con camicie da smoking e papillon.

Iceberg ha portato in passerella un'anima libera, hippy, folk: la bellezza in ogni sua forma. Ha sfilato, così, un distinto e metropolitano pittore bohemien, attratto dalla cultura balcanica: ricercato, elegante, ricco e decadente, con gioia di vivere, di osare e di sperimentare. Tweed, principe di galles, spina di pesce in piuma d'oca stropicciata, maglie over in cachemire sovrattinte e sporcate: mix e match per un lusso decadente chic.

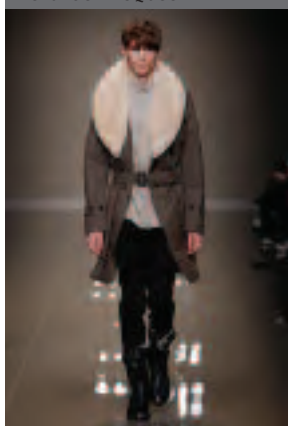
Carlo Pignatelli ha sfilato con una collezione calda, confortevole, forte nella densità dei colori e nel pregio dei tessuti, nella quale è protagonista l'aristocratico russo nella sua vecchia e decadente residenza in campagna. I capospalla in montone e panno schiacciato si fanno ampi, oversized, per affrontare il gelo delle steppe, le spalle



Pignatelli



Alexander McQueen



Burberry



Dsquared2

1° MARZO-APRILE 2010

sono importanti, i dettagli sono rubati dalle divise della Prima Guerra Mondiale.

Passando al fantastico duo **Dolce&Gabbana**, gli stilisti Stefano e Domenico si sono ispirati al film "Baaria" di Giuseppe Tornatore, che ha restituito un affresco della Sicilia del 20mo secolo descrivendo i tempi del Fascismo, della guerra, del Comunismo e della Mafia. Questi elementi sono stati tradotti dai due designer italiani sugli abiti e gli accessori dell'uomo dell'inverno 2011.

L'uomo **Prada** invece indossa camicie azzurre senza cravatta sotto mini-pull pelosetti, con scollini tondi, giacche piccole e strette blu o beige in spesso tessuto stretch con maniche lunghissime, accartocciate sui polsi, pantaloni, sempre a vita alta e mocassini quadrati di cuoio con frangione. Tanti paltò e blazer di fustagno, molti cardigan a punto riso e il mimetico che finisce rielaborato su grandi parka-sartoriali.

Gianfranco Ferrè per il guardaroba del prossimo inverno ha creato capi assolutamente formali ed eleganti portati con stile da uomini di classe.

Donatella Versace ha pensato ad un uomo che veste i capi tradizionali rivisitati però in chiave moderna per una collezione ispirata alla tradizione ma anche al futuro, con qualche piccolo riferimento allo stile dark.

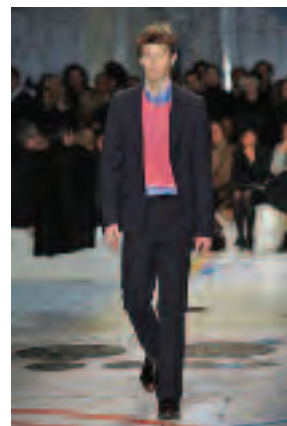
Alexander McQueen ha invece proposto disegni cashmere, fantasie che proliferano con una ripetitività quasi ossessiva, maschere simili a merletti che celano il viso: una collezione che sembra vivere di suggestioni cinematografiche e fumettistiche.

A Milano Moda Uomo ha stupito il marchio **Dsquared**, che ha presentato la sua interessante collezione del duo di designer Dean e Dan Caten, in uno spettacolo davvero unico e particolare, "The Rocky Horror Picture Show", per uno stile rock, aggressivo e violento, come se si trattasse di uno spettacolo di hockey.

Gucci, capitanato da Frida Giannini, Direttore Creativo del brand, ha proposto un guardaroba ricco di capi evergreen, trendy e di moda nella stagione fredda, ma anche nel futuro.

Nella sfilata di **Burberry** ha dominato il capospalla, che è un *must* del prossimo inverno. I pantaloni proposti, sono per lo più stretti, le camicie riprendono il military style e poi c'è qualche tocco vintage come per la mantella in stile militare.

La varietà di proposte e l'atmosfera frizzante hanno fatto pensare ad una seria ripresa del settore moda. Gli oltre mille giornalisti italiani e stranieri presenti a Milano Moda Uomo sono stati tutti concordi sul fatto che il Made in Italy ha saputo risvegliare il mercato, godendo di nuovo dell'attenzione che merita. ■



Prada



Dolce e Gabbana



Gucci



Versace



ALBERTO GUARDIANI

SPORT

BOUTIQUE NAPOLI VIA FILANGIERI, 76/78

MARINA DI CAMEROTA



LA PERLA DEL CILENTO

foto Regione Campania

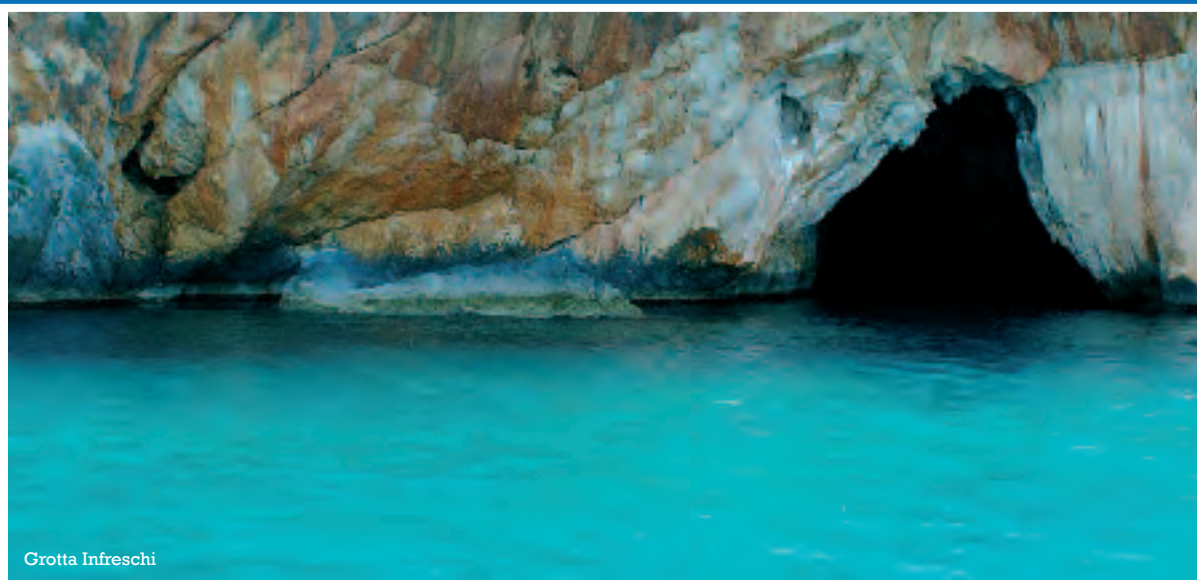
Marina di Camerota, soprannominata “perla del Cilento”, è ricompresa nel Parco Nazionale del Cilento, quindi protetta dall’Unesco come patrimonio mondiale dell’umanità e riserva della biosfera.

Per quanto riguarda le sue origini, nel XVII secolo Marina di Linfreschi non era altro che un gruppo di case, a Capo dell’Infrischì, con pozzo, forno, deposito e taverna, abitate da contadini e pescatori addetti alle fortificazioni della costa.

Poi la popolazione aumentò per l’avvento di marinai della costiera amalfitana e sorrentina che costruirono le loro abitazioni intorno ad una chiesa intitolata a San Domenico di Guzman. Il

17 luglio 1848 Ferdinando II Borbone firmò il decreto col quale stabilì che quest’aggregato di case lungo il litorale di Camerota avrebbe preso il nome di Marina di Camerota.

Dalla storia si passa, poi, al mito: il nome, infatti, viene fatto anche risalire a quello della fanciulla Kamaraton, bella come una dea, ma dal cuore di pietra. La leggenda narra che il nocchiero di Enea, Palinuro, se ne innamorò follemente, arrivando addirittura a inseguire la sua immagine nel fondo del mare. Colpevole di amore non corrisposto, Kamaraton venne trasformata in roccia da Venere, la roccia su cui oggi sorge Camerota, testimone perenne di uno sfortunato amore.



Grotta Infreschi

Oggi è una meta turistica importante, soprattutto per la bellezza delle sue spiagge, tra le quali Calanca, incastonata tra due piccoli promontori rocciosi, dal fondale basso, perfetta per i bambini, Marina delle Barche, di sabbia finissima a 10 minuti a piedi dal centro storico, Lentiscelle di piccoli sassi e ciottoli. Poi c'è Mingardo, una serie di spiagge lunga circa 7 km: tra queste, Cala del Cefalo, Cala d'Arconte e la Spiaggia la Vela, così chiamata per uno scoglio a forma di vela. Si trovano tutte fuori dal centro abitato, lungo la strada che collega Marina di Camerota a Palinuro. Prevalentemente di sabbia finissima, sono rinomate per la profondità dei fondali, ideali per chi ama nuotare.

La più famosa di queste è quella Del Troncone, un

po' più appartata e nascosta tra gli scogli, nella quale viene praticato il naturismo ed è considerata gay-friendly.

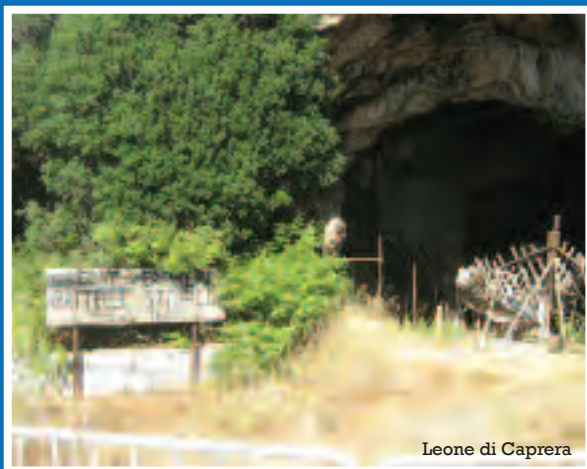
Per via della natura carsica del suolo, Marina di Camerota è nota ai paleontologi per le numerose grotte che caratterizzano il suo territorio, nella maggior parte delle quali, a partire dagli anni '50 del '900, sono stati fatti importanti ritrovamenti archeologici, risalenti principalmente all'età della pietra.

Una delle grotte di Lentiscella è adibita a piccolo museo dov'è esposto il Leone di Caprera, una goletta che nel 1890-1891 attraversò l'Atlantico da Montevideo a Livorno; il nome è un omaggio a Giuseppe Garibaldi, così soprannominato.

Fra i motivi d'interesse, meritano citazione le tre-



Marina di Camerota



Leone di Caprera



Castello di Camerota

torri saracene, “Torre dell’Isola”, “Torre del Poggio” e “Torre Zancale”, risalenti all’epoca borbonica, che costituivano un sistema di vedetta e comunicazione ed erano dislocate in punti strategici opportunamente individuati lungo la costa tirrenica meridionale.

A differenza di altre rinomate località costiere, Marina di Camerota ha mantenuto intatto l’antico borgo marinaro, che la rende caratteristica e unica nel suo genere, con i suoi vicoli che passano sotto suggestive volte ed arcate e le stradine che proseguono con ponti e scalinate.

Proprio in questi vicoli pulsava la vita e l’economia del paese, basata su attività in parte mantenute vive.

Il centro storico è costituito dal fitto susseguirsi di queste stradine, che s’incrociano in piazza San Domenico e proseguono fino al lungomare. Marina di Camerota è anche una meta molto giovanile, durante l’estate, infatti, si affollano le sue discoteche, la più famosa “Il Ciclope”, molto suggestiva perché è situata in una cava naturale di un colore verde rubino, in un contesto unico.

Storia, mare, divertimento e anche la buona cu-

cina. Il piatto tipico è la “Maracucciata”, a base di un particolare legume locale, il “maracuoccio”, coltivato a Lentiscosa di Camerota. È un legume poco più piccolo del pisello, di forma irregolare, che si semina da gennaio a marzo in terreni collinari asciutti e soleggiati e si raccoglie da giugno a luglio.

La “Maracucciata” si può gustare alla “Cantina del Marchese”, uno dei locali storici del posto, caratterizzato da tavoloni e panche in legno. È un ristorante che da sempre lavora in proprio ed in forma artigianale, valorizzando la tradizione culinaria del Cilento ed esaltando i sapori della buona tavola.

Oltre al “maracuoccio”, la casa propone ottimi antipasti per arricchire le pietanze: salumi insaccati seguendo le tradizionali ricette di una volta trasmesse da padre in figlio, formaggi lavorati in proprio ed in forma artigianale dalla Cantina valorizzando la tradizione casearia del Cilento, sottaceti e sott’oli, il tutto condito con l’olio delle colline cilentane e accompagnato dal pane casareccio cotto come da antica tradizione in forni a legna con volte in mattoni refrattari. ■



piazza San Domenico

www.pinko.it
Via dei Mille 1
Napoli

PINKO





di Anna Marchitelli

Ha vinto il Festival di Sanremo 2010 nella categoria "Nuova Generazione", ma il sorriso sincero, l'umiltà, l'onestà di riconoscere anche il talento altrui sono rimasti inalterati. Tony Maiello è nato a Castellammare di Stabia, vicino Napoli e a soli ventun'anni si è imposto sulla scena nazionale grazie al talent show "X-Factor" e all'appoggio di Mara Maionchi, che sin dall'inizio ha creduto nelle sue capacità e ha cercato di operare una costruzione artistica su di lui, così lo ha prodotto e gli ha offerto un contratto con l'etichetta discografica "Non ho l'età".

Ha partecipato al talent show di Rai Due nella prima edizione piazzandosi al quarto posto (era l'anno di Giusy Ferreri arrivata seconda e degli Aram Quartet vincitori), ha studiato intensamente per due anni e nel maggio scorso è uscito l'Ep "Ama Calma".

Tony ha maturato voce, consapevolezza, temperamento ed è arrivato sul palco dell'Ariston con un brano (arrangiato da Fio Zanotti) di cui è autore:

"Il linguaggio della resa". Una bellissima canzone giustamente premiata, che ha messo d'accordo tutti: giornalisti, critici e pubblico, senza lasciar spazio a polemiche o malcontenti come quelli che hanno, invece, accompagnato il vincitore del Festival Valerio Scanu e i secondi classificati, il trio Pupo - Emanuele Filiberto - Luca Canonici.

Tony si distingue anche per i suoi occhi blu, il volto angelico e la sensibilità che traduce nelle sue canzoni, esattamente come in quella che lo ha reso vincitore del Sanremo 2010.

La canzone che ha portato a Sanremo parla del silenzio che segue la fine di un amore e della difficoltà nel ricominciare. Sulla scia di quale emozione ha scritto questo testo?

Le emozioni dei miei vent'anni. Parla del silenzio che segue ogni delusione, quel momento di introspezione necessario per poi raggiungere la felicità. Il silenzio è molto importante per me perché presuppone l'ascolto

"Nuova Generazione Sanremo 2010": trionfa il napoletano Tony Maiello

Com'è nata la decisione di partecipare a Sanremo?

Così, per caso. Ho scritto questo testo, a Mara è piaciuto e abbiamo deciso di proporlo a Sanremo

Si sentiva già pronto per un'esperienza così importante o era titubante?

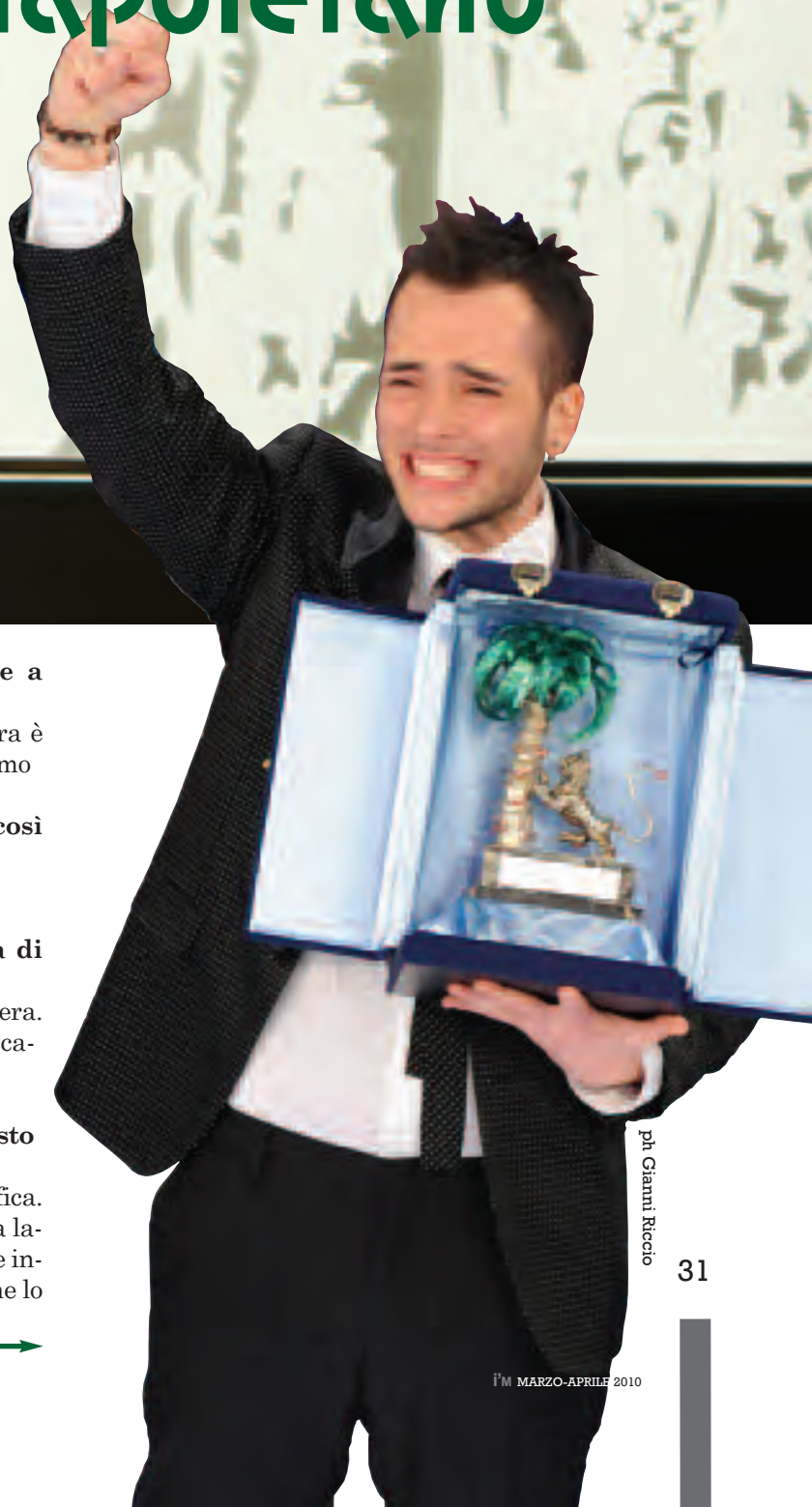
Non proprio titubante, direi speranzoso

Cosa si aspetta dopo il clamore e l'aria di festa sanremese?

Diciamo che ora inizia tutto, anche la fatica vera. Dobbiamo promuovere il disco, sfruttare l'occasione del momento, lavorare...

Dal suo entusiasmo sembra che tutto questo non la spaventi

No, lavorare non mi spaventa, anzi, mi gratifica. E lo faccio perché è la passione che mi spinge a lavorare ore e ore su un testo, ad andare avanti e indietro tra appuntamenti e impegni, nessuno me lo impone



ph Gianni Riccio



Ha ricevuto solo plausi o anche critiche?

Certamente qualche critica c'è stata. Hanno spesso sottolineato che vengo fuori da "X-Factor" e che magari è stata la partecipazione al talent show che mi ha portato fin qui. E invece no. Perché appena uscito da "X-Factor" non ho fatto nulla, ho solo lavorato per due anni. Il numero dei miei fan nella pagina di Facebook s'è addirittura raddoppiato con la partecipazione a Sanremo e questo testimonia che prima non ero poi così conosciuto

Una giornalista le ha chiesto se fosse di serie "B" rispetto a Noemi e Marco Mengoni che hanno partecipato nella sezione "Artisti", pur provenendo dallo stesso talent-show. Lei ha risposto che era giusto fosse così

Credo davvero che sia stato giusto che Noemi e Marco abbiano partecipato tra i "Big". Ho avuto un percorso diverso e più lento, è uscito un Ep che non s'è imposto molto sul mercato e ora sono contento di aver vinto

Sembra che l'umiltà sia una dote che non le manca

Io cerco sempre di essere umile, in fondo lavoro come tanti, perché dovrei sentirmi superiore?

Com'è lavorare con Mara Maionchi e lo staff di "Non ho l'età"?

È fantastico. Loro sono incredibili, mi sostengono sempre. C'è una forte coalizione, si respira una bel-







l'atmosfera. Mara mi sostiene in maniera costruttiva e la ringrazio perché è per merito suo che sono cresciuto come cantautore

Cos'è che la tiene con i piedi per terra?

Il lavoro. Io lavoro duramente, faccio questo mestiere per passione, ma anche con professionalità e dedizione

Pensa che il fatto di essere anche un bel ragazzo la faciliti?

Certamente la bellezza ha il suo ruolo, aiuta. Ma mi arrabbio quando mi dicono che sono bello, punto. Preferisco di gran lunga che di me si dica che sono bravo

Cosa le ha lasciato il Festival di Sanremo?

La magia del palco, succedono cose incredibili in quel teatro

È uscito il tuo nuovo cd che prende il titolo dal brano sanremese...

Sì, è uscito il 19 febbraio. Cinque brani sono tratti da "Ama Calma" mentre altri cinque, di cui uno in inglese, sono inediti

In quale aspetto del suo carattere si sente napoletano?

Nel ritmo, nell'allegria e nella schiettezza

FM?

Testardo, ambizioso, rompiscatole. ■

S I S L E Y





Harmont & Blaine

www.harmontblaine.it





Cristina Chiabotto



La mia altezza? *Un vantaggio:* *a scuola mi mettevano* *sempre all'ultimo banco*

di Anna Marchitelli

Tutto è cominciato sul palcoscenico di Miss Italia 2004. Era la più bella, la più alta, la più giovane. Aveva solo 18 anni Cristina Chiabotto quando ha ereditato scettro e corona dello storico titolo che ha consacrato le donne più famose della tv italiana. Fin da subito ha dimostrato di averlo meritato, affrontando con grande professionalità la conduzione di programmi impegnativi come "Le Iene", "Scherzi a parte", "Contro campo", "Real TV", "Festivalbar". Un curriculum invidiabile, talmente corposo da sembrare quello di una donna di spettacolo navigata, invece Cristina Chiabotto ha appena 23 anni.

Lontana dai cliché, l'ex Miss Italia, cresciuta nella scuola delle suore, non è mai caduta nella rete del calciatore, ma in quella dell'attore sì: è fidanzata, infatti, da 4 anni con il bellissimo attore napoletano Fabio Fulco, nel quale ha ritrovato la sua mezza mela.

È al cellulare, chiacchiera con me come con un'amica qualunque e intanto fa la spesa, parcheggia la macchina, sale a casa e la posa. Tutto stando al telefono. Risponde alle mie domande con sincera spontaneità, senza remore, senza filtri, concedendosi per una lunga ora e mezza.

Dopo tante interviste, mi sorprende davvero che una piccola - d'età intendo - diva come lei sia così semplice e disponibile e la prima cosa che mi incuriosisce è parlare proprio della precocità del suo successo.

Ha appena 23 anni e già una lunga

carriera televisiva alle spalle. Cosa le ha tolto e cosa le ha dato l'essere stata catapultata a 18 anni nel mondo dello spettacolo?

Mi ha dato grandi vantaggi, mi ha regalato un sogno che vivo ogni giorno. Mi sento molto fortunata. Quello che mi ha tolto la popolarità è che rispetto alle mie coetanee non posso godermi le cose più normali, come una semplice festa in un locale

In cosa si sente diversa da una comune ventitreenne?

Sono una ragazza che insegue i suoi sogni come tante. Quello in cui mi sento diversa è inevitabilmente lo stile di vita: fin da quando avevo 18 anni ho iniziato a viaggiare, prendo molti aerei a settimana. Poi, inutile negarlo, quello che mi differenzia dalle mie coetanee è l'aspetto economico: il fatto di avere iniziato a guadagnare presto mi ha garantito un'autonomia sproporzionata rispetto alla mia età

Miss Italia le ha cambiato la vita anche perché si è dovuta distaccare dalla sua famiglia che abita a Borgaro, in provincia di Torino, per andare a vivere da sola. È stato traumatico?

Diciamo che non ho avuto il tempo di rendermene conto perché è avvenuto tutto all'improvviso, ma non ne ho sofferto: vivere da sola mi è piaciuto fin dall'inizio. Oggi non potrei più tornare alla mia vecchia condizione anche se ci stavo bene. Quando torno a Borgaro mi sento a casa, ma mi piace essere indipendente e avere le mie responsabilità



*Credo che ogni forma di dipendenza sia sbagliata, anche nella coppia.
L'amore deve essere libero, non nel senso di libertino, ma di libertà interiore,
libertà nelle scelte. È bello che ognuno faccia il proprio percorso, poi incontrarsi
a metà strada e completare la famosa mezza mela*

Quindi per natura non è una “mammona”?

Ho un legame molto forte con la mia famiglia, ma per carattere sono una persona indipendente

L'esordio a Miss Italia a soli 18 anni, poi di lì a poco si è trovata conduttrice. Ha mai avuto paura di non essere all'altezza?

All'inizio sicuramente avevo le mie paure, anche perché non mi aspettavo che la mia vita prendesse quella piega. Io volevo fare tutt'altro, la psicologa esattamente, perché per indole mi piace molto ascoltare le persone

E invece?

E invece un giorno mi sono svegliata che sentivo il bisogno di un cambiamento, così, per gioco, mi sono iscritta a Miss Italia

E ha vinto. Poi subito la conduzione di programmi importanti come “Le Iene”, “Scherzi a Parte”, “Controcampo”, “Real Tv”: tutte eredità molto impegnative. Come le ha affrontate?

Io dico sempre che è questo lavoro che ha scelto me, non io questo lavoro. È stato il destino. Fin dal primo momento davanti alle telecamere mi sono sentita a mio agio

Ha fatto cenno al destino. Ci crede?

Sì, fermamente. Credo che ognuno di noi abbia un disegno che poi influenza con le proprie scelte, ma prima o poi si attua

Ha incontrato Fabio Fulco durante la partecipazione alla seconda edizione di “Ballando con le stelle”. Anche lì c'è stato lo zampino del destino?

Sicuramente sì. “Ballando con le stelle” ha segnato un inizio importante sia nella mia vita privata, perché appunto mi ha fatto conoscere Fabio, sia in

quella lavorativa, perché è lì che mi ha notato il capo degli autori della trasmissione “Le Iene”. Era il sei gennaio, avevo da poco vinto a “Ballando con le stelle” e mi ha telefonato proponendomi di condurre il programma

Non solo conduzione, ma anche spot. Quella della “Rocchetta” con Del Piero l'ha resa molto popolare e il “plin plin” è diventato un tormentone. La infastidisce o la diverte?

Mi diverte, mi diverte... Al ristorante la prima cosa che dice il cameriere quando si avvicina al tavolo è “Signorina mi dispiace, non abbiamo acqua Rocchetta” e io gli rispondo: “Non si preoccupi, va bene anche quella del rubinetto!”

Nella pubblicità recita con delle suore. Quella della suora è una figura che torna nella sua vita visto che lei ha sempre fatto una scuola religiosa. Ha inciso l'educazione religiosa sul suo modo di essere?

Sì, è vero, le suore sono tornate nella mia vita!

(ride ndr). Dai sei anni fino al secondo anno di liceo sono stata alla scuola privata Maria Ausiliatrice, una seconda famiglia per me che mi ha dato basi molto forti. È stato fondamentale avere un indirizzo religioso che mi garantisse l'apprendimento dei valori importanti

Valori che non ha ritrovato nel mondo dello spettacolo immagino...

Nell'ambiente della televisione alcune cose mi appartengono, altre no. Purtroppo spesso mi è capitato di essere considerata “anormale” per comportamenti che dovrebbero essere alla base della vita di ognuno di noi. L'importante, comunque, è saper discernere e io fin dall'inizio ho percepito le insidie e le ho tenute lontane



Allora si può non cadere nella rete?

Assolutamente sì. Dipende dal messaggio che trasmetti all'esterno: se fai capire che sei una persona non disposta ai compromessi, vanno a bussare altrove

Lei che è una ragazza molto integra, che ha sempre lavorato solo per meriti: è stata mai scalzata da una raccomandata?

Purtroppo sì, ci sono state delle occasioni in cui sono stata tagliata fuori all'ultimo momento

E si è scoraggiata?

All'inizio ti viene tanta rabbia, poi passa e ti senti più forte di prima. Io ho una risorsa, che è quella di guardare sempre avanti. Poi ho un motto in cui credo fermamente: nel bene e nel male, tutto torna

Lei ha fatto un calendario nel 2005. L'ha imbarazzata posare davanti all'obiettivo poco vestita?

Innanzitutto ci tengo a precisare che il mio non era il solito calendario...

Intende quello in cui le soubrette si fanno immortalare in pose improbabili, che quando le vedi pensi "Cavolo, chissà come avrà fatto?"

(Ride ndr) Esatto! Non è stato uno di quelli lì. Era il calendario di Miss Italia, non ci sono foto di nudo. Comunque anche in quel caso mi sono sentita a mio agio. Posare davanti ad un obiettivo per me è come stare davanti alla telecamera. Ho sempre posato per tanti marchi e non mi ha mai creato imbarazzo. Sono sponsorizzata dalla testa ai piedi!

Anche in "Real Tv" è apparsa molto seducente. Quale tipologia è più vicina alla vera Cristina: l'ironica conduttrice de "Le iene", o la vamp di "Real TV"?

Io sono una persona camaleontica, mi piace molto cambiare stile. Sicuramente quello che più mi rappresenta è l'aspetto solare ed ironico, ma amo trasformarmi in base al tipo di programma che conduco

E al suo Fabio, quale aspetto piace di più di lei?

Penso di piacere a Fabio nella mia complessità, ma per essere più sicura può chiamare lui e chiederglielo...

Tornando ai cambiamenti, è passata da una chioma biondo platino ad una castano cioccolata. Come mai?

Come dicevo prima, mi piace cambiare look e farlo





Cristina Chiabotto eletta Miss Italia nel 2004



a 23 anni mi sembra più che lecito

Il cambio del colore o del taglio dei capelli per una donna corrisponde spesso ad un cambiamento interiore. È vero?

Corrisponde a una crescita forse, non ad un cambiamento

Si dice che le bionde siano svampite, le more più introspettive. Lei di natura è una bionda o una mora?

Diciamo che sono l'equilibrio tra le due

A Fabio piace più bionda o mora?

Lui è più per le more in generale. Questo mio nuovo look gli piace molto, ha apprezzato il cambiamento

Sempre a proposito di cambiamenti, ha ritoccato il seno e non lo nega. Consiglia la chirurgia plastica? E se sì, in quali casi?

Io la consiglio per migliorarsi e non per cambiarsi. Diventa negativa quando è esasperata

Cosa non le piace del suo corpo?

I piedi. Sono troppo lunghi e magri, porto il 42 e ho difficoltà a trovare le scarpe

Un numero di piedi proporzionato al suo metro e ottantaquattro centimetri. Com'è il mondo da lì su?

È bello! Diciamo che per me l'altezza è stata un vantaggio: a scuola, infatti, poiché ero sempre la più alta, mi piazzavano ai banchi di dietro

Che genitori sono stati i suoi?

Io ho avuto una mamma molto moderna, aperta. È Beneventana, di Paduli, calorosa, sanguigna. Farebbe sempre festa anche quando non ce ne è motivo. Papà, invece, è Piemontese, quindi più inquadrato, più posato. Dall'unione di questi due estremi è venuto fuori un grande equilibrio e io e mia sorella ne siamo il frutto (Cristina ha una sorella di 16 anni ndr)

Lei si sente più "terrona" o "polentona"?

Sono tutti e due. Di campano ho la solarità, l'estroversione, di piemontese l'autocontrollo

Qual è il valore più importante che le hanno trasmesso i suoi genitori?

La lealtà, l'onestà, l'integrità morale, il saper di-



ph. Simon



Ernesto Esposito

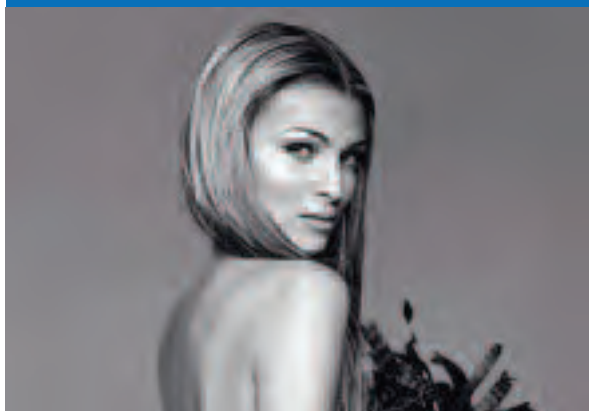
www.ernestoespositoshoes.com



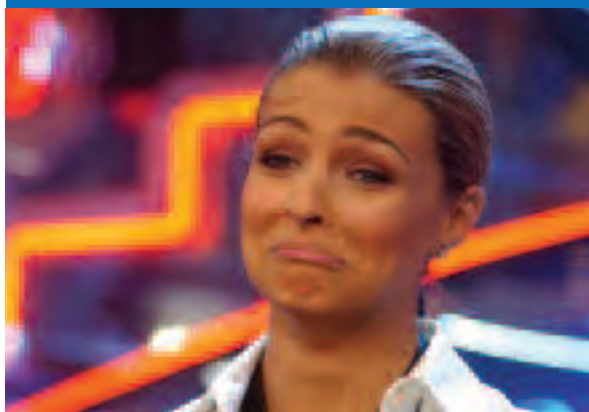
Cristina Chiabotto con il fidanzato Fabio Fulco



Cristina Chiabotto a "Controcampo"



Cristina Chiabotto a "Real Tv"



Cristina Chiabotto a "Le Iene"

stinguere in modo netto tra il bene e il male. Si può sbagliare nella vita, ma quello che è sbagliato è sbagliato. Non è tutto relativo

Il denaro per lei è un valore?

Non essenziale. Deve servire a vivere, non di più. È un mezzo, non un fine

Lei ne ha guadagnato tanto molto presto. Come ha gestito tanti soldi in età così giovane?

All'inizio l'impatto è stato forte, ma avendo una famiglia alle spalle è stato anche semplice. Poi mamma ha sempre lavorato nella finanza, quindi mi ha aiutata lei

Indipendente economicamente e anche dagli affetti come ha dichiarato. Lo è anche da Fabio?

Credo che ogni forma di dipendenza sia sbagliata, anche nella coppia. L'amore deve essere libero, non nel senso di libertino, ma di libertà interiore, libertà nelle scelte. È bello che ognuno faccia il proprio percorso, poi incontrarsi a metà strada e completare la famosa mezza mela

Quando non può fare proprio a meno di lui?

Non è una questione di quando, ma di come. Per me non ha importanza la quantità dei momenti che si condividono, ma la qualità, l'intensità. Il mio non è un bisogno egoistico del partner

Non è neanche gelosa?

Un pizzico sì, ma quel giusto pizzico che alimenta il rapporto, non che lo danneggi

Qual è il modo per far sì che un legame duri nel tempo?

Non credo esistano manuali. Quando il rapporto ha delle fondamenta solide, ci vuole una grande volontà per mandarlo avanti e come dicevo, libertà reciproca

Come si vede tra vent'anni?

Spero realizzata, non solo nel lavoro, ma come donna, in una famiglia tutta mia

Pensa di voler rimanere a lungo in tv?

Spero di riconoscere il momento in cui sarà il caso di ritirarmi. Penso che nella vita bisogna saper dire basta e credo che sia fondamentale andarsene da vincenti

FM?

Camaleontica, indipendente, equilibrata. ■

ISAIA
NAPOLI

Via Verri 8, Milano



77^a edizione del Pitti Firenze attira il mercato mondiale della moda e detta tendenze

di Gaia Scognamiglio

L'edizione numero 77 di Pitti Uomo, tenutasi come sempre a Firenze, dal 12 al 15 gennaio 2010, si è conclusa alla Fortezza da Basso con un importante incremento nel numero delle presenze: 23.300 compratori e oltre 30.000 visitatori. La fiera fiorentina più famosa al mondo, si è detta soddisfatta soprattutto per il ritorno dei buyer americani. "La moda internazionale è ripartita da Pitti Uomo - ha spiegato Raffaello Napoleone, AD del Pitti - i compratori sono aumentati e dai 22.700 dello scorso gennaio sono saliti a circa 23.300 (un aumento di oltre il 3%) di cui oltre 7mila dall'estero". Tra le novità di quest'anno, il nuovo layout del padiglione centrale della Fortezza,

ridisegnato dalla designer Patricia Urquiola, architetto e designer dei più richiesti e rivoluzionari del momento. Poi una serie di progetti speciali, lanci e anteprime che hanno caratterizzato questa 77^a edizione: da segnalare lo speciale allestimento con il quale Everlast ha festeggiato

100 anni del marchio, ideato dall'architetto Elio Di Franco, il debutto di un marchio cult del jeanswear contemporaneo, l'olandese Denham, l'esordio internazionale di Fornarina Sportglam, la nuova linea fitness-chic di Fornarina e la presentazione worldwide della collezione di un prestigioso marchio heritage scozzese come Barbour.

È stata anche la quinta edizione di Pitti W Woman Precollection,



Peuterey



che ha visto come special guest Giles Deacon, il talentuoso designer inglese le cui creazioni sono indossate da celebrities come Kate Moss, Drew Barrymore, Kylie Minogue. Deacon ha presentato una collezione per workingwoman: nell'edificio settecentesco, un setting quasi onirico ispirato all'arte di Julian Schnabel, dove ieratiche modelle dalla pelle di porcellana hanno indossato gli abiti sedute come manichini su altissime montagne di piatti e tazze accatastate sulle note di una musica electro. La signora disegnata da Deacon ha reso omaggio al mondo del lavoro, vestita di tutto punto con abiti dal piglio couture: raffigurazioni di graffette da ufficio, bulloni e fermagli stampati su capi di seta o applicati come accessori, oltre che trasformati in grandi copricapo dal richiamo scenografico.

Passando all'uomo invece, la sfilata più bella è stata senza dubbio quella di **Corneliani**, salito su una passerella nella stazione Leopolda, con una collezione per "uomini veri", vestiti con abiti eleganti, pantaloni più larghi sul fondo e giacche doppiopetto strizzate come le portavano i grandi attori degli anni Cinquanta.

Tra gli marchi italiani più importanti, **Peuterey**,

Blauer



tografico.

Passando alla scarpa, **Alberto Guardiani Sport** ha proposto una rivisitazione inedita di uno dei

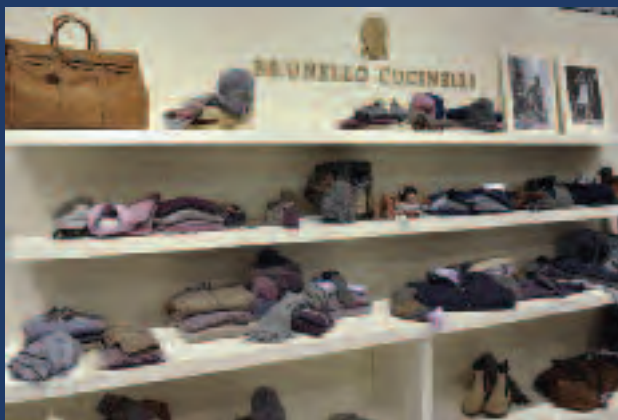


Alberto Guardiani

sua, malva, rosa antico e champagne per la donna. Non solo abiti e scarpe, ma c'è chi si è sbizzarrito anche con gli accessori. Dopo il grande successo

che al Pitti ha proposto l'innovativa "Capsula collection", un contenitore di sperimentazione con all'interno i segni distintivi del marchio. Un vero e proprio total look dove il grigio si impone come nuova cromia dominante. Ma nella gamma delle nuances, anche acciaio, perla e tocchi di antracite, tutti rigorosamente melange, per un immaginario sobrio, pulito, decisamente minimal, dove l'unico tocco di colore concesso è quello di un rosso vivo, per un effetto quasi cinema-

dello scorso anno, **Blauer** ha presentato al Pitti la nuovissima collezione di caschi "Blauer Helmets 2010", con una ricca gamma di modelli e di combinazioni cromatiche, leggerissimi (poco più di un chilo) e con gli interni completamente estraibili e lavabili. Tra questi spicca il "Cityfly", un



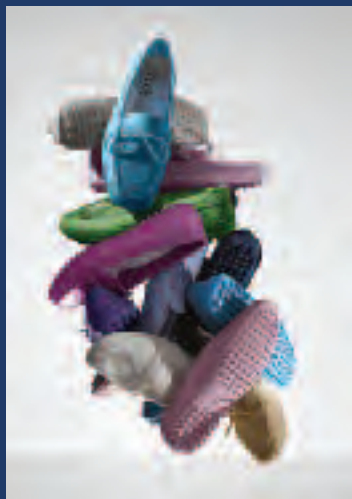
casco luminescente realizzato in esclusiva mondiale con una speciale verniciatura che assorbe l'energia luminosa del sole o di una fonte artificiale e la rilascia progressivamente al calar della sera o in ambienti bui. Un vero e proprio accessorio di moda, ma anche più sicuro: bastano, infatti, solo 5 minuti di esposizione alla luce solare o artificiale, perché si attivi la sua esclusiva verniciatura, la cui luminosità può durare fino a 90 minuti in condizioni di scarsa luminosità.

Tornando ad un classico, **Marina Yachting 1972** ha proposto una collezione rigorosamente blu, senza nessuna concessione al colore. Trame compatte, ispirazione militare, tessuti invecchiati, infeltriti, usurati e lavorazioni artigianali per lupi di mare senza tempo. Patch, stampe e ricami tono su tono, per enfatizzare il carattere antico e la quintessenza dello spirito marinaro. Giacconi "vissuti" che sembrano d'altri tempi: il Pickot in fustagno anticato con 8 bottoni, il blazer del capitano, doppiopetto in lana e cotone invecchiati. La maglieria tricot, arricchita da fibbie e corde, il maglione del pescatore col cappuccio in maglia. Nei pan-

fonti di ispirazione e la vicinanza alla "Cracking Art", per la scelta della plastica, sono alla base dell'idea di Shudy. "Ready-Made" come "detto, fatto", nel senso che un oggetto comune diviene arte in maniera istantanea, la plastica invece è il materiale privilegiato dal "Cracking Art Group" per le sue provocatorie installazioni collocate in luoghi storici o di passaggio. Da questo connubio di idee e materiali è nata la scarpa che stupisce, quella proposta da Shudy per il prossimo autunno-inverno.

Ma alla fine, tra le innumerevoli tendenze, come vestirà l'uomo il prossimo autunno/inverno 2010/2011? Sarà elegante nei suoi completi sartoriali solo quando lo imporrà la situazione, per tutti i giorni, invece, abbandonerà la divisa in favore di un look casual ma ricercato. Un uomo trasformista, che passerà con nonchalance dal maglione di cashemere al doppiopetto rigorosamente grigio, dal giubbotto in materiale tecnico alla giacca tartan stile british, dal look militare a quello sportivo.

Potrà scegliere il look più adatto alla sua personalità: classica, sportiva, casual, eco-friendly o tech. C'è n'è per tutti i gusti e tutte le occasioni. ■



Shudy Camp



Marina Yachting



Allegri





In vetrina 34 marchi campanani

Tra i tanti marchi, ad attirare i buyer sono stati soprattutto la schiera degli stilisti campani, che è stata molto ricca: ben 34 marchi per 28 aziende (alcuni si sono presentati con più di una linea). Tra gli ambasciatori del made in Campania, colossi del calibro di Harmont & Blaine, Kiton, Isaia, Campanile, Betwain, Cilento, Barba, Borrelli e Ferragamo. Domenico Minniti di **Harmont & Blaine** quest'anno ha fatto il bis e oltre alla sua linea principale, ha portato a Fortezza da Basso "Blaine", il marchio dedicato alla generazione compresa tra i 18 e i 25 anni abituata ad una "privileged life". Il nuovo marchio incarna la parte più giovane e innovativa dell'universo del basso: medesimo il DNA, diverso il target - più giovane - e quindi la distribuzione.

Tra i classici si è distinto **Kiton**, sinonimo da sempre di raffinatezza, che si è affacciato al prossimo inverno con un total look creato per offrire il massimo del comfort. La sua novità assoluta è "Cipa", una selezione di capi che trae ispirazione dall'archivio storico dell'azienda fondata da Ciro Paone nel 1970, da cui prende il nome, in tessuti pesanti come si facevano allora, ma anche in un tessuto extra lusso, la lana più leggera al mondo (220 gr al metro), con cui confezionare un vestito da 30 mila euro. Linee asciutte

ed essenziali nel capospalla, con rever più alti e spalla stretta e più dritta, per una vestibilità impeccabile ma confortevole al tempo stesso. I pantaloni hanno fibbie regolabili ai lati, bottoni per bretelle e bottoni al fintone. La giacca, che è per Kiton massima espressione di savoir faire sartoriale, per la prossima stagione è in tessuti e filati particolari, leggerissimi double di cashmere e vicuña, puro cashmere e in jersey appositamente tessuto nei maglifici dell'azienda. Tra i protagonisti del colore, il grigio e il blu, le tinte naturali che sfumano nel marrone e il verde, in tinte unite o fantasie esclusive. Per quanto riguarda la maglieria, gli inserti di tessuto nei pullover e cardigan accompagnano la figura come una seconda pelle. In questo filone si inseriscono i giacconi, anche essi realizzati con interni di tessuto; i jeans e i pantaloni in canvas che riprendono i colori guida della stagione. Anche la collezione di scarpe mostra un volto più sportivo, stringate con le suole leggermente marcate che si affiancano ai modelli più classici e ai mocassini.

Le camicie come sempre soddisfano la fantasia dei clienti più esigenti, con una varietà di colli infinita e in tessuti realizzati con cottoni da 140 a 200. Sono la base ideale su cui annodare la cravatta Kiton, scelta tra le numerose



Harmont & Blaine



fantasie in lana e seta, in puro cashmere oppure seta, per finire con la famosa "settepieghe" in cashmere e seta, realizzata con brevetto esclusivo nel maglificio di casa. A proposito di camicie, debutta per la prossima stagione anche una collezione di gemelli da polso di alta gioielleria: oro e pietre preziose, legno e altri materiali per una linea di design essenziale e moderna.

Isaia, altro grande sarto napoletano, ha fatto rivivere al Pitti la Cortina mondana immortalata dai paparazzi, che è diventata set ideale della sua nuova collezione Autunno Inverno 2010/11. L'uomo veste Contemporary Tradition con un gusto versatile e trasversale: sportivo ed elegante, comodo e charmante. Abiti, giacche e cappotti di nuova generazione, completamente rivisitati in vestibilità e forme: i fit sono asciutti, le lunghezze più corte sempre nel rispetto rigoroso dei dettagli dell'alta sartoria napoletana come le impunture ancora più evidenti. Le maglie in cashmere diventano reversibili con giochi di righe e intarsi, i cardigan e i pull, a trecce e fantasie nordiche, sono quasi impalpabili. Gli accostamenti sono decisi: i grigi e gli alabastrini sono abbinati alle calde tonalità del cammello, il blu al tipico arancio (baffo inglese) molto in voga negli anni Cinquanta e il marrone al Verde Loden. Ancora più ampia e ricca di novità la collezione dei tessuti: l'aqua donegal, leggero e idrorepellente; il nuovo 3-D Comfort, un tessuto tridimensionale ed elasticizzato ottenuto con un filato bouclé; il Delain Selection

Super 140's ottenuto da una particolare selezione di lane merinos morbidissime e leggere. Nella gamma dei tessuti top selection, Sciammèria, oltre al noto Double aquacashmere, il poliedrico Weightless 180's: una versione lussuosa della flannela cardata ottenuta con l'impiego di lane finissime, rese impalpabili da particolari tecniche di finissaggio. Per la camiceria il 'Top 300/2' - 300/2': il tessuto più fine

mai realizzato al mondo, ricavato da una selezione del cotone Giza45 coltivato a Est del delta del Nilo.

Ampliata anche l'offerta per l'outwear: per i look più sportivi Isaia ha scelto piumini corti in pelle di cervo e in new aquacashmere, parka molto puliti nella forma e nel taglio nell'inedito tessuto aquarain (resistente al vento e alla pioggia) o in pelle nabuk con colli in visone e imbottiture ultra light, fino agli spolverini tecnici con interni staccabili in lana melange.

Nella lista dei made in Naples c'è anche il Sig. **Borrelli**, che ha tratto l'ispirazione per la collezione autunno-inverno 2010/11 dai suggestivi colori di Napoli: i marroni della sua terra fertile, i

grigi della lava soffocata del Vesuvio, le gamme cangianti degli azzurri e dei blu del suo mare d'inverno.

Anche per Borrelli le vestibilità si riducono e i capi eleganti diventano meno formali; gli interni delle giacche si svuotano per dare più libertà all'uomo dinamico che si deve muovere con facilità. I tessuti restano preziosi: cotoni pregiati, cashmere e nobili lane, tagliati a mano dai sarti e lavorati a mano dalle ricamatrici, che pazientemente donano a ogni capo Borrelli l'unicità di un'opera d'arte. Tra i simboli dell'eleganza partenopea, l'immanicabile Campanile, che ha scritto la storia della calzatura maschile. Al Pitti



Kiton



Ferragamo



Isaia

ha proposto nuove suole in gomma con intersuola in cuoio che alleggeriscono la scarpa senza alterarne la percezione; un procedimento esclusivo che permette d'integrare questa suola alla costruzione manuale della tomaia, rispettando le regole immutabili dell'ars sutoria, per garantire un prodotto unico e di altissima qualità. I colori per il prossimo inverno sono il blu, il testa di moro, il cuoio naturale, il nero; i modelli: francesine, mocassini, derby, realizzati in materiali pregiati e nei vitelli gold box con impunture fatte a mano.

E per coloro che amano sentirsi sempre a proprio agio, l'esclusivo marchio napoletano **Betwain** ha brevettato un particolare tipo di pantaloni, nato dall'unione di due tessuti:

uno stretch e uno fisso, elegante e sportivo in un solo capo. È la sua collezione "Good-Wood" quella presentata al Pitti, che ha preso il nome dal famoso ippodromo del Regno Unito, per un uomo che veste uno stile casual chic adatto ad ambienti giovanili ma aristocratici. Il *must* della collezione è lo "Stanford", pantaloni interamente stretch con parte laterale fissa, presentato in vari colori e tessuti, tra i quali il "Drill", un cotone diagonale in diversi lavaggi che lo ren-

dono vintage. Oltre allo "Stanford", anche i modelli tipici del brand, come l'"Oxford", il "Bridge" e il "Roll", realizzati in

vari tessuti, dando molto spazio alle righe e ai quadri. Di brevetto internazionale è dotata anche la giacca Betwain, anch'essa realizzata con l'unione di due tessuti.

Tornando all'eleganza del classico, per la maison **Cilento** la novità non è nello stile, che resta sofisticato, ma nel tessuto: è tornato in esclusiva lo

Sportex, un tessuto nato nel 1922 in casa Dormeuil, tanto amato dai gentiluomini.

Nella rassegna dei made in Campania, la ciliegina sulla torta però non è stata ancora menzionata. Il grande **Ferragamo**, in occasione di questo importante appuntamento fashion, ha riproposto una celebre scarpa rivisitata in chiave moderna: stiamo parlando di un mocassino da uomo, l'unico modello di scarpa maschile che Salvatore Ferragamo disegnò in tutta la sua carriera, realizzato in esclusiva per l'artista Andy Warhol.

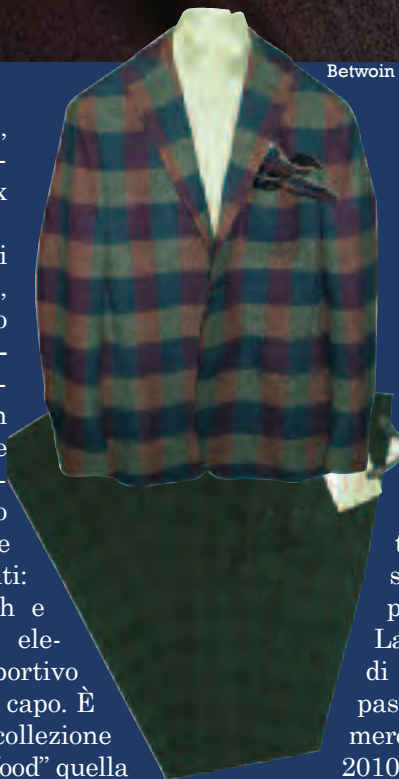
La Campania, insomma, si è rivelata di nuovo vincente e soprattutto al passo con i diktat della moda e del mercato: lo sportwear icona del vestire 2010-2011. Non a caso anche i marchi

storici del classico partenopeo hanno iniziato a investire sull'abbigliamento più informale aggiornando le collezioni con capi e tessuti sport look. ■



Cilento

Betwain



Borrelli



Campanile

ART DIR: PAUL MARCIANO PH: RAPHAEL MAZZUCCO GUESS903016

GUESS

VIA DEI MILLE 31/35 - NAPOLI

i'M MADE IN NAPLES

GABRIELE MORRA



IL PIÙ BELLO D'ITALIA È NAPOLETANO

di **Alessandra Carloni**

Ventiquattro anni, muscoloso, occhi verdi, bocca carnosa: in una parola, irresistibile. È Gabriele Morra, il giovane del Vomero eletto “Più bello d'Italia” tra i 100 concorrenti che hanno partecipato alla ventiseiesima edizione del concorso tenutosi nel prestigioso Teatro del Casinò di Sanremo.

A scegliere Gabriele è stata una giuria d'eccezione, quasi tutta al femminile, costituita da giornaliste

capitanate dal direttore artistico dell'evento, il talent scout Lele Mora.

Ma il bellissimo neoeletto non pare essere il solito “ragazzotto” di Lele, di quelli che ricambiano in massaggi le lunghe permanenze nella sua (ex) Villa in Sardegna, ma un normale – non nell'aspetto – studente della “Napoli bene”.

Gabriele, infatti, originario di Via Cilea, è iscritto alla facoltà di Medicina e prima di rendersi conto





di essere troppo bello per restare inosservato nel mondo dei comuni mortali, aveva il sogno di diventare un medico.

Progetto che giura di non aver accantonato, anzi, tra le sue scadenze imminenti al primo posto c'è proprio la laurea.

Nonostante la gran parte delle femminucce propenda per la realizzazione di Gabriele come medico nella speranza di essere visitate da lui, è evidente che tra il mondo della Medicina e quello del Cinema, nella contesa del "più bello d'Italia", vincerà il secondo!

Gabriele, quale tipo di carriera le si addice di più: quella del medico, o quella in tv?

Beh, a dir la verità preferirei intraprendere la carriera della recitazione. Non m'interessano i reality o le trasmissioni tipo "Uomini e donne", aspiro al cinema

È di quelli che s'improvvisano o pensa di studiare?

Assolutamente di studiare. Voglio terminare l'Università e poi trasferirmi a Roma e dedicarmi alla recitazione

Dica la verità, riuscirà davvero a terminare gli studi?

Sì, sì. Mi mancano 5 esami, nel giro di sei mesi mi laureo

Quanto conta per lei la bellezza?

Inutile essere ipocriti, la bellezza conta tantissimo ➔

LIU·JO
ACCESSORIES

NAPOLI
Via Filangieri, 6/7
Tel 081 426982

oggiogiorno, non è la mia prima arma, ma è un grande vantaggio

È vanitoso?

Sì moltissimo. Vanitoso, narcisista ed egocentrico

In amore seduce o si fa sedurre?

Mi piace sedurre, non capisco quegli uomini che restano impassibili come “belle statue” in attesa che la donna prenda l’iniziativa. Io sono vecchio stampo: corteggio!

Ha mai avuto avances da uomini?

Uff!!! Nell’ambiente della moda, che frequento da 4 anni, mi è capitato spessissimo

Che tipo di avances: vere e proprie proposte indecenti?

Sì. Alcuni, come si dice a Napoli, me lo hanno detto “chiatt chiatt”, altri in modo più discreto

E come le ha fronteggiate?

Me la sono data a gambe!

E da donne?

Anche, e di tutte le età

E qui ha ceduto, invece?

Nemmeno, perché quando è capitato ero fidanzato e io sono molto fedele

Ora è fidanzato?

Sto conoscendo una ragazza

Fa parte dell’ambiente della moda?

Nooo... Io sono molto geloso, non potrei mai fidanzarmi con una donna del mondo della moda o dello spettacolo

Mi racconti il dietro le quinte del concorso a cui ha partecipato. Ci sono state invidie come capita in quelli femminili?

Peggio. C’è grande competizione tra gli uomini, specie di Regioni diverse

Ha avuto modo di conoscere Lele Mora che lo ha incoronato in quell’occasione: che impressione le ha fatto?

Non lo conosco bene, ma mi ha fatto una buona impressione. Non ho riscontrato tutto quello che di negativo si dice sul suo conto

Pensa di affidare a lui il suo prossimo destino televisivo?

Per il momento non ci sono state proposte concrete. Magari andrò a trovarlo a Milano, ma per adesso il mio prossimo progetto è solo la laurea

FM?

Me stesso. ■



A sinistra Gabriele Morra tra Lele Mora e Gianni Molaro. Sopra l’elezione al fianco di Sara Tommasi



BIORIGINAL

BIOriginal è la collezione dedicata ai primi mesi, realizzata al 100% con cotone biologico ottenuto da piante coltivate a basso impatto ambientale. Acquistando i capi di questa collezione, contribuirai inoltre al progetto **piantamola di inquinare** che prevede, entro quest'anno, la piantumazione di 200 alberi in collaborazione con Legambiente.



**ORIGINAL
MARINES**

Chi vive original, veste original!

oltre 600 negozi di abbigliamento
originalmarines.com • numero verde 800 86 60 57

L'Ospedale degl'Incurabili



Rarissima testimonianza
di un'opera
umanitaria e sanitaria



L'ospedale di Santa Maria del Popolo, lasciato di Antonio Magiocca che era uno dei reggenti dell'ospedale, fu fondato nel 1520 ad opera di Maria Lorenza Longo, che spese tutta la sua vita nell'assistenza ai malati, in modo così meritorio, da essere successivamente beatificata. Il nome "Incurabili" trae origine dal fatto che la struttura ospitava per lo più malati affetti da patologie particolarmente gravi che non potevano trovare assistenza altrove. Tra i tesori di inestimabile valore che custodisce, c'è una splendida farmacia del Settecento, alla quale si accede dal cortile dell'ospedale. È l'unica che si è conservata intatta a Napoli, infatti fu interamente ristrutturata tra il 1744 ed il 1750 dall'architetto Bartolomeo Vecchione, grazie ad un



lascito di Antonio Magiocca che era uno dei reggenti dell'ospedale, di cui è conservato all'interno un busto marmoreo realizzato da Matteo Bottigliero.

Una breve scala a doppia rampa conduce a un atrio dal quale si accede ai due ambienti della farmacia, la Sala Laboratorio e la Sala Grande.

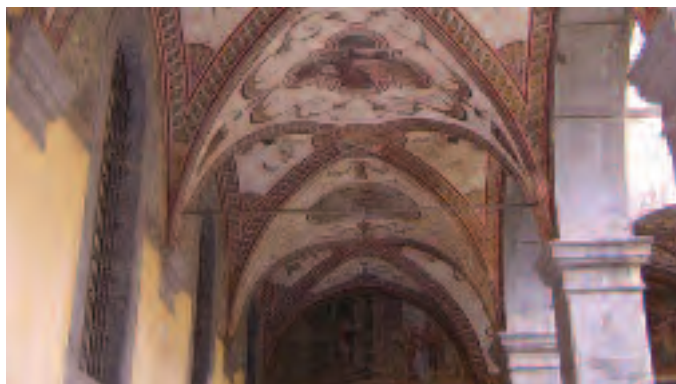
Nella prima stanza, adibita a laboratorio per la preparazione dei medicinali, in uno stiglio in noce del Settecento si conservano alberelli e idrie decorati con scene di paesi e figure. La Sala Grande è interamente rivestita da uno stiglio in noce in cui s'inseriscono tre sfarzosi fondali rococò; il pavimento in cotto e maiolica, eseguito da Giuseppe e Gennaro

Massa, fu ideato in modo tale che le linee del disegno costituissero la continuazione dell'arredo ligneo. Negli stigli sono conservati circa quattrocento vasi in maiolica di Lorenzo Salandra e Donato Massa con scene bibliche, allegorie delle stagioni, del lavoro e delle virtù. Nella volta si ammira una grande tela di Pietro Bardellino raffigurante Macaone che cura Menelao ferito. Particolarmente rilevanti sono anche le tradizioni religiose legate all'ospedale: si dice che sia sorto ad opera dei Santi della Chiesa e che sia stato da essi custodito nel corso dei secoli. Ben 33 persone che vi hanno lavorato sono state beatificate: tra esse San Luigi Gonzaga, San Gaetano Thiene, Sant'Alfonso de' Liguori, Sant'Andrea Avellino, Santa Giovanna Antida, San Camillo de Lellis e, in tempi più recenti, San Giuseppe Moscati.

L'ospedale ha avuto notevole importanza soprattutto nella storia della medicina: qui è nato, infatti, il Collegio Medico Cerusico, detto anche "dei Giovani Praticanti" e "dei Giovani Studenti", attivo fin dall'inizio del Settecento, che manteneva uno stretto rapporto tra "Studi Teorici" e "Pratica Medica e Cerusica", in cui l'insegnamento della Medicina si associava alla carità cristiana.

La Facoltà dell'Ospedale rilasciava i certificati per l'ammissione all'esame finale di laurea in Medicina. Lo scopo del Collegio era non solo quello di favorire gli studenti poveri e meritevoli che dalle province del regno si recavano a Napoli per studiare le Scienze Mediche, ma anche quello di ottenere grazie al loro aiuto un'assistenza più accurata per gli infermi.

Fu chiuso ufficialmente nel 1871 quando, per effetto della riforma De Sanctis, l'Università fu rinnovata e potenziata e non tollerò la presenza di un'istituzione alternativa per l'insegnamento della Medicina. Gli insegnamenti, tuttavia, proseguirono ufficiosamente, mantenendo sempre viva la tradizione che è giunta fino ai nostri giorni. Qui ha operato nel Seicento Marco Aurelio Severino, uno degli ingegni più straordinari del suo tempo, non solo sommo chirurgo, ma profondo conoscitore dell'anatomia, abilissimo zoofilo, acuto filo-



New Hot Colours.



Cayenne Red

Santa Fe Yellow

Jalapeno Green

Betwain®
Hi-stretch



sofo, sublime letterato ed instancabile mente di fama internazionale.

Nel Collegio è nata la Scuola Medica Napoletana che fu sviluppata ad opera di Gabriele Tedeschi. Tra i nomi noti della Medicina che vi hanno lavorato: Giovanni Filippo Ingrassia ed il suo successore Giulio Iasolini, Domenico Cirillo, Domenico Cotugno, Carlo Gallozzi fondatore della chirurgia pediatrica, Nunziante Ippolito, Gennaro Galbiati, Leopoldo Chiari, Gerardo Aniello Coluzzi, Ottavio Morisani, Ferdinando Palsaziano, Antonio Carraresi, Giuseppe Ria propugnatore della Microbiologia e Mariano Semola fondatore della Terapia Clinica.

Nell'Ospedale di Santa Maria del Popolo sono nate: l'Anatomia Patologica ad opera di Giovanni Antonella e Luciano Armani, le prime forme di terapia psichiatrica con Giorgio Catena, più noto come "Mastrogiorgio", maestro dei matti e, molto più tardi, con Antonio Sementini, il nuovo pensiero psichiatrico. Vi ha operato anche Michele Troja, pioniere dell'Urologia e Francesco Vizioli, col quale si sono fatte strada l'elettroterapia, la terapia fisica e la radiologia.

Va ricordata anche l'opera prestata da illustri scienziati stranieri: Guillaume Dupuytren, Al-

bert Weil e Gaetano Conte che, con il cognome mutato in Coste, è presente nella storia della medicina tedesca, francese, inglese ed italiana. L'ospedale, forte di questa ricca tradizione, ha mantenuto fino all'immediato dopoguerra la sua leadership tra quelli della città di Napoli, poi, i bombardamenti della seconda guerra mondiale hanno distrutto un'ala dell'attuale ospedale, solo oggi prossima alla ricostruzione, ed un'altra parte della struttura oggi destinata a sede scolastica. Il terremoto del 1980, con le sue numerose ferite, lo ha portato ad un lento declino fin quasi alla sua chiusura.

L'impegno della attuale amministrazione, l'Azienda Sanitaria Locale Napoli 1 Centro, la ferma volontà del personale di ogni ordine e grado, la dedizione e la professionalità degli odierni primari ed operatori, hanno ridato nuova linfa alla struttura, che è di nuovo in grado di fornire un'assistenza ai malati.

Parte integrante di questo nuovo modello organizzativo e assistenziale è anche rappresentata dall'allocatione, nel presidio, di componenti universitarie prestigiose, nel campo dell'Ostetricia e Ginecologia, della Neurologia ed Emodialisi e dell'Anatomia ed Istologia Patologica provenienti dalla Seconda Università degli Studi di Napoli. ■



FREY WILLE

STUDIO MONTALE

www.frey-wille.com
vienna, austria

Napoli: Via Calabritto 21 | info 081.7641430
MILANO ROMA FIRENZE VENEZIA VERONA BOLZANO

*Mirella
Sessa*



La bellissima casertana, seconda a Miss Italia è destinata a diventare una numero uno

di Anna Marchitelli

Mirella Sessa è la Miss Italia rimasta particolarmente impressa tra le partecipanti dell'edizione 2009 non solo perché si è aggiudicata il secondo posto, ma perché è stata vittima dell'incresciosa gaffe di Milly Carlucci che, nel corso della prima serata, la dichiarò, per un errore di lettura, vincitrice della fascia "Miss Moda Italia", destinata invece ad un'altra concorrente, Federica Sperling.

L'evidente delusione, non ha però minato la determinazione di Mirella, che ha incassato il colpo, tornando il giorno dopo più combattiva di prima. Alla fine, non a caso, ha conquistato la fascia di





“Miss Deborah” e l’ambitissimo secondo posto. Per molti è lei la vincitrice morale: è stata, infatti, supervotata dalla giuria tecnica e sostenuta, più che da ogni altro, dallo stilista Guillermo Mariotto, noto per la sua severità di giudizio, che ha assegnato solo a Mirella il punteggio massimo.

La giovane Miss casertana frequenta tutt’oggi la facoltà di Giurisprudenza alternando gli impegni lavorativi nel mondo della moda e dello spettacolo, allo studio del diritto.

Per ora è il volto ufficiale del marchio di cosmetici “Deborah” e ha già posato per il calendario ufficiale di Miss Italia nelle vesti di donna in carriera super sexy.

Ricorda con molta emozione l’esperienza di Miss Italia, che dice sia stato per lei una grande scuola che l’ha fatta crescere umanamente e professionalmente. Ma si è trattato solo di un trampolino di lancio, perché la Sessa è destinata sicuramente a volare molto in alto nell’ambitissimo mondo dello spettacolo. Anche la sua incredibile somiglianza con la bellissima attrice campana Serena Autieri, fa immaginare per Mirella un futuro analogo. Sarà la sua erede? ■

PIQUADRO

tech inside



DESIGN

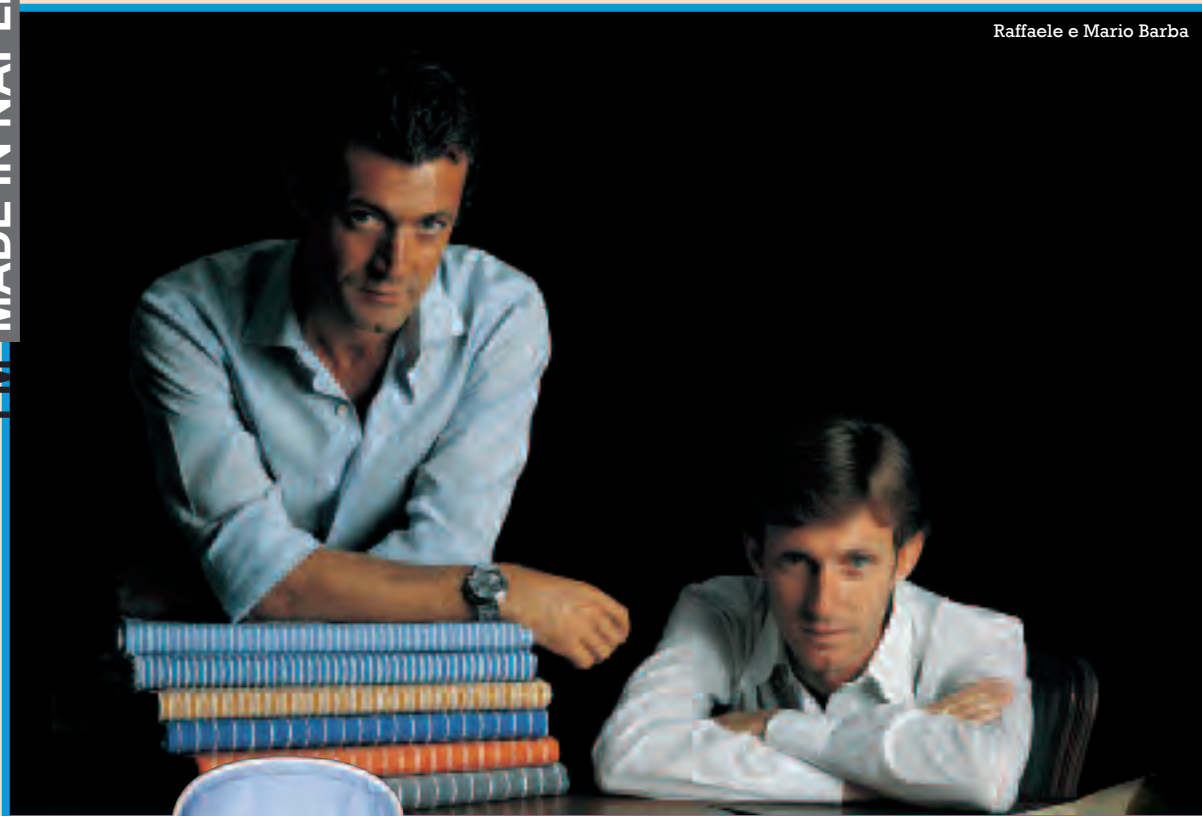
COMFORT

TECHNOLOGY

BOUTIQUE

Napoli, Via Carducci 32

www.piquadro.com



BARBA
NAPOLI



INDOSSARE
LA PERFEZIONE

L'azienda porta avanti da sempre la storica tradizione sartoriale napoletana, inconfondibile icona di eleganza riconosciuta a livello internazionale

La ditta Barba è nata ufficialmente nel 1988, ma dal punto di vista operativo la produzione ha avuto inizio solo nel 2001 con l'idea di Raffaele e di Mario, figli di Antonio Barba, socio fondatore.

La storia della loro camicia, però, ha origini ben più lontane: era il 1964, quando Antonio Barba decise di mettere su un piccolo laboratorio artigiano di camicie, spinto dall'amore per questo fondamentale indumento maschile.

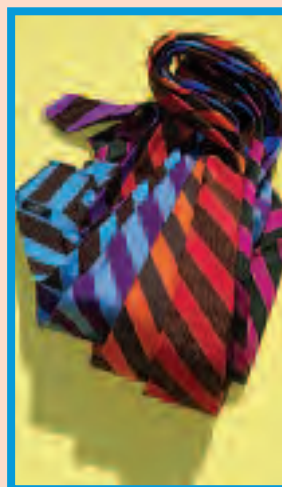
Inizialmente, tutte le loro camicie erano confezionate per un selezionatissimo numero di clienti della nobiltà napoletana, ma

ben presto l'eco della raffinatezza e della cortesia dei fratelli Barba arrivò in tutta Italia.

La camiceria Barba oggi è situata in uno stabilimento di Arzano, a Nord di Napoli. È una moderna azienda che produce e distribuisce camicie in tre continenti e annovera tra i suoi clienti i più rappresentativi negozi d'Italia, Germania, Giappone, Russia ed Emirati Arabi.

Seimilacinquecento metri quadrati in cui 105 addetti alla produzione realizzano con ago e filo le camicie che italiani, americani, russi e giapponesi indossano ogni mattina come una seconda pelle. Si contano più di





200 negozi in tutta Italia e oltre 500 nel mondo per un fatturato 2005 pari a 8,5 milioni di euro, il 60% conseguito sul mercato nazionale, il rimanente su quelli esteri.

A condurre l'azienda, oggi con ben 135 dipendenti, ci sono Raffaele e Mario, figli di Antonio Barba, che consci della propria tradizione, impegnano 12 ore al giorno nella ricerca di quello standard qualitativo che ne ha sempre contraddistinto l'immagine. Ciò che caratterizza la politica aziendale è il massimo rispetto per la cultura sartoriale partenopea e lo spirito commerciale innovativo; il segreto del loro successo è dovuto alla maestria del taglio, all'accuratezza nei particolari e soprattutto alla ricercatezza dei tessuti.



Il pregio della camicia Barba è il giro manica: questo è fatto interamente a mano da abili ricamatrici che prima lo imbastiscono e poi lo ribattono con minuscoli "mezzi punti" che ne risaltano l'artigianalità.

Barba è tra le 2312 aziende italiane operanti nel settore tessile, monitorate da Campioni del Made in Italy: una ricerca condotta da UniCredit Banca d'Impresa con la collaborazione di Pitti Immagine Uomo.

Lo studio ha preso in considerazione modelli gestionali e bilanci delle aziende dal 1999 al 2003. In questi cinque anni, del campione selezionato, solo 350 hanno dato risultati soddisfacenti. Tra queste vi è Barba, azienda che è riuscita a esportare lo stile partenopeo in tutto il mondo, come ha dimostrato la grande affluenza di stranieri allo stand della maison durante l'ultima edizione della kermesse Pitti Immagine Uomo. ■

LIU·JO
Luxury

COLORTIME & JEWELS
COLLECTION

Liu·Jo boutique • Napoli • via Filangieri 6/7

liujoluxury.it



L'Assessore Cascetta: “Il sistema trasporti in Campania è un work in progress”

di Ilaria Carloni





Da sinistra Alex Williamson, Conference Director Terrapin LTD, Ennio Cascetta e Sante Roberti, vice presidente Ansaldo Salerno STS

I'M ha chiesto all'Assessore Regionale Ennio Cascetta, uno dei massimi esperti europei dei trasporti (che sta facendo di Napoli una città modello) quali prospettive ci sono per migliorare il trasporto pubblico locale per farlo diventare più competitivo.

La rete di comunicazione su rotaia a Napoli è una delle migliori del mondo; quando e come sarà collegata a quella regionale e nazionale per rendere il sistema di collegamenti campano adeguato a quello cittadino sull'intero territorio regionale?

Il sistema della metropolitana di Napoli è il nucleo principale della grande metropolitana regionale che stiamo realizzando in tutta la Campania, e dunque è già collegata alle altre linee, che compongono un'unica rete integrata grazie a nodi di interscambio. Il sistema è anche collegato direttamente alla linea ad alta velocità/capacità Tav Roma-Napoli, aperta a dicembre del 2005 (e nel 2008 a Salerno) per gran parte della tratta, e che a fine 2009 si è completata consentendo di ridurre il collegamento tra le due città a circa un'ora. I collegamenti con l'Alta velocità consentiranno a loro volta di inserire la metropolitana regionale anche nei corridoi europei TEN (TransEuropeanNetwork), in particolare il n. I Berlino-Palermo e il n. VIII Bari-Varna, quest'ultimo attraverso la velocizzazione della linea Napoli-Bari, di cui è in corso di realizzazione il progetto. Mano a mano che si procede

con i lavori, si completano i pezzi del sistema e si aumentano quindi i collegamenti tra le linee in tutta la regione: quest'anno, ad esempio, entrerà in funzione la prima tratta della metropolitana di Salerno, mentre dal 2001 sono stati aperti al pubblico 50 km di binari e 37 stazioni tra nuove e riqualificate e sono aperti attualmente 40 cantieri in tutta la Campania

La Metropolitana di Napoli è una delle più moderne del mondo ed è in fase di ulteriore sviluppo; anche la sua manutenzione appare eccellente; mancano i collegamenti con le Funicolari ed alcune ferrovie locali; quando si perfezionerà la rete di questi collegamenti?

Come dicevo sopra, il sistema è un "work in progress" che si perfeziona mese dopo mese. Ad ogni modo, nel 2015 il nostro sistema ferroviario avrà 170 km di linee e 83 stazioni in più (raggiungendo, rispettivamente, 1.400 km di binari e 423 stazioni), collegando in un'unica grande rete tutto il territorio delle cinque province, grazie anche a 28 parcheggi e 21 nodi di interscambio treno-bus

Qualcuno, pur apprezzando le tecnologie adottate per la nostra Metropolitana, trova le opere d'arte moderna con cui è stata arricchita nelle stazioni e nei palazzi e piazze adiacenti, eccessive e soggette al cambiamento dei gusti perché ispirate ad una cul-

tura postmoderna e che sarà superata dai tempi; Lei cosa ne pensa delle scarpe attaccate ai muri di alcune stazioni? O delle statue bizzarre di alcune piazze attigue agli ingressi?

Non sono un critico d'arte, ma rilevo che è proprio grazie a questo singolare binomio stazioni-opere che la nostra metropolitana è conosciuta e apprezzata in tutto il mondo, così come per la qualità architettonica delle strutture, tanto che il prestigioso quotidiano Times di Londra, in una sua edizione domenicale, le ha dedicato un'intera pagina, indicandole all'allora sindaco Livingstone della capitale britannica come esempio da seguire nella ristrutturazione della celebre "tube" inglese. Nell'aprile scorso, poi, la metropolitana di Napoli e della Campania ha vinto a Londra il premio "Most Innovative Approach to Station Development" (Miglior approccio innovativo nello sviluppo delle stazioni), una sorta di premio Oscar delle metro-

politane, assegnato nell'ambito di "Metros 2009", la più grande manifestazione internazionale sull'industria di settore, cui hanno partecipato più di 300 rappresentanti dei sistemi di trasporto su ferro di tutto il mondo. Infine, una mostra delle stazioni e dei progetti della metropolitana regionale è stata ospitata in diverse e prestigiose sedi, dalla Biennale di Venezia alla Triennale di Milano, fino alla sede di Bruxelles della Commissione Europea. Mi sembra dunque che tutti noi cittadini campani dovremmo essere fieri delle opere d'arte nelle stazioni che ci portano benefici e apprezzamenti significativi in tutto il mondo

I servizi di sorveglianza addetti alle Metropolitane, alle ferrovie locali ed alle Funicolari, sembrano molto costosi ed attenti perché i passeggeri obliterino il biglietto; sembrano invece molto distratti con i questuanti che fanno nelle carrozze quello che vogliono disturbando i passeggeri a spese del contribuente. Lei come Assessore regionale ai trasporti percepisce il fastidio di chi paga regolarmente il biglietto o l'abbonamento e deve viaggiare in piedi mentre gente che non paga fa dei pullman e delle carrozze luogo di bivacco o per elemosinare con chi sta andando a lavorare per guadagnarsi in maniera legale e ortodossa la giornata?

Chi è costretto a vivere in certe condizioni a causa di un disagio sociale che purtroppo è un problema molto diffuso nelle nostre città, va secondo me aiutato quando possibile con interventi sociali, in modo da ridurre il fenomeno della questua. Allo stesso modo la sicurezza di cittadini utenti dei mezzi pubblici e dei lavoratori delle aziende di trasporto va sempre fortemente tutelata. Per questo nelle nostre stazioni e sui nostri treni abbiamo realizzato e stiamo continuando a realizzare sistemi di videosorveglianza e di allarme e forme di prevenzione come la presenza di vigilantes

La Campania è terra elettiva per il turismo; è possibile stendere una rete di comunicazioni tra terra e mare che possa dare respiro al business inespresso da noi del turismo?

Sicuramente. Per questo negli anni abbiamo istituito servizi di trasporto dedicati proprio ai turisti, come il metrò del mare e i coast sightseeing, che hanno avuto un notevole successo. Un servizio che ha visto il progressivo aumento del numero di linee e di passeggeri (dal 2001 al 2009 si è passati da 31.000 passeggeri l'anno a oltre 200mila, da 1 a 11 linee, da 6 a 23 scali). Molti i turisti stranieri



Asia Argento
for relish

short dress
59,00
euro

 relish



che utilizzano il servizio (20,5% del totale degli utenti)

Cosa è possibile fare ancora per estendere la rete ferroviaria e migliorare quella stradale e marittima in Campania? Cosa c'è di nuovo per lo sviluppo degli aeroporti di Pontecagnano e di Capua per utilizzo al servizio dell'aviazione commerciale e privata?

Stiamo continuando un programma di potenziamento delle infrastrutture ferroviarie, stradali, autostradali, portuali, aeroportuali e interportuali da 27 miliardi di euro tra fondi europei, statali, regionali, di enti locali e privati (di cui circa sette già spesi). Un piano cominciato circa dieci anni fa e che sta dando notevoli risultati per ridurre il gap infrastrutturale con il resto d'Italia e d'Europa. Oltre alla metropolitana regionale e alla Tav, abbiamo già realizzato più di 300 interventi viari, seimila nuovi posti barca, avviato l'interporto di Battipaglia e il progetto dell'aeroporto di Grazzanise, della linea ad alta capacità ferroviaria Napoli-Bari, del raddoppio della Telesina, della Lioni-Grottaminarda e del grande raccordo anulare della Campania A1-Capua-Domitiana, solo per citare alcuni grandi opere. Abbiamo poi contribuito all'adeguamento dell'aeroporto di Pontecagnano per l'avvio del traffico civile e al potenziamento degli interporti di Nola e Marcianise-Maddaloni, dell'aeroporto di Capodichino e dei porti di Napoli e Salerno. Per il futuro c'è dunque da completare questo imponente programma messo in atto, passando dai progetti ai cantieri delle opere non ancora avviate e ultimando i lavori in corso. Infine, per quanto riguarda lo scalo di Capua, poco tempo fa abbiamo firmato un importante protocollo d'intesa per trasformarlo in infrastruttura di supporto alle attività della filiera aeronautica e per le attività della cosiddetta avia-

zione generale, che comprendono, ad esempio, le scuole di volo, l'aeroclub e i servizi aerei di secondo livello come aerotaxi e servizi di aerofotogrammetria

Il miglioramento dell'autostrada Salerno-Reggio Calabria nella tratta campana, sarà importante al fine di un miglior collegamento con la Sicilia e l'Europa mediterranea? Quali saranno i benefici per la nostra Regione?

Certamente e per questo - anche se la Regione non ne ha competenza - siamo attenti al completamento della terza corsia da parte dell'Anas. Sono troppi anni che quest'autostrada attende un adeguamento e dunque è importante che i lavori si completino al più presto. E accanto a quest'opera, sosteniamo anche il prolungamento dell'alta velocità ferroviaria oltre Salerno e Battipaglia e fino a Reggio Calabria, in modo da potenziare l'importante corridoio europeo numero I che da Berlino arriva a Palermo e che si congiungerà trasversalmente al corridoio VIII Bari-Varna attraverso la Napoli-Bari

Cosa ne è stato dell'importante programma costituito dall'Autostrada del mare?

Più che un programma, le autostrade del mare rappresentano già oggi per la Campania una significativa realtà. Grazie al potenziamento delle strutture dei porti di Napoli e Salerno che abbiamo realizzato in questi anni, oggi dai nostri porti passa il 60 per cento dei traffici merci via mare dell'intero versante tirrenico e contiamo di migliorare ancora questa performance passata la crisi economica internazionale degli ultimi mesi, sfruttando la posizione geografica al centro del Mediterraneo e l'ulteriore potenziamento in atto delle infrastrutture. ■

FRANCK MULLER

GENEVE



7880 CC

CRONOGRAFO 3 CONTATORI
MOVIMENTO AUTOMATICO
INDICATORE DATA

*Master
of
complications*

A&G PEZZUTO
MUGNANO DI NAPOLI
TEL. 081 5713264

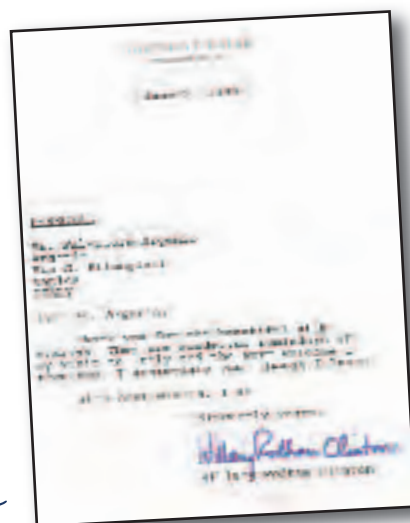
RAFFAELE PEZZUTO
MUGNANO DI NAPOLI
TEL. 081 7423779

WWW.AEGPEZZUTO.COM

ARGENIO



Da 70 anni onora
la Real Casa Borbonica
con i suoi capi
che sono apprezzati
anche
da Hillary Clinton





Argenio è uno dei negozi storici della città, non solo perché è ormai da generazioni un punto di riferimento per i gentlemen napoletani, ma perché della storia partenopea ha fatto il suo simbolo. Da circa 70 anni, infatti, in una delle strade più eleganti di Napoli, Via Filangieri, espone prodotti con lo stemma della Real casa di Borbone, sposando quelle che erano le più raffinate tradizioni dell'epoca borbonica, come l'arte della sartoria e della camiceria da uomo, i tessuti inglesi e tutto quello che da sempre distingue il gusto partenopeo nel vestire.

Salvatore Argenio è il titolare, custode e cultore della tradizione dell'era più felice del Mezzogiorno e ha spiegato il perché della "borbonizzazione" della sua azienda: "Io e mia moglie Annamaria abbiamo pensato di realizzare una linea di abbigliamento e accessori ispirati al periodo raffinato e colto dei Borboni, in modo da far conoscere ai clienti e a chiunque passasse per il nostro negozio, le radici autentiche e preziose della nostra identità".

Entrando nella boutique di Via Filangieri è suggestivo ritrovare nell'angolo Borbonico del negozio, un vero e proprio "altare alla patria", fatto di reperti, immagini, libri e piccole altre curiosità borboniche, in cui il cliente può soffermarsi facendo un tuffo nel passato.

Tra i suoi capi famosi vi sono i suoi foulard in seta con lo stemma della Real Casa, diventati un "cult" nella moda. Argenio ha realizzato il foulard della Marina, della prima Ferrovia, del Teatro San Carlo, della Reggia di Caserta e ogni anno è

caratterizzato da un nuovo tema borbonico. Molti clienti li acquistano non solo per omaggiare le proprie signore, ma anche per arricchire una singolare pinacoteca storica in casa. Poi le cravatte con il giglio reale o ispirate alla Real Marina, i gilet realizzati con le pregiate sete di San Leucio e gli antichi profumi ed essenze ricercate. Da qualche anno l'azienda realizza anche pullover su misura in cashmere e cashmere/seta personalizzati per il cliente, con una gamma di oltre 200 colori.

Quattro volte l'anno è organizzato presso l'albergo Helmsley di Manhattan uno showroom per un incontro con i clienti provenienti da ogni parte del mondo.

Tra i clienti noti della storica sartoria vi sono il presidente della camera Gianfranco Fini, l'attore Christian de Sica, il conduttore Michele Mirabella, l'attore Luigi de Filippo e Hillary Clinton che, insieme al Re Juan Carlos, ha onorato Argenio con le sue lettere di ringraziamento. ■



EDUARDO TARTAGLIA

TORNA AL CINEMA

CON "LA VALIGIA SUL LETTO"

Eduardo Tartaglia, Eduardo Tartaglia Senior e Veronica Mazza



Alena Seredova e Veronica Mazza



Biagio Izzo, Veronica Mazza ed Eduardo Tartaglia

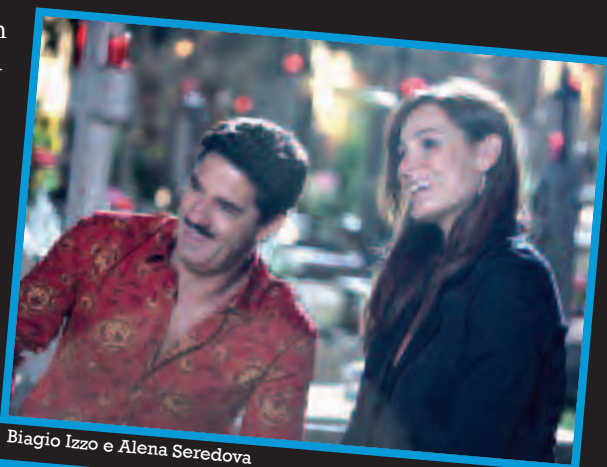
Dopo il grande successo di “Ci sta un francese, un inglese ed un napoletano”, è tornato al cinema, a partire dal 12 marzo, Eduardo Tartaglia come regista e protagonista, accanto alla moglie Veronica Mazza, protagonista femminile. Oltre a loro, un cast stellare: Biagio Izzo, Maurizio Casagrande, Alena Seredova, Francesco Procopio, Nunzia Schiano.

Le riprese si sono svolte fra Napoli, Pozzuoli e Nusco: il set del film, molto particolare, è stato ambientato in una galleria dismessa della Ferrovia Cumana, dove si è ricreato il cantiere della metropolitana di Piazza Municipio, ventre del centro cittadino e luogo da cui parte la storia.

La commedia, prodotta dalla Mitar Group, racconta la vita quotidiana di una coppia, Achille e Brigida, che per combattere il precariato usa l'arte dell'arrangiarsi e “la valigia sul letto” è sicuramente quella di un lungo viaggio, intriso del desiderio di fuga che i due protagonisti provano a causa della crisi economica e sentimentale in cui sono precipitati. Fuggono anche da loro stessi, dalle proprie responsabilità, dalle proprie coscienze, nella speranza che l'altrove possa rivelarsi non solo un luogo dove vivere meglio, ma anche, perché no, un luogo dove essere migliori.

Achille Lo Chiummo, per sfuggire alla sua misera esistenza, escogita così la soluzione di alterare dei vecchi documenti del nonno all'anagrafe, cancellare un'acca dal cognome dell'avo e ritrovarsi così, per incanto, parente del grande boss pentito Antimo Lo Chiummo.

Con questo guizzo di fantasia tipicamente napoletano, egli crede di aver svoltato definitivamente, ma non ha fatto i conti con gli imprevisti, che lo costringeranno a rifugiarsi, sotto mentite spoglie, in un piccolo cimitero di campagna, costretto al ruolo di becchino, nonché alla convivenza coatta con il famigerato criminale, anche lui ivi parcheggiato in attesa della destinazione definitiva. ■



Biagio Izzo e Alena Seredova



Eduardo Tartaglia e Veronica Mazza



Eduardo Tartaglia e Maurizio Casagrande



Veronica Mazza, Eduardo Tartaglia e Maurizio Casagrande



Eduardo Tartaglia, Biagio Izzo e Veronica Mazza



Mario Boselli, Gianni Lettieri e Gaetano Cola

Fashion mind Per valorizzare la moda campama

di Anna Marchitelli

Foto di Cesare Purini e Gianluca Casciello



La mostra al Pan "Hand industry"



Gaetano Cola e Emilio Alfano

La moda italiana ha una bella testa, quella partenopea. La vera essenza del Made in Italy è nelle tecniche sartoriali e artigianali delle aziende moda campane, divenute ambasciatrici del talento e della creatività italiana nel mondo.

Così, la Camera Nazionale della Moda Italiana in collaborazione con la Seconda Università di Napoli (Dipartimento IDEAS), l'Unione industriale di Napoli, la Fondazione Plart, la Camera di Commercio di Napoli e l'Api Napoli, ha organizzato due prestigiosi eventi volti a valorizzare e promuovere la tradizione sartoriale e artigianale delle aziende moda in Campania.

Lo scorso 29 gennaio, presso Palazzo Partanna, sede dell'Unione degli Industriali, si è tenuto il convegno "Fashion Minds. La moda verso la ricerca: scenari, aziende, persone", con l'intento di rilanciare la competitività internazionale delle imprese campane del settore tessile-abbigliamento



Davide De Blasio e Mariano Rubinacci

mento attraverso l'analisi, l'individuazione e la realizzazione di percorsi innovativi di sviluppo per rigenerare ricadute positive sulle imprese e sul territorio campano.

Un'iniziativa che rientra nell'ambito del più ampio progetto "TA CAMP – tessile-abbigliamento in Campania", affidato alla Camera della Moda che ha selezionato e coinvolto alcune delle più importanti aziende Campane per sperimentare e realizzare capi innovativi: Barba, Attolini, Marinella, Isaia, Kiton, Borrelli, .it, Tramontano, Rubinacci, Tessecci.

Aziende, queste, che hanno in comune la tradizione della tecnica sartoriale specie di taglio maschile, rigorosamente "hand made", nel segno di un'eleganza raffinata e di uno stile inconfondibile. Il convegno ha, quindi, rappresentato un momento di riflessione e di dialogo sull'eccellenza della moda italiana, sui possibili scenari evolutivi della moda campana, sull'handindustry, sui profili



«Trovo che l'industria più vivace e più ingegnosa presentata dal popolo napoletano, non è quella creata per diventare più ricco, ma per vivere più felici e più spensierati. E poi qui mi sembra di essere un altro. Dunque le cose sono due: o ero pazzo prima di giungere qui, oppure lo sono adesso».

Johann Wolfgang Goethe



Adrian Perry Roberts



Clorinda Covino



Fabio De Felice

fashion e sulla relativa domanda di formazione. Sono intervenuti, inoltre, alcuni esponenti delle principali imprese del sistema moda italiano, da Giovanna Gentile per Ferragamo a Marialuisa Gavazzani per Trussardi. A fare gli onori di casa, poi, sono stati i promotori del Convegno: il Presidente dell'Unione Industriali di Napoli, Giovanni Lettieri; il Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana (Cnmi) Mario Boselli; il Magnifico Rettore della Seconda Università degli Studi di Napoli, Francesco Rossi; il Commissario della Camera di Commercio di Napoli Gaetano Cola; il Presidente di Confapi Campania Emilio Alfano; il Presidente della Fondazione Plart Maria Pia Incutti; il Preside della Facoltà di Architettura della Sun Carmine Gambardella; e, infine, il Presidente del Consorzio universitario Cueim Gaetano Maria Golinelli.

L'attenzione, quindi, si è focalizzata sui marchi moda nostrani ed è alla sperimentazione e realizzazione di capi innovativi che è stata dedicata la mostra "Hand industry", esposta al Pan fino al 31 gennaio. La mostra è stata proposta in chiave concettuale e immateriale, attraverso l'utilizzo di immagini, video e parole. L'esposizione ha voluto esaltare la creatività, il ben fatto, lo stile, la qualità e soprattutto l'attenzione verso l'ecologia che le aziende campane hanno mostrato.

Il Made in Naples è una scelta di vita, imprescindibile dalla qualità di chi vi lavora, dall'ambiente e dal territorio su cui opera. E quando nella città partenopea avviene uno scambio di intelligenze, come quello tra Milano, capitale della moda, e Napoli, capitale dell'alta sartoria artigianale, nascono progetti e iniziative positive destinate a lasciare il segno. ■



Maria Luisa Gavezani, Giovanna Gentile Ferragamo e Gaetano Maria Golinelli



Paola Arosio, Gaetano Maria Golinelli, Giovanna Gentile Ferragamo e Carmine Gambardella

Se hai Hitachi, si vede.



- > Eccezionale silenziosità
- > Massimo risparmio energetico
- > Design elegante e tecnologico

Distributore per la Campania



www.hitachiaircon.com - aircon.italy@hitachi-eu.com

www.dariento.it - tel. 081/7523262 - dariento@dariento.it

HITACHI
Inspire the Next

21^a edizione di "TuttoSposi"

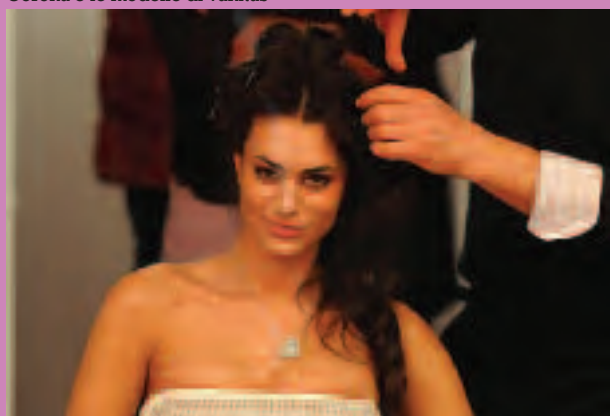
Proposte nuziali per tutti i gusti



Anna Falchi e gli stilisti di Vanitas



Corona e le modelle di Vanitas



Cristina Del Basso



Ramona Badescu





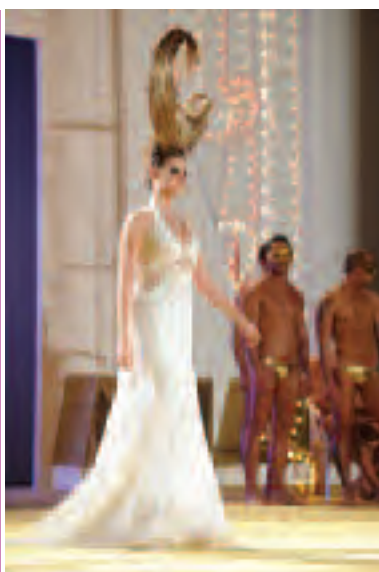
Successo strepitoso per la ventunesima edizione di “TuttoSposi”, la più grande manifestazione italiana sul matrimonio, diretta da Nunzia Ferrara, che si è conclusa domenica 24 gennaio 2010, dopo nove giorni di eventi ricchi di ospiti e sorprese.

Un vero trionfo dovuto all’eccezionale proposta della fiera, che, con gli oltre 350 espositori, ha potuto soddisfare un pubblico sempre più esigente. L’offerta, infatti, ha coinvolto l’intero comparto nozze, dagli abiti, più di 1500 quelli che hanno sfilato al Palasposa, ai ricevimenti, dalle bomboniere alla luna di miele, fino alle fedeli e all’arredamento. Il successo di quest’edizione ha superato ogni aspettativa grazie ad una formula graditissima al pubblico e ai personaggi noti che hanno presenziato: la splendida madrina Cristina Del Basso affiancata dai popolarissimi Fabrizio Corona, Anna

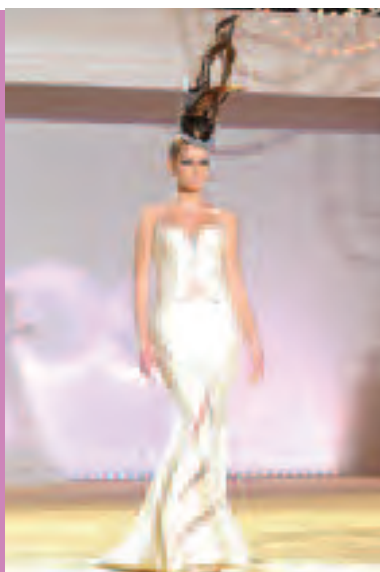
Falchi e Ramona Badescu.

Protagonista è stata soprattutto l’alta moda sposa con il padiglione Palasposa dedicato alle sfilate degli abiti più belli delle collezioni di Vanitas, Gianni Molaro, Angela Solla Sartoria a Nuage, BG Le spose di Ungaro, Bruno Caruso e Atelier Signore.

La kermesse è stata come sempre una vetrina importantissima per la sartoria made in Campania, che ha proposto abiti per tutti i gusti: dal classico al trasgressivo, dal vintage all’esotico, il tutto impreziosito da tessuti ricamati ad arte. Tra le novità di questa edizione di “TuttoSposi”, i casting ufficiali del Grande Fratello, organizzati da Premiere Spettacoli su licenza esclusiva Endemol: tantissimi gli aspiranti Gieffini che hanno partecipato ai provini nella speranza di coronare il sogno di entrare nella casa più spiata d’Italia. ■

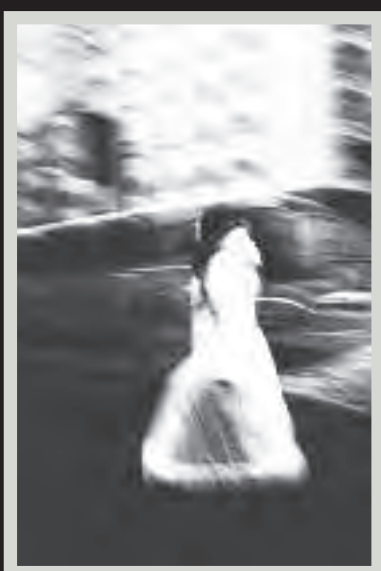


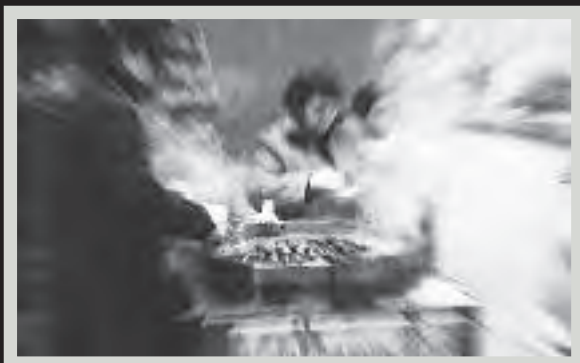
Le spose di Molaro





“Anime in movimento” e Personali Solitudini”





La solitudine è un aspetto ineluttabile della condizione umana, questo sembra essere il messaggio contenuto negli scatti del fotografo ed ingegnere napoletano Stefano Maceo Carloni; è un'esperienza molto personale, che si può condividere solo a patto di tradurla in un terzo elemento, come una fotografia, che traghetta le emozioni da un'anima all'altra.

Così essa diviene uno strumento per comunicare le "Personal Solitudini" in una mostra che porta questo titolo e che si è tenuta a Milano, città dove Carloni vive, lavora e fotografa dal 1995. E le anime prendono forma a loro volta, come la solitudine che le abita, nelle fotografie della mostra "Anime in movimento" divenendo qualcosa di spettrale, dai confini evanescenti, il cui dinamismo sfida lo sforzo di dare un nome e un volto a queste malinconiche figure. Anche quest'ultima mostra si è tenuta a Milano, città che il fotografo conosce molto bene e di cui ha più volte "fotografato" l'essenza, poiché è questo che lui è in grado di rendere visibile: l'aspetto essenziale delle realtà, le più disparate, nelle quali si imbatte.

La sua passione per la fotografia nasce nel 1997: il primo approccio è puramente istintivo e concentrato per lo più sul tema della città per diventare, col tempo, più ragionato e aperto alle diverse tipologie: dal paesaggio al ritratto, dal reportage allo still life. Tra il 2001 e il 2003 la rivista "Progresso fotografico" ha pubblicato le sue fotografie

- ritratti, reportage e paesaggi - su diversi numeri. Nel 2002 la rivista tedesca "Adesso" ha utilizzato alcuni suoi paesaggi e ritratti ambientati nelle colline parmigiane per un articolo su questi luoghi. Nell'estate del 2003 una selezione di immagini in movimento è stata esposta ad Acqui Trezza con il titolo "Eros metropolitano" all'interno della mostra collettiva "Alla riscoperta dell'eros". Nel 2003 una ricerca sul tema delle scale è stata pubblicata da "Immagini foto-pratica", mentre nel 2004 alcune sue fotografie sono state scelte per la produzione di materiale promozionale. È dello stesso anno il lavoro sul tema degli sguardi comparso su "Séquence Fnac", una video esposizione all'interno dei negozi Fnac di tutto il mondo. Una sua immagine sulla pioggia in città viene selezionata per la mostra collettiva della 58ª edizione della Mostra Fotografica Nazionale Città di Bergamo. Nell'estate del 2005 la rivista "Immagini foto-pratica" pubblica alcune sue immagini accompagnate da una lettura psicanalitica della fotografia. Nel mese di ottobre 2006 viene esposta alla Hoepli di Milano la mostra "manifesti e vetrine" e a settembre 2008 sempre alla Hoepli la mostra personale "lights and shadows in motion".

La capacità di emozionare, il gusto di catturare, una profonda sensibilità e una solida preparazione fanno di Carloni un talento nel campo della fotografia in Italia. ■



www.stefanocarloni.it



Napoli e New York a confronto

Alla nota "Fonoteca" di Via Morgen a Napoli, si è tenuta un'innovativa mostra fotografica ad opera di Fernando Alfieri, dal titolo "New York l'ennesimo parallelo", 20 opere fotografiche 30x45 create sia con tecnica diapositiva che file digitali.

La finalità, quella di confrontare la vita quotidiana tra due città apparentemente diverse come Napoli e New York, ma in realtà simili.

Tale similitudine è stata dimostrata dal fatto che gli spettatori non sono riusciti a riconoscere se l'im-

agine ritratta si riferisse alle strade ed ai vicoli di New York o a quelli di Napoli. Un giudizio positivo è stato espresso dal maestro Emilio Pellegrino il quale ha molto apprezzato la mostra. Tra gli ospiti, il pittore Elio Mazzella, lo scultore Luigi Mazzella, il pittore Luigi Perone, il Prof. Nino D'antonio critico d'arte e l'Avvocata Luisa Caporale.

Al via la quarta edizione del Capri Art Film Festival



La "New York Film Academy", una delle più importanti scuole di cinema internazionali, sbarca a Capri per insegnare ai giovani l'arte del cinema. Nell'ambito della quarta edizione del "Capri Art Film Festival", kermesse multimediale dedicata al tema della diversità, che si tiene sull'isola azzurra dal 22 al 24 aprile, gli insegnanti della Nyfa dirigeranno un workshop gratuito per attori, registi e sceneggiatori under 30, realizzato con la collaborazione della scuola di scrittura creativa "Omero" di Roma.

Il workshop culminerà nella formazione di due troupe che gireranno un corto nei giorni del festival. Il bando - che scade il primo aprile - con le modalità di partecipazione alle selezioni, è pubblicato sul sito del festival (www.capriartfilmfestival.com).



FESTIVAL DELLA DIVERSITÀ
CAPRI 22-25 APRILE

Varriale e Amato dalla tv ai libri

A marzo coppia di uscite per il nuovo marchio editoriale Testepiene (Graf srl): uno sguardo al mondo del calcio con il giornalista Rai Enrico Varriale e un affresco della Napoli esoterica e misteriosa di Gaetano Amato.

Allenatori, arbitri, giocatori e giornalisti del mondo calcistico: nessuno sfugge allo sguardo sfrontato del conduttore di "Stadio Sprint", prossimo inviato Rai ai Mondiali 2010 in Sudafrica, che oggi è anche autore del libro "A bordocampo. Il calcio oltre a linea bianca". Nel libro racconta gli uomini del calcio: Lippi, Cannavaro,

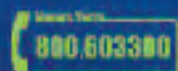
Collina, Maradona, Biscardi e chiunque abbia trovato sul suo cammino, professionale e privato.

Gaetano Amato ancora una volta sveste i panni d'attore per regalarci un'ulteriore conferma delle sue doti di scrittore con il nuovo romanzo "Il Paradiso può attendere. A volte".

Un intenso romanzo intriso di napoletanità, che cattura il lettore con la sua franca spensieratezza e simpatia travolgente senza mai lasciare indifferenti. Il ritmo è serrato, la scrittura godibile, la storia, nella sua ordinaria e straordinaria quotidianità, avvince il lettore.



Banca Popolare di Sviluppo



www.bancapopolaredisviluppo.it

NAPOLI
Via G. Verdi

NAPOLI
Via Luca Giordano

NOLA
CIS

NOLA
Vulcano Buono

CASERTA
Corso Trieste

FRATTAMAGGIORE
Via V. Emanuele III



**Banca
Popolare di
Sviluppo**

La banca della tua regione



LaReggia

Designer Outlet

Il regno dello shopping



McArthurGlen, leader europeo nello sviluppo, proprietà e gestione di Designer Outlet e il Gruppo Fingen, hanno aperto lo scorso febbraio il loro quinto villaggio in Italia, "La Reggia Designer Outlet", il primo nella regione Campania.

La cerimonia inaugurale ha avuto inizio con la benedizione di monsignor Pietro Farina a cui è seguito il solenne taglio del nastro, affidato allo stesso vescovo di Caserta, a Bassolino e a Jw Kaempfer, chairman e fondatore di McArthurGlen Group, Gary Bond, ceo European Development di McArthurGlen, Luigi Battuello e Jacopo Mazzei, presidente e Ad del





gruppo Rdm.

Subito dopo, centinaia di palloni rossi a forma di cuore sono stati liberati in aria creando un'atmosfera davvero mozzafiato. Poi c'è stata la conferenza stampa, a cui hanno presenziato anche Maurizio Marinella, Gianni Carità, Domenico Minniti di Harmont&Blaine, Annamaria Alois. Il Centro è situato a Marcianise, vicino Caserta e si estenderà, una volta completato, su 26,500 mq di superficie retail, con un totale di 140 negozi. La prima metà della seconda fase di sviluppo aprirà entro la fine del 2010 per un totale di 4.500 mq, mentre la seconda sarà inaugurata nel 2011 con ulteriori 4.500 mq. Si tratta anche di uno dei progetti ad energia solare più grandi d'Europa: lungo la superficie dei tetti, infatti, sono integrati circa 2.700 mq di pannelli solari che, nella prima fase, produrranno energia pari al 30% del fabbisogno del Centro, equivalente a 268.200 kWh, una quantità sufficiente a fornire energia ad 80 abitazioni con un risparmio di circa 180.000 kg di Co2 l'anno.

JW Kaempfer, Chairman e fondatore di McArthurGlen Group, ha affermato: "È con grande or-



Luigi Battuello, Tosca d'Aquino e Jacopo Mazzei





goglio che apriamo il nostro quinto Designer Outlet in un paese così amato dai turisti e dal quale provengono tanti marchi di moda famosi a livello internazionale. Come in altri nostri Centri in Europa, abbiamo prestato una grandissima attenzione nel rendere “La Reggia Designer Outlet” uno straordinario luogo dedicato allo shopping, grazie alla presenza dei marchi preferiti dai consumatori a prezzi ridotti dal 35 al 70% durante tutto l’arco dell’anno”.

Jacopo Mazzei, CEO e Presidente di RDM - Gruppo Fingen, partner della joint-venture di McArthurGlen in Italia, ha sottolineato: “La Campania ha una localizzazione ideale per tale investimento, data la dimensione del bacino di utenza e l’affluenza di turisti. Poi la posizione è

strategica vicino all’autostrada Napoli-Roma”. Nel nuovo outlet sono presenti molti marchi internazionali come Aspesi, Ballantyne, Bikkembergs, Blumarine, Calvin Klein, Escada, Gianfranco Ferré, Guess, Lui Jo, Patrizia Pepe, Pinko, Pollini, Replay, Tommy Hilfiger e Valentino, ed è stato annunciato il possibile ingresso di Armani, Prada e Versace.

Oltre ai brand internazionali, spiccano anche quelli partenopei, come Harmond&Blaine, Gutteridge, brand rilevato tredici anni fa dall’imprenditore napoletano Nunzio Colella, proprietario di Alcott, Amina Rubinacci, i fratelli Ragusa e si parla del possibile ingresso di Maurizio Marinella, il re delle cravatte e di Maurizio Maresca di Kiton. ■





Marina di Stabia

tradizione e modernità

Latitudine 40° 42'00"

Longitudine 14° 28'00"



Il porto turistico di Marina di Stabia è tra i più grandi del Mediterraneo con circa 900 posti barca da 10 ad oltre 75 m. Offre servizi esclusivi in un contesto unico al mondo, ricco di bellezze naturali, storiche ed artistiche e prossimo a mete di richiamo per il jet set internazionale.

Il porto ha aperto i battenti già dal giugno 2007 e garantisce servizi di ormeggio di qualità ad amatori ed equipaggi, con vigilanza sulle 24h, erogazione di acqua in banchina ed energia elettrica da 16 a 400 Amp, ampi esclusivi spazi a verde, finiture accurate di qualità, parcheggi riservati, servizi di lavanderia on site, area barbeque, crew corner, una club house esclusiva con annessa piscina e spazi riservati, docco e servizi efficienti, 2 scali di allaggio per imbarcazioni fino ad oltre 40 m, travel lift da 220 tons, ed un accorciato cantiere nautico per qualunque esigenza di assistenza e riparazione. Strutture ricettive, attività commerciali e di entertainment andranno ad integrarsi con il porto, con l'obiettivo di dar vita ad un ambiente stimolante e produttivo, ma allo stesso tempo accogliente e rilassante. Gli Uffici offrono la propria competenza in orario continuato in tutti i giorni dell'anno.

L'ormeggio è consentito con orario continuativo sulle 24h con prenotazione per gli ormeggi oltre le ore 22.00. Il canale VHF di lavoro è il 69.

Le caratteristiche del Marina

- 900 posti barca da 10 a oltre 75 m
- Pescaggio da 3,5 a 6,00 m
- Distributore carburante anche con gasolio agevolato
- Torre di controllo
- Servizio vigilanza 24h
- Parcheggi riservati
- Club House con piscina e spazi a verde riservati
- Crew corner
- Barbeque corner
- Darsena per riparazioni con cantiere nautico
- 2 scali di allaggio con travel lift da 220 tons
- Servizio di lavanderia a gettoni on site
- Servizi di autonoleggio e taxi on demand

Porto Turistico Marina di Stabia

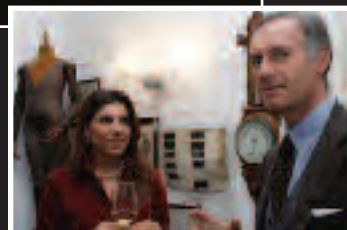
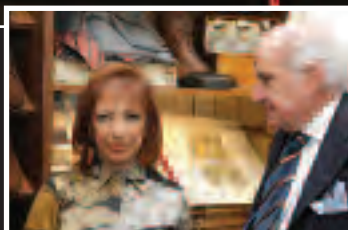
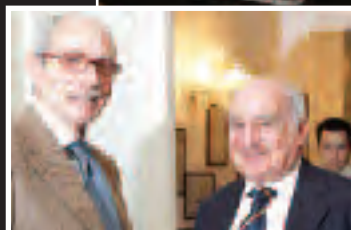
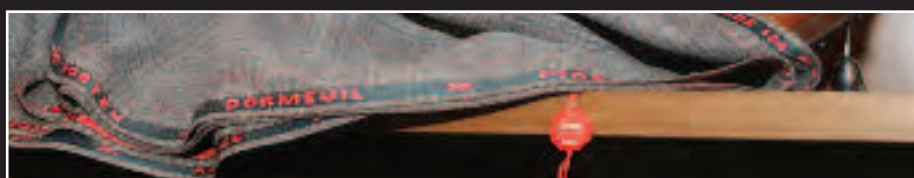
Via Alcide De Gasperi, 31 - 80053 Castellammare di Stabia (NA) Italy - Tel. +39 081 8716871 +39 081 3901747
www.marinadistabia.it - info@marinadistabia.it

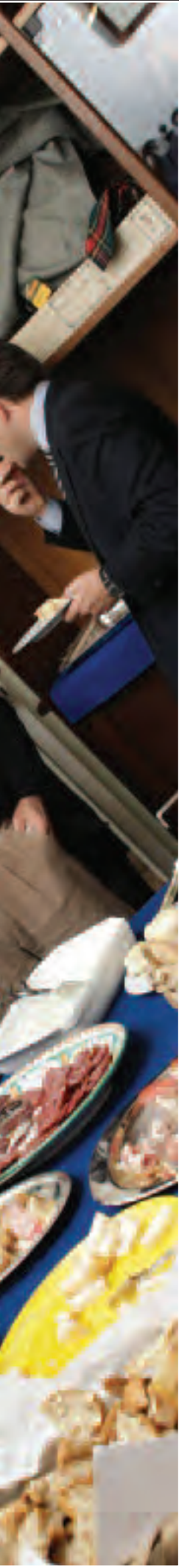




PARTERRE INTERNAZIONALE AL **SALOTTO CILENTO** PER LA PRESENTAZIONE DELLO **SPORTEX 4 PLY**

foto di Cesare Purini





La maison Cilento non smette di stupire la sua clientela continuando il progetto di ricerca dell'esclusività nel vestire, concepito come vero e proprio stile di vita.

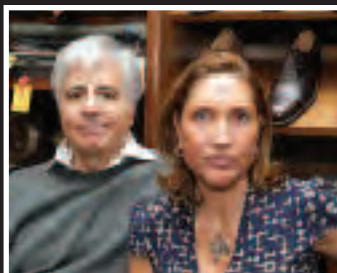
L'ultima novità è il tessuto Sportex 4 Ply del 1949, realizzato in edizione limitata dalla Dormeuil per la maison napoletana in quattro varianti di colore, due tonalità di blue e due di grigio: un progetto voluto da Ugo Cilento, dedicato ai cultori dell'eleganza senza tempo.

Questo pregiato tessuto è nato nel 1922 in casa Dormeuil e ha rivoluzionato l'abbigliamento dell'uomo sportivo dettando le regole dello stile nel golf e nel polo. Ruvido al tatto, di grammatura media, è un tessuto realizzato con la torsione di filati cardati; un tessuto così apparentemente complesso, molto resistente, una vera chicca per intenditori, lontano dalle soffici trame moderne e di una classe senza tempo.

"Il progetto di rieditare un tessuto storico tanto amato dai gentiluomini rientra nella nostra filosofia aziendale ed è frutto di quella ricerca appassionata per le cose belle e di qualità che da sempre anima il nostro lavoro", ha spiegato Ugo Cilento, erede dell'omonima dinastia del mondo tessile.

La presentazione del nuovo Sportex 4 ply di Dormeuil per M. Cilento è avvenuta in un esclusivo incontro al Salotto Cilento lo scorso febbraio, al quale ha partecipato una raffinata clientela internazionale.

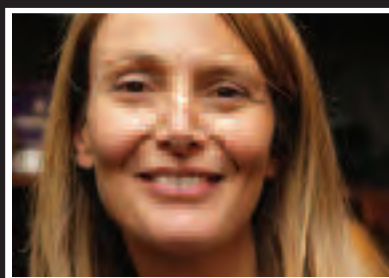
Protagonisti indiscussi dell'evento sono stati i tessuti Dormeuil di oggi e di ieri in uno scenografico allestimento:



accanto ad alcuni preziosi esemplari degli anni Trenta e Quaranta, collezione privata della maison Cilento, sono stati esposti documenti, fotografie e capi d'epoca realizzati con lo Sportex.

Dominic Dormeuil, chairman dell'omonima storica casa di tessuti anglo-francese, ha ripercorso la storia di questo celebre tessuto che ha rivoluzionato l'abbigliamento dell'uomo sportivo e le regole dello stile nel golf e nel polo. "Un tessuto eterno, resistente e dalla grande personalità", ha spiegato Mr Dormeuil.

Presente un parterre internazionale di altissimo target: c'erano esperti di eleganza, amanti del bien vivre, giornalisti e amici di sempre, accolti da Dominic Dormeuil e dal padrone di casa Ugo Cilento. Tra i gentleman presenti, l'architetto Francesco Venezia, il notaio Ennio de Rosa, i valdostani Andrea e Alessandra Nicola, il dott. Ivano Notoli da Palermo, il dott. Tommaso Iavarone che per l'occasione ha indossato il primo abito realizzato con lo Sportex per Cilento, l'architetto Sante Castaldo, il presidente dello Yatching Club di Capri Massimo Massaccesi, il notaio di Genova Giulio Grilli, l'avvocato Geppi Capasso, la signora Quadri, il dott. De Vita Piscitelli, l'ing. Galli, l'avv. Andrea Terenzio, Mimmo e Renata Caccavale, Il dott. Cristiano Barbarulo, Il dott. Paolo Malatesta, l'avv. Massimo, il dott. Piccirella, il notaio Giuseppe Fiordiliso, il dott. Bruno Pignalosa, l'ing. Tavassi, l'avv. Marco Fazia, l'avv. Alessandro Gargiulo, l'avv. Gaetano d'Ambrosio, l'avv. Gianluca Flammia, l'ing. Marzella. ■





È QUANDO TI SENTI PICCOLO CHE SAI DI ESSERE DIVENTATO GRANDE.

A volte gli uomini riescono a creare qualcosa più grande di loro. Qualcosa che prima non c'era. È questo che noi intendiamo per innovazione ed è in questo che noi crediamo.

Una visione che ci ha fatto investire nel cambiamento tecnologico sempre e solo con l'obiettivo di migliorare il valore di ogni nostra singola produzione.

È questo pensiero che ci ha fatto acquistare per primi in Italia impianti come la rotativa Heidelberg M600 B24. O che oggi, per primi in Europa, ci ha fatto introdurre 2 rotative da 32 pagine Roto-Offset Komori, 64 pagine-versione duplex, così da poter soddisfare ancora più puntualmente ogni necessità di stampa di bassa, media e alta tiratura.

Se crediamo nell'importanza dell'innovazione, infatti, è perché pensiamo che non ci siano piccole cose di poca importanza.

L'etichetta di una lattina di pomodori pelati, quella di un cibo per gatti o quella di un'acqua minerale, un catalogo o un quotidiano, un magazine o un volantino con le offerte della settimana del supermercato, tutto va pensato in grande.

È come conseguenza di questa visione che i nostri prodotti sono arrivati in 10 paesi nel mondo, che il livello di fidelizzazione dei nostri clienti è al 90% o che il nostro fatturato si è triplicato.

Perché la grandezza è qualcosa che si crea guardando verso l'alto. Mai dall'alto in basso.

AGB


artigraficheboccia.it

A DIFFERENT IMPRINTING.

ARTI GRAFICHE BOCCIA - SALERNO | ROMA | MILANO | PARIS | LONDON | LAUSANNE

CONTACT:

Via Tiberio Claudio Felice, 7 - 84121 Salerno (Italy)

Tel. +39 081 603011 - Fax +39 081 771811

www.artigraficheboccia.com - info@artigraficheboccia.com

foto di
Pippo by Capri

IL "ROMA" festeggia Salvatore Santoro

Un party a sorpresa ha coinvolto tutti i componenti della redazione dello storico quotidiano "Roma", che si sono trasferiti al "megaride Eventi Club" per festeggiare Salvatore Santoro, amministratore del "Roma".

Un birthday party di quarant'anni molto speciale, grazie soprattutto alla regia del Direttore Antonio Sasso e Tiziana Lanzardo, moglie di Salvatore Santoro, che hanno organizzato tutto nei minimi particolari: dal regalo al buffet de "Il piacere della pasta", dall'animazione alla musica napoletana di Mimmo Sica.

Il neo quarantenne è stato portato al locale con una scusa dall'amico Paolo Rusci-gno: giunti sul posto, Salvatore ha aperto la porta e si è trovato nel buio pesto, quando all'improvviso si sono accesi i flash della macchina fotografica di Pippo by Capri e le grida festose dei giornalisti del "Roma", hanno rotto il silenzio.

A sorpresa anche l'edizione straordinaria del quotidiano distribuita dopo il suo arrivo, con gli articoli di parenti, amici e colleghi che hanno "tramato alle sue spalle" per regalargli la serata speciale.

La festa è riuscita alla grande fra brindisi, risate, tanta musica e balli, fino al faticoso momento della torta a forma di numero 40, realizzata dal maestro pasticciere Emilio Goglia, intorno alla quale si sono raccolti tutti intonando "Happy days". ■



I 40 anni di attività dei Laudiero

foto di
Mario Zifarelli

Dino e Tiziana Laudiero, agenti della “Milano Assicurazioni”, hanno festeggiato i loro quarant’anni di attività con un party esclusivo al decimo piano del Royal Continental.

Era il 1969 quando Vittorio Laudiero fondò l’agenzia di assicurazioni a Via Duomo e da allora è stata un’escalation di successi, fino al 1995 quando Vittorio ha passato il testimone ai due figli, che

oggi dirigono con grande competenza la società. Il portafoglio clienti supera le millequattrocento unità per un fatturato di oltre quattro milioni e mezzo di euro, che gli eredi Laudiero portano avanti con orgoglio. La loro forza non è solo il successo finanziario, ma anche quello umano, infatti, grazie alla

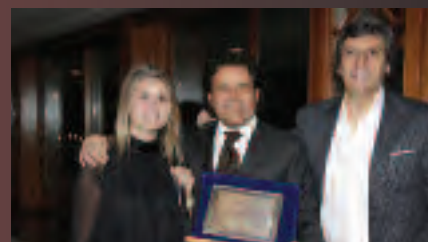
loro semplicità e professionalità, sono stati in grado negli anni di mantenere la vecchia clientela e di attrarne sempre di nuova. “Sono molto soddisfatto di questo traguardo – ha dichiarato Dino Laudiero – ma per noi è solo un inizio per fare ancora

tanto altro, grazie alla fiducia accordataci dai dirigenti milanesi”.

Naturalmente tra gli amici di vecchia data, c’erano anche loro, i quali hanno riservato

per Dino e Tiziana uno scoglio firmato D’auria, maestro dei presepi.

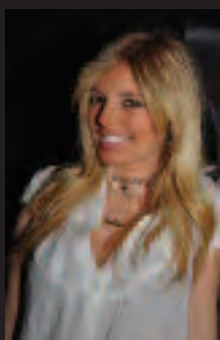
Lo stesso maestro ha firmato anche altri omaggi che i Laudiero hanno dato agli ospiti d’onore: Domenico Minniti di “Harmont&Blaine”, i Wurzburger del “Caffè Kenon” e adele Pignata, amica di famiglia e regista dell’evento. ■



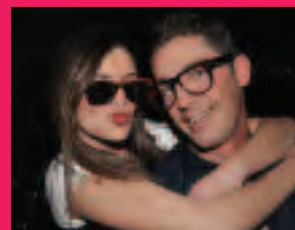


Alla Mela sfilata di glassex e hats variopinti

foto di
Mario Luise



Il sabato della Mela cambia volto ed immagine ogni settimana. Tra i temi scelti lo scorso inverno, "I love glasses e i love hats", così, occhiali colorati e cappelli di ogni genere sono stati sfoggiati dagli abituè del locale di via dei Mille nella serata organizzata dai Joker & Friends. A far ballare e divertire tutti, il dj di casa Dario Guida, che con la sua sele-



zione musicale ha animato la pista fino a tarda notte.

Tra i presenti: Diego De Luca, Kikko D'Arco, Fabio Sapere, Vincenzo Giacomini, Yari Giuliano, Attilio Biondi, Checco Perrot, Laura Peluso, Cristiana Campanella, Fabiana La motta, Roberta Fragalà, Giovanni Avitabile, i fratelli De Laurentiis, Federica Sorgente, Marco Cirillo, Mary Limatola. ■



TENNIS NAPOLI CUP

 Trofeo
SVEZIA AUTO
GRUPPO FUNARI

27 marzo - 4 aprile 2010

TENNIS CLUB NAPOLI

SINCE 1905

www.atpnopoli.com

Makors
makersonline.it

READY TO PLAY!

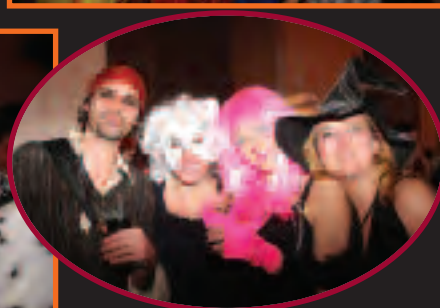
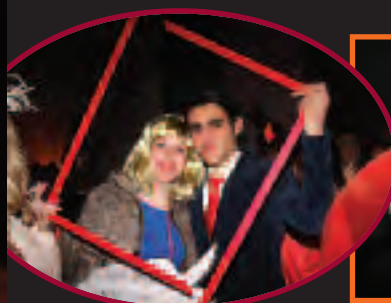
info@makersonline.it
info: 08119809700 - 0817614656

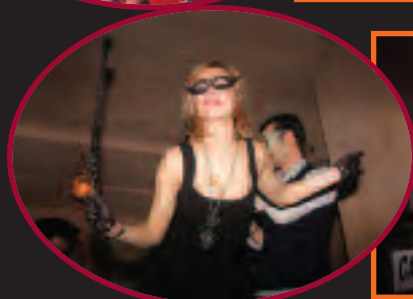
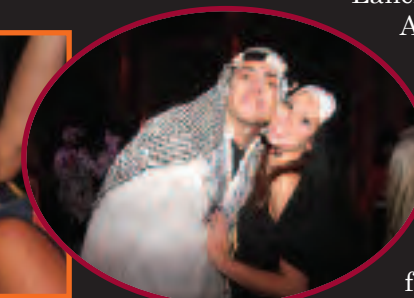
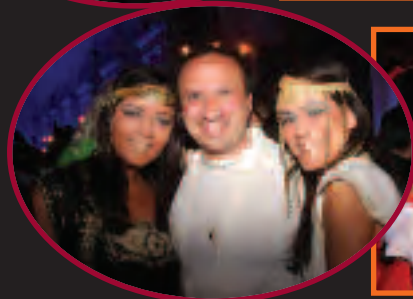
Tennis Club Napoli
Viale Dohrn, 80121 - Napoli

 **CHALLENGER
TOUR**



IL CARNEVALE AL SALONE MARGHERITA





Andrea de Iorio e Valeria Barbaro hanno dato vita ad un esclusivissimo party di carnevale, a scopo benefico, all'interno del magico Salone magherita.

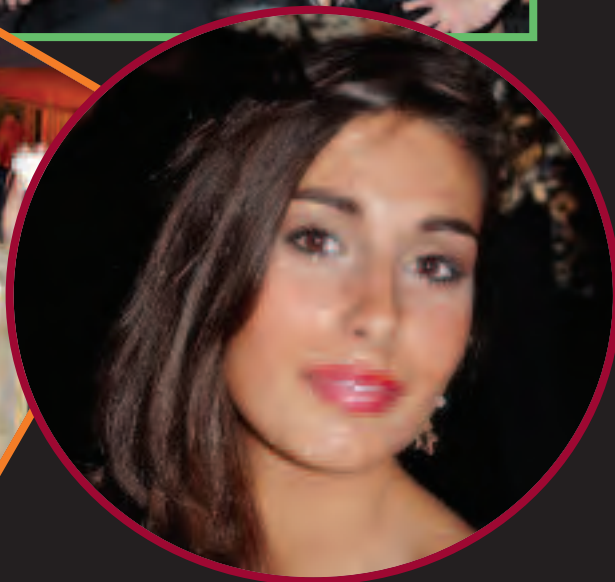
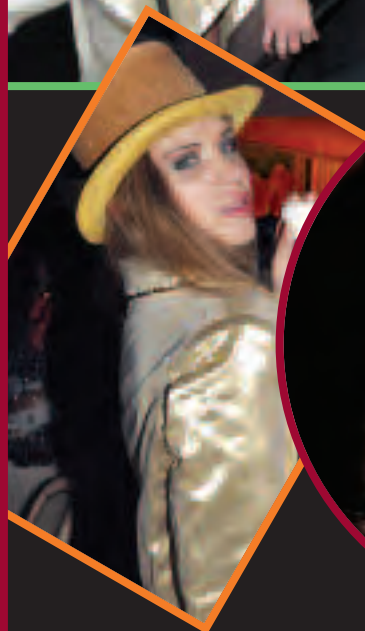
Presupposto fondamentale per accedere, la maschera, alla quale, data l'affluenza, nessuno ha rinunciato: hanno aderito, infatti, circa 1600 persone tra cui il presidente BNL Luigi Abete con tutta una delegazione di dirigenti, la famiglia Barbaro al completo, Pierluigi Petrucci, Guido Forgiuele, Luca Ferlaino, Paolo Schioppa, Roy Capasso, Gianluca Farina, Fabio Chierchia, Gianluca Maffettone e tanti altri, irriconoscibili dietro le loro maschere. Hanno collaborato all'evento 7 dj professionisti, tra i quali Carlo Carità, Carlo Matthey, Valerio Lancillotti, Jenny Esposito, Ademaro Bevilacqua, Gianluca Spinette e dj Fabrizio. In pista anche un inaspettato show di drug queen e a mezzanotte una cascata di oltre 1000 palloncini a forma di cuore.

Il servizio catering è stato affidato a Baring di Stefano auletta, che con ben 8 postazioni bar ha reso un servizio eccezionale, mentre il servizio audio con oltre 18000 watt ed eccezionali giochi di luci, nelle due sale dedicate alla musica, è stato curato da Carlo Doria. ■



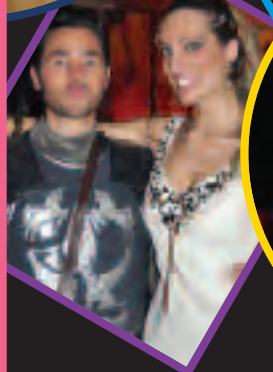
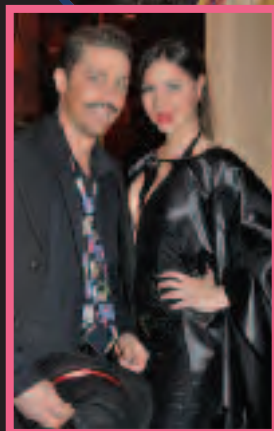
Cena spettacolo da Rosolino

foto di Mario Luise



Grande successo per la cena di carnevale da Rosolino. Vista la varietà e l'originalità delle maschere, risultava difficile anche riconoscere i propri amici.

La musica italiana più bella di sempre, scelta e mixata dal dj Checco Tè e l'animazione di Pigna Voice dal Pacifico/Pineta di milano marittima, hanno contribuito a rendere memorabile anche questa cena spettacolo, dove Ciro Limatola ha festeggiato il suo 27° compleanno. Tra i presenti "riconoscibili", Giancarlo Picariello, Cristiana Piccoli, Federica Sauchelli, Giulio Rizzo, Fabiola e Francesca morano, Fabio Sannino, Antonio Parnoffi, Claudia Pistone, Francesco Tramontano, Ivan Vigilante, Mario Caruso, Rita de Falco, Patrizia Massiello, Nancy Gabriele. ■

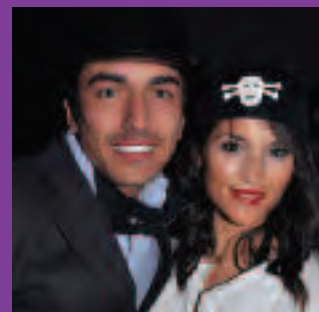
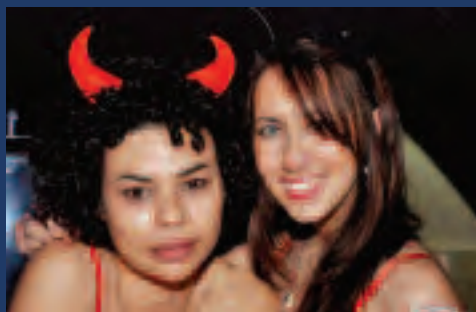




Lo Chez Moi in maschera

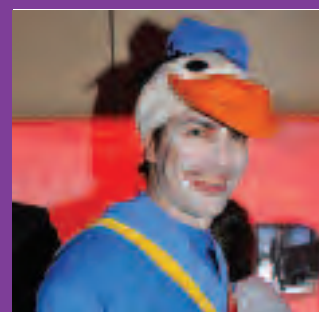
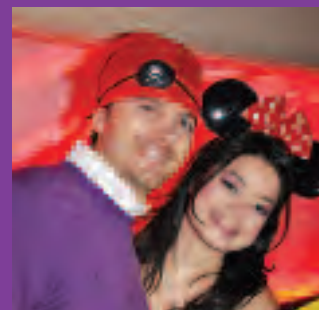
Special guest Peppino di Capri

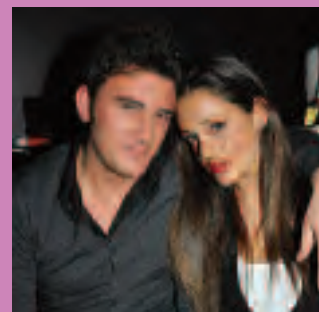
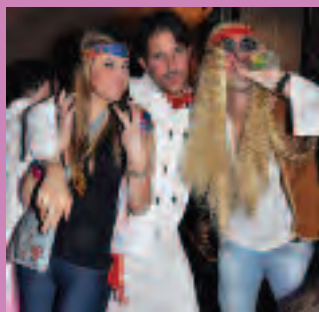




Vederlo in pista, ballare come un ragazzino, divertito al ritmo della Big Band dell'amico imprenditore Wolia Chitis, appassionato musicista, ha dato la conferma che se c'è un evergreen capace di sorridere al passare del tempo e delle mode, questo è lui: mister Champagne, Peppino di Capri, orgoglio della Napoli canora e della musica italiana.

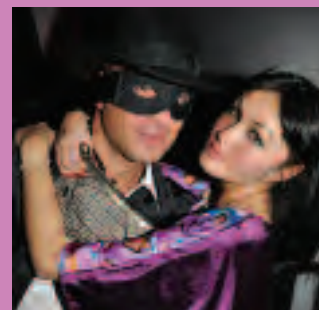
Era lui l'ospite d'onore della serata organizzata da Chitis allo Chez moi, palcoscenico privilegiato per il gruppo di nove musicisti che Wolia ama riunire periodicamente. Un'esibizione da professionisti alla quale Peppino non manca mai di dare il suo contributo, anche in voce. Così nella divertita at-





mosfera carnevalesca, nella quale in centinaia si sono ritrovati felici e mascherati, il concerto ha rappresentato la chicca in più.

La voce da crooner di Wolia si è alternata a quella calda e inconfondibile di Di Capri per la gioia degli ospiti del locale. Poi è toccato a marco Piccolo, dj resident del locale, far scatenare gli habitué dello storico disco night di Parco Margherita. Mai come quest'anno tutti hanno saputo rispondere all'invito "...purchè in maschera!" tirando fuori travestimenti classici, come Minnie e Batman, ma anche veri e propri colpi di genio come la coppia mascherata da paralumi. ■





DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano

**NELLA VITA C'È MOLTO PIÙ DI UNA VOLVO. CI SONO
LE TUE PASSIONI E LE PASSIONI DEGLI ALTRI. C'È
UN'AUTO ANCORA PIÙ BELLA E AFFASCINANTE E
L'EMOZIONE DELLA SUA INNOVATIVA TECNOLOGIA
ECOLOGICA DRIVE DA 99 G/KM CO₂*. ECCO PERCHÉ
GUIDI LA NUOVA VOLVO C30.**

LA TUA NUOVA VOLVO C30 DA

16.700 EURO

VOLVO C30 1.6 D DRIVE KINETIC CON ECCENTRICITÀ VOLVO, IN
CASO DI PERMUTA DI USATO FINO A EURO 2, SCADE IL 31/03/10



*Volvo C30 1.6 D DRIVE Start/Stop da 99 g/km CO₂ e 3,8 l/100 km

NUOVA VOLVO C30.

DA 100CV (74KW) A 230 CV (169KW). CONSUMI CICLO COMBINATO
DA 3,8 A 9,0 LITRI/100KM. EMISSIONI CO₂ DA 99 A 211 G/KM.

La vettura fotografata è equipaggiata
con optional non compresi nell'offerta.
Messaggio pubblicitario con finalità promozionali.

Volvo for life



CONCESSIONARIA

Svezia Auto Gruppo Funari POZZUOLI (NA)

Località Agnano - Via Antiniana 34 - Tel. 081.5700406 - Fax 081.5705554

sveziaauto@funari.it • www.funari.it