

L'Espresso

MAGAZINE

MARZO - APRILE 2015 Anno VIII N°46

Arte
**MIMMO
PALADINO**
Un artista
internazionale

Intervista
**ROSARIO
PELLECCHIA**
Approda in Giappone

Moda
ISAIA
Alla conquista
del mondo

Eventi
**LOS ANGELES, ITALIA
FILMFESTIVAL**
Decennale da Oscar

Moda
HARMONT & BLAINE
Piano di crescita
in tre mosse

Intervista
SIMONA TABASCO
Io e Tea

**GIORGIO
PASOTTI**

Disponibile su
App Store

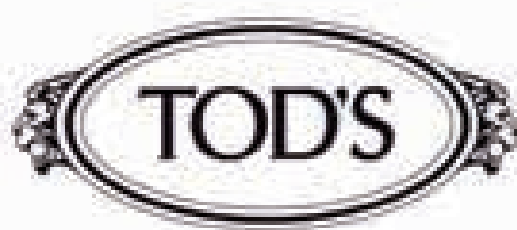




LOUIS VUITTON



TODS.COM









Salvatore Ferragamo

IN COPERTINA



Sergio Pasotti
ph Roberta Krasnig

Edito da i'M srl

Redazione

tel 081 263508

fax 081 282662

www.immagazine.it

info@immagazine.it

reg. trib. di Napoli n° 47
dell'8.05.2008

Editore

Maurizio Aiello

Direttore responsabile

Ilaria Carloni

Caporedattore

Alessandra Carloni

Collaboratori:

Laura Caico

Marco Calafiore

Giuliano Di Domenico

Sergio Governale

Alessandra Militerni

Arianna Nardi

Elisabetta Vairo

PH

Francesco Paolo Esposito

Graphic Design

Francesco Finizio

media.finizio@gmail.com

Distribuzione

Idea Marketing

Stampa

Arti Grafiche Boccia S.p.A. - Sa

Per la pubblicità

ph 081 263508

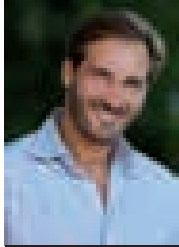
info@immagazine.it

i'M ONLINE

WWW.IMMAGAZINE.IT

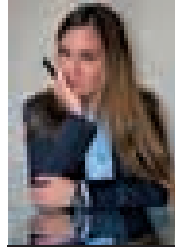


Follow us on:



L'Editore

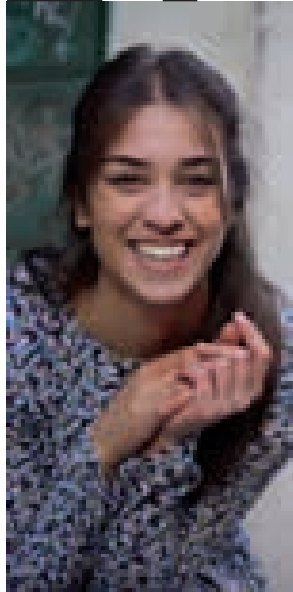
Maurizio Aiello



**Il Direttore
Responsabile**

Ilaria Carloni

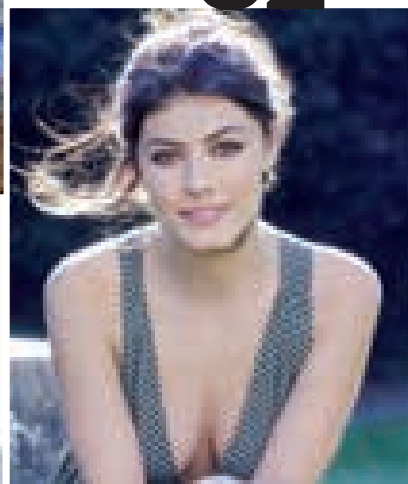
24



72



82



86

SOMMARIO



24 **Simona Tabasco**

IO E TEA

DI ALESSANDRA CARLONI

50 **Giorgio Pasotti**

"IO, ARLECCHINO" E MARIA

DI ILARIA CARLONI

72 **Mimmo Paladino**

UN ARTISTA INTERNAZIONALE

82 **Alessandra Mastronardi**

DA NAPOLI A HOLLYWOOD

DI ALESSANDRA MILITERNI

86 **Rosario Pellecchia**

IL FRIEND DELLA BLACK MUSIC

APPRODA IN GIAPPONE

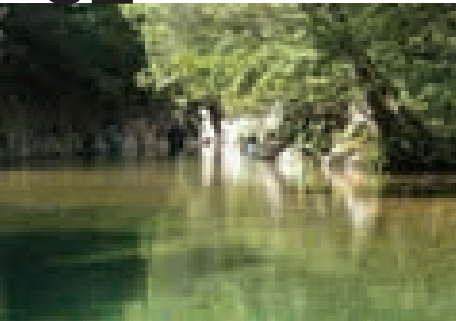
DI ALESSANDRA CARLONI

50



FENDI

32



18



36



60



76

92



SOMMARIO

15 L'opinione

L'ORGOGGIO GREGO
DI FABRIZIO CARLONI

16 Bellezza

LA RINOSETTOPLASTICA
DI MARCO MORACI

18 Milano Moda Uomo

STILE MADE IN NAPLES
DI GIULIANO DI DOMENICO

32 Gole del Calore

LA MERAVIGLIA FANTASMA
DI ARIANNA NARDI

36 Harmont&Blaine

CRESCITA IN TRE MOSSE
DI SERGIO GOVERNALE

42 Pitti Immagine Uomo

L'ESERCITO DEI BRAND PARTENOPEI
CONQUISTA I BUYER INTERNAZIONALI
DI GIULIANO DI DOMENICO

60 Isaia

I SUOI COLORI CONQUINSTANO IL MONDO
DI SERGIO GOVERNALE

68 Solopaca

LA CITTÀ DEL VINO
DI MARCO CALAFIORE

76 Tagliatore

MISSIONE SEMPRE PIÙ ESTERA
DI SERGIO GOVERNALE

92 I'M Model

MICHELA VALMORI

99 Professionisti al top

ALESSANDRO SANSONI
DI ALESSANDRA MILITERNI

102 La sedia della fertilità



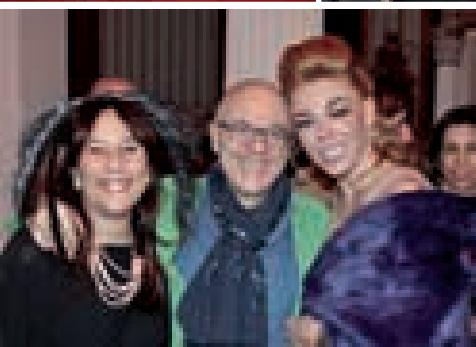
VALENTINO



108



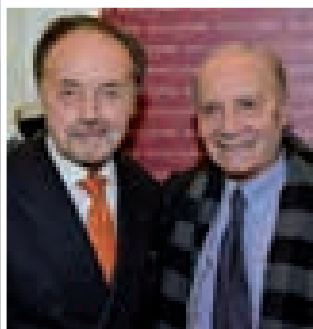
116



124



132



128



144

SOMMARIO

104 Msc

SOGNANDO IL NORD EUROPA

106 Fotonotizie

108 Los Angeles, Italia Film Festival

DECENNALE DA OSCAR

112 L'Amore è...

114 "La scuola" in scena al Diana

116 Selfiemaniac

IL CALENDARIO DELLE STUDENTESSE 2015

122 Valeria Maggio

TRENT'ANNI DA PRINCIPESSA

124 Cristina Cennamo

I SUOI PRIMI 40 ANNI

128 Dalcuore-Talarico

UN SODALIZIO VINCENTE

132 Gli anta di mister Niespolo

136 Che Joia il venerdì!

138 Valentine's party

140 Tutti in maschera per Mimmo Spina

144 Capri Watch

MUSICA, LANCETTE E BOLLICINE

PER IL PRIMO FLAGSHIP STORE NAPOLETANO



Blumarine
SHOP BLUMARINE.COM

MONT
BLANC



TimeWalker Extreme Chronograph DLC and Hugh Jackman

Crafted for New Heights

Questo cronografo automatico è realizzato con materiali altamente performanti, quali il rivestimento "diamond-like-carbon" (DLC) della cassa in acciaio e l'innovativo pellame ultra-resistente del cinturino, per affrontare le sfide della vita urbana e diventare un autentico compagno per la vita. Visitali e scopri la boutique online Montblanc.com



L'ORGOGGIO GRECO

DI FABRIZIO CARLONI



Il risultato delle elezioni greche e la presa di potere, ad inizio dell'anno corrente, da parte della sinistra radicale, sono un sintomo significativo della ribellione di un popolo orgoglioso, contadino e per una buona percentuale di origine continentale e montanara, nei confronti della mondializzazione da cui la propria nazione è stata mortificata. La Grecia ha sempre avuto con i Paesi più dotati sul piano demografico ed economico un rapporto molto difficile; probabilmente per un inconsapevole senso di frustrazione dovuto al raffronto tra il proprio passato e la condizione contingente di popolo vessato e dominato che l'ha accompagnata per secoli. Difficilissime furono le relazioni con l'impero ottomano della cui disgregazione approfittò per essere tra i primi suoi sussidiari a ribellarsi e ad ottenere una libertà costruita sul sangue e su una tradizione millenaria, ormai irripetibile, ma che aveva lasciato di sé molti segni.

Con i tedeschi, anche se la cosa non è stata rilevata da nessuno dei commentatori più credibili ed attenti, sussiste un gravissimo precedente costituito dall'occupazione germanica della nazione nel periodo che va dalla primavera del 1941 all'autunno-inverno del 1944 (sulla materia, Mazower M, *Inside Hitler's Greece* e *Salonicco città di fantasmi, cristiani, musulmani ed ebrei tra il 1430 e il 1950*, più il buon saggio di Rosselli A., *Breve storia della guerra civile greca 1944 - 1949*).

Questo periodo, succeduto all'invasione degli italo-tedeschi fiancheggiati dai bulgari, ha costituito per la Grecia uno dei momenti peggiori della sua lunga storia; il Paese, infatti, fu vittima di una gravissima carestia che fu aggravata dall'embargo inglese che si proponeva di impedire l'afflusso di materie prime e derrate alimentari verso il Peloponneso ed il Pireo che potessero sostenere, oltre alla popolazione, lo sforzo bellico dell'Asse. In questo contesto, in cui morirono di inedia, soprattutto ad Atene, decine di migliaia di abitanti, la popolazione mantenne rapporti di civiltà e di affetto con le truppe italiane, i cui membri erano considerati dai greci come appartenenti alla propria stessa razza; era ripetuto, ed è ancora ricordato, il detto "una faccia,

una razza" che voleva indicare quella affinità tra le due genti mediterranee così sentita.

Odiatissimi, invece, erano i tedeschi per i loro modi e per la maniera rapace con cui trattavano il territorio. I lavoratori volontari e coatti greci (questi ultimi simpatizzanti dei partigiani o "politici") erano considerati in maniera peggiore di quanto non lo fossero i loro compagni di sventura delle altre nazioni europee; questo perché, in genere, ritenuti meno produttivi e, in molti casi, portatori di tubercolosi per le pessime condizioni in cui versava la loro patria. Il ricordo di quei trattamenti è rimasto nella memoria storica dei greci ed è andato a inasprire i rapporti con la Germania che è considerata egemone in un sistema globalizzato che sta soffocando il Paese; abitato, quest'ultimo, da contadini, marittimi, armatori e commercianti e che aveva un sano e forte presidio nelle proprie tradizioni sopravvissute ad una storia lunga e matrice di quella delle altre nazioni, tra cui la Germania.

Rimango convinto – senza sciovinismo o sentimenti negativi nei confronti di singoli Paesi, ma mosso da una fortissima prevenzione per la parte più deleteria e cinica della globalizzazione – che i greci abbiano voluto dare un altro contributo al mondo occidentale, segnando la strada della riscossa ad un'Europa vecchia e stanca che ha dimenticato di innaffiare, ossigenare e fertilizzare le proprie radici. La crisi congiunturale greca, esplosa con l'adozione intempestiva della moneta unica, è una componente di un processo che, a mio parere, è stato azionato dal soffocamento dell'orgoglio di un popolo trattato con paternalismo insopportabile da un'Europa supponente; vittima e tributaria, peraltro, la Grecia, di un universo occidentale privo di affliti e di quella consapevolezza condivisa che, al di là di ogni misticismo fuori tempo, ha nella figura di Gesù Cristo un importante riferimento.

La Grecia, probabilmente, in mancanza anche di un abbozzo di risveglio continentale, sarà soffocata.

Ciò potrebbe essere, per disgraziata che possa essere l'ipotesi che ho avanzato, humus necessario per un risveglio, sommandosi allo stimolo adrenalinico che viene all'Europa dall'attacco sempre più virulento del mondo islamico. ■

carloni.f3@libero.it

La crisi congiunturale greca, esplosa con l'adozione intempestiva della moneta unica, è una componente di un processo che, a mio parere, è stato azionato dal soffocamento dell'orgoglio di un popolo trattato con paternalismo insopportabile da un'Europa supponente.

LA RINOSETTOPLASTICA

DOTT. MARCO MORACI



È l'intervento di chirurgia estetica per eccellenza che affascina e conquista sia uomini che donne di qualunque età. I primi interventi di rinoplastica venivano effettuati dagli indiani addirittura migliaia di anni prima di Cristo che, per ricostruire il naso in seguito alla sua amputazione, eseguivano quello che ancora oggi viene chiamato "lembo indiano".

I RISULTATI

Ci sono letteralmente centinaia di tecniche diverse per eseguire l'intervento di rinoseptoplastica perché ogni naso è unico e quindi ci sono esigenze diverse da soddisfare. Essendo il naso al centro del viso, è fondamentale che dia armonia e carattere all'intero *visus*. Non sempre un naso perfetto è sinonimo di bellezza: a volte una lieve imperfezione può conferire "carattere" ad un volto, ispirando dolcezza o severità, ed è questo che un bravo chirurgo plastico deve interpretare. È un intervento tecnico ed artistico allo stesso tempo e richiede grande esperienza. La rinoplastica ha un impatto enorme sulla psiche del paziente. Nella mia esperienza ho visto pazienti cambiare letteralmente la loro personalità in seguito all'operazione: persone che prima erano timide sono diventate sicure di sé, altre che non guardavano mai negli occhi, con un "nuovo" naso hanno iniziato a farlo senza remore. La durata dell'intervento varia in base alla tecnica utilizzata (30 min. - 2 ore). È un'operazione che viene eseguita in anestesia totale e che può essere fatta sia in day-hospital che con una notte di ricovero.

DECORSO POST-OPERATORIO

Riposo assoluto per una settimana indossando un gessetto sul naso che non si può toccare né bagnare. Per i primi giorni occorrerà dormire a testa alta e mangiare cibi freddi (gelato, yogurt), assumendo i farmaci prescritti. La prima visita di controllo si fa dopo una settimana dall'intervento, durante la quale verranno rimossi gessetto ed eventuali punti di sutura. A questo punto si può tornare al lavoro e alla vita di tutti i giorni, tranne che all'attività sportiva per la quale è consigliabile attendere ancora tre settimane. Per le prime quattro settimane è necessario fare molta attenzione a non urtare il naso per evitare possibili complicanze. Dopo queste quattro settimane vi è la seconda visita di controllo, e dopo sei settimane l'ultima.

Una rinoplastica ben eseguita dà grande soddisfazione sia al paziente che al chirurgo che la esegue e può migliorare moltissimo lo stato psicologico dei pazienti che vivono il difetto al naso come un vero e proprio problema. ■

La rinoplastica ha un impatto enorme sulla psiche del paziente. Nella mia esperienza ho visto pazienti cambiare letteralmente la loro personalità in seguito all'operazione: persone che prima erano timide sono diventate sicure di sé, altre che non guardavano mai negli occhi, con un "nuovo" naso hanno iniziato a farlo senza remore.





Chopard

MILANO MODA UOMO

Stile made in Naples

DI GIULIANO DI DOMENICO

La 5 giorni, dal 17 al 20 gennaio 2015, dedicata alla moda uomo, ha svelato quali saranno i must-have e le tendenze che i più importanti brand del made in Italy hanno proposto per l'autunno/inverno 2015/16. Alla fashion week è sempre presente una parte di Napoli, maison e designer che portano in giro per il mondo il concetto di eleganza e di costruzioni sartoriali che tutti ci invidiano.

Casa **Ferragamo**, il cui fondatore Salvatore è nato in Campania, ha presentato una collezione che comprende i capi essenziali del guardaroba maschile: abiti sartoriali, giacche doppiopetto, cappotti, duffel coat e bluson. La maglie sono percorse da motivi che si intrecciano, oppure hanno una mano intensa e consistente. I cappotti sono indossati con pullover a trecce e grosse sciarpe; le pelli e i tessuti sono trattati manualmente a conferma dell'artigianalità insita nel marchio. Per gli accessori, boot e stringate, la lavorazione è caratterizzata da texture contrapposte come se una scarpa fosse dentro l'altra.

Alessandro Dell'Acqua per **N21** disegna una collezione contemporanea che mixa il tailoring con lo sporty, per un'eleganza rilassata. In questi abiti c'è il gusto della contrapposizione; i cardigan sono portati "a pelle", le grosse calze di mohair con ciabatte di velluto e i disegni argyle si mescolano agli jacquard. La ma-



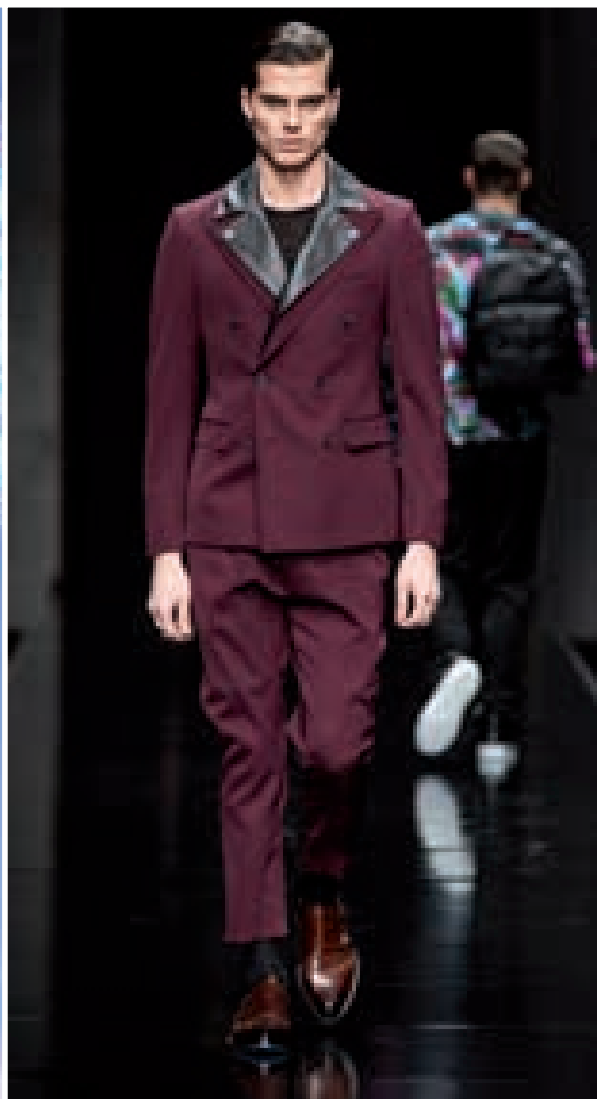
N. 21

Ferragamo

Ferragamo ha presentato una collezione che comprende i capi essenziali del guardaroba maschile: abiti sartoriali, giacche doppiopetto, cappotti e bluson. Con N21 i cardigan sono portati "a pelle", le grosse calze di mohair con ciabatte di velluto e i disegni argyle si mescolano agli jacquard.



Harmont & Blaine



John Richmond

*I materiali di **Harmont & Blaine** sono sempre più performanti, caldi e leggeri: l'imbottitura dei giubbotti si fa light e il capo must è il piumino che ha l'aspetto di una camicia realizzata su tessuti giacca.*

*Per **John Richmond** i capi sartoriali si alternano a chiodi in pelle e a stampe anni '90. Il classico completo prende il sopravvento perché essere ribelli oggi, vuol dire essere eleganti.*

glia è presenza costante con bluson zippati, grossi maglioni, pullover e berretti. La palette cromatica è scura, anche se c'è qualche accenno di giallo e di ruggine. Il risultato è essenziale come i soprabiti dalle linee smilze e le giacche da lavoro perfette.

Harmont & Blaine s'ispira a Napoli e ai profumi, suoni, colori e tradizioni che caratterizzano la città partenopea. Colori, materiali, effetti di sovrapposizioni, di macro-strutturazioni e di micro-disegnature si inseguono nella collezione e i capi sono interscambiabili tra loro. Comfort e facilità di utilizzo sono le caratteristiche imprescindibili dell'ampia proposta del marchio. I materiali sono sempre più performanti,

caldi e leggeri: l'imbottitura dei giubbotti si fa light e il capo must è il piumino che ha l'aspetto di una camicia realizzata su tessuti giacca o proposto in suede con maniche in filato di lana e lavorazione a treccia. La trasgressione da **John Richmond** indossa giacca e cravatta, ma latente rimane l'anima rock dell'uomo del gruppo Moschillo. Per il prossimo autunno/inverno 2015/16, capi sartoriali si alternano a chiodi in pelle e a stampe anni '90. La collezione non si tinge di solo nero, ma anche di blu scuro, grigio, bianco e un rosso profondo. Il classico completo prende il sopravvento perché essere ribelli oggi, vuol dire essere eleganti. ■

Le tendenze moda per l'inverno 2015/16



Fendi

Dopo l'uscita anticipata dalla maison Gucci di Frida Giannini, l'ufficio stile capitanato da Alessandro Michele, nuovo direttore creativo, ha realizzato una collezione in soli sette giorni. L'uomo **Gucci** per il prossimo inverno gioca con l'ambiguità, toccando quelle sfumature sottili tra i due sessi. La mascolinità è estremizzata, quasi a volerla rendere romantica e con una connotazione femminile. Le regole dell'estetica sono mixate con questa collezione che mette un punto all'era della Giannini.

Da **Corneliani** va in scena una raffinata eleganza fatta di parka, lunghi cappotti, giacche dal fit ridotto e giubbini con finiture di pelliccia. Al collo niente cravatte, ma solo foulard per completare un look da gentleman. Sfila l'uomo principe il cui guardaroba sorprende per la nobiltà dei tessuti: dalle lane nodose e dall'aspetto tridimensionale o cardato, al visone ingrigo, fino a capi di cashmere con particolari in pelle. Il blu è interrotto da teneri verdi vegetali, comparse di viola e frequenze di grigio.

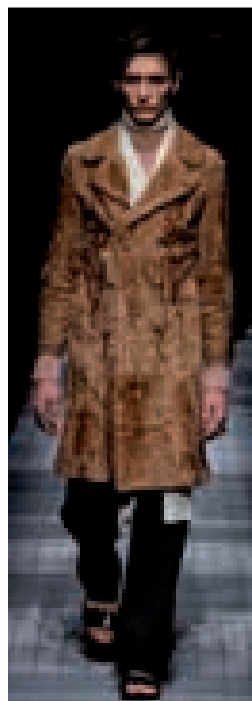
Da **Ermanno Scervino** sfila il dandy contemporaneo dall'animo rock/romantico che tanto piace alla maison. Il designer infatti afferma: "Oggi uno stilista deve restare fedele alla propria natura, proponendo qualcosa di bello, di nuovo, ma sempre di qualità, che piaccia alla propria clientela internazionale. Puntare ad una bellezza senza tempo, radicata nel presente ma orientata verso il futuro, è un obiettivo per chi fa Made in Italy". Il capospalla è protagonista ed ogni suo dettaglio è curato in maniera minuziosa.

La collezione **Fendi** uomo autunno/inverno 2015-16 è pensata per un sognatore urbano contemporaneo. L'attenzione è sui materiali e sulle loro lavorazioni: quello che sembra velluto a coste, infatti, è montone o pelle, mentre i gessati sono motivi 3d tagliati al laser; le righe regimental si trasformano in intarsio; il camoscio, a un certo punto, diventa cuoio. Da lontano tutto appare familiare, ma ad un esame più attento sorprende. La praticità è centrale: i cappotti in pelle scamosciata possono essere piegati e riposti in una tasca zippata o sono completamente reversibili, le coperte in realtà sono maxi sciarpe con ampie tasche. Toni di grigio, blu, latte e tabacco compongono la tavolozza di colori classici. I tessuti sono densi e

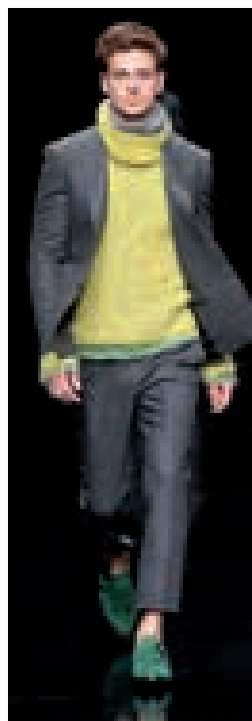


*L'attenzione di **Fendi** è sui materiali e sulle loro lavorazioni, mentre la praticità è centrale.*

*Da **Ermanno Scervino** sfila il dandy contemporaneo. Il capospalla è protagonista ed ogni suo dettaglio è curato in maniera minuziosa. L'uomo **Gucci** gioca con l'ambiguità, toccando quelle sfumature sottili tra i due sessi.*



Gucci



Ermanno Scervino

VHERNIER

ITALIAN TRADITION FOR UNIQUE JEWELLERY



vhernier.com Ph: Ummarino

NAPPA GIOIELLI

Via Filangieri 65 - Napoli - www.nappagioielli.it



Corneliani



Moncler Gamme Bleu



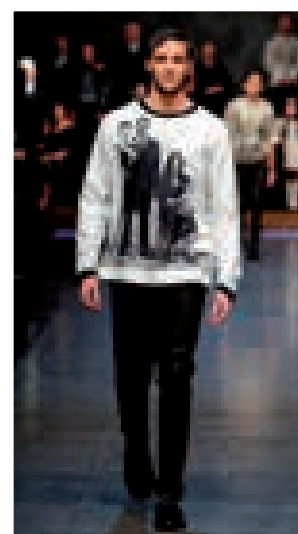
Trussardi



Giorgio Armani



Prada



Dolce & Gabbana

tattili: feltro, velluto a coste, tweed, camoscio, montone, mohair e shetland.

Da **Moncler Gamme Bleu** per la stagione autunno/inverno 2015, si rende omaggio al primo piumino Moncler degli anni '50. L'elemento sportivo questa stagione s'ispira alle divise dei fantini e trova il suo motivo di base nei dettagli estetici, come le stampe grafiche delle giubbe jockey. Il piumino storico acquista importanza anche grazie all'abbinamento con i classici sartoriali: abiti, giacche sportive, cappotti Chesterfield, trench, mantelle, cardigan, polo e pantaloni. Il designer Thom Browne ha cercato di fondere la sua sensibilità verso il capo fatto a mano con l'outerwear e lo sportswear che contraddistingue il brand ormai italiano.

La nuova collezione di **Giorgio Armani** pone in evidenza l'essenza virile e sensuale della bellezza maschile. Per ogni uscita un protagonista, per esaltare l'unicità dei pezzi indossati e la complessità della bellezza di oggi. Chiari elementi iconografici raccontano questa nuova estetica, come la giacca corta, leggera e senza rigidità e i pantaloni a vita alta dal sapore anni trenta. Nuove tecniche di confezione permettono di ottenere lavorazioni double, bordature interne, lacerature, creando strutture così leggere che al tatto sembrano impercettibili.

È Kurt Cobain ad ispirare Gaia **Trussardi** per la nuova collezione uomo. Il risultato è un guardaroba di capi preziosi ma robusti, da vivere e custodire, realizzati con il savoir faire sottile e la perizia tipici di Trussardi. La silhouette è morbida e avvolgente. Maglie girocollo over e lunghi cardigan sono realizzati in bouclé, ciniglie e lane cotte. I giacconi di cervo color creta hanno interni in pelo riccio. I materiali sono confortevoli e lussuosi: cashmere, ciniglia, flanella, pelle di cervo. La palette è calda e troviamo toni fusi di marrone, castagna, verde militare, creta, grigio dai riflessi cobalto, punte di giallo acido.

La famiglia e l'amore per essa sono i simboli della collezione **Dolce & Gabbana**. Frasi come "Amore per sempre" e nuclei familiari con bambini e genitori sorridenti vengono stampati sulle felpe. Il fit dei completi è sempre asciutto e i cappotti sono lunghi. La palette comprende il nero per eccellenza e nella collezione non mancano broccati e ricami all'over tipici ormai del brand. Miuccia Prada è uno dei designer più potenti al mondo perché non è mai banale e le sue collezioni sono sempre quelle che nessuno si aspetta. La sua abilità di captare le influenze del mercato e di calibrarle al suo progetto di marketing è sempre vincente.

La collezione **Prada** presentata a Milano per il prossimo inverno sarà una delle più vendute perché è classica, pulita e senza orpelli. Il materiale principale è il nylon e il nero ha il monopolio nella scala di colori utilizzata. Gli accessori sono sempre un must di ogni collezione, come la scarpa derby reinterpretata egregiamente dalla signora della moda italiana. ■

Kiton

SPRING SUMMER 2015



Simona Tabasco.

Nata a Napoli il 5 aprile 1994.

Dopo aver girato due cortometraggi per il Giffoni Film Festival, nel 2011 entra nel cast di "fuoriclasse" con Luciana Littizzetto. L'esordio sul grande schermo è con il film "Perez" che la consacra al grande pubblico.

SIMONA TABASCO

Io e Tea

**DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI ILARIA RUCCO**

Lei è Tea in "Perez.", premiato film di Edoardo De Angelis con Luca Zingaretti e Marco D'Amore, la figlia del protagonista, un personaggio intenso e affascinante che ha lasciato il segno. "Tea" è Simona Tabasco, giovane interprete napoletana già definita un astro nascente del cinema italiano. Dopo aver girato due cortometraggi per il Giffoni Film Festival è entrata nel cast di "Fuoriclasse", serie televisiva con Luciana Littizzetto. Con "Perez." ha esordito al cinema ed è stato amore a prima vista. Nel corso della VII edizione del Galà del Cinema e della Fiction in Campania è stata premiata come Migliore attrice di film. Presto la vedremo nel ruolo di una svampita estetista in "È arrivata la felicità" fiction targata Raiuno con Claudia Pandolfi e Claudio Santamaria.

Il suo primo ruolo al cinema è stato molto intenso, "Perez." l'ha portata alla Mostra del Cinema di Venezia. Come ha vissuto questa esperienza?

L'ho vissuta come una grande opportunità che mi è stata data. Interpretare Tea è stata un'esperienza forte e illuminante: oggi so quello che voglio fare nella vita. Per amore, per passione, sento il bisogno di continuare a fare l'attrice.

L'ambientazione del film è una Napoli fredda come l'acciaio dei grattacieli, come l'edificio del Tribunale del Centro Direzionale. Niente luoghi comuni, allegria, pizza e sole. Quale





“Non mi piace pensare a quello che sarà di me, preferisco costruire giorno per giorno il mio futuro.”

delle due facce di Napoli le sembra più autentica?

Non lo so. Mi capita spesso di parlare con persone che identificano Napoli con "Gomorra", in realtà per me è pizza, allegria e sole. Una cosa è certa, Napoli è una città divisa: se nasci a Scampia la vivi in un modo, se nasci a via Filangieri in un altro. È piena di contraddirazioni, luci ed ombre, e questo la rende anche affascinante.

Lei è molto bella, mi chiedo se questo aiuti le donne che hanno un talento oltre al dono della bellezza.

Secondo me aiuta, ma io preferisco non aiutarmi con questo. Non mi sento bella, non mi interessa essere notata per il mio aspetto. Nelle persone e nelle cose mi piace più il difetto che il pregio e per le scelte che voglio fare nella mia carriera non è un'arma. Ad esempio, Tea ho cercato di sfigurarla, mi piacciono i ruoli forti, complessi e intensi.

Il personaggio che ha interpretato in "Perez" è molto affascinante: ha un carattere deciso, è molto passionale e ha dei lati oscuri. Quanto c'è di Simona in Tea?

Anche io come Tea mi butto a capofitto nelle situazioni, ma penso di più alle conseguenze. È abba-

stanza lontana da me nel suo modo di amare, ad esempio io ho un bellissimo rapporto con mio padre, comunichiamo molto e con lui mi confido.

Tea è anche molto disinibita, è stato imbarazzante per lei girare le scene di intimità con il collega Marco D'Amore?

In questo io e Tea siamo molto diverse! Ho provato imbarazzo, ma quelle scene erano in linea con quello che volevamo trasmettere.

Quanto e come è cambiata la sua vita da quando è considerata un astro nascente del nostro cinema?

La mia vita è rimasta totalmente uguale, l'unica differenza è che mi sento più carica di responsabilità, in dovere di dimostrare qualcosa. Anche semplicemente un provino lo faccio con una maggiore consapevolezza, con più impegno. Non è arrivato il successo, ma se anche fosse, la mia vita non è cambiata.

Ha un amore?

Sì, sono fidanzata.

Che rapporto ha con la sua città natale, Napoli?





HERNO

Vivo a Roma da due anni, da quando ho iniziato il Centro Sperimentale. Con Napoli ho un rapporto bellissimo, cerco di tornarci ogni volta che posso. Sono nata vicino al bosco di Capodimonte. Quando avevo dodici anni ci siamo trasferiti a Caserta perché i miei pensavano che fosse una realtà più a misura di ragazzina. Ad essere sincera ci abito solamente a Roma! Mi sento totalmente partenopea, in tutto quello che faccio, nel mio modo di sentire.

Ha un sogno?

Da un punto di vista professionale mi piacerebbe sapere cos'è il teatro, mi affascina tantissimo. Il mio sogno nella vita è essere soddisfatta e felice.

Fantastichiamo: come vede la sua vita tra dieci anni?

Posso dire che non la vedo? Nel senso che preferisco non immaginarla, non mi piace pensare a quello che sarà di me, preferisco costruire giorno per giorno il mio futuro, che sia una sorpresa.



La bellezza aiuta, ma io preferisco non aiutarmi con questo. Non mi sento bella, non mi interessa essere notata per il mio aspetto. Nelle persone e nelle cose mi piace più il difetto che il pregio e per le scelte che voglio fare nella mia carriera non è un'arma. Ad esempio, Tea ho cercato di sfigurarla, mi piacciono i ruoli forti, complessi e intensi.

Ha una musa ispiratrice per le sue interpretazioni?

Jasmine Trinca e Marion Cotillard mi piacciono molto, riescono a essere pulite, a comunicare emozioni e mi piacciono le scelte che hanno fatto.

Quali interessi coltiva al di fuori della recitazione?

Amo guardare film, ne guardo due o tre al giorno. L'ultimo, "La classe", mi ha colpito molto perché è un film che pone tante domande ma le risposte le devi trovare.

Progetti?

Sto girando "È arrivata la felicità", una fiction diretta da Riccardo Milani con Claudio Santamaria e Claudia Pandolfi. Mi sto divertendo ad interpretare una svampita estetista napoletana, molto "ricca" nel vestire, quasi una macchietta.

Buoni propositi per questo 2015?

Prendere la patente, imparare l'inglese e iscrivermi all'università, alla facoltà di "Arti e Scienze dello Spettacolo". ■





PATRIZIA PEPE





Harmont & Blaine



GOLE DEL CALORE

La meraviglia fantasma

32 **DI ARIANNA NARDI**



Situate a Felitto, all'interno del Parco nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, costituiscono una serie di cinque forre nate dall'azione erosiva delle acque dell'omonimo fiume che sgorga sulle pendici del Monte Cervati, il massiccio più imponente della Campania.

Lungo la valle del Fiume Calore Lucano, nell'entroterra del Cilento, si trovano le misteriose Gole del Calore. Situate a Felitto, all'interno del Parco nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, costituiscono una serie di cinque forre nate dall'azione erosiva delle acque dell'omonimo fiume che sgorga sulle pendici del Monte Cervati, il massiccio più imponente della Campania. Le gole, formate lungo un corso d'acqua che si estende per ben 63 chilometri, si configurano come una delle principali attrazioni all'interno del vasto territorio del parco istituito nel 1991 (classificato dall'Unione Europea come sito di interesse comunitario) con lo scopo di tutelare la zona dalle speculazioni edilizie. Le sponde del

fiume ospitano spettacolari escursioni guidate adatte a tutta la famiglia ed ideali per gli appassionati di trekking, mentre per i più avventurosi, il profluvio sottostante permette addirittura di praticare il kayaking. Partendo da Remolino si diramano alcuni dei sentieri più belli della riserva naturale, che consentono di attraversare le meravigliose gole.

Percorrendo il Calore la prima delle cinque forre che si incontrano è quella collocata verso la parte alta del borgo di Piaggine, costituita da spioventi pareti rocciose che danno vita ad una bellezza dai tratti ruvidi e decisi. Tra il comune di Valle d'Angelo e Lazzine si staglia invece la seconda gola, di cui una parete appartiene al monte Pescorubino. La meta successiva, nelle vicinanze di Laurino, si





contraddistingue per la presenza di una fitta vegetazione caratterizzata da piante di laconito da cui sbocciano incantevoli fiori blu, gigli selvatici, pungitopo, profumatissime felci, lecci, olmi e piante di cisto che ravvivano il senso della vista ad ogni battito. La quarta e quinta forra, infine, esercitano un fascino innato agli occhi di chi le visita, ciò è dovuto alla presenza di molteplici testimonianze storico-naturali, come la “grotta di Bernardo” che secondo la leggenda sarebbe stata dimora di un brigante, il “ponte di Petratetta” costituito da un masso sospeso sul fiume incastonato tra due pareti ed il “ponte medioevale a schiena d'asino” a Magliano Vetere. Un'altra sorpresa che ci regalano le ultime due gole sono le cosiddette “marmitte dei giganti”, ossia dei giganteschi fori di configurazione circolare generati dalla forza dei mulinelli d'acqua durante le piene. Ma la flora e le intriganti escavazioni calcaree non sono le uniche protagoniste a dominare in questo ampio contesto, infatti, l'oasi tutelata dal WWF ospita una preziosa fauna in cui vivono in armonia e lontano da ogni indiscrezione rari

esemplari di lontra europea, trote fario, cinghiali, tassi, falchi, merli acquaioli, martin pescatore e salamandrine dagli occhiali. Questo piccolo ecosistema all'apparenza inesplorato, selvaggio e rurale, sprigiona bellezza da ogni rupe, inglobando

Le gole, formate lungo un corso d'acqua che si estende per ben 63 chilometri, si configurano come una delle principali attrazioni all'interno del vasto territorio del parco istituito nel 1991 con lo scopo di tutelare la zona dalle speculazioni edilizie.

in una pluralità di scenari, paesaggi somiglianti a scatti provenienti dall'altra parte del pianeta, andando a sublimare ancora una volta tutta la camaleonticità della natura campana. ■



www.liujo.com

info +39 059 7362111 • SHOP AT LIUJO.COM

LIU JO

napoli via filangeri 6/7 - via scialotti 163-165 • **marcellise** loc. Aurno, centro commerciale
campania, s.s. sannitica 87 • **nola** vulcano buono, loc. boscofagnone • **salerno** corso
vittorio emanuele 180



Bassotto, crescita in tre mosse

Harmont & Blaine: prima l'espansione
a Ovest, poi 150 store all'estero
e infine la quotazione in Borsa



In programma l'apertura di decine di store all'estero, tra 100 e 150 punti vendita, la maggior parte dei quali a gestione diretta, con un investimento complessivo compreso tra 40 e 50 milioni di euro. Per il 2018 lo sbarco a Piazza Affari.

Un piano in tre mosse per portare il Bassotto in giro per il mondo con destinazione finale a Piazza Affari. Primo: espansione a

Ovest, in particolare in Francia, sia a Parigi che nella riviera del Sud. In base a una recente classifica della banca China Union Pay (il terzo più grande sistema di pagamento con carta di credito nel mondo dopo Visa e MasterCard), il Paese transalpino è infatti l'area al di fuori del Far East dove i turisti cinesi spendono di più. Secondo: apertura di decine di boutique all'estero, tra 100 e 150 punti vendita, la maggior parte dei quali a gestione diretta, con un investimento complessivo compreso tra 40 e 50 milioni di euro. Terzo: quotazione in Borsa, ma non prima del 2018. In ogni caso non per far prendere profitto ai soci tout court, bensì per incrementare lo sviluppo successivo, la cui stesura è già nelle mani del nuovo amministratore delegato Giulio Guasco, 51 anni, con un ricco passato in Procter & Gamble, Fay, Miroglio e Ralph Lauren. È una crescita ambiziosa ma sostenibile quella di Harmont & Blaine, nel cui capitale di rischio da pochi mesi c'è il fondo Clesidra, fondato dal napoletano Claudio Sposito. A rivelare gli obiettivi del marchio di abbigliamento upper-casual di fascia alta è il presidente Domenico Menniti.

“Con il nostro nuovo socio abbiamo condiviso la strategia di sviluppo innanzitutto sui mercati internazionali. Quando avremo più che raddoppiato il fatturato, allora potremo procedere con la quotazione sul listino milanese”, spiega l'imprenditore calabrese ormai campano di adozione.

LO SVILUPPO SUI MERCATI INTERNAZIONALI

L'articolato percorso di crescita sul mercato globale non è nuovo per il brand campano, ma ha registrato un'accelerazione subito dopo l'ingresso nel progetto Élite di Borsa Italiana, rivolto alle migliori aziende italiane. Harmont & Blaine è stata tra le prime imprese a essere selezionata tre anni fa dalla società che gestisce il listino azionario di Milano per essere sottoposta al piano che si propone di aumentarne la competitività, avvicinandola al mercato dei capitali, spingendo sul rapporto con gli investitori e puntando su un forte orientamento all'internazionalizzazione.



Già presenti nelle principali città italiane – tra cui Milano, Torino, Napoli e Palermo – e nelle località turistiche italiane più alla moda – come Sorrento, Capri, Porto Cervo, Portofino, Forte dei Marmi, Riccione e Sanremo con boutique monomarca – le collezioni del Bassotto sono ormai presenti da alcuni anni in Cina, Stati Uniti, Messico, Russia, Emirati Arabi, Qatar, Spagna e Turchia. Oggi la rete monomarca conta in Italia oltre 65 store e 70 nel mondo, alcuni dei quali shop in shop e corner con partner di prestigio presso i più noti shopping mall. Cui si aggiungono presenze significative nei più importanti multibrand in Italia e nel mondo, da sempre canale di primario interesse per l'azienda campana.



Gli occhi sono ora puntati, oltre che sulla Francia, su Stati Uniti, Inghilterra, Centro America, Medio Oriente e Cina. Le recenti aperture di Almaty (Kazakistan), Baku (Azerbaijan), Bucarest e Mosca hanno seguito quelle di Praga, Erbil (Iraq), Panama City e Città del Messico. Prima ancora il Bassotto aveva messo piede a Yerevan (Armenia), Milano (Corso Matteotti), Santo Domingo (The Blue Mall), Shenzen e Il Cairo. Il piano di aperture nazionali e internazionali ha portato all'apertura anche del flagship store di Madrid, nonché degli stores a Dubai, Miami, Macao, Santa Fè, Doha, Puerto Banus, Tyumen (Siberia) e Casablanca. Nella città marocchina Harmont & Blaine ha appena aperto la seconda boutique. Il Bassotto è presente inoltre nei principali aeroporti: Milano Linate, Napoli Capodichino, Panama, Roma Fiumicino ed Ekaterinburg in Russia. Nuove opening sono previste nei prossimi mesi a Beirut, Doha, Barcellona, Krasnodar (Russia), a Londra nella centralissima Mayfair e imminente è anche l'apertura presso l'aeroporto di Milano Malpensa.

OBIETTIVO: RADDOPPIARE IL FATTURATO

“Siamo in un fase di scouting serrata – spiega Menniti – per la prima fase di internazionalizzazione che partirà dall'Europa. Oltre alla Francia, Montecarlo inclusa, guardiamo anche al Regno Unito e alla Germania”. L'anno venturo sarà invece la volta degli Stati Uniti. “Nel 2016 – annuncia il presidente – apriremo Harmont & Blaine Usa, società interamente controllata che supporterà il nostro ingresso negli States”.

Menniti racconta un sogno che sta condividendo con i fratelli-soci fondatori. “Stiamo creando un polo di qualità della maglieria nella mia natia

Calabria con 70 operai specializzati – racconta –. Sarà in grado di creare prodotti finiti entro i prossimi due anni e di andare sul mercato direttamente. Noi, che ci limitiamo a guidare l'operazione, assorbiremo i loro esuberanti di produzione e pagheremo qualcosa in più rispetto ai centri umbri meglio organizzati e sviluppati per avere prodotti di qualità da un territorio che ha bisogno di lavorare. Stiamo facendo in silenzio qualcosa di molto grande: ridare la speranza a queste persone, che hanno un'elevata artigianalità”.



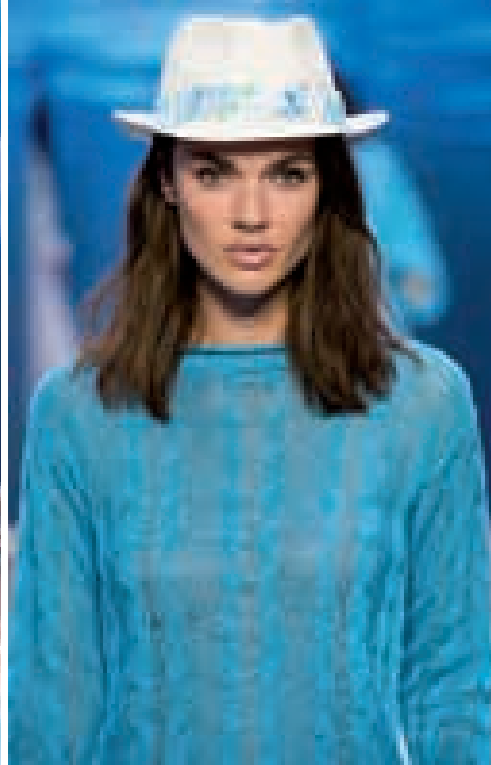
Domenico Menniti

“ Siamo in un fase di scouting serrata per la prima fase di internazionalizzazione che partirà dall'Europa. Oltre alla Francia, Montecarlo inclusa, guardiamo anche al Regno Unito e alla Germania. Nel 2016 apriremo Harmont & Blaine Usa, società interamente controllata che supporterà il nostro ingresso negli States. ”



Collezione gioielli a partire da 59 €
Collezione orologi a partire da 199 €


SWAROVSKI



“ *I colori del caleidoscopio partenopeo sono stati interpretati attraverso l'utilizzo dei colori moka e crema di caffè, evocativi degli aromi, il tufo giallo e il rosso pompeiano degli edifici storici, fino ai toni leggeri come i grigi e gli azzurri polvere che richiamano i suoni e il mare blu di Posillipo.* ”

& Blaine si riscontrano nella nuova collezione per il prossimo autunno/inverno, presentata a inizio anno a Milano nel primo show al di fuori dei locali aziendali presso il Superstudio Studio 3. Il leit motiv della serata nella casa della moda meneghina è Napoli con i suoni, i colori e i profumi, capitale naturale del bacino del Mediterraneo e caleidoscopio di culture. “Il Bassotto interpreta in chiave upper-casual il mediterranean lifestyle – sottolinea Guasco –. Abbiamo elaborato in chiave caleidoscopica le immagini artistiche e storiche classiche di Napoli, come il Chiostro di Santa Chiara, il Pulcinella del Tiepolo, la Galleria Umberto, Palazzo Reale e il Borgo di Santa Lucia”.

Come colonna sonora le musiche del repertorio tradizionale partenopeo, arrangiate in chiave blues e jazz. In questa cornice sono stati presentati 15 outfit più significativi (l'insieme degli abiti e degli accessori indossati da una persona, ndr) della collezione uomo autunno/inverno 2015-2016.

I modelli si sono alternati in pedana per mostrare i look nei loro dettagli: maglie lavorate ai ferri – omaggio alla maestria del lavoro artigianale – piumini in tinte sfumate e pantaloni comfort sono solo alcune delle novità presentate. “Così l'informale diventa eleganza quotidiana – osserva Guasco –. I colori del caleidoscopio partenopeo sono stati così interpretati attraverso l'utilizzo dei colori moka e crema di caffè, evocativi degli aromi, il tufo giallo e il rosso pompeiano degli edifici storici, fino ai toni leggeri come i grigi e gli azzurri polvere che richiamano i suoni e il mare blu di Posillipo”. ■





Amina Rubinacci

NATURAL LEATHER, FUR, CASHMERE, SILK, WOOL, COTTON, LINEN

PITTI IMMAGINE UOMO

L'esercito dei brand partenopei conquista i buyer internazionali

DI GIULIANO DI DOMENICO

Segno positivo per l'edizione 87 di Pitti Immagine che ha registrato un boom di presenze per un totale di 35.000 visitatori. Il salone leader mondiale della moda uomo conferma un +17% dei compratori italiani e + 11% dei buyer internazionali. Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti, afferma: "Un'edizione di Pitti Uomo più che incoraggiante, un'ottima partenza di stagione che porta con sé grande fiducia e ottimismo. Non possono essere che questi gli aggettivi e i toni per un bilancio di questa edizione: una crescita nelle presenze che non riguarda solo il fronte estero, ma anche - e aggiungo con soddisfazione - il nostro paese, e questo non può che farci che piacere". La Campania ha contribuito al raggiungimento di questi numeri grazie ad aziende storiche e nuovi brand, lo specchio di una realtà che svela una Napoli internazionale, che esporta i suoi colori e la sua moda nel mondo.

Per l'autunno/inverno 2015, **Kiton** rivisita l'abito con forme e proporzioni inedite. La giacca capo icona dell'arte sartoriale Kiton, assume una nuova struttura nel doppiopetto dal revers importante e dal corpo più avvitato. I pantaloni sono equilibrati sulle nuove linee della giacca, per un fitting complessivamente più armonico e pensato anche per una tipologia di consumatore più giovane. Grande ritorno dei caban e dei cappotti mono o doppiopetto, la camicia torna invece a dettare il suo rigore nello stile più classico dell'azzurro o bianco e la cravatta si allarga raggiungendo i 9,5 cm. Il verde nella collezione Kiton diventa il nuovo blu ed il blu è eretto ufficialmente a nuovo nero.

Isaia presenta una collezione che s'ispira a Pompei, famosa in tutto il mondo per i suoi affreschi e mosaici che adornavano gli interni delle maestose ville. Per l'autunno/inverno 2015 la maison napoletana ha creato tutti capi che si possono abbinare perfettamente tra loro, sia per colori sia per volumi, proprio come i singoli tasselli di un mosaico che, uniti tra di loro, danno vita ad un unico disegno. Tra i colori spiccano il giallo ocre ed il rosso pompeiano che predomi-

L'edizione 87 di Pitti Immagine ha registrato un boom di presenze per un totale di 35.000 visitatori. Il salone leader mondiale della moda uomo conferma un +17% dei compratori italiani e + 11% dei buyer internazionali.



La Campania ha contribuito al raggiungimento di questi numeri grazie ad aziende storiche e nuovi brand, lo specchio di una realtà che svela una Napoli internazionale, che esporta la sua moda nel mondo.

nano nelle pitture della città sepolta, dalla lava del Vesuvio, il 24 agosto del 79 d.C.

Partendo dalla constatazione che il consumatore non è più in grado di distinguere le comuni giacche da quelle "blasonate", **Eddy Monetti** ne ha realizzate delle nuove, utilizzando tessuti preziosissimi. Il risultato è una giacca morbida, avvolgente e dall'aspetto vissuto così come i mercati richiedono, ma inimitabile e non replicabile. Tessuti double in cashmere elasticizzato, tartan stampati su costine in merinos e micro disegni in jacquard sono protagonisti nell'abbigliamento da giorno della collezione Eddy Monetti autunno/inverno 2015.

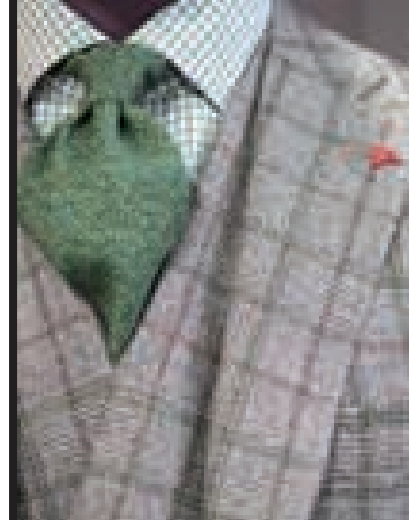
Campanile, uno dei simboli più rappresentativi dell'eleganza napoletana, presenta al Pitti una collezione caratterizzata dall'artigianalità che caratterizza il brand. I colori, come il blu, il grigio, il legno, il verde bosco, con tocchi di chiaroscuri sono realizzati da artigiani specializzati. Il comfort e l'eleganza viaggiano sempre di pari passo con suole in cuoio flessibile o gomma ultraleggera abbinata al cuoio.

Dalcuore sartoria non dimentica nessuna circostanza e con la nuova collezione propone l'outfit più appropriato per ogni situazione grazie a capi pregiati dallo stile moderno e confortevole. Sono i dettagli a fare la differenza: i colli, le tasche e le abbottonature, nella loro varietà, danno ai capi un carattere a volte classico a volte sportivo. La palette di colori punta sulle tonalità del blu e del grigio. Il carattere cromatico è dato dal bordeaux e dall'arancio, che danno un tocco di vivacità e originalità anche alle proposte più classiche.

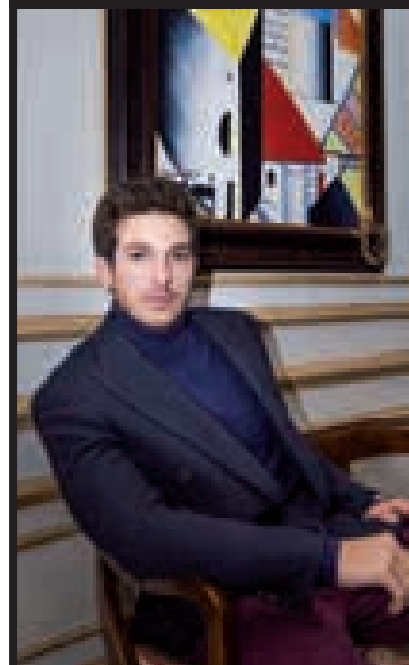
La collezione **Antony Morato** per il prossimo inverno è un tributo all'Italia. Atmosfere notturne e vagamente dark si respirano nella linea Black, etichetta fashion della collezione. Giacche da smoking da indossare con pantaloni in pelle, per un look deciso e pulito. L'etichetta Gold è la parte più casual della collezione e nell'autunno/inverno 2015 ricorda le notti ribelli e trasgressive degli anni '60. Uno stile easy dal gusto retrò per la collezione denominata "Via Veneto", enfatizzata da dettagli in matelassé, righe orizzontali, dai colori classici come il blu e il bordeaux. L'etichetta Silver è la parte fashion-sportswear e mette a contrasto lo stile dinamico e metropolitano delle città di oggi con le imponenti statue degli atleti e i gloriosi monumenti della città eterna. ■



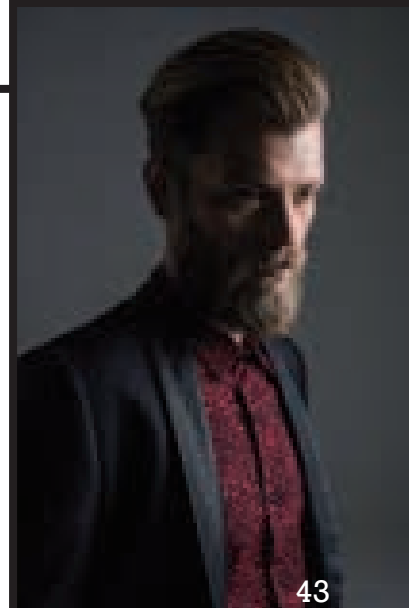
CAMPANILE



ISAIA



EDDY MONETTI



ANTONY MORATO

Tra tradizione e innovazione, il blu ritorna protagonista



PEUTEREY



ALBERTO GUARDIANI



CESARE PACIOTTI

I menswear e le novità per il prossimo autunno/inverno 2015 sono state presentate a Pitti Immagine che ormai rappresenta una piattaforma mondiale per importanti aziende che scelgono Firenze per mostrare nuovi progetti e nuove realtà dell'abbigliamento uomo.

Uno stile grintoso che attinge al passato, ma decisamente contemporaneo per colori, forme e materiali, è la sintesi per la nuova collezione di **Alberto Guardiani**. Tagli, materiali e innovazioni hanno quell'allure British che campeggiava negli anni '60 con i Beatles. Uno dei modelli della nuova collezione è lo Shark's Boot presentato in quattro nuove versioni: in vitello abrasivato abbinato a un tessuto in piede-poule, in vitello abrasivato stampa nido d'ape e, due versioni particolarmente speciali in vitello nero con stampa razza e vitello in stampa saffiano camouflage.

Il fotoreporter e le sue avventure sono il filo conduttore da **Peuterey**, che crea un nuovo parka imbottito, in alternativa al cappotto. I dettagli, sono la vera sorpresa. Tutti i capi sono pensati per ogni momento della giornata, indumenti facili e passe-partout, dai pantaloni con la tasca a fio in cotone pesante o panno di lana, fino alla maglieria.

Cesare Paciotti, al salone del menswear, presenta una nuova sneakers per Paciotti 4US, simbolo della nuova collezione, realizzata in pelle bianca e tessuto multicolor, con chiusura a strappo sulla caviglia.

Fedon propone molte novità e due collezioni. La collezione "Tech" presenta interni progettati per una massima efficienza, esterni valorizzati da finiture gommate, zip idrorepellenti a scomparsa e tracolle removibili. I colori sono accesi e al tradizionale arancio si affiancano blu, rosso, verde, senza dimenticare il classico nero. "Venezia" è la collezione artigianale; le morbide curve create dalla pelle bottalata e il dettaglio a maniglia, creano delle borse di tendenza e sofisticate.

Per **Manuel Ritz** l'ispirazione è British e il must dell'autunno/inverno 2015 è il degradé, che troviamo su giacche e giacconi. Nonostante una forte connotazione sporty chic la collezione Manuel Ritz regala una proposta più fashion, per giacche ed abiti, dominata dal black and white e impreziosita da fodere interne ispirate alle icone del cinema. I pantaloni elegantissimi, presentano la banda in raso, ed il total look è completato dalla maglieria dove l'effetto degradé è più evidente.

Paoloni conferma fit asciutti, accorcia la lunghezza delle giacche, ma propone anche capispalla più comodi e in versione over. Protagonista indiscusso il blu, dal blu notte fino ad arrivare alle sue nuance più aperte come il blu royal, che finisce per mesco-



COMPLETA
IL TUO
LOOK

SCEGLI IL TUO ANELLO
LA NUOVA COLLEZIONE TI ASPETTA

Anelli in argento
da €79

PANDORA
UNDISCREETABLE MOMENTS

Una stile inconfondibile è fatto di dettagli. Scegli gli anelli PANDORA per completare il tuo look e renderlo unico.
Scopri il regalo più vicino su www.pandora.net o acquista online su store-it.pandora.net. Segui su facebook.com/PandoraItalia



FEDON



MANUEL RITZ



PAOLONI



ROY ROGER'S



HERNO

larsi con un'importante palette di grigi e verdi. L'abito è realizzato in tanti tessuti quali i jacquard, le micro fantasie, i galles, i check e un grande ritorno di gessati, come nella migliore tradizione degli anni '30. Coat e giacconi sono caratterizzati da un look sofisticato e rigoroso, conferito principalmente dall'uso di tessuti importanti come cashmere, alpaca, e tessuti a pelo "lungo".

Da **Tagliatore** particolarmente ampia è la proposta di cappotti dal marcato gusto retrò. Revers ampi, linee avvolgenti, maniche raglan e grandi martingale esaltano il punto vita ed evidenziano la silhouette. Immane le iconiche giacche dallo stile unico, rigoroso ed inconfondibile. Must have sono i gilet doppiopetto, anche con inserti di velluto, capaci di ridisegnare la fisicità maschile. La palette colori è sofisticata, delicata e grintosa: il verde petrolio si alterna al rosso, al zucca e al tabacco. Colore principe rimane il blu del mare.

La parola chiave per la collezione autunno/inverno 2015 **Herno** è "leggerezza". Must della stagione non poteva che essere il classico bomber di piuma, ma con caratteristiche tecniche che lo rendono ancora più performante. Il nylon è il più leggero al mondo, solo sette denari e le piume vengono iniettate nelle singole celle come per il tradizionale piumino, evitando così il sacco piuma.

Per **Roy Roger's**, la tendenza del prossimo inverno non è imporre ma proporre. I capispalla non sono mai banali, hanno un'imbottitura termica scozzese nella linea outdoor, sono in nylon jacquard o in lana spigata infeltrita e i piumini vengono realizzati con una lavorazione ad ultrasuoni che evita cuciture rendendoli extra light, meno di 60 gr. I pantaloni e i jeans virano su tonalità intense ma trattate, o sono écreu. Le camicie in chambray o in flanella scozzesi, sono da indossare sotto gilet, scegliendo tra le tante proposte in velluto, in lana a quadri. ■



TAGLIATORE

TAGLIATORE



LIU•JO

Luxury





A portrait of Giorgio Pasotti, a man with dark, wavy hair and a slight smile, wearing a brown and white patterned sweater. He is posing with his hands near his face, one hand touching his cheek and the other near his chin. The background is a light, textured wall.

Giorgio Pasotti.

Nato a Bergamo il 22 giugno 1973. Tra i suoi successi più importanti "Ecco fatto", "Distretto di polizia", "L'ultimo bacio", "Baciarmi ancora" ed il film premio Oscar "La grande bellezza". Ha una figlia, Maria, avuta nel 2010 dall'attrice Nicoletta Romanoff.

GIORGIO PASOTTI

“Io, Arlecchino” e Maria

DI ILARIA CARLONI
FOTO DI ROBERTA KRASNIG

Giorgio Pasotti con grande entusiasmo racconta il progetto del suo ultimo film, “Io, Arlecchino”, nato dal bisogno di riscoprire i valori del nostro Paese, di dare luce ad una cultura immensa. Ed Arlecchino rappresenta la rivalsa, le grida dei giovani che vogliono emergere e farsi sentire. Le sfaccettature cromatiche della maschera, corrispondono a quelle dell'animo dell'attore Pasotti, che è un artista che ha dimostrato da sempre grande spessore, ma anche un uomo ed un padre dalla profonda sensibilità. Un sensibilità che lo fa sentire disarmato al cospetto della sua bellissima bambina Maria (avuta nel 2010 dall'attrice Nicoletta Romanoff, *ndr*), con la quale ha abbandonato il progetto di essere un padre di “polso”, come lo è stato il suo.

Da mesi è impegnato nelle anteprime del film “Io, Arlecchino”, che è un progetto a cui tiene molto. Ce ne parla?

“Io, Arlecchino”, in uscita al cinema ad aprile, ha il suo grande pregio di essere il primo film nella storia sulla maschera di Arlecchino. È assurdo come un personaggio così famoso in tutto il mondo, non abbia mai avuto prima una rappresentazione cinematografica. È una sorta di evento per chi è italiano e per chi fa parte dell'immenso bagaglio culturale che è l'Italia. È molto importante secondo me, in un periodo storico in cui si è persa un po' la bussola culturale, aggrapparci al nostro patrimonio di valori e tradizioni, a tutto ciò che fa essere orgogliosi di essere italiani. Ripescare personaggi che hanno fatto qualcosa di emblematico e che sono famosi in tutto il mondo, è un buon modo per farlo.



Di cosa parla esattamente?

Non è un film storiografico sulla maschera di Arlecchino, ma racconta il rapporto tra un padre ed un figlio, molto diversi l'uno dall'altro, che si ritrovano. Il padre è un ex attore in pensione che si trasferisce in un piccolo paese di montagna e continua, solo per passione, a fare teatro con un gruppo di commedianti "sfigatissimi", che per diletto svestono i panni delle loro professioni per indossare quelli di scena, tra cui appunto, Arlecchino. Una sorta di Armata Brancaleone. Il figlio, invece, è il presentatore di un bieco talk show in cui i concorrenti parlano liberamente dei fatti propri. Lui finge di esserne interessato, ma ovviamente il suo unico scopo è l'audience. A un certo punto è costretto a tornare al suo paese dove riscopre il proprio padre. È un film sull'identità, incentrato sul capire chi si è e dove si deve andare sulla base delle proprie radici culturali.

Come le è venuta l'ispirazione?

L'idea è nata dalla sensazione che oggi ci sia un forte bisogno di tornare a una cinematografia che si riaffacci al mondo con un certo interesse, che parli delle nostre tradizioni pur se con una modernità e dei ritmi adeguati ai tempi. Di un cinema che vada oltre le commedie che fanno ridere, fine a se stesse. Pensi che Arlecchino è più vecchio di Amleto, eppure non è mai stato portato al cinema. Quando ho scoperto che questo personaggio non aveva avuto una vita propria al cinema, ho subito capito che andava fatto. Basti pensare all'impatto visivo che ha Arlecchino, che rappresenta la voglia di rivalsa. È una maschera che tutti i poteri nella storia hanno tentato di far tacere, ma i suoi colori sono difficilmente oscurabili. Simbologgia la voglia di riscatto perché Arlecchino è quel rivoluzionario anarchico che può permettersi di dire tutto come vuole e quando vuole. È il supereroe che raccoglie quel desiderio di tutti, neanche troppo celato, di reagire e di dire la propria.

Lei è un attore di grande spessore artistico, ma soprattutto umano, come dimostra la sensibilità che ha avuto nel trattare questo film.

Riesce a trovare dei suoi simili tra i colleghi?

È raro ma si trovano. Io ho tanti colleghi con i quali ho fatto film come "L'ultimo bacio", registi, e addetti ai lavori con cui ho un rapporto che va oltre quello professionale. È un mondo che per sua natura non favorisce rapporti umani molto profondi, ma si può riuscire a trovare persone sensibili con cui condividere un modo di sentire e di essere. Io li ho trovati in un sottobosco, ed anche se ci vediamo raramente, c'è un fil rouge che ci lega. Quindi è difficile, ma non impossibile.

Un parere sul film "Birdman" pluripremiato agli Oscar.

È un film che risulta più interessante a chi fa questo mestiere perché racconta, in maniera assolutamente veritiera, ed anzi esasperata alla americana, il rapporto col successo. Da noi non è proprio



“

*Sono schiavo di questa
figlia che fa di me ciò
che vuole e la pretesa di
essere un padre di polso
è miseramente fallita,
giusto il tempo di
vederla. Mi sto
sforzando di essere un
padre migliore
e più fermo, ma è
molto difficile.*

”





“ *Arlecchino rappresenta la voglia di rivalsa. È una maschera che tutti i poteri nella storia hanno tentato di far tacere, ma i suoi colori sono difficilmente oscurabili.* ”

così, ma in America sì. È un film geniale, come il suo regista Alejandro González Inàrritu. L'America è ancora un posto in cui vengono riconosciuti i talenti come nel caso di questo signore messicano. In Italia questo purtroppo non esiste, e non ci sono quasi più nemmeno persone che sanno riconoscere talenti. I pochi rimasti hanno le mani legate.

Cosa si dovrebbe fare?

Credo che le Istituzioni dovrebbero sostenere di più i giovani, che invece non si sentono riconosciuti. Così facendo anche le idee più geniali muoiono.

E dei social network cosa pensa?

Anche io sono stato inevitabilmente coinvolto, ma lo faccio con grande pigritia e credo che li abbandonerò. La mania degli artisti di mettere in piazza il proprio privato in rete non fa bene, perché toglie quell'alone di mistero che affascina di un personaggio pubblico. Dal punto di vista sociologico, è una cosa molto pericolosa specie per i ragazzi: da un punto di vista culturale perché è vero che possono

facilmente e rapidamente informarsi su tutto, ma in modo molto superficiale. Per quanto riguarda le relazioni, ruba loro il tempo per vivere veramente, per fare esperienze concrete in prima persona. Io vivevo per strada, socializzavo. Oggi invece i ragazzi si chiudono dietro un computer e si sentono collegati con il mondo, ma in realtà sono solissimi.

Come si regola con sua figlia Maria a riguardo?

A cinque anni insegna alla nonna come usare l'ipad. È impressionante, la tecnologia fa parte del linguaggio delle nuove generazioni sin da bambini. Quando parliamo al telefono per Maria è normale vedermi in diretta, o mandarmi una foto. Per me invece è assurdo anche solo vedere queste fotografie che passano attraverso dei telefoni in tempo reale. La tecnologia va sfruttata con la dovuta cautela perché è un processo irreversibile, ma confido che saranno proprio i fruitori di questi strumenti ad allontanarsi, perché secondo me sul fascino di avere l'ultimo cellulare, vince pur sempre la vita



Chantecler
CAPRI



gioielleria

Iannicelli
1 8 7 2

Via Mazzini 57 - Caserta
Via Mazzocchi 23 - Santa Maria Capua Vetere (CE)

all'aria aperta e il rapporto diretto e fisico tra amici. I libri come i film sono esperienze che il telefonino non può dare.

A proposito di temi attuali, ha scritto e interpretato il film "Mio papà", sul ruolo dei "patrigni" nelle famiglie allargate. Un'esperienza da lei vissuta in prima persona...

"Mio papà" ha uno spunto chiaramente autobiografico perché quando ho conosciuto la mia ex compagna Nicoletta Romanoff, lei già aveva due figli. Il fenomeno delle famiglie allargate sta prendendo il sopravvento sulla famiglia tradizionale, si stima il 55% di famiglie separate che si uniscono ad altri "pezzi" di famiglie, ed è i questi contesti che si inserisce il difficilissimo ruolo dei padri "acquisiti", che è fatto di equilibri molto precari.

Lei che rapporto ha conservato con i figli di Nicoletta?

Ho rispettato sin dall'inizio il loro padre, che peraltro è bravissimo, e sono stato sincero e chiaro dicendo loro che io sono una persona su cui potranno sempre contare. Trattandosi di un rapporto che non nasce in automatico, si dà meno per scontato, si rincorre da entrambe le parti, si costruisce con più sacrificio e spesso, proprio per questo, ha una profondità e una solidità che a volte nemmeno con i proprio figli naturali si riesce ad avere.

Che rapporto ha invece con sua figlia Maria?

Il classico rapporto italiano tra padre e figlia femmina. Sono schiavo di questa figlia che fa di me ciò che vuole e la pretesa di essere un padre di polso è miseramente fallita, giusto il tempo di vederla. Mi sto sforzando di essere un padre migliore e più fermo, ma è molto difficile. Anche perché femmine si nasce, non è che ve lo insegnano, quindi la guerra è impari ed io l'ho capito da subito. Cerco di porre dei limiti, ma è molto complicato. È vero che i figli sono il senso della vita, fanno ridimensionare il valore di tutto ciò che pareva importante o indispensabile. Questa consapevolezza rende ancor più deboli nei loro confronti.

Che cosa le insegna?

Sto cercando di trasmettere a mia figlia i valori a cui sono stato educato io. Non voglio che veda cameriere e tate, ma suo padre che cucina, che fa i letti, che spegne la luce quando non c'è bisogno che resti accesa. Non sono le parole ma è l'esempio che conta coi bambini e cerco di darlo come è stato fatto con me.

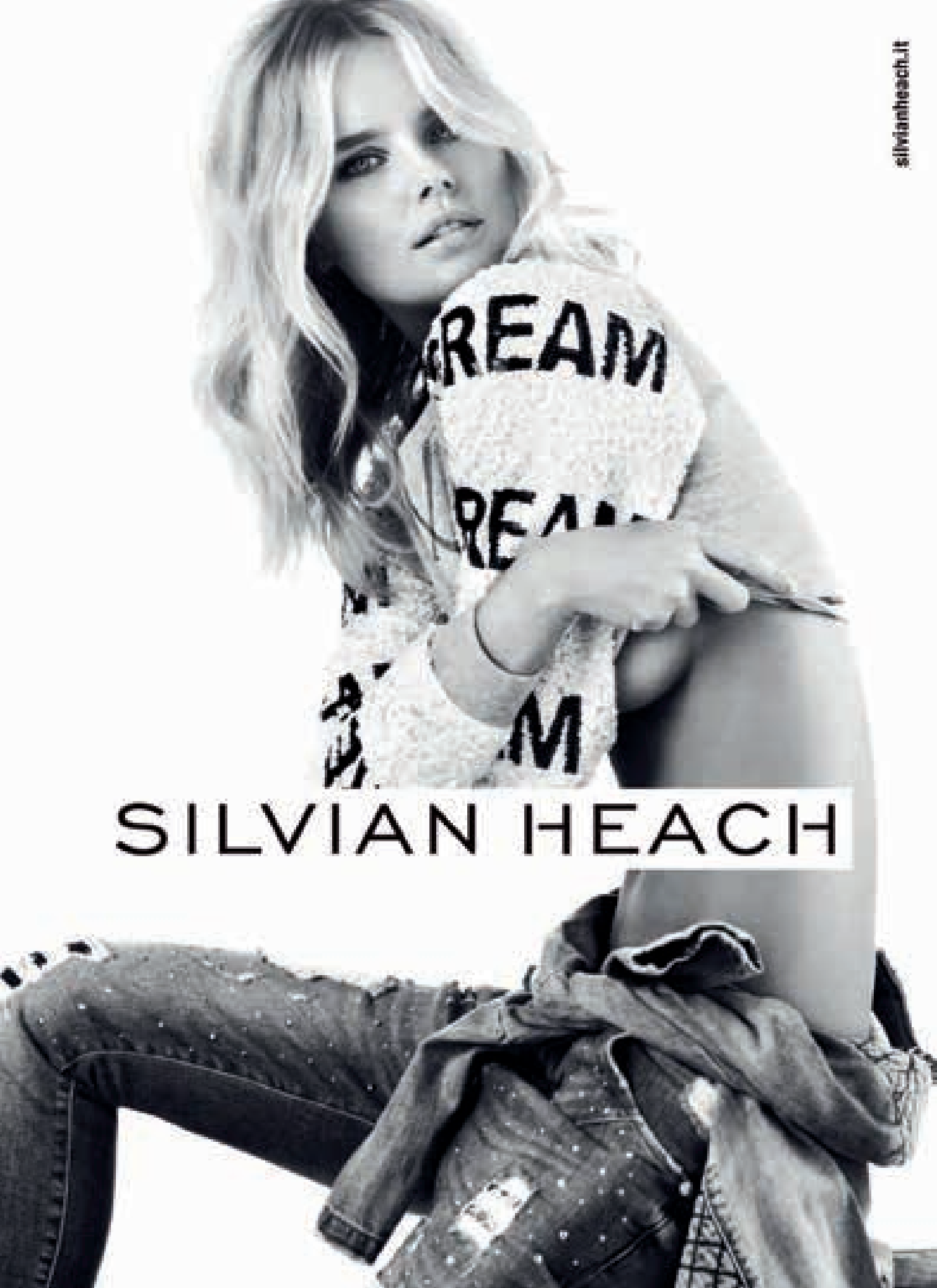
Lei e Nicoletta riuscite ad essere in armonia sull'educazione della bambina?

È fondamentale, a prescindere se si è insieme o meno, essere un monolite di fronte ai figli. Noi per fortuna ci riusciamo, adottiamo lo stesso sistema educativo e siamo all'unisono su tutto, dalle cose più piccole a quelle più importanti. ■



“

Sto cercando di trasmettere a mia figlia i valori a cui sono stato educato io. Non voglio che veda cameriere e tate, ma suo padre che cucina, che fa i letti, che spegne la luce quando non c'è bisogno che resti accesa. Non sono le parole ma è l'esempio che conta coi bambini e cerco di darlo come è stato fatto con me.



SILVIAN HEACH



IDEE PER LA MIA CASA

riflessi.it

PICASSO CREDENZA IN ROVERE CON
ANTE RIVESTITE IN TESSUTO ALENANDA
KINGPORE. QUEEN SPECCHIO

RIFLESSI
modernity and style in your

i'M made in Naples



I colori di **ISAIA**
conquistano il mondo

60

DI SERGIO GOVERNALE

i'M MARZO-APRILE 2015

*Parla **Gianluca Isaia**, l'Ad del brand di moda maschile di lusso: ecco il nostro piano di espansione in Cina, in Giappone e negli States*

Un'espansione in grande stile in Cina per Isaia, dove il marchio del corallino rosso è già presente dal 2011. Dopo aver inaugurato l'anno scorso il primo monomarca a Hong Kong nel mall Landmark – una delle più prestigiose mete dello shopping di lusso della città – e a Macao, il brand partenopeo della sartoria maschile di lusso sbarcherà prossimamente nelle principali città del Paese dell'Impero Celeste, come Pechino e Shanghai, con 15 opening. Non solo: la strategia di crescita sui mercati internazionali prevede anche aperture a Los Angeles, New York e a Tokyo. Il tutto senza il contributo di fondi o soci finanziari, ma con il supporto delle banche, tra le quali Cariparma e Hsbc, che sosterranno l'ingresso rispettivamente in California e nella Grande Mela. Ad annunciarlo è il presidente e amministratore delegato Gianluca Isaia, che non esclude nel lungo termine, ovvero non prima di cinque anni, l'ipotesi della quotazione a Piazza Affari. "I colori della nostra ultima collezione, ovvero l'ocra e il rosso pompeiano, conquisteranno il mondo", spiega.

Hong Kong e Macao: quando avete aperto le due location nel Far East?

L'estate scorsa abbiamo inaugurato la boutique di Hong Kong, a cui è seguita a dicembre quella di Macao. Le aperture sono il frutto di un patto quinquennale che abbiamo sottoscritto con ImagineX Group, azienda leader nel brand management, retail e distribuzione nel mercato asiatico. Prevediamo di aprire altri 15 negozi diretti, tra cui sicuramente a Shanghai e Pechino. In Cina abbiamo esordito nel 2011 in partnership con Lane Crawford, iconico luxury department store e parte del Lane Crawford Joyce Group, di cui fa parte anche ImagineX. Da allora il nostro brand è tra i top performing della categoria abbigliamento maschile.

Come avete "sedotto" i cinesi?

Con il profondo legame che riusciamo a instaurare con i clienti finali. Un legame che scaturisce proprio dalla loro esperienza diretta: quella di vestire capi di altissima qualità, dalla manifattura artigianale ma dallo stile più contemporaneo. Per questo motivo, per noi è imperativo che questa esperienza sia sempre coerente presso tutti i nostri punti vendita. Specialmente oggi che i consumatori, e i più sofisticati gentlemen cinesi, viaggiano per il mondo e sono alla costante ricerca di prodotti personalizzati e di altissimo pregio.

Come riuscite a offrire in loco l'artigianalità del brand?

In ogni nuova boutique cinese è presente un sarto formato in azienda e scelto con cura dai master tailor Isaia, che regolarmente visitano i singoli punti vendita per speciali eventi "su misura". Dietro tutto questo c'è un intenso lavoro eseguito da un team di collaboratori di talento, appassionato e ossessionato anch'esso dalla qualità e dal dettaglio. Sono sicuro che



Gianluca Isaia

con ImagineX, cui ci lega la comune passione per questo mestiere, diventeremo un brand icona anche in Cina. La decisione di investire nel Paese dell'Impero Celeste fa comunque parte di un progetto di espansione worldwide.

In quali Paesi siete presenti e in quali intendete arrivare?

Attualmente i nostri prodotti vantano una distribuzione in oltre 230 punti vendita in tutto il mondo. Abbiamo boutique a Mosca, San Pietroburgo ed Ekaterinburg, sempre in Russia. Siamo poi a Kiev, in



Ucraina, a Baku, in Azerbaijan, e infine a Milano e Capri. Il nostro piano di espansione contempla due aperture nel prossimo mese di luglio: a Los Angeles e a Tokyo. A settembre saremo poi a New York. Il piano di investimenti non prevede un supporto esterno come quello di fondi o soci finanziari. Faremo tutto con le nostre gambe, con il solo supporto delle banche. Infatti continuiamo a crescere: dopo aver registrato un fatturato di 35 milioni nel 2013, l'anno scorso abbiamo segnato circa 41 milioni.

Siete stati contattati dai fondi di private equity per il vostro sviluppo?

Sì, da diversi. Ma nel breve periodo escludo il loro ingresso nel capitale. La quotazione in Borsa è più interessante, ma anche più stressante, per cui credo che per prendere in considerazione qualsiasi ipotesi di apertura del capitale bisognerà attendere almeno cinque anni.

Hsbc. Quella di Los Angeles da Cariparma-Crédit Agricole, che ci ha erogato una linea di 1,5 milioni di euro con la garanzia di Sace, società che fa capo al ministero dell'Economia per l'assicurazione del credito all'esportazione.

“ *Isaia significa “made in Naples”, valore inteso sia come tradizione sartoriale partenopea sia come conoscenza esclusiva del prodotto: ogni collezione, infatti, è prodotta solo ed esclusivamente a Casalnuovo.*

Torniamo all'espansione all'estero.

Stiamo pensando all'Europa, purtroppo maggiormente penalizzata dalla crisi, in particolare a Londra, piuttosto che a Parigi e a Roma. Speriamo di avere una maggiore motivazione nei prossimi anni, quando la crisi sarà passata.

Andiamo indietro nel tempo: ci rac-



62 Quali banche vi stanno supportando?

L'apertura di New York è assistita da

www.albano.it

ALBANO



ALBANO

NAPOLI PIAZZA S. CATERINA A CIRIACI, 12 - NAPOLI VIA LUCA GORDANO, 78

“

Le collezioni si sviluppano su tutti i colori esistenti a Pompei, dalle varie sfumature del rosso pompeiano all'ocra. Il primo in origine era ocra, che con le alte temperature dell'eruzione ha dato vita al rosso pompeiano.

”

conti la storia dell'azienda.

La società, ancora di proprietà della nostra famiglia, nasce nel 1920 a Napoli grazie all'intuizione di Enrico Isaia, il capostipite, che apre un negozio di tessuti pregiati destinati alle più rinomate sartorie della città e che negli anni successivi fa allestire, accanto al locale, un laboratorio di piccole dimensioni, dove abili artigiani confezionano abiti da uomo su misura. Nel 1957 i fratelli Enrico, Rosario e Corrado trasferiscono l'attività a Casalnuovo, paese alle porte di Napoli dove la metà degli abitanti sono sarti di professione. Nel giro di un decennio Isaia diventa una vera e propria azienda sartoriale che produce capi di altissima qualità per i più prestigiosi negozi italiani. Nei primi anni Ottanta iniziano l'industrializzazione e l'internazionalizzazione. Oggi la gestione è affidata alla terza generazione della famiglia: a me, a Enrico, responsabile delle risorse umane, a Massimiliano, responsabile della produzione, e ad Alessandra, responsabile del prodotto.

Condensi in uno slogan la mission aziendale.

Isaia significa 'made in Naples', valore inteso sia come tradizione sartoriale partenopea sia come conoscenza esclusiva del prodotto: ogni collezione, infatti, è prodotta solo ed esclusivamente a Casalnuovo. E' un valore radicato nel Dna dell'azienda e delle 250 persone che vi lavorano e che sottopongono i capi a severi controlli di qualità durante le diverse fasi di lavorazione prima della consegna.

Ci parli delle ultime collezioni: dove le avete presentate?

A Firenze al Pitti, l'unica fiera maschile al mondo. E poi a Milano, più interessante perché lascia più spazio alla presentazione delle proprie collezioni. Quest'anno la collezione si è ispirata a Pompei. Abbiamo avuto il supporto dello Studio fotografico di Pio Foglia. Nella mostra "L'eros in Pompei" abbiamo mo-



strato le lupanare, all'epoca più numerose dei panifici. Non si è trattato di pornografia, ma di mostrare le posizioni d'amore di duemila anni fa fatte con la massima spontaneità e giocosità. Per loro che non avevano alcun timore religioso era abbastanza naturale. Gli affreschi al di fuori delle case indicavano la specialità della ragazza che si andava a trovare. Abbiamo presentato un pezzo importante della cultura made in Italy.

Passiamo ai capi.

Le collezioni si sviluppano su tutti i colori esistenti a Pompei, dalle varie sfumature del rosso pompeiano all'ocra. Il primo in origine era ocra, che con le alte temperature dell'eruzione ha dato vita al rosso pompeiano. Abbiamo dato molta importanza alla parte sportiva. Da diverse stagioni ormai lo sportswear – le camicie, i maglioni e i giubbotti – rappresenta una parte importante delle nostre collezioni. ■



LIFE IS ABOUT MOMENTS

CELEBRATING ELEGANCE SINCE 1830

CLIFTON
AUTOMATIC 41 MM
MOVIMENTO AUTOMATICO
www.baume-et-mercier.it

BRUNO & PISANO

1948
OROLOGI E GIOIELLI

Napoli - Via Calabritto 14 - Tel. 081 7644250



BAUME & MERCIER

MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

LIU·JO
U O M O







Il Santuario Benedettino della Madonna del Roseto

SOLOPACA

La città del vino

68

DI MARCO CALAFIORE

i'M MARZO-APRILE 2015

Solopaca, in provincia di Benevento, è ritenuta la città del vino. Abitata da poco più di 4.050 abitanti, la sua economia, molto attiva, è oggi nota in tutto il mondo appunto per la produzione del vino DOC Solopaca, oltre l'Aglianico e il Falanghina. Ma facciamo un passo indietro: il suo territorio, abitato sin dall'epoca preistorica, ha conservato tracce di numerosi insediamenti: il sannitico, il romano, ma le testimonianze più evidenti e numerose risalgono al periodo medioevale, quando i Normanni, probabilmente nell'XI secolo, edificarono il Castello di San Martino, del quale resta solo una sola torre circolare e per questo denominato "Castellotto".

Il Castello di San Martino nel 1609 era la dimora dei nobili di origine genovese Ceva-Grimaldi, Duchi di Telesse e Signori della terra di Solopaca, lì infatti si stabilirono dopo che il territorio di Telesse fu sconvolto da un terremoto che provocò esalazioni di vapori sulfurei. Successivamente, nel 1672, i Nobili costruirono e abitarono il Palazzo Ducale, ancora oggi esistente con la sua caratteristica facciata decorata con la tecnica del rinzafo. Governarono Solopaca per due secoli e negli anni successivi fecero costruire alcuni edifici che meritano ancora oggi di essere visitati, su tutti la Chiesa del SS. Corpo di Cristo, con le sue decorazioni tipicamente barocche e l'attiguo campanile in stile Vanvitelliano; e la Chiesa di S. Mauro, contenente un'antica scultura del Santo, trasferita qui dagli sfollati del terremoto di Telesse. Ma il centro storico di Solopaca, dalla caratteristica forma allungata, conserva anche altri edifici storici di grande pregio artistico: il Palazzo Cutillo-Perlingieri, il Palazzo Stefano Cusani, dal nome dell'omonimo storico e filosofo italiano nativo di Solopaca, il Palazzo della Contessina Fasani, e ancora il Palazzo Abbandoni e Palazzo Aceto.

Al proposito di aceto, Solopaca, divenuta nel 1806 comune autonomo del Regno di Napoli, nel XVIII secolo attraversò un periodo di forte prosperità economica, dovuta principalmente al commercio di vino, olio e ciliegie. Commercio che ancora oggi festeggia nel suo Museo Eno-Gastronomico, situato nell'antico Palazzo Cu-



Nel XVIII secolo attraversò un periodo di forte prosperità economica, dovuta principalmente al commercio di vino, olio e ciliegie. Commercio che ancora oggi festeggia nel suo Museo Eno-Gastronomico, situato nell'antico Palazzo Cutillo, che raccoglie reperti della lavorazione contadina e un'importante biblioteca gastronomica. Inoltre, la seconda domenica di settembre, dal 1977, la cittadina rivive tradizionalmente la famosa e caratteristica Festa dell'uva, nella quale sfilano carri allegorici ricoperti di chicchi d'uva di diversi colori.



I Nobili fecero costruire alcuni edifici che meritano ancora oggi di essere visitati, su tutti la Chiesa del SS. Corpo di Cristo, con le sue decorazioni tipicamente barocche e l'attiguo campanile in stile Vanvitelliano; e la Chiesa di S. Mauro, contenente un'antica scultura del Santo, trasferita qui dagli sfollati del terremoto di Telese.

tillo, che raccoglie reperti della lavorazione contadina e un'importante biblioteca gastronomica. Inoltre, la seconda domenica di settembre, dal 1977, la cittadina rivive tradizionalmente la famosa e caratteristica Festa dell'uva, nella quale sfilano carri allegorici ricoperti di chicchi d'uva di diversi colori: la Festa, spettacolo unico e suggestivo, richiama per le strade di Solopaca e in tutta la vallata decine di migliaia di turisti ogni anno, curiosi di assistere alla sfilata dei carri allegorici, degli sbandieratori e i musicanti. Lungo il percorso vengono allestiti banchetti gastronomici che consentono ai turisti di gustare i piatti della cucina contadina. Tuttavia il fine della Festa dell'uva è inevitabilmente quello di valorizzare il vino DOC del territorio, un prodotto culturale e naturale frutto del lavoro umano della Cantina di Solopaca. ■



La chiesa di San Mauro



CAMOMILLA

Italia

dal 1974





MIMMO PALADINO

Un artista internazionale

DI ALESSANDRA MILITERNI

Domenico Paladino, meglio conosciuto come Mimmo, è uno dei più stimati esponenti della Transavanguardia, un movimento artistico italiano fondato nei primissimi anni Ottanta da Achille Bonito Oliva, che rivendicava un ritorno alla pittura dopo un periodo di dominazione dell'arte concettuale e del Minimalismo. Paladino nasce a Paduli, in provincia di Benevento, nel 1948, e negli anni Settanta inizia la sua evoluzione come pittore e scultore. Si esprime in opere dal sapore arcaico, in cui si fondono la rappresentazione di immagini riconoscibili ed elementi astratti, la dimensione dello spazio e del tempo, attraverso un continuo riferimento agli archetipi, al mito e all'iconografia del passato. La sua opera, caratterizzata da una grande vivacità cromatica nella pittura e da misteriose figure totemiche in bronzo, legno o calcare nella scultura, rimanda ad una atmosfera onirica e vi si ritrovano elementi dell'arte egizia, etrusca e paleocristiana, ma anche l'influenza dell'arte primitiva e tribale. Si è distinto per la sperimentazione di materiali e tecniche, alcune antiche, come l'encausto e il mosaico, e per la grande versatilità nell'esprimere le sue doti artistiche. Mimmo Paladino si è dedicato non soltanto alla pittura e alla scultura, ma all'incisione con l'acquaforte, l'acquatinta, la linoleografia, la xilografia, ha



Mimmo Paladino



1° MARZO-APRILE 2015

Montagna di sale

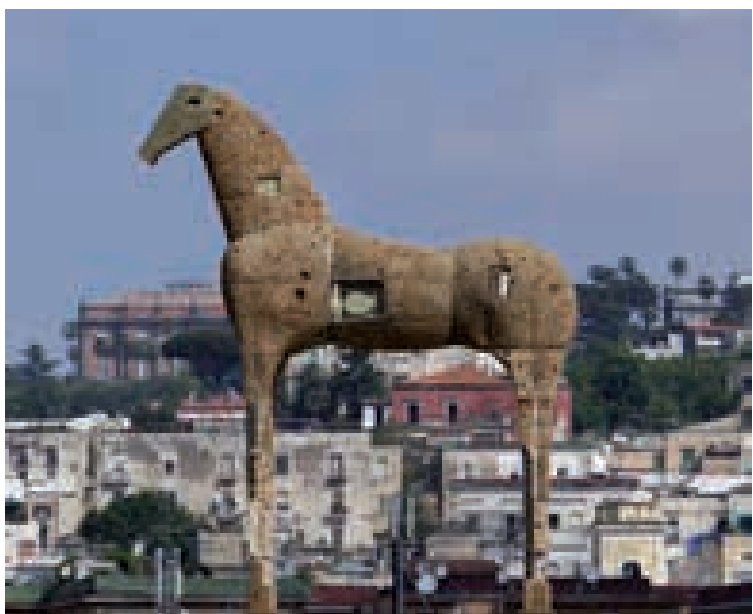


Mimmo Paladino alla Galleria Stein

creato diverse ed importanti scenografie teatrali e realizzato installazioni tra le quali la memorabile Montagna di sale a piazza del Plebiscito a Napoli, un'imponente piramide bianca su cui si dibattono enigmatiche figure di guerrieri e cavalli rovesciati. Non è tutto: nel 2006 Mimmo Paladino, come se avesse avuto di fronte una tela bianca, si è cimentato dietro la macchina da presa con Quijote, un Don Chisciotte rivisitato, interpretato dal cantante e attore Peppe Servillo, che attraverso molteplici orizzonti temporali e immaginari è accompagnato da un'altra grande voce italiana, quella di Lucio Dalla nei panni di Sancio Panza. Un film d'artista che è stato definito "un meraviglioso elogio della follia". Mimmo Paladino è un artista capace di misurarsi sia con la realtà in-

tima e privata dello studio, dove prendono vita dipinti come "Silenzioso, mi ritiro a dipingere un quadro", sia con la dimensione pubblica delle città, dei grandi spazi aperti, delle installazioni imponenti e cariche di significati che lo hanno reso famoso in tutto il mondo. Tra queste ricordiamo, oltre alla già citata Montagna di sale, l'Hortus Conclusus realizzata nel 1992 insieme all'architetto Roberto Serino, all'architetto Pasquale Palmieri e al lighting designer Filippo Cannata in uno degli orti del Convento di San Domenico a Benevento. Il nome dell'installazione, letteralmente "giardino chiuso", rimanda all'idea di un luogo segreto e protetto dove l'uomo contemporaneo, sempre in lotta dentro se stesso e nel mondo, possa trovare conforto e pace. ■

Mimmo Paladino è un artista capace di misurarsi sia con la realtà intima e privata dello studio, sia con la dimensione pubblica delle città, dei grandi spazi aperti, delle installazioni imponenti e cariche di significati che lo hanno reso famoso in tutto il mondo. Tra queste ricordiamo la Montagna di sale a piazza del Plebiscito a Napoli, un'imponente piramide bianca su cui si dibattono enigmatiche figure di guerrieri e cavalli rovesciati.





VERONICA MAYA

CAPRI WATCH®

Millefiori Collection

CAPRICAPRI.COM
SHOPPING ONLINE

CAPRI - Via Camerelle, 21 - Tel. 081 837 7148
MILANO - FIRENZE - ROMA - NAPOLI



5
YEARS
GUARANTEE



*Mission sempre
più estera per*
TAGLIATORE

*Nuovi scenari internazionali
per il marchio pugliese
e la Capsule Collection Pino Lerario*

Prima l'Europa. Poi il Giappone, la Corea del Sud, il Medioriente e il Canada. Domani chissà quali altri Paesi. Una cosa però è certa: Tagliatore punta dritto sempre più verso i mercati internazionali. L'obiettivo del brand pugliese di moda uomo, donna e bambini è infatti quello di conquistare i clienti stranieri con la sua sartorialità contemporanea e dandy. Non solo: con il suo stile inconfondibilmente made in Italy, che affonda le radici nei piccoli borghi ricchi di profumi e di colori intorno a Martina Franca, tra ulivi e tratturi, a metà strada tra il blu del Mar Jonio e quello dell'Adriatico.

UNA STORIA CHE RISALE AL 1940

Il marchio prende vita circa vent'anni fa e fa capo a Confezioni Lerario Srl, società nata nel 1984, che in un primo momento produceva abiti sartoriali per altri brand. Oggi è di proprietà dei fratelli Pino, Teresa, Vito e Luciano Lerario. Il primo è il direttore creativo della società che si rifà alla tradizione e alle sapienti mani del nonno prima e del padre Francesco, classe 1934, poi. Un'esperienza che risale al 1940. "Tagliatore, precisamente 'lu tagghiatore', era il soprannome di mio nonno, che di mestiere tagliava le tomaie delle scarpe che poi mia nonna cuciva", spiega Pino. Omen nomen.

Il padre segue le orme del nonno e inizia a lavorare in un'azienda di confezioni. Nel 1972 apre un piccolo laboratorio. "Avevo 7 anni quando mio padre decise di mettersi in proprio e da allora l'azienda, che dava lavoro a 15 operai, è la mia casa". Nel tempo la passione trasforma il lavoro per altri brand in collezioni uniche con livelli di qualità e stile dall'indubbio valore, frutto di una creatività che si rinnova a ogni stagione attraverso capi ricercati ed esclusivi. Così nascono il marchio Tagliatore e la Capsule Collection Pino Lerario, dedicata agli estimatori più sofisticati. Attualmente l'impresa conta sulla professionalità di 180 validissimi collaboratori, producendo circa 340 capi spalla al giorno, che vengono distribuiti a circa 800 clienti in Italia e all'estero. Vito e Luciano sono i responsabili della produzione, mentre Teresa si occupa della parte finanziaria e amministrativa.

La storia è coronata da gratificazioni venute anche dal mondo del cinema, con la realizzazione degli abiti di scena del primo film "Batman".



“La storia è coronata da gratificazioni venute anche dal mondo del cinema, con la realizzazione degli abiti di scena del primo “Batman”.”



Pino Lerario

FATTURATO 2014 A QUOTA 15 MILIONI

Le vendite nel 2014, annuncia Pino Lerario, sono arrivate a quota 15 milioni di euro: “Abbiamo avuto un incremento di fatturato dell'11% rispetto all'anno precedente e, di conseguenza, del numero di capi prodotti sia in Italia che all'estero. Non è poco, in questo momento di crisi, per un'azienda di abbigliamento”.

Il punto di forza del brand pugliese consiste nella sua capacità di rinnovarsi con tessuti rigorosamente pregiati, ancora oggi in prevalenza rifiniti a mano e soggetti a un meticoloso controllo di qualità. Disegnati personalmente dal direttore creativo, il 70% dei tessuti arriva dal polo tessile biellese, leader indiscusso per la produzione di filati di alta gamma. Il restante 20% proviene dai migliori lanifici inglesi. Grazie alla severissima selezione delle materie prime, il capo resta perfetto in tutte le sue condizioni d'uso e vestibilità. Ogni fase di lavorazione rappresenta un rito che ambisce alla perfezione sartoriale, sinonimo di eleganza e ricercatezza.

STILE RIGOROSAMENTE MADE IN ITALY

L'uomo rappresenta attualmente il 78% della produzione e il 72% del fatturato, la donna conta il 22% della produzione e il 22% delle vendite. Tagliatore Junior, concesso in licenza in tutto il mondo a Gimel, pesa per il 6% sui ricavi.

La società, in crescita malgrado ci siano sempre meno maestranze specializzate nel settore, non intende affatto rinunciare al made in Italy. “Tutti i nostri prodotti vengono realizzati internamente e non abbiamo mai pensato di delocalizzare la produzione – sottolinea Pino Lerario –. Abbiamo una collezione molto vasta, che si compone di circa 300 modelli, con la possibilità di scegliere fra circa 600 varianti di colore per stagione. Andare all'estero sarebbe impossibile e inoltre non garantirebbe la qualità del prodotto”.

LE NOVITA' PER IL 2015

Come in una visione caleidoscopica, per la collezione primavera/estate il direttore creativo del brand accosta alle numerose nuance cromatiche del rosso altri colori che possano esprimere al meglio lo stile dell'uomo Tagliatore. Ad animare le giacche sofisticate e i completi sartoriali sono il bor-



Il punto di forza del brand è la sua capacità di rinnovarsi con tessuti rigorosamente pregiati, ancora oggi in prevalenza rifiniti a mano e soggetti a un meticoloso controllo di qualità. Il 70% dei tessuti arriva dal polo tessile biellese, leader indiscusso per la produzione di filati di alta gamma. Il restante 20% proviene dai migliori lanifici inglesi.



shop.harmontblaine.it

Napoli - Via Filangieri, 71



Harmont & Blaine
junior



“ *Ero a una cena tra amici e osservando le intense sfumature rosso rubino di un calice di Primitivo, vino pugliese d'eccellenza, ho deciso che il “fil rouge” della collezione primavera/estate 2015 sarebbe stato il rosso con le sue innumerevoli declinazioni.* ”

deaux, il tegola, l'ocra, il miele e il verde oliva, oltre agli immancabili avorio e silice. I filati utilizzati sono nobili e naturali, quali il cotone, il lino, la seta e alcune inedite lane armaturate. “Ero a una cena tra amici – racconta – e osservando le intense sfumature rosso rubino di un calice di Primitivo, vino pugliese d'eccellenza, ho deciso che il “fil rouge” della collezione primavera/estate 2015 sarebbe stato proprio il rosso con le sue innumerevoli declinazioni. Rosso: il colore che rappresenta la mia terra, il suo calore e la sua passione, la stessa terra che da sempre ispira le collezioni Tagliatore”.

Nella collezione autunno/inverno 2015-2016, il verde petrolio si alterna invece al rosso falun, al zucca e al tabacco. Colore principe rimane comunque il blu del mare. Grande cura inoltre per i dettagli e gli accessori. Per i bottoni Pino Lerario si è ispirato al mondo automobilistico, ricordando le Rolls Royce Wraith e Phantom. Non mancano infine quelli laserati con disegni ispirati a rosoni di chiese barocche. “Siamo attenti anche agli accessori che abbiamo inserito da tre anni nella nostra collezione, come i cappelli e le catenine da gilet, che

sono dei vezzi – suggerisce – che un uomo elegante dovrebbe sempre indossare”.

LA PRESENZA OLTRECONFINE

Le collezioni Tagliatore e la capsule collection Pino Lerario sono presenti in circa 800 punti vendita in tutto il mondo nella fascia alta. “Il nostro mercato principale – precisa il direttore creativo – resta l'Italia, che pesa per il 40 per cento sul nostro fatturato. Per quanto riguarda l'estero, stiamo registrando ottimi riscontri di vendite in Giappone, mercato in cui siamo presenti da circa tre stagioni. I giapponesi impazziscono per il made in Italy. E' un mercato che ci sta dando grandissime soddisfazioni. Oltreconfine – prosegue – i nostri mercati di riferimento sono, oltre al Giappone, la Germania, l'Austria, la Svizzera, la Francia e i Paesi scandinavi, serviti attraverso gli showroom di Milano, Parigi, Monaco, Düsseldorf e Tokyo. Dallo scorso anno ci siamo affacciati al mercato canadese, coreano e mediorientale”. E per il futuro? “Esploreremo senz'altro la possibilità di affacciarci in nuovi mercati, perché – conclude il direttore creativo del brand – il nostro motto sarà ‘sempre più estero’”. ■

FEDON 1919

ANGELINO ANTONINO - CASERTA T. 081/4431501 | LA TECNICA - SALERNO T. 081/2311811 | L'UFFICIO MODERNO DELLA CAMPANIA - NAPOLI T. 081/5538770
DE SANTIS - NAPOLI T. 081/556008 | PUMO E BALOCCHI - PIZZOLI T. 081/841454 | DUE C. DUE - NAPOLI T. 081/2411902 | T-CHIC - BOHIA T. 081/991022



**Alessandra
Mastronardi.**

Nata a Napoli il 18
febbraio 1986. Sale alla
ribalta nel 2006 nella serie
televisiva "I Cesaroni".

Nell'estate 2011
partecipa alle riprese
di "To Rome with love"
di Woody Allen.

ALESSANDRA MASTRONARDI

Da Napoli a Hollywood

DI ALESSANDRA MILITERNI
FOTO DI MARINETTA SAGLIO

Da quando aveva 5 anni vive a Roma, ma il temperamento, la solarità, i colori della sua bellezza e molti altri aspetti di Alessandra Mastronardi tradiscono le sue origini napoletane. Nonostante molti la ricordino nel ruolo che le ha regalato la popolarità, quello di Eva Cudicini ne "I Cesaroni", la giovane attrice ha un curriculum che inizia nel 1998 con la serie televisiva "Amico mio 2" e arriva fino ad oggi, con l'approdo della Mastronardi ad Hollywood. "Ci ho messo appena un piede", dichiara timidamente in un'intervista televisiva, ma non è esattamente così. Alessandra Mastronardi ha recitato con grandi registi come Woody Allen (To Rome With Love), Evan Oppenheimer (The Tourist) e Cristina Comencini (La Bestia nel cuore) e ha trascorso più della metà dei suoi anni sui set. Il suo è un talento che si presta a ruoli e generi cinematografici diversi, ha un viso molto espressivo e una grande determinazione. Una delle più intense emozioni della sua carriera deve averla vissuta quando il sogno di ogni attore per lei è diventato realtà. Nel 2012, infatti, l'attrice napoletana è stata scelta da Woody Allen per il film "To Rome with Love", esperienza grazie alla quale ha avuto modo di farsi conoscere e apprezzare oltreoceano, tanto che a distanza di un paio d'anni è arrivata una seconda, importante occasione con "Life", il lungometraggio diretto da Anton Corbijn che riporterà sullo schermo la vita di James Dean. In Canada la Mastronardi era in compagnia di un cast di tutto rispetto composto dalle star di

Bella e brava, sbarazzina e sensuale, donna determinata e dolce ragazzina della porta accanto: questi i tanti volti di Alessandra Mastronardi che passa con disinvoltura dalla fiction al cinema, facendo capolino anche in teatro. La sua sembra una vocazione più che un semplice talento per la recitazione, sarà per questo motivo che riesce sempre ad emozionare il pubblico.



Nel 2012 è stata scelta da Woody Allen per il film “To Rome with Love”, esperienza grazie alla quale ha avuto modo di farsi conoscere e apprezzare oltreoceano, tanto che a distanza di un paio d’anni è arrivata una seconda, importante occasione con “Life”, il lungometraggio diretto da Anton Corbijn che riporterà sullo schermo la vita di James Dean. In Canada la Mastronardi era in compagnia di un cast di tutto rispetto composto dalle star di Hollywood Dane DeeHann, che interpreta James Dean, e Robert Pattinson, l’amatissimo protagonista della saga “Twilight”.

Hollywood Dane DeeHann, che interpreta James Dean, e Robert Pattinson, l’amatissimo protagonista della saga “Twilight”, che interpreta Dennis Stock, un noto fotografo e amico di James Dean. Una grande soddisfazione per l’attrice partenopea che non nasconde, però, d’aver sofferto il freddo in Canada e di aver percepito un clima tendenzialmente meno “mite” anche sul set. L’attrice durante un’intervista per la trasmissione “E poi c’è Cattelan”, ha, infatti, dichiarato che “I set italiani sono molto più calorosi”. E se quest’ultima dichiarazione non mi ha stupito più di tanto - di Italia ce n’è una sola - quella che davvero mi ha lasciato senza parole è la seguente: “Mi aspettavo di trovare il sex simbol, invece Robert Pattinson è un buono, quasi

un loser”, il crollo di un mito. Alessandra Mastronardi, oltre ad essere una brava attrice è anche una donna sensuale ed elegante, che predilige uno stile sobrio, “acqua e sapone”, ma sempre chic. Sfoggia look impeccabili, come quello che ha scelto per il red carpet del Roma Fiction Fest 2014, un outfit di Roberto Cavalli total black, molto raffinato. Bella e brava, sbarazzina e sensuale, donna determinata e dolce ragazzina della porta accanto: questi i tanti volti di Alessandra Mastronardi che passa con disinvoltura dalla fiction al cinema, facendo capolino anche in teatro. La sua sembra una vocazione più che un semplice talento per la recitazione, sarà per questo motivo che riesce sempre ad emozionare il pubblico. ■



silvianheachkids.it

CHANGE IN A BOOK

SILVIAN HEACH
Kids



ROSARIO PELLECCHIA

*Il friend della black
music approda
in Giappone*

DI ALESSANDRA CARLONI



Rosario Pellecchia.

Nato a Castellammare di Stabia il 4 dicembre 1970. È dj, conduttore radiofonico, giornalista e cantante. Nel 1988 entra nello staff di Radio Kiss Kiss, dove idea "A tutti coloro" con Francesco Paolantonio che vince il Telegatto come miglior programma radiofonico. Tra le esperienze discografiche con i "Flabby", "Modern tunes for everybody", "Limoncello experience" e "Anything can happen".

Da quattordici anni Rosario Pellecchia, meglio conosciuto come Ross, è la voce di "105 Friends" insieme al collega Tony Severo. Nella sua lunga carriera ci sono due grandi radio, Kiss

Kiss e Radio 105, dove gli è sempre stata concessa, con sua grande soddisfazione, una libertà di espressione degna del suo talento. Perché Ross è quella che negli States definiscono una radio personality, un vip dell'etere, uno che ha dei fans più che degli ascoltatori. Quello per la radio non è il suo unico lavoro e nemmeno il suo unico amore, visto che di amore si tratta. Ross fa parte di un gruppo jazz-lounge, i Flabby, il cui ultimo disco è da poco uscito in Giappone e nel sud est asiatico. Precedentemente è già stato pubblicato in 25 Paesi, tra cui Spagna, Brasile, Turchia e Russia.

Ha cominciato a lavorare in radio nel 1988, come si è evoluta la radio in questi ultimi decenni?

La radio negli ultimi decenni è cambiata tantissimo, si è trasformata, è diventata via via sempre più importante la sostanza: una buona voce, una dizione corretta, non sono più requisiti sufficienti. Oggi con questi fondamentali di tecnica arrivi fino a un certo punto, oggi devi saper imporre la personalità. Soprattutto per quel che riguarda Radio105, perché da noi si parla tanto, siamo tenuti ad essere informati di politica, cinema, attualità. La radio nel tempo è diventata anche sempre più umana, prima era asettica, chi parlava in radio era una voce e basta, non esprimeva opinioni, non prendeva posizioni. Oggi non è più così. È interessante questo processo evolutivo che va nella direzione opposta a quello degli altri mezzi di comunicazione. Dal punto di vista tecnico si sono moltiplicate le possibilità attraverso la tecnologia, l'offerta si è frammentata. Basti pensare che sul sito di una qualsiasi radio si possono ascoltare i contenuti del giorno, a richiesta, come si fa con i film.

Che ricordo ha di Pino Daniele, lei lo conosceva bene.

L'ho intervistato decine di volte. Ricordo un episodio in particolare: nel 1996 arrivai a Milano, era il mio primo giorno a Radio 105, e una persona mi presentò Pino, che si trovava in sede. Gli disse "Pino, lui è Rosario Pellecchia, il nostro nuovo acquisto, era a Kiss Kiss", Pino si voltò e disse "Rosario Pellecchia, uah lui è famosissimo". Per me fu uno di quei momenti in cui pensi che stai facendo qualcosa di valido. Lui era molto carino con me, mi chiedeva sempre cosa pensassi dei dischi, parlavamo di musica. Sai, lui aveva problemi alla vista per cui mi avvicinavo sempre molto per metterlo a suo agio, eppure ogni volta mi riconosceva da lontano e mi diceva "Ciao Rosa". È stato devastante quando è morto. L'ho visto lo scorso dicembre in concerto



al Forum di Milano, come gli avevo anticipato in radio.

Dal 2001 conduce per Radio 105 "105 friends", oramai è la sua seconda famiglia ma l'entusiasmo sembra lo stesso di sempre.

Quello tra me e Tony Severo è un matrimonio per quanto è consolidato quello che facciamo insieme. C'è una tale rilassatezza nel condurre la trasmissione che ho più imbarazzo nella mia vita privata che in radio. È esattamente il programma che vorrei, non ho alcun tipo di limite, faccio quello che voglio, invito chi voglio, c'è una meravigliosa anarchia nel nostro modo di comunicare. Non c'è una puntata uguale all'altra tale è la varietà degli ospiti e degli argomenti. Mi sento un privilegiato per la libertà di cui godo e mi piace moltissimo il mio lavoro.

Come immagina la radio del futuro?

C'è una enorme rivoluzione tecnologica in corso per cui temo che la diretta perderà la sua sacralità. Il giorno dopo è tutto online e puoi rivederlo, riascoltarlo. Questa frammentazione dell'offerta avrà delle conseguenze ed è già un miracolo che ci sia ancora tanta gente che ogni giorno pigia quel bottone e ascolta la radio. Sono molto legato alla diretta, a quel brivido dato dalla curiosità di sapere cosa accadrà. Spero vivamente che questo spirito resista all'impatto della tecnologia. È anche vero che oggi chi ci ascolta può farlo da un computer, quindi anche da tablet e smartphone, questo è un vantaggio.

Oltre alla radio coltiva in un altro modo la passione per la musica, con il suo gruppo jazz-lounge, i Flabby.

Proprio in questi giorni gli ultimi due dischi del gruppo Flabby usciranno in Giappone e già sono usciti in molte nazioni europee e non. Il fatto che nei negozi di Tokio sarà disponibile il nostro cd mi fa impazzire!

Ha altre passioni?

Continuo a viaggiare tantissimo e mi piacerebbe mettere insieme questa passione con quella per la radio condividendo le esperienze di viaggio che amo fare. Per me sarebbe una bella sfida. Il calcio è un'altro mio grande amore, sono un tifoso pazzesco del Napoli, sono peggiorato ultimamente. Nel post Maradona mi ero allontanato poi De Laurentiis, con il suo atteggiamento serio e manageriale, cazzuto anche, mi ha fatto tornare l'entusiasmo. Quando c'è la partita per quanto mi riguarda non ce n'è per nessuno.

In radio fa molto ridere. Il ruolo del simpatico può diventare un po' pesante nel privato, perchè tutti si aspettano che tu faccia il giullare. Per lei è così?

È vero, il comico rischia di essere triste nella vita, ma non è il mio caso. Ho cominciato a fare

Pino Daniele l'ho intervistato decine di volte. Lui era molto carino con me, mi chiedeva sempre cosa pensassi dei suoi dischi.



dorabella.it

Dorabella

Primavera - Estate 2015

Elenore Casalegno

C'è una enorme rivoluzione tecnologica in corso per cui temo che la diretta perderà la sua sacralità. Il giorno dopo è tutto online e puoi riascoltarlo. Questa frammentazione dell'offerta avrà delle conseguenze ed è già un miracolo che ci sia ancora tanta gente che piglia quel bottone e ascolta la radio.



L'ultimo cd dei Flabby

la radio perchè ero un mattatore nella vita, io sono così: inesauribile. L'unica concessione è che dopo la trasmissione, nel post pranzo, devo stare un paio di ore a casa da solo, mi devo rigenerare. In questo aspetto sono rimasto "terrone", qui a Milano mi prendono per il culo.

Che ne pensa della musica italiana di oggi?

Sono profondamente contrario ai talent-show, arrecano un grosso danno alla musica facendo esattamente il contrario di ciò che promettono di fare: lanciare talenti inespressi. In realtà, succede che le case discografiche fanno firmare contratti soltanto a chi proviene da questo genere di esperienza, poi magari gli arriva un disco eccezionale e neanche lo ascoltano. Per loro è più conveniente. I talent sono solo dei programmi televisivi che nulla hanno a che vedere con la musica. Anzi, ne rappresentano il Medioevo e mi auguro siano in fase di tramonto.

Che pensa dell'ultimo Sanremo?

A "105 Friends" abbiamo sentito Carlo Conti un paio di volte durante la settimana di Sanremo. Una volta gli abbiamo detto che era la Giornata Mondiale della Radio e lui ci ha promesso che l'avrebbe ricordato in diretta. Quella sera ci ha nominati e il mio cellulare è impazzito, tutti che mi raccontavano che Conti ci aveva salutato durante la diretta di Sanremo. È stato molto carino. Per quanto riguarda il discorso musica, è la solita storia: lo può presentare Chiambretti, Conti, Gabibbo o Maradona, ma resta il fatto che si salvano poche canzoni.

Che musica ascolta Ross?

A me piace la musica nera declinata in vari modi. È come una grande madre ed io ascolto tutti i figli della black music. ■



DALCUORE
napoli

i'M

MODEL

ADE *in Naples*

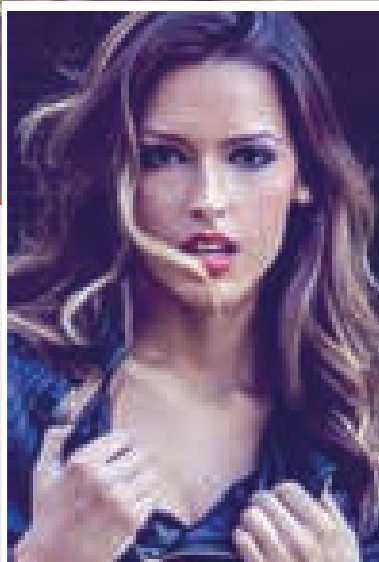


FOTO DI PAOLO PUOPOLO

L'IDENTIKIT

Occhi: **castani**

Capelli: **castani**

Altezza: **175 cm**

Misure: **90 - 60 - 90**

Titolo di studio:

Ragioneria

MICHELA VALMORI





*È una delle modelle
italiane più giovani ad
essere apparse su
Vogue. A soli 17 anni,
infatti, era tra le pagine
patinate del famoso
magazine come
testimonial
di un profumo francese,
Coquillète Paris.*

FASHION & SPIRITUAL



N A R D E L L I



Vive con la madre che ha soli 38 anni, una sorella di 18 ed un fratello di 17. Ha pochi amici, quasi tutti maschi, perché "le donne sono invidiose e parlano male alle spalle". Un fidanzato? "Per carità, volete vedermi morta?". Il suo unico obiettivo per il momento è la moda, ed il fine ultimo il cinema. I sogni nel cassetto: conoscere Gabriel Garko e posare con il modello David Gandy.

MARIKA
gioielli

PREZIOSA LUCE ITALIANA



WWW.marikagioielli.com email: info@marikagioielli.com

Customer care 800301614 TF +39 0823512835

www.nusco.com

Ideal Shine - design Matteo Duranti

 **NUSCO**
ambasciata le tue emozioni



ALESSANDRO SANSONI

IL CONSIGLIERE NAZIONALE DELL'ORDINE DEI GIORNALISTI

*Obiettivo: riportare il Sud
al centro della riflessione politica,
culturale ed economica*

DI ALESSANDRA MILITERNI

PROFESSIONISTI AL TOP

Alessandro Sansoni è nato a Napoli 38 anni fa, si è laureato in Filosofia presso l'Università Federico II dove è stato allievo dell'illustre storico italiano Mario Del Treppo. Dopo aver svolto un dottorato di ricerca in Storia, per alcuni anni ha collaborato con l'ateneo federiciano in qualità di docente. È giornalista free-lance, consigliere nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e membro del CTS (Comitato Tecnico Scientifico), organismo che si occupa di coordinare la formazione nel settore giornalistico. Sansoni ha collaborato e collabora con varie testate nazionali e locali, come Corriere del Mezzogiorno, Area, Il Roma, Secolo d'Italia, Diorama letterario e Geopolitica.info, trattando di politica interna ed internazionale, economia, cultura e svolge attività di ufficio stampa per enti pubblici ed aziende private. Si è distinto per la "buona penna" sin da quando era uno studente del Liceo Sannazzaro, talento che l'ha portato a iniziare l'attività di giornalista per il giornale universitario "La terra di mezzo", che si occupava di cultura con una forte impronta ecologista. Dal 2004 al 2012 ha collaborato con la trasmissione di Rai Uno "Occhio alla spesa" in qualità di inviato. Il giornalista napoletano è anche Presidente della federazione provinciale di Napoli del "Modavi Onlus", Movimento delle Associazioni di Volontariato Italiano, che si occupa di promozione sociale in diverse aree, tra le quali famiglia, infanzia, giovani, educazione alla salute, inclusione sociale. "Qui a Napoli il Modavi è particolarmente attivo sul versante delle attività per i giovani e della promozione della legalità", spiega Sansoni, il quale ha coordinato numerosi progetti in questi ambiti e azioni a sostegno della popolazione immigrata e dell'assistenza sociale a cittadini appartenenti a categorie "a rischio". Un tema che gli sta particolarmente a cuore è quello dell'educazione dei giovani per prevenire

la devianza e la dispersione scolastica, in un territorio dove molti giovani diventano degli affiliati della camorra senza aver mai neppure intravisto una via alternativa. Un altro fenomeno che lui segue da vicino con la sua Onlus è quello dell'immigrazione: "Noi del Modavi proponiamo un approccio multiculturalista, che si contrappone sia a quello francese, assimilazionista, che porta i francesi a doversi privare essi stessi di alcuni elementi della propria identità culturale, sia al "meltin'pot" all'americana, dove si delinea una fusione tra diverse identità culturali" - spiega il giornalista napoletano - "la nostra idea di integrazione rispecchia il modello inglese, multiculturalista appunto, dove ogni cultura si autoregola nel quadro delle leggi dello stato ospitante e nel rispetto della biodiversità culturale". Secondo Sansoni, "a Napoli tutto questo è possibile, proprio alla luce del fatto che è una città dotata di una fortissima identità culturale, che le consente di non sentirsi minacciata dalla presenza dello straniero, cosa che avviene spesso nelle comunità dell'Italia settentrionale". Si dice orgoglioso della sua tradizione cristiana cattolica, del suo dialetto, delle radici molto antiche della sua cultura e spiega così, con grande semplicità e chiarezza, l'aver aderito e il voler promuovere un modello multiculturalista in cui ciascuna identità culturale possa trovare spazio senza ledere la dignità, senza stravolgere gli usi, i costumi e le tradizioni dell'altra, cosa che in parte nella nostra città avviene a livello inconsapevole. "Napoli è una comunità che è rimasta antica; come avveniva nel Medioevo, e come oggi succede a Londra, qui ciascun straniero ha il suo "rione": il Cavone, ad esempio, è pieno di cingalesi, nei Quartieri Spagnoli ci sono i filippini e i cinesi, a Forcella e nei pressi della Stazione Centrale ci sono gli immigrati di colore e gli arabi". Oltre a quello per l'educazione alla legalità e le politiche per l'immigrazione, Ales-



Alessandro Sansoni

"Noi del Modavi proponiamo un approccio multiculturalista, che si contrappone sia a quello francese, assimilazionista, sia al "meltin'pot" all'americana, dove si delinea una fusione tra diverse identità culturali. La nostra idea rispecchia il modello inglese, multiculturalista, dove ogni cultura si autoregola nel quadro delle leggi dello stato ospitante".

sandro Sansoni rinnova sempre il suo impegno per il Mezzogiorno. Uno degli obiettivi del Modavi è quello di riportare il Sud al centro della riflessione politica, culturale ed economica perché - spiega - "da venti anni il Mezzogiorno non è una priorità nell'agenda politica del Paese e assistiamo ad un restringimento dei cordoni della borsa da parte delle autorità pubbliche che investono risorse prevalentemente al Nord. Ciò, unito alla crisi economica, ha provocato un depauperamento del Mezzogiorno che impone una riflessione ai cittadini e alle classi dirigenti che finora non sono stati in grado di tutelare gli interessi del nostro territorio: ci vuole un recupero della consapevolezza". Come sempre, dopo aver delineato il profilo professionale del nostro protagonista,

scopriamo chi è nella vita privata. Alessandro Sansoni è sposato con la bellissima Mila Allocca, ha due bambine, Giulia e Laura di 5 e 2 anni. Si definisce "Un papà innamorato" ed esprime un pensiero che denota che è anche un bravo papà: "Credo che la cosa più importante sia considerare i figli come delle persone uniche e irripetibili, con una propria soggettività da scoprire e rispettare". Tenacia e passione, sono due aspetti che lo caratterizzano, che lo guidano nel lavoro e nella vita, perché "bisogna credere in ciò che si fa, anche per una forma di onestà intellettuale". Per il futuro si augura che le sue figlie siano persone sane e dalla forte personalità e che la sua vita resti semplicemente com'è, quella di chi ha una famiglia felice e un lavoro che lo appassiona. ■

GRIMALDI LINES. COMPAGNI DI VIAGGIO



Spagna | Grecia | Tunisia | Marocco | Sardegna | Sicilia



La sedia della fertilità

Napoli è conosciuta come la città dalle mille credenze e riti, sacri e pagani, che resistono vivi tra il popolo nonostante siamo in un'era in cui le scienze e la medicina hanno fatto passi da gigante. Qui, a Napoli, c'è ancora chi preferisce affidarsi alla divina Provvidenza.

Come nel caso della "sedia dei miracoli", che si trova nei Quartieri Spagnoli, precisamente nel Vico Tre Re a Toledo 13, accanto alla chiesa di Santa Maria Francesca delle cinque piaghe di Gesù, luogo strettamente legato al culto della maternità. La Santa in questione, la prima napoletana canonizzata dalla Chiesa, è nota anche come la "santarella" a causa della sua vita afflitta da malattie e dolori fisici e psicologici derivanti soprattutto dalle tremende violenze familiari a cui rispondeva con un carattere mansueto, con la preghiera e con virtù cristiane. Ricevette le stigmate, sottostava docilmente ai severi ordini dei suoi confessori e si autoinfliggeva penitenze volontarie. La credenza popolare vuole che la Santa abbia capacità prodigiose che ancora oggi il popolo considera dei veri e propri miracoli. Basta andare la mattina fuori dalla casa-santuario della Santa, adiacente alla Chiesa, per vedere file di donne in attesa di poter chiedere la grazia di una gravidanza. Il rito dura qualche minuto: ci si siede sulla "sedia del dolore", si racconta la propria storia a Suor Giuliana e davanti alle reliquie della santa, si pronuncia un'accurata preghiera e si spera che, lì dove la medicina non è arrivata, arrivi la fede. Le miracolate tornano, poi, ossequiose a ringraziare la Santa con i fiocchi della recente nascita, di cui è stracolma la casa. ■



La credenza popolare vuole che la Santa abbia capacità prodigiose che ancora oggi il popolo considera dei veri e propri miracoli. Basta andare la mattina fuori dalla casa-santuario della Santa, adiacente alla Chiesa, per vedere file di donne in attesa di poter chiedere la grazia di una gravidanza.

NON È VERO
CHE SONO TUTTI
UGUALI, LUI È UNICO

spot in programmazione su
real time

Confetti
maxtris®

Con te nel giorno più bello



www.confettimaxtris.it



ITALIANA
CONFETTI

Enzo Miccio



Msc, sognando il Nord Europa

Anche quest'anno MSC Crociere approda nel Nord Europa per rivelare agli ospiti tutta la magia racchiusa tra i suoi magnifici fiordi e ghiacciai. Itinerari tutti da scoprire a bordo di MSC Splendida, MSC Orchestra e la rinnovata MSC Sinfonia, la seconda nave della flotta MSC Crociere a essere sottoposta al "Programma Rinascimento", che da marzo risulta allungata di oltre venti metri e arricchita di nuovi spazi e servizi pensati per il benessere di tutta la famiglia. Una poetica immersione tra le destinazioni più suggestive in cima al "Vecchio Continente", dalle isole britanniche alla Penisola Scandinava fino ai tesori della Russia. Panorami di grande fascino, per una vacanza da sogno: un pacchetto vario e completo che offre incantevoli paesaggi a terra e il relax garantito a bordo dai migliori interpreti dell'arte dell'accoglienza.

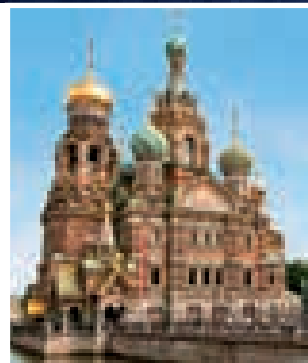
Nella ricca programmazione di crociere proposte dalla Compagnia spicca l'itinerario di MSC Orchestra, protagonista di un emozionante tour tra città da fiaba. Partendo dalla Danimarca, la prima tappa è Copenaghen, dove ammirare, prima tra tutte, la celebre statua della Sirenetta, leggendario "guardiano" dello Stretto attraversato dall'avveniristico Ponte Oresund. Poi ci si inoltra fra le strade della Capitale, alla scoperta di edifici storici, meravigliosi musei, gli splendidi "Giardini di Tivoli" e la residenza monarchica, la più antica del mondo. Copenaghen è un vero e proprio museo a cielo aperto vibrante di vita, sempre al passo con i tempi e con le ultime tendenze nell'ambito della moda, del design e dell'architettura.

Il viaggio prosegue verso Warnemünde, dove raggiungere dopo un breve trasferimento la capitale tedesca, Berlino. Qui, tra le numerose attrazioni a carattere culturale è possibile visitare il "Memoriale dell'olocausto". Tornati a bordo, dopo solo una giornata di navigazione è la volta di Stoccolma, la "Venezia del Nord", da scoprire in battello tra gli intricati canali che dividono le isolette su cui essa è costruita.

Sulla sponda opposta del Mar Baltico, invece a seguire, si giunge a Tallinn, capitale dell'Estonia, città medievale conosciuta nel mondo per l'autenticità della sua architettura anseatica, con le sue strade acciottolate e gli antichi edifici risalenti all'XI secolo.

MSC Orchestra nel suo ultimo giorno di itinerario giunge infine in una delle città più belle al mondo: San Pietroburgo, patrimonio dell'UNESCO, per la magnificenza del palazzo d'Inverno, i Giardini di Peterhof e gli innumerevoli capolavori d'arte custoditi all'Hermitage, uno dei musei più grandi del pianeta, capaci di proiettare i visitatori nel grande passato imperiale della più europea tra le città russe.

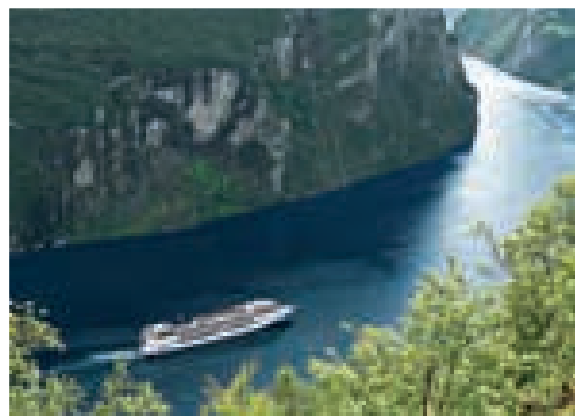
Tutto questo, non è un sogno, ma un itinerario offerto da MSC Crociere realizzabile in 8 giorni e 7 notti, da maggio ad agosto. ■



San Pietroburgo



Stoccolma



I Fiordi



Tallin

LA VITA ANDREBBE MISURATA IN MOMENTI, NON IN MINUTI

Se il tempo di una vacanza fosse solo un succedersi di minuti, ore e giorni, non ci sarebbero ricordi. Perché un vero ricordo è fatto di momenti. Posti dove non sei mai stato, che aspettano solo di farti scoprire. Una nuova città da esplorare. Sapori che non hai mai provato. Una cultura nuova nella quale immergerti. Momenti da condividere, con chi ami di più.

msccrociere.it



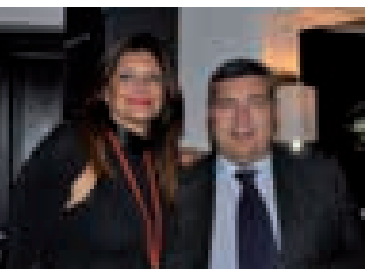
MSC
CROCIERE

Vivere mediterraneo

Al Paradiso Blanco per l'Aidda



La consueta cena annuale organizzata dalla Delegazione Campania dell'AIDDA (Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti d'Azienda) si è svolta al Paradiso Blanco dove la presidente Marta Catuogno ha riunito soci, amici e imprenditori per parlare dei progetti a favore della Regione. Tra gli intervenuti, il sindaco De Magistris, il consigliere regionale Bianca D'Angelo, l'europarlamentare Enzo Rivellini, Agata e Fabrizio Leccisi, Beppe e Claudia De Rosa, Maria Teresa Ferrari con Lucio Giordano, l'argentiere Gino De Laurentiis e Maria, il generale Maurizio Scoppa.



“Eccellenze campane” conquista i francesi

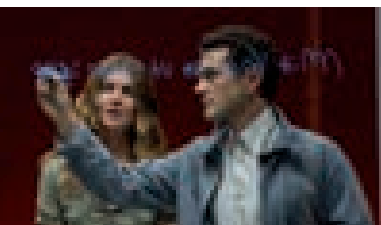


Un successo oltre ogni aspettativa quello riscosso dalle "Eccellenze campane" a Parigi, che fa ben sperare in una collocazione sempre più estesa delle imprese agroalimentari campane. Depardieu ha elogiato i nostri prodotti, come la mozzarella, che sono stati in mostra al Salon Bermuda Onion - Galleria Beaugrenelle in 7 Rue Linois i primi di dicembre.



“La gatta sul tetto che scotta”

Dall'8 al 19 aprile Vittoria Puccini e Vinicio Marchioni sono in scena al teatro Diana con “La gatta sul tetto che scotta” di Tennessee Williams, vincitore di due premi Pulitzer nel 1955. La gatta sul tetto che scotta narra la storia di una donna, Maggie, che per alleviare la cocente situazione familiare in cui si trova, imbastisce una rete di bugie. Di bassa estrazione sociale, Maggie la gatta, teme di dover lasciare la casa ed il marito, se non riesce a dare alla famiglia di lui un erede. Tra giochi passionali e abili



caratterizzazioni, affiorano sensualità cariche di sottintesi e di contenuti inespressi o inesprimibili; all'ideale della purezza dei sentimenti si contrappone la dura realtà di un mondo familiare e sociale pieno di ipocrisie.

Sire brilla a Milano

Il Gruppo Sire conferma il successo dello scorso anno e sale sul podio dei vincitori conquistando il premio Gold durante il concorso King of catering Bisol 2015, un premio unico che incorona le migliori aziende di Catering e Banqueting. Il gruppo ha partecipato alle selezioni, tra più di cento eventi concorrenti presentati alle selezioni, competendo con una short list di circa 50 catering provenienti da tutta Italia.





FIERA del MOBILE

RIARDO

Grazie a Voi siamo i primi



www.fieradelmobileriardo.com



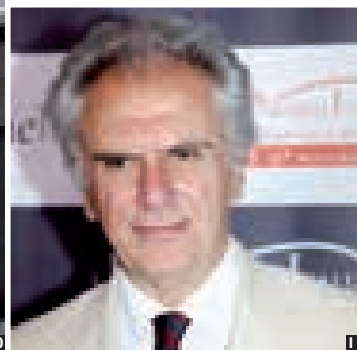


Los Angeles, Italia Film Festival Decennale da Oscar

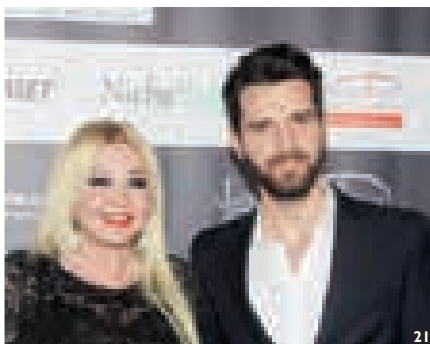


“Dieci anni rappresentano un traguardo importante della nostra storia - ha dichiarato il produttore del festival Pascal Vicedomini -. Abbiamo coinvolto tutti i nostri amici, la nostra straordinaria famiglia, in un lavoro di condivisione, impegno, ed entusiasmo per creare un solido ponte tra l'Italia e gli Stati Uniti, una vera e propria rete di stima e amicizia che collega due culture”.

Il grande evento del cinema italiano a Hollywood, ideato e prodotto da Pascal Vicedomini, ha festeggiato il suo decennale dal 15 al 21 febbraio 2015 al TLC Chinese Theatre di Hollywood con la partecipazione dei protagonisti degli Academy Awards, le star internazionali dello showbiz, attori e registi italiani ambasciatori del nostro cinema nel mondo. Antepremiere mondiali, omaggi alle grandi stelle del cinema e della musica, forti sinergie con istituzioni culturali locali, e tanti incontri all'insegna dell'italianità nel mondo nella settimana che precede la grande notte degli Oscar. Il premio "Jack Valenti Award" è stato assegnato a Liza Minnelli, leggenda del cinema, performer di formidabile magnetismo e presenza scenica celebrata con una standing ovation dal pubblico del Chinese Theatre in compagnia dei suoi amici Mark Canton, Tony Renis e Franco Nero. L'attrice premio Oscar per "Cabaret" ha ricordato le sue origini italiane, e l'emozione per la statuetta più prestigiosa dell'industria cinematografica mondiale conquistata nel 1973 con il film di Bob Fosse. Al giovane attore Ellar Coltrane, protagonista di "Boyhood" di Richard Linklater è stato assegnato il premio "LA Italia-Excellence Award 2015". "Amo l'Italia, un paese straordinario - ha dichiarato il ventenne texano - sono stato invitato a Capri lo scorso inverno e conto di tornare questa estate perché il Golfo di Napoli è il luogo più bello al mondo". Alla X edizione di Los Angeles Italia riconoscimenti anche a Morten Tyldum, regista di "The Imitation Game" e al giovane sceneggiatore Graham Moore, vincitore una settimana dopo del premio Oscar per il miglior adattamento non originale per il biopic dedicato alla figura del matematico inglese Alan Turing. "La Italia Excellence Award" al tenore italiano Vittorio Grigolo, che nella serata d'apertura del festival ha omaggiato la leggenda di Frank Sinatra con i suoi immortali evergreen, alla regista Rory Kennedy, autrice di "Last days in Vietnam", candidata agli Oscar nella categoria del miglior documentario, ai compositori Gregg Alexander & Danielle Brisebois, nominati agli Oscar per la mi-



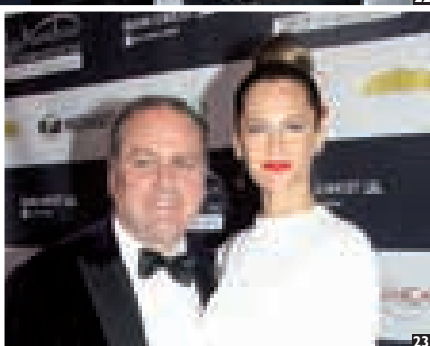
1. Tony Renis e Nastassja Kinski; **2.** Ellar Coltrane; **3.** Vittorio Grigolo; **4.** Pascal Vicedomini e Liza Minnelli; **5.** Alexandra Dinu; **6.** Graham Moore; **7.** Liz Solari, Paolo Genovese e Raoul Bova; **8.** Sahida Garrett; **9.** Marta Gastini; **10.** John e Deborah Landis; **11.** Marco Risi; **12.** Bobby Moresco, Morten Tyldum, Monika Bacardi e Graham Moore; **13.** Fabio e Antonella Testi; **14.** Luca Zingaretti; **15.** Eleonora Brigliadori; **16.** Tony Renis, Bobby Moresco, Franco Nero, Liza Minnelli, Robert Davi, Mark Canton e Pascal Vicedomini; **17.** Elisabetta Pellini; **18.** Milena Canonero.



21



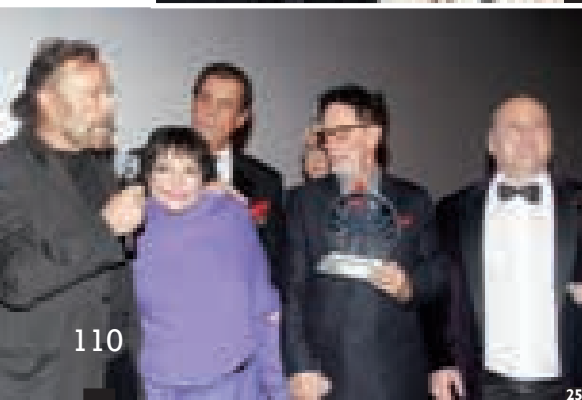
22



23



24



25



19



20

glier canzone "Lost Star" dal film "Begin again" e all'entertainer italo americano di origini ischitane Jimmy Kimmel, uno dei volti più noti e amati della tv statunitense. Tra gli ospiti della kermesse, il re della commedia americana John Landis, il soul singer Aloe Blacc, l'attore Vincent Spano, il regista israeliano Ariel Vromen, il divo dei teen ager Leo Howard, la bellissima Hermione Corfield, il cineasta inglese Richard Raymond, la modella e attrice argentina Liz Solari, per l'anteprima americana di "Se mai stata sulla Luna?" di Paolo Genovese con Raoul Bova. L'attore, popolarissimo in America, ha ricordato il forte legame con L'Istituto Capri nel mondo e con i festival Capri Hollywood e Los Angeles Italia, che lo hanno visto giovane protagonista lanciato verso il successo internazionale.

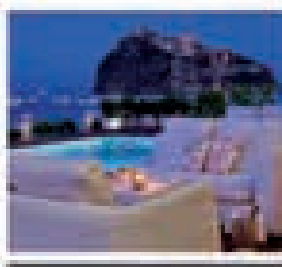
Al tradizionale incontro presso l'Istituto Italiano di Cultura di Los Angeles, un'ospite d'eccezione: Milena Canonero, una delle artefici più luminose del successo che la cultura figurativa italiana riscuote a Hollywood e in tutto il mondo. La costumista, già tre volte premio Oscar, si è aggiudicata la quarta statuetta per i migliori costumi per "The Grand Budapest Hotel" di Wes Anderson. Della delegazione italiana hanno fatto parte anche Luca Zingaretti e Marco Pontecorvo con l'anteprima mondiale di "Tempo instabile, con probabili schiarite", Marco Risi per l'anteprima Usa di "Tre tocchi", il produttore Andrea Iervolino con Lady Monika Bacardi, Richard Harrison, Sebastiani Somma, il Console Generale d'Italia Antonio Verde, il Presidente NIAF John Viola, il Direttore dell'Italia Film Commission Carlo Angelo Bocchi, Roberto Stabile dell'Anica e ancora Marco Mavilla, Eleonora Brigliadori, Elisabetta Pellini, Alexandra Dinu, Amanda Eliasch, Aida Yespica, Lucilla Sola, Clarissa Burt e Walter Nudo.

"Dieci anni rappresentano un traguardo e un momento importante della nostra storia - ha dichiarato il produttore del festival Pascal Vicedomini - abbiamo coinvolto tutti i nostri amici, la nostra straordinaria famiglia, in un lavoro di condivisione, impegno, ed entusiasmo per creare un solido ponte tra l'Italia e gli Stati Uniti, una vera e propria rete di stima e amicizia che collega due mondi e due culture. Un rapporto che si nutre di un grande rispetto per l'arte e l'industria americana, che ne valorizza l'anima più antica di meravigliosa fabbrica dei sogni, ma che intende stimolare nei nostri ospiti anche la curiosità e la voglia di scoprire i talenti italiani che si avventurano in questa fantastica esperienza dell'immaginario chiamata cinema". ■

19. Franco Nero e Milena Canonero; **20.** Raoul Bova; **21.** Monika Bacardi e Andrea Iervolino; **22.** Fabio Testi, John Landis, Pascal Vicedomini, Marco Pontecorvo e Franco Nero; **23.** Pascal Vicedomini e Liz Solari; **24.** Sebastiano e Morgana Somma; **25.** Franco Nero, Liza Minnelli, Robert Davi, Mark Canton, Pascal Vicedomini; **26.** Andrea Iervolino.



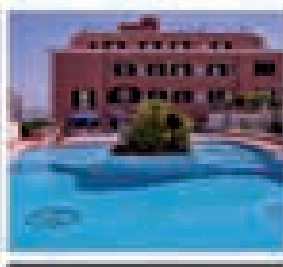
26



Hotel Miramare & Castello
★★★★★



Via Portofino, 5
I-80077 Ischia (NA)
Tel. +39 081 991300
Fax +39 081 994572
www.miramarecastello.it



Hotel Terme Marabla
★★★★★



Hotel Terme Marabla
Via Portofino, 30
I-80077 Ischia (NA)
Tel. +39 081 992555
Fax +39 081 992539
www.hotelmarabla.it



La Lampara
RESTAURANT, EXCLUSIVE RESTAURANT

LA LAMPARA
gourmet exclusive restaurant

Via Portofino, 5
I-80077 Ischia (NA)
Tel. +39 081 991300
Tel. +39 081 999075
www.miramarecastello.it

www.alysandyischia.com



L'Amore è...

Carlo Alberto Terranova, super guest star alla IV edizione di "L'Amore è", l'evento promosso e ideato da Maridi Vicedomini, al fine di sostenere il Progetto "Ludoteca" dell'Istituto Pascale di Napoli promosso qualche anno fa dalla LILT NAPOLI, presieduta dal Prof. Adolfo Gallipoli d'Errico. Testimonial dell'evento, l'effervescente show girl Pasqualina Sanna, affiancata dall'attrice Elena Starace. Centinaia di selezionatissimi invitati, tra cui **C**iro Avallone, direttore dell'area metropolitana INPS Napoli, il prefetto Fulvio Rocco, Enrico Auricchio, il prof Roberto Pennisi, Loredana Maddaloni, Maria Teresa Giordano, Marta Catuogno Presidente Aidda, Maria Rosaria Rubulotta, Salvatore Granata e consorte, Laura Solidoro,

l'avvocato Antonello di Rienzo e signora, gli argentieri Roberto e Gino de Laurentiis con le rispettive consorti Diana e Maria, Rita Scoppa. Non solo moda ma anche tanti momenti dedicati all'arte ed alla cultura, come l'apprezzata performance musicale del maestro Pino De Maio, la visione di un cortometraggio realizzato da Pappi Corsicato con Alessandro Preziosi, Sergio Assisi e Serena Rossi nel ruolo di protagonisti. Visti, tra tanti, Antonella Elia, Gino Serrao, Francesca Ferrara, Tina Passaro, Agata Leccisi, Rino ed Isabella Diana, Filippo e Patrizia Tessitore, Francesco e Giovanna Schillirò, Martina Tarallo, Pietro e Dora Del Prete, Sandro e Carla Ciullo ed una folta delegazione della Capitale, tra cui, Sonia Rondini, Fabiola Cinque ed il super fashion blogger Andrea Raffaelli. ■



2. [Download the software](#)

abbonati
alla serenità®

[illegible]

“La scuola” in scena al Diana



Era il 1992 quando debuttò "Sottobanco", lo spettacolo teatrale interpretato da un gruppo di attori eccezionali capitanati da Silvio Orlando e

diretti da Daniele Luchetti. Lo spettacolo divenne presto un cult, antesignano di tutto il filone di ambientazione scolastica tra cui anche la trasposizione cinematografica del 1995 della stessa pièce che prese il titolo "La scuola". Fu uno dei rari casi in cui il cinema accolse un successo teatrale. Lo spettacolo era un dipinto della scuola italiana di quei tempi e al tempo stesso un esempio quasi profetico del cammino che stava intraprendendo il sistema scolastico. "Ho deciso di riportare in scena lo spettacolo più importante della mia carriera; fu un evento straordinario, entusiasmante, con una forte presa sul pubblico" ha affermato Silvio Orlando. Lo spettacolo sarà in scena al teatro Diana dal 18 al 29 marzo.

Il testo è tratto dalla produzione letteraria di Domenico Starnone: è tempo di scrutini per la IV D e un gruppo di insegnanti deve decidere il futuro dei propri studenti. Dal confronto tra speranze, ambizioni, conflitti sociali e personali, amori, amicizie e scontri generazionali, prendono vita personaggi esilaranti, giudici impassibili e compassionevoli al tempo stesso. Il dialogo brillante e le situazioni paradossali lo rendono uno spettacolo irresistibilmente comico. ■

“Ho deciso di riportare in scena lo spettacolo più importante della mia carriera; fu un evento straordinario, entusiasmante, con una forte presa sul pubblico”.



Antonio Nobile, Maria Laura Rondanini, Antonio Petrocelli, Marina Massironi, Roberto Citran, Silvio Orlando e Vittorio Ciorcalo

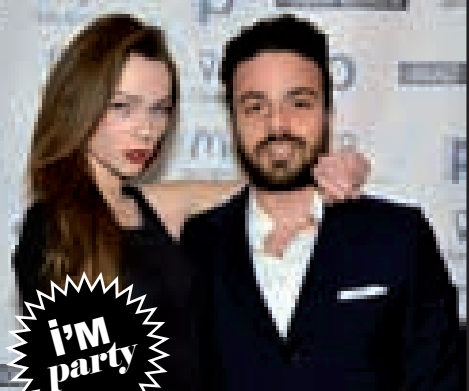
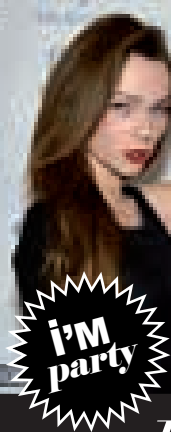


DuPont™ CORIAN®
for your kitchen



Franchino & Co.
Home Design

Via Demichini 249 - 51034 Montecatini (CT) - tel. 0523 875308 - info@franchino.it
 bsolid s.r.l. - Concessioni DuPont (TM) Quality Network Industrial Partner - www.bsolid.it

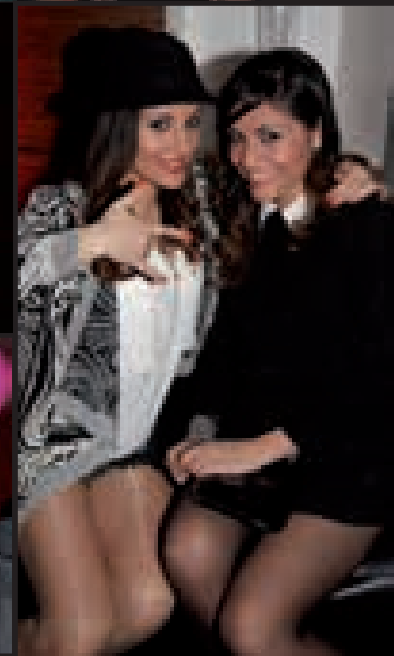
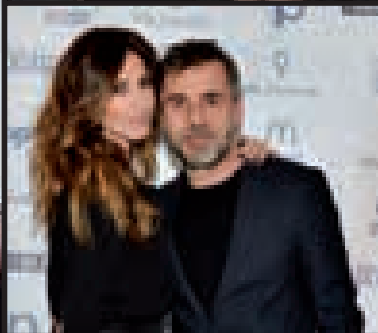


Il Calendario delle Studentesse 2015

Selfiemaniac

FOTO DI FRANCESCO BEGONJA E MARIO LUISE

L'edizione 2015 del calendario immortala l'uso compulsivo dei social network su tablet e smartphone allo scopo di sottolineare i rischi connessi ad una second life dove like, selfies ed emozioni virtuali sostituiscono quelle reali.





La suggestiva nona edizione del Calendario delle Studentesse è stata presentata nella prestigiosa location di "Villa Diamante" a Napoli, sul progetto ideato dall'agenzia pubblicitaria Arakne Communication. Il tema dell'anno, sempre più attuale, è quello dell'uso compulsivo dei social network, specie tra le nuovissime generazioni sulle cui bacheche compaiono innumerevoli selfie di ogni momento della giornata, anche il più intimo e personale. Spesso però la vita che appare attraverso i social è falsata e più bella di quella reale, perché è la proiezione di quello che a tutti i costi si vuol trasmettere di sé. Gli scatti di Gennaio e Maggio ripropongono due celebri dipinti di Leonardo Da Vinci: la "Dama con ermellino" trasformata in una "Dama con tablet" e l'"Ultima Cena" in cui gli apostoli sono distratti dai loro smar-



tphone. A Luglio si tocca il tema della pedofilia minorile sul web e a Dicembre viene rappresentata una paradossale richiesta di aiuto di una donna del Terzo Mondo attraverso un mezzo di comunicazione di ultima tecnologia. Un progetto che mira a sensibilizzare l'opinione pubblica su un uso corretto della tecnologia ed evidenzia le contraddizioni di una second life che, molto spesso, ha la presunzione di sostituire emozioni reali con like, candy crush e selfies. Vincenzo Finizola, Raffaele Marone, Eugenio D'Orio, Carlo William Rossi, Thom Rever, Giuliana Florio, Biagio Munciguerra, Gennaro Cimmino, Piero Garofalo, Giuseppe Attanasio, Emanuele Minerva, Lorenzo Franco, Antonio Mele sono i nomi dei forogtafi che hanno firmato gli scatti, mentre le bellissime studentesse sono



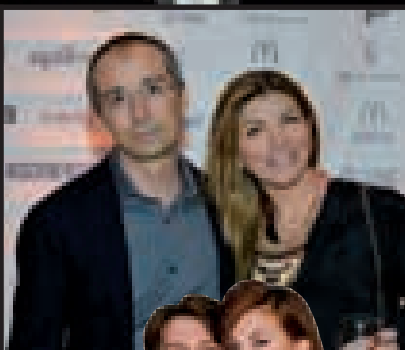
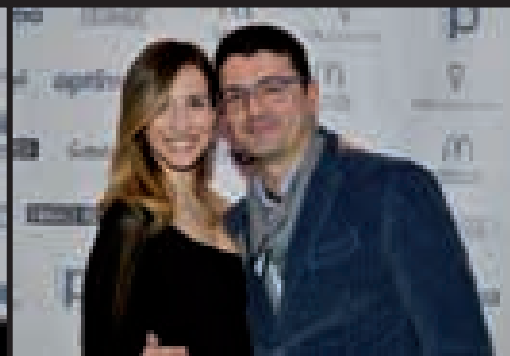
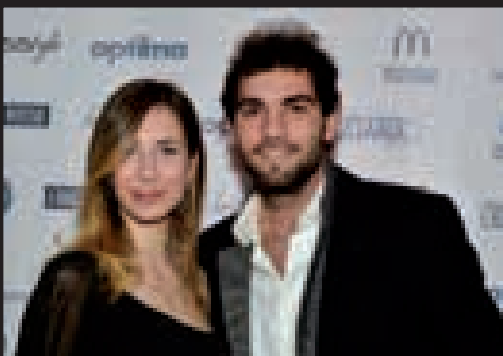
Gli scatti di Gennaio e Maggio ripropongono la "Dama con ermellino" trasformata in una "Dama con tablet" e l'"Ultima Cena" in cui gli apostoli sono distratti dai loro smartphone. A Dicembre viene rappresentata una paradossale richiesta di aiuto di una donna del Terzo Mondo attraverso un mezzo di comunicazione di ultima tecnologia.



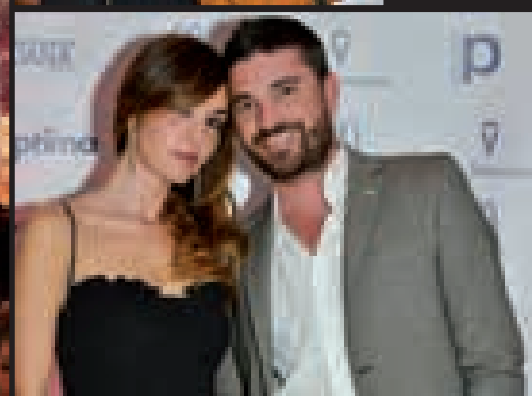
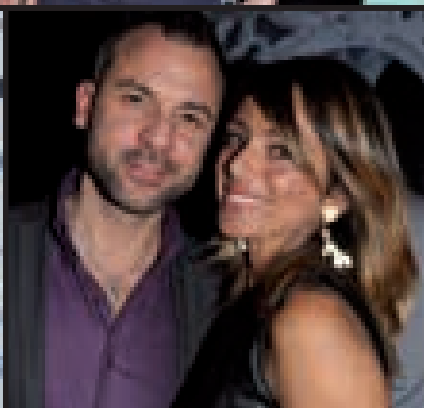
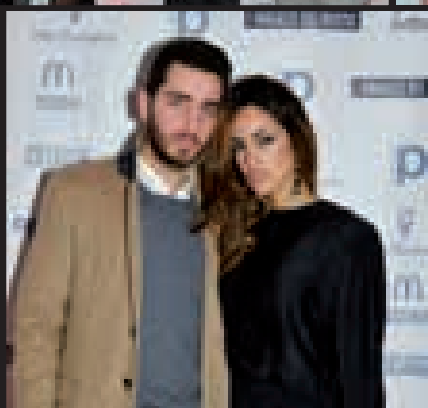
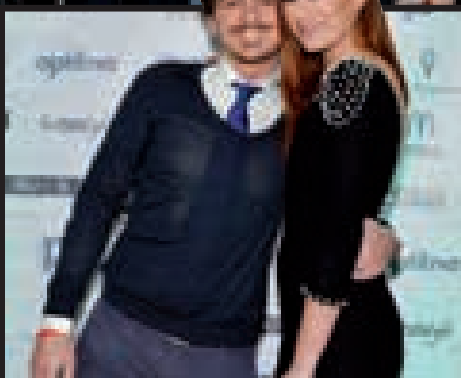


I preziosi oggetti Emò parlano di cuore.
Sono regali capaci di far vivere e rivivere
emozioni sempre nuove.





Claudia Manna, Federica Calemme, Natalia Kalinowska, Laura Luglio, Ludovica Niepolo, Aika Asanova, Valeria Parracino, Natalia Krauss, Marta Cerreto, Anna Chiara Mormile, Tania Romano, Rosa Perrotta, Manuela Tufano, Roberta Guidi, Giusy Sorrentino, Antonella Quaglietta, Ivana Porpora, Sveva Di Palma, Claudia Zenna, Emily Tamburrino, Anna Pezone, Rita Di Donna, Alessandra Grottola, Gabriella De Luca, Roberta De Rosa, Alessandra Buono, Alessia Cascella. ■





PLUMASTUDIO

Web Agency

WE BUILD

YOUR

ONLINE
IDENTITY



WWW.PLUMASTUDIO.COM

facebook.com/plumastudio - twitter.com/plumastudio - instagram.com/plumastudio

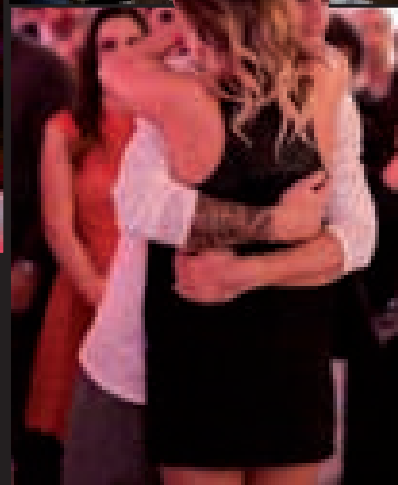
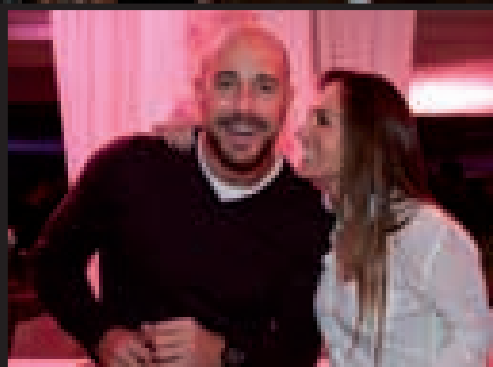
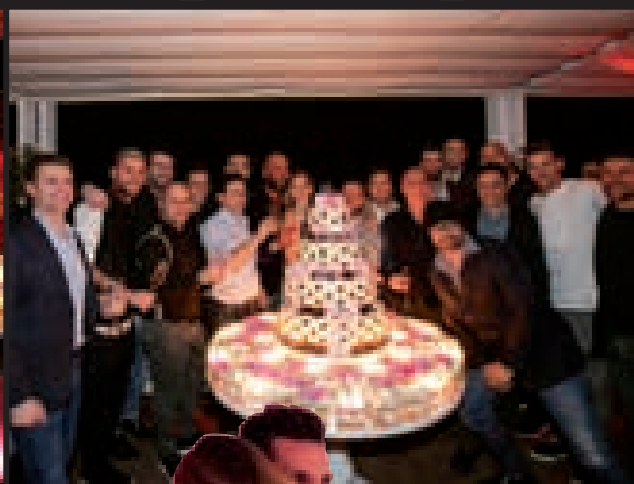


FOTO DI CARMINE NAPOLITANO



Valeria Maggio

Trent'anni da principessa





Sulla magnifica terrazza dell'Hotel Vesuvio il calciatore della squadra del Napoli Christian Maggio ha organizzato, a sorpresa, un esclusivo party per i trent'anni della sua amata moglie Valeria.

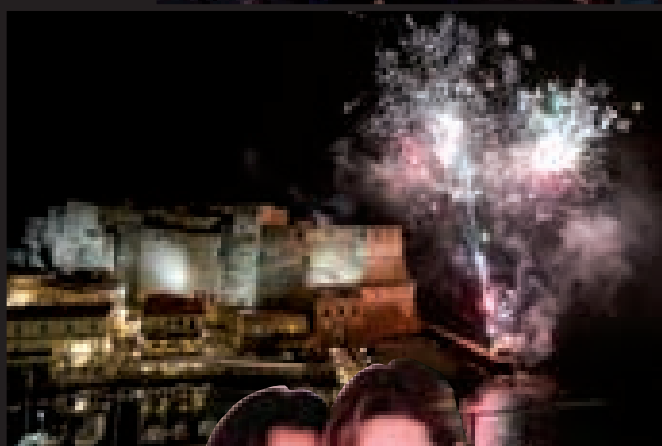
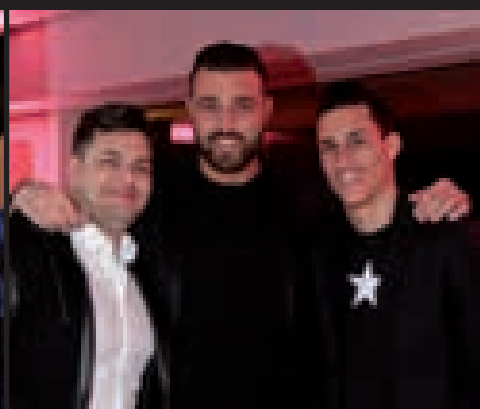
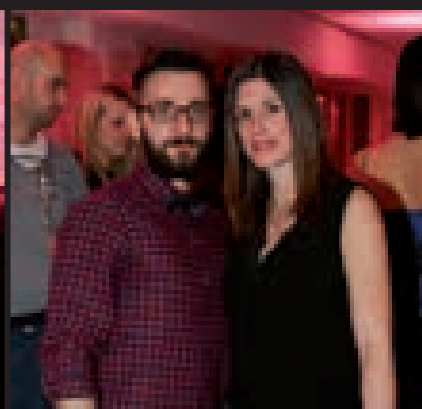
Pochi amici e parenti sono stati riuniti in gran segreto all'ultimo piano del Vesuvio, sino al sospirato arrivo della coppia: nascosti dietro le colonne della sala, il folto gruppo di amici è uscito fuori in un fragoroso applauso, tra i sorrisi soddisfatti di Christian e dei genitori di lei.

La bella Valeria avvolta in un miniabito e in una vaporosa pelliccia bianca ha ringraziato il marito con un bacio al centro della pista, per poi concedersi a scatenati balli sull'irresistibile pianobar di Filisdeo,

noto per le storiche ventennali serate al Valentino di Ischia. Ad alternarsi a Filisdeo la splendida voce della cantante Imma Allozzi avvolta in un abito lungo rosso, ed il veterano della consolle Marco Piccolo.

La cena, a base di sushi, frittture, primi mediterranei, timballi e parmigiane, è proseguita sino a mezzanotte, quando è giunta la megatorta annunciata da una spettacolare batteria di fuochi d'artificio che ha illuminato il Golfo. Anche questa, strategicamente organizzata da Christian Maggio, che ha dimostrato in questa occasione, di essere un campione non solo sul campo, ma anche in famiglia.

Tra gli invitati, oltre a Callejon, anche ex compagni del calciatore: Valon Behrami, Josè Manuel Reina. ■



La cena, a base di sushi, frittture, primi mediterranei, timballi e parmigiane, è proseguita sino a mezzanotte, quando è giunta la megatorta annunciata da una spettacolare batteria di fuochi d'artificio che ha illuminato il Golfo. Tra gli invitati, oltre a Callejon, anche ex compagni del calciatore: Valon Behrami, Josè Manuel Reina.





FOTO DI FRANCESCO BEGONJA

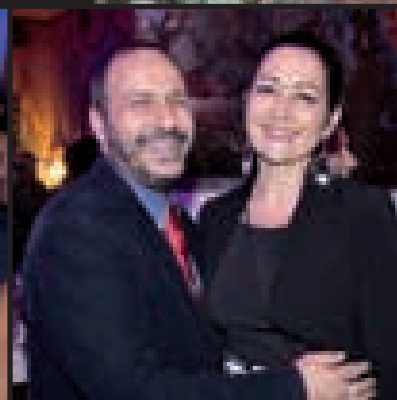
Cristina Cennamo

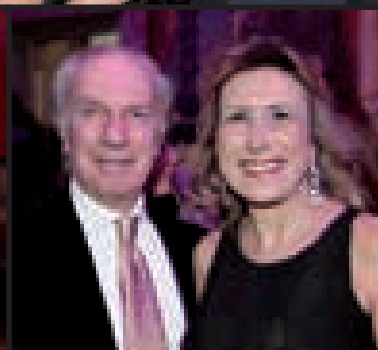
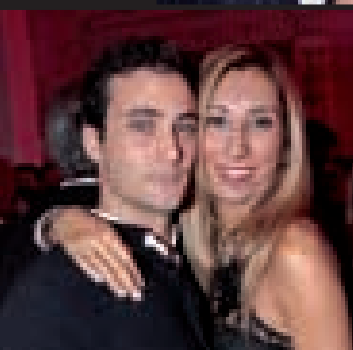
I suoi primi 40 anni



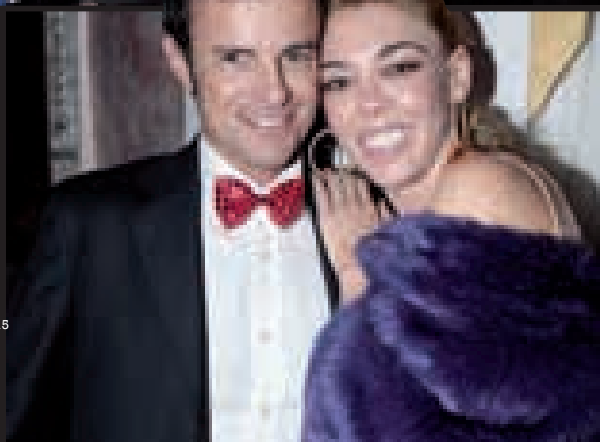
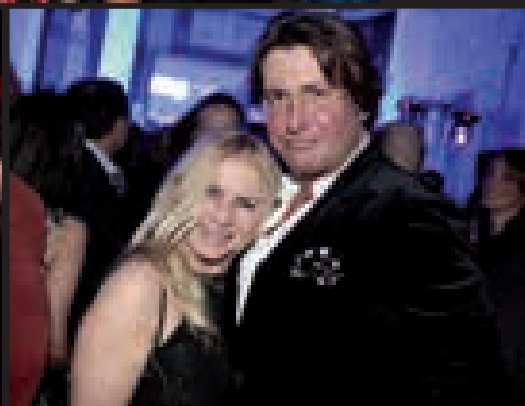
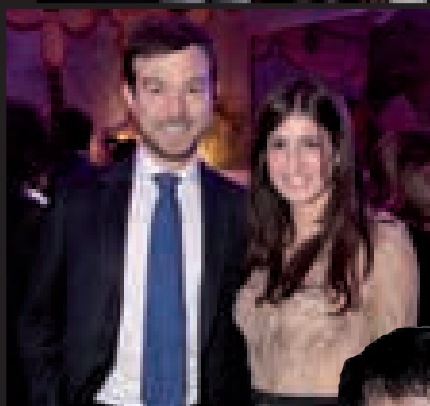


Lo spirito sarcasticamente glamour de “La Grande Bellezza” ha fatto da fil rouge al coloratissimo party organizzato a Palazzo San Teodoro per i primi quarant’anni della giornalista del Mattino Cristina Cennamo. Tra le eleganti sale della dimora storica di Chiaia, per tutta la notte oltre trecento invitati hanno preso parte ad un vero e proprio spettacolo di musica e divertimento animato dalle clip del film, dall’esibizione live della Raoul swing orchestra e dalla selezione musicale del dj Checco Te. Nel monumentale salone degli specchi, tanti dei volti più noti del by night, tra cui: Camillo D’Antonio con la moglie Elena Aceto di Capriglia, Carla Della Corte con il marito Luigi Angrisani, il vicepresidente dei Giovani di Confindustria Vincenzo Caputo, Sergio e Rossanna Colella, Verena Celardo, Antonemilio Krogh, Enzo Argenzio, Imma Laino, Alfredo Barone Lumaga, Alessandro Amicarelli con la moglie Francesca Frendo, Fabio Ummarino, Mino Cucciniello, Maria Consiglio Visco di Marigliano, Francesca Scognamiglio, Ludovico Lieto con Valeria Viscione,





Roberta Costa Buccino Grimaldi, Roberta Bacarelli, Valeria Della Rocca, Maria Teresa Ferrari, Enzo Agliardi. Immane gli amici di sempre, accorsi a brindare con la padrona di casa e subito posizionatisi in prima linea al momento del fatidico taglio della torta: quattro piani di ricordi fotografici che a guida di rullino fotografico ritraevano e momenti salienti dei primi quarant'anni della festeggiata a culminavano quindi con una riproduzione in zucchero della giornalista che come Marilyn saltava fuori dalla cima della torta. ■





prodotto e distribuito



Carthusia
i Profumi di Napoli



Monili e Monili



GIUSEPPE VIGNERI

LOVEMARKS

Via Morelli, 5 Napoli tel 081 7642187



FOTO DI FRANCESCO BEGONJA



**iM
party**



Dalcuore-Talarico un sodalizio vincente



Quando due talenti si uniscono, nasce qualcosa di unico come nel caso dell'evento organizzato nella Sartoria del maestro Luigi Dalcuore, la cui maestria sartoriale ha sposato l'artigianalità di un altro grande maestro napoletano: Mario Talarico. Uniti dal valore comune del lavoro, dal talento che li rende unici, e dall'amore per le proprie radici che ha fatto sì che impiegassero l'intera vita per portare il made in Naples nel mondo, hanno deciso di invitare i clienti più fedeli, italiani e stranieri, per un cocktail elegante e raffinato, svoltosi nella suggestiva cornice della Sartoria sul lungomare



kerlite

COTTO D'ESTE PROJECT



RINNOVA LA TUA CASA CON SOLO 3,5 mm SENZA DEMOLIRE

UN PRODOTTO INNOVATIVO

Si applica su pavimenti in qualsiasi materiale e risulta a misura per il COTTO D'ESTE. Rimane una finitura che si installa in un solo passaggio. Un innovativo sistema di rivestimento che non necessita di demolizioni, riduce i costi e protegge l'ambiente. È adatto per tutti i tipi di pavimenti e per tutti i ambienti.

COTTO D'ESTE
New Surfaces

LA BELLEZZA
IN
CERAMICA

RIVENDITORI RACCOMANDATO



Via Spad. Milano - DURAZZANO (MI) tel. 02/2.95.54.55 - edilcrisci@edilcrisci.it
aperta anche sabato pomeriggio



di Via Caracciolo.

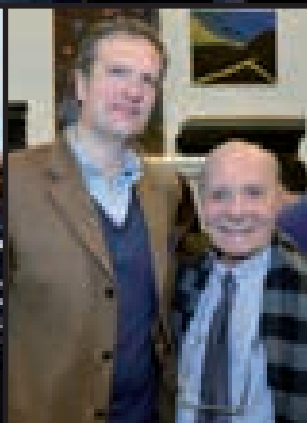
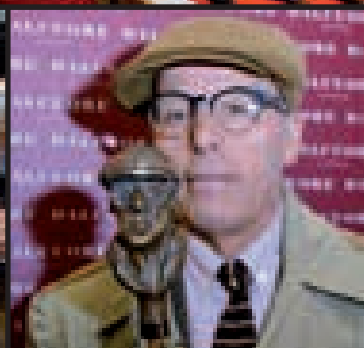
Un red carpet accompagnava gli invitati nell'atelier dove ad accoglierli c'erano Mario Talarico Junior e Cristina Dalcuore, eredi delle due mai-

son, che grazie a loro sono state "lanciate" nell'orbita internazionale. Tra i manichini e le pregiate stoffe, imponenti si ergevano i parapigi firmati Talarico: ginestra, bambù, madreperla, corno di zebù, corno di cervo, cocodrillo, sono solo alcuni dei pezzi unici esposti sui tavoli della sartoria, che si sono mirabilmente distinti per la loro bellezza e raffinatezza, entrando a far parte dei desideri dei fortunati ospiti.

Un happening a base di frutti di mare, frittelle, parmigiane, pasta e ceci, anch'esso un mix voluto di tradizione e innovazione, accompagnato dalla splendida voce della cantante partenopea Barbara Bonaiuto.

Vedere Mario Talarico accanto al Maestro Dalcuore, immortalati dai flash dei fotografi e attornati da nobili partenopei e professionisti di spicco della città, uniti a gentlemen stranieri, è stata un'emozione unica per chi del made in Naples fa il suo baluardo. Una serata dove il buon gusto è stato il protagonista insieme ai valori più importanti della nostra cultura ed all'orgoglio che caratterizza quella parte bella della città.

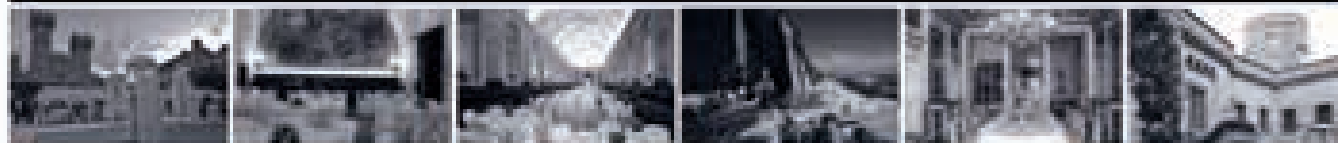
Un sodalizio vincente che ha confermato ancora una volta che Napoli ha enormi potenzialità, che se risiedono nelle anime e menti giuste, possono essere espresse al meglio. ■



SIRE[®]
ricevimenti d'autore



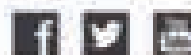
Diamond collection.



wedding luxury locations banqueting food design

Per il tuo matrimonio vieni a scoprire **SIRE Diamond Collection**:
un'esclusiva selezione di antichi castelli, dimore storiche,
siti monumentali e location dai paesaggi mozzafiato.
Tutti interpretati con il gusto, lo stile e l'eleganza di SIRE.

SIRE Ricevimenti d'Autore | via Borrini, 45 - 80129 Napoli | tel. +39 081 5560856 -- +39 081 5563812
email wedding@sirericevimenti.it | www.sirericevimenti.it



i'm
party



Gli anta di mister **Niespolo**

FOTO DI FRANCESCO BEGONJA



Disponibile su
App Store

132

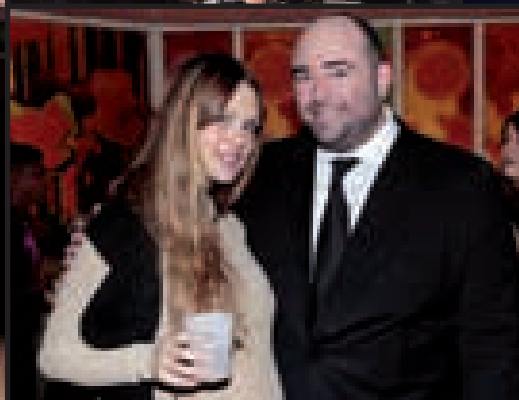
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD

i'm MARZO-APRILE 2015



Davide Niespolo, il più giovane della squadra di Radio Kiss Kiss, ha festeggiato 40 anni con un party da Rosolino organizzato dalla moglie Matilde Sicardi che, grazie alla complicità di amici storici come Sal Da Vinci, ha coinvolto tutti in spettacoli e performance in stile anni '50.

Sal ha cantato al piano "Vera", suo cavallo di battaglia, e la Raoul swing orchestra ha animato la sala del ristorante con musica jazz, per poi passare ai classici come "Wonderful





world” fino alla musica dance di Claudio Cerchietto. Sulle note del passato, sono stati immortalati dal fotografo Francesco Begonja, Claudio De Magistris, Foja, Gnut, Nelson, Sergio Albano, Claudia Mirra, Fabio Coconuda e gli speaker Pippo Pelo, Antonio Gerardi, Walter De Maggio, Luca Sepe e Peppe Jodice. ■





Una villa in riva al mare... per il tuo giorno importante!

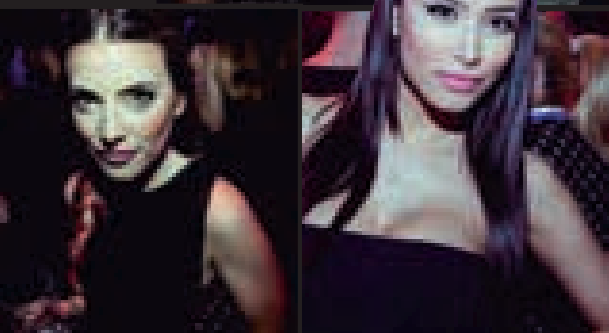
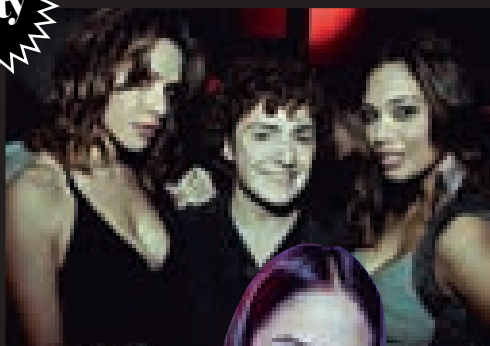
BLU YACHTING CLUB - VIA MILISCOLA 181 - 80078 LUCRINO - POZZUOLI (NA)

INFOLINE +39 081 8661685 - info@bluyachtingclub.it - bluyachtingclub.it

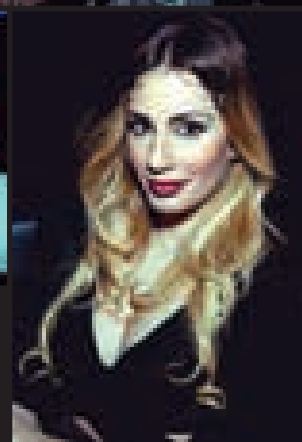
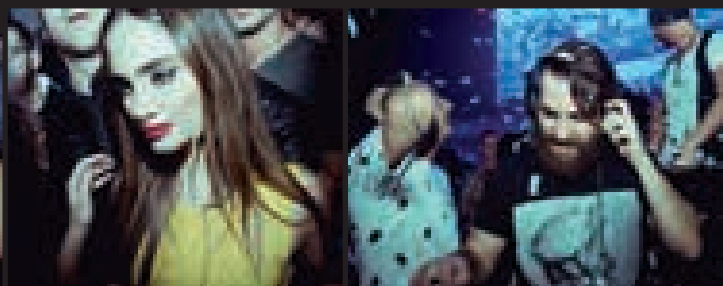
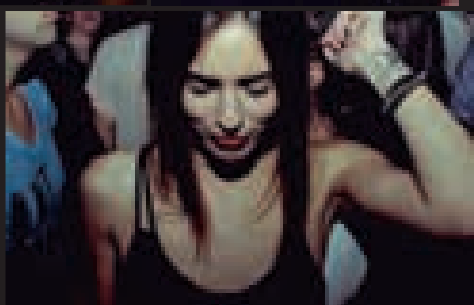




Che **Joia** il venerdì!



È la serata cult, nel locale più in di Napoli. Venerdì ed il Joia suonano come Holly & Benji, come Stanlio & Ollio. Insomma: un binomio perfetto! Identificato da più di un decennio come il club "maniacale" nei servizi e nell'accoglienza, il Joia apre ogni settimana il weekend con un party per clubbers veri. Tutto è curato nei minimi dettagli, dall'ingresso al sorriso del personale, dalla presentazione delle bottiglie alla preparazione dei drink al bar. Insomma, come recita una famosa canzone: niente di meglio da fare in città! E poi c'è Switch, il party che il Joia ospita nella stagione in corso, capitanato dal dj Gianni Romano. Con la sua musica, la festa può iniziare... Anche questa stagione, come da tradizione, Joia è caratterizzata dalla presenza di ospiti di caratura internazionale. Tra questi, per la prima volta in Italia, Duke Dumont, dj e producer britannico che nel 2013 con il singolo "Need U (100%)" raggiunge la vetta della UK Singles Chart e poco dopo nel dicembre dello stesso anno riconquista il successo con "I Got U" grazie al quale Riceve la nomination ai Grammy Awards 2014 nella categoria "miglior registrazione dance". Gli utenti di Youtube lo premiano con oltre 100 milioni di visualizzazioni. Insomma, non c'è che dire: grazie a Dio è venerdì... ■



Hai un'età tra i 15 e 29 anni, non lavori, non studi,
non frequenti un corso di formazione al lavoro?

Ti riconosci?

**Garanzia Giovani
ti avvicina al mondo
del lavoro**



Vuoi metterti in moto?

Registrati sul sito e inizia il tuo percorso
nella Garanzia Giovani per accedere
ad opportunità di formazione e di lavoro.

**garanzia
giovani**

www.garanziegiovani.gov.it

Informati e registrati su

www.cliclavoro.lavorocampania.it



Un'impresa per il tuo futuro

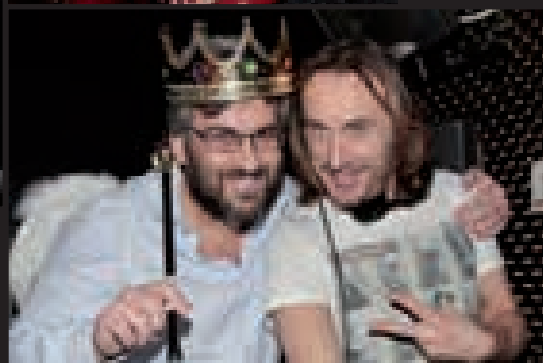
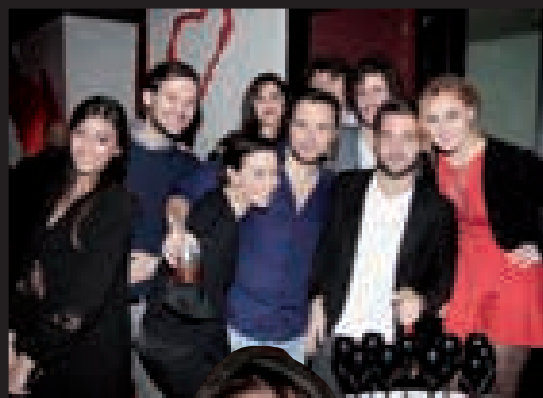


Valentine's party

FOTO DI FRANCESCO BEGONJA

Il 14 febbraio scorso, in occasione di San Valentino al Momah, lo storico locale di Tony Breglia e dei De Pompeis, si è festeggiata in maniera originale la festa degli innamorati. Il party è stato organizzato da Rita Murolo per un ristretto gruppo di amici, che hanno ballato sui mix del dj Dario Guida, che hanno accompagnato la cena preparata dallo chef dello storico ristorante "CantaNapoli". Non sono mancati momenti di gioco e aggregazione grazie alla divertente animazione di Lello Flocco che ha intrattenuto gli amici con giochi di coppie premiati con omaggi messi a disposizione da NBM Center, Carpisa, Albano Scarpe, Ombelico Boutique, Biaggio Gioielli.

Tra gli ospiti Sonia Albano e il marito Alessandro di Giacomo, Maria Riccio e Eugenio Blasio, Cristiana di Giacomo e Aldo Contina, Federico e Daniela Murolo, Lia Punzo e Giorgio Malatesta, Carlo e Rita Saturno, Titti e Paolo Gallone, Daniela e Nicola Prisco, Antonella e Massimo Navarra, Rosaria e Pasquale Mottola, Emma Ferrara e Dario Bocco. ■



Giada Baldari

"La Regina delle Torte"




SUGAR QUEEN®

Via Carlo Poerio, 42 - Napoli

T. 081 191 384 22 - info@sugarqueen.it

www.facebook.com/sugarQueen.lareginadellestorte - www.sugarqueen.it



Tutti in maschera per Mimmo Spena

FOTO DI FRANCESCO BEGONJA



Un party colorato, in stile carnevalesco, al Circolo La Staffa per il compleanno di Mimmo Spena, in cui oltre cento amici si sono prestati travestiti in ogni modo, con abiti divertenti come quello dello sceriffo con pistola e distintivo, fino ai clown con occhiali giganti. Dietro le maschere, l'industriale Gianni Lettieri, il presidente della Camera di Commercio Maurizio Madaloni e gli assessori regio-

NUOVA DISCOVERY SPORT

L'AVVENTURA È NEL NOSTRO DNA.

Ecco il SUV compatto più versatile della nostra storia.
Le tecnologie all'avanguardia come Terrain Response[®] rendono
la Nuova Discovery Sport perfetta per affrontare il mondo esterno.
L'ampio spazio di carico di 1.698 litri e l'intelligente configurazione
di sedili 5+2* rendono straordinario anche il mondo interno.

*Configurazione speciale.



ABOVE & BEYOND



AUTORALLY Srl

Concessionaria ufficiale Land Rover

Via Gianturco, 109 - Napoli

081 7340614 autorally@landroverdealers.it www.autorally.it

Land Rover consiglia . Scopri le soluzioni d'acquisto personalizzate di LAND ROVER FINANCIAL SERVICES.
Consumi da 5,7 a 7,3 litri/100 km (ciclo combinato). Emissioni CO₂ da 149 a 197 g/km.

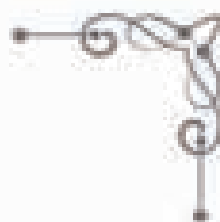


Prima nella categoria
SUV 5P+ ROAD 2014



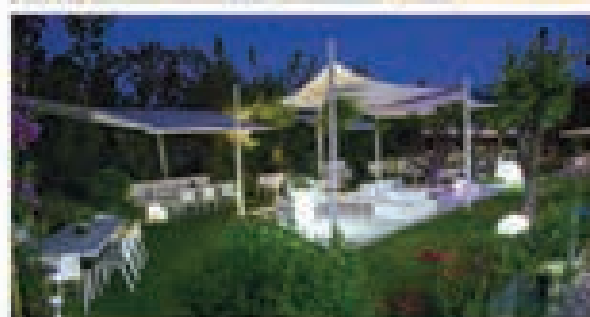
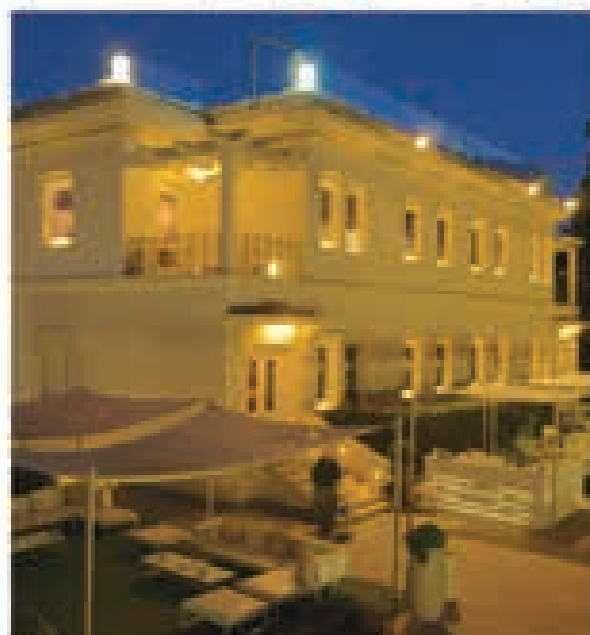
nali Caterina Miraglia e Severino Nappi, oltre ai tantissimi ospiti accolti dalla compagna del festeggiato Anna Annunziata, tra i quali Carla Della Corte e Gigi Angrisani, Maurizio e Ada Maddaloni, Carlo Vosa, Achille Perillo, Ugo Santoro, Carlo Cigliano, Massimo Vernetti, Esmeralda Vetromile, Francesco Nasta, Lorenza Licenziati, Maria Teresa Ferrari, Giulio Di Donato e tanti altri che si sono intrattenuti negli spazi del circolo, come Enzo Lanzotti, Vincenzo Argenzio, Paolo Tortora, Paola Amore, Gino De Laurentiis, Camillo D'Antonio, Ugo Giordano. ■





Villa Diamante

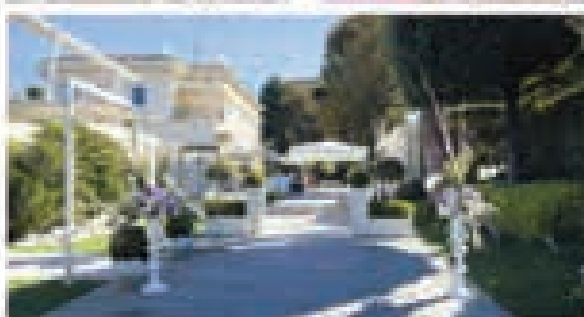
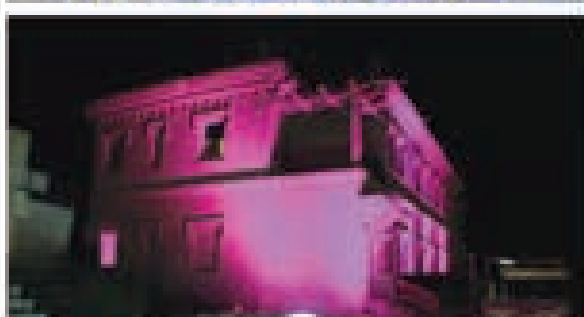
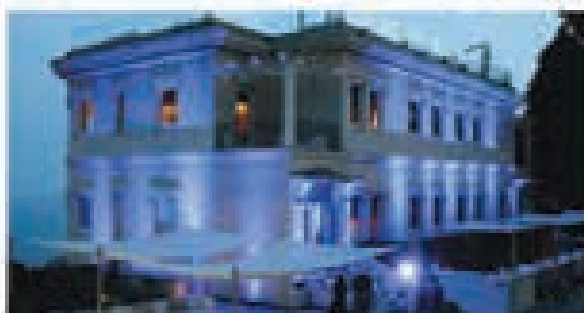
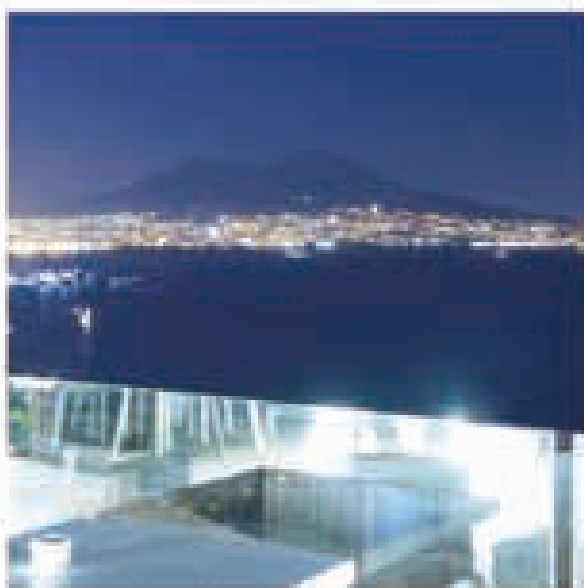
Solo da qui si può guardare negli occhi la città

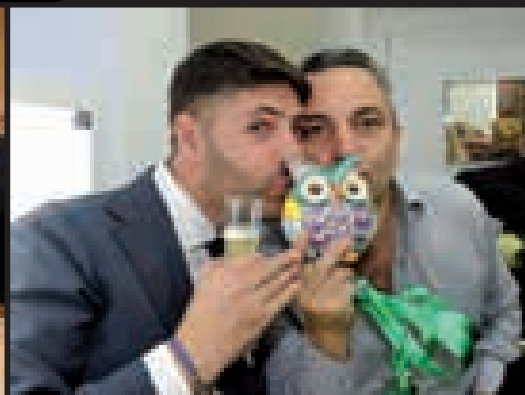


E
V
E
N
T
I

R
I
S
T
O
R
A
N
T
E

C
A
T
E
R
I
N
G





Capri Watch

Musica, lancette e bollicine per il primo flagship store napoletano

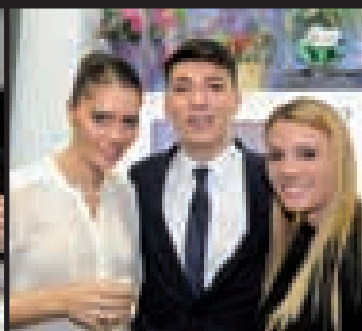
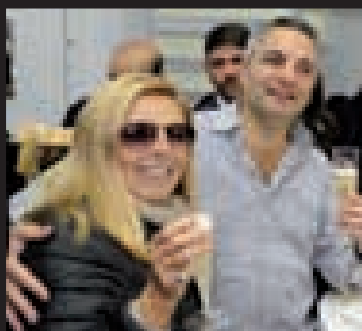


FOTO DI GIANNI RICCIO

Un corner nella centralissima via Filangieri: ecco il regalo per tutti i fan di Capri Watch, il brand di orologeria glamour che dall'isola azzurra in vent'anni ha conquistato il mondo della moda. Per inaugurarlo, un happening con musica jazz di Tony Falasconi in sottofondo e il brio delle bollicine Cà del Bosco proposte da Massimo Pipolo.

Accolti dai fratelli Silvio ed Alba Staiano, coraggiosi fondatori del marchio ed oggi a capo di un'azienda sempre più forte, e da Gino Scognamiglio, centinaia di amici e volti noti si sono ritrovati nel palazzetto di via Filangieri dove ad attenderli, la testimonial femminile del brand Veronica Maya, che ha indossato i modelli di punta della nuova linea Millefiori, presentata in anteprima nazionale.

Tra i tanti, l'attore Maurizio Aiello, lo scultore Lello Esposito, l'assessore regionale al turismo Pasquale Sommesse, il cantautore Peppino Di Capri con la moglie Giuliana, Annalisa De Paola, Gianluca e Monica Isaia, il chirurgo plastico Marco Moraci, Gianni Montanaro, Rossella Pirozzi, Nunzio Veloce. La scelta dello store è caduta su un elegante edificio monumentale di Chiaia molto noto agli habitués del salotto buono della città la cui facciata è caratterizzata una fusion di stili che vanno dal medievaleggiante al neoromanico al liberty, costruito nel 1910 su un suolo triangolare su progetto degli architetti Giulio Ulisse Arata e Gioacchino Luigi Mellucci. Un mix di elementi espressivi che danno vita ad un perfetto connubio di classe e brio: proprio come, del resto, il design Capri Watch ha da sempre mescolato classico e tendenza, qualità dei materiali e vivacità delle pietre usate per illuminare i quadranti. ■

Hai scelto Apple? Scegli noi.

Scopri le nostre offerte e promozioni. Visita la pagina dedicata del sito: www.rstore.it/offerte-promozionali



MacBook Pro

Ci trovi a Roma, Napoli (Chiara, Vomero, Toledo), Pompei (La Cartiera),
Caserta, Avellino, Pontecagnano (Maxi Mall), Potenza | www.rstore.it

R-Store







DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano

Mercedes-Benz CLA.

Il fascino della coupé, il comfort della berlina.

La rivoluzione delle quattro porte: la più aerodinamica del mondo a grade e connect me, Mercedes-Benz è sempre connessa con la tua auto e ti aiuta in caso di necessità ancor prima che tu te ne accorga. Diesel da 33.000 euro* con cambio automatico incluso. Vieni a provarla.



Mercedes-Benz
The best or nothing.

*Prezzi chiavi in mano, IVA inclusa (22,00%), trasporto e assicurazione esclusi. Per leasing e finanziamenti visita il sito www.mercedes-benz.it/finanziamenti. I prezzi sono in euro e sono per il mercato italiano. I prezzi sono in euro e sono per il mercato italiano. I prezzi sono in euro e sono per il mercato italiano.

A.M.B. S.p.A.

Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

Agnone (NA), Via Antiniana 28, tel. 081.6100418.21/22/45

Cerreto (NA), Via E. Fermi ang. S.S. Sarnitica, tel. 081.8800136.35/36/37

amb.mercedes-benz.it

SELEZIONE AUTO S.p.A.

Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

Napoli, Via delle Repubbliche Marittime 2, tel. 081.2435121.25/29/58

Cesena, S.S. Apple loc. Fontanelica, tel. 0522.210531

selezioneauto.mercedes-benz.it