

W

MAGAZINE

MARZO - APRILE 2016 Anno IX N°32

Moda
CARPISA
La tartaruga più
veloce di una lepre

Intervista
MAURIZIO AIELLO
Torna in teatro con
una commedia di Siani

Moda
HAMAKI-HO
Per l'uomo
dal gusto raffinato

Intervista
DIEGO OCCHIUZZI
Il Maradona della scherma

Moda
LOCMAN
Orologi high tech
che parlano italiano

DAVIDE
DEVENUTO



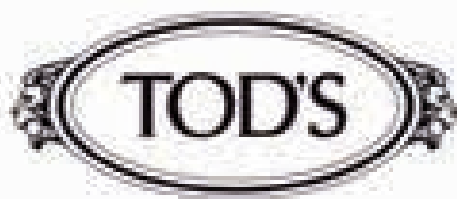




LOUIS VUITTON

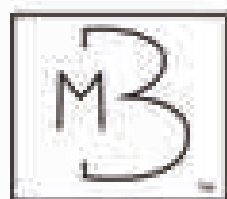


TODS.COM





BVLGARI
ROMA



MASSIMO BOTTIGLIERE
GIOIELLI

ISCHIA - CORSO VITTORIA COLOMBA 198. 811001344
WWW.MASSIMOBOTTIGLIERE.IT

OCTO

*«I dettagli fanno la perfezione
e la perfezione non è un dettaglio»*

Leonardo da Vinci







Salvatore Ferragamo

IN COPERTINA



Davide Devenuto
ph Patrizio Cocco

Edito da I'M srl

Redazione

tel 081 263508

fax 081 282682

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

Maria De Luca

Emanuele Di Bartolo

Giuliano Di Domenico

Sergio Governale

Alessandra Militeri

Arianna Nardi

Elisabetta Vairo

Maridi Sessa

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

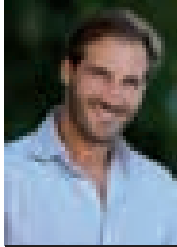
info@immagazine.it

i'M ONLINE

WWW.IMMAGAZINE.IT

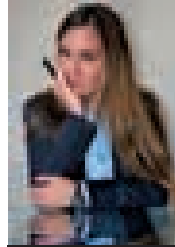


Follow us on:



L'Editore

Maurizio Aiello



**Il Direttore
Responsabile**

Ilaria Carloni

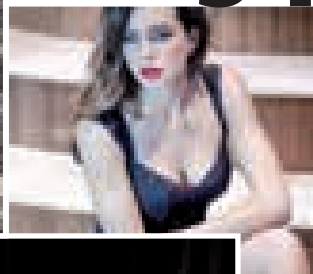
34



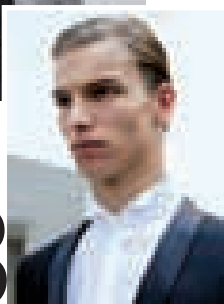
48



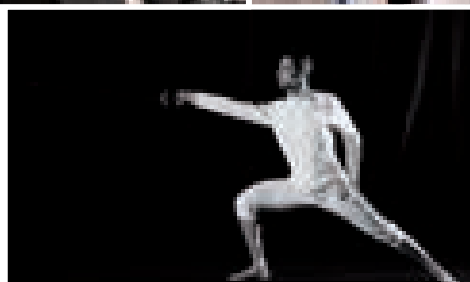
54



68



88



SOMMARIO



34 Maurizio Aiello

TORNA AL TEATRO CON UNA COMMEDIA DI SIANI

48 Carpisa

LA TARTARUGA PIÙ VELOCE DI UNA LEPRE
DI SERGIO GOVERNALE

54 Dalila Pasquariello

LA PRINCIPESSA DAI RUOLI DURI
DI ALESSANDRA CARLONI

68 Hamaki-Ito

PER L'UOMO DAL GUSTO RAFFINATO
E DALL'O SPIRITO CREATIVO
DI SERGIO GOVERNALE

74 Davide Devenuto

"LA LEGGEREZZA È UNA CONQUISTA"
DI ILARIA CARLONI

88 Diego Occhiuzzi

IL MARADONA DELLA SCHERMA
DI ALESSANDRA CARLONI

74

SHOP ONLINE AT FENDI.COM



FENDI

22



40

17 L'opinione

IL MAGMA CHE UCCIDE
DI FABRIZIO CARLONI

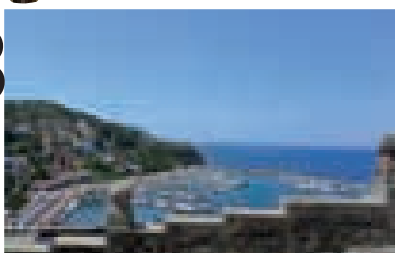
18 Bellezza

L'IMPORTANZA DEL SENO PER SENTIRSI DONNA
DI IVAN LA RUSCA

22 Milano Fashion Week

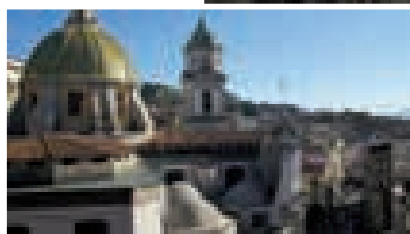
I BRAND NAPOLETANI CHE ESPORTANO
LA MODA ITALIANA NEL MONDO
DI GIULIANO DI DOMENICO

28



28 Agropoli

LA "CITTÀ ALTA"
DI ELISABETTA VAIRO



60

40 Pitti Immagine uomo

TRIONFA LA NAPOLI MODAIOLA
DI GIULIANO DI DOMENICO

60 Basilica di Santa Maria della Sanità

UNO DEI PIÙ IMPORTANTI
MONUMENTI DELLA CONTRORIFORMA



82

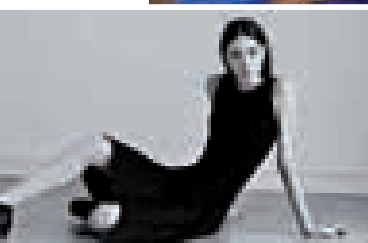
82 Locman

OROLOGI HIGH-TECH CHE PARLANO ITALIANO
DI SERGIO GOVERNALE

94 Su MSC Divina non sarà un'estate qualsiasi

96 I'M Model

SERENA AMIRANTE



96



103

103 Professionisti al top

SARA LUBRANO
L'ARTIGIANA DEI GIOIELLI
DI ALESSANDRA MILITERNI

106 Fotonotizie

SOMMARIO

OYSTER PERPETUAL MILGAUSS


ROLEX



Monelli

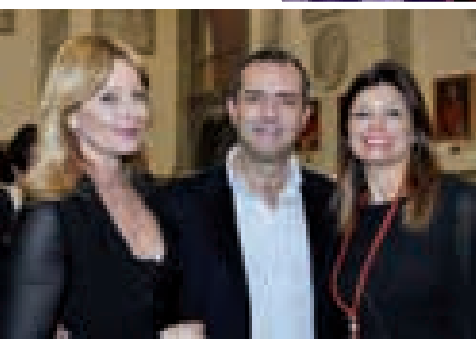
Orologeria Gioielleria

RIVENDITORE AUTORIZZATO
NAPOLI - VIA DEI MILLE, 12 (OPENING SOON)
NAPOLI - VIA S. BRIDA, 60/A



108

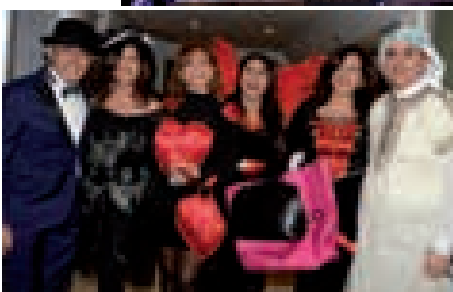
110



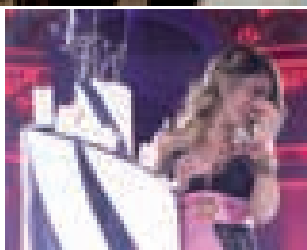
114



118



122



126

108 *Red carpet & Hearts da Aldo Coppola*

DI LAURA CAICO

**110 *La nuova capsule collection
Salvatore Ferragamo***

114 *Dinner Gala Aidda*

116 *Fashion aperitif*

118 *Sleep no more*

120 *Una festa sfavillante*

DI LAURA CAICO

122 *Party Lilt in favore delle donne*

124 *Un compleanno modaiolo*

126 *18 candeline per Chiara Nasti*

SOMMARIO



VALENTINO
GARAVANI

LOCMAN[®]

ITALY



MONTECRISTO AUTOMATIC

Cronografo con movimento meccanico automatico S.I.O. (Scuola Italiana di Orologeria).

Titanio e acciaio, Vetro zaffiro. Impermeabile fino a 10 atm.

WWW.LOCMAN.IT

LOCMAN S.P.A. - MARINA DI CAMPO - ISOLA D'ELBA

BOUTIQUE LOCMAN: • MILANO: VIA M. COMAZZA, 8 - TEL. 02 34513893 • FIRENZE: VIA TORNABUONI, 76/78 - TEL. 055 211455 • BRESCIA: CORSO GARIBOLDI, 39 - TEL. 030 380055 • MARINA DI CAMPO: PIAZZA G. DA VERGAZZANO, 7 - TEL. 0565 927734 • PORTOFERRAIO: CALATA MAZZINI, 17 - TEL. 0565 915596 • PORTO AZZURRO: VIA VITALIANI, 39 - TEL. 0565 928813 • PORTO CERVO: VICOLO DEL CERVO - TEL. 0789 92403 • CERVINIA: VIA CARREL - TEL. 0348 945195

E IN TUTTE LE MIGLIORI GIOIELLERIE

IL MAGMA CHE UCCIDE

DI FABRIZIO CARLONI



Ci sono dei momenti della storia in cui sembra che uno degli estremi nell'ambito dell'etica e dello spirituale possa prendere il sopravvento e possa perdurare. Il tutto viene confermato dal succedersi, negli avvenimenti umani, di una lunga serie di periodi che hanno fatto preludere la catastrofe o la catarsi. Dopo la fine della Prima Guerra Mondiale e dopo quella successiva, ancora più feroce e sanguinosa, sembrava si potesse convenire, senza pericolo di essere smentiti, che le cose, sulla semplice base delle tremende esperienze appena consumate, si dovessero rapidamente e definitivamente sistemare.

In realtà, nel caso della Grande Guerra, si era squinternato il meraviglioso equilibrio costituito dai grandi imperi europei in cui popoli tra loro diversi per tutto, dalle radici etniche a quelle religiose e culturali, convivevano pacificamente e non nelle situazioni insopportabili che sono poi state tramandate dai detrattori dell'Occidente. L'Austria-Ungheria riuniva sotto la tutela degli Asburgo molte delle popolazioni della penisola balcanica che dagli anni Novanta del secolo scorso si sono combattute rinnovando una consuetudine alimentata per secoli, salva restando la parentesi costituita dal Titoismo.

La lezione non è servita e un'Europa che ha dimenticato se stessa, ha partecipato allo sconvolgimento degli assetti che si erano creati dopo la Seconda Guerra Mondiale, accelerando, nell'ultimo ventennio, il processo nel Maghreb ed in Mesopotamia, aree che si erano liberate da decenni dai protettorati e tutoraggi delle nazioni europee. Lasciando, peraltro, la regia dello scempio agli Stati Uniti che dalla guerra contro la Spagna di fine Ottocento in poi, non hanno fatto una scelta di politica internazionale che avesse le prospettive di dimostrarsi ragionevole e portatrice di felicità per i popoli che gli USA sosteneva di voler salvare. Ora l'Europa ha completamente dimenticato la grandissima tragedia che coinvolse le sue popolazioni alla fine del Secondo conflitto mondiale. In quelle circostanze (chi ne ha scritto o parlato in questi mesi?) milioni di persone di tutte le età e di entrambi i sessi, furono costrette ad abbandonare le terre dei propri padri, i propri averi, le tombe dei propri morti per raggiungere altri territori cui nulla li legava di materiale, culturale e

sentimentale. Milioni di tedeschi etnici dovettero pagare il tributo per la guerra scatenata da Hitler ed abbandonare i villaggi che avevano costruito irrorando di sudore e sangue le zolle di terre che erano da moltissimi lustri dei propri avi; molte città da centinaia di anni abitate da tedeschi furono spopolate e consegnate ai polacchi; molti di questi ultimi dovettero lasciare, a loro volta, le aree storicamente riconducibili alla propria storia per consegnarle ai russi di Stalin.

La Polonia, i Sudeti, la Romania, l'Ungheria, i territori dell'ex Regno di Jugoslavia, il Caucaso, furono testimoni della deportazione e del massacro di tutta la popolazione di sangue germanico. Così come gli ucraini, i bielorussi, i turcomanni, i cosacchi, i lituani, gli estoni, i lettoni che avevano visto nei tedeschi invasori i liberatori dalla dittatura internazionalista di Stalin (sbagliando tragicamente), subirono la deportazione in massa nei gulag o nelle zone minerarie siberiane.

Noi italiani dovemmo abbandonare i territori veneziani della costa orientale dell'Adriatico e perdemmo anche Pola, Fiume, Spalato, Ragusa; dal settembre 1943 ai primi anni Cinquanta, centinaia di migliaia di nostri connazionali che risiedevano in Istria e Dalmazia da generazioni, costituendo la parte più vivace sul piano economico e culturale della popolazione, dovettero lasciare tutto ed emigrare in Italia.

Ora, nonostante quelle lezioni che grondano sangue e che comportarono terribili perdite sul piano delle tradizioni, delle vite umane e della cultura, il mondo Occidentale è andato a mettere le mani su un'area vastissima che va da Tunisi a Bagdad coinvolgendo gran parte del Medio Oriente e delle regioni che lo circondano. Provocando la dissoluzione tombale di comunità vive di Cristiani, Ebrei, Azeri, Yazidi, Curdi, Armeni, Circassi, Drusi che per centinaia di anni avevano trovato un equilibrio produttivo di civiltà e di genti. Tra queste popolazioni, quella dei Cristiani è stata particolarmente bersagliata e decimata.

Ma dalla poltrona su cui sembrava si fosse abbattuta quella vecchia signora dignitosa, ricca e bella che è stata la nostra Europa, si sta rialzando una bellissima ragazza dagli occhi magnifici e profondi che vuol far sentire di nuovo il fascino del proprio portamento, il peso etereo del proprio spirito e l'odore della propria pelle. Speriamo possa tornare a incedere, a tendere la mano a chi ha bisogno, e ad irradiare la propria storia e le proprie tradizioni. ■

carloni.f3@libero.it

Dalla poltrona su cui sembrava si fosse abbattuta quella vecchia signora dignitosa, ricca e bella che è stata la nostra Europa, si sta rialzando una bellissima ragazza dagli occhi magnifici e profondi che vuol far sentire di nuovo il fascino del proprio portamento, il peso etereo del proprio spirito e l'odore della propria pelle. Speriamo possa tornare a incedere, a tendere la mano a chi ha bisogno, e ad irradiare la propria storia e le proprie tradizioni.

Fabrizio Carloni. Roma, 30/04/53. Storico e giornalista. Dopo "San Pietro Infine 8-17 dicembre 1943 - La battaglia prima di Cassino" (Mursia 2003), "Il Corpo di Spedizione Francese in Italia 1943-1944" (Mursia 2006), "Gela 1943 - Le verità nascoste dello sbarco americano in Sicilia" (Mursia 2011), è uscito il suo quarto libro, "L'occupazione italiana della Corsica - Novembre 1942 - Ottobre 1943" (Mursia 2016).



Bellezza

L'IMPORTANZA DEL SENO PER SENTIRSI DONNA

DOTT. IVAN LA RUSCA

Il seno ha assunto una valenza molto importante nella nostra società e di conseguenza nel sentirsi donna. La pressione dei mass media è fortissima per cui oggi una donna con un seno piccolo, anche se ben formato, può non sentirsi a proprio agio. Inoltre la moda propone sempre più abbigliamenti adatti a seni prosperosi e alti, che stiano su sfidando la forza di gravità. È molto raro che un seno superiore alla III misura, superati i 25 anni, sia naturalmente alto, senza il supporto di un reggiseno. Soprattutto per questo motivo la richiesta di aumentare il volume mammario è sempre maggiore.

Quanto al tipo di pazienti che si rivolgono al chirurgo plastico, abbiamo principalmente due categorie: quelle giovani con seni piccoli che, raggiunta la maggiore età, vogliono ingrandirli, e quelle che avevano un buon volume ma che, dopo le gravidanze, lo vedono inevitabilmente modificato e vogliono migliorarlo.

È sconsigliabile operare le giovanissime prima del compimento della maggiore età; sia perché vi è la possibilità che cambino idea nel corso degli anni per il mutare delle priorità, sia perché è in ogni caso preferibile che si assumano la piena responsabilità della loro scelta, senza delegarla al genitore che necessariamente ne è tutore sino al compimento dei 18 anni. Inoltre una recente normativa di legge vieta l'uso della chirurgia in soggetti di minore età.

I tipi di intervento di chirurgia estetica che possono essere fatti al seno sono: il lifting, chiamato tecnicamente mastopessi, che a volte si associa all'inserimento di protesi. L'impiego delle protesi ha solo la funzione di aumentare il volume; se, viceversa, vogliamo modificare la forma, e quindi "tirarlo su", bisogna ricorrere a tecniche diverse, con cicatrici aggiuntive intorno all'areola o verticali sotto la mammella. Questo tipo di intervento viene eseguito prevalentemente nelle pazienti che dimagriscono o hanno ridotto il volume mammario in seguito a gravidanze. In generale si effettua una mastopessi quando la posizione del complesso areola-capez-zolo si trova al di sotto del solco mammario.

Non è vero che in caso di riduzione mammaria è consigliabile l'utilizzo di protesi.

Sarebbe un controsenso togliere e mettere volume nello stesso intervento chirurgico. Esistono delle tecniche di chirurgia plastica che permettono di ridurre il seno e fare un lifting senza l'impiego di protesi. È falsa l'idea che con le protesi il seno rimanga "sempre su", in

Il lifting è chiamato tecnicamente mastopessi, che a volte si associa all'inserimento di protesi. L'impiego delle protesi ha solo la funzione di aumentare il volume; se vogliamo modificare la forma, "tirarlo su", bisogna ricorrere a tecniche diverse, con cicatrici aggiuntive intorno all'areola o verticali sotto la mammella.

quanto il peso della mammella, con gli anni, tende comunque a modificare la forma; il seno assume un aspetto naturale, più giovane, senza l'impiego di un corpo estraneo, come può essere la protesi. Quest'ultima va utilizzata solo per aumentare il volume mammario. Le protesi al silicone sono i presidi medico chirurgici più studiati dopo la pillola anticoncezionale. Attualmente sono il mezzo più sicuro da utilizzare per aumentare il volume mammario, superiore alle metodiche "alla moda" tipo acido ialuronico o l'impiego del grasso del proprio corpo; queste ultime tecniche sono risultate esteticamente meno valide o addirittura dannose (l'acido ialuronico è stato vietato per l'aumento del volume mammario ed entrambe le tecniche creano interferenza con la mammografia). Le protesi attualmente in commercio sono sicure. Ne esistono diversi tipi: essendo dei presidi che devono durare negli anni, a volte a vita, non conviene risparmiare; è opportuno chiedere informazioni al chirurgo circa la marca che si intende utilizzare e la storia della ditta produttrice. La coesistenza del marchio CE e FDA (Food and Drug Administration - USA) è garanzia di qualità del prodotto. Nonostante nessun intervento chirurgico sia privo di complicanze, trattasi di procedura che, ove effettuata in un ambiente protetto e da mani esperte, dà risultati immediati, con recupero in tempi celeri, e con complicanze minime rispetto alla moltitudine di interventi effettuati. Quindi è sempre fondamentale informarsi sulla struttura dove viene praticato l'intervento chirurgico (privilegiare le cliniche rispetto agli studi privati) e il curriculum dell'operatore (sul sito dell'ordine dei medici - FNOMCeO - o delle principali Società Italiane di Chirurgia Plastica ed Estetica - SICPRE e AICPE - sono riportate sempre le specializzazioni).

Il sentirsi a proprio agio con il proprio corpo può aumentare la propria autostima e piacersi è il primo passo verso la serenità. ■



Blumarine

harmonblaine.com #mediterraneanlife #puresilk





Harmont & Blaine



MILANO FASHION WEEK

*I brand napoletani che esportano
la moda italiana nel mondo*

DI GIULIANO DI DOMENICO



Mentre al di là della Manica, uno dei brand inglesi di maggiore successo ha deciso di sfilare solo due volte l'anno, a Milano si è conclusa la "breve" settimana della moda dedicata all'uomo. Massimiliano Giornetti per **Salvatore Ferragamo** descrive uno stile sofisticato e un'eleganza classica. Il contrasto di densità, pattern, nuance è intenzionale e ricercato quanto spontaneo. Gli abiti hanno forme affilate; trench e blouson tratteggiano una figura misteriosa e verticale. Maglie e camicie dai volumi compatti sono percorsi da geometrie spontanee o attraversati da figure naïf di animali, volti, elementi naturali. La palette bianca e nera è accesa da note insolenti di ocra, ruggine, rosso.

Una delle aziende di sartoria napoletana per eccellenza, **Kiton**, decide di presentare la nuova collezione Autunno Inverno 16 a Milano che nasce da un'accurata ricerca che capitalizza le esigenze del cliente attraverso una proposta di eccellenza declinata in ciascuna delle categorie di prodotto del guardaroba maschile: la sartoria, il termico, il denim, lo sportswear e gli accessori. Il must della stagione è l'abito tre pezzi che vede il gran ritorno dell'intramontabile gilet. La costante ricerca della massima qualità, il fil rouge che sedimenta il DNA della maison di **Ciro Paone**, trova espressione anche negli abiti con un sensibile appeal sportivo, per i quali sono stati selezionati tessuti di altissimo valore come il 13.2, il 13.5 ed il 14 micron, filati molto leggeri che al contempo conferiscono calore ai capi inibendo le rigide temperature della stagione.

*Per **Salvatore Ferragamo** uno stile sofisticato e un'eleganza classica. Gli abiti hanno forme affilate; trench e blouson tratteggiano una figura misteriosa e verticale. Maglie e camicie dai volumi compatti sono percorsi da geometrie spontanee o attraversati da figure naïf di animali, volti, elementi naturali. Per **Kiton** il must della stagione è l'abito tre pezzi che vede il gran ritorno dell'intramontabile gilet. La costante ricerca della massima qualità, il fil rouge che sedimenta il DNA della maison di **Ciro Paone**, trova espressione anche negli abiti con un sensibile appeal sportivo, per i quali sono stati selezionati tessuti di altissimo valore.*

Ferragamo



N.21



John Richmond



Kiton

Alessandro Dell'Acqua, uno dei punti fermi del menswear, con la nuova collezione **N21** continua a dare al suo uomo elementi del guardaroba femminile. I pantaloni ed i parka sono impreziositi da applicazioni e ricami di passamaneria di gros grain, di velluto. Dai pullover a righe spuntano camicie lunghe; niente fit slim, ma una vestibilità over vestita di verde militare, lana, twill, cashmere e cotone che spopola sulle passerelle milanesi.

Ribelle e con la barba incolta, questo è il mood che propone **John Richmond** per la stagione invernale. L'uomo del gruppo Moschillo è più maturo, adesso veste in completi sartoriali e non ha bisogno di mostrare la sua anima rock. Borchie e jeans strappati sono stati sostituiti da un'eleganza formale che costruisce la nuova essenza del brand puntando sui dettagli. ■

***N21** continua a dare al suo uomo elementi del guardaroba femminile. Dai pullover a righe spuntano camicie lunghe; niente fit slim, ma una vestibilità over vestita di verde militare, lana, twill, cashmere e cotone. Ribelle e con la barba incolta, questo è il mood che propone **John Richmond**. L'uomo del gruppo Moschillo è più maturo, adesso veste in completi sartoriali e non ha bisogno di mostrare la sua anima rock. Borchie e jeans strappati sono stati sostituiti da un'eleganza formale che costruisce la nuova essenza del brand.*

Il menswear del nuovo autunno-inverno 2016



Fendi

Il lusso in casa **Fendi** è “domestico”; maglioni lunghi che sembrano patchwork, cappotti con cintura avvolgono e proteggono, i pigiami di seta si accompagnano a giacche in visone o shearling a pelo lungo. I punti di forza della new collection sono: sciarpe extra long, pantofole di pelliccia, sneakers con dettagli trekking, shopper oversize di montone, borse Peekaboo decorate con #FendiFaces, zaini e cappelli.

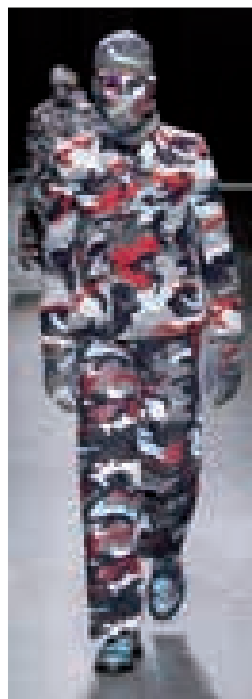
Tom Browne, per **Moncler Gamme Bleu**, rivisita i classici del brand puntando sul concetto di camouflage e mimetizzazione. Tutti i capi sono contraddistinti dallo stesso motivo mimetico grigio, blu e rosso realizzati grazie a dettagli e tecniche speciali. Giacche sportive, cappotti Chesterfield, trench, mantelle, cardigan, polo, pantaloni e short con dettagli stampati e laminati, ricami con perline, paillettes, intarsi, impunture e lavorazioni effetto bouclé creano una silhouette ad effetto “stratificazione”.

Ermanno Scervino coniuga fashion rock ad ispirazione militare. Le righe, insieme ai dettagli preziosi sono i protagonisti della maglieria over. Giacche tuxedo, completi scuri con dettagli jais ed il motivo principe di Galles vestono l'uomo per il prossimo inverno. L'eleganza dei dandy insieme a tessuti presi in prestito dallo sportswear creano la sartorialità dell'azienda toscana. I “Buskers” sono i musicisti di strada, i ragazzi che scendono letteralmente nel mondo per suonare la propria musica.

Lo stile di **Trussardi** vuole essere come loro; nell'abito e nello spirito. Il sartoriale diventa rivoluzione, il velluto a coste a effetto tweed o Principe di Galles; tutto è mischiato come in un motivo dissonante e melodioso. Marrone caldo, grigio elefante, tantissimo blu, ocra, coccio sono le nuance della palette della nuova collezione di Gaia Trussardi.

Da **Emporio Armani** lo scenario è quello urbano, mentre le finiture e i materiali usati guardano al futuro senza dimenticare il comfort. Il denim è il materiale passe-partout e si abbina con una varietà infinita di tessuti. Le giacche lunghe e corte, i pantaloni a tubo sono ampi e si chiudono al fondo oppure hanno pinces profonde. “Innovazione” sembra essere la parola chiave per il prossimo inverno.

L'uomo **Corneliani** costruisce il proprio stile osservando il guardaroba degli anni '40, dove l'eleganza



Moncler



Emporio Armani

*In casa **Fendi** i punti di forza della new collection sono: sciarpe extra long, pantofole di pelliccia, sneakers con dettagli trekking, shopper oversize di montone, borse Peekaboo decorate con #FendiFaces. **Moncler Gamme Bleu**, rivisita i classici del brand puntando sul concetto di camouflage e mimetizzazione. Tutti i capi sono contraddistinti dallo stesso motivo mimetico grigio, blu e rosso.*



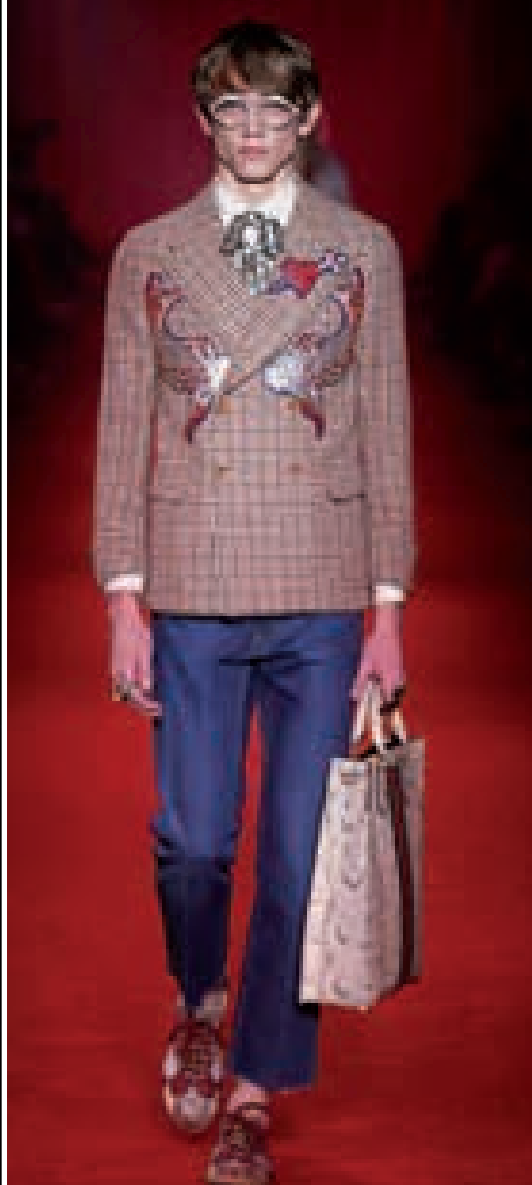
PATRIZIA PEPE



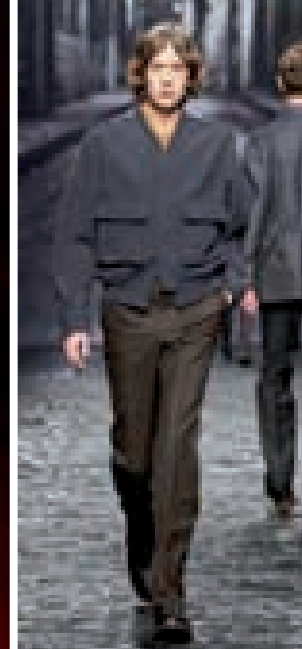
PATRIZIAPEPE.COM



Ermanno Scervino



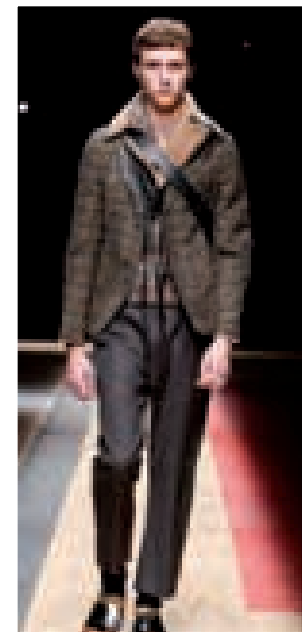
Gucci



Corneliani



Trussardi



Prada

oscilla fra gli estremi di una versatilità necessaria e la qualità assoluta del dettaglio, che sempre più è indice di classe e sancisce la personalità. Il gusto retrò, dalle lavorazioni a uncinetto dei gilet, agli effetti riforma recuperati dai vecchi archivi, fino agli spigati, così sfumati da apparire gessati, micro e macro, raccontano l'eleganza anni '40 composta da abiti color caramello, marrone corteccia e tabacco, giacche verde pavone e grigio piombo, mono e doppio petto. Il cappotto in cashmere è un capo over da annodare in vita, il trench di nylon è leggerissimo, mentre impunture e parti in astrakan ridimensionano la sportività del bomber.

Da **Gucci** si scava nell'archivio reinventando capi iconici del brand. Snoopy è il protagonista di t-shirt e maglie, i cappotti si alternano a cappe in pelliccia e giacche d'ispirazione orientale; i completi dai toni accesi hanno revers a contrasto e i pantaloni diventano man mano sempre più ampi. Il risultato finale è un mix che evidenzia l'animo anarchico della collezione.

Prada per la nuova collezione ha collaborato con l'artista Christophe Chemin che ha creato i disegni delle stampe. I pattern creati dall'artista decorano camicie ampie e sottogiacca. Dai cappotti strutturati, si passa per blouson che arrivano alla vita, fino ad arrivare alle cappe. I pantaloni sono dritti e arrivano alla caviglia. "È difficile raccontare quello che ho provato a fare. È una sorta di incontro di periodi scuri e luminosi della storia, una mescolanza di spunti di vari momenti eroici, guerrieri, infami, drammatici, umani, emozionanti. Ho chiesto a Christophe Chemin di disegnare le stampe per le camicie. Si tratta di incontri impossibili di grandi personaggi, decontestualizzati e poi riuniti in un panorama immaginario": la breve sintesi del nuovo uomo di Miuccia Prada. ■

UNICI, COME OGNI DONNA

Giielli per celebrare l'unicità di tutte le donne



Anelli in argento da € 39

PANDÖRA

Completa il tuo look con PANDÖRA e crea una combinazione di anelli unica, come te.
Scegli la collezione di gioielli in argento sterling 925 e oro 14k e i modelli migliori su www.pandora.net. Acquista anche online su store.it.pandora.net.
Diventa Fashion Ring Stylist: dal 5/6/2016 al 30/9/2016 partecipa al concorso Fashion Ring Stylist su www.pandorafashionringstylist.it
o sulla pagina Facebook di Pandora Italia. Totale montepremi massimo € 7.000,00 (IVA inclusa).



AGROPOLI

La “Città Alta”



Asud di Salerno, tra la natura meravigliosa, patrimonio dell'UNESCO, ed il mare cristallino, sorge Agropoli, la "Città Alta" del Parco Nazionale del Cilento, centro turistico di incommensurabile bellezza. Un luogo incantevole dove cultura, storia, turismo e sapori si incontrano.

Posta sulla cima di un promontorio a picco sul mare, Agropoli affonda le sue radici nella grecità e, secondo alcuni archeologi, potrebbe essere l'antica acropoli di Paestum.

Piccolo centro abitato del litorale campano, sin dall'età romana, soprattutto per la sua posizione strategica, divenne centro di rifugio dalle invasioni e

roccaforte durante le guerre. Fu durante la dominazione bizantina, nel VI secolo, che la città fu battezzata con il nome attuale, Acropolis ("città alta"). Fu sede di un vescovado per tutto il medioevo, divenendo un feudo importante sotto il dominio di diverse casate fino all'abolizione dell'età feudale. Subì l'avvicendamento dei Normanni, Svevi e Aragonesi entrando nella storia del Regno delle Due Sicilie. E poi ancora il dominio napoleonico e la modernità. Piccolo borgo, certo, ma che non ha perso mai un solo secolo di storia, e le piazze, i monumenti, le strade, le chiese sono testimonianza evidente di un glorioso passato che ancora ne rende omaggio. Segno dell'avvicinarsi delle dominazioni e dei cambiamenti è sicuramente la struttura

della stessa cittadina. Il centro storico, piccolo e raccolto all'interno delle mura difensive, adornato dal portale seicentesco d'ingresso, sul quale spiccano gli stemmi degli antichi feudatari, è il simbolo della storia antica, delle origini di Agropoli sino al Medioevo e poco oltre, quando ancora si raccoglieva arroccata sulla cima del monte, dentro il perimetro murario. Delle antiche dominazioni è simbolo il Castello Angioino Aragonese, che si erge imponente e maestoso sul promontorio. Visse tanti rifacimenti quante furono le dominazioni, vuoi per l'imponenza o per la posizione della struttura stessa. Nell'800 iniziarono i lavori di espansione della cittadina oltre le mura antiche. Da qui, simbolicamente, iniziò una nuova fase storica per il piccolo centro. Alla nuova Agropoli appartengono il Palazzo Civico delle Arti, struttura espositiva dedicata al-



Piccolo centro abitato del litorale campano, sin dall'età romana, soprattutto per la sua posizione strategica, divenne centro di rifugio dalle invasioni e roccaforte durante le guerre. Fu durante la dominazione bizantina, nel VI secolo, che la città fu battezzata con il nome attuale, Acropolis. Fu sede di un vescovado per tutto il medioevo, divenendo un feudo importante sotto il dominio di diverse casate fino all'abolizione dell'età feudale.

l'archeologia e all'arte, ed il Museo Archeologico, che accoglie una ricca selezione di reperti dalla storia della colonizzazione all'evoluzione della città, da piccolo centro dedito alla pesca a riferimento per il commercio nel Mediterraneo. Simbolo della modernità è, invece, la Fornace, testimonianza del processo di industrializzazione e di trasformazione del paesaggio urbano e dell'economia del paese, voluta dall'ingegnere Vincenzo del Mercato. E poi ancora le chiese, simbolo di religiosità e spiritualità, come: la Chiesa della Madonna delle Grazie, che sorge nel centro cittadino; la chiesa della Madonna di Costantinopoli, protettrice dei pescatori, che domina maestosa dall'alto del promontorio sulla città ed il porto turistico; o la Chiesa di S.S. Pietro e Paolo, di origini antichissime, a cui si possono associare



LUUJO

NAPOLI
via Filangieri 6/7
via Scarlatti 161/165

GIUGLIANO
via Roma 23

MARCIANISE
c/v Campania

NOLA
c/v Vittorio Veneto

SALERNO
San Vittoria Emanuele 180



sia la tradizione dell'approdo di San Paolo, sia la figura stessa di San Pietro pescatore. Agropoli è prima di tutto mare: le acque cristalline della Baia di Trentova e del lungomare San Marco ne fanno una delle località balneari più premiate ed apprezzate della Campania.

Terra di colori tra il blu e le sfumature del mare, al verde della natura, di quella vegetazione che la circonda, Agropoli incontra terre, sapori, profumi e spettacoli naturali. L'area di Trentova, infatti, ha un valore naturalistico e paesaggistico inestimabile, come i percorsi tra i ponti di pietra locale ed i casali, che nascondono scorci di storie passate, leggende e tradizioni.

La città è anche meta di riferimento per grandi manifestazioni sportive, nazionali ed internazionali. Terra dove poter affidarsi alla natura ed ai percorsi, per addentrarsi in meravigliose escursioni tra mare e terra, circondandosi di un'aurea mistica tra pace e serenità.

Tra stradine, negozi, chiese, bar e monumenti, si respira e si vive ogni giorno la vita di questo piccolo centro che dona un ulteriore tocco di unicità e ricercatezza al meraviglioso spettacolo della costiera campana. Luogo di attrazione per eventi culturali e sportivi, d'estate, ma anche durante tutto l'anno diventa un piccolo centro che attira migliaia di turisti dalle più diverse necessità, vista la versatilità del luogo, dove la storia millenaria, la cultura, i sapori e la natura fanno di Agropoli un meraviglioso centro di attrazione e da vivere tutto l'anno. ■

Agropoli incontra terre, sapori, profumi e spettacoli naturali. L'area di Trentova, infatti, ha un valore naturalistico e paesaggistico inestimabile, come i percorsi tra i ponti di pietra locale ed i casali, che nascondono scorci di storie passate, leggende e tradizioni.



Chantecler

CAPRI



NAPPAGIOIELLI

Via Filangieri 65 • Napoli

Tel. 081.413.143 • www.nappagioielli.it

Maurizio Aiello.

Nato a Vico equense l'11 dicembre 1969. Ha iniziato come modello a Milano sfilando per importanti stilisti. Ha esordito in teatro come "attore giovane" in "Sei personaggi in cerca d'autore" di Franco Zeffirelli. In tv ha interpretato fiction importanti: "La piovra 7", "Il maresciallo Rocca", "Un posto al sole", "Gioco di specchi", "Sospetti", "Amanti e segreti", "Pompei", "Era mio fratello". È sposato con l'avvocato Ilaria Carloni ed ha una bimba di 4 anni Ludovica.



MAURIZIO AIELLO

Torna al teatro con una commedia di Siani

FOTO DI GIANCARLO AIELLO

Dopo due torunee con Salemme nella commedia campione di incassi "L'astice al veleno", Maurizio Aiello torna a calcare il palcoscenico in una commedia ideata e scritta dal grande Alessandro Siani e Maria Bolignano con la regia di Gianluca Ansanelli. Compaesani e vecchi amici, Maurizio e Siani si sono incontrati dopo tanti anni - l'ultima esperienza insieme è stata nel cinepanettone del 2007 "Natale in crociera" - e Alessandro ha pensato proprio a lui per questa commedia brillante, dal titolo "Tutti per uno, uno per Titty", che lo vede al fianco della stessa Maria Bolignano, già nota come la milf di "Made in Sud" e il Commissario Marisa di "Fatti unici". Una coppia anomala, Maurizio il bello della fiction, e la Bolignano animale da palcoscenico teatrale, che insieme si cimentano in una tournée che solo per il momento sarà riservata alla Campania, con debutto al teatro Lendi di Sant'Arpino, per poi proseguire con i teatri di Nola, Lacedonia, Teano, Portici, Pompei, Capua ed il 13 aprile al Cileia di Napoli.

Maurizio, come è nata questa esperienza?

Un bel giorno mi ha telefonato Alessandro Siani e mi ha detto che aveva pensato a me per il ruolo da protagonista in una sua commedia.

Come ha reagito?

È stata una bella sorpresa! Ero molto concentrato sul mio lavoro da editore (di I'M Magazine ndr) e ripensare al teatro che avevo interrotto da un paio d'anni, è stato stimolante.

Come si è preparato?

Ho rotto le scatole ad Alessandro e a tutta la produzione per avere il copione quanto prima, perché con la mia ansia anticipatoria volevo sapere subito di cosa si trattasse. L'ho letto mentre ero in vacanza, rilassato e senza impegni. Mi è piaciuto il ruolo, ma non nego di avere un po' di timore.

Di cosa?

Le ultime tre touree che ho intrapreso sono state con due veterani del palcoscenico, Montesano e Salemme. La responsabilità, quindi, era soprattutto sulle loro spalle. La commedia era la loro! Stavolta, invece, mi sono sentito più investito.

Ansia da prestazione?

Grande ansia. Stavolta siamo io e Maria, oltre agli attori Marco Critelli e Giusy Cervizzi, e la riuscita della commedia dipende solo da noi. La Bolignano ovviamente è un animale da palcoscenico, quindi non ha temuto l'impresa, lei che ogni giorno si confronta



“

La vita privata mi ha riservato grandi emozioni che non immaginavo minimamente di poter provare. La paternità mi ha reso una persona migliore, ed oggi tutto quello che faccio è per mia figlia e per amore della famiglia.

”

“

Con la commedia “Tutti per uno, uno per Titty”, ritorno al mio vero lavoro, alla mia passione.

Il teatro rappresenta un esercizio per non perdere l'allenamento, ed un modo per evadere.

”



in tv e teatro con il diretto apprezzamento del pubblico. Io, invece, sono stato più abituato ai set, alla possibilità di ripetere la scena, al filtro della telecamera che in un certo senso ti protegge.

È anche vero però che è stato “allenato” al teatro dal grande Vincenzo Salemme...

L'esperienza nella sua commedia “L'astice al veleno” è stata una palestra importantissima per me. Vincenzo è stato un grande maestro e non smetterò mai di ringraziarlo. Mi ha insegnato i tempi teatrali, l'estensione della voce, ad affrontare il pubblico che è davanti a te a pochi metri.

Siete diventati molto amici anche nel privato?

Sì, molto, anche se purtroppo per i rispettivi impegni familiari e professionali ci vediamo poco. Vincenzo oltre ad essere l'artista bravo che tutti conoscono, è una persona di gran cuore e molto sensibile. Poi è un bravissimo cuoco e le cene a casa sua in occasione delle partite del Napoli, sono un vero attentato alla linea. In genere sono buffet di ogni possibile delizia mediterranea, dalla pasta e spollichini, al sartù di riso, parmigiana di melanzane, peperoni “imbuttunati”, salsicce e friarielli, treccione di bufala. Mi sta venendo fame a pensarci!

Torniamo alla commedia “Tutti per uno, uno per Titty”, di cosa parla?

Titty è una donna ultra quarantenne che si sente sempre un “pesce fuor d'acqua” e non è in grado di avere una relazione. Ha un colpo di fulmine per il nuovo vicino di casa - io - e da quel momento il suo unico scopo sarà cercare di conquistarlo. I mezzi

che usa sono molto particolari e daranno vita a numerosi equivoci, ovviamente tutti divertentissimi. La morale è che le apparenze ingannano e dietro un aspetto “leggero” si può celare una buona sostanza.

Sul fronte tv invece ci sono prospettive? L'abbiamo vista l'ultima volta sul cornicione del Maschio Angioino in una avvincente scena di “Un posto al Sole”, in cui era nel mirino dei Camorristi...

Per adesso non è previsto un ritorno, ma prima o poi credo ci sarà visto che la storia è rimasta sospesa. A me ovviamente piacerebbe, “Un posto al sole” resta la mia seconda famiglia. Ci sono cresciuto e sono rimasto molto legato alla produzione e ai miei colleghi.

Il ruolo di padre, invece, come va?

Sono sempre più innamorato di mia figlia (Ludovica, 4 anni, avuta dalla moglie Ilaria Carloni ndr). Più cresce e più il nostro legame si consolida ed intensifica. È una bambina intelligentissima, affettuosa e allegra.

Cosa ha del papà?

Certamente la teatralità (ride ndr). Fisicamente, a parte qualche dettaglio, somiglia a mia moglie Ilaria, ma caratterialmente, soprattutto nell'essere birichina, ricorda molto me da bambino. Le piace scherzare, fare dispetti buoni e, soprattutto, recitare.

Lo fate insieme?

Sì, ci divertiamo molto. Io invento la scena e lei la interpreta. Piange anche per finta!



TAGLIATORE

Un bilancio della vita personale?

La vita privata mi ha riservato grandi emozioni che non immaginavo minimamente di poter provare. Quando ho conosciuto Ilaria ero un trentenne pieno di me, innamorato solamente del lavoro. Non sapevo ascoltare, mettermi in discussione, ed ero molto poco disponibile al confronto. Nel lunghissimo rapporto con Ilaria (10 anni di fidanzamento e sei di matrimonio ndr), ho imparato ad aprirmi agli altri, ad essere meno egoista e più riflessivo. Poi la paternità mi ha reso una persona migliore, ed oggi tutto quello che faccio è per mia figlia e per amore della famiglia.

Un bilancio sulla vita in generale...

Certamente positivo pur se con le fisiologiche amarezze. Diciamo che sono diventato presto adulto perché a soli 17 anni ho lasciato casa e mi sono reso autonomo. Quindi in termini di vita vissuta è come se avessi almeno 60 anni! Ho avuto una giovinezza ricca e stimolante, posso dire di aver goduto di un'epoca che purtroppo, anche se è dietro l'angolo, è finita. Questo mi amareggia. Sono consapevole di averne giovato, quindi sono più fortunato di molti giovani di oggi che sono abbruttiti senza sogni e prospettive. Io ho inseguito il sogno che avevo da bambino e con grande caparbia l'ho realizzato.

Le cose sono cambiate un po' per tutti oggi.

Infatti, come dicevo prima, è cambiato proprio il periodo storico. Io ho la fortuna di essere molto razionale e pragmatico, ed inoltre ho un buon istinto, tipico dei napoletani che sono caratterizzati da un grande spirito di sopravvivenza. E quando ho fiutato che la crisi era dietro l'angolo, ho intrapreso questa esperienza da editore (di l'M Magazine, free press nato nel 2007 ndr), per trovare una valida alternativa al mio lavoro, che non era più quello di una volta.

Come ha capito che era il momento di diversificare?

L'ho capito quando dopo un grande successo come la fiction "Era mio fratello" (fiction campione di ascolti di Claudio Bonivento andata in onda su Raiuno nel 2007 ndr), avrei dovuto incrementare il lavoro, e invece mi sono trovato paradossalmente ad essere meno richiesto. Lì ho capito che qualcosa era cambiato nel sistema. E poiché non amo aspettare che gli eventi scelgano per me e non sono uno che si piange addosso, ho deciso di cimentarmi nella realizzazione di una rivista che mi ha sempre affascinato sin da quando ragazzino facevo il modello a Milano.

Altri sogni per il futuro?

Produrre un film tutto mio. Devo solo trovare la sceneggiatura giusta. Anzi, approfitto per fare un appello: chi ama scrivere ed ha un buon progetto che sogna di realizzare, lo aspetto a braccia aperte.

Cosa rappresenta in questo momento "Tutti per uno, uno per Titty"?

Il ritorno al mio vero lavoro, alla mia passione, un esercizio per non perdere l'allenamento, ed un modo per evadere, perché il teatro è una gran terapia. ■



“ Sono diventato presto adulto perché a soli 17 anni ho lasciato casa e mi sono reso autonomo. Quindi in termini di vita vissuta è come se avessi almeno 60 anni! Ho avuto una giovinezza ricca e stimolante, posso dire di aver goduto di un'epoca che purtroppo è finita. Sono consapevole di averne giovato, quindi sono più fortunato di molti giovani di oggi, abbruttiti e senza prospettive. Ho inseguito un sogno che avevo da bambino e con grande caparbia l'ho realizzato. ”



Amina Rubinacci

NAPOLI - CAPRI - PORTOFINO - VENEZIA - ROMA - FIRENZE

PITTI IMMAGINE UOMO

Trionfa la Napoli modaiola

*“Siamo contentissimi di questo Pitti Uomo, ha affermato l'amministratore delegato di Pitti Immagine **Raffaello Napoleone**, per l'atmosfera di grande positività che si è respirata negli stand e nelle facce di tutti protagonisti. Tante le novità nelle collezioni delle nostre aziende, negli eventi speciali seguitissimi sia in città che in Fortezza e tanti i nuovi progetti annunciati nel corso di questa edizione, dal nuovo progetto Tutorship che Pitti Immagine dedica ai giovani designer, all'accordo istituzionale tra la Fondazione Discovery e le Gallerie degli Uffizi e tanto altro. Guardiamo al futuro con fiducia e con la consapevolezza che Firenze e Pitti Uomo sono sempre di più un appuntamento irrinunciabile nella mappa della moda mondiale”.*

DI GIULIANO DI DOMENICO



Il Pitti 89 è stata un'edizione da record ed i dati di affluenza finale lo hanno confermato: il numero complessivo di buyer ha quasi raggiunto le 24.800 presenze (+4% rispetto a un anno fa), di cui 8.800 esteri (+2,5%) e 16mila italiani (+5%). Il totale dei visitatori ha raggiunto quota 36.000 presenze. Il padiglione centrale è, come sempre, stato scelto dalle aziende napoletane per esporre le loro nuove collezioni. La collezione Autunno Inverno 2016-17 di **Harmont & Blaine** trae ispirazione dall'autunno mediterraneo. Il guardaroba diventa più versatile adattandosi ad un clima sempre più mutevole. Il Parka, capo must delle stagioni invernali, è dotato di interno staccabile in lana, da poter utilizzare secondo le necessità. La camiceria rimane protagonista; l'ampia proposta di tessuti e fantasie si arricchisce con la camicia stampa "piastrella" e la #microbassotto, camicia in denim e in popeline con micro fantasia del logo del marchio. La collezione calzature viene proposta con un nuovo fondo in gomma ancora più leggero e più alto. Nella palette dei colori, i grigi chiari e il beige della sabbia, il blu e il grigio scuro del mare vengono abbinati all'azzurro polvere, al rosso e al giallo tufo che ricordano le facciate delle case dei borghi marinari ed il verde e l'ocra della macchia mediterranea.

Kired propone, per l'inverno prossimo, capi che rappresentano un viaggio alla riscoperta dei classici filati inglesi e scozzesi. L'ausilio di tecniche di lavorazione d'avanguardia come la termonastratura e la termolaseratura consentono la trasformazione delle lane in tessuti waterproof che garantiscono calore, morbidezza ed impermeabilità al capo. Al tema dominante del blu si alternano le nuances dei grigi, verdoni, sabbia, beige e micro-fantasie come pied de

HARMONT & BLAINE

Harmont & Blaine trae ispirazione dall'autunno mediterraneo. Il guardaroba diventa più versatile adattandosi ad un clima sempre più mutevole.

Kired propone capi che rappresentano un viaggio alla riscoperta dei classici filati inglesi e scozzesi.

Hamaki-Ho unisce la tradizione della sartoria partenopea allo stile rigoroso del Nord Europa.

Antony Morato presenta la campagna "I am who I am", diretta e senza pericolo di fraintendimenti.

Le scarpe di **Campanile** continuano ad essere caratterizzate da una lavorazione artigianale.

poule e gessatino dal gusto inglese.

Hamaki-Ho, giovane realtà campana, unisce la tradizione della sartoria partenopea allo stile rigoroso e minimal del Nord Europa. La new collection si rivolge all'uomo contemporaneo che ha sempre molti impegni e per questo ama scegliere l'outfit giusto ad ogni occasione. Completati in viscosa di alta qualità o misto lana vergine tintofilo, con colori e trame inglesi; dal taglio asciutto e over, si mescolano a spezzati in cotone confort spazzolato effetto lana, confortevoli e caldi, dalla linea slim.

Antony Morato presenta nella Fortezza da Basso la campagna "I am who I am", dichiaratamente social, diretta e senza pericolo di fraintendimenti. Un messaggio rivolto a tutti, per spingere a interpretare la propria essenza, mostrando se stessi tramite il proprio look, senza paure né eccessi. Le immagini sono state scattate a Los Angeles da Sofia Malamute, giovane fotografa di origine Argentina, capace di manipolare con abilità il bianco ed il nero, che per Antony Morato si mette in gioco introducendo il colore in gabbie grafiche rigorose e geometriche, azzurri di mare e cielo che si armonizzano con il bianco e nero.

Campanile, uno dei marchi di calzature più rappresentativi dell'eleganza napoletana, continua ad essere una presenza costante di Pitti Uomo. Le scarpe dell'azienda napoletana continuano ad essere caratterizzate da una lavorazione artigianale; i colori che vengono realizzati all'interno dell'azienda dalle sapienti mani di artigiani specializzati che con passione e professionalità danno il loro prezioso contributo alla realizzazione del prodotto. ■



HAMAKI-HO



41



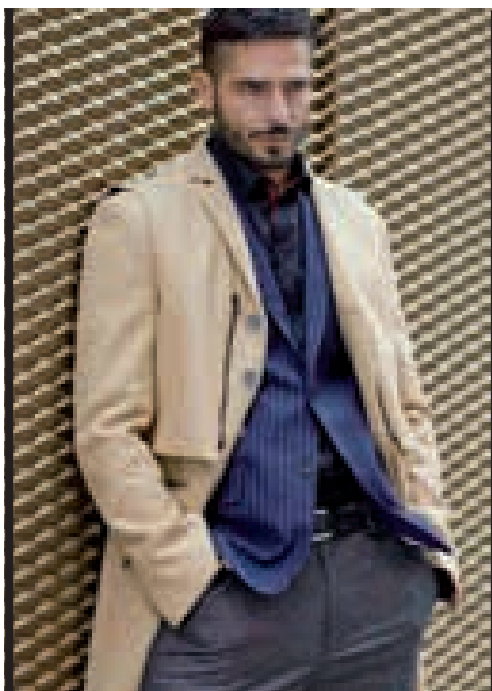
CAMPANILE



KIRED

ANTONY MORATO

Il made in Italy spopola fra i buyer stranieri



PATRIZIA PEPE



ALBERTO GUARDIANI



MANUEL RITZ



GEOSPIRIT

Dal 12 al 15 gennaio nella Fortezza da Basso si sono dati appuntamento 1219 brands che hanno fatto da cornice al nuovo tema di una delle manifestazioni di moda più importanti del fashion system: Generation(S). La moda dà spazio a stili sempre più diversi, mette generazioni a confronto e Firenze è stato il luogo adatto per far mescolare le tendenze di oggi e del passato.

New entry di quest'edizione di Pitti Immagine è **Patrizia Pepe** che presenta la sua nuova collezione uomo Autunno Inverno 16. Un'ispirazione velatamente punk, con chiari richiami al rock ed allo stile puramente formale. Le tonalità di blu, nero e antracite si affiancano al tradizionale men coat cammello, decisamente cool quando abbinato a tinte scure. Sia le giacche che i pantaloni puntano su esclusivi jacquard in lana/seta elasticizzata; i grafismi vengono combinati in un caos ordinato, giocando su mix forti e provocatori.

Per il prossimo Autunno Inverno, **Geospirit** decide di rinnovarsi completamente. L'ispirazione è tratta dal meraviglioso mondo cinematografico, nel suo momento di maggior fulgore: gli anni '60. La collezione ripropone l'eleganza delle icone di stile del passato, Paul Newman, Robert Redford e Marlon Brando, risultando però molto attuale e moderna. L'esclusività dei capispalla continua a riconoscersi sia nella proposta dei tessuti, dalla mano calda e morbida e particolarmente innovativi, sia nel confort e nella versatilità d'utilizzo.

Riappropriarsi del passato senza smettere di guardare avanti è la ricetta di **Alberto Guardiani** per vestire il gentleman contemporaneo. Pensata per gentiluomini dalla personalità sfaccettata ma dallo stile deciso, la Collezione Autunno Inverno 16 inventa un universo trasversale ed ibrido, che si traduce in calzature innovative capaci però di conservare l'appeal dei grandi classici. I modelli iconici si lasciano contagiare dal gioco di libera sperimentazione che percorre la collezione e scoprono nuove inedite combinazioni di materiali, stampe sofisticate e dettagli innovativi.

Esclusiva e poliedrica è la collezione che **Manuel Ritz** presenta alla 89esima edizione di Pitti Immagine Uomo. Un total look sempre più ricercato, in perfetto equilibrio tra tradizione sartoriale ed innovazione, dove non mancano commistioni fra cui le reinterpretazioni di felpe su shetland. La palette colore è vivace e completa e va dal verde, al bordeaux, dal cammello al blu navy e bluette. Il resto della collezione sembra invece riecheggiare una sola parola d'ordine: eleganza. Check, gessati e microfantasie geometriche caratterizzano abiti slim fit e giacche monopetto realizzati in jersey, lane e misto lana.

Da **Paoloni** ampia è la proposta di capispalla dove ➔

SILVIAN HEACH



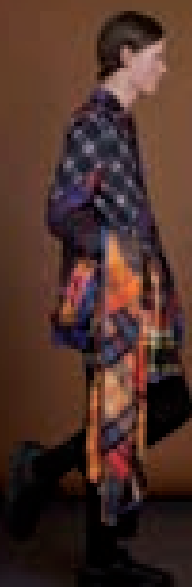
LOCMAN



FEDON



PAOLONI



HERNO



PINKO

*Da **Paoloni** tornano ad imperare i cappotti. Piccoli, asciutti o imbottiti, per uno stile più tradizionale ma anche comodi e avvolgenti a rappresentare un gusto più fashion.*

***Herno** presenta a Firenze una capsule collection che vede fondersi la sapiente maestria sartoriale con l'estetica visionaria di Pierre-Louis Mascia.*

tornano ad imperare i cappotti. Piccoli, asciutti o imbottiti, per uno stile più tradizionale ma anche comodi, ampi e avvolgenti a rappresentare un gusto più fashion. La giacca si ripiega in una pratica bustina che occupa uno spazio ridotto e quindi, se posizionata in valigia, permette di viaggiare con un bagaglio minimo. Grande cura per i dettagli negli abiti che allargano i rever, e mantengono un fit slim con una lunghezza di giacca contenuta.

Visto il riscontro positivo registrato durante le ultime edizioni del Pitti, **Pinko** sceglie ancora Firenze per presentare una nuova capsule collection "Hunds Up". La linea comprende zaini, tracolle e clutch in diversi materiali e colori, caratterizzati da strass e gemme. Pino Lerario, direttore creativo del brand Tagliatore, traduce il suo profondo amore per territorialità, sartorialità ed artigianalità in una nuova sensibilità nei confronti della natura: la collezione invernale si articola su proposte di capispalla realizzati con filati naturali quali lana, mohair, seta e alpaca. I cappotti della collezione hanno un gradevole gusto retrò, dove l'eleganza formale e lo stile casual si fondono in un'armonia perfetta. I revers sono ampi, le linee over e le lunghezze rivisitate. Maniche raglan e grandi martingale esaltano il punto vita ed evidenziano la silhouette. Le tonalità per la fredda stagione sono calde e si fondono tra loro con evidente equilibrio.

Herno, leader nel luxury sportswear, ha creato un co-branding insieme a Pierre-Louis Mascia, uno degli illustratori più talentuosi del panorama contemporaneo. Presenta a Firenze una capsule collection di 15 capi da uomo e 15 capi da donna che vedono fondersi la sapiente maestria sartoriale di Herno con l'estetica visionaria di Mascia. Pattern innovativi e un utilizzo spregiudicato del colore sono la chiave interpretativa della collezione.

La Award Collection di **Fedon** si sviluppa e presenta nuovi "must have" che arricchiscono una collezione concepita per vivere la quotidianità in modo rilassato senza trascurare praticità e organizzazione. Le due nuove borse Award File 1N e Award File Doc richiamano l'essenza della collezione preesistente con la sua leggerezza e il suo design futuristico. Tutte le borse Award proteggono con razionalità e i materiali utilizzati, creano un incontro di contrasti che affascina la vista e seduce il tatto. Le nuove proposte perfezionano un mondo di borse in continua evoluzione, che vuole rispondere, con originalità, alle esigenze del moderno working-globetrotter.

Valutazioni più che positive per l'azienda elbana **Locman** Italy che anche quest'anno è stata protagonista del 89 Pitti uomo con il modello di punta presentato in fiera, l'orologio 1960, progettato per interpretare le atmosfere dei nostri giorni vicine a quelle dei primi anni 60', il decennio più glamour di sempre. ■

www.albano.it

www.albano.it



ALBANO

NAPOLI PIAZZA S. CATERINA A' CIRIACI, 12 - NAPOLI VIA LEON GORDIANO, 79

LIU·JO

U O M O



i'M *made in Naples*





CARPISA

La tartaruga più veloce di una lepre

“Riporteremo a Napoli le nostre produzioni e ne siamo orgogliosi”

Raffaele Carlino
Presidente Carpisa

DI SERGIO GOVERNALE

Il sogno di Carpisa? Riportare gran parte della produzione a Napoli, com'era all'inizio. È il desiderio della società nata con la famiglia Carlino e ora parte del gruppo Pianoforte Group, che entro pochi anni sbarcherà a Piazza Affari. “Abbiamo iniziato a riportare la realizzazione delle nostre cinture in pelle nel nostro territorio, dando lavoro ai napoletani”, rivela Raffaele Carlino, a capo dell'Ufficio Stile del brand della tartaruga. “Sono napoletano e me ne vanto e sono fiero dei nostri dipendenti, quasi tutti partenopei Doc”, aggiunge l'imprenditore.

Vuole ricordare quando nasce il marchio?

Nel 1986 con il primo negozio multibrand in via Stanzione al Vomero. Nel 2001, abbiamo siglato la partnership con la famiglia Cimmino, con cui ha preso il via il nostro progetto di franchising. Pochi anni fa, nel 2011, abbiamo poi dato vita al gruppo Pianoforte Group, che include anche i marchi Yamaha e Jaked.

Chi sono i soci?

La nostra famiglia al 43,4%, la famiglia Cimmino con una percentuale analoga, Sergio Ubaldo con il 2,3% e il fondo americano Nb Renaissance Partners con Intesa Sanpaolo per il restante 10,9%.

Qual è la vostra storia imprenditoriale?

Io e i miei fratelli siamo la terza generazione di pellettieri, attività iniziata da mio nonno Raffaele e sviluppata da mio padre Gennaro, dal quale prende il nome il mio primo primogenito. L'attività comincia in corso Umberto I, dove i miei nonni aprirono il loro primo negozio nell'immediato Dopoguerra. Nei successivi vent'anni mio padre trasforma l'attività in una vera e propria industria made in Naples: da fabbricanti a retailer, superando tutti i passaggi intermedi della distribuzione. Oggi la tartaruga, che idealmente ha iniziato a camminare all'epoca, ne ha fatta di strada. Sono immerso nelle borse da quando avevo 13 anni. Il mio doposcuola era la fabbrica a Fuorigrotta. Sono un “borsaiolo” in senso buono. Oggi Carpisa, come noto, produce anche valigie, piccola pelletteria e accessori.

Cosa rappresentano oggi Carpisa e il gruppo cui appartiene.

Abbiamo circa 600 negozi, di cui 540 in franchising e i restanti in gestione diretta. Abbiamo un piano industriale che comprende la scalata delle nostre borse alla Borsa e nuove sfide. Per affrontarle al meglio ci stiamo prepa-





Raffaele Carlino

“ *Il nostro sogno dopo l'Europa è quello di conquistare sia la Cina che l'America, in particolare gli Stati Uniti, ma senza tralasciare i ricchi mercati del Sud America e del Messico. Il mio sogno è avere un negozio a Manhattan.* ”

rando, ma abbiamo bisogno di un'espansione netta all'estero – perché in Italia siamo quasi alla saturazione del mercato – anche per Yamamay e Jaked. Quest'ultimo brand aprirà a breve cinque negozi nelle maggiori città italiane.

Ci parli dell'espansione all'estero?

Al di fuori dei confini nazionali con Carpisa oggi abbiamo 166 negozi in 40 Paesi differenti. Le aree di maggior interesse sono Centro-Nord Europa, Balcani e Area Middle East. L'espansione partirà dalla Francia e dalla Germania, dove abbiamo trovato dei partner molto forti e con i quali prevediamo di aprire entro fine anno 42 store. Obiettivo per il piano triennale è quello di arrivare a 380 punti vendita.

Altri mercati nei suoi obiettivi?

La Russia, nonostante le sanzioni economiche imposte dall'Europa. Oltre ai tre già aperti a San Pietroburgo, Stalingrado e Bryansk, ci svilupperemo con dieci punti vendita. E ancora: gli Emirati Arabi, dove continueremo con uno sviluppo importante fino ad arrivare a 40 punti vendita. Per noi è un motivo di grande soddisfazione avere una presenza forte in un mercato dominato dai marchi di lusso di tutto il mondo, quello emiratino, che rappresenta una speranza anche per il futuro. Anche qui avere il partner giusto è stata la carta vincente.

Non pensate di andare a conquistare anche la Cina?

Prima di arrivare lì dobbiamo sviluppare meglio l'Europa. Qui ci sono meno problemi in termini di logistica. E trovare il partner giusto in quel Paese è difficilissimo. Il nostro sogno dopo l'Europa è quello di conquistare sia la Cina che l'America, in particolare gli Stati Uniti, ma senza tralasciare i ricchi mercati del Sud America e del Messico. Il mio sogno è avere un negozio a Manhattan.

Beh, in bocca al lupo...

Grazie, ma direi meglio: in bocca alla tartaruga!

Quando vi quoterete in Borsa?

Il progetto prevede entro cinque anni. Nasco nelle borse e andare in Borsa è il massimo, anche per avere una migliore visibilità all'estero. Per quest'appuntamento vogliamo essere perfetti. Nulla dev'essere lasciato al caso. È per questo motivo che stiamo migliorando i nostri processi informativi e rafforzare il mondo digital.

Il fondo Usa potrebbe fare da trampolino di lancio per il vostro sbarco negli States?

Sì, crediamo che ci tragheranno Oltreoceano. D'altronde è un fondo con tante partecipazioni in società quotate.

È vero che in passato siete stati avvicinati dai francesi di Lvmh?

Sì, attraverso il loro fondo di private equity L Capital, ma la partnership non si è concretizzata.

Quali sono le proiezioni di vendita del 2015?

Il fatturato del gruppo è di circa 300 milioni di euro, con una previsione per il 2016 di crescita di circa il 10%. Carpisa da sola ha un giro d'affari di oltre 140 milioni, con una stima per quest'anno di crescita di circa 160 milioni.

Quali sono le novità di marketing?

Penelope Cruz ci ha dato una visibilità incredibile. È un'attrice molto amata, ma non credevamo fino a questo punto. Con la sua capsule abbiamo registrato un upgrade (miglioramento, ndr) del nostro brand: trasformandolo in un marchio di tendenza. Con lei in Carpisa e Naomi Campbell in Yamamay abbiamo trovato proprio quello che cercavamo in termini di immagine. Tante clienti ci hanno quindi premiato. Per questo abbiamo rinnovato per un altro anno il con-



La sede dell'azienda all'Interporto di Nola





HAMAKI-HO



“ *Penelope Cruz ci ha dato una visibilità incredibile. Con la sua capsule abbiamo registrato un upgrade del nostro brand trasformandolo in un marchio di tendenza.* ”

tratto con Penelope Cruz e con la sorella Monica per la loro nuova collezione, presentata a febbraio. Ma non ci sono solo novità di marketing.

Cos'altro?

Stiamo lavorando sulla tecnologia della valigeria. Un'équipe di ingegneri lavora sulla maggiore durata dei prodotti, sul loro peso e sull'innovazione elettronica per collegare ad esempio le valigie alle App dell'iPhone. E c'è altro ancora.

Cosa?

Faccio una premessa. Per me è un piacere lavorare a Napoli. Mi vanto di essere napoletano e di avere il 95% di dipendenti napoletani. È una marcia in più. Con la fantasia e l'allegria lavorativa si lavora meglio. Per noi è un motivo di orgoglio. Ci sono tanti napoletani bravi e mi piace come tutti lavorano. Ecco perché abbiamo un grosso successo. Detto questo, i nostri prodotti saranno sempre di più made in Naples in futuro. Abbiamo già iniziato a produrre di nuovo le cin-

ture in la pelle a Napoli con le cinture. L'obiettivo è quello di riuscire a produrre sempre di più nel nostro territorio. È una scommessa verso il nostro mercato estero, che vuole il vero made in Italy. Così avremmo anche la possibilità di ridare lavoro al nostro indotto e alle eccellenze artigianali presenti a Napoli.

Carpisa è anche sport: ci parli del rapporto con il mondo del calcio.

Ho avuto un'esperienza con l'Ischia, che dopo 25 anni in serie C, è stata promossa nel primo anno della mia presidenza. Ci credevo, ho vinto e me ne sono andato. Ma resterà per sempre nel mio cuore. C'è poi il calcio femminile. Proseguiamo con il progetto del Collana, che speriamo di sbloccare. Vogliamo uno stadio com'era una volta, aperto e ridato ai vomeresi, non come il San Paolo, sempre chiuso. Sono il presidente onorario del club, che ha anche ragazze provenienti da situazioni complicate. Dopo sette anni siamo retrocessi. Spero di riportarle in serie A quest'anno, così l'anno venturo punteremo a vincere il campionato. ■



CAMOMILLA

italia

dal 1974

DALLA PASQUARIELLO

La principessa dai ruoli duri

DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI MARCELLO MANCA

A ttrice quasi per caso, Dalila Pasquariello sta dimostrando di essere molto valida oltre che bella. A guardarla ha un aspetto da principessa, capelli biondi, grandi occhi verdi, mani bellissime e un portamento da modella. Si presenta al nostro appuntamento sulla terrazza del Grand Hotel Parkers di Napoli con un abito "bon ton" rosso, calze nere rigorosamente cinquanta den e ballerine ai piedi. Deliziosa. Partiamo dagli esordi, che poi sono dietro l'angolo data la giovane età di Dalila. A 15 anni inizia a studiare portamento e a lavorare come modella, nel 2011 partecipa a Miss Italia guadagnando il quinto posto in classifica e vincendo la fascia nazionale di Miss Deborah. Successivamente viene scelta dalla Rai come nuovo volto per gli Annunci della rete Rai 3 nazionale e, in seguito all'incontro con l'agente Veronica Carbone, partecipa al casting per la mini-serie "Sotto copertura" dove viene scelta per il ruolo di protagonista femminile, Anna. La sua interpretazione ha convinto, tanto che la casa di produzione Lux Vide l'ha voluta anche nella serie "Don Matteo 10".

Dalila, sta attraversando un momento magico della sua vita professionale. Come lo sta vivendo?

Di sicuro è molto bello. Quando ho guardato per la prima volta "Sotto-copertura" ho provato un'emozione molto intensa, come una ventata di aria fresca dopo aver affrontato un impegno molto faticoso. All'inizio non è stato facile, ero la protagonista ed ero impegnata quasi tutti i giorni, per la prima volta ero lontana da casa per così tanto tempo, ho avvertito il freddo, la fatica, mi sono sentita destabilizzata per quel grande cambiamento di vita. Quando mi sono rivista mi sono detta, "ce l'ho fatta, nonostante tutto".

Come si definirebbe?

Sono una persona molto esigente, una perfezionista. Penso spesso che avrei potuto dare di più. Sono molto precisa e vivendo da sola (a Roma ndr), mi riesce difficile mettere in discussione le mie abitudini. Ad esempio, ieri una mia amica è venuta a casa, ha preso un'asciugamano e l'ha piegato in modo tale da formare un quadrato. E no! Io le piego a rettangolo!

Che ricordo conserva dell'esperienza a Miss Italia?

È un'esperienza unica nel suo genere, è stata bella ma non la ripeterei. Alcune ragazze partecipano più di una volta, allo scopo di vincere nuovi titoli, per me è stata un'avventura divertente ma fine a se stessa.

L'attuale Miss Italia è stata al centro di un ciclone mediatico





Dalila Pasquariello.

Nata a Napoli il 22-10-1992. Nel 2011 partecipa a Miss Italia guadagnando il 5° posto in classifica e vincendo la fascia nazionale di Miss Deborah. Successivamente viene scelta dalla Rai come nuovo volto per gli Annunci della rete RaiTre nazionale. Nella mini-serie "Sottocopertura" viene scelta per il ruolo di protagonista femminile ovvero, Anna. Attualmente è tra le protagoniste di "Don Matteo 10".



per una dichiarazione infelice sulla Seconda Guerra Mondiale. Come commenta la vicenda?

Quando partecipi ad un concorso di bellezza come Miss Italia devi mettere in conto che ti stai esponendo alle critiche e alle opinioni di un pubblico. Capisco anche che la giovane età e l'emozione hanno giocato un ruolo determinante nel farle fare quella gaffe. Se ha dato un'impressione sbagliata di sé, saprà riscattarsi.

Studia Lettere e Filosofia all'Università la Sapienza di Roma, riesce a conciliare questo impegno con il lavoro?

Bella domanda! Questo semestre non ho dato esami, al momento mi è complicato, ma è un obiettivo che raggiungerò anche a costo di impiegare più tempo del previsto. Ho sempre desiderato laurearmi, la cultura per me conta molto e mi sentirei

“

Sono partenopea nel carattere, perché sono “smart”, me la cavo sempre, afferro al volo. Non mi sento napoletana nella capacità di utilizzare questa dote per prendere delle scorciatoie.

”

incompleta se non lo facessi. Lo devo anche ai miei nonni che ci tengono molto.

L'abbiamo ammirata in “Sotto copertura”, nel ruolo di Anna, la protagonista femminile. Ci racconti questa esperienza e il suo personaggio.

L'esperienza è stata molto intensa e positiva, ho lavorato con un cast di professionisti di primo livello come Guido Caprino, Iaia Forte, Raffaella Rea e Filippo Scicchitano. Ero un po' emozionata ma il regista (Giulio Manfredonia ndr) mi ha aiutato molto. Non dimenticherò mai questa esperienza, sia perché è stata la prima, sia perché abbiamo girato a Napoli, la mia città.

Più precisamente a Casal di Principe, per raccontare la cattura del boss Antonio Iovine. Che atmosfera avete trovato?

Avevamo la scorta ma non è servita. Abbiamo incontrato un clima sereno e una buona accoglienza. Il nostro intento era quello di diffondere un messaggio: fortunatamente esiste una consistente fetta di casalesi che ripudia la mentalità camorristica.

Anna le assomiglia?

Anna di "Sotto copertura" ha una doppia faccia, un lato oscuro, è la donna del boss che, allo scopo di depistare la polizia, inizia a frequentare un suo coetaneo, il classico bravo ragazzo. Quando ho letto le caratteristiche del personaggio ho pensato "dev'essere mio!" perché mi sono ritrovata molto nella determinazione di Anna, una ragazza che sa gestire le situazioni che le si presentano, che ha idee chiare e non ha paura di difenderle.

Ci parla del suo ruolo in “Don Matteo 10”?



The Liu Jo logo is positioned at the bottom center of the page. It features the brand name "LIU JO" in a stylized, bold, sans-serif typeface. The letters "LIU" are white and set against a dark grey background, while the letters "JO" are white and set against a light beige background.

“ Anna di “Sotto copertura” ha una doppia faccia, un lato oscuro, è la donna del boss che, allo scopo di depistare la polizia, inizia a frequentare un suo coetaneo, il classico bravo ragazzo. Quando ho letto le caratteristiche del personaggio ho pensato “dev’essere mio!” perché mi sono ritrovata molto nella determinazione di Anna, una ragazza che sa gestire le situazioni che le si presentano. ”



Quando ho iniziato a lavorare per "Don Matteo" ero convinta che mi avrebbero affidato ruoli da principessa, invece neanche l'ombra (ride ndr). Il mio personaggio anche stavolta è controverso e forte, e crea problemi a Laura e Tomas.

Lei è annunciatrice di Rai 3, è un impegno che continuerà a portare avanti?

Sì, si tratta di poche ore di registrazione e mi fa piacere continuare.

Sembra che lei abbia un talento piuttosto versatile. Le piacerebbe cimentarsi anche nella conduzione televisiva?

A me piace fare tante cose diverse perché amo il cambiamento, però la recitazione è una cosa che vorrei portare sempre con me. Sicuramente mi auguro di potermi misurare con l'interpretazione di personaggi diversi tra loro.

Come immagina il suo futuro?

Prima dicevo sempre che mi sarei sposata presto, avrei avuto tanti figli e sarei stata per tutta la vita accanto a mio marito, anche perché ho genitori separati e coltivavo il sogno di una famiglia unita. Oggi sono più realista, ho capito che c'è bisogno di tempo, non si può avere tutto subito e ora preferisco dare priorità al lavoro.

Ci sta dicendo che non è fidanzata?

Sono single. Mi è capitato di avere una persona al mio fianco ma non è stato facile per lui accettare il mio lavoro. Se stai con qualcuno è per stare meglio di come stai da solo.

Che rapporto ha con Napoli, la sua città natale?

Napoli ce l'ho nel cuore, c'è la mia famiglia, è la città dell'amore per me. Viaggiando mi accorgo che è meravigliosa, non ci sono paragoni, anche se per certi versi è rimasta indietro, come per le opportunità lavorative.

In cosa si sente napoletana e in cosa no?

Sono partenopea nel carattere, perché come la maggior parte dei miei concittadini sono "smart", me la cavo sempre, afferro al volo. Non mi sento napoletana nella capacità di utilizzare questa dote per prendere delle scorciatoie.

È ancora molto giovane, ha sicuramente dei sogni da realizzare. Quali?

Crescere da un punto di vista professionale, conseguire la laurea nel minor tempo possibile e crearmi una famiglia.

Cosa le piace fare nel tempo libero?

A me piace leggere, ascoltare musica e ballare. Alla Mela (storico locale notturno partenopeo ndr) non riesco a ballare perché non c'è spazio, io ballo di gusto!

Che rapporto ha con il suo corpo e con l'estetica?

Cerco di prendermi cura di me. Ultimamente sto trascurando la palestra per mancanza di tempo e ne risento. Mi prendo cura del mio corpo in un'ottica di benessere, non per il mero culto della bellezza. Fare esercizio fisico mette in circolo adrenalina e mi dà buon umore. ■



Harmont & Blaine
junior

Shop online at
harmontblaine.com

© 2012 Harmont & Blaine



BASILICA DI SANTA MARIA DELLA SANITÀ

*Uno dei più importanti
monumenti della Controriforma*



L'interno della chiesa accoglie un singolare impianto volumetrico scandito da 24 pilastri, con cappelle e cupolette. Oltre alle balaustre in marmi commessi, vi sono sedici altari di pregevolissima fattura, ognuno dei quali porta la firma di un autore eccellente. Attraverso una scalinata a tenaglia in marmo, poi, si accede all'altare maggiore, in marmi policromi, che ospita il coro, in legno di noce intagliato a mano. Dal presbiterio si raggiunge l'antica area cimiteriale di epoca paleocristiana.

Nel cuore di Napoli, in quella piazza che fu nominata della Sanità, dal nome che forse venne dato alla collina per la salubrità dell'aria o per le numerose grazie e miracoli che si ottenevano sulle tombe dei santi ivi sepolti, sorge la Basilica di Santa Maria della Sanità, simbolo del Barocco partenopeo, forte della sua bellezza ed imponenza.

La basilica è ritenuta il capolavoro dell'architetto domenicano Giuseppe Nuvolo che, nella prima metà del XVII secolo sul sito delle catacombe di San Gaudioso, fece costruire la chiesa, sulla base di un disegno architettonico innovativo ed originale lontano dalle obsolete concezioni rinascimentali.

Comunemente la chiesa è conosciuta con il nome di San Vincenzo detto o' Munacone, uno dei santi più venerati dai napoletani, il domenicano Vincenzo Ferreri, del quale è custodita anche la sua statua.

Ciò che di primo impatto rapisce l'occhio di chiunque la veda, è la cupola, dal disegno particolare, rivestita di maioliche verdi e gialle, affiancata da un alto campanile, dove



All'interno della chiesa la maestosità non sfugge agli occhi di nessun visitatore. Essa, infatti, accoglie un singolare impianto volumetrico scandito da 24 pilastri, con cappelle e cupolette. Non solo.

Oltre alle balaustre in marmi commessi, vi sono sedici altari di pregevolissima fattura, ognuno dei quali porta la firma di un autore eccellente. Attraverso una scalinata a tenaglia in marmo, poi, si accede all'altare maggiore, in marmi policromi, che ospita il coro, in legno di noce intagliato a mano.

spicca l'orologio settecentesco, anch'esso in maiolica.

L'interno, invece, attrae per la sua essenzialità. Esso, infatti, si caratterizza per l'assenza di decorazioni, ma spicca sia per la struttura architettonica, essendo una delle prime affermazioni monumentali dell'architettura controriformata a croce greca e presbiterio rialzato; sia per le testimonianze pittoriche conservate. La basilica, infatti, può definirsi un autentico museo della pittura napoletana del XVII secolo, che ripercorre, attraverso tutti i capolavori pittorici custoditi, parte della storia artistica partenopea, attraverso l'alternanza delle testimonianze delle varie correnti: manieristiche, classicistiche, barocche e contemporanee. Luca Giordano, Andrea Vaccaro, Agostino Beltrano, sono solo alcuni nomi dei grandi pittori che animano e rendono uniche la navata della basilica e le sue cappelle laterali.

All'interno della chiesa la maestosità non sfugge agli occhi di nessun visitatore. Essa, infatti, accoglie un singolare impianto volumetrico scandito da 24 pilastri, con cappelle e cupolette. Non solo. Oltre alle balaustre in marmi commessi, vi sono sedici altari di pregevolissima fattura, ognuno dei quali porta la firma di un autore eccellente. Attraverso una scalinata a tenaglia in marmo, poi,





silvianheach.com

SILVIAN HEACH
Kids



si accede all'altare maggiore, in marmi policromi, che ospita il coro, in legno di noce intagliato a mano. Dal presbiterio si raggiunge l'antica area cimiteriale di epoca paleocristiana, caratterizzata da lastre tombali ed epigrafi che risalgono anche al V secolo, dove sono accolte le catacombe di San Gaudioso.

Di ineguagliabile bellezza è anche il chiostro. Costruito nei primi anni del XVII secolo, a pianta ellittica, la sua forma e la sua struttura lo rendono uno dei più singolari chiostri della città di Napoli, adornato da decorazioni a graffito che raffigurano alcuni episodi della via dei domenicani.

La basilica è uno dei più importanti monumenti della Controriforma a Napoli, con i suoi dipinti, marmi e decorazioni patrimonio e simbolo della stimata storia dell'arte partenopea dei secoli XVII e XVIII.

Ancora oggi come allora, la Basilica di Santa Maria della Sanità conserva il ruolo sociale che l'ha sempre caratterizzata: luogo di culto e vocazione, ma anche e soprattutto, punto di riferimento per i più deboli. ■

ORARI DI APERTURA

Tutti i giorni dalle ore 9,30 alle ore 13,00

Per informazioni e prenotazioni di visite private:

visiteguidate@santamariadellasanita.it

Tel. +39 081 5441305

La basilica è uno dei più importanti monumenti della Controriforma a Napoli, con i suoi dipinti, marmi e decorazioni patrimonio e simbolo della stimata storia dell'arte partenopea dei secoli XVII e XVIII.

Ancora oggi come allora, la Basilica di Santa Maria della Sanità conserva il ruolo sociale che l'ha sempre caratterizzata: luogo di culto e vocazione, ma anche e soprattutto, punto di riferimento per i più deboli.

Dorabella

Primavera - Estate 2016

Elisabetta Gregoraci

dorabella.it



NAPOLI - VIA CHIATA, 185

A modern interior scene featuring a red velvet armchair, a glass-topped coffee table, a wooden credenza, and a floor lamp. The room has a minimalist aesthetic with a concrete floor and a wall of vertical wooden slats. The lighting is warm and focused, highlighting the furniture.

RIFLESSI®

DESIGNED AND MADE IN ITALY

tavolo Shangai / sedia Aurora / credenza Linea



www.riflessi.it

MILANO via 22a Varesca 6 | NAPOLI viale Kennedy 415/419 | REGGIO CALABRIA C.so Garibaldi 545
www.facebook.com/Riflessi.it - info@riflessi.it - Tel (+39) 085 9051054

i'M *made in Naples*

HAMAKI-HO

*Per l'uomo dal gusto raffinato
e dallo spirito creativo*

*Stile e qualità partenopei, anima
cosmopolita e forti ambizioni commerciali:
l'identikit di un brand che sta conquistando
il mondo del men's fashion.*

DI SERGIO GOVERNALE

Hamaki-Ho. Un nome giapponese che si sposa con lo stile e la qualità tipicamente partenopei di un marchio ormai noto in Italia e all'estero. L'origine del nome deriva dal termine nipponico "Hanamachi", che richiama i quartieri delle geisha della città di Kyoto. Durante un viaggio di contaminazione stilistica in uno di questi quartieri, un team del brand scopre un piccolo laboratorio di kimono gestito da alcune geisha. Con esse, si instaura da subito un rapporto di empatia e scambi culturali: la geisha è infatti "colei che performa l'arte", una persona che esprime la sua raffinata bellezza attraverso discipline come il canto, il ballo e il rituale del thè.

Il nome Hamaki nasce così, come versione addolcita del termine Hanamachi, con aggiunta del suffisso "Ho", che sta a indicare il quartiere di Miyagawa-cho.

Un brand indipendente, alle cui spalle c'è il Gruppo GGM Italia, holding a capo di cinque società in cui lavorano 210 dipendenti, con un fatturato complessivo di circa 80 milioni di euro.

Il quartier generale di Hamaki-Ho è in provincia di Napoli, presso l'interporto di Nola e si estende su una superficie di 11mila metri quadrati su cui si sviluppano uffici, showrooms e due aree logistiche di 20mila metri quadrati complessivi.

Il brand casual-fashion wear di alto profilo per uomo, nasce nel 2009 e in pochi anni raggiunge un fatturato annuo di circa 18 milioni di euro.



Hamaki-Ho presenta le sue collezioni al Pitti Uomo di Firenze ed espone capsule collections a Berlino, Mosca, Amsterdam, Tokyo, New York e Las Vegas.

Opera sui diversi mercati internazionali tramite la showroom direzionale di Milano e quelle di Parigi, Londra e New York.

Ha esteso la sua rete di distribuzione dall'Italia all'Europa e successivamente in Asia, raggiungendo Giappone, Cina e Corea, mentre in occidente è arrivato in Canada. E si è anche prefissato un nuovo obiettivo: il Sudamerica.

Ma non è tutto, perché entro il 2016 sarà inaugurato un flagship store a Milano e un monobrand store nel cuore di Firenze.

Molto apprezzato sulla stampa specializzata internazionale, il marchio made in Naples ha avviato anche collaborazioni di sponsoring nel mondo sportivo, sempre in relazione al ca-



Ricerca autentica sui materiali, sulle contaminazioni, sulla tecnologia produttiva e su una comunicazione raffinata. Ed ecco che, stagione dopo stagione, si afferma un gusto cosmopolita e accattivante, perfettamente legato anche alle ambiziose prospettive commerciali affidate a questo marchio.

rattere fashion degli interlocutori, da cui prende vita il progetto "Hamaki Fashion Soccer Team Partner".

Il risultato è stato, in primo luogo, la partnership con il club calcistico spagnolo Levante UD (Valencia) e poi con quello del Villareal. Sono oggi in fase avanzata i contatti con un'altra squadra della Spagna, il Siviglia, e ancora in Inghilterra con il club del Liverpool, in Turchia con il Galatasaray e in Argentina con il mitico Boca Juniors, dove ha giocato da giovane anche Diego Armando Maradona.

Il futuro del brand vede ulteriori collaborazioni e uno sviluppo sempre più mirato a un target di accessibile e luxury profile.

Il mondo Hamaki-Ho diventa il contenitore ideale delle numerose esperienze internazionali che il gruppo da sempre ritiene necessarie per la ricerca.

Ricerca autentica sui materiali, sulle contaminazioni, sulla tecnologia pro-





N A R D E L L I

*Bilogy,
sempre uniti.*



Rigore nelle linee e pulizia nelle forme, sperimentazione continua e intensa ricerca nei materiali: il DNA di Hamaki-Ho evoca una poliedricità creativa. Arte, musica e design sono linfa per l'azienda-fucina creativa e produttiva, per esportare nel mondo quell'heritage squisitamente partenopea. Il marchio racchiude in sé un sapore cosmopolita, che rende il suo prodotto esclusivo che affascina un interlocutore dal gusto preciso e raffinato.

duttiva e su una comunicazione raffinata. Ed ecco che, stagione dopo stagione, si afferma un gusto cosmopolita e accattivante, perfettamente legato anche alle ambiziose prospettive commerciali affidate a questo marchio.

Rigore nelle linee e pulizia nelle forme, sperimentazione continua e intensa ricerca nei materiali: il DNA di Hamaki-Ho evoca una poliedricità creativa. Arte, musica e design sono linfa per l'azienda-fucina creativa e produttiva, per esportare nel mondo quell'heritage squisitamente partenopea. Il marchio racchiude in sé un sapore cosmopolita, che rende il suo prodotto esclusivo che affascina un interlocutore dal gusto preciso e raffinato.

Identità e consapevolezza, ma anche tradizione e modernità traspaiono dal look informale ma molto pratico di Hamaki-ho, che dimostra di avere un'identità molto ben definita, fatta di dettagli unici e originalissimi, semplici ma al tempo stesso di grande classe. ■



KIMBO. ESPRESSO DA NAPOLI.
DOVE IL CAFFÈ È PASSIONE



KIMBO
ESPRESSO ITALIANO

A small horizontal graphic of the Italian flag, consisting of three equal-width horizontal stripes of green, white, and red.

Davide Devenuto.

Nato a Roma il 15 marzo 1972. Nel 1997 inizia a studiare recitazione alla scuola di Beatrice Bracco e debutta nel 1998 nella commedia "Woody si racconta". Nel 2003 ottiene un grande successo con il ruolo di Andrea Pergolesi nella soap "Un Posto al Sole". Il ruolo doveva essere solamente temporaneo e invece è da 11 anni uno dei personaggi più amati. È fidanzato da otto anni con l'attrice Serena Rossi, con la quale vive a Roma. Insieme all'amico ed attore Francesco Viello, ha fondato una casa di produzione che produce prevalentemente serie web.

DAVIDE DEVENUTO

“La leggerezza è una conquista”

DI ILARIA CARLONI
FOTO DI PATRIZIO COCCO

Davide Devenuto è uno degli attori più amati della soap "Un posto al sole", nella quale recita da 11 anni nel ruolo di Andrea Pergolesi. Un personaggio affascinante, leggero, forse troppo. Davide, infatti, ne contesta una leggerezza superficiale, ben lontana dal suo concetto di leggerezza, che è un modo di vivere le cose cui si giunge con sofferenza. Come diceva Italo Calvino "Prendete la vita con leggerezza, che leggerezza non vuol dire superficialità, ma planare sulle cose dall'alto, non avere macigni sul cuore". E con Davide c'è stato un bel confronto sul concetto di leggerezza, che lui appunto considera un grande traguardo. E il dna napoletano che gli appartiene per eredità materna, lo ha aiutato a raggiungerlo. Perché Davide è così, un ragazzo profondo, ma mai pesante, divertente, ma mai stupido, diretto, ma mai inopportuno. Appagato della vita che ha, e pronto, anzi "super pronto" a metter su famiglia con la meravigliosa Serena Rossi, incontrata proprio sul set di "Un posto al Sole".

Undici anni di "Un posto al sole", per il suo personaggio che doveva essere solamente di passaggio. Come è nata questa esperienza?



A 23 anni sono andato a vivere per un anno ad Amsterdam dove ho lavorato come cameriere. Con i soldi che ho guadagnato e messo da parte ho fatto un book fotografico e ho iniziato a lavorare come modello per spot pubblicitari e piccole apparizioni in tv.

Qualche "chicca" degli esordi cinematografici?

Ho fatto anche un film con Rocco Siffredi, non porno purtroppo (ride ndr). "Amoreestremo" si chiama, ed ha vinto il premio di film meno visto del mondo (ride ndr).

Non sapevo che Siffredi avesse girato film non porno...

Ne ha fatti due francesi fighi, ed uno brutto italiano: indovini quale ho fatto? (ride ndr).

Dopo l'esperienza "non porno" di Siffredi?

Nel frattempo ho fatto un provino per "Un posto al sole" ma per un altro ruolo che non è andato in porto. Poi, dopo anni, mi ha richiamato la casting per il ruolo di Andrea, che inizialmente doveva essere spagnolo, ma sarei risultato totalmente trash con l'accento straniero, così l'idea è abortita sul nascere e lo abbiamo reso italiano. Dovevano essere 12 giorni di lavoro e sono passati undici anni in un lampo.

Si è mai sentito frustrato? Ha mai pensato di mollare per diversificare?

Sì, a un certo punto ero determinato a uscire, sono stato a New York a studiare, ma nei sei mesi trascorsi tra la mia richiesta di andarmene e l'uscita di scena, ho avuto la "fortuna" di interpretare un ruolo corposo in una fiction girata a Milano, "Terapia d'urgenza", dove mi sono veramente rotto le palle, anche perché ero totalmente a digiuno della materia medica e quindi potevo contribuire molto poco a questo ruolo. Anche gli attori erano pieni di sé pur essendo ignoranti quanto me in materia, e questa cosa l'ho trovata stomachevole. Così mi sono pentito, mi è mancato molto il set e soprattutto gli attori di "Un posto al sole" che hanno una loro genuina semplicità, che apprezzo e si addice di più al mio modo di essere.

Così legato ad "Un posto al sole", fidanzatissimo con una napoletana doc, Seena Rossi...

Non sarà innamorato di Napoli?

Ho avuto due case bellissime a Napoli, una con vista sul golfo ed un'altra nel centro della movida, quindi mi sono goduto la città al 100%. Per me vivere a Napoli è come stare in vacanza. La capisco la nostalgia dei napoletani che vanno a vivere fuori, perché altrove non c'è questo spirito di leggerezza. È una città superdivertente, se devo trovare un difetto usando una metafora, Napoli è troppo fanciullesca, come se non volesse crescere mai. Sono intriso di cultura napoletana, perché mia madre è napoletana, mia nonna, le zie...



“ *Il personaggio di Andrea inizialmente doveva essere spagnolo, ma sarei risultato totalmente trash con l'accento straniero, così l'idea è abortita sul nascere e lo abbiamo reso italiano. Dovevano essere 12 giorni di lavoro e sono passati undici anni in un lampo.* ”



“ *Per me vivere a Napoli è come stare in vacanza. La capisco la nostalgia dei napoletani che vanno a vivere fuori, perché altrove non c'è questo spirito di leggerezza. È una città superdivertente, se devo trovare un difetto usando una metafora, Napoli è troppo fanciullesca, come se non volesse crescere mai.* ”



Lei cosa ha di napoletano?

La capacità di arrangiarmi. La non rigidità nelle cose. Il farsi un po' le regole a modo proprio, modellandole su se stessi. Il napoletano non accetta che la regola sia una convenzione che deve mettere d'accordo un po' tutti. Questo non lo accetterà mai!

Il ruolo di Andrea. Le somiglia? Le piace?

Andrea inizialmente mi somigliava nel senso dell'umorismo, nella leggerezza, ma adesso quella stessa leggerezza trovo sia diventata mediocre, una superficialità infantile. È una critica indirizzata agli sceneggiatori. La leggerezza è una conquista dolorosissima che passa attraverso la sofferenza e la consapevolezza. C'è anche tanto romanticismo nella leggerezza, tanto attaccamento alla vita, la presa di coscienza dei problemi, l'umiltà di non credersi onnipotenti. Invece in Andrea la leggerezza è letta in chiave superficiale. Una giocosità che non ha nulla del mio concetto di leggerezza. Ho manifestato più volte la mia fru-

strazione, ma non è il mio lavoro e più di tanto non posso intervenire.

Andrea è anche padre. Lei, Davide, si sente pronto alla paternità?

Mi sento super motivato, super pronto. Non fatico a immaginarmi padre, ad affrontare le rinunce che questo comporta.

Com'è con i bambini?

Coi bambini per ora non ho molti codici di comunicazione, ma ho un buon feeling, i bambini giocano con me e mi trattano alla pari.

Come si immagina da padre?

Mi immagino un padre "fresco", e vorrei essere sempre stimolante per mio figlio.

Che padre è stato il suo?

Mio padre è una persona buonissima, generosa e affettuosa.





C'E' SEMPRE PIU'
SARDEGNA
NELLE ROTTE GRIMALDI LINES

RISPARMIA FINO AL
SUL VIAGGIO IN
SARDEGNA! **30%***

PARTE LA NUOVA LINEA
LIVORNO » OLBIA
TUTTI I GIORNI

E TUTTO L'ANNO
**DA CIVITAVECCHIA
A PORTO TORRES**

SCOPRI COME SU GRIMALDI-LINES.COM

GRIMALDI LINES TI PORTA ANCHE IN SPAGNA, GRECIA, TUNISIA, MAROCCO E SICILIA

* Sconto del 30% sulla migliore tariffa applicabile per Sardegna, Grecia, Spagna, tutti i porti e Grecia in media e alta stagione al momento della prenotazione al netto dei diritti fissi, supplementi extra classe e posti a bordo. Verifica tutte le condizioni dell'offerta su www.grimaldi-lines.com

I suoi genitori hanno appoggiato le sue scelte professionali?

Le hanno appoggiate con le dovute preoccupazioni per il futuro. Non hanno mai pensato che questa potesse essere la mia strada, speravano sempre che trovassi un lavoro più convenzionale, ma è stata una mia scelta determinata, che ho portato avanti con i miei soldi. Mai contro di loro, ma accanto a loro, capendo le fisiologiche preoccupazioni di un genitore.

A proposito di genitori e figli, cosa pensa delle "stepchild adoption"?

Non sono un modernista a tutti i costi e amo le tradizioni, ma credo che ci si debba aprire e mettersi al passo con l'evoluzione inevitabile del mondo e delle società. Penso sia giunto il momento di sfidare i luoghi comuni, di liberarci dalle rigidità ed adeguarsi.

Lei e Serena fate lo stesso lavoro. Questo vi crea problemi?

Non ci ha mai creato difficoltà, anzi abbiamo la possibilità di capirci di più facendo lo stesso lavoro. Lei ha la straordinaria capacità di condividere le sue esperienze e le sue emozioni, quindi è come se io vivessi in prima persona i suoi successi. Non c'è alcun tipo di rivalità.

Il segreto di un rapporto duraturo come il vostro.

Volersi bene. Passa tutto attraverso questo. Non c'è nient'altro. Quando vuoi bene sopporti tutto, da lì deriva tutto il resto. Anche tollerare una "cazzata".

Ha una casa di produzione con alcuni colleghi, tra i quali Francesco Vitiello, anche lui ex interprete di "Un posto al sole". Che progetti avete?

La casa di produzione è un progetto molto importante che va avanti nonostante le difficoltà. Tra queste, il poco tempo a disposizione che ho per dedicarmi e lavorare per inserirci in un mercato che attualmente è statico e saturo. Ma ci crediamo e stiamo sviluppando nuove idee. Prima o poi verrà fuori quella giusta. ■



Andrea inizialmente mi somigliava nell'umorismo, nella leggerezza, ma adesso quella stessa leggerezza trovo sia diventata mediocre, una superficialità infantile.

“

”

NON È VERO CHE SONO
TUTTI UGUALI, LUI È UNICO

Confetti
maxtris®



I MIGLIORI...
PAROLA DI
ENZO MICCIO



www.confettimaxtris.it

seguici anche su



Enzo Miccio



LOCMAN

Orologi high-tech che parlano italiano

Qualità all'avanguardia per competere con i colossi svizzeri. Il patron Mantovani:

“I prossimi passi? Occhiali, internazionalizzazione e, infine, la Borsa”

Gli orologi di prestigio sono made in Italy e hanno caratteristiche innovative rispetto ai più tradizionali prodotti svizzeri, come il design e i materiali. Parola di Marco Mantovani, patron di Locman, azienda localizzata all'Isola d'Elba, le cui produzioni sono sempre più apprezzate all'estero. Il prossimo passo? Proprio l'internazionalizzazione, soprattutto sui ricchi mercati asiatici. Puntando anche sull'occhialeria, grazie all'acquisizione di Magia Eyewear, società toscana high-tech. Il futuro? Piazza Affari, mantenendo però la maggioranza. "Le redini dell'impresa devono rimanere in famiglia e tra gli amici", spiega l'industriale toscano, che ha la maggioranza del capitale e che divide la sua avventura imprenditoriale, oltre che con il socio storico Giuseppe Pea, anche con Giuseppe Rabolini e Andrea Morante, nomi molto conosciuti nel settore, anche per essere stati, rispettivamente, fondatore e amministratore delegato di Pomellato.

Quando prende vita la vostra azienda?

Abbiamo una storia trentennale. Quest'anno infatti spegneremo le nostre prime trenta candeline. Abbiamo cominciato nel 1986 lavorando come designer di pelletteria. Realizzavamo accessori in pelle. Le nostre collezioni comprendevano cartelle, portafogli, accessori e... cinturini per orologi. Quest'ultima idea piacque molto quando la presentammo alla fiera di Basilea, la più importante al mondo per il settore degli orologi. Qualcuno ci prese molto sul serio, perché la nostra idea era innovativa. All'epoca il comparto era alquanto statico e i prodotti classici. Non c'erano molte novità. Dopo la manifestazione in Svizzera riprendemmo i contatti con gli interessati. Diverse aziende decisero di provare i nostri cinturini. Noi ci appassionammo fino a spingerci al design degli orologi. Alcuni gruppi svizzeri si interessarono al nostro mondo e diventammo consulenti di alcuni di questi.

Poi cosa accadde?

Una società svizzera, la Mdm Genève che produce gli orologi Hublot, entrò nel nostro capitale mentre noi ci evolvemmo producendo per conto terzi, attività che abbiamo mantenuto, ma che attualmente è in secondo piano rispetto ai primi tempi. Abbiamo dunque iniziato a commercializzare il primo orologio in radica, un materiale tipicamente toscano di alta qualità, e avemmo successo. Nacque il nostro marchio. Decidemmo di puntare sulla nostra identità italiana: da Locman Design nacque Locman Italy.

La sfida è stata difficile?

Sì. Un conto è disegnare, un conto è produrre in proprio. Beh, quando si è giovani, si è un po' incoscienti. Incontrammo grandissime difficoltà, come la non perfetta armonia tra i soci. Sono stato caparbio nel voler mantenere la produzione all'Isola d'Elba, pertanto ho dovuto liquidare i soci e trovarne altri. Il progetto continuò con Giuseppe Pea, detto Peppino, che ancora mi affianca.

Cosa caratterizza Locman rispetto ai colossi svizzeri?

Realizziamo orologi innovativi con un disegno attento e una tecnologia avanzata. Effettuiamo studi rigorosi e brevetti nuovi di materiali e modelli. Siamo stati i primi a disegnare orologi in fibra di carbonio, in titanio e in alluminio e diamanti. Abbiamo trovato il nostro spazio in un settore molto



Il patron di Locman Marco Mantovani

“ Realizziamo orologi innovativi con un disegno attento e una tecnologia avanzata. Effettuiamo studi rigorosi e brevetti nuovi di materiali e modelli. Siamo stati i primi a disegnare orologi in fibra di carbonio, in titanio e in alluminio e diamanti. Abbiamo trovato il nostro spazio in un settore molto chiuso. Riusciamo a rendere lucido il titanio, un materiale che non crea allergie ed è più leggero del 40% rispetto all'acciaio.



Il quartier generale dell'azienda a Marina di Campo, sull'Isola d'Elba

chiuso. Riusciamo a rendere ad esempio lucido il titanio, un materiale che non crea allergie ed è più leggero del 40% rispetto all'acciaio e ha prestazioni di durezza migliori, anche se prevede grosse difficoltà di lavorazione.

Come siete riusciti a imporvi all'attenzione internazionale?

Investendo proprio nel disegno e nella tecnologia. Dopo i primi anni, con un misto di fortuna e coraggio, abbiamo disegnato una collezione in alluminio e diamanti. Eravamo sul punto di dare un'esclusiva a un grosso cliente, ma alla fine saltò l'accordo.

Perché?

Non si sentiva di realizzare i quantitativi promessi. Gli dissi che l'avrei utilizzata per conto nostro e ho fatto bene, perché l'anno seguente ho avuto riscontri

poi una vera e propria filiera. Potenziammo e modernizzammo i nostri laboratori all'Elba e acquistammo Genesi, una storica fabbrica di Milano che produce tuttora orologi per vari marchi internazionali. Nel 2006 fondammo la Scuola italiana di orologeria, dove tecnici qualificati, spesso stranieri, vengono ancora oggi a studiare da noi.

Da dove provengono?

Dagli Usa, dal Medio Oriente e dal Far East, nonché da tutta Europa. All'inizio però è stato difficile far capire loro che ci sono qualità, tecnologia e produzione anche in Italia e che non è più prerogativa "Swiss made". La tradizione italiana nell'orologeria, a partire da Galileo, è di alta qualità. Non dimentichiamo che i migliori tecnici provengono dal Bel Paese e che l'Italia è da sempre specializzata nel disegno tecnico applicato alla produzione, come nel caso dell'automotive.

L'altra sfida intrapresa è quella nel mondo degli occhiali, cui ci siamo avvicinati sette anni fa affidando la licenza a una società high-tech di Lucca, Magia Eyewear.

incredibili da un altro grosso cliente statunitense: Berdogdorf Goodman, che decise di acquistarla ed ebbe un enorme successo in un negozio famoso quando il rapper americano Puff Daddy regalò questi orologi a Jennifer Lopez per il suo compleanno e a tutti i suoi ospiti. Diventarono gli orologi dello star system, un cult negli Usa, dove ne furono venduti moltissimi per i due anni successivi.

Torniamo in Italia: anche qui avete avuto successo con questa collezione?

Sì, negli anni Duemila raggiungemmo una forte notorietà. Entrò quindi la Hopa di Gnutti e Colaninno nel nostro capitale e cambiammo. Investimmo in ricerca e sviluppo, creando prima la società Materie Future e

Noi abbiamo così sfruttato la passione e questa caratteristica italiana, che ci rende il primo mercato al mondo.

La crisi ha colpito anche voi, malgrado il settore di alta gamma sia più immune agli shock internazionali?

Sì. Innanzitutto fu necessario il divorzio da Hopa. Aveva mire diverse dalle nostre: loro più finanziarie, noi più industriali. Così ricomprammo le quote e per noi fu un grosso sforzo riacquistare il 35% dell'azienda, tra l'altro nel 2008, quando fallì Lehman Brothers. Perdemmo infatti il mercato americano. Però questo ci ha consentito una ristrutturazione prima della crisi europea. Eravamo quindi già pre-

MARIKA[®]

gioielli

PREZIOSA LUCE ITALIANA



parati e difatti dopo il 2008 ci siamo subito ripresi.

Veniamo ai giorni nostri.

Poco più di un anno fa abbiamo siglato un patto con Giuseppe Rabolini e Andrea Morante, fondatore e amministratore delegato di Pomellato, che hanno acquistato l'11,5% di Locman. Loro nel frattempo hanno venduto Pomellato al colosso francese Kering. Oggi, con il nuovo assetto societario, lavoriamo tra amici e con un'unità d'intenti industriali.

Come vede Locman domani?

Vogliamo diventare sempre più internazionali, soprattutto in Medio Oriente e nell'Estremo Oriente, dove abbiamo già creato Locman Japan e Locman Hong Kong, dopo aver creato Locman Usa. Sono joint venture con partner locali, ma ci siamo anche noi e siamo pronti a sviluppare insieme il business. Ci riusciremo con i due nuovi soci. Morante ha collaborato con grandi nomi, come Credit Suisse e Benetton. Con loro diventeremo sempre più moderni e internazionali. Ma le novità non finiscono qui.

Cos'altro bolle in pentola?

L'altra sfida appena iniziata è quella nel mondo degli occhiali, cui ci siamo avvicinati sette anni fa affidando la licenza a una società high-tech di Lucca, Magia Eyewear. Nel tempo ci ha mostrato le potenzialità del comparto e abbiamo quindi deciso di rilevarne di recente il 62% con la famiglia Romiti e Giuseppe La Boria, ex direttore commerciale di Luxottica.

Quanto fatturate?

Dopo il calo del 2008, come detto, ci siamo ripresi e siamo arrivati a poco più di 20 milioni di euro e puntiamo a crescere ancora. Abbiamo un obiettivo di 30 milioni fra tre anni. Il 2016 sarà importante sotto il profilo degli investimenti. Siamo sbarcati nell'area retail, acquisendo a Milano un negozio in via Manzoni. È il primo di una serie. L'internazionalizzazione poi darà i suoi frutti già quest'anno.

È mai stato corteggiato dai concorrenti svizzeri?

Sì. Non escludiamo la quotazione in Borsa o la vendita a gruppi esteri. Proprio di recente si sono interessati a noi gruppi svizzeri. Ma noi per ora andiamo avanti da soli. L'ipotesi di Piazza Affari ora è più credibile, perché ci consentirebbe di mantenere la maggioranza.

Parliamo adesso di orologi.

Ci siamo distinti per le nostre innovazioni d'avanguardia con le collezioni Montecristo e Stealth, per la leggerezza, le prestazioni, l'impermeabilità fino a 300 metri. Alcune linee sono realizzate in carbonio e hanno finiture in titanio, con prezzi molto contenuti sotto i mille euro. Poi c'è "1960", linea che vuole ricordare il genio che ha caratterizzato quegli anni, il boom economico e i valori della famiglia. Il disegno è quindi basato sulla semplicità. Ci piace molto che nell'era degli smartwatch ci sia un grande ritorno alla semplicità e alla concretezza. Con 1960 abbiamo vinto un premio a Pitti Uomo, dove abbiamo anche presentato una nuova linea sportiva dedicata all'Elba, isola che secondo la leggenda è stata formata da un diadema di Venere caduto nel mare. ■



“*Vogliamo diventare sempre più internazionali, soprattutto in Medio Oriente e nell'Estremo Oriente, dove abbiamo già creato Locman Japan e Locman Hong Kong, dopo Locman Usa.*”



© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 103–110

L'abbonamento
alla serenità
per la tua impresa

Allianz 

© 2012 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 272: 105–114



DIEGO OCCHIUZZI

Il Maradona della scherma

DI ALESSANDRA CARLONI

Diego Occhiuzzi, sciabolutore vincitore della prova a squadre ai Mondiali di Mosca 2015, che insieme ai tre compagni sciabolutori, Aldo Montano, Luca Curatoli ed Enrico Berrè, dopo 20 anni ha riportato l'Italia sul gradino più alto del podio mondiale nella prova a squadre. Non solo un campione da oro, ma anche dal cuore d'oro, perché Diego oltre all'impegno sportivo, ha anche realizzato l'associazione Milleculure, per promuovere lo sport come bene comune e come strumento di prevenzione della devianza giovanile.

Diego parliamo innanzitutto dell'emozione della vittoria, raccontando le più significative che ha vissuto.

Raggiungere determinati obiettivi è l'unico modo per sentirsi ripagati dei tanti sacrifici e delle rinunce che inevitabilmente uno sportivo conosce. L'argento di Londra è stato speciale per me, erano anni particolari in cui non riuscivo ad esprimermi al meglio a causa dell'incompatibilità con il commissario tecnico della Nazionale. Un'altra grandissima soddisfazione è stata la vittoria ai Mondiali di Mosca, nella prova a

squadre, abbiamo raggiunto un risultato che l'Italia aspettava da 25 anni.

Di una, forse la più importante, ha un tatuaggio sulla gamba. Ci racconta di quando lo ha fatto?

Sulla gamba destra ho un tatuaggio che raffigura la muraglia cinese, in ricordo delle Olimpiadi di Pechino. La mia carriera in nazionale era partita l'anno prima di quella partecipazione, proprio con l'obiettivo di Pechino e portai a casa il bronzo. Sull'altra gamba ho il Big Ben in ricordo della vittoria conseguita a Londra. Devo tanto a quella gara e a quella città.

Torniamo agli esordi. Come è nata questa passione per la scherma?

Frequentavo le elementari quando un maestro di scherma venne a scuola per farci conoscere questo sport. Avevo sei anni e fu amore a prima vista. Mi ritrovai il pomeriggio stesso nella palestra del Circolo Nautico Posillipo. Ho avuto la fortuna-sfortuna di vincere da piccolo e da allora non mi sono mai arreso.

Perché la defibisce anche una sfortuna quella



Diego Occhiuzzi.

Nato a Napoli il 30 aprile 1981.
È medaglia d'oro a squadre ai
campionati europei di scherma di
Lipsia 2010. Alle Olimpiadi di
Pechino 2008, è bronzo nella prova
di sciabola a squadre. Alle Olimpiadi
di Londra 2012, si aggiudica la
medaglia d'argento nella sciabola
individuale e quella di bronzo nella
gara a squadre. Ai Mondiali di Mosca
2015 vince la medaglia d'oro nella
gara a squadre.

di aver iniziato a vincere da bambino?

A volte immagino una vita diversa, mi chiedo cosa avrei fatto se non fossi stato un atleta del mio livello. Tante esperienze non le ho vissute, ho rinunciato ad una certa dose di spensieratezza facendo la vita da sportivo da quando avevo sette anni. Ero molto piccolo che già partivo nei week end per le gare da professionista. Sono fatto così, quando inizio una cosa devo portarla a termine.

Tornando indietro cosa cambierebbe?

Ho vissuto anni molto pesanti tra i 20 e i 25 anni. Avevamo un commissario tecnico francese che non credeva in me, non mi convocava, avevamo un cattivo rapporto ed io mi sono trovato a perdere tre anni di carriera.

Un giovane bello e sportivo, che precocemente rispetto ai tempi, si imbarca in matrimonio e figli. Una scelta ragionata od un colpo di fulmine?

Ho avuto le mie esperienze, ma ad un certo punto è scattato in me qualcosa. Quando ho conosciuto Valeria ho sentito un desiderio di stabilità, che lei era la persona giusta.

Come ha conosciuto sua moglie Valeria?

L'ho conosciuta nel giugno del 2007, in un periodo molto particolare della mia vita. Ero ai ferri corti con il famoso commissario francese quando decisi di andarmene dalla nazionale e di prendermi una pausa a Formentera. Ero single e mi misi a fare il barman al Blanco. Mia moglie venne lì con delle amiche. Tornai a



“ *Sulla gamba destra ho un tatuaggio che raffigura la muraglia cinese, in ricordo delle Olimpiadi di Pechino dove portai a casa il bronzo. Sull'altra gamba ho il Big Ben in ricordo della vittoria conseguita a Londra.* ”

casa e ci fidanzammo. Siamo sposati dal 2013 e abbiamo una bambina, Aurora, di due anni e mezzo.

Valeria è una ex ballerina di danza classica. Vi accomuna la disciplina sportiva?

Lei ancora più di me ha bene in testa il concetto di sacrificio. Da ballerina capisce benissimo le mie difficoltà, la mia tensione pre-gara. Oggi si occupa di altro, ha studiato comunicazione e lavora per una grande azienda.

Come concilia l'impegno agonistico con quello di padre?

Non è facile, sono spesso fuori nel week end e mi alleno dal lunedì al venerdì. Vedo Aurora un'oretta la sera, idem mia moglie. La vita di uno sportivo è un po' sacrificata sul piano familiare e affettivo ma è anche vero che ci sono dei tempi morti in cui abbiamo modo di recuperare.

Sua moglie e sua figlia la seguono alle gare?

Aurora non mi ha mai visto gareggiare, mi piacerebbe un giorno. Intanto guarda i video su youtube e dice “papà”, mima gli incontri, mi chiede “papà sei andato a lavoro in palestra?”. Ha capito perfettamente cosa faccio e a volte la porto in palestra con me.

Nell'amore è combattivo come sul campo?

Sì, assolutamente. L'amore è gioia e dolori, bisogna litigare e con-



EE
CALABRITTO28

L'OROLOGIO CHE VESTE SARTORIALE



CLASSIC O BLU 38MM
CINTURINO-COSTE

CLASSIC BLU 40MM
CINTURINO-NAZARIO

ONLINE STORE: WWW.CALABRITTO28.IT



#calabritto28 #cinturinoesartoriale

L'orologio Calabritto28 propone l'antica cassa da tasca come orologio da polso a cui aggiunge il cinturino in tessuto pregiato, realizzato secondo la tradizione di alta sartoria partenopea. Nasce così l'esclusivo mondo Calabritto 28.

frontarsi, nessuno dei due deve soccombere.

Che rapporti ha con i componenti della sua squadra? Siete amici o solo colleghi?

Abbiamo vissuto tanto tempo insieme, siamo molto legati. Come nella vita con qualcuno c'è più sintonia. Con i miei coetanei, come Aldo Montano, ho più cose da condividere e vado molto d'accordo con Massimiliano Murolo.

Come avete preso il fatto che alle Olimpiadi non ci sarà la gara a squadre di sciabola maschile?

Malissimo. Per un problema organizzativo del CIO noi facciamo una rotazione: due gare vanno fuori alle olimpiadi. Quest'anno ci è toccato che la sciabola maschile e fioretto femminile a squadre non faranno le olimpiadi. Un vero peccato considerato che si tratta delle due discipline in cui l'Italia è più forte. Il fioretto femminile a squadre era una medaglia d'oro assicurata e anche la sciabola maschile nelle ultime olimpiadi aveva preso medaglia. Per me è una cosa assurda, abbiamo lavorato per quattro anni per poi venire a sapere che possono partecipare solo due persone per nazione.

Oltre all'impegno sportivo, lei è presidente dell'associazione Milleculture. Ce ne parla?

Volevo fare qualcosa per la mia città. La nostra mission è regalare lo sport a ragazzi napoletani di fasce svantaggiate. Vogliamo che entri nella vita dei tanti ragazzi che vivono per strada a rischio di devianza. Abbiamo due progetti in questo momento. "Villaggio Milleculture" si terrà alla Mostra D'oltremare tra giugno, luglio e settembre 2016, con dodicimila metri quadrati dove si svolgerà ogni tipo di sport in maniera gratuita. Il secondo progetto, "Palestra", è una palestra che si trova al Polifunzionale di Soccavo nata per agevolare l'accesso allo sport per i giovani meno fortunati i quali possono accedervi gratuitamente. Abbiamo scherma, giudo, boxe e arti marziali.

Un impegno soprattutto nei confronti della sua città. che rapporto ha con Napoli?

Amo profondamente la mia città e la mia terra e ogni volta che ho la possibilità di dare il mio contributo lo faccio con il cuore.

La scherma rispetto al calcio è considerato uno sport di serie B? A Napoli ci sono bambini che si avvicinano a questa disciplina?

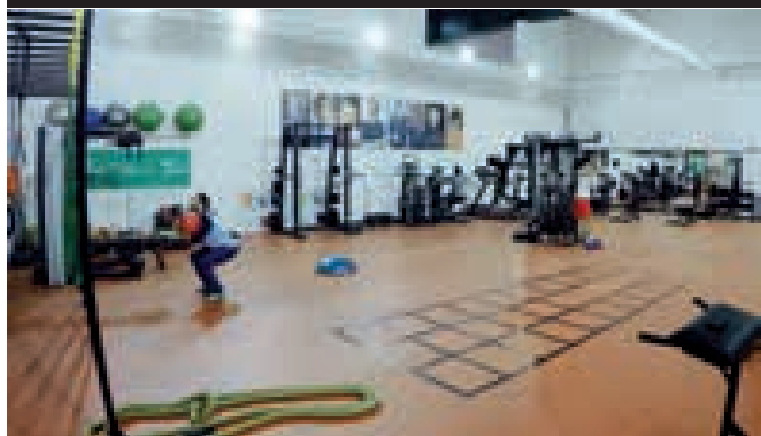
Tantissimi. Se conosci questo sport, lo ami e difficilmente lo lasci. È molto coinvolgente. Credo che il calcio sia splendido, ma altri sport non hanno la stessa visibilità altrimenti avrebbero altrettanti appassionati.

Com'è Diego dietro la maschera?

Credo di essere una persona non facile. Sono un passionale, talvolta esagero, metto il cuore in tutto quello che faccio e sono impulsivo. Non sempre mi regolo. ■



“L'argento di Londra è stato speciale per me, erano anni particolari in cui non riuscivo ad esprimermi al meglio a causa dell'incompatibilità con il commissario tecnico della Nazionale. Un'altra grandissima soddisfazione è stata la vittoria ai Mondiali di Mosca, nella prova a squadre, abbiamo raggiunto un risultato che l'Italia aspettava da 25 anni.”



La "Palestra" di Soccavo

PER GLI
AMANTI DELLE GRIFFE
LE FIRME CHE AMI DAL 35% AL 70% IN MENO.
TUTTO L'ANNO.

MORE TO LOVE

mcarthurglen.it/marcianise

LaReggia

Designer Outlet

Marcianise

*Su **MSC Divina** non sarà un'estate qualsiasi*

MSC Crociere punta sempre più al mercato americano. La costante crescita registrata negli ultimi anni ha portato la Compagnia crocieristica a capitale privato più grande al mondo ad offrire ai suoi clienti, itinerari caraibici per tutta la durata dell'anno, in vista di una progressiva espansione nel Centro America, dopo la leadership conquistata in Europa. Tutto ciò, con MSC Divina, fiore all'occhiello del design navale MSC. Nel 2017 si aggiungerà anche MSC Seaside, "Nave del Futuro", attualmente in costruzione, che dall'anno prossimo consentirà ai crocieristi di raggiungere una riserva naturale alle Bahamas, l'Ocean Cay, affittata da MSC Crociere per 100 anni.

La Compagnia offre, inoltre, una serie di iniziative correlate al viaggio: tariffe semplificate, esperienze personalizzabili, il pacchetto "Fly&Cruise", che comprende il volo più la crociera permettendo di raggiungere comodamente qualsiasi destinazione.

Anche nei mesi centrali dell'anno sono in partenza crociere settimanali con imbarco dal porto di Miami verso incantevoli destinazioni caraibiche come Philipsburg (Sint Maarten), San Juan (Porto Rico), Nassau (Bahamas); oppure Ocho Rios (Giamaica), Georgetown (Isole Cayman), Cozumel (Messico).

Metà olandese, metà francese, l'isola di St Maarten ha posti incantevoli da visitare, dalle acque cobalto di Simpson Bay Lagoon fino alle case di marzapane e alla passeggiata nella città di Marigot.

Sarà poi la volta di San Juan, capitale storica di Porto Rico con le sue stradine acciottolate e l'imponente fortezza El Morro del 16° secolo. Si potranno ammirare le affascinanti cascate di El Yunque nella Foresta nazionale, che brulica di orchidee selvatiche e felci giganti.

Alla fine la nave raggiungerà Nassau, Bahamas, una destinazione spettacolare con luoghi dai nomi evocativi come Paradise Island e Atlantis Lagoon. Ad Ocho Rios, Giamaica, ci sarà la possibilità di immergersi nel Dolphin Cove per giocare con i delfini nelle calde acque costiere e ammirare alcune delle cascate più belle del pianeta, le Dunn's river falls, con una cascata di 180 metri che scorre su terrazze calcaree naturali.

MSC Divina farà scalo anche a Georgetown, Isole



Cayman. Qui si potrà fare snorkeling a Stingray City oppure una crociera in catamarano per ammirare la barriera corallina o semplicemente rilassarsi in uno degli angoli delle sette miglia di spiaggia bianca delle Grand Cayman. Sarà poi la volta delle bellissima isola di Cozumel, situata sulla penisola dello Yucatan in Messico. Si potranno visitare le spettacolari e leggendarie rovine Maya a Tulum, fare snorkeling con le tartarughe marine o nuotare nelle acque dei cenote, esplorare il misterioso interno di un'antica grotta Maya o rilassarsi sulle splendide spiagge e ammirare le bellezze naturali di questa isola appena fuori dalla costa dello Yucatan. L'ultima tappa di MSC Divina sarà Nassau alle Bahamas. Qui sarà possibile godere della bellezza di spiagge paradisiache e luoghi rilassanti. ■

Anche nei mesi centrali dell'anno sono in partenza crociere settimanali con imbarco dal porto di Miami verso incantevoli destinazioni caraibiche come Philipsburg (Sint Maarten), San Juan (Porto Rico), Nassau (Bahamas); oppure Ocho Rios (Giamaica), Georgetown (Isole Cayman), Cozumel (Messico).



OGNI DETTAGLIO
FA DI UNA CROCIERA MSC
NON UNA CROCIERA QUALSIASI



Ogni dettaglio di una crociera MSC
ti farà vivere un'esperienza unica.
Come ciascuna delle fragole immerse in 30 grammi
di succulento cioccolato fondente
e 5 grammi di cioccolato bianco che offriamo
ai nostri più affezionati ospiti.
E questo è solo un riepilogo delle tantissime specialità
che i nostri chef di bordo preparano a mano,
usando solo gli ingredienti più freschi.
Un altro tocco di classe preparato con maestria, partendo a te.



NON È UNA
CROCIERA QUALSIASI
MSCCROCIERE.IT

i'M

MODEL

**A
D
E** *in Naples*

SERENA AMIRANTE

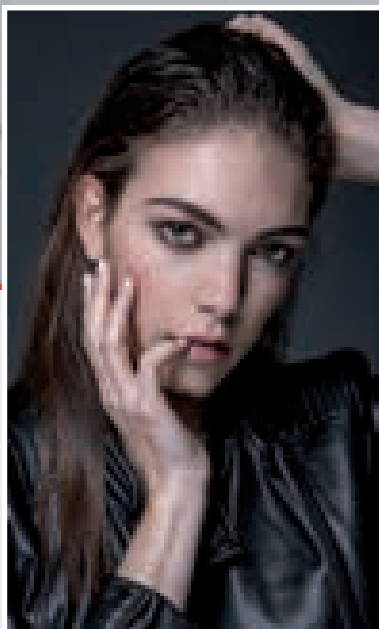


FOTO DI JAKUB KOZIEL

FOTO DI CARTER BOWMAN

L'IDENTIKIT

Occhi: **verdi**

Capelli: **castani**

Altezza: **177 cm**

Misure: **80 - 59 - 89**

Titolo di studio: **diploma
liceo scientifico**



Ha iniziato a viaggiare in Europa soprattutto tra Londra e Parigi, dove ha lavorato per Dior e Chanel. Ha partecipato alle Fashion Week di Milano e Londra sfilando per marchi come Trussardi, Massimo Rebecchi, Laura Biagiotti, Christopher Raeburn, Eudon Choi, Mother of Pearl.



Allianz @ Arena

Allianz
la solidità
e l'affidabilità
di un leader
mondiale

I numeri di Allianz

- Gruppo assicurativo leader al mondo
- Tra i primi asset manager al mondo, con oltre 1.800 miliardi di euro di patrimonio di terzi in gestione
- 85 milioni di Clienti in 70 paesi
- Solidità: rating AA dal 2007, con outlook stabile
- Dal 1890 un partner sicuro su cui contare

Soluzioni Finanziarie dalla A alla Z

Allianz @ Bank
Financial Advisors

Dott. Bilo Bruno
Financial Advisor

Centro di Promozione Finanziaria
Piazza Armedeo, 19 - 80121 Napoli
bruno.bilo@allianzbank.it
Tel. +39 081 18771300 - Cell. +39 335 7882792

Documento pubblicitario con finalità promozionale. Offerta dell'Ente Cassa di Risparmio di Napoli e del Gruppo Allianz. L'Ente Cassa di Napoli è un istituto di credito a partecipazione pubblica e privata. Il Gruppo Allianz è un gruppo assicurativo e finanziario leader a livello mondiale. L'Ente Cassa di Napoli e il Gruppo Allianz sono entrambi iscritti al Registro delle Imprese di Napoli. L'Ente Cassa di Napoli è un istituto di credito a partecipazione pubblica e privata. Il Gruppo Allianz è un gruppo assicurativo e finanziario leader a livello mondiale. L'Ente Cassa di Napoli e il Gruppo Allianz sono entrambi iscritti al Registro delle Imprese di Napoli.



*Ha il sogno di
riprendere l'Università.
A Milano studiava
Economia aziendale
ma da quando ha
iniziato a viaggiare, è
stato impossibile
sostenere i ritmi
di studio tra
casting e lavori.
Ma non esclude
di riuscire anche
nell'obiettivo della
laurea un giorno...*



ALBA

CATERING



LUXURY BANQUETING

Via Labriola Tre - 80026 - Casoria - Napoli
Cecilia Tomasco 3335236131 - Carla Tomasco 3358284029
Tel. 081 2500204 - info@albacatering.it - www.albacatering.it



RESIDENZA STORICA PER EVENTI

via aniello falcone 122
80127 | napoli
tel. +39 081.5586261
mob. +39 392.5607051

info@belvederecarafa.it
www.belvederecarafa.it
 Belvedere Carafa



SARA LUBRANO L'ARTIGIANA DEI GIOIELLI

*La lavorazione
e non i materiali, rendano
prezioso un gioiello*

**DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO**

PROFESSIONISTI AL TOP

La nostra protagonista è Sara Lubrano, trent'anni, una creatività incontenibile e una manualità fuori dal comune. Sin da bambina ha manifestato il suo amore "per tutto ciò che è creare": raccoglieva fiori e ne faceva ghirlande, tostava la pasta e ne faceva gioielli, ed allestiva infantili bancarelle con le sue creazioni. Oggi è una giovane e apprezzata orafa, ma non una qualsiasi. È specializzata in una tecnica dalle origini molto antiche, la microfusione "a cera persa", che consente di sfruttare la duttilità della materia prima, la cera appunto, per poi ottenere, con un passaggio successivo in fonderia, manufatti in metallo. Come ogni artigiano che si rispetti, ha dato il via libera alla fantasia, arrivando a lavorare all'uncinetto i fili di cera e creando gioielli ricercati, dalle trame uniche. Le vetrine di "Sara Lubrano Gioielli Artigianali", anche quelle, non sono vetrine qualsiasi. A seconda dei periodi dell'anno, delle occasioni da festeggiare e delle sue intuizioni, si colorano e si riempiono di farfalle, dolcetti e personaggi a corredo delle sue creazioni. Sara Lubrano è un'artista prima che un'artigiana, basti pensare che la sua produzione spazia dai metalli nobili alla liquirizia. Sì, avete letto bene, dal co-branding con un'antica azienda produttrice di liquirizia, Amarelli, è nata una linea di gioielli realizzati con radice di liquirizia e gomma arabica. L'asso nella manica, quello che rende Sara Lubrano una "professionista al top", è il suo background formativo. Dopo una laurea in economia aziendale, ha cambiato rotta, ha scelto di seguire l'istinto e la passione, trasferendosi a Roma per frequentare la più antica accademia di arte orafa italiana. Il connubio tra nozioni di economia eoreficeria, con i corsi di incastonatura, sbalzo e cesello, microfusione, solo per citarne alcuni - "li ho frequentati tutti, tanto era stimolante", dice - ha dato i suoi buoni frutti e le ha consentito di porsi nei confronti del cliente in veste di consulente,

accompagnandoli nella scelta della pietra preziosa e della lavorazione più adatta alle caratteristiche della persona ed alle circostanze. Un servizio, quello che offre, molto richiesto dalle spose, che numerose le si rivolgono per farsi guidare nella scelta dell'orecchino o della collana più indicati o per commissionare gioielli che richiamino i ricami o le tinte dell'abito. Ecco alcuni consigli dell'esperta per le lettrici promesse spose: "se una donna ha il viso allungato, non è idoneo un orecchino verticale e lungo, se ha il viso tondo, no ai cerchi"; "per quanto riguarda l'abbinamento con l'abito, è da tenere in considerazione lo scollo: se è "a barca" sconsiglio la collana, se è a punta consiglio collana con pendente, se è tondo girocollo senza pendente". Sapevate, inoltre, che per la scelta di una collana è importante valutare il collo, l'altezza e il seno? Un folto gruppo di clienti abituali lo sa bene, per questo le commissiona gioielli personalizzati per le occasioni speciali. L'orafa napoletana è fermamente convinta che la lavorazione e non i materiali, rendano prezioso un gioiello e che un orecchino o una collana, se scelti con cura, possano neutralizzare dei lineamenti spigolosi o dei piccoli difetti, senza dover ricorrere a soluzioni più invasive. Nel suo negozio si trovano anche linee dalle lavorazioni semplici e alla portata di tutti. Per lo scorso San Valentino, ad esempio, ha creato una linea dal nome eloquente, "farfalle nello stomaco". Per gli sposi propone delle fedi nuziali originali, con il nome di lui/lei scritto a rilievo o, per una proposta di matrimonio originale, solitari fuori dal comune. Come quello con la fatidica domanda "Mi vuoi sposare?" a formare il gambo dell'anello. Essendo molto incline alla cooperazione, perché "da soli non si fa tanta strada quanta se ne può fare unendo le forze", Sara Lubrano è socia di Enterprisinggirls, un network femminile di imprenditrici e libere professioniste. Dal confronto molto fertile promosso da questa asso-



Sara Lubrano

Dopo una laurea in economia aziendale, ha cambiato rotta, ha scelto di seguire l'istinto e la passione, trasferendosi a Roma per frequentare la più antica accademia di arte orafa italiana. Il connubio tra nozioni di economia e oreficeria ha dato i suoi buoni frutti e le ha consentito di porsi nei confronti del cliente in veste di consulente, accompagnandoli nella scelta della pietra preziosa e della lavorazione più adatta alle caratteristiche della persona.

ciazione è nata la collaborazione con Pina Amarelli, la signora della liquirizia e una delle fondatrici di Enterprisinggirls. Si dice che quando si fa quello che si ama non si lavora mai, dev'essere così per l'orafa napoletana, la quale ha dichiarato che potrebbe rimanere in compagnia della sua spiritiera per giornate intere sul sopralco del suo laboratorio-boutique di Vico Belle-

donne a Chiaia, 7. Le piace ascoltare musica, fare yoga, ma più di ogni altra cosa creare. Della sua città Sara dice di amare il calore umano - "che non esiste altrove" - e che la fa sentire a casa nel vicolo dove lavora e dove ogni giorno c'è una specie di gara a chi offre più caffè. La sua di strada l'ha scelta, non l'ha trovata per caso e, c'è da giurarci, ne percorrerà ancora tanta. ■



Dada



Knoll

Rimadesio



edra

Molteni & C.

ALESSI

cappellini

Cesar

MisuraForme

Poliform

Artemide

vitra.

MOROSO

Cassina



Minotti

Varenna

Franchino

HOME DESIGN

SEDE LEGALE ED ESPOSIZIONE

Via Domiziano, 249 - Mondragone (CE)

SHOW ROOM

Via Venezia, 134 - Mondragone (CE)

T. +39 0823 97 53 08

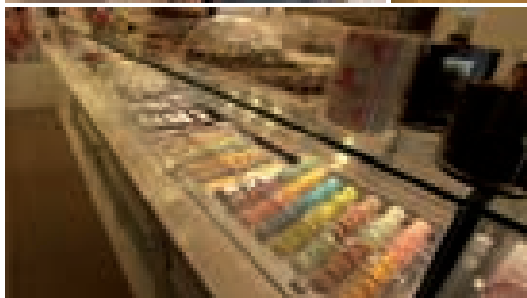
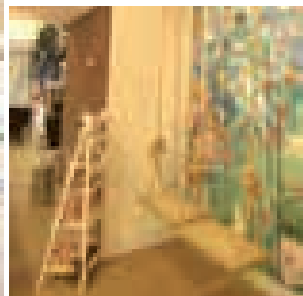
info@franchino.it

www.franchino.it

APERTI LA DOMENICA MATTINA

Sugar Queen bissa con il negozio di via Chiaia

La regina delle torte, Giada Baldari, titolare del negozio di Via Carlo Poerio "SugarQueen", ha aperto il suo secondo punto a Napoli, un negozio a via Chiaia, esattamente di fronte al cinema Metropolitan. Un negozio colorato, romantico e semplice, un po' stile "Maria Antonietta", un po' "natural", dove la sfaccettata personalità di Giada si manifesta in tutta sua pienezza: foto colorate di con i suoi figli trasformate in divertenti poster sulle pareti, altalene di legno grezzo attaccate a delle funi, e una distesa coreografica di dolce e salato. Food & Cake a 360°, rigorosamente realizzati nel laboratorio di Via Carlo Poerio, dove ogni singolo ingrediente passa attraverso il severo vaglio di Giada, che vuole tutto fatto "in casa" e in modo sano, finanche il pane. Un nuovo traguardo, quindi, per Giada Baldari, che continua a investire su Napoli e sulla sua meravigliosa, "dolcissima" passione.



BCO nuovo successo imprenditoriale

Ha aperto lo shopping center BCO, un outlet innovativo collegato al Centro Commerciale Campania, che si estende su una superficie di 10.000 mq, di cui 1.700 mq di kids area. Promotore dell'ambizioso progetto, il giovane imprenditore Gianluca Vorzillo coadiuvato da Dario Cortese e Veronica Calierno, responsabile marketing. BCO è attiguo al Centro Commerciale Campania, ciò gli permette di sfruttare gli 11 milioni di passaggi l'anno, una media di 33.000 giornali (con picchi di 65.000/70.000 di sabato, domenica o festività). Il "contemporary italian Outlet", è caratterizzato dalla superiorità qualitativa dell'offerta che si evince anche nella progettazione della Food Court, dove la miglior gastronomia è concentrata in terrazza.



Rinasce la Cappella Pignatelli

Era chiusa al pubblico da oltre cinquant'anni, la Cappella di Santa Maria dei Pignatelli uno dei gioielli più rari della Napoli del Rinascimento, che sorge proprio nel cuore del centro antico di Napoli, al Largo Corpo di Napoli, allineata lungo il decumano inferiore della città greco-romana. Oggi grazie al lavoro dell'Università Suor Orsola Benincasa e al finanziamento europeo del Grande Progetto "Centro Storico di Napoli - sito Unesco", la Cappella Pignatelli è stata "restituita" alla città. I lavori di restauro, iniziati nel 2014, hanno anche portato alla luce un affresco cinquecentesco che era collocato dietro l'altare raffigurante una deposizione.



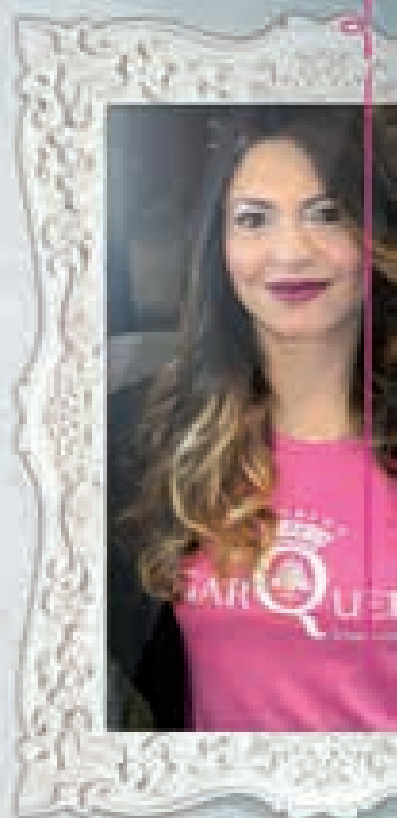
"L'occupazione italiana della Corsica"

Lo storico Fabrizio Carloni, noto per la sua attività di saggista e di ricercatore sulla Campagna d'Italia 1943-1945, ha pubblicato il suo ultimo lavoro, "L'occupazione italiana della Corsica. Novembre 1942-Ottobre 1943" (Mursia 2016, pp. 374, € 20). Siamo nel Novembre 1942: gli Alleati sbarcano in Nord Africa. Pochi giorni dopo Mussolini dà l'ordine di occupare la Corsica. Comincia così una delle pagine meno note della storia della Seconda

guerra mondiale, che lo storico ricostruisce attraverso una minuziosa ricerca documentale e un emozionante ricorso alle testimonianze orali. Il volume colma un vuoto perché in Italia non era ancora stato pubblicato un libro che ricostruisse l'invasione italiana della Corsica. Carloni inquadra la questione in maniera chiara e rigorosa, dedicando ampio spazio all'irredentismo Corso e a numerosi avvenimenti ignorati dalla storiografia ufficiale.



SUGAR QUEEN®
Sweet to make



Via Chiaia, 119 - Napoli
Via Carlo Perrin, 32 - Napoli
T. 081.191.204.22 - info@sugarqueen.it
www.facebook.com/sugarQueen.lareginaadulterione - www.sugarqueen.it

Giada Baldoni
"La Regina delle Torte"



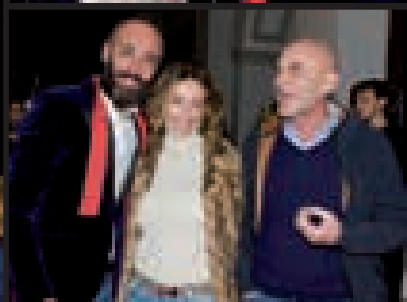
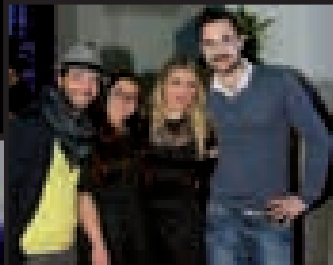
Disponibile su
App Store

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

**i'm
party**

Red carpet & Hearts da Aldo Coppola

**DI LAURA CAICO
FOTO DI ANTONIO ARAGONA**



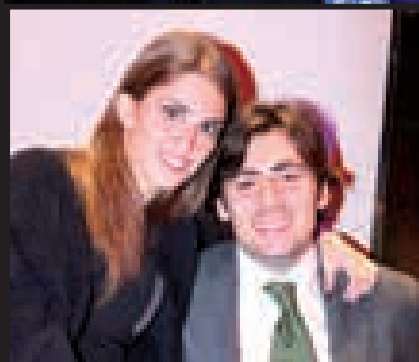
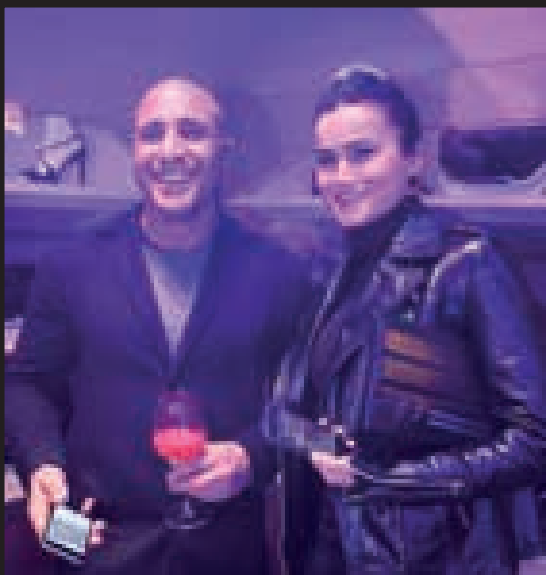
Massimiliano Campanile, il miglior discepolo di Aldo Coppola - massima griffe italiana dell'hair styling - e suo rappresentante in Campania con tre saloni fra Napoli e Caserta gestiti insieme ai suoi fidati collaboratori Francesca Fierro e Sal Paesano - ha festeggiato l'ampliamento della sua attività con l'inaugurazione di un nuovo spazio partenopeo in via Mariano d'Ayala, adiacente al suo già famoso atelier: tappeti rossi, festoni di agrifogli e bacche tra luci scintillanti hanno accolto clienti e amici del lanciaatissimo coiffeur. Un duo di violini ha intrattenuto gli invitati, immortalati dai flash accanto al "padrone di casa" charmant in smoking e papillon rosso vermiglio slacciato con sublime nonchalance, affiancato dai genitori Antonio e Nunzia, la sorella Susanna e le cugine Ornella e Sabrina Scognamiglio. Presenti i suoi preziosi assistenti, Barbara, Ilaria e Fabiana Supino, Annamaria Arnese con Flavio Grasso, Gabriella Ferrante, Lia Basso, Giorgia Fierro, Lia Pacileo, Giusy Russo, Roberta De Simone, Giuseppe Bozzetti, Carmine Falcone, Giovanni Cinquegrana che hanno mostrato alle clienti il nuovo spazio che include anche cabine per trattamenti estetici e zone relax. Al mondanissimo party, organizzato da Barbara De Feo Founder, Art Director e Event Manager Purecom, hanno partecipato oltre 600 invitati tra attrici, imprenditrici e storiche clienti del marchio che hanno voluto augurare a Massimiliano, con 30 anni di carriera alle spalle, ancora tanti meritatissimi successi che premino il suo coraggio imprenditoriale e la sua appassionata ricerca di bellezza ed eleganza. ■



La nuova capsule collection **Salvatore Ferragamo**

FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO



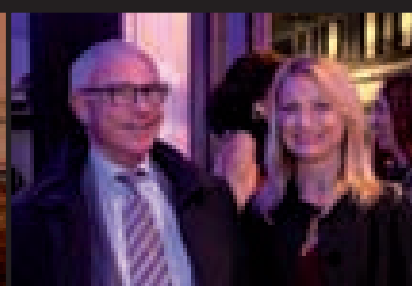


Salvatore Ferragamo ha celebrato la capsule collection di calzature da donna realizzata in collaborazione con il designer Edgardo Osorio con un cocktail nello store di Napoli in piazza dei Martiri 56.

La collezione di Edgardo Osorio, ispirata ai modelli classici di Ferragamo, attinge in modo divertente ai celebri modelli degli anni '30, '40 e '50, reinterpretando in chiave moderna i colori, il fascino, la leggerezza del tocco e l'eccezionale originalità nell'uso dei materiali che da sempre caratterizzano lo stile di Salvatore Ferragamo. Dall'unione dell'eleganza e raffinatezza europea, con la moderna sensibilità americana e lo stile latino, nasce una collezione composta da dodici modelli sviluppati in quattro linee. Ciascun modello è caratterizzato da elementi iconici della



Dall'unione dell'eleganza e raffinatezza europea, con la moderna sensibilità americana e lo stile latino, nasce una collezione composta da dodici modelli sviluppati in quattro linee.

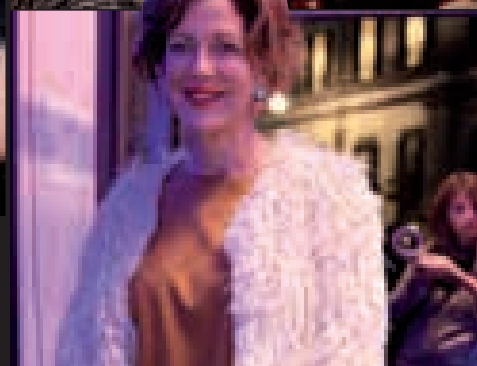




maison come fiocchi, pizzi e ali e presenta una combinazione di materiali insolita, che include vernice, camoscio, nappa, sughero, pietre e piume.

Il tema del cocktail che è stato "Rainbow", si è ben espresso nelle luci e nelle proiezioni colorate che hanno animato ogni ambiente del negozio. La serata è stata inoltre accompagnata dalla musica del DJ Marco Piccolo del celebre locale napoletano La Mela.

Tra gli ospiti Annalaura di Luggo con il compagno Olindo Preziosi, Riccarda Rodinò di Miglione, Enzo Miccio, Alessandra Clemente, Gabrielle Deleuze Furnari, Carla Travierso e Francesca Frendo Amicarelli. ■



Facile da usare. Fin da subito.

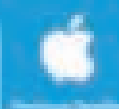
Scopri le nostre promozioni e offerte
su Mac e su gli altri prodotti Apple.



Visita il sito www.rstore.it

Più a Napoli (Chiata, Toledo, Vomero), Nola (Vulcano Buono),
Pompei (La Cartiera), Caserta, Avellino, Pontecagnano (Maxi Mall).
Siamo anche a Roma e Potenza.

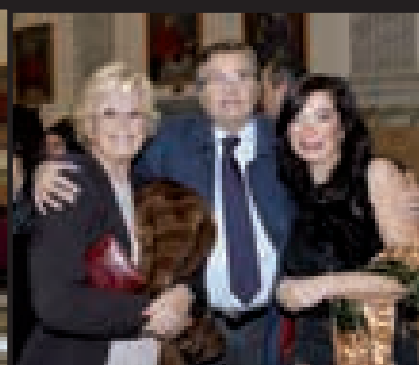
R-Store





i'm
party

Dinner Gala **Aidda**





La delegazione Aidda Campania presieduta da Marta Catuogno si è riunita nella magica atmosfera del Duomo di Napoli per la consueta Festa di fine anno. La Presidente, con le Vice Presidenti Matilde De Tommasis e Concita de Vitto, e le Consigliere Maria Teresa Ferrari, Donatella Cagnazzo e Carla Librera, hanno accolto la Presidente Nazionale, Franca Audisio Rangoni, le socie, gli ospiti e i rappresentanti delle Istituzioni. Nel salone affrescato del Vescovado trionfava un tavolo allestito da Galà Eventi con ogni prelibatezza culinaria. Tra gli ospiti, il Sindaco di Napoli Luigi de Magistris, l'assessore regionale alle attività produttive Amedeo Lepore e quello ai Fondi europei, Serena Angioli, l'ex procuratore Giamdomenico Lepore, il Presidente del CIRA, Luigi Carrino, il Presidente della BCC di Napoli Amedeo Manzo, i prof. Mario Mustilli, Mario Sorrentino e Lucio Giordano, l'ex governatore Antonio Bassolino, Norberto e Alessandra Salza, Bianca De Tommasis, Giovanni e Carmen Padula, Salvio Parisi, Annamaria Alois, Maria e Gino De Laurentis, Annarita Colucci, Antonella Cerullo, Dario Sorbo, Gemma Mottola, Vittoria Ciaramella, Marco e Francesca de Fazio, Giancarlo ed Emilia Graziani, Giusy Farina, Renata Amodio, Andrea e Valeria Funari, Loredana Maddaloni, Luisa Citarella, Fortuna Longobardi, Massimiliano e Giuseppe Attolini, Bianca D'angelo, Enzo Rivellini, il Generale Domenico Cagnazzo, Dino Forini, Gennaro Crescenzo di Banca Sella che con Stefano Fabbrocile di Mediolanum sono stati sponsor della serata così come Anna Yake che ha donato a tutte le signore dei bellissimi cadeaux. ■

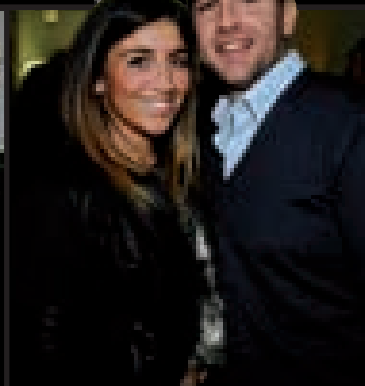


La delegazione Aidda Campania presieduta da Marta Catuogno si è riunita nella magica atmosfera del Duomo di Napoli per la consueta Festa di fine anno. Nel salone affrescato del Vescovado trionfava un tavolo allestito da Galà Eventi con ogni prelibatezza culinaria.





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



Fashion aperitif

La nuova sede di Freemodels Agency in via Crispi sarà location di eventi mensili, in cui si aggregano modelli, fotografi, stilisti, makeup artist ed amici per trascorrere serate all'insegna del divertimento e del confronto sul tema della moda.

La serata inaugurale ha visto la partecipazione di Milena Buzan, Anna Bhias, Antonio Narciso, Alessandro Legora, Diana Iammarino, Vincenzo Cucchiara, Nino Lettieri, Fabio Brescia, Lucrezia Parisi, Elio Illiano, Emiliano e Adelaide Rosiaello, Alessandro Cerciello, Bruna Ruggiano, Sara Carbone, Allegra Bellantonio, Giacomo Fariello, Giuseppe Musella, Maria Iodice, Giuseppe Alfano, Francesco Lembo, Ettore Casta, Simona Lemme, Gabriele Floris, Luca Milano, Maria Grasso, Lorenzo Meglio, Arianna Pane, Fabrizio & Chiara di Danza Flux e tanti altri.

Durante l'evento, a gran sorpresa, si è brindato al compleanno del titolare della Freemodels, Fabio Oliva, che ha spento le candeline tra i suoi più cari, bellissimi, amici. ■



L'avanguardia è a Nola.

Il nuovo Audi Terminal
A&C Motors vi aspetta.



A&C Motors

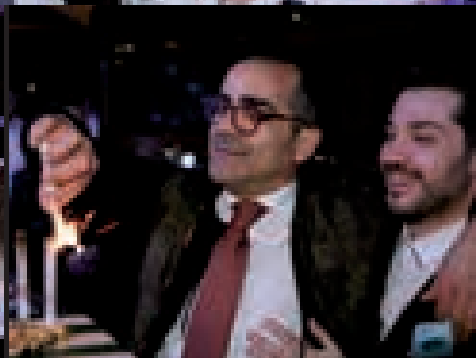
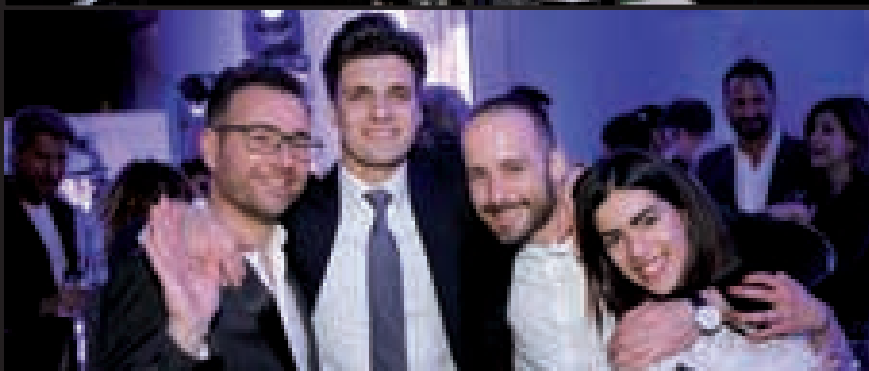
S.S. 7 bis Km 50/500 n.41 - Tel. 081 193 70 797 - Nola (Na)
audinola@aecmotors.it - www.aecmotors.it

Audi
All'avanguardia nella tecnica





Sleep no more





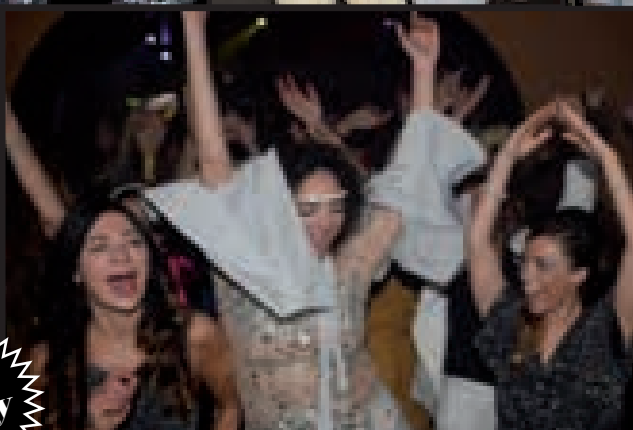
Festa a tema per festeggiare Giuseppe Ammaturo, presidente di Arav Fashion spa, e Carmine Pezzullo, compagno della figlia Rossana Ammaturo. Un doppio compleanno sul terrazzo mozzafiato di Giuseppe Ammaturo e sua moglie Mena Marano, ad del brand Silvan Heach, nel quartiere Santa Lucia a Napoli. Il tema del party era "Sleep no more", che è uno spettacolo teatrale interattivo newyorkese in cui il pubblico è accolto in uno spazio alberghiero e, camminando attraverso le camere, diventa protagonista dello spettacolo stesso. Il progetto degli allestimenti e delle ambientazioni è stato curato dall'architetto Fabio Marano: l'ingresso del palazzo è stato trasformato in una vera e propria hall di un hotel d'epoca, con receptionist d'eccezione in smoking, luci d'ambiente, circa 1000 ceri accesi, arredo vintage, chiavi in ottone e carte francesi agli ospiti, nonché una maschera per nascondere l'identità. I modelli accoglievano gli invitati con questa citazione: "A ciascuno di voi è stata data una carta. Indossate questa maschera e non fatevi riconoscere...e ricordate... la curiosità si paga". Estrema cura è stata data anche al food, servito in cristalli dell'Ottocento, e beverage ispirati alla nuova tendenza della mixologia, nonché al progetto della torta finale Press for champagne. Il tutto, servito sul terrazzo allestito con 300 vasi di fiori freschi, luci motorizzate e stampe in bianco e nero. ■





Scaricabile su
App Store

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



**i'm
party**

Una festa sfavillante

DI LAURA CAICO
FOTO DI PIPPO BY CAPRI



120

Tra i bagliori di strass e lamè argentato del suo completo bianco, la dottoressa Lina Carcuro ha festeggiato al Moma il suo compleanno, affiancata dalla cara amica Mary de Pompeis, dal fidanzato Antonio Orlando e dai fratelli Maria e Vito Carcuro. Più di duecento invitati hanno affollato il noto locale napoletano: tra i primi ad arrivare, l'attore e amico storico Francesco Paolantoni, le sorelle Alessandra e Marcella Rubinacci, Stella Gianicola, Lello Carlino, Antonio Coviello, Lorenza Lukacs e Simona Belli. Tra baci, abbracci e regali, Lina ha volteggiato felice fra i suoi invitati, esibendo una fascetta di brillanti sulla fronte, a completare l'acconciatura afro a corti ricci che ha gareggiato in eccentricità con quella di altre amiche che - in linea col dress code della festa ispirata ai film di John Travolta - sfoggiavano vistose cotonature anni '50, toupet, parrucche gialle, bandane rosa abbinata a occhiali multicolor, larghe e piatte fasce di seta sugli chignon, abiti laminati e modelli vintage. La trascinate consolle del mitico Dj Alfonso Russo ha trascinato tutti in pista insieme a ballerini vestiti di bianco come Tony Manero. Ben prima della mezzanotte è arrivata in scena la fantastica torta a 5 piani cilindrici bordati da nastri di seta rossa, tralci di rose e con un'unica candelina fiammeggiante che la splendente Lina ha spento fra gli applausi e lo schiocco dei tappi di champagne con cui sono partiti i brindisi augurali. Tra gli intervenuti, anche Peppe Rizzo, Camillo e Elena D'Antonio, Manuela Giaccheri, Giuliana Gargano, Veronica Pinto, Camillo Pane, Maria Riccio, Danila Areniello, Antonio Mapplitano, Fernanda d'Abunzo, Guido Guidi. ■



Villa Diamante

L'UNICO LUOGO DOVE CIELO E MARE
NON SI RIFLETTONO, SI AMANO.



EVENTI • RISTORANTE • CATERING

Via Manzoni, 131b - 80123 - Napoli | prenotazioni: 081 575 24 33

Follow us on:     

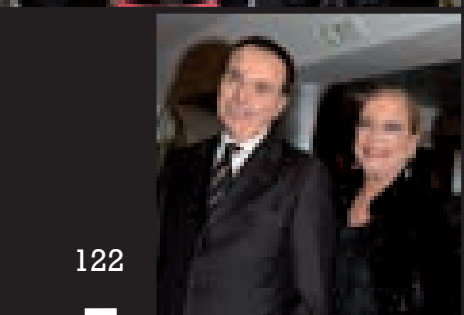
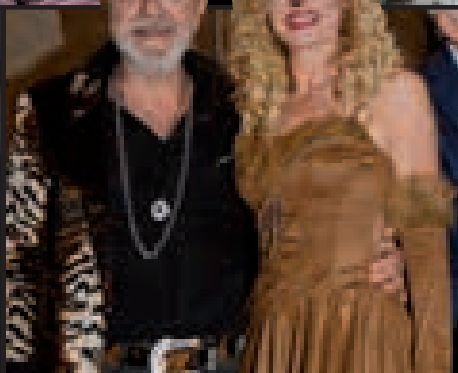
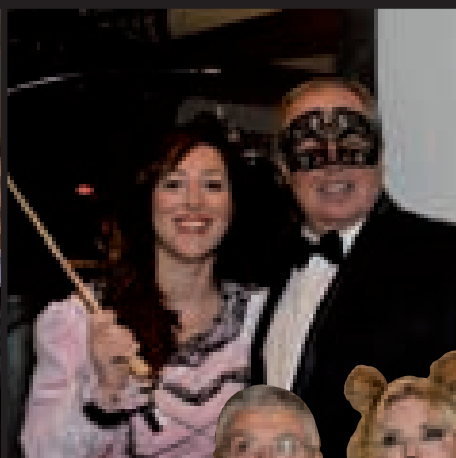
www.villadiamante.it



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

Party Lilt *in favore delle donne*

FOTO DI PIPPO BY CAPRI



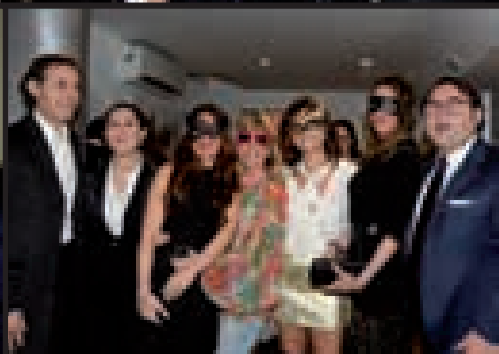


Una cena in maschera al Rosolino Dinner & Dance è stata organizzata dal Comitato Promotore della Lilt di Napoli, guidata dal presidente Professor Adolfo Gallipoli D'Errico, per finanziare l'acquisto di un macchinario innovativo per la prevenzione dei tumori al seno da donare all'Istituto Pascale. Maurizio Filisdeo ha raccolto in pista gli oltre 300 ospiti fino a notte fonda. Oltre al Presidente, Annalisa De Paola, Ludovico Docimo, Angelo Mastro e Ada Puca del Consiglio Direttivo. Presenti il presidente del collegio dei revisori Giovanni Tomo con i componenti dell'organismo, Roberto Bocchini ed Antonio Cianniello. Al completo il comitato promotore con Daniela Faraone, Olimpia Angrisani, Geselle Bardi, Edvige

Bouris, Mino Cucciniello, Simona Gallipoli, Loredana Incoglia Giliberti, Daniela Granata, Marina Mastro, Eugenia Scarnecchia e Fernanda Speranza.

Nel parterre visti e fotografati da Pippo by Capri e Son, Maurizio Maddaloni (ex pres. Camera Commercio), i Giornalisti Antonello Perillo, Mario Zaccaria, Vanni Fondi.

"Ancora una volta Napoli ha risposto con entusiasmo al nostro appello e si conferma una città straordinaria - ha affermato il professor Gallipoli D'Errico - sempre pronta a far parlare il suo grande cuore e a tradurre in gesti di solidarietà concreta e sentita la propria vocazione solidaristica, nonostante le tante difficoltà". ■

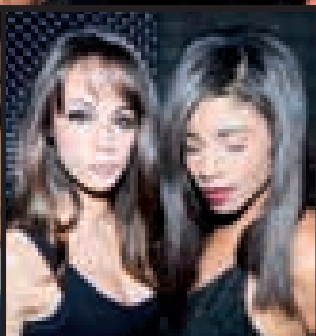
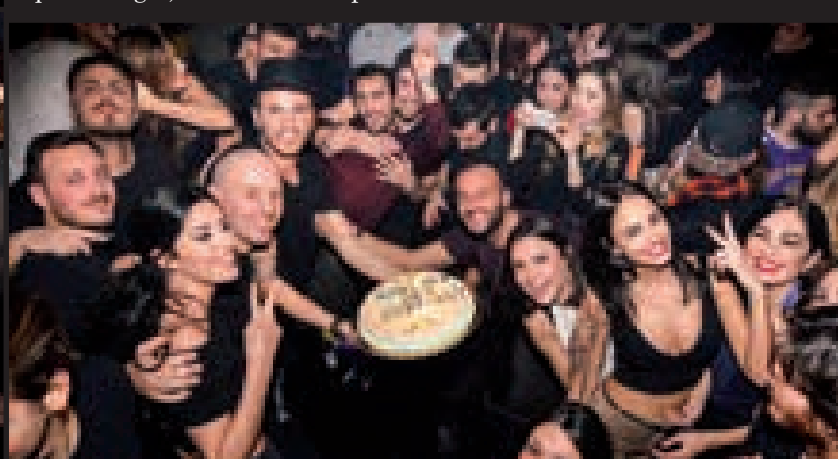




Un compleanno *modaiolo*



Nando Cioffo, Model manager dell'agenzia Cmodels management, ha festeggiato i suoi 42 anni al NoName di Frattamaggiore con la regia di Enzo Starace. Nando ha spento le candeline attorniato dai più bei modelli della Campania: Clementina Coronella, Luigi Cozzolino, Maria Levano, Raffaele Certo, Pasquale Sarmino, Mario Cavallaro, Francesco Barella, Femy Cristofato, Margherita Arciprete, Susy Agliata, Martina Filosa, Ramona Amodeo con il compagno Ugo Ponti, la fashion blogger Chiara Nasti, emanuele Borriello, Romina Giaminelli, Marco Maddaloni, Rosanna Modugno, Sophia Sergio, Alessandra Esposito e Michela Cannavacciuolo. ■



NUOVA DISCOVERY SPORT

L'AVVENTURA
È NEL NOSTRO DNA.



ABOVE & BEYOND



Ecco il SUV compatto più versatile della nostra storia.
Grazie alla tecnologia Terrain Response®, la Nuova Discovery Sport
è perfetta per ogni tipo di terreno, perché si adatta
a qualunque strada tu voglia affrontare.
All'interno, il confort è diventato intelligente: fino a 1.498 litri
di spazio di carico e una configurazione variabile del sedile 3+2*.

Tu a partire da € 36.900**.

Vieni a provarla in Concessionaria.

AUTORALLY

Via Giustarico 109, Napoli

081 7340614

concedi@autorally@landroverdealers.it

autorally.landrover.it



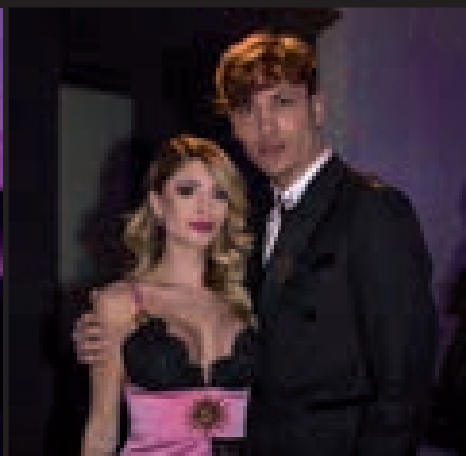
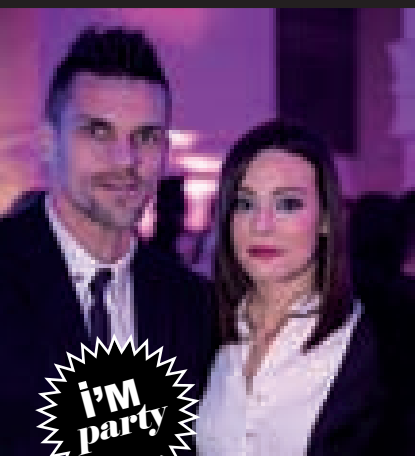
*Configurazione speciale

**Prezzo chiavi in mano IVA inclusa 5,1% esclusa

Land Rover è un marchio registrato di Land Rover Financial Services

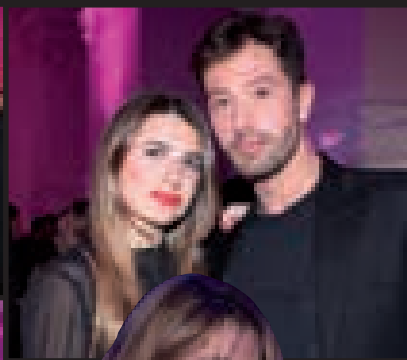
Land Rover: sempre e ovvio. Conosci la V e la D? Conosci il tuo SUV? Conosci il tuo SUV? Conosci il tuo SUV? Conosci il tuo SUV?





18 candeline per **Chiara Nasti**

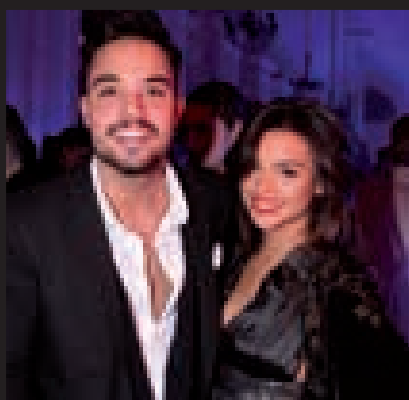
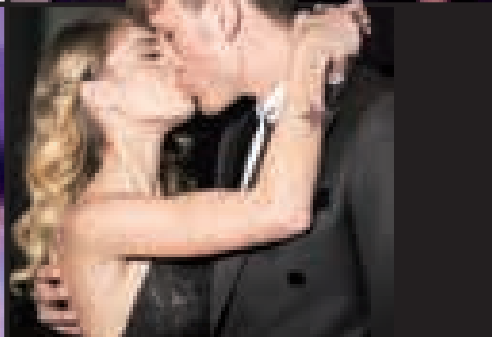
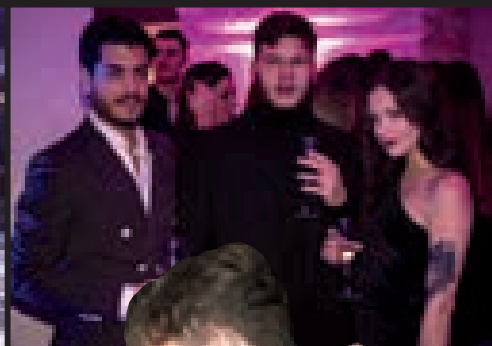
Un party horror chic per una delle fashion blogger più seguita d'Italia





Performer di ogni tipo hanno animato il Salone Margherita, per la festa di compleanno di Chiara Nasti, l'inarrestabile fashion blogger che conta all'attivo più di 820.000 followers su Instagram e 120.000 sulla pagina Facebook. L'estro impareggiabile dell'event planner Francesca Varriale e del direttore artistico della serata Giovanni Lovley Setola, si è superato per questa occasione speciale, dando vita ad un party surreale che ha lasciato gli invitati a bocca aperta. Tutto è iniziato con un invito black and white raffigurante una donna con il viso di Chiara, avvolta in un abito nero vorticoso, simboleggiante il vortice della vita, ed il dress code recitava "vesti il tuo spirito". Un party "concettuale", dove ogni dettaglio era simbolo di un mondo fantastico, fatto di apparenza e riflettori, come quello in cui è stata catapultata Chiara a soli sedici anni. Così nella scenografia di Props Maker, si sono susseguiti contorsionisti, sputafuoco, ballerine nude imbrattate di vernice, transgender, gobbi, addomesticatori di boa, ballerini di hip pop, lanciatori di coltelli, che simboleggiavano il mondo surreale e fittizio dello showbiz. In quest'atmosfera nebulosa e inquietante, un gobbo ha accolto all'entrata di Salone Margherita gli ospiti, avvertendoli che si sarebbero trovati in un mondo surreale e spaventoso, dal quale, forse, non sarebbero più venuti fuori.

La parabola della storia di Chiara Nasti, rappresentata dalla poliedrica



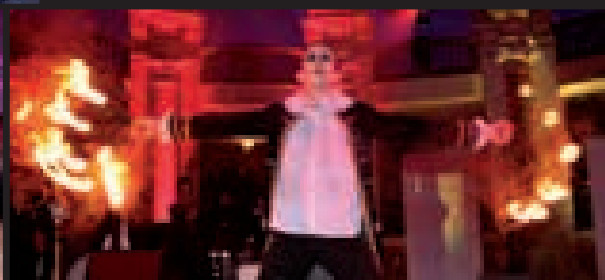
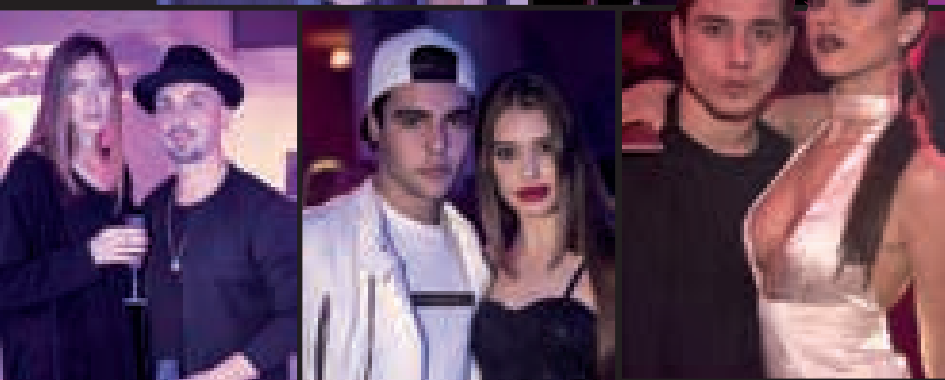


Francesca Varriale come uno spettacolo fatto di dualismo scenografico e concettuale. Il tutto in una cornice suggestiva come quella del Salone Margherita e con un buffet di primo livello come quello di Alba catering, a cui si è aggiunto il sushi del ristorante giapponese di Checco Morante.

Chiara ha accolto gli ospiti avvolta in un abito lungo molto sexy nero e rosa dello stilista Fausto Puglisi, affiancata dalla inseparabile famiglia composta dal padre Enzo Nasti, dalla madre Gabriella Argento e dalla bellissima sorella minore Angela Nasti.

Scoccata la mezzanotte, uno spettacolo di razzi colorati ha introdotto la torta pazzesca, realizzata dalla Sugar Queen Giada Baldari: un'opera d'arte alta 1,80 mt raffigurante il vortice bianco e nero della vita. Nel momento cruciale dopo un "Happy birthday" intonato dalla protagonista di X Factor Francesca Mento, c'è stata per Chiara una sorpresa speciale: l'apparizione del padre Enzo travestito da angelo, a fare da contraltare a tutti i performer "inquietanti" della festa. Ha stretto la figlia neo maggiorenne in un commovente abbraccio mentre una voce di sottofondo recitava una sua dolce dedica in cui prometteva alla figlia di proteggerla sempre nel vortice della vita.

Tra gli amici che hanno applaudito al gran finale: Christian Maggio con Valeria, Marco Ferrero, Roberto De Rosa, Stefano Carloni, Giuseppe Nardelli, Michele Franzese, Lucrezia Cappelli, Cosimo Buccolieri, Margherita Mazzi, Salvatore Damelio, Alessia Giancristofaro. Tra i gadget omaggiati agli ospiti, delle t-shirt Minimal personalizzate e dei profumi per ambiente della boutique Profumo di Via Carlo Poerio. ■





CHALLENGER
TOUR

Torneo
Internazionale
Maschile

CAPRI WATCH® CUP



TENNIS CLUB NAPOLI

2-10 APRILE 2016

CAPRI WATCH®



FIDEURAM | Private Banker



Viale Dohrn - Villa Comunale | tennisnapolichallenger.com



Tennis Napoli Challenger



tennisnapolichallenger





DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano

CAPRI WATCH®

Fabio Fognini



CAPRICAPRI.COM

CAPRI - Via Cassinella, 21 - Tel. 081 837 7148

"Official Watch" della Federazione Italiana Tennis

