

I'M

MAGAZINE

LUGLIO - AGOSTO 2016 Anno IX N°54

Anniversario
I'M MAGAZINE
Otto candeline

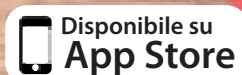
Intervista
LUCA ABETE
Un tipo da Striscia

Moda
DE RIGO
Occhiali "sartoriali" per
tutti i clienti del mondo

Moda
NINO LETTIERI
L'enfant prodige
della haute couture

Design
RIFLESSI
Il trionfo del made in Italy

Turismo
CAPRI
Profumi e panorami
dell'isola più bella del Golfo



SERENA
ROSSI



L'anima del viaggio.



Scopri di più.



LOUIS VUITTON



#mylifeisaplay

Scopri il mondo Signorina su parfums.ferragamo.com



Salvatore Ferragamo

La nuova fragranza

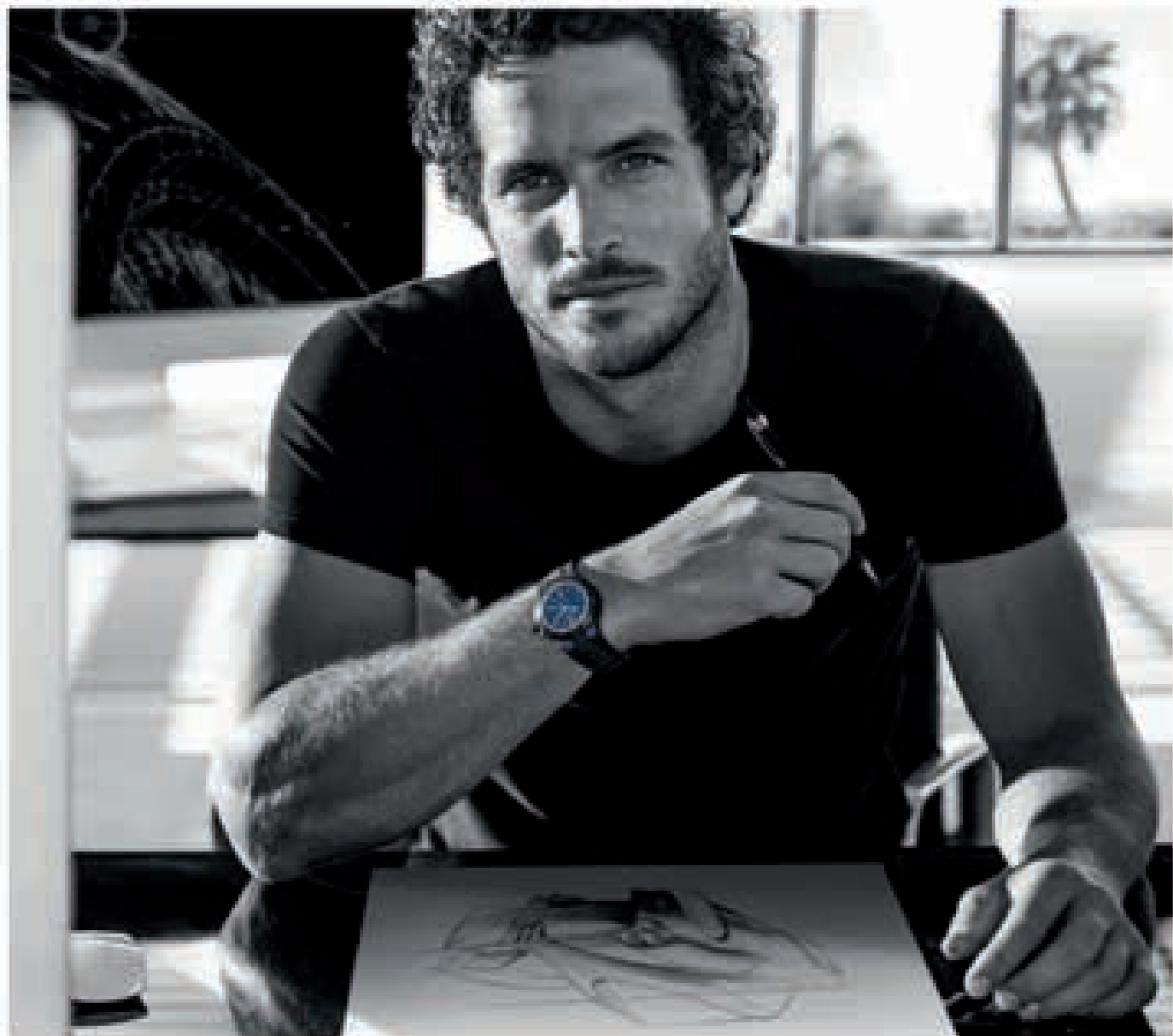


BVLG



MASSIMO BOTTIGLIERI
GIOIELLI

TECHIA - CORSO VITTORIA COLOMBA 188, 00197 ROMA
WWW.MASSIMO-BOTTIGLIERI.IT



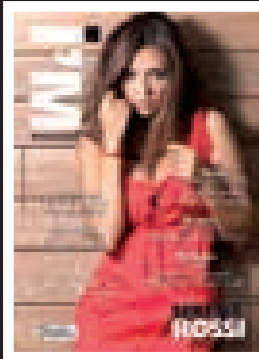
GARI

ROMA

DIAGONO
MAGNESIUM

Movimento meccanico Solotempo, 100% in House, carica automatica, riserva di carica di 42 ore.
Corpo del segnatempo in magnesio con vetro zaffiro in Peek. Lunetta in ceramica high-tech antigraffio.

IN COPERTINA



Serena Rossi
ph Giancarlo Aiello

Edito da I'M srl

Redazione

tel 081 263508

fax 081 282662

www.immagazine.it

info@immagazine.it

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

Editore

Maurizio Aiello

Direttore responsabile

Ilaria Carloni

Caporedattore

Alessandra Carloni

Collaboratori:

Laura Caico

Gegè Cupertino

Sergio Governale

Alessandra Militeri

Arianna Nardi

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

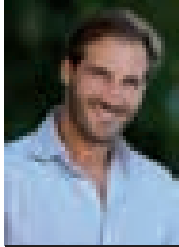
info@immagazine.it

I'M ONLINE

WWW.IMMAGAZINE.IT

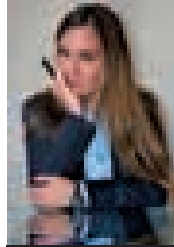


Follow us on:



L'Editore

Maurizio Aiello



Il Direttore Responsabile

Ilaria Carloni

22



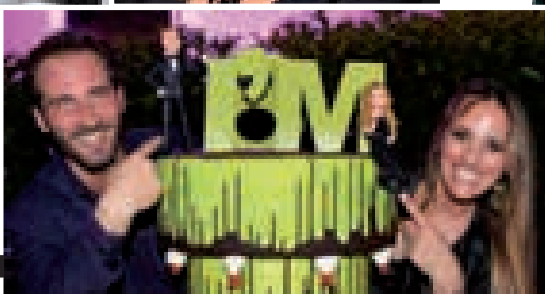
36



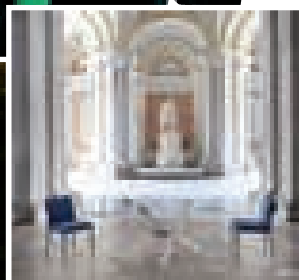
50



64



82



SOMMARIO



22 **Nino Lettieri**

L'ENFANT PRODIGE DELLA HAUTE COUTURE
DI ARIANNA NARDI

36 **De Rigo**

OCCHIALI "SARTORIALI" PER TUTTI I CLIENTI DEL MONDO
DI SERGIO GOVERNALE

50 **Luca Abete**

UN TIPO DA STRISCIA
DI ALESSANDRA CARLONI

56 **Serena Rossi**

WORK IN PROGRESS...
DI ILARIA CARLONI

64 **I'M Magazine**

OTTO CANDELINE
DI LAURA CAICO

82 **Riflessi alla Reggia di Caserta**

IL TRIONFO DEL MADE IN ITALY
DI SERGIO GOVERNALE

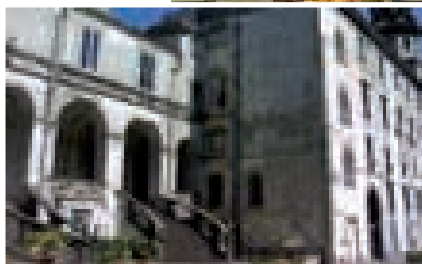
56



SHOP ONLINE AT [FENDI.COM](https://www.fendi.com)

FENDI

28

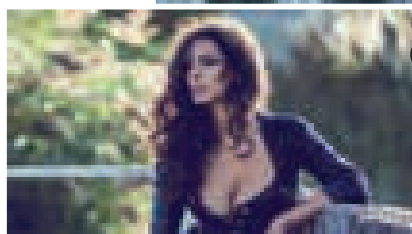


42

76



88



95



106



SOMMARIO

15 L'opinione

GOMORRA
DI FABRIZIO CARLONI

16 Bellezza

PERCHÉ PRATICARE UN'ADDOMINOPLASTICA?
DI IVAN LA RUSCA

18 Napoli e i panni stesi

LA VOCE DELLE DONNE PARTENOPEE

28 Pitti uomo fa 90

GLI AMBASCIATORI DEL MADE IN NAPLES
A FIRENZE PER IL 90° PITTI
DI ARIANNA NARDI

42 Ospedale degli incurabili

L'ARTE DI GUARIRE ATTRAVERSO LA BELLEZZA

76 Capri

PROFUMI E PANORAMI DELL'ISOLA PIÙ BELLA DEL GOLFO
DI GEGÈ CUPERTINO

88 I'M Model

RAFFAELLA MODUGNO

95 Professionisti al top

FRANCESCO CAPPUCCIO
DI ALESSANDRA MILITERNI

98 Con MSC sempre più Cuba negli itinerari dei turisti

100 Il miracolo imprenditoriale di Optima

102 Fotonotizie

106 Napoli Moda Design

110 Sport e spettacolo al Meeting Estate

114 Vip Champion 2016

MAIN SPONSOR DORABELLA

116 Galleria Borbonica

ARTE, MODA E PERFORMANCE LIVE

118 "Never Give Up"

LA MOSTRA FOTOGRAFICA DI ANNALaura DI LUGGO



ROLEX

DAY-DATE 40

*Simbolo internazionale di successo, reinterpretato
in chiave moderna e con un movimento meccanico di nuova generazione.
Non segue solo l'ora, segna la storia.*



OYSTER PERPETUAL DAY-DATE 40

Monelli

Orologeria Gioielleria

RIVENDITORE AUTORIZZATO

NAPOLI - VIA DEI MILLE, 12

NAPOLI - VIA S. BRISIDA, 80/A

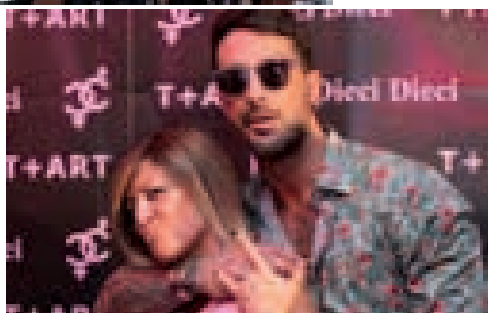


120

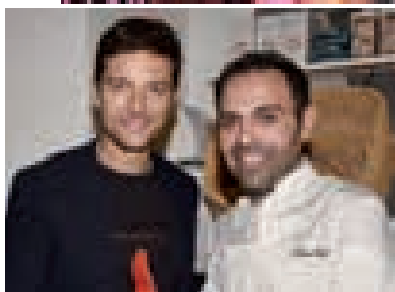
124



126



134



138



142

SOMMARIO

120 *La nuova collezione
"Driver MTO" di Ferragamo*

124 *Carthusia finalmente a Napoli*

126 *Il Mood Vintage Studio 54
per Cangiano*

130 *Doppio compleanno
per le Sarnelli*
di LAURA CAICO

132 *18 anni da mille e una notte*

134 *Fabrizio Corona e Le Donatella
da Dieci Dieci per T+Art "Bad Girl"*

136 *Diciotto candeline per Serra jr*

138 *Luca Capuano e Pietro Parisi
insieme con "Boccacciello Bistrot"*

140 *Nicebrand a Miami Beach*

142 *Dreaming Scampia*



Blumarine

LOCMAN
ITALY



STEALTH 300 METRI CARBON

CRONOGRAFO CON CASSA IN CARBONIO FORGIATO DAL PIENO E TITANIO
QUADRANTE IN FIBRA DI CARBONIO - VETRO TRATTAMENTO ZAFFIRO

CELEBRATING 30 YEARS

WWW.LOCMAN.IT

LOCMAN S.p.A. - MARINA DI CAMPO - ISOLA D'ISOLA

GOMORRA

DI FABRIZIO CARLONI



La serie televisiva *Gomorra* ha sollevato una consistente strascico di polemiche. Tra le altre, è stata dibattutissima la tesi che lo sceneggiato potesse trasmettere al pubblico, in particolare a quello giovanile, un messaggio pericoloso e deviante. A nostro parere, in una situazione di decadimento di valori in cui sembra che questi siano stati risucchiati da una foiba, porsi questa tipologia di problemi è, ad essere superficiali, ipocrita e fuorviante. Appare infatti ridicolo che nella rappresentazione scenica che richiama, ricordiamolo, la realtà della Camorra nell'area di Scampia - Secondigliano, lo Stato venga visto da qualche spettatore o critico come la parte ineccepibile, sul piano morale, da tutelare agli occhi del cittadino utente. È da decenni, finita l'epoca di De Gasperi, Almirante, Berlinguer e di Luigi Einaudi, che le Istituzioni, meritandolo pienamente ed in maniera documentatissima e convergente, hanno perso, agli occhi del pubblico anche straniero, ogni credibilità in ordine all'efficienza, all'efficacia dei comportamenti ed al decoro che gli competerebbe.

Quello che quindi emerge dalla visione di *Gomorra*, a parte l'eccezionale capacità del regista e degli attori di rappresentare ambiente e personaggi, è un'eccellente coerenza della trama con la tragica realtà della periferia napoletana. Lo Stato, che appare poco ed in genere attraverso qualche rappresentante colluso delle amministrazioni locali, non risulta sconfitto se non per la mancata inclusione nel canovaccio di quella parte della magistratura e delle Forze dell'Ordine che, per contrastare l'antistato, hanno speso talenti importanti; rischiando ed arginando un fenomeno che, in loro assenza, sarebbe stato dilagante. Risulta evidente dallo sviluppo dei fatti come la Camorra, raccontata in maniera molto credibile nella serie televisiva, costituisca, sul piano banale dell'esame sociologico, un semplice ed efficace succedaneo di uno Stato che manca o che, in molte sue dimostrazioni, scavalca a destra, in peggio, i banditi che molti suoi rappresentanti, sulla propria pelle, combattono. Sul piano pragmatico, e presa buona nota della totale perdita di importanza dei valori etici a livello generale, non sfugge a nessuno come alle Istituzioni – che hanno consolidato una situazione di sfascio economico e

sociale generale – la componente più fragile della popolazione, preferisca la malavita organizzata che viene legittimata ad occupare spazi che le dovrebbero essere rigorosamente negati.

Chi tra i cittadini dei quartieri ghetto di Napoli ha una minima speranza di trovare lavoro recandosi all'Ufficio di Collocamento? Chi tra i cittadini che hanno subito una prepotenza, una truffa, un furto od una rapina, ha la speranza di avere ristoro recandosi presso un presidio delle varie polizie che rappresentano lo Stato? Uno degli esempi più utilizzati per dimostrare questa semplice tesi, è costituito dai campi di nomadi che arricchiscono l'arredo urbano napoletano. A Scampia, Capodichino, Ponticelli, di fronte allo scempio di accampamenti da città del Terzo Mondo, per anni gli abitanti hanno perseguito la via della legalità e dell'istanza a chi dovrebbe amministrare il territorio rispondendo del buon risultato.

Chi, negli anni passati, in maniera selvaggia, illegale e da condannare, determinò, invece, lo sgombrò dei campi in parola, fu la Camorra che ne acquistò enorme immagine nei confronti della popolazione dimenticata; questa era stata, per anni, costretta a convivere con i fumi tossici prodotti dalla combustione delle guaine di plastica dei fili di rame rubati dai gitaniani, e con le montagne di immondizia con cui i signori in parole avevano edificato i propri ameni villaggi. Chi non ricorda le decine di tricicli Ape senza targa guidati da irsuti rumeni, bulgari, iugoslavi e macedoni che percorrevano quei luoghi mentre la varie polizie verbalizzavano i cittadini probi per i fanalini delle autovetture regolari fulminati?

È questo il fenomeno che emerge dalla visione di *Gomorra* e che dovrebbe far riflettere gli spettatori; e non solo quelli italiani. In particolare l'assenza di uno Stato che faccia quello per cui i suoi rappresentanti sono stati eletti ed hanno giurato; latitanza che de-

termina la sua surroga (dello Stato) da parte di poche centinaia di canaglie che vendono droga e che vengono considerate degli eroi da parte di chi non ha altro punto di riferimento credibile. È la vergogna di una nazione che paga i Carabinieri ed i poliziotti la metà della metà di quanto percepisce il gregario più incapace ed impreparato della parte marcia della città, che uccide a comando e vende droga distruggendo vite, speranze, famiglie di lavoratori ed il mondo che il buon Dio ci ha affidato. ■

carloni.f4@libero.it

Risulta evidente dallo sviluppo dei fatti come la Camorra, raccontata in maniera molto credibile nella serie televisiva, costituisca, sul piano banale dell'esame sociologico, un semplice ed efficace succedaneo di uno Stato che manca o che, in molte sue dimostrazioni, scavalca a destra, in peggio, i banditi che molti suoi rappresentanti, sulla propria pelle, combattono.

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

PERCHÈ PRATICARE UN'ADDOMINOPLASTICA?

DOTT. IVAN LA RUSCA

Per i pazienti che tengono al proprio aspetto e alla conservazione della tonicità fisica, ma che hanno subito un cedimento dei tessuti cutanei nella zona addominale, causato da forti dimagrimenti, o post parto (per le donne) oppure per altri fattori medici, è possibile prospettare un intervento di addominoplastica o mini addominoplastica, al fine di eliminare la pelle in eccesso e cadente "a sacco vuoto" o "a grembiule". Può ricorrere a questo tipo di intervento anche quel paziente che, dopo i 40 anni, vuole appiattire l'addome o eliminare la "pancetta" per sentirsi sempre giovane e in forma. Fattori come predisposizione genetica, sbalzi di peso ed invecchiamento contribuiscono sicuramente al rilassamento cutaneo addominale, ad accumuli adiposi e alle smagliature che spesso neanche lo sport e una dieta rigida possono arginare. L'intervento di addominoplastica risolve il problema rimuovendo l'eccesso cutaneo, gli accumuli adiposi e le smagliature della regione addominale, oltre che appiattire e rassodare la parete addominale muscolare. Questa procedura ridona all'addome un aspetto più armonioso, oltre che sodo e assottiglia profili disarmonici. Un intervento di addominoplastica può essere associato ad uno di liposuzione dei fianchi per ottimizzare il risultato. Nonostante le innumerevoli novità emergenti nel campo della medicina estetica, non esistono attualmente metodiche alternative valide e non chirurgiche per risolvere in maniera seria e definitiva il problema. La pelle con effetto "a grembiule" è antiestetica a vedersi e genera complessi e inibizioni. La rimozione della cute in eccesso e il conseguente appiattimento dell'addome ridona al paziente autostima e sicurezza migliorandone lo stile di vita. Ogni singolo caso va esaminato attentamente e valutato nei minimi particolari, se sia necessario, ad esempio, solo un intervento completo di addome o mini - addome.

L'intervento ha l'obiettivo di modellare l'addome correggendo i difetti legati al rilassamento cutaneo e muscolare della zona e all'adiposità localizzata, non quello di riportare i pazienti obesi alla condizione originaria. L'aspettativa ed il risultato finale sempre di più combaciano, perché nel corso del tempo la tecnica

Per i pazienti che tengono al proprio aspetto e alla conservazione della tonicità fisica, ma che hanno subito un cedimento dei tessuti cutanei nella zona addominale, è possibile prospettare un intervento di addominoplastica o mini addominoplastica, al fine di eliminare la pelle in eccesso e cadente.

si è affinata e la maggior parte dei pazienti si dichiara soddisfatta. La riuscita dipende, oltre che dalla corretta esecuzione dell'intervento, anche dalla coerenza di quello che il paziente vuole ottenere con quello che è possibile realizzare, esaminata la specifica situazione dello stesso. È impensabile, ad esempio, che un quarantenne possa tornare ad avere un addome scolpito di un trentenne, ma sicuramente, abbinata all'attività sportiva e ad una dieta ipocalorica, uno piatto e tonico. Per questo motivo è molto importante la fase informativa preliminare durante la quale il chirurgo spiega al paziente le caratteristiche dell'intervento.

Dal momento che un intervento di addominoplastica può essere determinante per il benessere psico-fisico della persona, è evidente che bisogna affidarsi in modo esclusivo a dei chirurghi specializzati che abbiano un livello di esperienza professionale molto elevato in questo settore. Attenzione a fare la scelta del chirurgo: non sono mancati, infatti, casi di medici non abilitati alla professione che hanno messo a rischio la salute dei clienti, offrendo loro, inevitabilmente, dei risultati estetici davvero pessimi. Rivolgersi pertanto ad uno specialista, dotato di un'équipe medica scrupolosa, deve essere la priorità assoluta, senza badare al risparmio derivante da altre soluzioni.

Le principali società di Chirurgia Plastica – SICPRE e AICPE – oltre al titolo di specializzazione visibile sul sito dell'ordine dei medici, offrono delle garanzie sulla scelta dello specialista a cui affidarsi. ■



Chopard

NAPOLI E I PANNI STESI

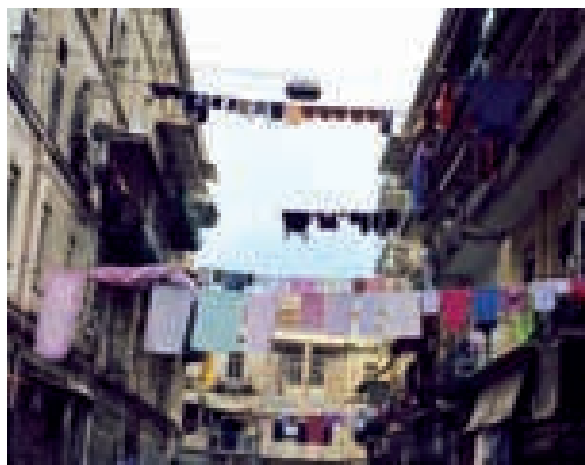
LA VOCE DELLE DONNE PARTENOPEE

DI ARIANNA NARDI

Manifestazione di un'identità collettiva ed elemento oleografico che identifica Napoli nel mondo, i panni stesi si configurano come le vere bandiere di Partenope. Sarà un'immagine stereotipata, e allo stesso tempo sottovalutata, ma molti non sanno che in realtà dietro al semplice gesto di fare il bucato si cela una tradizione che permane da secoli. Ce lo raccontano le canzoni, i film e le illustrazioni di una città che vede nelle donne le sue più affezionate designer. Perché i panni stesi non sono festoni qualunque, ma composizioni d'autore, anzi d'autrice, che slanciandosi da un balcone all'altro disegnano delle macchie colorate nel cielo proprio come in un dipinto impressionista. Insomma, a Napoli stendere il bucato è una vera e propria arte.

La storia vuole che si faccia risalire la prima tecnica di stenditura al periodo medioevale, e tutt'oggi la modalità di disposizione dei panni segue la stessa logica ben precisa: prima si fa largo alle lenzuola poi man mano si passa ai pezzi più piccoli che devono occupare meno spazio possibile sullo stendino (preferibilmente lontano dagli occhi dei passanti). Queste regole, in ogni caso, non sono da considerare universali, ci racconta una maestra della tecnica, poiché a Napoli ognuno "addobba" il proprio spazio a seconda delle esigenze e delle abitudini. C'è infatti chi dispone i panni dal più grande al più piccolo verso il balcone antistante per impedire che le lenzuola possano rovesciarsi o che vengano danneggiate dalla dirimpettaia, e chi invece preferisce attenersi alla rigida metodologia che vede i pezzi grossi al centro e la biancheria ai poli estremi.

Bisogna però ricordare che in passato non vi erano tutte le comodità di oggi: le madri delle nostre madri non avevano a disposizione mollette e bozzelli, bensì nastri e canne di bambù. Di fatto, le carrucole che scorgiamo passeggiando per i vicoli del centro storico sono apparse per la prima volta soltanto 30 anni fa. I metodi moderni, però, per quanto rapidi, risultano convenienti soltanto all'apparenza poiché le vere massaie di Napoli sostengono che i fili degli stendibiancheria vadano sostituiti religiosamente ogni 2-3 mesi se esposti all'inquinamento e al caos della città. Per questa ragione, nonostante l'irruzione della tecnologia nelle abitazioni napoletane, esiste ancora qualche fanatica del bucato che, tra un "vicariello" e un altro, preferisce affidarsi ai vecchi ed infallibili metodi di stenditura che vedono l'utilizzo delle canne per i panni delicati. Un'ossessione che si consuma alla luce del giorno quella delle casalinghe partenopee, e che per quanto innocua può risultare addirittura maniacale agli occhi di chi non sa che l'autentica bellezza



Manifestazione di un'identità collettiva ed elemento oleografico che identifica Napoli nel mondo, i panni stesi si configurano come le vere bandiere di Partenope. Sarà un'immagine stereotipata, e allo stesso tempo sottovalutata, ma molti non sanno che in realtà dietro al semplice gesto di fare il bucato si cela una tradizione che permane da secoli.

della nostra città sta soprattutto in questi piccoli grandi gesti quotidiani.

Tuttavia, a Napoli, i panni non si possono stendere senza limiti. Tra i regolamenti condominiali che vietano l'esposizione di indumenti intimi ed asciugamani sulle facciate dei palazzi, adesso spuntano delle ordinanze che obbligano anche i cittadini più riluttanti a rinunciare a stendere il bucato alle finestre o sulle terrazze delle vie principali per una questione puramente estetica. Bollare come "indecoroso" il gesto di far asciugare i panni al sole è sintomo di indifferenza verso i propri costumi, i quali andrebbero tutelati anziché sottoposti ad opera di censura, poiché quegli stessi panni tesi e protesi alla ricerca incessante di sole si stringono in un abbraccio multicolore che contribuisce a dar vita all'ultimo paesaggio. I vicoli stretti e le strade in salita sono la scenografia perfetta in mezzo alla quale le mani delle massaie danzano armoniosamente sulle corde sospese da un balcone all'altro, proprio come i musicisti fanno con i loro strumenti. ■



PATRIZIA PEPE



PATRIZIAPEPE.COM

harmonblaine.com #mediterraneandile #pure silk





Harmont & Blaine





NINO LETTIERI

L'enfant prodige della haute couture

DI ARIANNA NARDI

FOTO DI ALESSIO MIGLIARDI

Da piccolo trascorreva le giornate destreggiandosi con ago e filo tra le stoffe dell'atelier di sua madre e l'incredibile precocità gli ha permesso di sviluppare inedite capacità sartoriali ancor prima di scoprirsi designer e diventare couturier. Non è dunque un caso se Nino Lettieri è stato ribattezzato l'enfant prodige della moda italiana. "Chi fa questo lavoro con passione lo fa perché si nutre d'arte, il che non è da tutti", mi dice con sicurezza e disinvoltura; la stessa con cui riesce ad indossare un paio di mocassini rosso pompeiano senza risultare eccessivo o fuori contesto. Quelle scarpe mi sono rimaste impresse, così come l'atrio dell'atelier situato in via Lepanto, a Pompei, ed il trasporto e la risolutezza con cui parla del proprio mestiere, che l'ha portato a stringere prestigiose collaborazioni persino negli States. È infatti dall'idea di un viaggio che è nata la collezione Primavera-Estate 2016: "Elephants", presentata ad AltaRoma (centro propulsore dell'haute couture italiana) ed ispirata al percorso di una principessa indiana in visita a Montecarlo. Dopo essere entrato a far parte dell'élite dell'haute couture made in Italy, questo predestinato si dice pronto a voler intraprendere un progetto d'espansione che porterebbe la sua creatura a pochi click dalle case dei compratori.

Figlio d'arte, ha iniziato a muovere i primi passi nella sartoria di famiglia. Che ricordi ha di quell'ambiente e di sua madre?

Tra i sette e gli otto anni ero affascinato da questo continuo andirivieni di donne bellissime e profumate che visitavano la sartoria. Lì ho imparato a conoscere tutte le tipologie di tessuti ed in che modo venivano impiegati. Ero abbagliato dalla vestibilità, cercavo di essere sempre presente quando mia madre provava gli abiti. Quello che ricordo molto bene di lei sono le mani, da piccolo provavo a "rubare" tutti i movimenti che compiva con le forbici.

Le origini partenopee e le competenze sartoriali le hanno sempre fatto prediligere il "made in Italy". Quanto è importante per lei l'artigianato nella realizzazione dei capi?

Per me il made in Italy è fondamentale. I ricami degli abiti, così come i tessuti, sono tutti prodotti nel nostro paese. Qui realizziamo l'alta moda soprattutto per AltaRoma quindi non possiamo far produrre all'estero e



Nino Lettieri

“ Tra i sette e gli otto anni ero affascinato da questo continuo andirivieni di donne bellissime e profumate che visitavano la sartoria. Lì ho imparato a conoscere tutte le tipologie di tessuti ed in che modo venivano impiegati. ”

nemmeno impiegare fibre non nobili. Tuttavia, oggi esistono dei tessuti tecnologici che ci permettono di realizzare dei capi in chiave moderna pur mantenendo un allure classico.

Lei è stato anche direttore artistico negli Stati Uniti per concorsi dedicati ai giovani talenti della moda e dell'arte. Dall'alto della sua esperienza, in cosa crede che differisca il nostro modo di concepire la moda rispetto a quello statunitense?

C'è una differenza sostanziale, soprattutto per quanto riguarda l'alta moda. In America c'è solo prêt-à-porter, l'haute couture non esiste. Tra queste due categorie c'è una differenza soprattutto strutturale e di vendita. L'alta moda è di nicchia, ma questo non vuol dire che un abito debba essere per forza decorato dal collo sino all'orlo dei piedi. Alta moda vuol dire soprattutto alta sartoria, perché anche un semplice tubino nero può essere couture se concepito attraverso determinati criteri. Durante il mio soggiorno negli States in occasione di questo contest, c'è stato uno scambio culturale non indifferente. L'America è una grande fonte d'ispirazione in quanto è la più grande metropoli multi-etnica del mondo. Lì mi diverto moltissimo, per strada tutti indossano abiti tradizionali dei loro paesi d'origine e sembra di assistere ad un runway continuo.

Che consiglio darebbe agli aspiranti designer?

Se si ha la fortuna di lavorare come stagista e apprendere da un professionista, il consiglio che do sempre è quello di ascoltare tanto ed essere umile. Oggi troppi ragazzi si sentono già arrivati non appena gli viene dato un attimo di popolarità e non hanno altra aspirazione al di fuori di questa. C'è sempre qualcosa da imparare, bisogna essere in continua ricerca ed evoluzione.

Mi racconta la sua giornata di lavoro?

Non c'è una giornata tipo, altrimenti cambierei lavoro. La giornata si svolge in chiavi completamente diverse ogni volta. Ad esempio, quando siamo sotto collezione, mi dimentico persino di mangiare e faccio le 5 di mattina. In genere passo molte ore in laboratorio con le mie collaboratrici a fare ricerca poi mi prendo cura dell'aspetto commerciale. Il contatto con le clienti è fondamentale: vanno coccolate, viziate, seguite e soprattutto rispettate.

La haute couture per molti è sinonimo di esclu-



FOTO DI SERGIO FORTINA

sività e non possono non venire in mente i grandi nomi dello showbiz quando si pensa all'alta sartoria. Ha anche altri target di clienti?

Certo, ho diverse clienti in tutta Italia, donne importanti che pochi sanno cosa fanno. Mi confronto ogni giorno con quella che è la vita ed il quotidiano tant'è che potremmo definire la mia alta moda un prêt-à-porter di lusso perché indossabile, non onirico da "che bello ma dove lo metto?".

Una delle difficoltà più grandi per uno stilista è quella di riuscire a reinventarsi stagione dopo stagione. Cosa la ispira durante il processo creativo?

L'ispirazione può arrivare in qualsiasi momento e tramite qualunque cosa. La creatività è un talento, non si può imparare e non ha prezzo. È un dono. Quello che però riesco ad immaginare sin da subito è l'abito in passerella, e di conseguenza la reazione che potrebbe suscitare nel parterre. L'intuito in questi casi è fondamentale.

Quali caratteristiche possiede la donna ideale di Nino Lettieri?

La mia è una donna molto femminile che deve interpretare sé stessa e non un'altra persona. Di conseguenza deve vestire con un abito fatto su misura che si contraddistingue sia per la fattura che per il look.

UNICI, COME OGNI DONNA

Gioielli per celebrare l'unicità di tutte le donne



Anelli a partire da 29€, orecchini a partire da 29€.

PANDORA

Completa il tuo look con PANDORA e crea una combinazione di gioielli unica, come te.

Scopri la collezione di gioielli in argento Sterling 925 e oro 14k e i prezzi migliori su www.pandora.net. Acquista anche online su store.it.pandora.net.

“ Avevo voglia di stampare un animale sui miei tessuti. L'unico animale rimasto inosservato era l'elefante, peraltro considerato sacro in India. Da lì la visione di questa principessa che aveva bisogno di outfit rappresentativi da indossare in Europa. La collezione è poi piaciuta a tal punto da far indire una campagna di sensibilizzazione contro la caccia agli elefanti. ”



Per questa ragione tutti i miei abiti sono personalizzati; le clienti bisogna vestirle, non coprirle.

La sua collezione P/E 2016 intitolata “Elephants”, racconta il viaggio di una principessa indiana dalla Nuova Delhi alla città di Montecarlo, com'è nata quest'idea?

Avevo voglia di stampare un animale sui miei tessuti ma facendo ricerca mi sono accorto che era stato già praticamente stampato di tutto, dalle scimmie ai leoni, persino le zanzare! L'unico animale rimasto inosservato era l'elefante, peraltro considerato sacro in India. Da lì la visione di questa principessa che aveva bisogno di outfit rappresentativi da indossare in Europa. La collezione è poi piaciuta a tal punto da far indire una campagna di sensibilizzazione contro la caccia agli elefanti.

Lei è sempre in prima linea quando si tratta di beneficenza.

Io ed i miei colleghi cogliamo sempre l'occasione per fare del bene ed aiutare tantissime onlus. Ho di recente preso parte ad eventi per la ricerca contro i tumori ed uso la mia moda come tramite per supportare cause benefiche e dare sostegno economico alla ricerca.

Cosa dobbiamo aspettarci dalla prossima collezione Autunno/Inverno? Qualche anticipazione? Dove e quando sarà presentata?

Con tutta franchezza non sono ancora sicuro di quello che voglio, deve trattarsi di un'ispirazione impulsiva. Adesso siamo ancora in fase di studio, stiamo scegliendo una nuova stampa. Punto molto sulla tipologia dei tessuti, i miei volumi sono riconosciuti. Utilizzo linee sobrie e pulite, e le stampe ed i ricami fanno riferimento al mood dell'intera collezione. Quest'anno AltaRoma si terrà a luglio e nello stesso mese sarò a San Pietroburgo per un fashion contest. Nel caso in cui non dovessi riuscire a presenziare, la nuova collezione verrà presentata

sotto forma di shooting.

Il suo “quartier generale” è a Pompei, ha mai pensato di espandersi?

Espandersi significa soprattutto creare una linea prêt-à-porter, in quanto l'alta moda non è distribuibile in altri punti vendita se non nel proprio atelier. A breve terremo degli incontri con grossi investitori perché stiamo pensando ad una capsule collection che conservi lo stile Lettieri e che sia reperibile anche in altre parti del mondo.

Ci troviamo nell'era dello shopping virtuale e le nuove generazioni si affidano sempre più ad un tipo di consumo digitale. Qual è il suo rapporto con la tecnologia? Ha mai considerato l'idea di uno store online?

L'alta moda è di nicchia, la conoscono in pochi, ma internet offre l'opportunità di avere una grande vetrina internazionale. Rendere le collezioni visibili in diretta e disponibili a sole due ore dalla passerella credo non sia da poco. Comprando da casa è tutto più veloce, non a caso oggi i più grandi brand del mondo vendono anche sul web. L'idea dello shop online c'è, e si potrà concretizzare non appena sarà disponibile la collezione prêt-à-porter, che verrà realizzata in più taglie.

Sogni nel cassetto?

Vorrei aprire tre punti vendita monomarca in diverse località di prestigio, la prima mi piacerebbe fosse Capri.

Se dovesse scegliere un capo che la rappresenti?

È un po' come chiedere ad una madre quale figlio preferisce, ogni capo che ho realizzato l'ho fatto con amore. Impossibile scegliere.

E una parola invece, l'M?

Happy. ■

Jordan Dunn & Nicole Khan | Foto: [unreadable] | [unreadable]

LIU • JO

*NAPOLI via Filangeri 6/7 - via Scarlatti 163/165
GIUGLIANO via Roma 25
MARCIANISE c/c Campania
NOLA c/c Vulcano Buono
SALERNO c.so Vittorio Emanuele 180*

PITTI UOMO FA 90

*Gli ambasciatori del made in Naples
a Firenze per il 90° Pitti*

DI ARIANNA NARDI



La rassegna del menswear di Fortezza da Basso compie novant'anni. Era infatti il 1972 quando l'hotel villa Medici ospitò la prima edizione di Pitti Uomo, che ai tempi contava soltanto 43 aziende. Oggi sono invece 1219 gli espositori (quasi la metà provenienti dall'estero), che puntualmente esibiscono in anteprima le novità della moda maschile attirando gli sguardi di buyers ed imprenditori. Anche quest'anno, tra i grandi nomi della moda internazionale, non sono mancati all'appello gli "ambasciatori" del Made in Naples.

La nuova collezione di **Harmont & Blaine** segna il grande ritorno del lino, tessuto utilizzato in numerose varianti e presente nelle giacche come il seersucker, che insieme alle righe rispecchia appieno il vibe della prossima estate del bassotto. L'ispirazione arriva dai vivaci e dinamici mercati mediterranei, che con la loro moltitudine di colori donano un senso di freschezza e leggerezza tipico della stagione estiva. I forti contrasti cromatici trovano la loro consacrazione in patchwork ragionati di fantasie, stampe e righe, che conferiscono un twist moderno all'iconica "camicia 8 tessuti" e al "Salina Pant", caratterizzato dal taschino a contrasto. Spazio anche alla tecnologia con la camicia "sole del Mediterraneo". All'apparenza una semplice camicia bianca ma che al contatto con i raggi solari si pigmenta colorandosi di blu grazie ad una speciale microfantasia realizzata con colore cromatico. Lo stesso effetto è replicato anche sulla polo Vietri, una t-shirt, un boxer mare e un bermuda, tutto parte di una "mini collection" dedicata. Il look è infine completato dalla Maiori, calzatura che potremmo definire un ibrido tra il mocassino informale e la classica sneaker, realizzata in doppia variante in blubber o in camoscio traforato con fondo personalizzato in gomma.

La Primavera-Estate di **Kired** è tutta all'insegna di un'eleganza grintosa, coerentemente al DNA dell'azienda. Capo iconico della collezione è l'innovativa felpa in nappa da 3 mm dall'anima sfoderata. Si tratta di una felpa antigoccia dotata di una particolare tecnologia di sabbiatura che neutralizza i residui sui tessuti. Degno

Harmont & Blaine segna il grande ritorno del lino, che insieme alle righe rispecchia appieno il vibe della prossima estate del bassotto.

Kired è tutta all'insegna di un'eleganza grintosa. Capo iconico della collezione è l'innovativa felpa in nappa da 3 mm dall'anima sfoderata.

Antony Morato si divide fra Tokyo e Los Angeles. La prima influenza la linea Black, la seconda riprende sfumature blu, sabbia e rosso.

28 **Hamaki-Ho** si propone di rivisitare i classici in chiave contemporanea, contribuendo a una nuova ideazione di capi icona

di nota è il modello Olek, realizzato in Nappa Plongè Francese. Più leggero di un pullover, questo capo passe-partout dona a chi lo indossa un appeal giovane e dal carattere deciso ed energico.

L'uomo di **Antony Morato** si divide fra due metropoli estremamente diverse fra loro: Tokyo, dall'anima zen, e Los Angeles, mecca del jet set internazionale e città del sole. La prima influenza la linea Black della collezione, rappresentata da un'armoniosa mescolanza di colori naturali a più urbani grigi e neri, mentre la seconda, al centro del concept della linea Gold, riprende tutte le sfumature del blu, del sabbia e del rosso intenso per poi sfociare in pattern di fiori, frutti e stampe luxury di macchine come le Cadillac. Qui i due poli opposti del mondo si attraggono per andare a creare una proposta stilistica completa che esplora tutte le sfaccettature di un utopico futuro in cui uomo e natura convivono in simbiosi.

Dal gusto minimal e lineare, la Spring-Summer di **Hamaki-Ho** si propone di rivisitare i classici in chiave contemporanea, contribuendo a una nuova ideazione di capi icona. Questo "new classic" si divide in due mood: lo stile "Navy", in cui colori a contrasto, blu profondo, bianco ottico ed off white, lasciano spazio a qualche traccia di polvere, fibre naturali e poi blazer e canvas, tagli destrutturati e pantaloni comodi. Lo stile "Safari", ci lascia invece immaginare un viaggio avventuroso tra l'azzurro, il beige, il verde, il fango ed il grigio melange dei paesaggi della savana. Le sahariane e i bermuda in lino lavato sono un autentico omaggio allo street style, ed accompagnano un'idea tutta nuova di Denim, qui forgiato da lavorazioni e lavaggi inediti. Hamaki-Ho presenta anche una collezione total look improntata sulla riscoperta dello stile classico maschile; particolare risalto è dato allo smoking, da indossare "All Day Long" e proposto in diverse varianti adatte ad ogni ora del giorno e che prevedono l'utilizzo di tessuti come il lino 100% e i cotone puri.

Esplorività e grinta protagoniste anche da **Bsettecento**, la cui nuova linea di pantaloni aggiunge alla consueta cartella colori ben 30 nuove tinte e micro fantasie geometriche (pois, quadretti, triangoli e righe alternate) per dar l'idea di tridimensionalità. La peculiarità della linea demin sta nella realizzazione mediante tele giapponesi Kurabo; questa offre una vasta gamma di lavaggi, trattamenti e lunghezze inedite dalle proporzioni slim. I capispalla dal taglio sartoriale sono un inno alla praticità ma allo stesso tempo abbracciano i trend del momento senza risultare "too much". La linea mare, realizzata in collaborazione con l'icona dello stile mediterraneo anni '60 e '70 Livio De Simone, riedita i "quadri pittorici" dello stilista dando vita a capi ricchi di colore e personalità.

Lo stile senza tempo delle calzature **Campanile** è tutto nella lavorazione a mano che anno dopo anno non smette mai di impersonare, soprattutto per la passione ed entusiasmo con cui gli artigiani contribuiscono alla nascita di nuovi eleganti prodotti. La palette di colori scelti per la prossima estate comprende il fango, il cuoio, il blu, il grigio e il legno. Inoltre, i mocassini in vitello morbido costituiscono l'ideale compromesso tra eleganza e comfort grazie alla lavorazione "a sacchetto", con quel giusto tocco di colore e artigianalità che caratterizza uno dei brand simbolo dell'eleganza napoletana. ■



HAMAKI-HO



BSETTECENTO



KIRED

ANTONY MORATO

I “Lucky Numbers” della rassegna di Fortezza da Basso



PATRIZIA PEPE



LOCMAN



MANUEL RITZ



PAOLONI

6 0.000 metri quadrati di superficie espositiva, 30.000 i visitatori in totale del salone, oltre 20.000 i compratori all'ultima edizione estiva dei quali 8.200 i buyer (41% del totale) dall'estero. I numeri ci sono tutti e quest'anno Pitti, con il tema “Lucky Numbers”, ha voluto scommettere proprio su questi e sulle loro qualità estetiche, grafiche, simboliche, nella moda e oltre la moda. Grande l'entusiasmo attorno all'evento fiorentino che dal 14 al 17 giugno ha ospitato le presentazioni delle nuove collezioni Primavera Estate 2017.

Si respira un'aria vintage da **Patrizia Pepe**, dove glitter, giochi di luce e colori sgargianti caratterizzano la collezione Eclectic Tour, fusione di etnico ed eclettico. Qui il protagonista è un uomo che non ha paura di osare e che trova la sua massima espressione sul palcoscenico, proprio come i frontman delle rockband. Le giacche e i capispalla con fodere cangianti o laminate non passano inosservate, mentre all'armonia delle stampe jacquard dei pantaloni si aggiunge una palette di colori sgargianti delle camicie. Ma non mancano gli elementi metropolitani simbolo della generazione street style. Denim, tricot, bandane e scarpe da ginnastica smussano gli angoli all'intera linea, rendendo tutto più contemporaneo.

Manuel Ritz celebra i contrasti combinando il gusto sartoriale della tradizione italiana allo sport style. Il Surfing Safari ravviva le personalizzazioni interne e i dettagli, mentre il verde è filo conduttore che percorre una capsule di capispalla, bermuda, camicie e stampe printed. Il rosso si insinua fra i classici di sempre e viene mixato alle due macro cromie di collezione su fantasie come over check, micro vichy, pied de poule e placcati, mentre il giallo caratterizza dettagli quali impunture, ricami su camicie, filo bottoni, maglieria e polo. Lo sportswear è rappresentato dai tessuti in jersey e fresco lana del pantalone-tuta, e dai tessuti giapponesi effetto spugna su texture a righe della giacca camicia. In quest'ottica s'inseriscono le sneakers completamente realizzate in pelle e decorate con icone rappresentative del brand. La Linea Evening si compone di abiti da occasione che esplorano un ampio raggio di colori partendo dal blu (talvolta associato al nero) fino ad arrivare al grigio; preziosi i dettagli dei bottoni in raso ton sur ton.

Paoloni fa capo all'eleganza della Costa Azzurra per la prossima Primavera Estate con dei design leggeri, freschi e allo stesso tempo ricchi di carattere. La palette di colori è delicatissima ed accarezza tutte le nuances delle tinte pastello con effetto polveroso fino a sfociare in sfumature brillanti che riportano alla mente i palazzi di Nizza. La giacca si pone ancora una volta come primo interprete con macro armature e tessuti più consistenti uniti a capi svuotati, e diventa quasi una camicia con la Light Jacket. La gamma di tessuti è ampia e spazia dal lino, al cotone, alla juta,

creando giochi di luci e trame importanti. Gli abiti, a differenza delle giacche, vertono su cromie classiche (blu aperto e scuro e grigio ghiaccio) esaltate dalla sobrietà del ton su ton e accostate a jacquard e micro-disegni. Qui, le lunghezze sono più evidenti ma hanno un fit slim e sagomato. Si allarga inoltre la linea per capi d'occasione denominata Paoloni Black Label, dove giacche e abiti (monopetto e doppiopetto) dai colori forti e risoluti, sono realizzati con sete e lane pregiate. I gilet in tessuti ricamati spuntano sotto i rever sciallati o a lancia donando un tocco vintage e nostalgico in pieno stile 70s.

Per i suoi 30 anni **Locman** lancia il Montecristo Anniversary Limited Edition, una rivisitazione celebrativa del moderno ed elegante cronografo icona del brand, questa volta realizzato in una esclusiva serie limitata da 300 esemplari. Si tratta di un modello meccanico Swiss Movement resistente fino a 10 atmosfere (100 metri) e dotato di cinturino in pelle nero, in silicone o con bracciale in acciaio inossidabile. Il logo 30th Year, posizionato sotto al Marchio a ore 12 in un vibrante color rosso a contrasto con il quadrante antracite è un omaggio all'heritage di Locman, che dal 1986 continua ad intraprendere nuove sfide sul piano dello sviluppo tecnologico ed espansionistico.

Per i più esigenti, che dai propri accessori pretendono alta qualità, funzionalità e stile, **Alberto Guardiani** disegna una collezione dall'anima surrealista nella quale la tradizionale fattura artigianale incrocia soluzioni innovative e audaci per dar vita a ibridi che costituiscono la via di mezzo ideale tra formalità ed informalità. Le sneakers hanno fondi sportivi combinati a tomaie ricercate mentre i decori sono composti da gocce e schizzi di colore che ricordano il dripping degli artisti. Tra le nuove proposte si distingue la Outsider una derby dal gusto deciso realizzata in vitello abrasivato giallo oppure bluette e caratterizzata da un'iconica frangia camouflagé. All'apparenza più tradizionale, la Sweet Love, ha una silhouette affusolata che ricorda le calzature più classiche. I colori sono vivaci e i materiali scelti variano dal vitello nappato al nabuk, il fondo in suola di gomma liscia è in nuance con la tomaia, infine l'ironico guardolo in corda naturale sdrammatizza l'insieme.

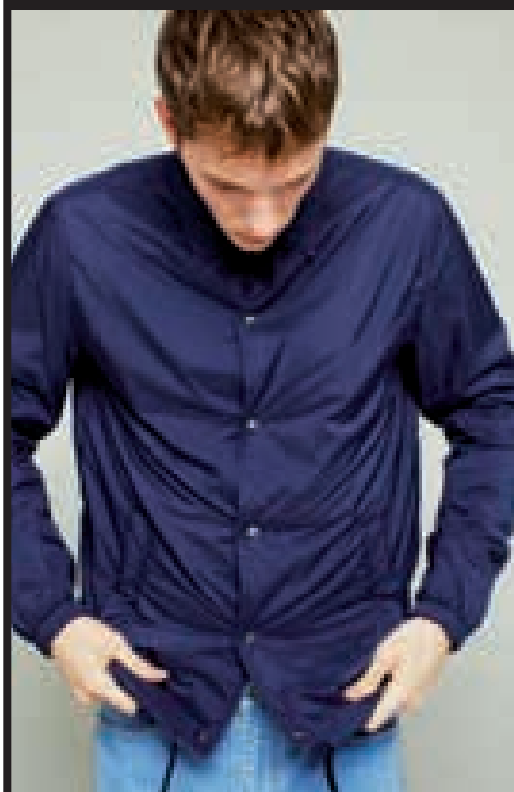
Herno ci introduce verso il futuro dell'imbottito con la nuova tecnologia thermostretch. Ideato per chi desidera le performance del piumino ma con un city style, questo nuovo prodotto dell'avanguardia del menswear è realizzato in morbido jersey bi-stretch senza impunture ed è dotato di un'imbottitura inedita composta da un'ovatta calda, sottile, antivento e per la prima volta stretch. In questo modo, interno ed esterno si adattano in simbiosi per garantire il massimo comfort e libertà nei movimenti. I modelli sono cinque: due gilet, un blazer, una giacca-camicia e un bomber, rispettivamente proposti nelle nuance navy, verde militare, rosso e nero.

Geospirit rivisita i must invernali attingendo alla cinematografia degli anni '60 con tessuti leggeri e confortevoli, per un uomo che non lascia nulla al caso e presta particolare attenzione al dettaglio. Oltre al già noto trench Paul e alla travel jacket Cassidy, alle proposte per la prossima stagione estiva si aggiungono il bomber Freeman ed il gilet Challagan, che prendono i propri nomi da celebri icone di stile del passato. Questi modelli sono presentati in tessuto tecnico, in popeline, in felpa e nel nuovo seersucker che, grazie all'intreccio dei due diversi fili, dona freschezza al tessuto.

Blauer Usa sviluppa quattro temi principali per la prossima estate. Il primo è l'urban fashion che, oltre ai capispalla e ai



GUARDIANI



HERNO



BLAUER

Bpd presenta una microcollezione di capispalla accesa da colori fluo e tessuti ultraleggeri dalle qualità traspiranti, impermeabili e antipiega. Da **Aeronautica Militare** non mancano i capi icona come le giacche aviator in pelle, le classiche polo in jersey o piqué dall'aspetto vissuto.

Gallo dedica la sua nuova collezione di calze alle Olimpiadi di Rio 2016: PappaGallo è una Limited Edition in morbido cotone dal mood esotico.



BPD



AERONAUTICA MILITARE



32

FEDON



GALLO

piumini ultra leggeri, offre camicie e pantaloni dalle diverse vestibilità e tinte. I materiali utilizzati variano dal touch cotton al micro rib color con stampe interne in lamina silver. Tra le stampe, accanto al camouflage, troviamo le stampe bandana mentre la pelle è proposta accoppiata, intrecciata e ricamata. Il secondo tema, denominato Police/Military, richiama il DNA del marchio: tutti capispalla si ispirano all'archivio del corpo militare e poliziesco (bomber, field jacket e trench). I materiali impiegati variano dal supplex light, al nylon superlight, all'ovatta thermorei, al gabardine di cotone. La palette di colori esplora tutte le dimensioni del rigore passando dai blu più basilari fino al kaki e ai verdi militari. Beach life guard è il terzo tema e si ispira al mondo dei bagnini di Baywatch. Molti infatti i modelli di boxer da spiaggia, sia per l'uomo che per la donna, mentre i capispalla sono bomber e giubbotti in nylon dai colori fluo. Il quarto e ultimo tema è il recycled: Blauer dà nuova vita a vecchi cartelloni pubblicitari o componenti di automobili rottamate per una linea di zaini e borse di varie dimensioni. Infine, la linea di Blauer H.T., specializzata nello sport leisure, si compone di circa 20 modelli capispalla. Must della collezione la giacca Softshell 3 layer, disponibile nella versione bicolore o con stampa camouflage in neoprene.

Bpd Be Proud of this Dress, brand caratterizzato dalla trapunta a rombo, presenta una microcollezione di capispalla accesa da colori fluo (yellow-pink-green-orange-royal) e composta da tessuti ultraleggeri dalle qualità traspiranti, impermeabili e antipiega cui nylon lucido e mat ed il three layers. Anche questa stagione i capi BPD attuano un connubio di stile e praticità grazie alla tasca in cui è possibile ripiegarli per avere quel tocco sbarazzino in più sempre a portata di mano.

Per la prossima SS2017 **Aeronautica Militare** fonde e unisce l'anima sportswear di questo brand e i valori che esso incarna rendendo omaggio al mondo del volo e ai reparti operativi dell'Aeronautica Militare Italiana, in particolar modo alla 46^a Aereo Brigata e al 51° Stormo. Si tratta di una collezione essenzialmente improntata sullo sportswear ma non mancano i capi icona del marchio come le giacche aviator in pelle, le classiche polo in jersey o piqué dall'aspetto vissuto e le felpe, rigorosamente elasticizzate. I colori dominanti sono gli stessi dell'abbigliamento militare (il bianco, il blu e il verde nelle sue sfumature fango e salvia) ravvivati da pennellate d'azzurro, rosso e giallo.

Fedon presenta al Pitti, Ninja, mirata ad affrontare la giungla urbana. Materiali resistenti, impermeabili ed antigraffio (da sempre alla base della filosofia del marchio) compongono la struttura del pratico e capiente zaino, dell'essenziale borsa file nei modelli File 2 e File Doc e del monospalla, accessorio ideale per le prestazioni che richiedono una maggiore libertà nei movimenti. Quest'ultimo disponibile nei colori nero, verde scuro, blu, giallo e arancio.

Gallo dedica la sua nuova collezione di coloratissime calze alle Olimpiadi di Rio 2016. È infatti al paese ospitante che si ispira PappaGallo, una Limited Edition in morbido cotone dal mood esotico, esaltata da vivaci e variopinti pappagalli Ara, tipici del Brasile. PappaGallo è "See Now, Buy Now", e sarà acquistabile in tutti i punti vendita Gallo a partire dal 1 luglio 2016. ■



LIU·JO
UOMO

liujouomo.it



#denimyourchallenge



DE RIGO

Occhiali “sartoriali” per tutti i clienti del mondo

Parla il marketing director dell'azienda veneta che controlla i marchi Police, Sting, Lozza e il neonato brand Lozza Sartoriale: un progetto made in Italy che unisce tradizione e innovazione ora esportato in tutta Europa.

DI SERGIO GOVERNALE

Realizzare occhiali su misura partendo dalla creatività e dalle esigenze dei clienti di tutto il mondo. È l'obiettivo di De Rigo, azienda bellunese proprietaria dei marchi Police, Sting e Lozza, terzo produttore al mondo nella gamma medio-alta e già quotata a Wall Street. A rivelarlo è Barbara De Rigo, marketing director house brands e figlia del patron Ennio, attuale presidente della società veneta. “Stiamo esportando in Europa l'esclusivo progetto taylor-made di Lozza Sartoriale lanciato in Italia due anni fa – spiega l'imprenditrice –. È un piano ambizioso per una società di dimensioni medio-grandi come la nostra, ma vogliamo offrire ai clienti prodotti estremamente personalizzabili in termini di forma e colore, anche con astucci ad hoc. Sono loro a creare quello che vogliono su tablet e Pc. Noi poi consegniamo loro gli occhiali in dieci giorni tramite l'ottico di fiducia”. I prodotti del gruppo sono distribuiti in oltre 80 Paesi attraverso 15 società e oltre cento distributori indipendenti. Oltre ai propri marchi Lozza, Police e Sting, De Rigo vanta un ampio portafoglio di licenze, tra cui Blumarine, Carolina Herrera, Chopard, Dunhill, Escada, Furla, Lanvin, Loewe, Nina Ricci, Tous, Trussardi, Victor Hugo e Zadig & Voltaire.

Partiamo dalla storia della vostra azienda: quando prende vita De Rigo?

Nella società lavorano ancora i miei genitori: mio padre e mia madre Emiliana, che ricopre l'incarico di vice presidente. L'azienda nasce nel 1978. I fondatori sono mio padre e mio zio Walter. Arrivavano da tutt'altro settore, quello immobiliare. Avevano assistito al boom immobiliare di Cortina d'Ampezzo e avevano un'impresa edile. Sono partiti da lì. Poi sono entrati, a livello di piccola partecipazione finanziaria,

in una piccola occhialeria del Cadore, iniziando anche a lavorarvi in prima persona, che produceva per conto terzi, in particolare per aziende tedesche, statunitensi e italiane e per i rispettivi brand.



Barbara De Rigo



Police



Lozza

“ *Due anni fa abbiamo lanciato Lozza Sartoriale: un metodo tradizionale di lavorazione su misura che utilizza sistemi innovativi. Il cliente crea a livello virtuale, su tablet e Pc, i suoi occhiali per avere la visione finale del prodotto in termini di colore e forma.* ”

Qual è stato il passo successivo?

Più che un passo, direi una vera e propria svolta quando hanno lanciato il brand Police. I primi modelli riprendevano gli occhiali della polizia americana. All'epoca, parlo degli anni Ottanta, era molto in voga la serie di telefilm Chips. Lo spunto è nato da lì. Sono nati i modelli Police 1, Police 2 e Police 3. Hanno avuto così tanto successo che sono nati poi i modelli Police 1000, Police 2000 e Police 3000. Tre anni fa il marchio ha compiuto i suoi primi trent'anni. Una storia di successo. Siamo cresciuti molto dagli inizi. Subito dopo, due anni dopo per la precisione, fu lanciato il brand Sting per una fascia di con-

sumatori giovani, sportivi e modaioli. Così, mentre le altre aziende compravano e tuttora comprano i brand, noi li abbiamo creati da soli e ne siamo orgogliosissimi.

Tutto questo è tipico delle grandi eccellenze del made in Italy, aziende familiari con tanta voglia di crescere anche all'estero, che il mondo intero ci invidia...

Sì, siamo una tipica azienda familiare con un'elevata propensione all'internazionalizzazione. Con l'acquisizione del marchio Lozza, il marchio di occhiali più antico d'Italia, abbiamo poi chiuso il portafoglio degli house brands. Oggi copriamo tutta la gamma di consumatori: da quelli hard rock a quelli più tradizionalisti, ovvero il target dai gusti più maturi e classici. Non dimentichiamo inoltre che Lozza aveva la licenza per la produzione degli occhiali Fendi, primo brand del fashion a scegliere un licenziatario. La nostra forza è stata sempre quella di seguire strade diverse. Questo ci ha permesso di crescere molto rapidamente.

Faccia un esempio di strada diversa.

All'inizio per noi lavoravano appena venti persone. Dopo poco più di dieci anni dall'inizio della produzione di occhiali con i nostri marchi, e arriviamo al 1995, abbiamo deciso di quotarci nel tempio della finanza mondiale: Wall Street. Non abbiamo quindi solo rafforzato il portafoglio marchi, ma con la Borsa abbiamo intrapreso anche la strada del retail. L'iniezione di capitale ci ha permesso di fare altro shopping. Nel 1998 abbiamo rilevato la storica e prestigiosa azienda inglese Dollond & Aitchison, la più antica catena di ottica del mondo, leader in Inghilterra con 400 negozi, che ha fornito gli occhiali per esempio a Charles Dickens e alla casa reale inglese. Questa azienda è stata poi fusa in Boots Opticians, di cui oggi noi abbiamo il 42%.

A chi fa capo il restante 58% di Boots?

A due italiani poco conosciuti in patria ma molto all'estero: Stefano Pessina e Ornella Barra. Dalla fusione è nata la seconda catena di occhialerie più grande del Regno Unito dopo Specs Savers. Ha oltre 600 negozi, in cui noi abbiamo portato la nostra qualità. Siamo presenti anche in Spagna, dove nel 2000 abbiamo acquisito General Optica, la prima catena del mercato che conta 250 negozi, di cui 200 di proprietà e i restanti cinquanta in franchising. E abbiamo venti negozi in Portogallo con il marchio Mais Optica. In Turchia abbiamo creato da zero Opmar Optik, che ha circa 75 negozi e oggi è il secondo retailer dell'ottica. Abbiamo nel complesso circa 15 filiali nel mondo. In Europa siamo praticamente dappertutto. Siamo poi presenti in Brasile e nel Far East: Hong Kong, Cina, Giappone e in Corea del Sud tramite una joint venture. Siamo infine negli Stati Uniti e siamo arrivati a Dubai alla fine del 2015. Serviamo tra gli 80 e i 90 Paesi anche attraverso un capillare network di distributori. E sul fronte di possibili, ulteriori acquisizioni ci sono sempre pensieri e lavori in corso, anche dopo quella di Rem Eyewear di



www.manilagrace.it

Manila Grace

Save The Date 23 Luglio 2016

#TWO4YOU - Il party esclusivo di Manila Grace presso boutique LA CAPRESE PIU' C.so Vittorio Colonna Ischia

“

Nel 2015 abbiamo fatturato 403 milioni di euro con un utile operativo di 16 milioni di euro.

Il nostro budget prevede una crescita del 5%, ma stiamo mettendo in atto diversi progetti per andare al di là di questa percentuale.



La sede dell'azienda

Los Angeles, tra le principali aziende di distribuzione di occhiali nel mercato americano. Il suo nuovo nome è De Rigo Rem e porta in dote al nostro gruppo prestigiosi brand a stelle e strisce, quali Converse, John Varvatos, Lucky Brand, Jones New York e Jonathan Adler.

Qual è l'utile di De Rigo, quanto fattura e quali sono le previsioni?

Nel 2015 abbiamo fatturato 403 milioni di euro con un utile operativo di 16 milioni di euro. Il nostro budget prevede una crescita del 5%, ma stiamo mettendo in atto diversi progetti per andare al di là di questa percentuale.

Passiamo ai prodotti: quali sono le novità?

Sono diverse. Vorrei dire prima una cosa: siamo molto orgogliosi della cura, della qualità e dell'amore che mettiamo nelle nostre produzioni. È un qualcosa che fa la differenza, malgrado l'elevata quantità prodotta. Realizziamo infatti duemila prototipi all'anno e ne selezioniamo la metà per creare nuovi modelli: mille all'anno su un portafoglio di quindici marchi. Oltre a questo realizziamo anche collezioni customizzate a seconda dei mercati. Soprattutto nel Far East creiamo collezioni ad hoc, che rispettano i crismi delle collezioni originarie, ma hanno una calzata e dimensioni diverse. A livello strategico e di marketing abbiamo lavorato su un posizionamento medio ma con un buon rapporto tra qualità e prezzo. Il marchio Sting è molto "in" e giovane. È dedicato a chi ha dai 20 ai 30 anni. Per Police abbiamo lavorato con grandissimi personaggi, volti noti apprezzati dai consumatori: Bruce Willis, Antonio Banderas, George Clooney, David Beckham e Neymar Jr. Lozza è invece un marchio più alto di gamma, un prodotto più ricercato anche a livello di prezzo. Due anni fa abbiamo lanciato Lozza Sartoriale, una collezione dove ognuno si può fare l'occhiale su misura.

In cosa consiste?

È un metodo tradizionale di lavorazione su misura, sartoriale appunto, che utilizza sistemi innovativi. Il cliente crea a livello virtuale, su tablet e Pc, i suoi occhiali per avere la visione finale del prodotto in termini di colore e forma. Con un cofanetto con varie misure si può avere l'idea di come può essere "cucito" ad hoc il prodotto. È un progetto laborioso, che comporta una filiera produttiva ad hoc con un'isola sartoriale. Gli occhiali vengono ordinati in negozio e noi li realizziamo e consegniamo in dieci giorni all'ottico persino con il nome desiderato all'interno dell'asta o con slogan tipo 'Forza Napoli' o 'Forza Juve', con astucci diversi e personalizzabili. È un metodo insolito di lavorazione per un'azienda di dimensioni medio-grandi come la nostra. Il progetto è impegnativo, perché comporta un'estrema flessibilità organizzativa, ma ci sta dando delle belle soddisfazioni. Lo stiamo iniziando a utilizzare anche all'estero: in Spagna, Germania, Francia e Grecia. Magari un giorno lo esporteremo anche in altre parti del mondo. È pensato non per il web, ma per la relazione con il nostro primo cliente, che è l'ottico.

Altre novità?

Con Police stiamo sfruttando la brand extension: orologi, gioielli, prodotti di piccola e grande pelletteria – come portafogli e borse – e infine profumi con packaging particolari, dalla classica bottiglia con forma gotica a quella a forma di teschio, che diventano accessori d'arredo oltre a fornire fragranze particolari. ■



Lanvin



Furla



Blumarine

TAGLIATORE





Ospedale degli Incurabili

*L'arte di guarire
attraverso la bellezza*

L' Ospedale degli Incurabili è l'emblema del fervore scientifico, artistico e religioso che scosse Napoli

agli inizi del '500. In esso si specchiano cinquecento anni di storia, e testimonia il grande impegno civile e la straordinaria dedizione del popolo partenopeo per il progresso scientifico e la carità. Pensate che questo colosso dell'assistenza sanitaria è stato tra i primi ospedali "moderni" al mondo, e vanta nell'albo d'oro dei suoi primi Domenico Cirillo, Domenico Cotugno e Giuseppe Moscati, il cosiddetto "medico dei poveri". Le origini della struttura risalgono ai tempi del vicereame spagnolo, quando gli Incurabili divennero il primo Ospedale del Regno. Fu Maria Laurenzia Longo, una nobildonna spagnola vittima di una paralisi che le impediva di camminare, a fondare gli Incurabili nel 1522. Si racconta che la donna, nell'atto di pregare la Madonna di Loreto, affermò che se fosse guarita avrebbe dedicato la sua vita agli infermi. Dopo poco Maria guarì miracolosamente e iniziò a fare volontariato ma non contenta dei servizi offerti dai diversi ospedali napoletani decise di fondarne uno nuovo sulla collina di Caponapoli, e sotto consiglio del sacerdote Gaetano da Thiene si accrebbe l'ospedale di Santa Maria del Popolo degli Incurabili. Colei che potremmo definire la pioniera della sanità partenopea si impegnò anche nell'edificazione di un monastero per le donne intenzionate a redimersi ed un convento di clausura. Inoltre, è proprio a lei e alla duchessa di Termoli Maria Ayerba che si deve la fondazione dell'ordine delle Trentatré o delle cappuccinelle. L'impresa partorita dal genio della Longo gettò le basi per un'autentica svolta civile, soprattutto per quanto concerne l'accessibilità ai servizi sanitari per coloro che per condizioni sociali o gravità della malattia erano ritenuti appunto "incurabili".

L'ospedale, il cui complesso originariamente ospitava la chiesa di Santa Maria del Popolo e la chiesa di Santa Maria Succurre Miseris dei Bianchi, era diviso in reparti,



Le origini della struttura risalgono ai tempi del vicereame spagnolo, quando gli Incurabili divennero il primo Ospedale del Regno.

Fu Maria Laurenzia Longo, una nobildonna spagnola vittima di una paralisi che le impediva di camminare, a fondare gli Incurabili nel 1522. Si racconta che la donna, nell'atto di pregare la Madonna di Loreto, affermò che se fosse guarita avrebbe dedicato la sua vita agli infermi.



possedeva una propria biblioteca e pubblicava una rivista scientifica. In quell'ambiente i migliori specialisti del tempo impartivano lezioni a tutti i giovani aspiranti medici ed il tipo d'istruzione che vi si praticava era particolarmente rigido, tanto da porsi come modello ai moderni colleges inglesi. La struttura ha assunto un importante rilievo anche per il patrimonio artistico che si affianca all'antica storia scientifica. Degna di nota è la Spezieria, realizzata da Bartolomeo Vecchione sui disegni di Domenico Antonio Vaccaro e riaperta soltanto nel 2011 grazie all'impegno del chirurgo Gennaro Rispoli, responsabile dei beni storici sanitari e dell'ASL di Napoli e dei volontari del Museo delle Arti Sanitarie che approfondono il loro impegno per recuperare e valorizzare questo curioso percorso fra Arte e Scienza dell'antico ospedale.

La Farmacia Storica costituisce un brillante esempio di barocco napoletano con la sua successione di stanze che rispecchiano lo spirito illuministico del '700. Gli sguardi dei visitatori vengono immediatamente catturati dalla peculiarità dei pavimenti e dei 420 vasi maiolicati decorati con scene bibliche ed allegorie realizzati dai fratelli Massa. D'indiscutibile bellezza è poi la tela del Bardellino che corona il soffitto della seconda sala della farma-

Degna di nota è la Spezieria, realizzata da Bartolomeo Vecchione sui disegni di Domenico Antonio Vaccaro e riaperta soltanto nel 2011 grazie all'impegno del chirurgo Gennaro Rispoli, responsabile dei beni storici sanitari e dell'ASL di Napoli e dei volontari del Museo delle Arti Sanitarie che approfondono il loro impegno per recuperare e valorizzare questo curioso percorso fra Arte e Scienza dell'antico ospedale.





SILVIAN HEACH

SHOP ONLINE
SILVIANHEACH.COM



La Farmacia Storica costituisce un brillante esempio di barocco napoletano con la sua successione di stanze che rispecchiano lo spirito illuministico del '700.

D'indiscutibile bellezza è poi la tela del Bardellino che corona il soffitto della seconda sala della farmacia ed illustra una scena della guerra di Troia in cui il guerriero Macaone, esperto della medicina, soccorre Menelao per curarlo con delle erbe.

cia ed illustra una scena della guerra di Troia in cui il guerriero Macaone, esperto nell'arte della medicina, soccorre Menelao ferito per curarlo con delle erbe. Arte e scienza si fondono e giocano un ruolo da protagoniste anche nel Museo delle Arti Sanitarie, collocato negli ambienti più antichi del complesso degli Incurabili, che ospitavano l'ex-monastero delle Convertite. Qui, quattro sale intitolate ad alcuni dei maggiori esponenti del panorama scientifico del passato ripercorrono la storia della medicina dal Seicento al Novecento attraverso una notevole esposizione di antichi strumenti medici, ferri chirurgici, stampe anatomiche e libri. "Questo percorso tra le corsie e i Chiostri, il Museo e l'antica Spezieria è uno straordinario spaccato dell'arte di guarire dall'Alchimia alla Medicina moderna", ci dice il Dott. Rispoli. "Accanto all'antico ospedale poi ci sono luoghi che con la loro bellezza ed eleganza aiutano a risanarsi. L'ospedale è anche un luogo per riflettere sulle malattie, sulle diversità, sull'handicap e su come le epidemie, in questa antica capitale, hanno segnato la sua storia sociale più autentica (sifilide, peste, colera, etc...). Un luogo, quindi, intrigante per curiosi, per turisti attenti e autentico cibo per la mente di chiunque si interfacci con l'arte di guarire". ■

Il museo delle Arti Sanitarie e di Storia della Medicina è aperto tutti i giorni feriali dal lunedì al sabato dalle ore 9.00 alle 13. Per la Farmacia Storica è prevista la visita accompagnata il sabato mattina e nelle aperture straordinarie nell'ambito del percorso "Arte e Scienza" che consente di ammirare alcuni siti del Complesso monumentale degli Incurabili quali i Chiostri, l'Orto dei Semplici ed il Museo delle Arti Sanitarie. Per il percorso si può prenotare al numero 081.440647 nei giorni e orari sopra indicati oppure inviando una mail a: info@ilfarodippocrate.it. Sia per il solo museo che per l'intero percorso "Arte e Scienza" è richiesto un contributo ai fini esclusivi di conservazione e restauro. Le visite sono curate dai volontari del Museo.



HAMAKI-HO



www.riflessi.it

DESIGNED AND MADE IN ITALY

Isolo Living / Isolo Sofa - Vestibolo Superiore, Reggia di Caserta



DESIGNED AND MADE IN ITALY

Teddy Shingari - Idea Mori - Scatone d'Onore - Reggia di Caserta

RIFLESSI®

www.riflessi.it

store: MILANO piazza Venetia 8 | NAPOLI viale Kennedy 415/418 | REGGIO CALABRIA C.so Garibaldi 545

www.facebook.com/Riflessi.it - info@riflessi.it - Tel (+39) 085 9031054



Luca Abete. Nato ad Avellino, il 2 ottobre 1973. Nel 2005 è diventato inviato della trasmissione Striscia la notizia, dopo aver vinto con il voto dei telespettatori il concorso per la ricerca di nuovi inviati. Dal 2011 incontra gli studenti delle scuole e delle università italiane portando la sua testimonianza di "self made man" e la propria esperienza nel campo della comunicazione.

LUCA ABETE

Un tipo da Striscia

DI ALESSANDRA CARLONI



Il suo tour motivazionale #NonCiFermaNessuno lo sta portando in giro per le principali università italiane con l'obiettivo di stimolare i giovani a costruirsi delle opportunità per il futuro ed inserirli in una community dove attingere e condividere messaggi di fiducia e ottimismo, il tutto con una finalità benefica. A salire in cattedra è Luca Abete, inviato di Striscia la Notizia diventato un simbolo della lotta all'illegalità e uno dei principali rappresentanti di quella fascia di cittadini campani che non si arrende e non si adegua di fronte alle storture del nostro territorio.

"Non ci ferma nessuno", da sempre il suo motto, è diventato un progetto. Di cosa si tratta?

"Non ci ferma nessuno!" era il mio grido di battaglia quando da ragazzino i miei amici ed io ci cacciavamo nei guai. Oggi è un progetto a cui tengo molto, un tour motivazionale rivolto agli studenti delle principali università italiane e delle scuole superiori allo scopo di motivarli a credere che ciascuno può costruirsi un destino positivo. È nato dall'intuizione che i giovani hanno bisogno, più che di nozioni, di sentire una storia vera, credibile, il cui protagonista è una persona che, malgrado le difficoltà e senza avere "santi in paradiso", ce l'ha fatta. Gli studenti mi inondano di messaggi di gratitudine perché in fondo loro fiducia.

Con il suo tour #NonCiFermaNessuno aiuta i giovani a capire cosa vogliono dalla vita. C'è qualcuno che ha aiutato lei?

Devo ringraziare i bambini, loro sono stati le mie cavie, i miei ispiratori, arbitri e giudici. I bambini sono sinceri, impietosi, mi hanno insegnato la cosa più bella: a prendere la vita in maniera serena e leggera ma con decisione. Loro sanno sempre cosa vogliono, non ti danno rispetto solo se porti giacca e cravatta, se sei dottore, abbracciano e stringono la mano a un compagno rom senza pregiudizi. Ho imparato tanto dai bambini che ho incontrato nella mia vita e quando dicevo ai loro genitori "Grazie a voi" ero sincero.

Ci vuole spiegare che cosa intende per "Legge del clown"?

La "Legge del clown" si basa sul seguente principio: se lavori dando tutto te stesso senza aspettarti nulla in cambio, verrai ripagato. Se, viceversa, ti dedichi a qualcosa o a qualcuno aspettando che ne derivi un vantaggio, questo non arriverà mai. Ho lavorato per anni dando tutto me stesso ai bambini, senza chiedere nulla in cambio. Ad un certo punto della mia vita mi sono trovato di fronte ad una necessità:



per diventare inviato di Striscia la Notizia mi servivano i voti della gente. Ebbene, avendo dato sempre tanto, non ho avuto bisogno di una campagna per vincere. Un missionario o una mamma, persone che danno senza chiedere nulla in cambio, loro sapranno cosa intendo per "Legge del clown".

È vero che riceverà il prestigioso titolo di Professore ad honorem dall'Università di Parma?

Sono stato all'Università di Parma due volte con il progetto #NonCiFermaNessuno, la prima il Rettore ha assistito al mio intervento, la seconda mi ha accolto comunicandomi che aveva pensato di conferirmi il titolo di Professore ad honorem perché il nostro incontro era stato per lui illuminante, ed era servito a tagliare i rami secchi, dando maggiore valore ai diritti degli studenti.

Le dispiace che questo riconoscimento sia arrivato da lontano, a lei che è un simbolo della lotta all'illegalità nel territorio campano?

Mi fa sicuramente riflettere. Non è tanto il titolo in sé ad essere importante per me, quanto il messaggio che veicola e cioè che se fai bene il tuo lavoro, se lo fai con passione, prima o poi qualcuno si accorgerà di te ed il lavoro verrà valorizzato.

I suoi servizi per Striscia la Notizia non conoscono crisi, la Campania è il territorio da cui provengono il maggior numero di segnalazioni, è vero?

Sì, è così, ne riceviamo a centinaia da tutto il terri-

torio. Striscia è per me l'approdo professionale più coerente con il mio modo di essere e di intendere le cose. Sono sempre stato un tipo da Striscia, non mi sono mai adeguato alle cose che non vanno, mi sono sempre ribellato. E pensare che all'inizio del mio lavoro non arrivavano segnalazioni, sembrava che in Campania non ci fossero problemi, o meglio, nessuno con la voglia o il coraggio di segnalarli. Poi, piano piano, le segnalazioni sono aumentate e ci siamo resi conto che c'erano molte persone pronte all'azione. E oggi è commovente constatare quanta gente da tutta la regione ogni giorno ci racconta storie, ci invia foto e video, contribuendo alla nostra azione di denuncia.

Prima di diventare l'inviato di Striscia la Notizia era uno studente di architettura e un clown. Cosa ricorda di quella parte della sua vita?

Ero un Luca diverso per alcuni versi, molto simile per altri. Sono sempre stato alla ricerca di qualcosa, mi piaceva mettere alla prova le mie attitudini, sperimentarmi. Quando studiavo architettura facevo delle sculture, delle opere particolari con il ferro. Per pagarmi gli studi facevo l'animatore, ma non quello turistico che rimorchia nei villaggi! Lavoravo nei ricevimenti di matrimonio, ha presente i sequestri di persona? Ecco, io ero in una stanza a parte, con un menù a parte, si iniziava alle dodici e si finiva a mezzanotte.

Che rapporto ha con i "Social"?

Con i Social ho un rapporto ottimo, ne faccio un uso quotidiano, soprattutto professionale. Mi aiuta tantissimo ad avere dei feedback che la televisione non può darti. Facebook e Twitter sono una cartina al tornasole per capire la gente cosa vuole o non vuole, per valutare il tuo lavoro, per correggere il tiro. Nel mio caso, inoltre, il web è una fucina inesauribile di segnalazioni che provengono da ogni angolo del territorio campano. È un po' come avere occhi ovunque.

Il suo lavoro come inviato di Striscia la Notizia la espone a continue minacce che spesso sfociano in vere e proprie aggressioni fisiche. Ci racconti qualche episodio in particolare.

Finisco in ospedale un paio di volte all'anno, a volte



“Non ci ferma nessuno!”
era il mio grido di
battaglia quando da
ragazzino i miei amici ed io ci
cacciavamo nei guai. Oggi è un
progetto a cui tengo molto, un tour
motivazionale rivolto agli studenti delle
principali università italiane e delle
scuole superiori allo scopo di
motivarli a credere che ciascuno
può costruirsi un destino positivo.

”





ALBANO

NAPOLI - Piazza Santa Caterina a Chiaia 12 - Via Luca Giordano 78

albano.it

“Finisco in ospedale un paio di volte all'anno, a volte insieme agli operatori che lavorano per me. Non è stato facile procurarmi uno staff perché in pochi vogliono assumersi i rischi dei nostri “blitz”. L'anno scorso siamo stati aggrediti e picchiati nell'ambito dell'inchiesta sugli scuolabus irregolari.”



insieme agli operatori che lavorano per me. Non è stato facile procurarmi uno staff perché in pochi vogliono assumersi i rischi dei nostri “blitz”. L'anno scorso siamo stati aggrediti e picchiati nell'ambito dell'inchiesta sugli scuolabus irregolari o manomessi per trasportare il triplo del numero di passeggeri consentito, in condizioni di sicurezza del tutto inadeguate. Ho trascorso il Natale in ospedale per una lesione al menisco. Nel 2014, dopo essere stato nelle case confiscate ai camorristi casalesi, è comparsa sulla mia pagina di Wikipedia la data di morte, con tanto di causa: omicidio per mano della camorra che riteneva scomodi i miei servizi.

Come vive questo risvolto della medaglia?

Sono un cittadino come tanti che fa un lavoro delicato. Cerco di limitare le conseguenze di ciò e vado avanti circondato da tantissima gente pronta a difendermi, a farmi da scudo. Il coraggio lo attingo dalla mia coscienza e da migliaia di persone che mi vogliono bene.

Quando ha capito che la sua dimensione lavorativa era il mondo dello spettacolo?

Lo ricordo quel giorno, il giorno in cui decisi che volevo fare questo lavoro. Ero stato chiamato per fare il clown in un grande centro commerciale di Roma, era la prima volta che mi allontanavo dalla mia zona, ero esaltato. Passai tutta la mattinata a fare contatto, le persone si fermavano a scherzare con me, gli rubavo la fidanzata, spruzzavo acqua al loro passaggio per farli divertire. Per la pausa pranzo mi tolsi la maschera e non avevo lo stesso magico potere. Notai quindi che avere una maschera ed essere un personaggio abbatte la naturale diffidenza che intercorre tra persone sconosciute. E un mondo in cui tutti si sentono più vicini è la mia dimensione

sociale ideale. In quel momento capii che quello che volevo era entrare in un personaggio per arrivare a quante più persone possibile.

Quello che ha scelto di fare si sposa perfettamente con quello che lei è, questa è una grande una ricchezza, non le sembra?

La mia dimensione lavorativa è più che altro una dimensione esistenziale, non riesco ad immaginare la mia vita senza quello di cui mi occupo. Sono un pazzo che dalla mattina alla sera pensa con passione ed entusiasmo a come farlo al massimo delle sue potenzialità. Voglio precisare che ho sempre gestito nello stesso modo il mio rapporto con il lavoro, anche quando ero un animatore. Non esistono lavori umili ma solo modi umili di fare il proprio lavoro.

Lei è diventato un simbolo della lotta all'illegalità ed è molto impegnato nel sociale, lo era anche prima di diventare un personaggio pubblico?

La mia estrazione è associazionistica, ho sempre alternato gli studi con la passione per l'organizzazione di eventi sociali. Ricordo i mercatini di giocattoli usati, scorribande negli ospedali pediatrici per far sorridere i piccoli malati quando ancora non esisteva questo genere di volontariato. Partecipando a eventi sulla legalità e ad iniziative di solidarietà sento di dare il mio contributo per migliorare la realtà che ci circonda.

Cosa si aspetta dal futuro?

Sono proiettato sul presente, mi piace molto pensare a costruire nell'immediato la mia giornata perfetta. Penso a fare del mio meglio qui ed ora. Vivendo in questo modo, sono riuscito a ritrovarmi tra le mani molto più di quanto sperassi. ■



LIU JO

SERENA ROSSI

Work in progress...

DI ILARIA CARLONI
FOTO DI GIANCARLO AIELLO
MAKE UP & HAIR STYLIST SIMONE RE
ABITI PATRIZIA PEPE
SANDALI ALBANO
LOCATION HOTEL ROMEO

Nessun nome poteva calzarle meglio: Serena. Ed infatti la vulcanica Serena Rossi è una delle donne più entusiaste che abbia conosciuto nel panorama delle attrici italiane. Un caleidoscopio di emozioni, di ricordi, di speranze, di allegria, che fatica a contenere e a tenere per sé. Serena è coinvolgente non solo perché contagia con il suo buon umore e amore per la vita, ma anche perché ama condividere il suo bagaglio di sentimenti positivi. Temperamento, ma soprattutto il risultato di una infanzia felice, vissuta in una famiglia semplice ma piena di amore, in cui la musica - a partire da quella del nonno materno che scriveva canzoni per Mario Merola - era sempre presente. Una famiglia unita e contenta delle piccole cose, che ha saputo trasmettere a Serena, e fissare in maniera indelebile dentro di sé, ricordi di una quotidianità fatta di piccole, ma fondamentali cose: come scampagnate in cui fare a gara a distinguere fiori e frutti, estati dove la scoperta del bungalow assegnato nel villaggio era eccitante. E questo entusiasmo per le piccole cose in Serena è rimasto tutto, ed ancora oggi che il successo ha segnato la sua vita di attrice, lei gode di una passeggiata tra le viuzze di Procida o di uno spaghetto alla bottarga.

Serena Rossi. Nata a Napoli il 31 agosto 1985. Nel 2003 viene scritturata per il ruolo di Carmen Catalano in *Un posto al sole*. Nel 2013 è coprotagonista della pellicola *Song'è Napule* dei Manetti Bros. Presta la voce ad Anna nel film Disney *Frozen - Il regno di ghiaccio*, di cui interpreta anche alcune canzoni della colonna sonora in coppia con Serena Autieri. Nel 2014 partecipa come concorrente alla trasmissione di Rai *I Tale e Quale Show*, vincendo la quarta edizione.





Non me lo aspettavo minimamente. È avvenuto tutto quasi per caso e senza che me ne accorgessi. Ancora non ci credo, anche perché mi sento la stessa di sempre.

Come è passata dalla musica alla recitazione?

Fui reclutata per puro caso per il musical "Scugnizzi" nel 2002, da un agente che era in un locale dove stavo cantando.

Cantava nei locali per lavoro?

Anche questo è stato un caso. Un amico di mio zio che cantava nei locali e ai matrimoni ebbe un problema alle corde vocali, così mio zio sentendomi cantare pensò a me per sostituirlo. La prima serata fu a Monte di Procida ed io cantai solamente a fine festa quando gli ospiti erano andati via perché mi vergognavo. Appena iniziai a cantare tutti i camerieri si accalcarono intorno a me con gli accendini accesi.

La sua è una dote innata oppure ha studiato?

Non ho mai studiato musica. È una dote ereditaria visto che in famiglia tutti cantano bene: mamma faceva la dj in una radio, papà suona la chitarra e canta, i fratelli di mia madre sono diplomati al conservatorio, mio nonno scriveva canzoni napoletane per Merola negli anni '70, ed anche mia sorella Ilaria ha una bella voce. C'è una vena artistica molto spiccata in famiglia ma solamente io ne ho fatta una professione.

Musica o recitazione?

Ho la fortuna di conciliare entrambe le cose perché il fatto di saper cantare è un valore aggiunto nel curriculum e spesso nei film che interpreto mi chiedono di cantare. Poi ho fatto il musical "Rugantino" che mi ha portato in giro per l'Italia e Broadway e New York, ho doppiato il cartone "Frozen" in cui sono la voce di Anna. Il 30 luglio condurrò il Premio Caruso insieme a Bianca Guaccero e alterneremo momenti musicali. Insomma, non smetto mai di cantare.

L'esperienza di "Tale e quale show"...

Unica. Non mi sono mai sentita tanto amata e appagata come in quella trasmissione, non solo dal pubblico ma tutto lo staff. L'ultima puntata, quando ho cantato "I will always love you", che è un addio, mi sono commossa perché per me era rivolta a tutti coloro che avevano fatto parte di quell'esperienza. Per me è stata anche un grande prova superata che mi ha fatto crescere moltissimo l'autostima e la sicurezza in me stessa. Oggi quando ho una prova da affrontare penso sempre che se ce l'ho fatta lì, posso farcela anche stavolta.

Professionalmente è un momento molto ricco. Cosa è in preparazione?

Ho appena finito di girare un film per il cinema dei Manetti Bros, che dopo il successo di "Song' e Napul" hanno riscosso molti consensi. Il cast è lo stesso, con Giampaolo Morelli, Carlo Buccirosso e l'aggiunta di Claudia Gerini. Io sono Fatima, una

“Oggi sono in continua evoluzione. Questa è una fase di grande crescita per me, professionale e personale. Il lavoro va bene e mi sta dando grandi possibilità di esprimermi in ruoli nuovi e diversi, e la vita di coppia si sta evolvendo in una vera e propria famiglia.”





“ *Non sono affatto perfetta. Sono molto ansiosa ed anche io ho le giornate no. Però sono consapevole della fortuna che ho ad avere una vita così bella e serena, per cui sono grata ogni giorno di questo.* ”

giovane infermiera di Scampia. È un film musicale, leggero, in cui si canta, si balla e si spara. È un ruolo del tutto inedito, in cui sono una donna del popolo napoletano con una parrucca afro divertentissima e mi sono sbizzarrita nell'interpretazione senza porre freni. Poi grazie a questo film ho conosciuto il vero dualismo della città di Napoli, girando nelle Vele di Scampia e in ville mozzafiato di Posillipo, di cui non immaginavo l'esistenza. C'è un mondo nascosto a Napoli di una bellezza unica ed introvabile altrove. Sembro una turista cinese perché passo il tempo a fare fotografie.

Poi cosa bolle in pentola?

Ho girato altri due film: una commedia con Luca Argentero, dal titolo “Al posto tuo” con Ambra Angiolini e la regia di Max Croci che esce a fine settembre. Poi un film in una puntata per Raiuno sul pugilato con Adriano Giannini, dal titolo terribile “Il sogno di Rocco”, spero provvisorio perché sembra un film porno (ride ndr). Giannini è un ex pugile che ha dovuto abbandonare il suo sogno per un incidente. Io sono una donna in carriera, una manager di pugilato ed ho lavorato accanto al grande pugile napoletano Patrizio Oliva. La regia è di Marco Pontecorvo e c'è anche Nino Frassica nel cast.

Argentero, Giannini: tutti partner di un certo livello. Li ha baciati?

Entrambi!

E come è stato confessi...

Sono indiscutibilmente due bellissimi partner, lo so, ma fare scene d'amore sul set è molto imbarazzante. Dopo i baci sul set inizio a straparlare per il disagio.

Le capita di subire avances sul set?

Un'attrice è sempre corteggiata sul set, ma io mi pongo immediatamente come amica. Faccio battute, mi prendo in giro, mi svelo nella mia goffaggine subito per far capire che non c'è trippa per gatti.

Lei è fidanzata da tanti anni col suo collega Davide Devenuto. Com'è il vostro rapporto?

Meraviglioso. Da quando sto con Davide non riesco a vedere gli uomini sotto una luce diversa da quella della pura e semplice amicizia. Mi crea imbarazzo l'approccio con altri uomini, mi sembra proprio strano.

Cosa significa fare lo stesso lavoro?

Non è lo stesso lavoro che ci unisce, ma ben altro. Lui





VALENTINO
HANDBAGS

“ *Un'attrice è sempre corteggiata sul set, ma io mi pongo immediatamente come amica. Faccio battute, mi prendo in giro, mi svelo nella mia goffaggine subito per far capire che non c'è trippa per gatti.* ”

mi riporta sempre alla realtà, mi tiene con i piedi per terra, e io gli chiedo sempre dei consigli. Godiamo dei nostri successi. Ci sosteniamo e facciamo il tifo l'uno per l'altro.

Che tipo è Davide?

Un uomo di una profondità incredibile, che però ha saputo direzionale la sua sensibilità in positivo senza essere mai pesante. Davide è concreto, analitico, curioso. Legge, studia, sviscera. È lui che mi ha insegnato a guardarmi dentro, a capire certe dinamiche senza tralasciarle. A dialogare sui problemi.

Lei è sempre così allegra e positiva. che difetti ha nascosti?

Non sono affatto perfetta, né aspiro ad esserlo. Sono molto ansiosa ed anche io ho le giornate no. Però sono consapevole della fortuna che ho ad avere una vita così bella e serena, per cui sono grata ogni giorno di questo.

Merito di un'infanzia felice?

Sicuramente. Vengo da una famiglia semplice, ma ho ricevuto tanto amore e serenità intorno a me. Ricordo l'emozione per le piccole cose: dalle scampagnate con mio nonno, alle vacanze nei villaggi con i miei e mia sorella. Siamo stati una famiglia proprio felice.

Ed oggi com'è lei?

In continua evoluzione. Questa è una fase di grande crescita per me, professionale e personale. Il lavoro va bene e mi sta dando grandi possibilità di esprimermi in ruoli nuovi e diversi, e la vita di coppia si sta evolvendo in una vera e propria famiglia.

Il vostro amore, possiamo svelarlo, è finalmente culminato in un figlio. Aspettate un bel maschietto. Come si sente?

Felice e ansiosa. Non vedo l'ora di vederlo, ancora non mi pare vero. Già so che Davide sarà un padre eccezionale.

Sogna il matrimonio?

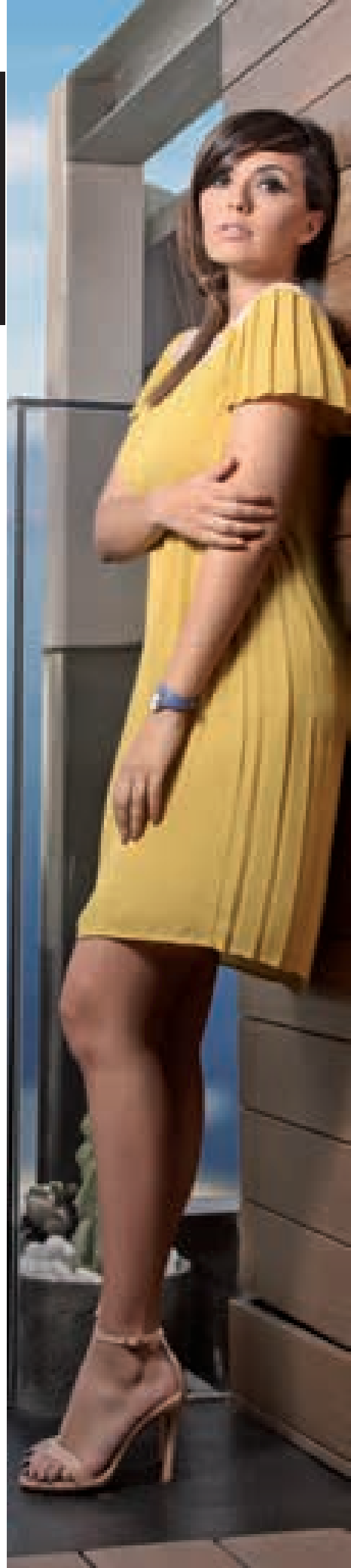
Mi sento già sposata, ma sono certa che un giorno ci sarà il matrimonio perché desidero condividere l'amore che c'è tra me e Davide con le persone care in un giorno di festa.

Pensa sarà facile conciliare il lavoro di attrice con quello di madre?

Pensa che tutto sia possibile con una buona organizzazione. Questo lavoro, poi, è vero che impegna molto, ma ci sono anche lunghi periodi di libertà.

L'indipendenza economica le ha cambiato molto la vita?

Non ho mai lavorato per soldi ma sempre e solo per entusiasmo, e quindi, li ho spesi! Il periodo di "Un posto al sole" è stato quello più proficuo economicamente, ma invece di conservare ho speso in viaggi, ed anche contribuendo un po' a casa perché ero ancora piccola e vivevo con i miei. Io amo condividere e mi piaceva regalare vestiti a mia sorella Ilaria, fare regali ecc. Oggi che mi sto affermando lavorativamente guadagno meno di quel tempo in cui ero emergente. Ma non mi importa, non sono attaccata al denaro.





#Harmont&BlaineBy
SHOP ONLINE AT
www.hbblaine.it



Harmont & Blaine
junior

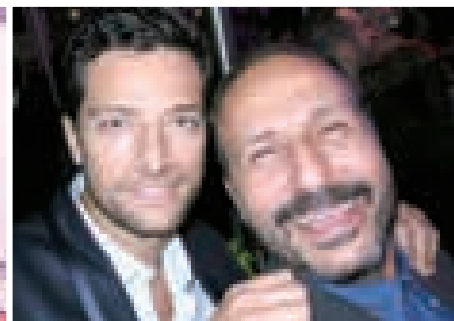


DI LAURA CAICO
FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO,
MARCO ROSSI, ANTONIO ARAGONA

i'M Magazine



Otto candeline





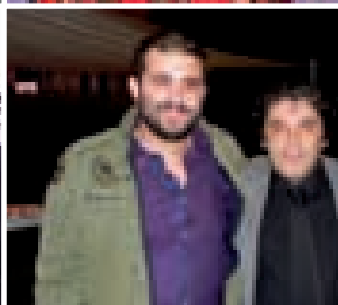
L'appuntamento più glamour della città. L'ottavo anniversario di I'M il bimestrale che l'editore-attore Maurizio Aiello, realizza con la moglie Ilaria Carloni direttrice della rivista, è stato festeggiato - com'è ormai tradizione - con un fantastico party nei giardini di Villa Diamante gestita da Carmine Esposito: il rendez-vous è sempre molto atteso e apre il calendario delle feste all'aperto della bella stagione, favorito anche da un clima sempre clemente. Anche quest'anno, infatti, l'appuntamento più mondano non ha deluso i suoi aficionados, dribblando gli acquazzoni che l'hanno preceduto e seguito, per la felicità del popolo del by night partenopeo: pioggia sì - ma di Vip - è quella che si è riversata nella bella struttura affacciata sul golfo, tra attori, cantanti, giocatori del Napoli, artisti, showman, giornalisti, indossatrici e modelli, bersagliati dai flash di tanti fotografi. Ad accogliere tutti sul red carpet,

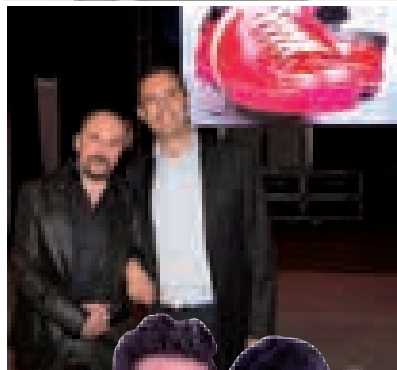


L'appuntamento più glamour della città. L'anniversario di I'M il bimestrale che l'editore-attore Maurizio Aiello, realizza con la moglie Ilaria Carloni, è stato festeggiato con un fantastico party nei giardini di Villa Diamante.



Maurizio Aiello in gessato Attolini e la bella moglie Ilaria in nero chic di Nino Lettieri, arricchito dai gioielli di Sara Lubrano e dal meraviglioso make up di Francesco Beneduce, affiancati dalle modelle brandizzate da Patrizia Pepe e da modelli vestiti Liu Jo Uomo: tra i primi a farsi immortalare con lo sfondo del backdrop su cui comparivano appariscenti gli sponsor Harmond & Blaine, Liu-Jo Luxury, Msc, Baume & Mercier: il sindaco Luigi De Magistris, Annalisa De Paola titolare Adp Eventi con il marito Enzo De Paola già presidente dell'Accademia della Musica di Napoli, lo "sceicco di Napoli" Corrado Ferlino con Roberta Cassol, il fantasista Angelo Fedele in arte Mister Angie, la duchessa Maria Consiglio Visco Marigliano Del Monte, Alessandra Clemente, Antonio Paone di Kiton, Gianluca Isaia dell'omonima sartoria, Lello Carlino Presidente di Yamamay e Carpisa, Ugo Cilento con la moglie Roberta, il maestro Marco Ferrigno, la cantante attrice Anna Capasso, il dentista Alessandro Lucaks, la titolare Kimbo Paola Rubino con Sergio Di Sabato e un gruppetto di sportivi Doc, tra cui i calciatori azzurri Christian Maggio con la moglie Valeria, e Gonzalo Gerardo Higuain, l'addetto stampa Guido Baldari, il vicepresidente Ssc Napoli Edoardo De Laurentis, l'ex cam-



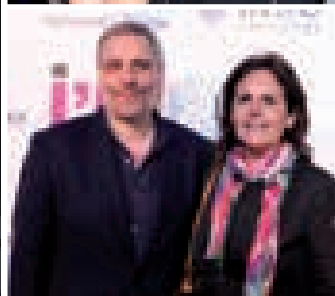


Arriva la mezzanotte e porta con sé il fatidico rito delle candeline di compleanno sulla favolosa torta come di consueto realizzata da Giada Baldari di Sugarqueen.

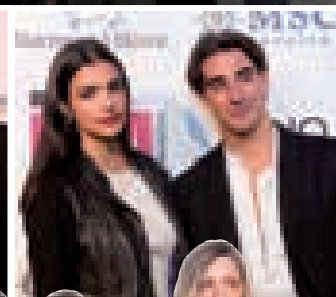
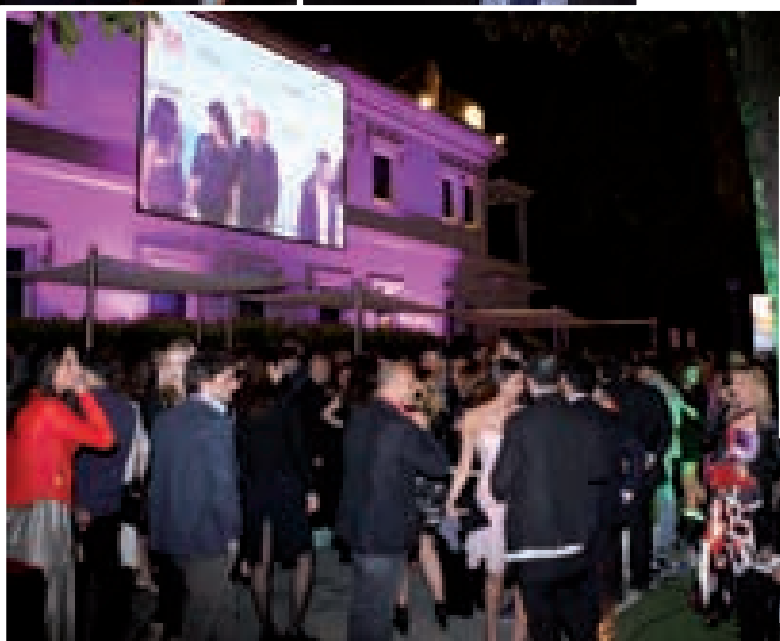


pione di boxe Patrizio Oliva, il nuotatore Massimiliano Rosolino, il pallanuotista cubano Amaury Pérez, subito blindati nel privé, vigilato da una security a prova di tifosi, ed allestito dal bar luminoso Martini sapientemente allestito da Francesco Cappuccio ed il suo staff. Mentre si ammira il nuovo suv della Jaguar esposto della concessionaria Autorally, gli orologi preziosi esposti nelle teche da Mont Blanc, gli ospiti degustano le ultime delizie variopinte del confettificio Maxtris, accompagnate da una varietà di cialde Kimbo, arriva un tris vincente di giovani e affascinanti imprenditori uniti dallo stesso nome, ovvero Massimiliano Campanile titolare di tre saloni Aldo Coppola, Massimiliano Neri titolare del ristojak Kukai di Napoli e Capri, Massimiliano Pepe general manager Magnum: quando inizia l'aperitivo con rustici e bollatine supervisionato dal direttore di sala di Villa Diamante Leopoldo Annunziata ecco giungere tanti rappresentanti della stampa fra cui il mitico Emilio Fede con il direttore del quotidiano Roma Antonio Sasso, Diego Paura, Fabrizio Carloni, Sasà Caiazza, Enzo Agliardi, Alfredo e Walter Mariani, Lorenzo Crea, Cecilia Donadio con Tonino Colangelo, Barbara Di Palma, Anna Paola Merone, Valeria Vale-



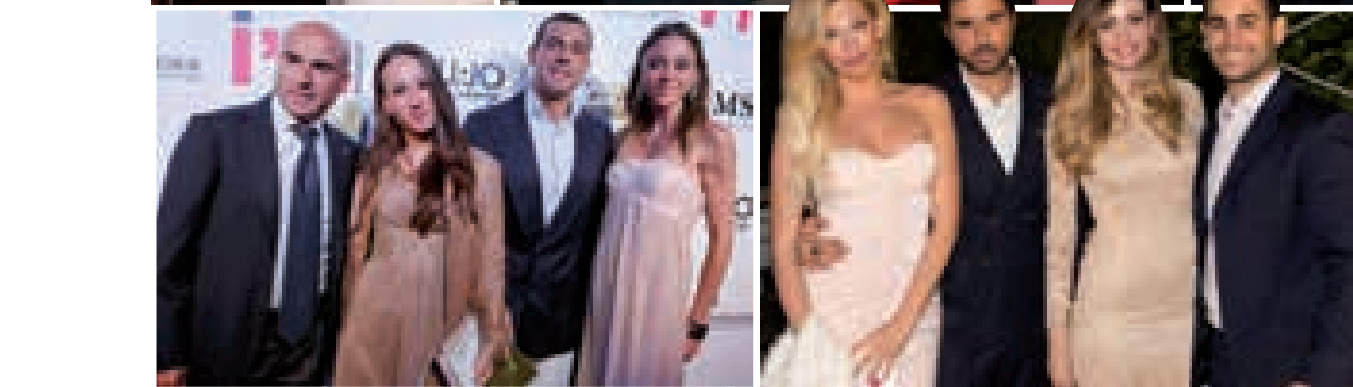
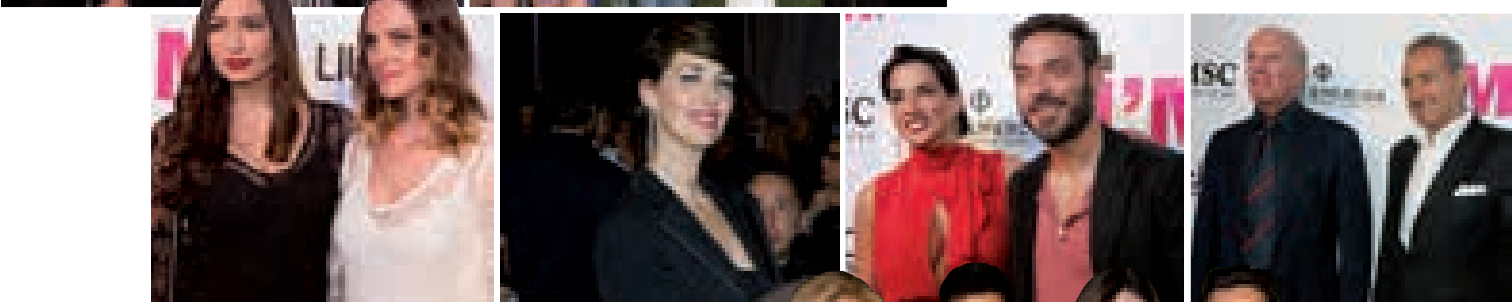


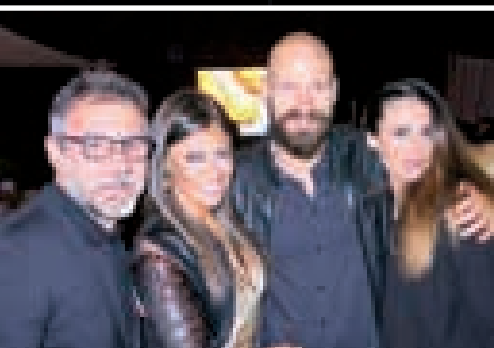
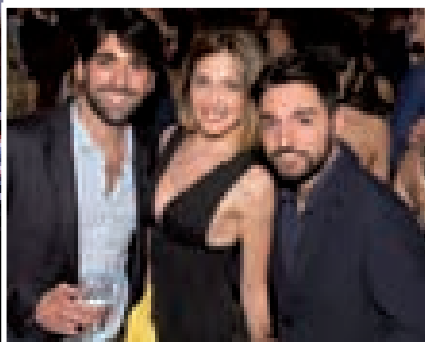
rio, Monica Scozzafava, Massimo Calenda, Sante e Giuseppe Cossentino. Ma ben presto l'attenzione è attirata dal maxi schermo che annuncia l'arrivo di un plotone di colleghi di Aiello, attori e comici come Leopoldo Mastelloni, Massimiliano Gallo, Gianluca Di Genaro, Luca Capuano, Luigi di Fiore, Dalila Pasquariello, Salvatore Misticone, Miriam Condurro, Lucia Cassini, Giacomo Rizzo, Rosaria De Cicco, Patrizio Rispo, Mario Porfito, Alberto Rossi, Ernesto Mathieux, Mimmo Esposito, Maurizio Casagrande, Francesco Paolantoni, Salvatore Misticone, Giovanna Rei, Claudia Ruffo, Ylenia Lazzarin, Simone Schettino, Peppe Iodice, Maria Mazza, Shalana Santana, Emanuele D'avanzo e Alessandra De Angelis. S'intrecciano le conversazioni fra i divani sparsi sul prato, i gazebo più riparati e l'interno di Villa Diamante dove troneggiano la consolle di Checco Tè e la postazione luci di Andrea Pirozzi: malgrado l'aria





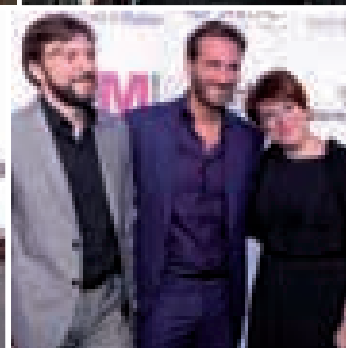
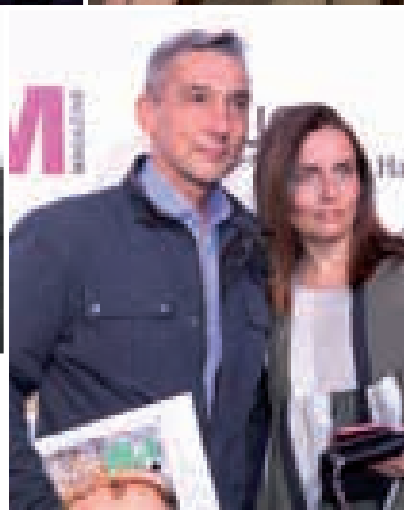
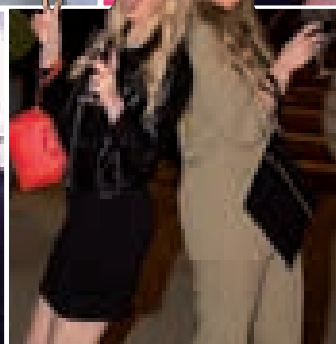
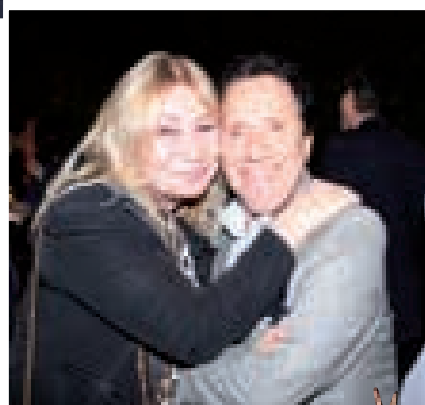
frizzante abbondano scollature vertiginose, trasparenze e spacchi assassini fra le giovanissime ospiti del parterre, incuranti dell'umidità, a caccia di selfie con i personaggi dello spettacolo. In mezzo alla folla ormai incalcolabile di invitati, intravisti lo scrittore Maurizio De Giovanni, Luca Abete, Pasqualina Sanna, il pediatra Alfredo Ponticelli, il proprietario del Quisisana di Capri Adalberto Cuomo, Mariastella Turizio, la dottoressa Lina Carcuro con il cardiologo Antonio Orlando, lo scultore Lello Esposito, Marco Montefusco, Mirko de Falco, la p.r. Roberta Costa con Giuliano Buccino Grimaldi, il gioielliere Gigi De Simone, l'avv. Franco Campana con Titti, il soprano

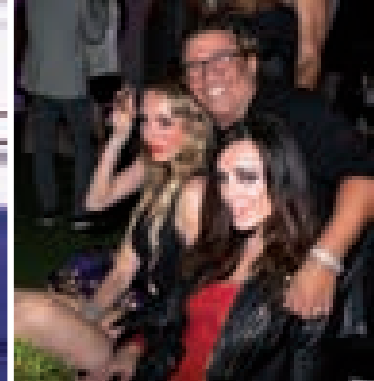




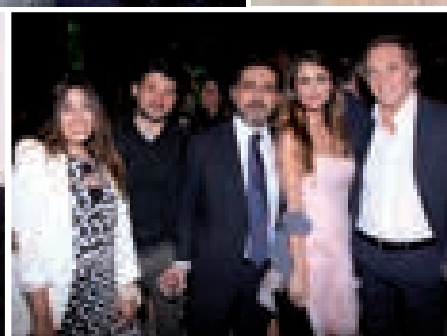
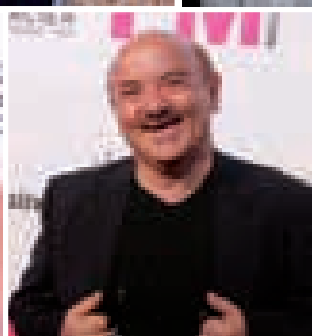
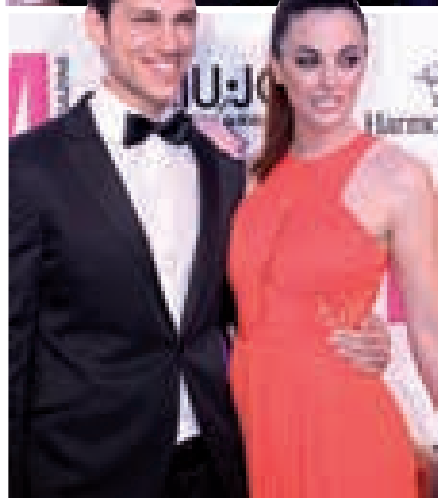
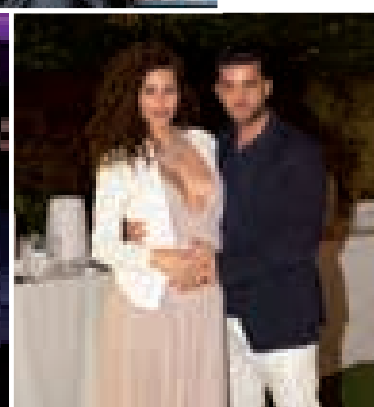
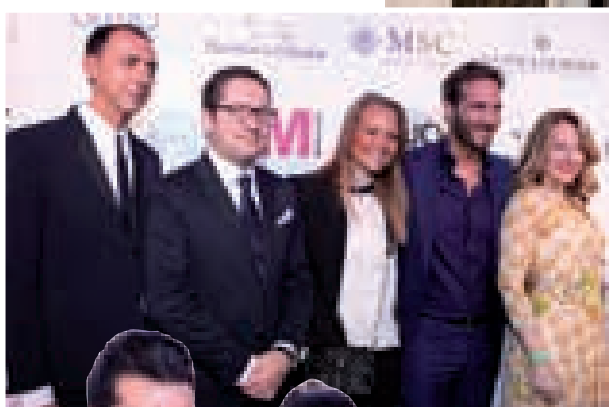
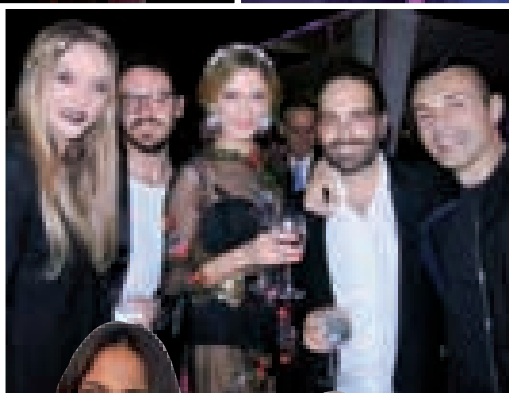
Pioggia di Vip quella che si è riversata nella bella struttura affacciata sul golfo, tra attori, cantanti, giocatori del Napoli, artisti, showman, giornalisti, indossatrici e modelli, bersagliati dai flash di tanti fotografi.

Carmen Giannattasio, il rocker Fabrizio Fierro, il fashion designer Antonio Riva, Antonio Coviello, l'onorevole Luciano Schifone con la figlia Marta, Tonino Fiorito, il titolare di Maxtris Nicola Prisco con la moglie Daniela Garofalo, Floriana D'avino titolare dello omonimo zuccherificio, il titolare Accademia Visagista Alessandro Cerciello, Francesco Sangiovanni. Si apre il buffet ed è una corsa ai primi caldi, che ristorano dalle ore trascorse all'aperto: ovunque si assaggia, si chiacchiera, si commentano i fatti d'attualità, si scherza allegramente, in un'atmosfera di grande relax: intenti a conversare sui divani, i fedelis-





simi sostenitori di I'M, Salvatore De Cristofaro, main sponsor dell'evento con le sue sneakers di lusso limited edition, accompagnato dalla bellissima Imen, Bruno Bilo, Leonardo Massa di Msc Crociere, Giancarlo Fimiani, Salvatore Martino, il chirurgo plastico Ivan La Rusca, Sergio Albano, i gioiellieri Monetti, Massimo Bottiglieri e Marina Nappa, gli imprenditori Armando Saggese di Dorabella, Alessandro Spada, Ciro Sorbino, Alessio Matrone di Optima, i fratelli Giuseppe, Bruno e Mimmo Nardelli, Sergio di sabato e tutto lo staff al completo di Montblanc Italia: l'AD Cristian Rauch, Gianluca Borghi, Chiara Ciaburri e Salvatore Ferrara, Renato Scloza e Carmela Novissimo di Baume & Mercier e Marco e Fabiana



Montefusco responsabili Harmont Blaine bimbo. Tra gli altri amici, il "divino mondano" Mino Cucciniello, Marco Del Gaiso presidente Bluduemila, Vittorio Ianniello store manager Damiani, Tina Passaro, Barbara Pisano, Manfredi Manfredonia, Letizia Monteforte responsabile commerciale Liu-Jo Luxury, Antonio Perrella, Giovanna Scognamiglio, Marco Boccia, il chirurgo plastico Achille Aveta, Isa Paola Mazio, Elena Aceto con il figlio Giovanni D'antonio, che ha offerto dei cadeaux agli ospiti delle sue miracolose creme Miamo, Valeria Della Rocca, Imara e Urraca Gambardella, Daniela Turrà con la figlia Gaia, Dario Giordano. Arriva la mezzanotte ➔



dorabella



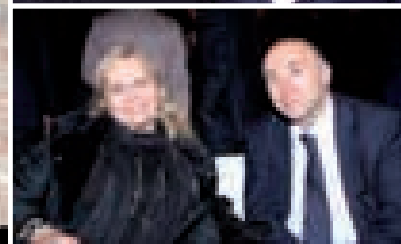
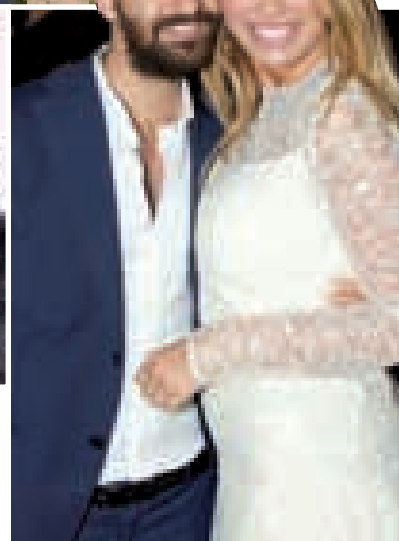
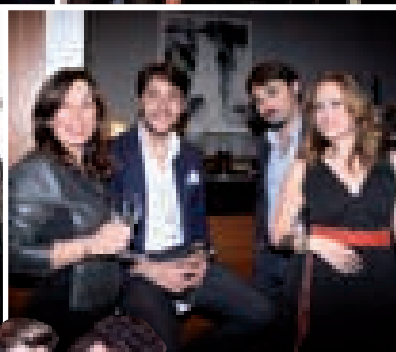
Elisabetta Gregorci

Dorabella

Primavera - Estate 2016

NAPOLI

VIA CHIAIA, 185 - VIA DELL'EPOMEO, 8



e porta con sé il fatidico rito delle candeline di compleanno sulla favolosa torta come di consueto realizzata da Giada Baldari di Sugarqueen, che ormai vanta, oltre al laboratorio pasticceria di Via Carlo Poerio, anche un bistrot in via Chiaia. Stavolta il suo estro ha superato ogni limite dando vita ad una torta al contrario con i personaggi, fedelissimi, di Maurizio e Ilaria. Ad addolcire gli ospiti anche gli ultimi nati in casa Sugarqueen, i cherubini, dei sofisticatissimi dolcetti con ripieno di vaniglia e agrumi. Maurizio e Ilaria spengono con un soffio simultaneo le candeline e tagliano la prima fetta tra gli applausi e i brindisi beneauguranti per gli otto anni di successi. Tra gli intervenuti, anche Marianna Paone e Fabio De Angelis, Francesca Varriale, Alessandra Carloni e Guido Militerni, Luciana Liberti, Donatella Cagnazzo, l'imprenditrice Deborah Russo, Claudia Pedicchio, Aristotele Aebli, Salvatore Martino, Elio Illiano, Fabio Oliva, Francesco Lembo, Antonio Tortora, Ludovica Russo, Loredana Coscia, Mariolina Farina, Angela Brancaccio, Roberto Lino, Ester Gatta, Antonio Trani, Beppe Fiordiliso, Fiorenzo Adamo. ■



SILVIAN HEACH
Kids



CAPRI

*Profumi e panorami dell'isola
più bella del Golfo*



Uno dei luoghi più visitati della Campania è certamente l'isola di Capri. Numerose sono le personalità e i turisti che ogni anno decidono di visitarla e passare qualche giorno nella quiete più totale.

In passato l'isola era la meta preferita dei grandi imperatori dell'impero romano. In epoca moderna la tradizione si ripete. Il suo fascino non solo attrae gente comune, ma anche personaggi come Vladimir Lenin, Pablo Neruda, Onassis, Kennedy e il giovane Mark Zuckerberg.

I ricchi paesaggi e gli incantevoli scorci rendono l'isola per il visitatore una continua scoperta. Giunti al porto di Marina Grande si ha da subito la

sensazione di essere stati proiettati in un'altra epoca. Tutto è perfettamente preservato e stupisce come col passar degli anni, il tempo non ha per nulla modificato l'aspetto e il fascino degli edifici e delle piccole attività commerciali. Un porto che nell'antichità era dedicato alla pesca e che invece ora, vestito da elegante pescatore, ha il delicato compito di accogliere e presentare ai visitatori l'intera isola.

Capri si divide in diverse località turistiche, veri e propri punti di interesse che permettono di poter visitare in diversi momenti del proprio soggiorno ogni angolo dell'isola. I centri focali dell'intera isola sono due, ovvero: Capri e Anacapri.

La piccola cittadina è il centro maggiormente visi-





tato, ricco di alberghi e ristoranti di lusso, boutique delle firme più conosciute e madrepatria dei locali più in voga. La cittadina più grande è meno frequentata e tranquilla, ma sempre di pari bellezza. Offre diverse attrazione culturali come Villa San Michele e l'accesso al Monte Solaro, ovvero il punto più alto dell'isola che grazie a diverse terrazze permette di godere a 360° del panorama che l'isola dispone.

L'intera isola è ricca di sentieri naturali percorribili sia a piedi che in bici; famosi sono quelli che dal centro di Capri permettono di poter visitare i Giardini di Augusto, un mosaico di composizioni floreali dai profumi unici e dalle romantiche terrazze; e lo spettacolo paesaggistico dell'Arco Naturale, una struttura rocciosa a forma di arco formatasi naturalmente nel corso degli anni e raggiungibile esclusivamente per mezzo di itinerari pedestrì. Attraverso gli stessi itinerari è possibile raggiungere anche il porto di Marina piccola, un piccolo porticciolo caratterizzato da numerosi ristoranti e incorniciato da lussuose ville che adornano l'intera cava, visibili attraverso i sentieri che nel saliscendi permettono l'accesso alla piccola baia.

L'isola offre un doppio angolo di visuale al viaggiatore. Un duplice punto di vista che permette di poter godere a pieno delle bellezze che la natura ha da offrire.

L'isola di Capri è uno di quei posti che vale la pena visitare almeno una volta nella vita. Un misto di profumi naturali. Giardini che sanno di limoni, e scorci che sanno di mare. Un piacere per la mente e per i sensi.

Carthusia

I Profumi di Capri



NAPOLI

PIAZZA SAN DOMENICO MAGGIORE 18



La Grotta Azzurra, inizialmente abbandonata dall'imperatore Tiberio, viene riscoperta dall'artista tedesco August Kopisch. La caratteristica principale da cui prende il nome la grotta è il riflesso di una particolare luce blu che sembra provenire dai fondali dando così il colore all'intera grotta attraverso un fenomeno denominato riflessione totale. Questo sistema garantisce uno spettacolo che difficilmente ha eguali nel mondo.

Il profumo del mare è presente ovunque e le continue correnti presenti tra le catene rocciose rilasciano un graduale aroma facendo sì che questo aspetto non passi mai inosservato. Oltre che dalla terraferma è possibile visitare l'isola anche dal mare. Tante sono le escursioni proposte dagli operatori per un tour completo dell'isola in barca. In mare l'angolo di visuale dell'isola è completamente diverso; mentre prima eravamo abituati ad ammirare tutto dall'alto verso il basso, ora la situazione è completamente capovolta. Dal mare è possibile raggiungere itinerari e visitare paesaggi che dalla terraferma sono inaccessibili. Basti pensare allo spettacolo naturale della Grotta Azzurra. Inizialmente abbandonata dall'imperatore Tiberio, essa viene riscoperta dall'artista tedesco August Kopisch; la grotta ha una piccola apertura posta quasi allo stesso livello del mare pertanto è possibile visitarla solo grazie all'aiuto di esperti barcaioli che con piccole imbarcazioni permettono l'ingresso. E' solo al suo interno che inizia il vero spettacolo. La caratteristica principale da cui prende il nome la grotta è il riflesso di una particolare luce blu che sembra

provenire dai fondali dando così il colore all'intera grotta attraverso un fenomeno denominato riflessione totale. Questo sistema garantisce uno spettacolo che difficilmente ha eguali nel mondo.

Dal mare è possibile raggiungere altre grotte minori non visitabili dall'interno, ma pur sempre uno spettacolo naturale anche per il solo piacere di ammirare la loro maestosità.

Quel che il mare ha da offrire in un certo senso non ha limiti. Imperdibili sono i famosi Faraglioni. Tre picchi rocciosi posti uno accanto all'altro non lontani dalla costa e visibili anche dalla terraferma. I Faraglioni sono famosi in tutto il mondo e sono di una bellezza più unica che rara. Film e spot pubblicitari hanno esportato la bellezza dei Faraglioni in tutto il mondo divenendo così il vero e proprio simbolo dell'isola. Ricordiamo tra gli spot più famosi quello di Dolce&Gabbana per il profumo Light Blue.

L'isola di Capri è uno di quei posti che vale la pena visitare almeno una volta nella vita. Un misto di profumi naturali. Giardini che sanno di limoni, e scorci che sanno di mare. Un piacere per la mente e per i sensi. ■

KIMBO. ESPRESSO DA NAPOLI.
DOVE IL CAFFÈ È PASSIONE



KIMBO®
ESPRESSO ITALIANO





Riflessi alla Reggia di Caserta

Il trionfo del made in Italy

DI SERGIO GOVERNALE

Riflessi, azienda abruzzese specializzata nella produzione di complementi d'arredo per la zona living - tavoli, sedute, madie, vetrine ed un'ampia collezione di specchi - sceglie la Reggia di Caserta come location degli scatti fotografici dei nuovi tavoli Shanghai metacrilato e Living piano fumé, oggetto di una nuova campagna pubblicitaria. "Un modo per valorizzare uno dei beni culturali più preziosi in Italia, ignoto a tanta gente, e per portare alla ribalta la ricchezza di un territorio, delle sue memorie storiche e artistiche" spiega Luigi Fammiano, uno dei titolari dell'impresa di Ortona.

Un'eccellenza del made in Italy "sposa" uno dei più bei monumenti del mondo, attirando l'interesse dei clienti internazionali. Riflessi, azienda abruzzese specializzata nella produzione di complementi d'arredo per la zona living - tavoli, sedute, madie, vetrine ed un'ampia collezione di specchi - sceglie la Reggia di Caserta come location degli scatti fotografici dei nuovi tavoli Shanghai metacrilato e Living piano fumé, oggetto di una nuova campagna pubblicitaria. "Un modo per far sognare attraverso la bellezza dei nostri monumenti nazionali, e per portare alla ribalta la ricchezza di un territorio, delle sue memorie storiche e artistiche - spiega Luigi Fammiano, uno dei titolari dell'impresa di Ortona, in provincia di Chieti -. Riflessi intende essere portatore di valori e innestare un circuito virtuoso di positività, energia e dinamismo". Un'energia che arriva in tutto il mondo. La prova? La visita di una delegazione governativa cinese, che ha scelto dieci aziende italiane tra cui proprio Riflessi, da coinvolgere in un mega-evento a Singapore. "Se si riesce ad attrarre l'attenzione da Paesi così lontani vuol dire che l'azienda sta lavorando bene e sta perseguendo con determinazione la sua mission di arredare le case del mondo", osserva l'imprenditore.





Spiccano il tavolo Shanghai, ormai un best seller dell'azienda, proposto nella versione con base in metacrilato e piano trasparente extrachiaro, e il tavolo Living (nella foto) proposto con il piano in vetro fumé e base in grafite. Posto davanti alla finestra monumentale dell'asedra, riprende la stessa idea di dialogo con l'imponenza di un ambiente e di una dimora in cui l'architettura e l'arte italiana si sono espresse magistralmente.

Così tra gli ampi saloni della Reggia di Caserta, aperti per la prima volta a un'azienda, spiccano il tavolo Shanghai, ormai un best seller dell'azienda, proposto nella versione con base in metacrilato e piano trasparente extrachiaro, e il tavolo Living proposto con il piano in vetro fumé e base in grafite. Posto davanti alla finestra monumentale dell'asedra, riprende la stessa idea di dialogo con l'imponenza di un ambiente e di una dimora in cui l'architettura e l'arte italiana si sono espresse magistralmente. Un'altra prova di dinamismo, qualora ce ne fosse bisogno? Il successo al Fuori Salone 2016. Come ogni anno, per quest'occasione Riflessi ha impegnato molti sforzi e risorse per offrire ai propri clienti ed estimatori tante varietà di prodotti che possano rispondere alle esigenze pratiche e di stile di un pubblico sempre più

ampio. Quest'anno l'azienda abruzzese ha superato se stessa nella proposte di un'ampia gamma di prodotti e finiture, unitamente a due innovative collezioni di vetrine, tra cui spicca il nuovissimo tavolo Living allungabile, tanto caro a Famiano. Ma Riflessi è anche impegno sociale costante. "L'azienda ha infatti sempre avuto un'attenzione particolare per il sociale, nel senso di attenzione alle persone ma anche all'ambiente in cui vivono - prosegue l'imprenditore -. Lo dimostrano anche alcune scelte fatte a livello aziendale, come ad esempio la scelta di una produzione totalmente made in Italy con la valorizzazione dei territori e delle specificità dei distretti italiani, compreso quello dove ha sede l'azienda, che si è data come obiettivo di contribuire nel suo piccolo ad alimentare un circolo virtuoso di rinascita del-



EE
CALABRITTO28

L'OROLOGIO CHE VESTE SARTORIALE



ONLINE STORE - WWW.CALABRITTO28.IT

  #calabritto28 #comitrodioronda

Orologeria Calabritto28 prosegue l'antica arte da farci come orologiai 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.

l'economia locale”.

Significativa in questo senso, oltre alla scelta della location della Reggia di Caserta – è un'altra iniziativa: Specchio Riflesso, un evento benefico in favore di Vidas, associazione che dal 1982 offre assistenza socio-sanitaria completa e gratuita ai malati terminali a domicilio e nell'omonima “hospice” casa. Riflessi ha messo a disposizione di 35 artisti gli specchi Farfalle, i cui lavori sono stati battuti all'asta dalla Casa d'Asta Cambi a Milano lo scorso 13 giugno. L'obiettivo è stato quello di raccogliere fondi a sostegno del progetto pediatrico a domicilio – dove è già attiva un'équipe formata ad hoc – e nella Casa Solievo Bimbi di imminente realizzazione. “Attraverso la metafora dello specchio – evidenzia Fammiano – l'iniziativa vuole comunicare come il valore di un singolo gesto di solidarietà diventa ancora più efficace se ha la possibilità di moltiplicarsi nello spazio e nel tempo, proprio come gli specchi moltiplicano all'infinito un'immagine facendola vivere in un altrove ideale. In questo caso, un altrove dove solidarietà e generosità del gesto superano l'agire del singolo individuo. Specchio Riflesso – aggiunge – è molto più di una semplice iniziativa: rappresenta una tappa verso l'ideale di solidarietà a cui l'azienda Riflessi, l'associazione Vidas e la parte più sana dell'Italia tendono costantemente”. Infine, nell'impegno dell'azienda c'è pure uno sguardo in avanti non solo nell'immaginare i trend e gli stili di vita, ma anche nell'esplorare e ricercare talenti con cui condividere la strada. E' il caso del concorso “Smart Living for Smart Life” indetto da Adi Campania presieduta da Salvatore Cozzolino con Riflessi. A maggio si è chiusa la seconda fase del concorso con il conferimento del diploma di merito ex aequo a 15 progettisti selezionati tra tutti quelli che hanno partecipato alla prima fase. Riflessi li ha poi invitati in azienda per sviluppare uno step di lavoro nei prossimi mesi. L'impegno concreto di un'azienda, nel sociale e non solo, si vede anche in questo. ■



Un'energia che arriva in tutto il mondo. La prova? La visita di una delegazione governativa cinese, che ha scelto dieci aziende italiane tra cui proprio Riflessi, da coinvolgere in un mega-evento a Singapore ancora top secret. “Se si riesce ad attrarre l'attenzione da Paesi così lontani vuol dire che l'azienda sta lavorando bene e sta perseguendo con determinazione la sua mission di arredare le case del mondo”, osserva l'imprenditore.



N A R D E L L I

*Biology,
sempre uniti.*



nardelligioielli.it

i'M

MODEL

**A
D
E** *in Naples*

RAFFAELLA MODUGNO

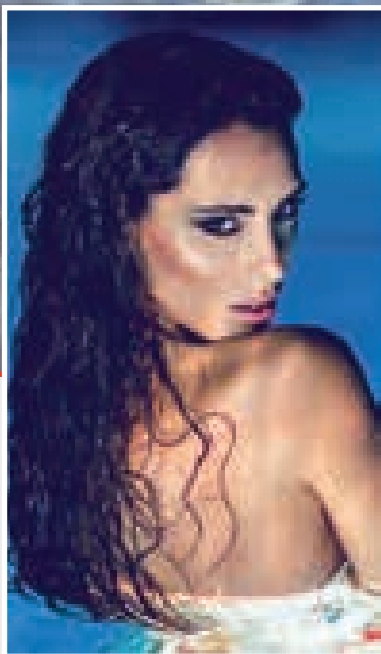


FOTO DI PAOLO PUOPOLO

L'IDENTIKIT

Occhi: **castani**

Capelli: **castani**

Altezza: **182 cm**

Misure: **93 - 65 - 98**





Tutto è iniziato con due partecipazioni a Miss Italia, dove nel 2011 si è aggiudicata la fascia di Miss Curvy Italy. È una delle modelle "curvi" più richieste. Ha posato per la copertina di Maxim e per riviste internazionali come Fhm Spagna, Fhm Singapore e GQ India.

C'È SEMPRE PIÙ SARDEGNA NELLE ROTTE GRIMALDI LINES.

Viaggia low cost sulle
navi migliori del Mediterraneo

SCOPRI LE NOSTRE OFFERTE
SU WWW.GRIMALDI-LINES.COM
O IN AGENZIA DI VIAGGI

NUOVE LINEE
CIVITAVECCHIA > OLBIA
LIVORNO > OLBIA
OLTRE ALLE
CIVITAVECCHIA > PORTO TORRES

Grimaldi Lines ti porta anche in
Spagna, Grecia, Tunisia, Marocco e Sicilia.
www.grimaldi-lines.com


GRIMALDI LINES

È stata protagonista del video del cantante Pitbull, girato alle Bahamas e trasmesso in mondovisione, e della campagna mondiale del profumo lanciato dal cantante "Pitbull fragrance". Ha girato il video clip musicale di dj Hasser a Ginevra ed ha posato per la collezione 2016 di Guess.



Confetti maxtris®



Enzo Miccio



...con te nel giorno
più bello

www.confettimaxtris.it

seguici anche su



MARIKA
gioielli

PREZIOSA LUCE ITALIANA





Francesco Cappuccio

FRANCESCO CAPPUCCIO IL "BAR IN MOVIMENTO"

La società di Cappuccio offre personale qualificato, work-station, superalcolici, soft drink, ghiaccio e tutto quanto si renda necessario per allestire o gestire un cocktail-bar nell'ambito di un evento privato, aziendale o in un locale notturno.

DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO

Francesco Cappuccio è un imprenditore napoletano di 39 anni che rientra nella categoria dei "professionisti al top" soprattutto per essere un self-made man. "Ieri" era un cameriere di sala, oggi la sua società, "Bar in movimento", è leader nel settore del bar catering in Campania e sta ampliando sempre di più il suo bacino d'utenza sul territorio nazionale. La società di Cappuccio offre personale qualificato (bartenders, barback, personale di sala), work-station, superalcolici, soft drink, ghiaccio e tutto quanto si renda necessario per allestire o gestire un cocktail-bar nell'ambito di un evento privato, aziendale o in un locale notturno. "Il cliente non deve fare altro che comunicarci il numero orientativo degli invitati o degli avventori, al resto pensiamo noi", con queste poche e incisive parole l'imprenditore napoletano esprime tutto il pragmatismo, l'esperienza, la prontezza di spirito che lo contraddistinguono, ma anche la sicurezza di chi sa di offrire un servizio di qualità. Tra "ieri" e "oggi", infatti, Francesco Cappuccio è stato il direttore dei noti locali Momah e Chez Moi, situati nel cuore di Chiaia e fiori all'occhiello della movida partenopea, del locale Verve di via Petrarca e da ben 11 anni è direttore del Nabilah beach club. Collabora con le principali multinazionali del settore beverage come Martini & Rossi, Pernod Ricard Italia, Moët Hennessy Italia, di cui è allo stesso tempo cliente e fornitore in quanto cura il beverage dei loro esclusivi eventi. Per citarne alcuni, "Bar in movimento" è stato scelto per la campagna di comunicazione "Isola Bacardi", per il party "Dom Pérignon" alla Mostra d'Oltremare e in occasione dell'America's Cup. A luglio di quest'anno Cappuccio era il bar manager della grande festa data da Dolce & Gabbana per i 30 anni di attività.

Con i tre soci di "Bar in movimento", Vincenzo Cardone, Luigi Pignatelli e Alexander Frezza,



Con i tre soci, Vincenzo Cardone, Luigi Pignatelli e Alexander Frezza, Cappuccio ha realizzato anche altri progetti importanti.

*Uno tra questi è "L'Antiquario", il primo cocktail bar in stile "speakeasy" aperto a Napoli in via Vannella Gaetani. Ha inoltre fondato la **B.I.M.A. Academy**: una scuola di formazione aperta sia a giovani che da poco sono entrati in contatto con il mondo del bartending, sia a bartender già formati che hanno la possibilità di incontrarsi e confrontarsi in una location esclusiva, dotata di work station ben attrezzate e tutor specializzati".*

Cappuccio ha realizzato anche altri progetti importanti. Uno tra questi è "L'Antiquario", il primo cocktail bar in stile "speakeasy" aperto a Napoli in via Vannella Gaetani lo scorso ottobre e già al quinto posto nella classifica dei cocktail bar più "in" del capoluogo campano. Due anni fa, invece, ha fondato una scuola per bartenders, la B.I.M.A. Academy. L'imprenditore napoletano non fa mistero del fatto che l'idea della formazione sia nata dall'esigenza di

reclutare personale qualificato per "Bar in Movimento" e ci spiega di cosa si tratta: "La B.I.M.A. è una scuola di formazione aperta sia a giovani che da poco sono entrati in contatto con il mondo del bartending, sia a bartender già formati che hanno la possibilità di incontrarsi e confrontarsi in una location esclusiva, dotata di work station ben attrezzate e tutor specializzati". La scuola di formazione per bartenders di Francesco Cappuccio offre

anche una programmazione annuale ricca di incontri con aziende di beverage e i loro bar ambassador di fama internazionale, durante i quali gli aspiranti bartenders, gli addetti ai lavori e i cultori del bere possono riunirsi, fare degustazioni e tenersi aggiornati. Cappuccio oltre ad essere un imprenditore di successo è un appassionato di tennis, un grande fan di Roger Federer e un padre innamoratissimo della sua bambina di 4 mesi. ■



#MODA MUSICA

16 LUGLIO GIUSY FERRERI
6 AGOSTO EDOARDO BENNATO

CONCERTI GRATUITI
SHOPPING FINO A MEZZANOTTE*

APERITIVO SOTTO LE STELLE
DAL 17 LUGLIO TUTTI I WEEKEND

SALDI
2 LUGLIO - 28 AGOSTO

mcarthurglen.it/marcianise
Non nel giro di 100 metri

LaReggia
Designer Outlet
Marcianise

Con **MSC** sempre più Cuba negli itinerari dei turisti

MSC Crociere, dopo il primato mondiale su L'Avana raggiunto grazie a MSC Opera che dal 18 dicembre 2015 ha fatto base nella capitale cubana per l'intera stagione invernale, punta a raddoppiare l'offerta per continuare a rispondere a una domanda in costante crescita: il prossimo inverno MSC Armonia si unirà a MSC Opera duplicando il numero di itinerari in partenza dall'isola cubana nel Mar dei Caraibi. Grazie al Programma Rinascimento, le due navi sono state completamente rinnovate per essere preparate ad offrire l'esperienza distintiva di crociera MSC nei Caraibi. Non solo: una volta conclusa la stagione invernale, MSC Opera rimarrà a L'Avana anche per l'estate 2017 e per l'inverno successivo. Con nuovi itinerari sono stati implementati anche i pacchetti Fly&Cruise dall'Italia.

MSC Opera si prepara quindi alla sua seconda stagione a L'Avana, da dove dallo scorso inverno offre crociere settimanali alla volta di Giamaica, Isole Cayman e Messico, con due giorni e mezzo e due notti nella capitale cubana. MSC Armonia alternerà due itinerari culturalmente diversi, della durata di otto giorni e sette notti, che arricchiranno la scelta di destinazioni imperdibili offerte da MSC Crociere in America Centrale e nei Caraibi. Durante la sosta di due giorni e mezzo a L'Avana, gli ospiti di MSC Opera potranno esplorare la meravigliosa città vecchia, luogo dichiarato patrimonio dell'umanità dall'UNESCO, per scoprirne la storia, la cultura e l'architettura. Nessuna visita dell'Havana risulterebbe completa senza una passeggiata sul famoso lungomare Malecón, dove poter godere del rinomato stile di vita rilassato dell'isola. L'isola di Cozumel, nella penisola dello Yucatan messicano, offre lo spettacolo delle antiche rovine Maya a Tulum. I viaggiatori potranno fare snorkeling con le tartarughe di mare e fare il bagno nelle freschissime acque delle grotte, esplorare le antiche grotte maya o crogiolarsi nella bellezza naturale dell'isola, dopo la costa di Quintana Roo. Nella Baia di Montego, costa nord ovest della Giamaica, gli ospiti potranno fare rafting sul



fiume Martha Brae, un tour nella vecchia piantagione della tenuta Good Hope o cercare di comprendere i misteri della grande casa Rose Hall - affascinante testimonianza dell'epoca coloniale ricca di storie e intrighi. A Georgetown, nelle Isole Cayman, gli ospiti potranno fare snorkeling nella città di Stingray, prendere un catamarano verso la barriera corallina o semplicemente rilassarsi sulla bianchissima spiaggia di Seven Mile, sulla costa ovest delle Grand Cayman, nota per le meravigliose acque e le spiagge coralline. ■

MSC Crociere raddoppia per continuare a rispondere a una domanda in costante crescita: il prossimo inverno MSC Armonia si unirà a MSC Opera duplicando il numero di itinerari in partenza per il Mar dei Caraibi. Le due navi sono state rinnovate per offrire l'esperienza distintiva di crociera MSC nei Caraibi.



QUESTO NON È
UN RESORT ESCLUSIVO QUALSIASI,
DOVE TRASCORRERE
UN INVERNO QUALSIASI.

PERCHÉ QUESTA
NON È UNA CROCIERA QUALSIASI.



Immergiti nel paradiso di Sir Bani Yas Island,
un Eden di pace e naturalezza fuori dai percorsi abituali.
Per tutti i dettagli chiedi alla tua agenzia viaggi,
visita il nostro sito o chiama 848 242490*



MSC
CROCIERE

NON È UNA CROCIERA QUALSIASI

MSCCROCIERE.IT



*Numero a costo specificato. Per i dettagli dei costi della crociera visita il sito MSCCROCIERE.IT

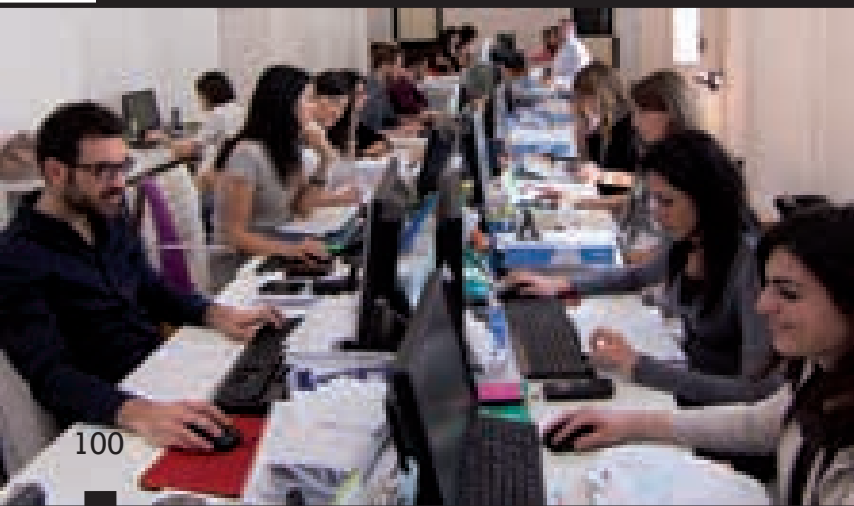


Alessio Matrone e Danilo Caruso

Il miracolo imprenditoriale di

OPTIMA

Optima Italia, è una multiutility italiana attiva nei mercati dell'energia e delle telecomunicazioni che grazie alla dedizione e alla caparbia di due imprenditori napoletani si è guadagnata l'appellativo di "Google del Meridione".



Due giovani ragazzi napoletani, molte idee e tanta voglia di innovazione. Sono questi gli ingredienti che hanno dato vita al miracolo imprenditoriale Optima Italia, multiutility italiana attiva nei mercati dell'energia e delle telecomunicazioni che grazie alla dedizione e alla caparbia di due imprenditori napoletani si è guadagnata l'appellativo di "Google del Meridione". Mica una cosa da poco. Alessio Matrone e Danilo Caruso sono gli artefici di questo sogno diventato realtà, realizzando qualcosa di incredibile in un territorio non semplice legato soprattutto alla disoccupazione e all'impossibilità di creare impresa. È proprio sul territorio che Optima seleziona i giovani talenti da inserire nel suo team per evitare che vadano a cercare miglior fortuna altrove. Oggi conta più di 300 dipendenti nella sede centrale di Napoli ai quali si affiancano oltre 400 consulenti distribuiti in maniera capillare su tutto il territorio nazionale. Optima dimostra inoltre ogni giorno che si può fare impresa anche a Napoli, crescendo in maniera costante da 16 anni e realizzando solo nel 2015 un fatturato di circa 170 milioni di euro con obiettivi a breve termine che vanno oltre le più rosee aspettative. Ma qual è il segreto di questo successo? Sicuramente la bravura e le grandi doti imprenditoriali dei due fondatori che sin dall'inizio di quest'avventura hanno saputo comprendere a fondo le esigenze di un mercato sempre più caratterizzato da una enorme confusione tra tariffe e promozioni che illudono i consumatori. Proprio da queste riflessioni nasce Optima Vita-Mia, l'offerta rivoluzionaria che permette una gestione integrata di tutte le utenze di casa e ufficio: Telefono, Internet, Elettricità e Gas in un'unica bolletta e a un canone fisso personalizzato sulle abitudini di consumo di ciascun cliente. Un'offerta su misura, simile a un abito cucito addosso a ciascun cliente per garantire massima trasparenza ed evitare sprechi. Un modello vincente che vuole essere esportato anche all'estero, come testimoniato dall'acquisizione da parte del Fondo Alpha, un colosso con circa 1,5 miliardi di asset in portafoglio, del 20% del capitale sociale. Ma Optima è anche altro. Investimenti sui giovani studenti e su tutto ciò che premia il talento: cinema, teatro, arte, musica e OM – OptiMagazine, il magazine online che conta 3 milioni di visitatori unici in continua crescita. Un mondo di idee e un laboratorio in continua evoluzione dove poter raccontare storie di successo e dare spazio alla creatività. Questo è il futuro, questa è Optima. ■

optima
vita semplificata

**1 TELEFONO
INTERNET
ELETTRICITÀ
GAS**

**SCEGLI SUBITO
IL TUTTO-IN-UNO
CHE SEMPLIFICA
LA VITA**

Optima presenta
VitaMia, la prima
rivoluzionaria
offerta integrata
con tutti i servizi
di casa e ufficio in
un'unica bolletta
e a un canone
fisso mensile su
misura.

★
★
E in più **Conto
Relax**, il conto
gratuito che azzerà
gli sprechi.

optimaitalia.com



**CON LA NOSTRA
BOLLETTA UNICA
È TUTTO PIÙ
SEMPLICE!**

**PRONTI
A CAMBIARE
PIANETA CON
OPTIMA?**



Nomination alle Maschere del Teatro Italiano



Si è svolta al Teatro Mercadante la seduta della giuria di esperti delle nomination al Premio Le Maschere del Teatro Italiano 2016, il riconoscimento teatrale patrocinato dall'Agis nato nel 2002, promosso per il secondo anno consecutivo dal Teatro Stabile di Napoli. La giuria presieduta da Gianni Letta ha selezionato tra le varie categorie, per quella "Miglior attore protagonista", due attori napoletani, Massimiliano Gallo (*nella foto a sinistra*) per il film "La signorina Giulia" e Mariano Rigillo (*nella foto a destra*) per "Lear. La storia", insieme a Paolo Pierobon per "La morte di Danton". Le terne selezionate nella seduta del 6 giugno passeranno ora al vaglio di una più ampia giuria composta da oltre 800 tra artisti e addetti ai lavori chiamati a votare a scrutinio segreto i nomi e i titoli vincitori del premio Le Maschere del Teatro Italiano 2016. La serata della cerimonia di premiazione è prevista il prossimo 8 settembre al Teatro Mercadante, trasmessa in diretta differita su Rai Uno.



Ecco la nuova Volkswagen



Un evento glamour quello per il lancio della nuova Tiguan Volkswagen, dotata delle più innovative tecnologie di assistenza guida e sicurezza. La "Car-messe" si è svolta nella sede della nota casa automobilistica di Agnano con 400 selezionatissimi ospiti, accolti dal patron Veneruso e Ceriani tra percorsi sensoriali in 3D e danze acrobatiche dei One Thousand Dance. A deliziare gli ospiti un tour enogastronomico curato da Alba Catering.

La partita del sorriso: un calcio alla violenza

Stadio gremito per La Partita del Sorriso, la manifestazione benefica che si è svolta allo Stadio Amerigo Liguori di Torre del Greco, fortemente voluta da Ciro Torlo, responsabile dell'Associazione No Profit Union Entertainment. In campo la Squadra di una rappresentativa di Made in Sud e quella degli Imprenditori Campani. L'incasso è stato devoluto all'Associazione Onlus Gazebo Rosa, una struttura apolitica e completamente gratuita, presieduta da Rosa Visciano, che si batte contro la violenza sulle donne e i bambini. Per la Squadra di Made in Sud sono scesi in campo Francesco Cicchella, Alessandro Bolide, Davide Marotta, Francesco Albanese, Ciro Ceruti, Gennaro Scarpato, Oreste e Mirko Ciccarriello de I Malincomici con innesti di Antonio Ciccone e Francesco Verde, direttamente da Gomorra 2, Ciro Petrone e Claudio Moschino.

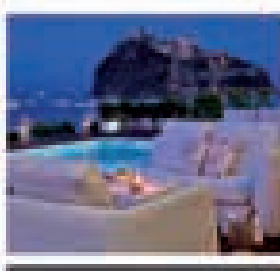


Casa Infante apre a Chiaia e al centro Campania

Casa Infante apre un punto vendita all'interno del BcOutlet, un nuovo format esteso su una grande superficie situato all'interno del parco commerciale Campania. Una scelta forte, con un'immagine rinnovata che vede l'ingresso del colore oro e di una struttura anch'essa dorata che sottolinea ancor di più l'esclusività del marchio. A distanza di soli quattro

giorni ha aperto anche il locale di via Carducci identico nello stile ma con un'impronta cittadina con due ampie vetrine che affacciano sul salotto buono della città. Qualità, cortesia e semplicità sono gli stili che contraddistinguono queste due nuove proposte segno di una continuità che si rinnova per offrire ai propri clienti sempre il meglio.

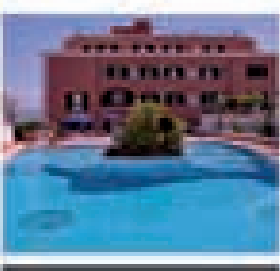




Hotel Miramare & Castello
★★★★★



Via Poissano, 5
I 80077 Ischia (NA)
Tel. +39 081 991333
Fax +39 081 994572
www.miramarecastello.it



Hotel Terme Marella
★★★★★



Via Poissano, 36
I 80077 Ischia (NA)
Tel. +39 081 962555
Fax +39 081 962536
www.hotelmarella.it



La Lampara
Michelin Guide 2012 (2 stars)



Via Poissano, 5
I 80077 Ischia (NA)
Tel. +39 081 991333
Tel. +39 081 960015
www.miramarecastello.it

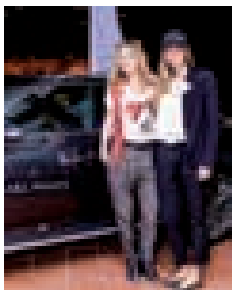
BCOutlet successo del nuovo polo del lusso



Con una grande festa si è celebrato il successo di BCO - Best Company Outlet al Centro Commerciale Campania di Marciante (CE), il primo department store interamente italiano dedicato a tutta la famiglia con tanti grandi marchi del lusso. Il progetto è promosso dai fratelli Gianluca, Carlo e Roberta Vozzillo, attraverso la GCR Outsider Holding Srl. Questa originale struttura, la cui formula si vuole esportare anche a Roma e Milano, apre nuovi orizzonti al mondo del commercio abbinando lo shopping all'entertainment e alla ristorazione di qualità. Fiore all'occhiello del BCO è la Food Court, (vi si trovano la Pizzeria da Michele, L.U.I.S.E. Bar; Casa Infante Gelateria; Leopoldo Pasticceria; 12 Morsi Hamburgeria) con la miglior gastronomia napoletana, un polo attrattivo esclusivo con il suo calendario eventi in una location d'eccezione, a soli 20 km da Napoli e 6 km da Caserta. Sviluppato su un'area di 10.000 mq di cui 1.700 mq sono riservati alla kids area, Paggio Toys dedica 1.200 mq al mondo dei giocattoli con eventi per bambini, e ancora Zoomiguana, Zoo Area di 600 mq.

A&C Motors presenta la A4 All Road

In occasione del primo charity event legato al progetto "WalleRally", rally internazionale di beneficenza, nell'incantevole cornice del Circolo Nautico Posillipo, A&C Motors unica concessionaria per Napoli e Provincia ha presentato la nuova Audi A4 All Road, design affascinante carattere estroverso e qualità da off-road: una vettura unica nel suo segmento, in grado di garantire elevate performance, funzionalità hi-tech e massimo comfort di guida. Un evento all'insegna dell'esclusività e del glamour, ma con un occhio rivolto al sociale e al nostro splendido territorio.



Pienone al Madre per Mimmo Jodice



Grande affluenza al museo Madre di Napoli per ammirare la mostra del maestro della fotografia, Mimmo Jodice Attesa. 1960-2016 (fino al 24 ottobre 2016) a cura di Andrea Viliani. Oltre 2500 visitatori hanno varcato il portone giallo di via Settembrini per ammirare la più ampia retrospettiva mai dedicata all'artista nella sua città in un percorso appositamente concepito per gli spazi del museo. Tra i tanti ospiti, il console generale USA per il Sud Italia Colombia Barroses, il sottosegretario ai Beni culturali Antimo Cesaro, il Presidente della Regione Campania Vincenzo De Luca, il consigliere delegato per la cultura della Regione Campania, Sebastiano Maffettone, l'assessore alle Attività produttive Amedeo Lepore, il sindaco Luigi de Magistris l'assessore comunale alla Cultura Nino Daniele, Antonio Bassolino.

Cocktail per il libro di Caracciolo D'Aquara



Un battesimo da scrittore, quello per Vincenzo Caracciolo d'Aquara, protagonista di una presentazione alla Feltrinelli del suo libro "Ultima missione", che segna il debutto nel mondo della letteratura. Un esordio festeggiato nella sua casa a palazzo Caravita Sanchez de Leon, dove si è svolto un cocktail con gli amici più stretti: Lola Vitelli, Generoso di Meo, Patrizio rispo, Stefano ed Alessandro Lukacs, Nicola Rivelli, Alberto rossi, serena Albano, Fabio Chiosi.

La tua spesa a portata di click



MONDOCELIACHIA.IT

Il portale dove puoi scegliere i prodotti più adatti alle tue esigenze.

Prodotti

Panificati, farine, pasta, dolci, snack.
Ogni giorno ti forniamo il massimo.

Registrati, scegli i prodotti e ricevi la tua spesa a casa o ritiralala nella tua farmacia.

News

Un blog aggiornato con tutte le novità e le iniziative che possono interessarti.



WWW.MONDOCELIACHIA.IT

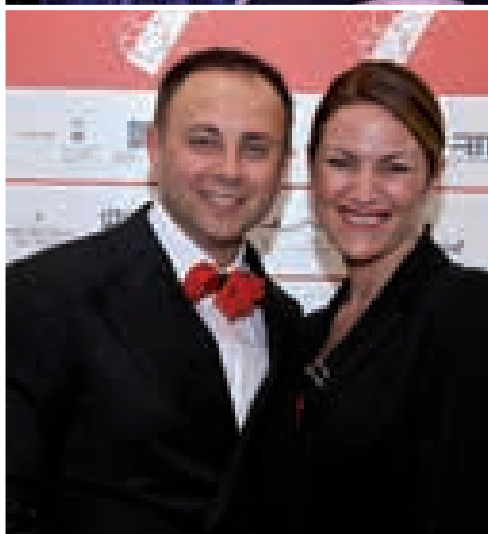
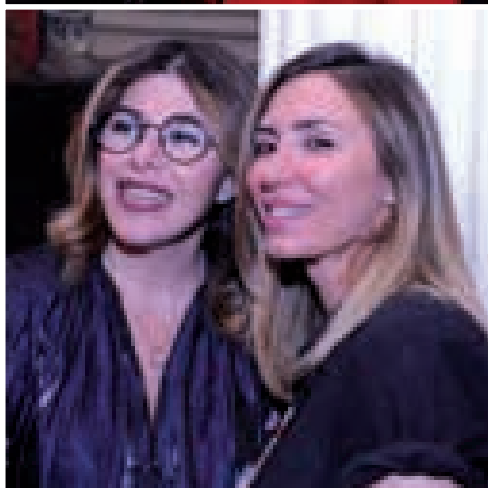
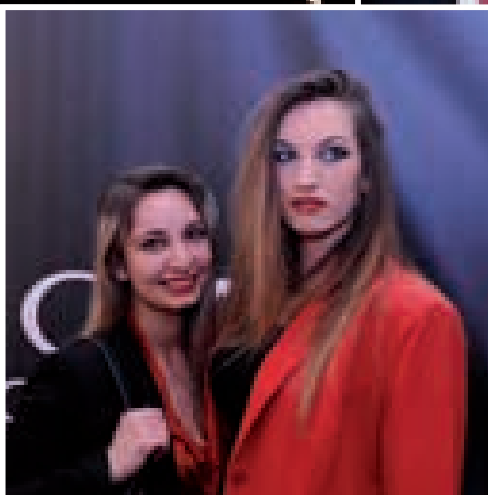
Libera la tua voglia di gusto!



NAPOLI MODA DESIGN



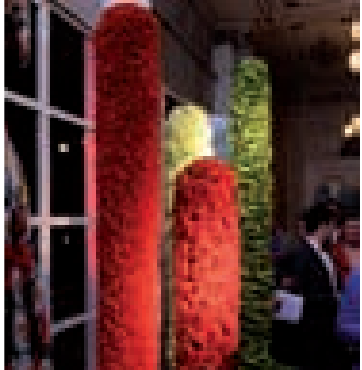
Icona di questa prima edizione è stata la seduta Mirò disegnata dall'architetto Maurizio Martiniello e realizzata con i tessuti della celebre maison E. Marinella. Mirò si ispira alla natura: la forma è quella di un fiore con morbida corolla dischiusa, lunghi e avvolgenti petali circondano chi vi si accomoda in un grande abbraccio.



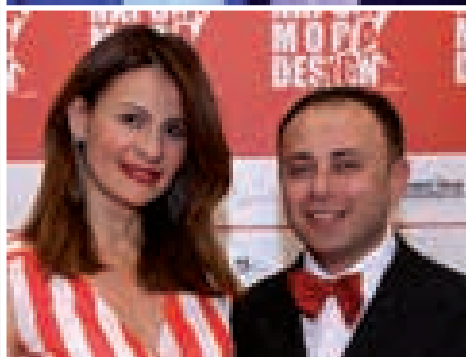
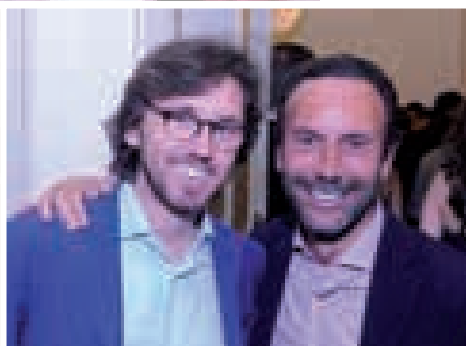
Il percorso on the road si è aperto con l'esposizione al Pan Palazzo delle Arti di Napoli ed è proseguito fino al 23 mag-

Lo scorso maggio è stata inaugurata nello storico Palazzo San Teodoro la I edizione di Napolimodadesign, la kermesse incentrata sul connubio moda&design, ideata e curata dall'architetto napoletano Maurizio Martiniello con il patrocinio di Comune di Napoli – Assessorato alla Cultura, Unione Industriali di Napoli, Ordine degli Architetti di Napoli, Fondazione degli Architetti di Napoli, Adi Associazione per il Design Industriale sezione campana. Il progetto mira alla valorizzazione dei comparti moda e design attraverso un percorso urbano di esposizioni, installazioni, mostre ed happening nel cosiddetto “Chiaia District”, il quartiere di riferimento in città per lo shopping di alta gamma. Hanno partecipato all'evento circa 100 brand tra espositori e location. Tema scelto per questa prima edizione “Luxury Ideas” ovvero il lusso analizzato e scomposto in tutte le sue sfumature: declinato sotto forma di immagine visiva o tattile, di emozione e oggetto prezioso, esperienza o relazione.





gio nelle boutique e negli showroom: le vetrine e gli spazi dei negozi hanno esposto allestimenti moda e installazioni di opere d'arte e design. Cuore pulsante della manifestazione è stato il quartiere Chiaia: dalla centralissima piazza dei Martiri a via dei Mille passando per via Morelli, via Filangieri e via Chiaia, via Riviera di Chiaia e via Calabritto, piazzetta Rodinò e via Chiata-mone. Anche l'Aeroporto Internazionale di Napoli è stato coinvolto: le boutique della Galleria commerciale sono state il palcoscenico di un percorso di esposizioni e installazioni site specific. Icona di questa prima edizione è stata la seduta Mirò disegnata dall'architetto Maurizio Martiniello e realizzata con i tessuti della celebre maison E. Marinella. Perfetta combinazione di design ed eleganza stilistica, Mirò si ispira alla natura: la forma è quella di un fiore con morbida corolla dischiusa, lunghi e avvolgenti petali circondano chi vi si accomoda in un grande abbraccio. L'utilizzo del tessuto in jacquard e la cura dei dettagli, come le imbottiture e le cuciture realizzate a mano, sono espressione della pregiata fattura sartoriale marchio di fabbrica di Marinella, emblema di eleganza nel mondo dal 1914. ■



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

L'abbonamento
alla serenità
per la tua impresa

Proteggi la tua attività con una piccola spesa mensile

Allianz [illegible]



*Sport e spettacolo al **Meeting Estate***

FOTO DI EUGENIO BLASIO





Il Meeting Estate costituisce dal 1982 un appuntamento mondano tra i più prestigiosi nel calendario degli eventi estivi italiani ed europei. Avvalendosi dei temi del calcio internazionale riesce ad offrire ai selezionati ospiti del mondo dello sport, della cultura, dello spettacolo, della moda dell'economia e delle istituzioni, un soggiorno prestigioso ed una piacevole occasione di incontro e di sviluppo relazionale. L'evento si è aperto martedì 22 giugno come sempre all'albergo della Regina Isabella di Lacco Ameno organizzato dall'avv. Franco Campana, segretario nazionale Avvocati Calcio, e ha visto la partecipazione di Raffaele Centaro, consulente della Centaro & Associati ed ideatore della piattaforma Champions Forever, Raffaele Rigitano, Consulente legale di Società Sportive ed atleti, Filippo Mincione, Consulente di Sport Management Italia, Maurizio Nicita, giornalista della Gazzetta dello Sport, Gennaro Testa, sociologo dello Sport della FIGC, Eusebio Di Francesco, Allenatore del U.S. Sassuolo, Massimo Rastelli, allenatore del Cagliari Calcio, Song Yiang, responsabile Stampa Cinese in Italia e Toni Santagata, artista e calciatore della Nazionale Attori.

L'agenda del Meeting è stata fitta anche nel pomeriggio con la partita di calcio presso lo Stadio Rispoli di Ischia, organizzata in collaborazione con Lucia Buono dell'Hotel Annabelle e l'AENARIA Trasporti di Ischia, tra i ragazzi che hanno partecipato all'iniziativa "Campioni di Fair Play"; al termine del match giocato tra i ragazzi del Prof. Cibelli della Scuola Media Scotti di Ischia e quelli dell'Istituto Comprensivo Romano di Torre del Greco sono state effettuate le premiazioni in presenza degli ospiti del Meeting. Subito dopo è andato in scena l'evento clou della giornata con la Partita di beneficenza tra la Nazionale Attori e la selezione VIP All Stars del Meeting Estate: l'incasso è stato devoluto alle Associazioni I Fiori di Giada di Lina Saviano, ADI - Associazione Disabili Ischia di Rosa Iacono e Croce Rosa. Grandi nomi hanno calcato il campo da gioco: per la Nazionale Attori del presidente Olivio Lozzi, l'allenatore Ferdinando Orsi ha avuto a disposizione Maurizio Aiello, Giorgio Pasotti, Enrico Lo Verso, Luca Capuano, Sebastiano Riccio, Danilo Brugia, Franco Oppini, Raffello Balzo, Biagio Cecoro, Francesco Cicchella, Emanuele Marzano, Agostino Penna, Fabrizio Rocca,

1. Francesco Cicchella ed Enrico Lo Verso;
2. Francesco Giorgino con Tony Santagata;
3. Gli ospiti del Meeting Estate;
4. Paolo Belli con la moglie; 5. Luca Capuano e Luca Nember;
6. L'avvocato Franco Campana con la moglie;
7. L'arbitro Tagliavento con Livio Lozzi;
8. Lucio Varriale e Franco Oppini;
9. Rosa Iacono e Antonella Leardi;
10. Eusebio Di Francesco con la moglie;
11. Fabrizio Rocca, Gerardo Sacco e Maurizio Aiello;
12. Gino Riveccio e Tony Santagata.





13



14



15



16



17

13. Massimo Rastelli con Claudio Pasqualin;
14. Danilo Brugia; **15.** Giacomo Pascale con
Antonella Leardi; **16.** La squadra
della Nazionale Attori; **17.** Giorgio Pasotti.

Raimondo Todaro, Pio Stellaccio, Federico Costantini, Valentino Campitelli, Toni Santagata e Luigi Castaldo. Per i VIP All Stars del Presidente Franco Campana, l'Allenatore Paolo Specchia con il suo secondo Eusebio Di Francesco ha avuto a disposizione Mister Massimo Rastelli, Gennaro Scotti, Antonio Boria, Giovanni Gallo, Giovanni Migliaccio, Francesco Impagliazzo, Enrico Buonocore, Giuseppe Di Meglio, Lucio Varriale, Vito Grassi, Filippo Mincione, Paolo Ferretti, Moschino ed Ernesto Fox. A conclusione del Meeting si è tenuto il Fair Play World Galà, condotto da Fabrizio Rocca e Veronica Riefolo, con la presentazione della nascente Fondazione Fair Play & Meeting Estate da parte di Filippo Mincione di Sport Management Italia e la consegna dei Premi 3W – Wonderful Women World Awards e Aragonese. Per i premi 3W - Wonderful Women World Awards: Rossana Ciuffetti, Direttore Scuola Nazionale dello Sport, ha premiato Ruggero Alcanterini, Presidente Comitato Nazionale Italiano Fair Play; Sandra Di Giandomenico, moglie di Eusebio Di Francesco, allenatore del U.S. Sassuolo; Deanna Preti, moglie di Paolo Belli Ufficiale, cantante; Rosa Iacono, presidente dell'Associazione Disabili Ischia e della Croce Rosa, premiata da Antonella Leandro, presidente dell'Associazione Ciro Vive. Per i Premi Aragonese: Luca Nember, direttore sportivo del A.C. Chievo Verona, premiato dall'attore Maurizio Aiello. Raffaele Vrenna, Presidente Crotone Calcio (ha ritirato il Premio il Maestro Gerardo Sacco), premiato dall'attore Luca Capuano; Francesco Giorgino, conduttore TG1, premiato dal cantautore Toni Santagata. Paolo Tagliavento, arbitro internazionale, premiato da Olivio Lozzi, presidente Nazionale Italiana Attori; Francesco Cicchella, cantante e comico, premiato dall'attore Enrico Lo Verso; Lucio Varriale, presidente Julienews, premiato dal comico Franco Oppini; Massimo Rastelli allenatore Cagliari Calcio, premiato da Claudio Pasqualin, presidente Avvocati Calcio. Premiato anche il Dott. Arnone di Acqua Lete, ha ritirato il premio Gigi Castaldo di Medialive. La serata ha avuto diversi momenti di intrattenimento ad opera di Agostino Penna, Paolo Belli, Francesco Cicchella, Gino Riveccio e Toni Santagata. ■



ALBA

CATERING



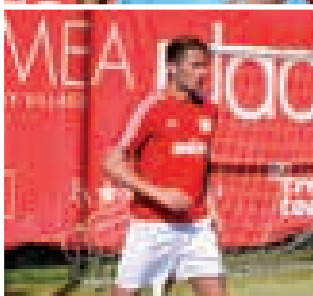
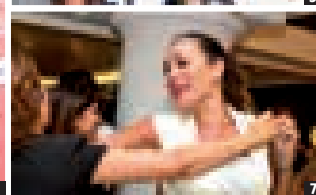
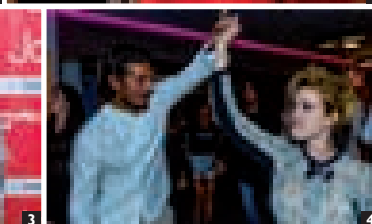
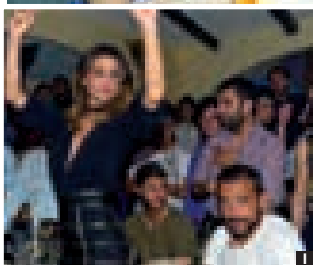
LUXURY BANQUETING

Via Labriola Tre - 80026 - Casoria - Napoli
Casella Telextra 3332236131 - Casella Telextra 3358284029
tel. 081 7390204 - info@albacatering.it - www.albocatering.it

Vip Champion 2016

Main sponsor Dorabella

Si spengono i riflettori della VII Edizione del Vip Champion, che ha visto coinvolti numerosi personaggi dello spettacolo e dello sport nel lungo week end di giugno. Anche quest'anno Giuliano e Maria Annigliato sono riusciti a popolare Capri con numerose star che hanno alloggiato al Capri Palace di Anacapri e si sono cimentati nei tornei di calcio e di tennis allo Sporting Club. Tra queste, Stefano De Martino, Pamela Prati e Tosca D'Aquino, Roberta Morise, Alfonso Signorini, Lorena Cacciatore, i naufraghi dell'ultima edizione dell'Isola dei Famosi: Mercedes Henger, Andrea Preti, Claudia Galanti e Patricia Contreras, Eva Henger, Raffaella Fico, Alena Seredova, Valeria Marini, Pasqualina Sanna col il tronista Lucas Peracchi, i giornalisti Valter De Maggio, Pierluigi Pardo e Raffaele Auriemma, la modella curvy Elisa D'Ospina, Beatrice Valli, i calciatori Guglielmo Stendardo, Jacopo Sala, Fabio Quagliarella e Marco Rigoni. Grande partecipazione anche di numerose aziende italiane sponsor ufficiali dell'evento, prima tra tutte Dorabella, marchio italiano amato da tutte le donne, che dietro cela un grande imprenditore napoletano, e Jadea, affermatissimo brand di intimo. ■



1. Claudia Galanti e Fabio Quagliarella;
2. Pamela Prati e Tosca D'Aquino;
3. Eva Henger con la figlia Mercedes;
4. Andrea Preti e Lorena Cacciatore;
5. Patricia Contreras, Guido Lembo e Valeria Marini;
6. Stefano De Martino;
7. Alena Seredova;
8. Raffaella Fico;
9. Alfonso Signorini;
10. Guglielmo Stendardo.



Dada



Knoll

Rinadesio



edra

FLOS

LAGO

Molteni & C.

porro

cappellini

Cesar

Poliform

Artemide

zanotta

e De Padova

driade

vitra.

GIORGETTI

Cassina



Minotti

Varenna



CECOTECOLUZIONI

Franchino

HOME DESIGN

SHOW ROOM

Via Domiziana, 249 - Mondragone (CE)

T. +39 0823 97 53 08

info@franchino.it

www.franchino.it

servizio: progettazione - falegnameria - tappezzeria

APERTI LA DOMENICA MATTINA



*Arte, moda e performance live alla **Galleria Borbonica***



Ottava edizione di “Arte e Moda prendono forma”, evento ideato dal pubblicitario Ludovico Lieto e organizzato da Visivo Comunicazione. Scenario esclusivo della kermesse è stata ancora una volta la Galleria Borbonica di via Morelli a Napoli, un percorso emozionante e di inestimabile valore venuto alla luce grazie al continuo lavoro dell’associazione Borbonica Sotterranea di Gianluca Minin ed Enzo De Luzio. Per questa edizione è stato aperto al pubblico il nuovo percorso di visita “La Via delle Memorie che ha come ingresso lo spazio “Interno A14” di Vincenza Donzelli. In mostra una collettiva d’arte contemporanea sul tema dell’Acqua a cura di Valeria Viscione, in programma diverse performance artistiche dal vivo, nuova tendenza dell’arte contemporanea che ha permesso ai visitatori di entrare in contatto diretto con gli artisti e assistere al processo creativo di un’opera. In occasione dell’evento “Arte e Moda prendono forma” le profondità del sottosuolo napoletano sono state la cornice di performance artistiche dal vivo e di quadri moda che hanno visto protagoniste la moda femminile con gli abiti della bou-

tique Matvila Luxury, e le nuove tendenze della moda mare proposte dalla boutique Segreti. Protagonista anche “l’arte del gusto” con Squisito, Alba catering e Concettina ai Tre Santi che hanno stupito il pubblico con creazioni culinarie ispirate all’evento. Artisti in mostra: Gennaro Regina, Nunzio Meo, Francesco Scardaccione e Roberto Pierucci, Atto Creativo, Monika Natalia Mazur, Teresa Cervo, Dario Di Franco, Umberto Koso Lodigiani, Petra Scognamiglio e Francesco Arpino, Vincenza Donzelli, Oxalab, Stefania Sabatino, Manuela Belfiore, Luminita Irimia, Marco Minin, Biagio Munciguerra, Gianpiero D’Alessandro, Simona Giglio, Giovanni Anastasia, Fausto Rullo, Maurizio Di Martino, Make an Object, Violante Varriale, Controlzeta lab, Dell’Aversana & Varavallo. Performance live con Giacomo Montanaro, Domenico Sepe, Arturo Sepe, Laura Ferraro e Takkin Trio, Lunacy danza con coreografie di Anna Malinconico, Megaris – Neapolis Mermaid, body painting di Stefania Sabatino, “Science art” di Marina Iorio con coreografie di Marco Auggiero interpretate da Giordana Carrese, Makena, Te.Co. Teatro di Contrabbando, Valeria D’Antonio, body painting di Pietro Mingione. ■



Wines & Spirits

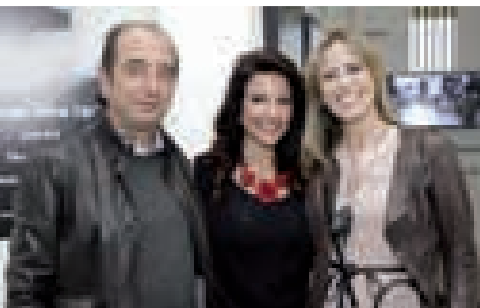
www.dimeo.it





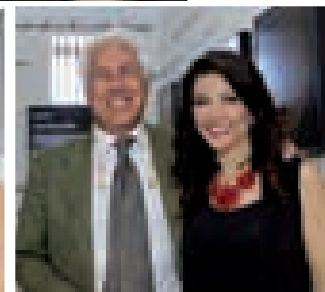
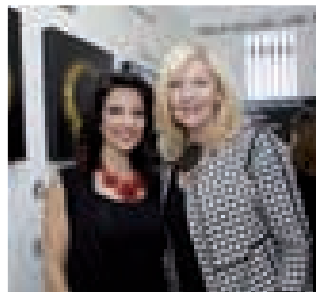
“Never Give Up”

La mostra fotografica di Annalaura Di Luggo



La ricerca artistica di Annalaura di Luggo, che sceglie di esprimersi con la fotografia, si materializza attraverso un atto performativo, il presupposto di questo atto è il desiderio di andare oltre uno sguardo superficiale. Un colloquio vis-à-vis con il protagonista, un dialogo, riguardo alle cose importanti della sua vita e della sua personalità, precede la realizzazione delle foto. L'obiettivo è creare un'intesa intima tra la fotografa e il suo soggetto, che in un certo senso è spinto al racconto di sé. Poi si passa all'attività di ripresa, il focus si concentra sull'iride; l'occhio nel suo complesso, infatti, può essere segnato dallo stress e dal tempo, ma l'iride rimane viva e meravigliosa e custode intatta di una mappa che è tutt'uno con la singolarità dell'individuo.

L'artista ha incontrato per due giorni 10 detenuti del Carcere minorile di Nisida, Napoli, dove coadiuvata dal personale educativo dello stesso Carcere, ha svolto e coinvolto i giovani detenuti in una serie di atti performativi e di interviste al fine di stimolare negli stessi un senso positivo dell'approccio alla vita, sia introspettivo sia verso la collettività. Nelle opere di Annalaura, ricaviamo il messaggio di agire secondo i sentimenti e le predisposizioni della nostra personalità. L'atto performativo dell'artista, in particolare, manifesta il bisogno di vita, di autonomia, di affermarsi in maniera concreta e visibile a tutti, solo ed esclusivamente attraverso le proprie capacità innate; tutto ciò è teso a stimolare la fiducia in se stessi e consentire di uscire dal piatto conformismo moderno, dalla grigia ripetitività delle azioni, dalla banalità, giungendo in una zona magica dove chi conta è soltanto l'uomo e l'unicità del suo "io". ■





RESIDENZA STORICA PER EVENTI

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

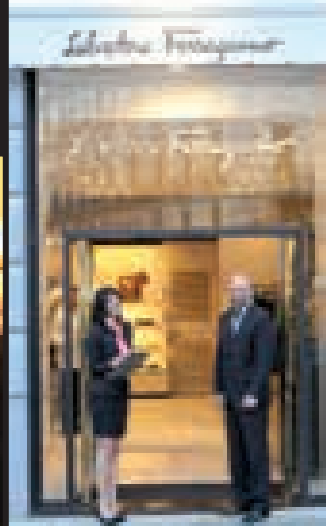
info@belvederecarafa.it
www.belvederecarafa.it

 Belvedere Carafa

La nuova collezione “Driver MTO” di *Ferragamo*

FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO

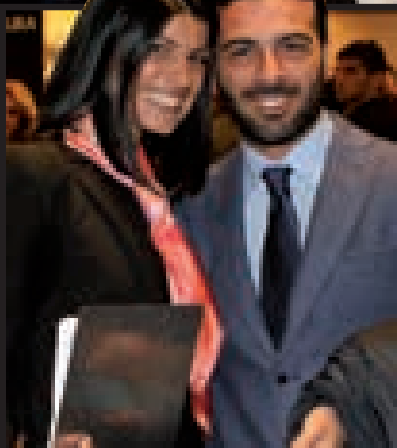


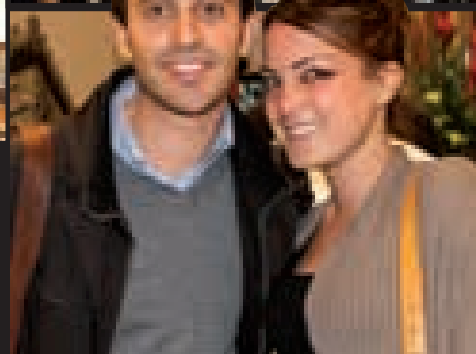
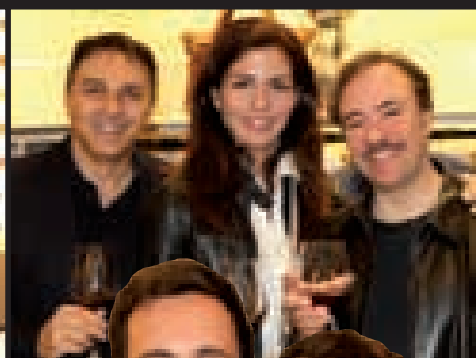


Nello storico negozio uomo di Piazza dei Martiri, la Salvatore Ferragamo ha invitato i suoi ospiti a scoprire la nuova collezione scarpe "Driver MTO". La serata è stata inoltre occasione per degustare - presentati da un sommelier toscano - vini delle tenute Il Borro e Castiglion del Bosco. Gli ospiti che hanno partecipato alla serata hanno potuto apprezzare la collezione di mocassini personalizzabili e realizzati con i migliori materiali, selezionati a mano, controllati, trattati, predisposti



Gli ospiti che hanno partecipato alla serata hanno potuto apprezzare la collezione di mocassini personalizzabili e realizzati con i migliori materiali, selezionati a mano, controllati, trattati, predisposti e tagliati a mano dagli artigiani.





e tagliati a mano dagli artigiani della Salvatore Ferragamo. È la lavorazione manuale di un artigiano a fare la differenza, apportando carattere e intensità effettiva al mocassino. È più di una semplice questione di sagomatura, lucidatura e imballaggio; è un'espressione dell'amore per i dettagli, nota tipica dell'azienda fiorentina. ■





On/off-road.



Nuova A4 allroad quattro con Audi drive select e modalità offroad.

Nuova Audi A4 allroad quattro, grazie alle sue soluzioni tecniche all'avanguardia, rappresenta una vera e propria rivoluzione in campo automobilistico. Il suo Audi drive select con la nuova modalità offroad vi garantisce prestazioni ottimali anche su strade non asfaltate, mentre gli ammortizzatori adattivi si adeguano elettronicamente alle caratteristiche del fondo stradale, offrendovi, dal massimo del dinamismo al massimo del comfort. Prestazioni e controllo sono amplificati dalla trazione integrale quattro e dal nuovo servosterzo elettromeccanico, per trovare la vostra strada anche dove la strada non c'è. Scopritela su www.audi.it

Carina A4. Valori massimi comuni di carburante (l/100km): ciclo urbano 7,7
ciclo extraurbano 5,8/100km. Emissioni CO₂ (g/km): ciclo urbano 147.

Audi. All'avanguardia della tecnica

A&C Motors

Concessionaria Audi Nola
S.S. 7 Bis Km 50 n° 41 - Nola (NA)
Tel. +39 081 19 37 07 97
www.acmotors.it

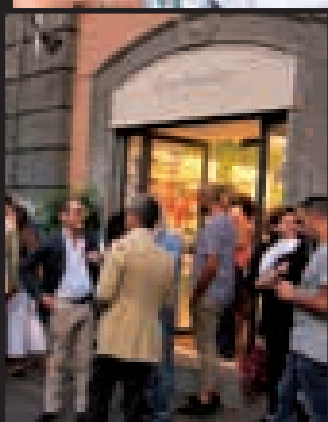
Concessionaria Audi Torre Annunziata
Via Pombiana, 74 - Torre Annunziata (NA)
Tel. +39 081 53 64 09 2
www.acmotors.it



Carthusia *finalmente* *a Napoli*

FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO



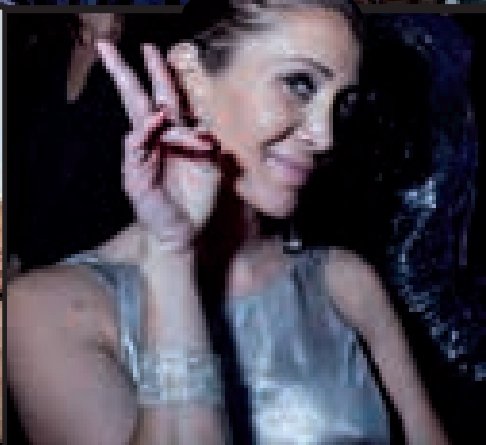


Piazza San Domenico Maggiore è stata inondata di profumi capresi, diventando sede dell'attesissimo brand "Carthusia i profumi di Capri", finalmente sbarcato a Napoli. La storica azienda di profumi è stata portata nel cuore storico della città dall'intraprendenza dei fratelli Fabrizio, Roberto e Federica Caso, titolari delle note gioiellerie di famiglia. Una delle loro boutique, sita al civico 16 di Piazza San Domenico, ha cambiato destinazione dando vita al sodalizio con la famiglia Ruocco, titolare dell'azienda profumiera. L'attesa inaugurazione, ha raccolto la bella Napoli nel suo cuore pulsante per un aperitivo sofisticato e inatteso. I fratelli Caso, insieme ai titolari di "Carthusia i profumi di Capri", Silvio e Patrizia Ruocco e la figlia Virginia, marketing manager dell'azienda, hanno accolto amici e parenti tra i quali Giovanna Lerro Caso, Giovannella Caso, Ida Fadigati, Emanuela D'Amore, Lello e Umberto Lerro, Ornella Cirino Pomicino, Silvana Cesario, Stefania De Martino, Rossana Cimmino, Mino Cucciniello, Claudia De Rosa, Gabriella Rosa, Gigi Mingione, Emilia Cappelli, Stefania Perlingieri, Pierfrancesco Peluso, Anna Pezza, Mario e Claudia Cirino Pomicino, Diego e Veronica Di Gennaro, Annantonina Ciotola, Antonella Serpieri, Peppino di Capri con la moglie Giuliana, Chicca Zampaglione, Laura Di Pietto, i fratelli Paolo e Luca Amodio con le mogli Ilenia e Palmira, Stefania Serrao D'Acquino, Paola e Giorgio Berti, Marco De Maria, Benedetta De Simone, Della Caldarelli, Gabriella Pezzullo, Elena Ucciero, Paola Rotella, Verilda Prattico, Margherita D'Amore, Enrico Gambardella con la compagna Cinzia, Stefania Valerio, Ferruccio Valerio, Benedetta Leone, Giuliano Andrea Dell'Uva, Francesco Altei, Loredana Conti e Gianfranco Tropeano, Daniela e Francesco Gagliardi, Gianluigi Pagano, Miriam Gaudino, Marco e Gaia Cirillo e Patrizia Pignata. Tra flash dei fotografi e bollicine, gli ospiti si sono attardati sino a sera inebriati dalle fragranze Carthusia, che finalmente saranno a disposizione della città. ■



Il Mood Vintage Studio 54 *per* **Cangiano**

DI LAURA CAICO



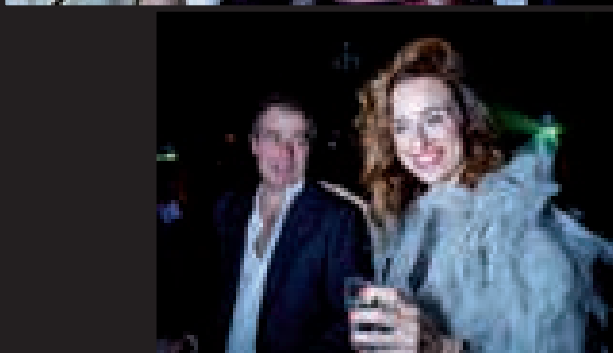
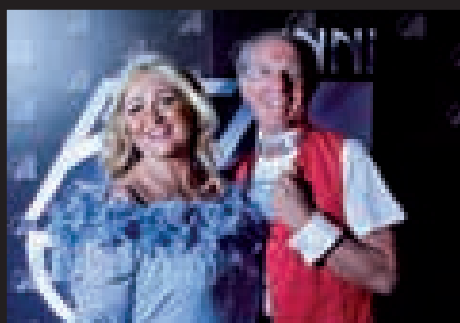
126

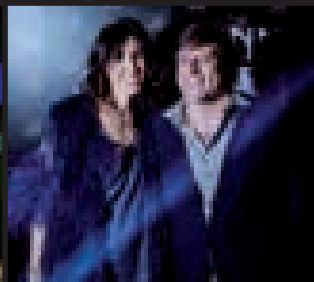
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD

I'M LUGLIO-AGOSTO 2016



Un tuffo nel passato. La straordinaria festa di compleanno dell'imprenditore Giancarlo Cangiano - due volte campione mondiale di motonautica P1, armatore di ben due Magnum, (nella sua struttura OSG Racing, alias Operazione San Gennaro) - svoltasi negli enormi spazi di HBtoo Design di Coroglio ha avuto come dress code il mitico Studio 54, in riferimento ai suoi 54 anni: studio accurato e ricerca hanno portato i circa 300 invitati alla festa (supervisionata da Gennaro Petillo) a far rivivere gli anni '70, impersonando icone pop dell'epoca che frequentavano la nota discoteca di New York situata al numero 254 della 54a strada ovest a Manhattan, tra la Settima e l'Ottava Avenue, aperta tra il 1977 ed il 1986 da Steve Rubell e Ian Schrager. Infatti nel loft, collocato nell'area industriale dismessa di Bagnoli - spazio reinventato dai fratelli Gianni e Andrea Blandini con la madre Olga, in cui le aree definite sono state cancellate eliminando porte e pareti e ogni ostacolo al passo e allo sguardo, in stile Le Corbusier con giochi volumetrici che introducono la luce naturale da grandi vetrate - visti aggirarsi tra neon rotanti, luci stroboscopiche e torri con riflettori colorati, dei cloni di Liza Minnelli, Andy Warhol, John Travolta, Michael Jackson, Elton John, Madonna, ospiti fissi del club allestito all'interno di un teatro, la cui singolarità era quella di essere il fulcro della mondanità,





una festa quotidiana piena di eccessi e provocazioni per sbroggiare i benpensanti di New York con musica al collasso dei decibel, scenografie ispirate agli stupefacenti e incitazioni continue alle trasgressioni di ogni genere. Il party esclusivo di Cangiano, coadiuvato dalla bella moglie Alessandra, ha avuto come colonna sonora il concerto live dei mitici Frock Rock provenienti da Ibiza con Frank Minopoli al basso e Vincent Aisler chitarra e voce che hanno spopolato, oltre alla consolle con hit dell'epoca con i pezzi più famosi di Gloria Gaynor, Barry White, Bee Gees, Beatles, Rolling Stones, Diana Ross ed Amy Stewart che hanno trascinato tutti in pista per ore. Tra lampi di luci intermittenti, i flash del fotografo Costantino ed ampi camminamenti, visti la presentatrice Veronica Maya, il chirurgo plastico Marco Moraci, i cantanti Edoardo Bennato e Monica Sarnelli, l'attore Patrizio Rispo, Massimo Verneti, Maria Ciniglio, il fantasista Angelo Fedele in arte Mister Angie, Lino Vairetti, Tonino Fiorito, il "divino mondano" Mino Cucciniello (con t-shirt studio 54), Anna Paola Merone, il cardiologo Federico Gentile, Antonio Coviello, Nicola e Donella Mozzillo, Gianfranco Carratù, Elena Aceto con il figlio Giovanni D'antonio, Cristina Bianchi. Oltre a delle fantastiche Drag Queen che inalberavano copricapi carioca con altissime piume e perle, divertenti le mise degli ospiti del favoloso megaparty a tema - coordinato da Federica Marchetti con ragazze immagine e modelli - tra smoking, camicie a maniche scampanate a fiori, a righe o a pois, giacche di paillettes, completi fantasia a stelle e strisce, con nuvolette oppure optical, modelli scollatissimi e aderenti, abiti lunghi da sera o mini a trapezio o animalier, trasparenze e spacchi vertiginosi, tute "jumpsuit", con inserti oro luccicanti per brillare sotto i riflettori, gonne svasate, shorts e pantaloni rigorosamente a zampa. ■

TENUTA SAN DOMENICO



ANTICA DIMORA
CAPUA RELAIS



via casa cerere, 81043 capua (ce) > tel: +39 0823 995470 > tenutasandomenico@live.it

www.tenutasandomenico.it



Disponibile su
App Store

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



Doppio compleanno per le **Sarnelli**

DI LAURA CAICO - FOTO DI EUGENIO BLASIO



Festa al quadrato per le Sarnelli Sister. Nei grandi spazi dell'Alma Flegrea in Via Coroglio, all'interno del complesso napoletano di Città della Scienza, si è svolto uno spumeggiante live-party per celebrare degnamente i primi 50 anni della cantante Monica Sarnelli e le 60 primavere della sorella maggiore Annamaria: un originale festeggiamento in coppia per due splendide signore, molto sexy negli aderentissimi outfit Blumarine, che hanno tenuto banco fino a notte fonda, sull'onda della consolle del Dj Gennaro Ambrosio, accogliendo i tantissimi ospiti tra i quali Gino Riviaccio, la cabarettista Lucia Cassini, il fantasista Mago Angie al secolo Angelo Fedele, l'imitatore e presentatore televisivo Lino D'angeli, il rocker Fabrizio Fierro, il cantante, attore e autore Andrea Sannino, il comico Nando Varriale, il "professore" di Made in Sud Enzo Fischetti, il musicista Mario Da Costa, il bassista Pasquale De Angelis, il cantautore Mauro Sperillo e Peppe Iodice. Serata frizzante, grazie anche all'ottimo buffet di Paolo Tortora e ai numeri di break dance ed esibizioni di strepitose Drag Queen, fino all'arrivo della torta di compleanno con candeline che le Sarnelli Sister hanno spento all'unisono tra applausi e brindisi con bollicine, per ridare sprint al ballo sino alle prime luci. ■



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

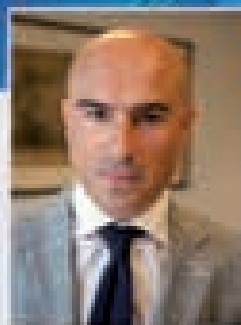
Soluzioni Finanziarie dalla A alla Z

Allianz  Bank
Financial Advisors

Dott. Bilo Bruno
Financial Advisor

Centro di Promozione Finanziaria
Piazza Amedeo, 19 - 80121 Napoli
bruno.bilo@allianzbank.it

Tel. +39 081 18771300 - Cell. +39 335 7882792



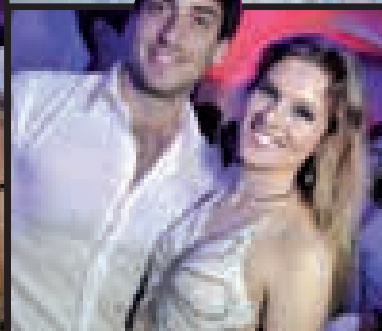


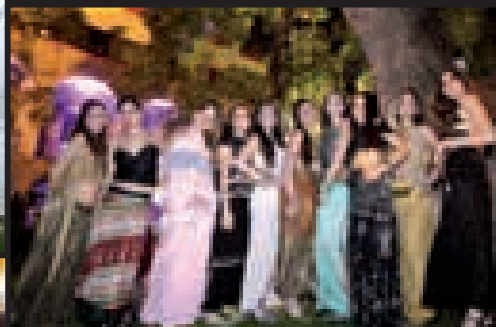
**i'm
party**



18 anni da mille e una notte

FOTO DI FRANCESCO BEGONJA





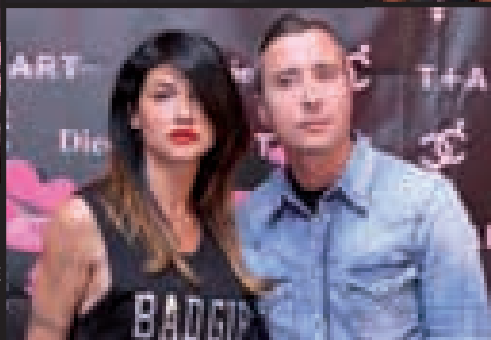
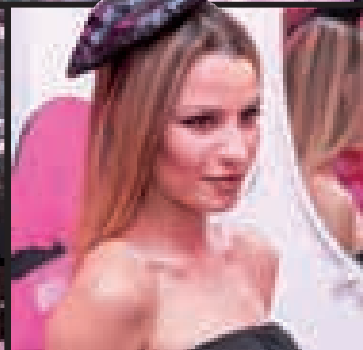
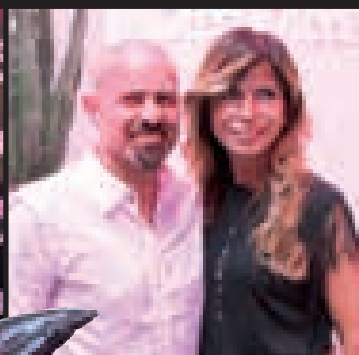
Un compleanno spettacolare, quello organizzato per l'agognato traguardo della maggiore età di Gabriella Docimo, che non a caso ha scelto come tema "mille e una notte". Splendidi effetti di luce creati da Xelyus di Mario Maisto, con la supervisione di Marcello Messuri, direttore di Villa Domi. Con tanti tanti amici, il papà Giovanni e la mamma Carmen, si è atteso l'arrivo della mezzanotte tra danzatrici del ventre, spettacoli pirotecnici, narghilè e ballerini etnici con il sottofondo di musica araba, cuscini e tappeti orientali. Dopo il taglio della torta tutti scatenati fino alle tre del mattino al ritmo della musica del Dj Peppe Blasio. Tra i presenti: la sorella della festeggiata Annamaria Docimo e gli amici, tutti in abiti a tema Anny di Luggo Federica Gubitosi Marilisa e Martina Monti Andrea e Silvana Coppola Piera Tuccillo Margherita e Federica Maurea Domenico Soprano Fabiana Napolitano Riccardo e Agostino Borselli Giovanni Chiariello Andrea Criscuolo Carlotta Trimarchi Andrea e Luca Peluso Gianluca Milo Sofia e Roberta Bocchini Maria Gabriella Padula Graziella e Simonetta Viti Laura e Cristina Izzo Roberto e Riccardo Ciampa. ■



Fabrizio Corona e Le Donatella da Dieci Dieci per T+Art "Bad Girl"

DI ILARIA CARLONI - FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO

Un evento spettacolare, quello tenutosi presso il negozio Dieci Dieci di Via Toledo, che ha paralizzato il centro cittadino. Realizzato dall'organizzatrice di eventi Francesca Variale e curato dall'ufficio stampa di Iliaria Carloni, il party dal titolo "Bad girl" ha visto il sodalizio tra Dieci Dieci ed il brand T+Art di Francesca Civale, affermatosi in tutta Italia grazie al supporto del marito Andrea Fedele. Il negozio più amato dalle fashion victim si è trasformato in un palcoscenico rosa e nero, in cui performer, ballerine e dj, hanno dato vita a uno show tutto al femminile. Già note da quattro anni per i loro eventi stagionali, i titolari di Dieci Dieci, Alessia, Roberta e Fabio Giancristofaro, figli del fondatore Giuseppe Giancristofaro, hanno scelto proprio T+Art per il flash estivo "Bad girl", primo evento patrocinato dal consorzio "Toledo centro", nato per lo sviluppo commerciale di Via Toledo e della parte monumentale della città. Testimonial della serata, il duo musicale Le Donatella e un attesissimo Fabrizio Corona, giunto con un'ora di ritardo a bordo di un motorino sotto una pioggia di coriandoli rosa. Fabrizio è stato conteso tra le mille fan presenti ed immortalato da telecamere e paparazzi che presidiavano la boutique sin dalle prime ore del pomeriggio. ■





Villa Diamante

EVENTI - RISTORANTE - CATERING



L'ISOLA DEI SOGNI
AD UN PASSO DA TE



Via Manzoni, 131b - 80123 - Napoli | info: 081 575 24 33 | villadiamante.it

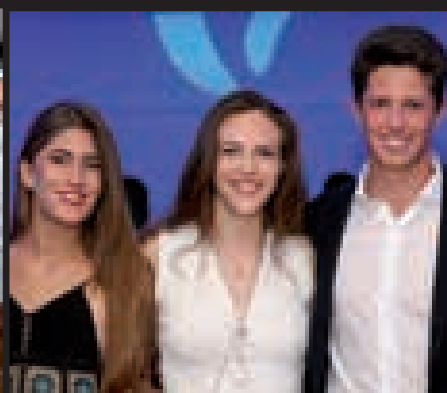
Disponibile su
App Store

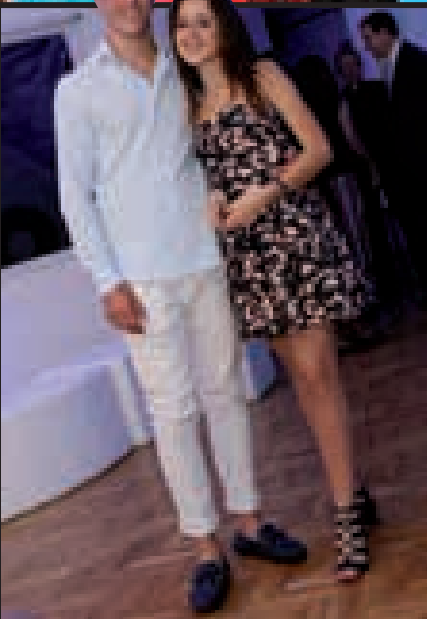
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



i'm
party

Diciotto candeline per **Serra jr**





3 50 ragazzi della bella Napoli e i compagni internazionali del college inglese di Haileybury e la cara amica spagnola Nina, sono accorsi per festeggiare il diciottesimo compleanno di Carlo Serra, figlio di Luca Serra, presidente del tennis Club Napoli. Dress code per i ragazzi "smart casual" con camicie bianche e giacche blu e le ragazze eleganti con abiti di chiffon e paillettes. Tutti scatenati sulle note del dj Peppe Blasio e il violino elettrico di Simona Sorrentino, immortalati dagli scatti di Marco Baldassarre e illuminati dai magici giochi di luce di Andrea Pirozzi: tutto frutto dell'impeccabile organizzazione della bellissima Livia Panico. A deliziare gli ospiti, oltre

all'open bar di Francesco Cappuccio, le prelibatezze di Francesco, lo chef del Tennis Club con fritturine, riso venere, sformatini di pasta, cascate di bigne, graffette fritte calde e gelatini.

Tra i presenti Gianluigi e Cicia Forquet, Renato e Mirta Missim, Pippo e Giulia Nardone, Paolo e Rossella Minucci, Chicca Panico, Raffaella Panico, Walter e Chicca Silvestri, Antonio e Flavia Costanzo. Tra gli amici del festeggiato Mariafrancesca e Giorgia Forquet, Mariagiulia Di Luggo, Agostino e Riccardo Borselli, Bianca e Iaia Visocchi, Lorenzo Basilone, Giacomo De Rosa, Alfredo e Gianpietro Panico, i cugini Livia Benincasa e Fiorenza Serra, Luca e Vinni Chiariotti. ■





Luca Capuano e Pietro Parisi insieme con “**Boccacciello Bistrot**”



“**T**radizione in barattolo pronta da mangiare. Ha inaugurato a Roma con un parterre di ospiti vip, il primo “Boccacciello bistrot”, un’idea dello chef Pietro Parisi e dell’attore Luca Capuano. Un indirizzo goloso, unico nel suo genere, dove il “boccacciello”, versione italiana del food jar, è protagonista indiscusso: da mangiare subito o da portare con sé dove si desidera. Pietro Parisi è il noto cuoco napoletano, volto televisivo di rai3 e pioniere della cucina in vaso: per primo ha brevettato i barattoli di vetro monoporzione contenenti piatti della tipica tradizione campana: dalla parmigiana di melanzane al gateau di patate, alle polpette al ragù. Luca Capuano è un noto attore italiano. Di origini napoletane, ha iniziato a lavorare giovanissimo come modello e in campo pubblicitario, per poi debuttare come attore, prima in teatro e poi nel cinema e in televisione. Ha incontrato Pietro negli studi Rai e si è appassionato alla sua idea di cucina. Il Boccacciello bistrot parte da questa idea raffinata di street food, con un menu ricco e che varia con le stagioni, ma non mancano boccaccielli vegetariani e in versione dessert, confetture, conserve e salumi di qualità oltre ad una buona selezione di vini. È l’indirizzo giusto per un aperitivo diverso tra amici abbinando al calice di vino uno o più boccaccielli a scelta. ■

Per ogni occasione. O nessuna in particolare.

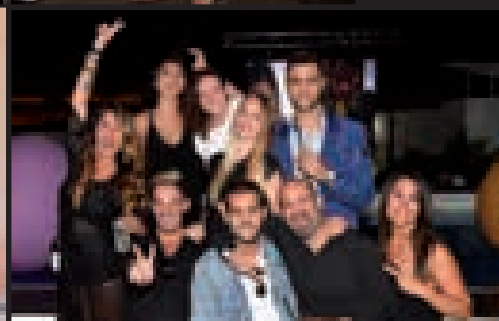
Vieni a scoprire i nuovi Apple Watch



I tuoi esperti Apple.
Siamo a Napoli (Chiara, Toledo, Vomero), Roma (EUR),
Nola (Vulcano Buco), Pompei (La Cartiera), Caserta,
Avellino, Pontecagnano, Potenza.

R-Store





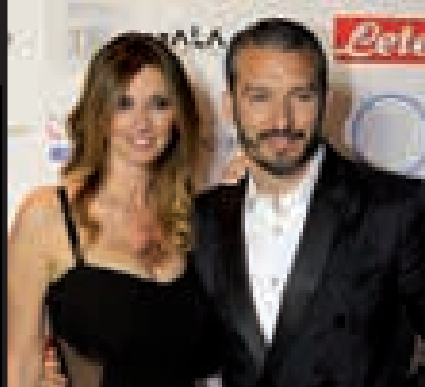
Nicebrand a Miami Beach

FOTO DI MARCO ROSSI

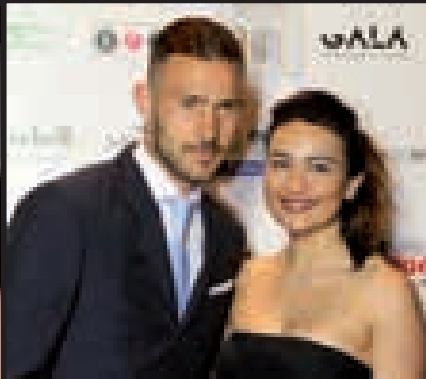


Napoli come Miami. Nicebrand, marchio di abbigliamento adulto e bambino che in poco più di un anno ha spopolato in tutta Italia, ha deciso di presentare la nuova collezione invernale con un evento unico a Napoli, dal titolo "Hello Miami beach", ideato e organizzato da Francesca Varriale, supportata dall'ufficio stampa di Ilaria Carloni. Nato dall'intraprendenza di un gruppo di imprenditori napoletani, il marchio si è allargato dalla linea donna, Nicebrand di Leonardo Iapicco e Giuseppe Nappi, a quella di Nicebrand Young, a cui si sono aggiunti i soci Marco Benevento, già affermato imprenditore di linee bambino, e Vicky Antonucci, curati entrambi nello stile da Iapicco e Vincenzo Provenzano. L'occasione dell'apertif party è stata quella di presentare agli agenti provenienti da tutta Italia, la nuova collezione invernale con un evento spettacolare, direttamente sulla spiaggia di Varcaturò, al Kami beach, tra tavole da surf, cocktail colorati, fenicotteri piumati e modelle bellissime in costume, mini short flou e t-shirt dell'outfit Nice. Le modelle hanno intrattenuto gli ospiti con danze caraibiche al tramonto e con uno spettacolo che le ha viste trasformate in grandi fenicotteri piumati, sui mix della dj presente in consolle. Special guest del party, la regina del gossip Cristina Buccino, famosa per i suoi bikini da capogiro, giunta alle 21:30 tra i flash dei fotografi. Oltre a lei uno stuolo di fashion blogger tra cui Alice Basso. Nicebrand vanta oggi 180 negozi in tutta Italia, una sfida nata per gioco tra amici e trasformata in una realtà aziendale importante e questo evento, dedicato a Miami, è stato un buon augurio per l'operazione di espansione che il marchio sta facendo con ottimi riscontri. ■





i'M
party



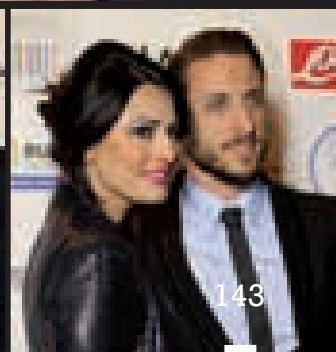
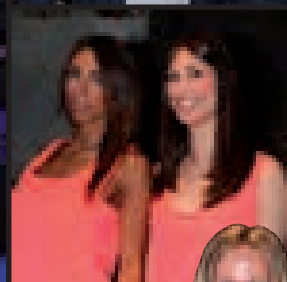
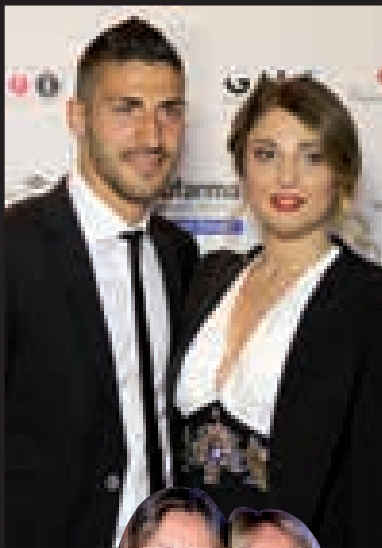
Dreaming Scampia

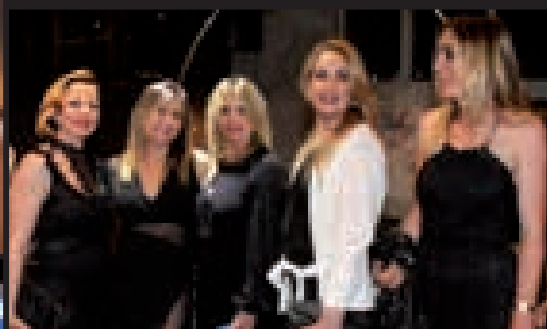
FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO



“Sognando Scampia”, un evento di beneficenza voluto ed organizzato dalla Fondazione Cannavaro Ferrara per ristrutturare il campetto da calcio di Scampia, punto di riferimento per tutti i giovani che vogliono prendere la strada giusta, quella dello sport, della solidarietà e della salute. L'iniziativa ha coinvolto i calciatori campioni del mondo 2006 in una partita benefica contro gli sponsor del progetto, sul campo di Arci Scampia. A sostenere le due squadre, 500 bambini della scuola di Arci Scampia. In campo: Angelo Peruzzi, Fabio Cannavaro, Ciro Ferrara, Gianluca Zambrotta, Marco Materazzi, Simone Barone e Marcello Lippi.

Grazie all'asta benefica che si è svolta presso HBTDO Designer club e dal ricavato della cena, Soccerpass Events e FCF Onlus hanno raccolto oltre 74000 euro. All'asta il Calcio Balilla Teckell, modello Cristallino Black Field, acquistato da Floro Flores a 7000 euro, la maglia di Cristiano Ronaldo autografata da tutti i giocatori del Real Madrid, acquistata da Simone Barone a 5000 euro, un soggiorno per due persone nel Resort Aquapetra, acquistato da Marcello Lippi a 4000 euro, un buono per la creazione di due statuette Ferrigno acquistate da Gigi D'Alessio a 2000 euro, maglia, guanti e scarpe autografi di Pepe Reina, indossati durante la partita Napoli-Milan acquistati da Doppelganger a 4500 euro, l'innovativo impianto audio iXOOST, personalizzato acquistato da Ciro Ferrara a 3500 euro, due paia di Ray Ban acquistati Clementino a 400 euro, la cena dello Chef Ilario Vinciguerra acquistata da Riccardo Monti a 1000 euro e la maglia di Suarez acqui-

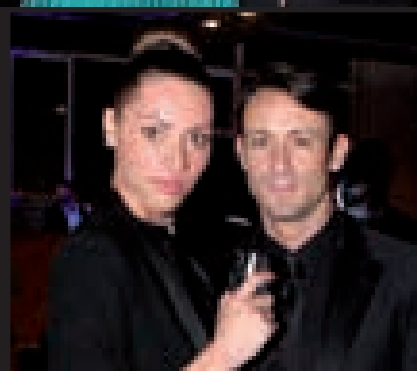




stata da Fabio Cannavaro a 2000 euro. Infine due pezzi più unici che rari: la maglia di **Ciro Ferrara** indossata durante la stagione del secondo scudetto del **Napoli** acquistata da **Paolo Cannavaro** a 5000 euro, la maglia di **Fabio Cannavaro** indossata durante la semifinale dei mondiali 2006 acquistata da **Federico Peluso** a 6500 euro.

L'aperitivo è stato offerto da **Dolce Vita food**, il dessert della cena dal noto Chef napoletano **Ilario Vinciguerra**, il caffè offerto da **Kimbo** e il catering capitanato da **Paolo Tortora** e **Ketty Mastrocinque**. La serata condotta da **Gianni Simioli** e **Maria Mazza**, madrina della serata e volto della **Fondazione**, ha visto il coinvolgimento musicale di **Gigi D'Alessio** con **Anna Tatangelo**, **Rocco Hunt**, **Clementino** e **Sal Da Vinci**, ma anche di momenti comici con **Barbara Foria** e **Peppe Iodice**. A concludere, due videomessaggi di due amici di **FCF Onlus**: il comico **Checco Zalone** e **Diego Armando Maradona**.

Alla cena di gala erano presenti anche **Marcello Lippi**, **Gianluca Zambrotta**, **Simone Barone**, **Federico Peluso**, **Antonio Floro Flores**, **Maria Mazza**, **Cecilia Capriotti**, **Maurizio de Giovanni**, **Clementino**, **Rocco Hunt**, **Gigi D'Alessio**, **Anna Tatangelo**, **Peppe Iodice**, **Massimiliano Rosolino**, **Erjon Bogdani**, **Pepe Reina** e **Christian Maggio**. ■





Firma i tuoi eventi al Grand Hotel Parker's

- Soggiorni in camere e Suites con vista sul golfo.
- Prima colazione con vista dalla splendida terrazza delle Muse.
Servizio disponibile anche alla clientela esterna:
dal lunedì al sabato dalle 7:00 alle 10:00, la domenica dalle 7:00 alle 11:00.
- Ristorante George, panoramico interno ed esterno, aperto tutti i giorni a pranzo e a cena.
- Organizzazione di feste ed eventi privati sul nostro roof garden.
- Programmazione personalizzata di matrimoni con la consulenza di Wedding Planners, Flower & Table setting designers.
- Incontri d'Arte: happening artistici e teatrali.
- Aperitivi tematici con musica dal vivo.
- Riunioni aziendali, colazioni di lavoro e cene di gala.
- Trattamenti benessere presso la Spa dell'hotel.

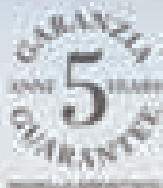
DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano





CAPRI WATCH®



CAPRICAPRI.COM

CAPRI - Via Camerelle, 31 - Tel. 081 837 7148