

W

MAGAZINE

11 EURO - FEBBRAIO 2017 Anno X N° 1

Moda

ANNA RUBINACCI

Essenziale linea
dell'eleganza

Eventi

**GIORNATE PROFESSIONALI
DI CINEMA A SORRENTO**

Prodotti cinematografici
varie ed qualità

Intervista

KITON

Un 2017 all'avanguardia

Eventi

PM Christmas party

Moda

LIU JO

Il frutto della passione

Eventi

CAPRI HOLLYWOOD 2016

Edizione n° 21 dedicata
ad Aino De Laurentiis

Disponibile su
App Store

**FATIMA
TROTТА**





Photo credit: ar. rindi.com

FENDI



MASSIMO BOTTIGLIERI
GIOIELLI
ISCHIA

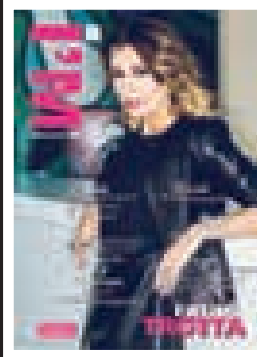
ISCHIA - CORSO VITTORIA COLONNA 188, 81075 IS44
WWW.MASSIMOBOTTIGLIERI.IT



BVLGARI
ROMA

B.zerol

IN COPERTINA



Fatima Trotta
ph Paolo Puopolo

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

Maria De Luca

Sergio Governale

Alessandra Militeri

Arianna Nardi

Graphic Design

Francesco Finizio

media.finizio@gmail.com

Fotografo

Marco Rossi

Distribuzione

Idea Marketing

Stampa

Arti Grafiche Boccia S.p.A. - Sa

Per la pubblicità

ph 081 263508

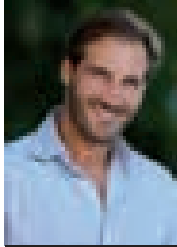
info@immagazine.it

I'M ONLINE

WWW.IMMAGAZINE.IT

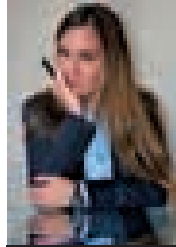


Follow us on:



L'Editore

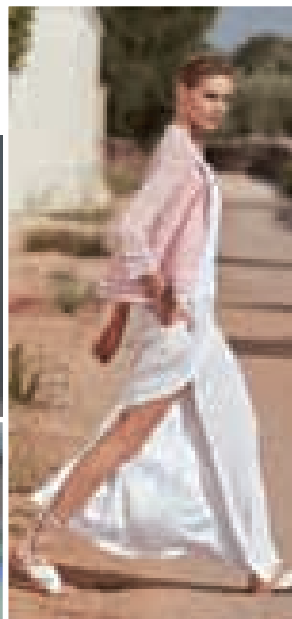
Maurizio Aiello



Il Direttore Responsabile

Ilaria Carloni

18



42



30

60

SOMMARIO



50

18 *Kiton*

UN 2017 ALL'AVANGUARDIA
DI SERGIO GOVERNALE

30 *LiurJo*

IL FRUTTO DELLA PASSIONE
DI SERGIO GOVERNALE

42 *Amina Rubinacci*

LA SOTTILE LINEA DELL'ELEGANZA
DI SERGIO GOVERNALE

50 *Fatima Trotta*

"MADE IN SUD" È COME UN FIGLIO
CHE NON POSSO ABBANDONARE
DI ILARIA CARLONI

60 *Di Meo*

VOLA AL KUNSTHISTORISCHES
DI ALESSANDRA CARLONI



YACHT-MASTER

L'orologio per gli amanti del mare, simbolo
di una tradizione nautica che risale agli anni '50.
Non segna solo l'ora, segna la storia.



OYSTER PERPETUAL YACHT-MASTER 40

Monelli

Orologeria Gioielleria

RIVENDITORE AUTORIZZATO
NAPOLI - VIA DEI MILLE, 12
NAPOLI - VIA S. BRIGIDA, 80/A

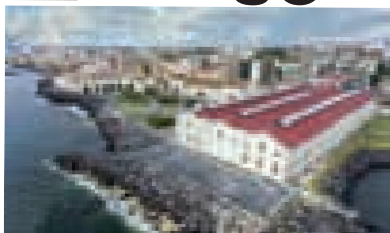
14



24



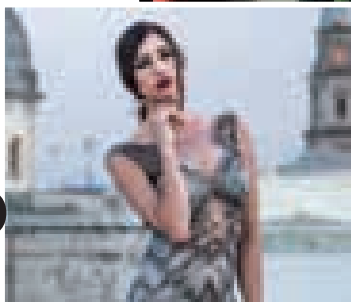
36



66



70



77



84



88

13 L'opinione

LA FILA

DI FABRIZIO CARLONI

14 Bellezza

UN NUOVO DISPOSITIVO AMBULATORIALE

PER LA CORREZIONE DELLE ORECCHIE PROMINENTI

DI IVAN LA RUSCA

24 Casina vanvitelliana

TRA ARTE E LEGGENDA

DI MARIA DE LUCA

36 Musco Nazionale Ferroviario di Pietrarsa

DI ARIANNA NARDI

64 Msc Crociere

49 DESTINAZIONI IN 32 PAESI ATTRAVERSANDO

TUTTI I CONTINENTI

66 Nuovi successi per Optima italia

70 I'M Model

FRANCESCA DE FILIPPO

77 Professionisti al top

TOMMASO RICOZZI

DI ALESSANDRA MILITERNI

80 Fotonotizie

84 Giornate professionali di cinema

PRODOTTI CINEMATOGRAFICI VARI E DI QUALITÀ

88 Capri Hollywood 2016

EDIZIONE N° 21 DEDICATA A DINO DE LAURENTIIS

92 Galà dei Delfini d'Argento 2016

SOMMARIO

1:30 AM
BTW HESTER & EATON
NEW YORK

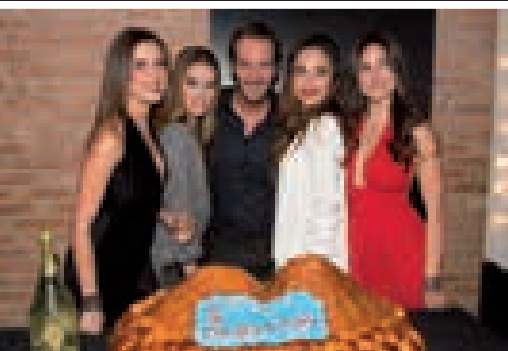


ROCKSTUD SPIKE

VALENTINO GARAVANI

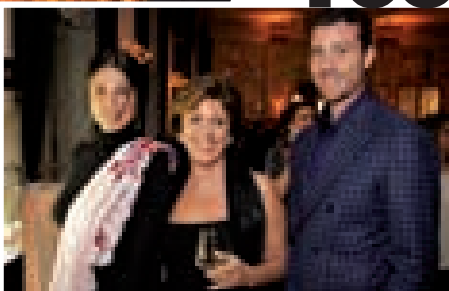
FOLLOW THE NEW YORK DIARY OF #ROCKSTUDSPIKE

WWW.VALENTINO.COM



96

106

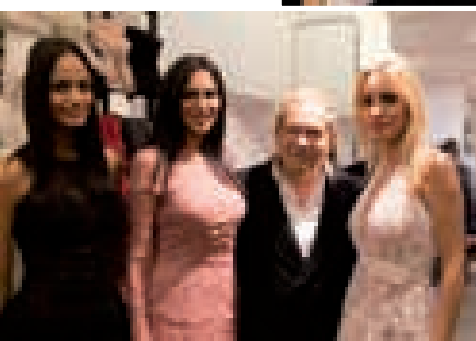


94 #Untaggable Party

A&C MOTORS ANTEPRIMA AUDI Q2

96 I'M Magazine

CHRISTMAS PARTY



120

106 Christmas Cocktail di Nappa e Vhernier

110 Di Meo porta Napoli a Vienna

IL PIRELLI DELL'ENOLOGIA COMPIE 15 ANNI

114 Cocktail Natalizio Volvo

116 Cocktail Event al nuovo Show Room Kilesa

118 Christmas Msc party

120 New collection Scervino tra luci natalizie

122 New opening Salmoiraghi & Viganò

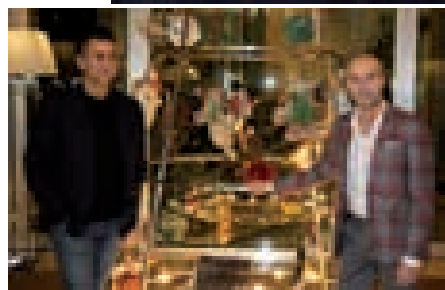
124 Ecco il Marble!

126 L'Albero d'artista firmato Ferrigno

128 Il The Art of performance Tour approda da Autorally



122



126



128

SOMMARIO



Blumarine



Chopard
EYEWEAR

LA FILA

DI FABRIZIO CARLONI



Una delle aggregazioni umane estemporanee cui nella storia si è fatto ricorso più frequentemente è la fila; parlo di quella successione di persone che su un fronte singolo o composto da più unità (in fila per uno, per due e via dicendo) aspettano di superare un controllo, una barriera o sono in attesa, più o meno disciplinatamente, di partecipare ad un evento, di usufruire di un servizio, di presentare un'istanza, di ritirare un documento od un piatto di minestra.

Nel passato anche recente la vista della "fila" faceva intuire allo spettatore che fosse in corso un avvenimento in qualche modo triste, seccante, preoccupante od impegnativo sul piano del tempo. Si fece, per esempio, la fila, da parte degli Ebrei, per attraversare il Mar Rosso nel corso dell'Esodo, la si dovette sostenere nella tragica ritirata di Dunkerque e nel rimbarco di Gallipoli; tutti i prigionieri di guerra od i civili concentrati nei lager, furono costretti a sostenere la fila per accedere al poco cibo che garantivano gli aguzzini; tutti i militari, sino alla mia generazione, dovettero farsene carico, con la gavetta, per accedere al rancio di colazione, mezzogiorno e sera. Mia madre (e qualcuno dei più anziani tra chi mi legge), ha dovuto fare la fila, tra la fine del 1943 e la prima metà del 1944, per ritirare la zuppa che il Vaticano assicurava ai romani ridotti dalla guerra alla fame. La piccola Tullia (mia madre), orfana di guerra, all'apertura dei cancelli della cucina popolare, più volte fu travolta dalla folla inferocita dalla miseria.

Ebbene, con l'evoluzione, diventata incalzante negli ultimi vent'anni, sembrava che la coda, insieme al telefono a filo, alla macchina da scrivere ed al monopattino fosse stata eliminata dall'incalzare del progresso. Ad una riflessione anche superficiale risulta, al contrario, come la formazione serpeggiante abbia soltanto subito un'ordinaria mutazione genetica. Capita tutti i giorni che un povero cristo coinvolto negli aspetti più malsani della globalizzazione, debba essere assoggettato ad una lunga attesa che non appare più come una coda perché ha perso la caratteristica fisica di un susseguirsi più o meno organico di persone.

Chi aspetta, infatti, di accedere alla pensione, al prelievo della raccomandata (in genere non consegnata dalla società che è stata pagata dal mittente per la consegna al domicilio del destinatario), di acquistare la medicina in farmacia, o di ritirare l'involto di pro-

sciutto al supermercato, deve assumere una sistemazione raffazzonata e non geometrica in uno spazio assimilabile ad un ovile o ad una latteria. Non prima di aver prelevato un numeretto da una macchina appositamente studiata, collegata con uno schermo che richiama l'utente od il cliente a raggiungere la postazione anonima di volta in volta indicata.

In alcuni casi, la prossimità fisica tra chi è ridotto a stazionare come una pecora nel gregge, e chi fa la parte del tosatore o mungitore (e con un pulsante convoca il primo per espletare il servizio per cui viene pagato), è impedita da un vetro blindato che si aggiunge ad un tornello o ad un bancone corazzato. In molte situazioni, per raggiungere l'operatore, si deve superare, come capita all'INPS e negli Ospedali, la barriera di vigilanti che raccolgono, in deroga alla legge sulla privacy, le prime confidenze di chi porta in cuore un segreto od un faccenda riservata (fanno eccezione le guardie giurate del Pronto Soccorso del Cardarelli di Napoli che per la propria professionalità e dedizione sembrano dei missionari laici). In alcuni monasteri o santuari particolarmente apprezzati, lo stesso cerimoniale è stato predisposto per le confessioni o per un colloquio che vorrebbe essere rasserenante con un parroco o con un asceta gratuito o prezzolato. Quello che rende questa tipologia di rituali inammissibile, è l'assoluta inconciliabilità tra la situazione che ho appena denunciata e le affermazioni di chi rappresenta le Istituzioni, le società gestrici, le banche o soggetti assimilabili, circa il debordare al proprio interno di risorse umane da ricollocare o licenziare. In poche parole, come è possibile che sul sistema bancario il noto e preoccupante esubero di dipendenti non consenta di chiudere gli sportelli al giusto e previsto orario invece di anticiparlo? Come si spiega che negli ospedali od all'INPS si debba attendere il proprio turno in una bolgia in cui si assiepano il prepensionato, il clandestino, l'incontinente e l'inabile?

La "fila" si è trasformata da seccante o tragica ottemperanza in cui si aveva almeno la consolazione del rapporto umano con il vicino o con il dispensatore del servizio, in un fatto caotico ed asettico dominato dai numeri, dall'arroganza di chi opera e dai display. In cui l'unico tepore che serve ad affievolire la preoccupazione o la tensione producendo torpore, è prodotto dai calorifici o dagli effluvi da traspirazione dei corpi sudati del gregge che si fondono con quelli emessi dagli addetti frustrati. ■

carloni.f2@libero.it

La "fila" si è trasformata da seccante o tragica ottemperanza in cui si aveva almeno la consolazione del rapporto umano con il vicino o con il dispensatore del servizio, in un fatto caotico ed asettico dominato dai numeri, dall'arroganza di chi opera e dai display.



Bellezza

UN NUOVO DISPOSITIVO AMBULATORIALE PER LA CORREZIONE DELLE ORECCHIE PROMINENTI

DOTT. IVAN LA RUSCA

Da pochi mesi è in commercio un nuovo strumento, per offrire ai pazienti una soluzione all'annoso problema delle orecchie prominenti. Parliamo di un'innovativa opzione di trattamento per i pazienti insoddisfatti delle loro orecchie ad ansa, dette anche "a sventola". È un trattamento ambulatoriale, non paragonabile al comune intervento chirurgico sia come rischi che come tempi di ripresa, eseguibile con una limitata anestesia locale (come dal dentista), rapido e dai tempi di recupero veloci. EarFold® è un prodotto Allergan, leader nella chirurgia estetica. Si contraddistingue dai precedenti interventi di otoplastica per le seguenti caratteristiche: trattamento mininvasivo; si esegue in anestesia locale; corregge le orecchie ad ansa in 5-20 minuti; risultato prevedibile e permanente; reversibile, se necessario; corregge in modo permanente le orecchie prominenti, sia negli adulti che nei bambini dai 7 anni d'età. La procedura prevede un piano di trattamento personalizzabile.

Una delle differenze con la tecnica tradizionale di otoplastica chirurgica, è l'impiego di un presidio denominato "PreFold". Utilizzato da mani esperte, è possibile visualizzare in anteprima il risultato e prevedere il grado di correzione ottenibile. In base a questa valutazione, il professionista determinerà il numero ottimale di impianti da utilizzare e la posizione migliore per ottenere il risultato desiderato. Il tutto anche per concordare con il paziente il grado di correzione desiderato, prima dell'intervento vero e proprio. La procedura ambulatoriale consiste nel posizionare l'EarFold®, al di sopra della cartilagine. Si tratta di una piccola clip in Nitinol, una particolare lega metallica, impiantabile e specificatamente progettata per mantenere la forma dell'orecchio prestabilita. EarFold® consente di creare una nuova piega al livello dell'antelice o accentuare la piega naturale dell'orecchio, con una piccola incisione che richiede solo uno o due punti di sutura. L'intervento viene eseguito in anestesia locale, dura circa 20 minuti, con dimissione immediata. La differenza principale dall'intervento classico è che non necessita di bendaggi ed ha rapidi tempi di guarigione. Il paziente difatti, così come dopo un trattamento di medicina estetica,



È un trattamento ambulatoriale, non paragonabile al comune intervento chirurgico sia come rischi che come tempi di ripresa, eseguibile con una limitata anestesia locale (come dal dentista), rapido e dai tempi di recupero veloci.

può ritornare immediatamente alle proprie attività quotidiane e/o lavorative. Il trattamento, anche se relativamente nuovo, è basato su una casistica di oltre 2 anni di pazienti trattati in Inghilterra mediante uno studio pilota. Coloro che si sono sottoposti al trattamento EarFold® hanno mostrato un'elevata soddisfazione per gli esiti. Essendo una tecnica relativamente nuova è necessario rivolgersi ad esperti specialisti che hanno eseguito un corso specifico di formazione, e sono dunque in grado di valutare chi è veramente candidato a tale procedura ed ottenere risultati ottimali. ■

VHERNIER.COM



VHERNIER

MILANO

BIAGI AND COMPANY

NAPPA GIOIELLI

Via Filangieri 45 - Napoli
www.nappagioielli.it



HARMONT & BLAINE BOUTIQUE
Napoli - Piazza dei Martiri ang. Via Calabritto



Harmont & Blaine

#MEDITERRANEANLIFE

i'M made in Naples



KITON

Un 2017 all'avanguardia

*Il vice presidente Paone: stile più moderno,
con un fitting che interpreta le esigenze del nostro cliente,
coniugando eleganza e comodità.*

18

DI SERGIO GOVERNALE

i'M GENNAIO-FEBBRAIO 2017



Antonio Paone

Sarà un 2017 all'avanguardia per Kiton, con uno stile più moderno, con un fitting che interpreta le esigenze del nostro cliente, coniugando eleganza e comodità. Parola di Antonio Paone, vice presidente di Kiton, che nel gruppo riveste anche il ruolo di numero uno di Kiton Corporation, la controllata a stelle e strisce che si occupa di gestire gli affari negli States.

Partiamo dalla filosofia di suo zio Ciro, che ha reso grande il brand in tutto il mondo.

Preferisco per una volta far parlare gli altri, perché è ovvio parlarne bene per un familiare come me. Cito l'amministratore delegato di Pitti Immagine Raffaello Napoleone che, in occasione dell'edizione 2017 di Pitti Immagine Uomo a Firenze, ha deciso di dedicare a mio zio un evento speciale, un progetto espositivo intitolato "Due o tre cose che so di Ciro".

Che cosa ha detto?

Riporto integralmente le sue parole: "Per noi di Pitti Immagine, Ciro Paone è sempre stato un riferimento di simpatia, eleganza, visione e coraggio e il suo lavoro un esempio di ricerca e al tempo stesso di salvaguardia della tradizione. Rappresenta il meglio della sartoria contemporanea e, al tempo stesso, uno degli imprenditori più illuminati della moda italiana: una storia che parte da Napoli e da qui va alla conquista del mondo. Due o tre cose che so di Ciro sarà un'immersione nel gusto, nella passione e nell'inflessa dedizione alla causa del bello, che attraversano la vita e la carriera di Ciro Paone. Un ringraziamento dovuto a lui e alle persone che con lui condividono questa storia aziendale, per quanto hanno fatto e faranno in futuro".

Passiamo a Kiton oggi e ai numeri: come si è chiuso il 2016?

Ancora in crescita. Il fatturato è salito a 115 milioni di euro.

Quante boutique avete aperto in giro per il mondo negli ultimi dodici mesi?

Nel 2016 abbiamo inaugurato cinque boutique monomarca: il secondo ne



gozio a Tokyo nel quartiere di Ginza, Taipei, Ho Chi Minh, la terza boutique di Mosca e Montecarlo. Ad esse si aggiunge la ristrutturazione del flagship di Monaco di Baviera con l'apertura del secondo piano interamente dedicato all'esperienza bespoke. Inoltre, registriamo due relocation – Daegu in Corea e Miami – e stiamo definendo gli ultimi dettagli dell'apertura di Palazzo Kiton a Parigi. Segnaliamo anche l'apertura di due shop in shop a Beverly Hills e a Mosca.

Quante altre prevedete di aprirne nel 2017?

Apriremo sicuramente la seconda boutique di Miami al Brickell City Centre e la boutique di Cannes.

Più in generale, in quali Paesi siete presenti e come presidiate i mercati internazionali?

La nostra presenza distributiva si sostanzia negli Stati Uniti, Europa e Asia. Permetta una completa elencazione, ci tengo: Milano, Roma, Venezia, Capri, Londra, Parigi, Montecarlo, Monaco, Amburgo, Koeln, Dusseldorf, Zurigo, Vienna, Barcellona, Courchevel, due a New York, Miami, Houston, Las Vegas, San Francisco, due a Mosca, due a San Pietroburgo, Ekaterinburg, Kiev, Baku, Astana, Tashkent, due a Tokyo, Osaka, Pechino, due a Chengdu, Shenyang, Xian, Hangzhou, Hong Kong, due a Macao, cinque a Seul, Daegu, Singapore, Ho Chi Minh, Dubai e Abu Dhabi. Presidiamo i mercati sia attraverso il canale retail monomarca che attraverso i più esclusivi retail internazionali.

Lei è il leader di Kiton Corporation: com'è organizzato il gruppo negli Stati Uniti?

A New York è presente Palazzo Kiton sulla cinquantaquattresima strada, il nostro quartier generale



Il 2017 si apre con il grande evento ospitato da Pitti Immagine a Firenze, all'interno del quale il nostro fondatore ha ricevuto un esclusivo premio alla carriera. Dal 10 al 12 gennaio, inoltre, è stata allestita una mostra sulle passioni di Ciro Paone.

“

20

”



PATRIZIA PEPE





“Kiton è sinonimo di eccellenza e si è affermato grazie alla cura e alla passione che animano la creazione di ogni capo, rigorosamente fatto a mano. Ago e filo sono gli strumenti utilizzati dai sarti Kiton, le cui abili mani danno vita a prodotti unici.”

con gli uffici amministrativi, la boutique e lo showroom. In totale vi sono 27 dipendenti.

E in Italia?

La sede centrale è ad Arzano, dove ci sono gli uffici amministrativi e la produzione del capospalla uomo-donna, camice, calzature e cravatte. A Parma produciamo lo sportswear, a Fidenza la maglieria e a Biella abbiamo il lanificio da cui nascono i nostri tessuti esclusivi, i migliori al mondo. A Milano, invece, in via Pontaccio risiede Palazzo Kiton, il nostro showroom.

Quali saranno le novità del marchio nel 2017?

Il 2017, come detto, si apre con il grande evento ospitato da Pitti Immagine a Firenze, all'interno del quale il nostro fondatore ha ricevuto un esclusivo premio alla carriera. Dal 10 al 12 gennaio, inoltre, è stata allestita una mostra sulle passioni di Ciro Paone. Altre novità le vedrete nel corso dell'anno.

Quale sarà il filo conduttore dell'anno venturo per i capi made in Naples?

L'avanguardia, uno stile più moderno, con un fitting che interpreta le esigenze del nostro cliente, coniugando eleganza e comodità.

Che cosa caratterizza i vostri prodotti?

Fautore di un'eleganza senza tempo, Kiton è sinonimo di eccellenza e si è affermato grazie alla cura e alla passione che animano la creazione di ogni capo, rigorosamente fatto a mano. Ago e filo sono gli strumenti utilizzati dai sarti Kiton, le cui abili mani danno vita a prodotti unici impreziositi da tessuti di altissima qualità, come i filati di pura vicuña, i cashmere, lane e sete pregiate. L'universo Kiton è permeato da una duplice ambizione: mutare i punti di forza dall'antica tradizione sartoriale napoletana e avere lo sguardo sempre rivolto al futuro. La continua ricerca nella progettazione dello stile, nei tessuti e nei processi di produzione e organizzazione aziendale rende Kiton un'azienda che ha nell'innovazione la propria cifra distintiva.

L'azienda è da molti anni nel panel delle società quotabili secondo Pambianco, nonché presente nel progetto Elite di Borsa Italiana: voi non amate i listini azionari ma, dica la verità, escludete categoricamente lo sbarco sui mercati finanziari o avete iniziato a pensarci come ipotesi di lungo termine?

Diciamo che al momento non siamo interessati né alla Borsa né all'ingresso dei grandi fondi finanziari internazionali. ■



frankie morello



Casina vanvitelliana

Tra arte e leggenda

24

DI MARIA DE LUCA

i'M GENNAIO-FEBBRAIO 2017



Passeggiando sull'antico lungomare di Bacoli, nella provincia ovest di Napoli, ci troviamo esattamente al centro, in un lembo di terra, tra il lago Fusaro ed il mar Tirreno. Non sappiamo proprio scegliere quale delle due coste classificare come la più bella, ma possiamo sicuramente parlarvi di cosa c'è da visitare in loco.

Sulla costa del mare, si può ammirare il panorama delle isole di Ischia e Procida, che insieme a Bacoli e Pozzuoli formano il territorio dei Campi Flegrei. Camminando troviamo la stazione della

Cumana, una funivia che dal mare porta all'interno della costa. Una volta raggiunta la fermata Fusaro, possiamo ammirare tutta la splendida riva del lago così chiamato.

Ci troviamo esattamente nel cuore del parco Vanvitelliano la cui storia ha origini antichissime: fortemente voluto dai Borboni agli inizi della seconda metà del 1700, e completato con la splendida casina di caccia nel 1782.

La famigerata casina Vanvitelliana prende il nome dal suo architetto: il noto Luigi Vanvitelli che la costruì secondo lo stile neoclassico dell'epoca. È un casino di caccia, commissionato al-



l'artista da Fernando IV di Borbone, per ritirarsi privatamente e lontano dalla corte con i suoi illustri ospiti.

La casina fu utilizzata per anni come luogo di ostricoltura, grazie alla larga diffusione di questi molluschi nel lago Fusaro.

Ha un'architettura molto complessa, con piante ottagonali che si intersecano una sull'altra fino a creare una pagoda all'apice, con larghe vetrate e strutture interne in legno, così come il ponte che la collega alla riva. Essa vi è poco distante e la piccola spiaggia alla fine del pontile era un lussuoso e intimo luogo di relax per i sovrani.

Secondo la leggenda la casina è stata l'abitazione della celebre fata Turchina, personaggio del libro "Le avventure di Pinocchio" dello scrittore Collodi. Storia fantastica alimentata dal fatto che molte scene del lungometraggio di Comencini, ispirato al racconto, siano state girate proprio qui. Altre leggende narrano che la casina sia tuttora abitata da fantasmi di alto calibro, tra cui quello del compositore Wolfgang Amadeus Mozart, anch'egli ospitato per un periodo nella casina reale.

Attraversando il caratteristico pontile vi sembrerà davvero di essere entrati in un luogo magico, soprattutto di sera, quando intorno a voi

La famigerata casina Vanvitelliana prende il nome dal suo architetto: il noto Luigi Vanvitelli che la costruì secondo lo stile neoclassico dell'epoca. È un casino di caccia, commissionato all'artista da Fernando IV di Borbone, per ritirarsi privatamente e lontano dalla corte con i suoi illustri ospiti.



Secondo la leggenda la casina è stata l'abitazione della celebre fata Turchina, personaggio del libro "Le avventure di Pinocchio" dello scrittore Collodi. Storia fantastica alimentata dal fatto che molte scene del lungometraggio di Comencini, ispirato al racconto, siano state girate proprio qui.

non c'è altro che un lago scuro illuminato dalle tenui luci della casina. Entrando nella struttura vi troverete senza dubbio all'interno di una casa delle fate, con tralicci in legno e alti soffitti, frutto della mano abile dell'architetto Luigi e del figlio Carlo Vanvitelli, che continuò l'opera incompiuta del padre portandola a termine.

Non vi resta quindi che visitare l'affascinante luogo e portare i vostri bambini a conoscere la cultura di questo storico territorio napoletano, soprattutto se racconterete loro la leggenda della fata Turchina.

Il sito ufficiale è: www.parcovanvitelliano.it

La struttura è aperta soltanto durante il weekend, dalle 15.00 alle 19.00 il sabato, e dalle 11.00 alle 19.00 la domenica, con ingresso gratuito.

Oltre alla casa è interessante visitare l'intero parco, luogo ricco di storia, miti e leggende. ■





BOUTIQUE DODO NAPOLI
VIA GASTANO FLANDRINI, 36 - TEL. 081-406349
dodo.it

LIU·JO

Il frutto della passione

Il patron Marco Marchi racconta lo spirito del brand. La promessa: "Nel 2017 ne vedrete delle belle"

DI SERGIO GOVERNALE

Glamour, femminilità, Italian style e qualità sono solo alcune delle parole chiave che costituiscono la filosofia di Liu Jo. Un brand frutto della passione dei fondatori, che ne hanno fatto un must nel panorama del fashion made in Italy. Parola del patron Marco Marchi, che racconta la storia che ha reso grande il marchio nel mondo. "Il 2016 è stato un anno straordinario e nel 2017, vi assicuro, ne vedrete delle belle", promette l'imprenditore emiliano.

Partiamo dagli inizi: vuole ricordare come nasce il marchio?

Il brand nasce dalla volontà mia e di mio fratello Vannis – entrambi nati e cresciuti a Carpi, uno dei distretti tessili più famosi e importanti della nazione – di mettere in pratica la nostra expertise di settore e la nostra voglia di metterci in gioco. Forti del nostro legame col territorio e della nostra esperienza imprenditoriale, nel 1995 abbiamo deciso di dare vita a questa creatura bellissima che è Liu Jo: col tempo abbiamo ampliato il range di offerta prodotto e siamo cresciuti, anno dopo anno, in maniera esponenziale. Ventuno anni dopo posso dire sicuramente che la nostra è una storia di successo, che ha alle spalle tanto lavoro e soprattutto tantissima dedizione.

Che cosa rappresenta oggi l'azienda nel panorama della moda femminile?

È una realtà riconosciuta in Italia e all'estero per i valori di cui è testimone. Glamour, femminilità, Italian style e qualità sono solo alcune delle parole chiave che costituiscono la nostra filosofia. Migliaia di donne scelgono ogni giorno di vestire Liu Jo apprezzando del nostro brand la capacità di rinnovarsi ma, al contempo, un Dna chiaro ed estremamente riconoscibile. Abbiamo lavorato in questi anni perché il marchio raccontasse una storia vicina alle donne nelle collezioni e nell'attitudine e crediamo di esserci riusciti.

Il brand nasce dall'amore tra lei e la sua fidanzatina soprannominata Liu, che la chiamava Jo: è ancora la passione a caratterizzare i vostri prodotti?

È vero, alla base del nome del marchio c'è un amore adolescenziale che ricordo ancora con affetto, la cui passione – allora estremamente giovane – aveva portato me e la mia fidanzatina dell'epoca a 'costruire' insieme qualcosa: un nomignolo per entrambi. La passione che allora mi alimentava è rimasta ed è sicuramente cresciuta. Oggi posso dire che proprio la passione è la base del mio lavoro e di tutto quello che Liu Jo rappresenta. L'entusiasmo e la voglia di fare non sono altro che testimonianze della passione che nutro





per questo lavoro, per le sfide continue che mi riserva, per l'innovazione, per la ricerca stilistica, per le tendenze moda, per il bello in senso lato. Tutto questo è passione. Tutto questo per me è Liu Jo.

Qual è la mission aziendale?

Alla base della filosofia creativa c'è da sempre la volontà di esaltazione della naturale femminilità e bellezza di ogni donna, espresse attraverso uno stile raffinato, glamorous, sempre aperto alle interpretazioni personali e alle riletture delle nostre donne ma mai eccessivo, mai sopra le righe. Lavoriamo da più di vent'anni con entusiasmo ed energia, cercando di proporre creazioni contemporanee e attraenti, caratterizzate da quella che è la nostra identità: una cifra stilistica chiara e riconoscibile, supportata da un livello di produzione che combina la selezione dei migliori materiali con uno studio attento e scrupoloso dei dettagli. Crediamo che sia estremamente importante garantire una gamma rinnovata e sempre attuale di capi e accessori unici, a testimonianza della nostra continua inclinazione verso i principi di ricerca e qualità.

Cosa c'è dietro l'ideazione e la realizzazione di ogni capo e di ogni collezione?

C'è una squadra coesa, dinamica e ambiziosa che guarda al futuro con determinazione e intuito, ma so-



Marco Marchi

prattutto con il desiderio di trasmettere il gusto naturale per le cose belle. È il gusto che ci muove ogni giorno e che ci fa creare con passione. L'azienda nasce da una visione imprenditoriale pragmatica e concreta. Affonda con convinzione le proprie radici nella solidità dell'esperienza e del know-how carpigiano e italiano. Come detto, il legame col territorio è per noi qualcosa di fondamentale da sempre ed è il motivo per cui rimaniamo fedeli ai valori di eleganza e affidabilità, di classe e seduzione. Si tratta di valori irrinunciabili, in-





“Oggi Lìu Jo è una realtà riconosciuta in Italia e all'estero per i valori di cui è testimone. Glamour, femminilità, Italian style e qualità sono solo alcune delle parole chiave che costituiscono la nostra filosofia.”

sieme simbolo e traguardo del nostro lavoro di questi anni.

Il marchio da qualche anno non riguarda più soltanto l'universo femminile: vuole fare una panoramica delle vostre collezioni?

Come Lìu Jo proponiamo collezioni apparel e accessori che rappresentano una offerta di total look a 360 gradi. Andiamo dalle collezioni apparel main – come la Black Label, la White Label e la Gold Label – al mondo denim con la Lìu Jo Blue Denim, dal mondo leisurewear con la Lìu Jo Sport agli imbottiti della collezione Les Plumes, dalla linea Lìu Jo Beachwear alle collezioni Lìu Jo Accessories e Lìu Jo Shoes, naturali complementi della proposta apparel. E per finire alla linea Lìu Jo Junior & Baby, per le più piccole che hanno già dentro un po' dello “spirito” Lìu Jo. Da qualche anno alcune licenze importanti sono andate a completare la rosa della proposta che sta sotto il “cappello” Lìu Jo. Tra queste, la Lìu Jo Luxury, la Lìu Jo Eyewear, la Lìu Jo Fragrances e la linea Lìu Jo Uomo. Proprio quest'ultima collezione è gestita in licenza dall'azienda partenopea CoCaMa Srl dal 2012. Le collezioni di Lìu Jo Uomo sono pensate per un pubblico estremamente attento alle tendenze moda e all'innovazione e propongono capi frutto di un'accurata sele-

zione dei tessuti e di una speciale cura dei processi di lavorazione, che rendono questa proposta maschile estremamente apprezzata. Mi fa molto piacere che questa linea declini il linguaggio Lìu Jo al maschile.

Anche la collezione Luxury è il frutto della collaborazione con una società partenopea, vero?

Sì. Con Lìu Jo Luxury la partnership procede molto bene. Ormai la collaborazione con Nardelli Luxury prosegue dal 2006 e rappresenta un altro dei tasselli fondamentali che completa l'immagine di marca. Siamo molto contenti di lavorare assieme e sempre con grande entusiasmo. I gioielli e gli orologi della collezione traducono le ispirazioni più glamour del settore e sono ormai degli accessori irrinunciabili per tutte le donne che amano vestire Lìu Jo e che ci seguono.

Passiamo alle novità: a Natale avete presentato una borsa particolare...

Sì, siamo tornati in Tv a dicembre con una nuova it bag, una borsa per la stagione primavera-estate 2017 in cui crediamo moltissimo e che incarna tutti i valori di marca. È glamour, morbida, inclusiva e versatile, come le nostre donne. Nello spot abbiamo voluto evidenziare questa sua versatilità, questa sua capacità di essere sempre e comunque al fianco della donna che la indossa. Abbiamo scelto una canzone iconica come “Io che non vivo senza te” per raccontare proprio questo legame fortissimo che lega le donne alle loro borse, fedeli alleate che interpretano stile, umori e necessità. Ci sembrava bello poter omaggiare questo legame speciale con un progetto di comunicazione di questa portata.

La campagna primavera-estate 2017 punta sull'amicizia con lo slogan #StrongTogether: vuole spiegare perché?

Anche in questo caso, il focus principale della nostra comunicazione rimangono le donne: quelle a cui parliamo, quelle che comprano Lìu Jo, quelle che cerchiamo di non deludere mai. #StrongTogether è un concept fortemente positivo, giunto alla sua seconda stagione, che pone un accento importante sulla forza proverbiale delle donne e sulla loro eccezionale capacità di essere forti insieme, di essere complici. Il filo

TAGLIATORE



91° Pitti Immagine Uomo
10-13 gennaio 2017
paladino centrale
piano inferiore
www.tagliatore.com



che lega le donne, quando c'è la complicità femminile, ha un fascino e una determinazione di cui volevamo farci portavoce. Il volto di questa nuova campagna è quello di due top bellissime, Martha Hunt e Jasmine Tookes, che prima di essere bellezze universali sono amiche nella vita vera e sono donne sincere, fresche, positive. Due ragazze estremamente social, amate anche e soprattutto per la loro spontaneità. Ci piaceva che un messaggio così positivo fosse affidato a due volti giovani, freschi, contemporanei.

Ci può dare qualche anticipazione sui futuri prodotti?

Stiamo lavorando molto a livello di ricerca stilistica. Cerchiamo di non tralasciare nulla in fatto di tendenze e le nostre collezioni ci seguono in questo processo di aggiornamento costante. In particolare il lavoro sulla categoria denim sta impegnando moltissime delle nostre energie ormai da diverse stagioni. Fit e lavaggi sono ora tanti e variegati e sono felice di dire che nella prossima stagione riusciranno davvero a soddisfare le esigenze di tutte le nostre clienti. Il denim è un tessuto che ci permette poi di lavorare moltissimo a livello di innovazione e performance di prodotto. Nella stagione autunno-inverno 2016 abbiamo lanciato il nostro prodotto-eroe Bottom Up Amazing Fit, che sarà protagonista delle nostra prossima primavera-estate 2017. Questo denim rappresenta l'unione del know-how del brand e dell'avanzata tecnologia brevettata Isko Blue Skin, il rivoluzionario tessuto bi-stretch elasticizzato sia in trama sia in ordito che espande le potenzialità della nostra tela jeans, distinguendosi per flessibilità, capacità modellante e – primo fra tutti – effetto bottom up. Questo denim è nato per accompagnare ogni donna, ogni giorno, in ogni momento, mettendo comfort e stile al primo posto e siamo molto contenti del risultato.

In quanti Paesi siete presenti?

Oggi siamo presenti in circa 50 Paesi e tre diversi continenti: Europa, Africa e Asia.

Dove avete intenzione di arrivare o di rafforzarvi?

Ci stiamo continuando a ramificare in Europa, dove il presidio su alcuni mercati strategici – come la Francia, la Spagna, il Belgio e la Germania – è ora più che mai fondamentale e si sta fortificando. Basti pensare che abbiamo aperto tre nuove store a Parigi solo nel 2016. Tra le aperture più significative degli ultimi mesi, due a Londra, in King's Road e in Marylebone High Street, che testimoniano anche un rafforzarsi nella capitale londinese. Abbiamo inoltre lavorato sulla nostra presenza anche in Far East, con due nuovi store in Vietnam e a Singapore. In linea generale, posso inoltre dire il Middle East rimane poi sempre un'area per noi molto interessante.

Quanti sono oggi i vostri punti vendita?

Ad oggi la nostra rete distributiva conta più di 350 punti vendita monomarca e circa 5.500 multimarca nel mondo. Di questi, circa 145 monomarca (boutique e corner) e oltre tremila multimarca e specialty store indipendenti sono in Italia. All'estero – principalmente in Europa, Middle East e Asia – i monomarca (boutique e corner) sono invece circa 220 e i multimarca indipendenti circa duemila.

In dieci anni avete raddoppiato il fatturato: come si è chiuso il 2016?

Solo tra qualche mese potremo avere i dati definitivi di fatturato relativi al 2016. Di certo questo è stato un anno fantastico sotto tanti punti di vista, ricco di riscontri positivi: abbiamo avuto delle campagne stampa fortissime – prima #Viceversa dalla primavera-estate 2016, poi dalla stagione autunno-inverno 2016 il concept #StrongTogether –, il lancio del nostro Bottom Up Amazing Fit, il ritorno in Tv con una it bag eccezionale, un tour di eventi speciali in alcune tra le più importanti città italiane e estere – Younique Tour – dedicato alla personalizzazione del denim, progetti social a 360 gradi con alcune delle più influenti blogger del momento e tantissime soddisfazioni dal punto di viste delle collezioni e del prodotto. La nostra è un'azienda che non sta mai ferma. Questo dinamismo è la nostra forza e anche nel 2017 posso assicurare che ne vedrete delle belle. ■



MARK IT





MUSEO NAZIONALE FERROVIARIO DI PIETRARSA

36

DI ARIANNA NARDI

i'M GENNAIO-FEBBRAIO 2017



Il museo, gestito dalla Fondazione Ferrovie dello Stato Italiane, sorge proprio dove era ubicato il reale opificio borbonico di Pietrarsa; struttura concepita come industria siderurgica nel 1840 per volere di Ferdinando II di Borbone ed in seguito, dal 1845, divenuta la prima fabbrica di locomotive a vapore del Regno delle Due Sicilie e della Penisola.

Viaggiare è sinonimo di distanza, e se è vero che per certi versi la lontananza ci spaventa, per altri l'idea dell'ignoto ha sempre esercitato un grande fascino sull'uomo. Oggi, che sia per curiosità, piacere o lavoro, l'atto di spostarsi è divenuto parte integrante della routine quotidiana. Un'abitudine che oltre a costituire una necessità continua, occupa una porzione significativa della giornata. Nulla di speciale agli occhi di noi moderni cosmopoliti che muniti di pratici trolley e ventiquattrore sfrecciamo avanti e indietro in-

tenti a fare lo slalom gigante tra le linee metropolitane e le file degli aeroporti. In realtà, se si pensa che fino a 150 anni fa gli aeroplani o le metropolitane non esistevano nemmeno, tutto ciò rappresenta un traguardo rivoluzionario. Nel vecchio secolo le lunghe distanze venivano percorse esclusivamente in treno; teatro di partenze, ritorni e, talvolta, addii. Si tratta di un mezzo di trasporto che racchiude un fascino infinito, dal quale sono passate e continuano a passare le storie delle persone.

Storie ripercorribili al Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa, uno dei luoghi simbolo dell'heri-





Percorrendo le varie sezioni si ha l'impressione di compiere un vero e proprio viaggio nel tempo; un lungo percorso attraverso lo sviluppo del trasporto partenopeo, dalla prima ferrovia Napoli-Portici, fino ad arrivare all'apertura della Cumana e all'inaugurazione della prima linea ad Alta Velocità Napoli-Roma.

tage delle Ferrovie dello Stato Italiane. Testimone di un lungo percorso di sviluppo, il museo, gestito dalla Fondazione Ferrovie dello Stato Italiane, sorge proprio dove era ubicato il reale opificio borbonico di Pietrarsa; struttura concepita come industria siderurgica nel 1840 per volere di Ferdinando II di Borbone ed in seguito (dal 1845 per la precisione) divenuta la prima fabbrica di locomotive a vapore del Regno delle Due Sicilie e della Penisola. Oggi la struttura si estende per 36mila metri quadrati, di cui 14mila situati all'interno di un'area coperta, ed è divisa in sette padiglioni, all'interno dei quali è conservato il materiale espositivo. Nel piazzale del complesso si è accolti da una maestosa statua in ghisa di re Ferdinando che indica il luogo di costruzione delle officine ferroviarie. Percorrendo le varie sezioni si ha l'impressione di compiere un vero e proprio viaggio nel tempo; un lungo percorso attraverso lo sviluppo del trasporto partenopeo, dalla prima ferrovia Napoli-Portici, fino ad arrivare all'apertura della Cumana e all'inaugurazione della prima linea ad Alta Velocità Napoli-Roma. Nel padiglione ex-montaggio, ossia il Padiglione

A, si concentra il maggior numero di treni storici. Degna di nota è la riproduzione fedele della Bayard (primo treno della tratta Napoli-Portici del 1839), realizzata nel 1939 in occasione del centenario delle Ferrovie dello Stato. La storia vuole che la cosiddetta "gemella della Vesuvio", che il 3 ottobre del 1839 inaugurò la storia delle Ferrovie italiane, percorse in circa 10 minuti il primo tratto di strada ferrata della penisola con a bordo Ferdinando II, la famiglia reale e la corte. Proseguendo si trovano i Padiglioni B e C, in antichità aree riservate alle caldarerie e ai forni. Nel primo è conservato un altro pezzo di storia della monarchia: la carrozza 10 del Treno reale, costruita dalla Fiat nel 1929 in occasione delle nozze di Umberto II di Savoia con Maria Josè del Belgio. La carrozza, dal 1946 divenuta "Presidenziale", è stata donata al Museo da Francesco Cossiga nel 1989 e si distingue dalle altre per gli sfarzosi interni. Pensate che all'interno del salone si trova un tavolo in mogano lungo otto metri in grado di ospitare ben ventisei persone, mentre il soffitto è abbellito da lamine d'oro e medaglioni con gli stemmi delle quattro repubbliche marinare. Nel





HAMAKI-HO

Pitti Immagine Uomo 10-13 January • Cortile dell'Animato, Fortezza da Basso - Florence

Modetabrick 22-23 January • Amsterdam RAI - Amsterdam

Padiglione C sono invece in mostra cinque carrozze, quattro Littorine ed altri mezzi fra cui l'automotrice elettrica E.623 "ex Varese" e tre locomotori a corrente continua. Il Padiglione D è interamente dedicato alle locomotive diesel; qui ne sono esposte cinque, alcune delle quali contribuirono addirittura all'eliminazione della trazione a vapore su alcune linee prima che si passasse a quella elettrica. Completano la sezione altre tre locomotive da manovra, tra cui la 207 "sogliola", così soprannominata per le sue fattezze. Passando per la sala cinema, situata all'interno del Padiglione E, si raggiungono gli ultimi due settori del museo. Il primo è riservato agli utensili e ai macchinari delle antiche officine, mentre il secondo (ex reparto tornerie risalente al 1840) rappresenta l'edificio più antico del complesso. Conosciuto come "La Cattedrale" - visti gli immensi archi a sesto acuto che lo caratterizzano - il Padiglione G è casa di vari modelli di treni Bayard, nonché sede espositiva del celebre plastico Brunetti, modello in scala noto anche come plastico del "Trecento-treni", un modello in scala dalle notevoli di-



Nel padiglione ex-montaggio, si concentra il maggior numero di treni storici. Degna di nota è la riproduzione fedele della Bayard (primo treno della tratta Napoli-Portici del 1839), realizzata nel 1939 in occasione del centenario delle Ferrovie dello Stato.

mensioni di 41 mq di superficie, 18 metri di lunghezza, più di 2 metri di larghezza realizzato a partire dagli anni '60 dall'ex ferroviere Otello Brunetti. Infine, nello stesso ambiente è possibile ammirare alcuni modelli di traghetti della flotta FS ed oggetti e macchinari provenienti da navi traghetto demolite. ■

Il Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa è aperto ai visitatori il giovedì dalle 14:00 alle 20:00, il venerdì dalle 9:00 alle 16:30, il sabato, la domenica ed i festivi dalle 9:30 alle 19:30. Dal lunedì al mercoledì si accettano grandi gruppi solo su prenotazione. L'ingresso al Museo è consentito fino a 30 minuti prima della chiusura prevista. L'ingresso è gratuito per minori sotto i 6 anni e per i visitatori diversamente abili ed il loro accompagnatore. È possibile acquistare il biglietto di ingresso sia in biglietteria che online.

Telefono: 081 472003

Sito Web: www.museopietrarsa.it

Info: museopietrarsa@fondazionefs.it





A fashion advertisement for Albano. Two models are posed against a white wall decorated with large, expressive brown paint splatters. The model on the left is a white woman with blonde hair in a high ponytail, wearing a light blue blazer over a black bodysuit and yellow high-heeled sandals. She has her arms crossed and is leaning against the wall. The model on the right is a Black woman with a large, voluminous afro, wearing a yellow blazer over a black bodysuit and blue high-heeled sandals. She is wearing red sunglasses and has one hand on her hip. The brand name 'ALBANO' is printed in white capital letters across a horizontal gold band in the center of the image.

ALBANO

A woman with her hair pulled back is walking on a dirt path, looking over her shoulder. She is wearing a long, flowing white dress with a high slit and a light pink, long-sleeved cardigan. She is also wearing white strappy high-heeled sandals. The background is a blurred outdoor setting with trees and a path.

Amina Rubinacci

la sottile linea dell'eleganza

*Capi leggeri con colori che trasmettono emozioni,
per eccellenza made in Italy, come quelli
della collezione primavera/estate 2017*

Per confezionare la giacca icona di Amina Rubinacci sono necessarie ben sei ore di lavorazione, ma soltanto dieci minuti perché quel capo conquisti una donna. Sì, proprio così: fuori dalle logiche del fast fashion, sei ore di cura, di saper fare e di passione consentono la realizzazione di un simbolo che ogni dieci minuti trova nel mondo una nuova cliente. Una giacca leggerissima, malgrado l'azienda impieghi ogni anno circa trenta tonnellate di filato. Questi sono solo alcuni dei numeri del marchio made in Naples, che porta nel mondo eleganza e sostanza, producendo dall'inizio alla fine ogni capo in Italia e creando così una filiera del valore che coinvolge circa cinquanta dipendenti diretti e una quindicina di aziende.

La forza del brand? Ogni singolo pezzo della collezione è previsto, progettato e prodotto a livello locale dall'inizio sino alla fine e in ogni più piccolo dettaglio. È così che la vera passione della fondatrice si traduce in un perfetto equilibrio tra semplicità e linee pulite. Amina Rubinacci sceglie infatti le migliori materie prime e mantiene i contatti con una vasta gamma di artigiani. Ogni punto, ogni elemento è realizzato a mano in modo da rendere l'abito impeccabile. Solo la perseveranza e la pazienza, spiega l'imprenditrice partenopea, possono dar vita ad un prodotto di elevato valore, che parte dai filati, paradigma di competenza e creatività.

Il segreto della maestria dei prodotti risiede nel fatto che ogni tessuto è ideato dall'ufficio stile. Amina Rubinacci parte ogni volta da zero. Tutto inizia con l'acquisto dei filati da cui nascono tessuti esclusivi che vengono in gran parte scartati in fase di taglio, capi sartoriali per una perfetta vestibilità. Poi vengono la cucitura e le rifiniture, ancora oggi tutte rigorosamente a mano. Ogni indumento "filato" richiede un grande quantitativo di materie prime di qualità e una maestria diversa dalle moderne linee di assemblaggio. Un motivo in più per cui ogni pezzo si distingue nel guardaroba di ogni donna con un'assoluta unicità. Ecco perché i capi di Amina Rubinacci resistono allo stress dei viaggi, delle stagioni e del trascorrere del tempo.



Amina Rubinacci

La forza del brand? Ogni singolo pezzo della collezione è previsto, progettato e prodotto a livello locale dall'inizio sino alla fine e in ogni più piccolo dettaglio. È così che la vera passione della fondatrice si traduce in un perfetto equilibrio tra semplicità e linee pulite. Amina Rubinacci sceglie infatti le migliori materie prime e mantiene i contatti con una vasta gamma di artigiani.

Solo così si possono creare prodotti eccellenti.

Ma quando nasce tanta maestria? La passione della stilista ha radici lontane. L'amore che Amina mostra per i filati e la lana le deriva dalla madre, alla quale l'imprenditrice si rivolge dicendo: "A lei devo tutto quello che ho imparato". E' quindi figlia d'arte. Cresce infatti nel laboratorio familiare di via dei Mille, aperto dal nonno. "Sono cresciuta in un clima di forte sensibilità estetica, grazie all'esperienza di mio padre, maestro di eleganza – ama ripetere –. E a quella di mia madre, "che lavorava a maglia strenuamente e mi ha impartito stile e amore".

Ha cominciato quindi a realizzare pullover senza ambizioni imprenditoriali, ma "solo per il gusto di vedere cosa poteva uscire dalle mie mani", spiega, precisando di avere una visione "romantica" del lavoro. Ma non è solo il romanticismo a guidarla, bensì l'amore per la sfida in destrezza. Una devozione che la porta assieme al marito negli anni Settanta a Parigi, dove viene lodata per le sue creazioni da tutti i più grandi stilisti del tempo. Tanto da farle valere l'appellativo da parte di Yves Saint Laurent, di Christian Dior e di Coco Chanel della "ragazza con le mani d'oro" e della "regina della maglia".

Nel corso del tempo, il lavoro eseguito per conto di altri lascia il posto all'idea imprenditoriale di lanciare un marchio di proprietà. Una sfida



Ogni punto, ogni elemento è realizzato a mano in modo da rendere l'abito impeccabile. Solo la perseveranza e la pazienza, spiega l'imprenditrice partenopea, possono dar vita ad un prodotto di elevato valore, che parte dai filati, paradigma di competenza e creatività.

che non diventa mai meramente business, restando per sempre la pura espressione della passione e dell'ingegno della stilista, la ricerca della sua sottile, unica linea dell'eleganza: la pietra angolare dell'atelier. Con l'aiuto dei suoi quattro figli, la "società fondata sull'amore", come affettuosamente la chiama Amina, diventa un'eccellenza del made in Italy nel mondo. Lei resta la musa





Chantecler

CAPRI



NAPPAGIOIELLI

Via Filangieri 65 • Napoli
Tel. 081.413.143 • www.nappagioielli.it

ispiratrice, mentre i figli formano un team multidisciplinare impegnato a gestire il successo e a far crescere globalmente il marchio. L'azienda oggi ha una distribuzione in rapida espansione. Oltre alla rete wholesale, Amina Rubinacci è presente in Italia con sei boutique, quattro negli Stati Uniti, due in Svizzera, due a Mosca e 4 a Taipei. Ognuna di queste è stata disegnata per essere un luogo accogliente, dove prendersi soprattutto cura del cliente.

La rete continua a crescere, come crescono le clienti e si arricchisce la collezione. Showroom sono presenti in Italia, Usa, Germania, Spagna, Svizzera, mentre gli altri mercati, come per esempio Giappone, Francia o Regno Unito, sono serviti attraverso importatori e fiere.

Cosa di Amina Rubinacci piace di più ai clienti stranieri? Oltre ai filati e al gusto dei capi, colori che trasmettono emozioni: blu del mare, grigio delle nuvole, celeste del cielo e tonalità neutre. Come la notte e le stelle e i colori delle stagioni. Ogni tonalità ha una vibrazione di base che dev'essere maneggiata con cura e massimo rispetto, dice la stilista. Come quelle della collezione primavera/estate 2017, caratterizzata da "luce e ombra". Una stagione di contrasti, dove nuovi, intricati e strutturati tweed estivi rimangono allo stesso tempo in armonia con tinte unite e jacquard "falsi-uniti" per giacche e cappotti sartoriali con linee fresche e pulite. Micro righe e minuscoli micro mosaici multicolore contrastano con filati fiammati in miscela, con frange o dettagli in tessuto. Al centro di tutto vi è la maglieria con combinazioni chic e sportive di filati lavorati insieme, come cashmere, cotone, seta e viscosa. Una moltitudine di lavorazioni sofisticate in maglia, sottolineate da una raffinata brillantezza di luce data dalle paillettes. Le forme sono semplici, molto femminili e sportive. I colori? Vivaci blue tuareg, flamingo e rosso ciliegia contrastano con l'eleganza del blue navy, beige sabbia pallido e grigio vapore. Assieme ad azzurro cielo e rosa chiaro. ■



Cosa di Amina Rubinacci piace di più ai clienti stranieri? Oltre ai filati e al gusto dei capi, colori che trasmettono emozioni: blu del mare, grigio delle nuvole, celeste del cielo e tonalità neutre. Come la notte e le stelle e i colori delle stagioni. Ogni tonalità ha una vibrazione di base che dev'essere maneggiata con cura e massimo rispetto, dice la stilista.



SALDI

**ANCORA PIÙ RISPARMIO
SUI PREZZI OUTLET**

mcarthuglen.it/marcianise

La data di fine sale è determinata in base alle disponibilità della merce.

La Reggia
Designer Outlet
Marcianise

LIU·JO
UOMO





FATIMA TROTTA

“Made in Sud” è come un figlio che non posso abbandonare

DI ILARIA CARLONI

FOTO DI PAOLO PUOPOLO

LOCATION VILLA DIAMANTE

ABITI LIU JO

MAKE UP/HAIR STYLIST A. DI COSTANZO E P. GUERRIERI

Fatima Trotta, mattatrice della amatissima trasmissione "Made in Sud", racconta ai lettori del suo attaccamento allo show campano, che ha visto nascere e crescere fino a diventare un programma di punta della Rai. “Per me è più di una trasmissione, è più di un semplice lavoro. Dietro “Made in Sud” c’è una filosofia ed un progetto che rappresenta il riscatto dei comici napoletani, spesso bistrattati”. I tanti cambiamenti che si vedranno nella prossima edizione rappresentano una rivoluzione positiva.

L'esperienza di "Made in Sud" riprende il 23 febbraio con grandi cambiamenti. Di che si tratta esattamente?

Ci sarà una vera e propria rivoluzione, dalla conduzione al cast, dal corpo di ballo, al coreografo. Questo 2017 ha portato aria nuova con comici sostituiti ed altri rinnovati, fatto salvo lo zoccolo duro storico dei comici che hanno dato vita con me al progetto Made in Sud, al teatro Tam. Tra i comici nuovi ci saranno Pintus, Dario Cassini che si aggiunge al fratello Riccardo Cassini, autore del programma e molti altri. Siamo tantissimi, quasi 40, molto chiassosi e un po' indisciplinati!

Chi è l'iniziatore di tutto?

Il produttore è Nando Mormone che ha puntato nel 2008 su "Made in Sud", che allora si svolgeva al teatro Tam Tunnel. Era un laboratorio di comici con la conduzione mia e di Gigi e Ross. Per me tutto iniziò quando Mormone mi vide in uno spettacolo e mi propose nel lontano 2006 il progetto. All'epoca ero impegnata in un progetto teatrale, sperimentale e drammatico, non mi attirava la comicità, tanto meno il ca-





Fatima Trotta. Nata a Napoli il 2 luglio 1986. È un'attrice e conduttrice televisiva. Nel 2007 è ingaggiata dalla compagnia del Teatro Tam Tunnel di Napoli, fucina di molti comici partenopei. Nel 2008 arriva l'esordio televisivo come conduttrice, insieme al duo comico Gigi e Ross, dello show "Made in Sud". Nel 2016 è concorrente della sesta edizione del programma "Tale e Quale Show". Al cinema nel 2013 recita nel film di Neri Parenti "Colpi di fortuna". Nel 2015 recita nel film "Matrimonio al Sud" con Massimo Boldi. *Abiti Liu Jo*

baret, rifiutai ma Mormone mi chiese solamente di provare. Da allora non ho mai più lasciato.

Per lei è molto di più di un lavoro. È una filosofia, un progetto importante. Ci spieghi meglio.

Ho sempre creduto in questo progetto sin dal primo giorno. Alla base di "Made in Sud" c'è una filosofia, un concetto in cui io credo moltissimo. La trasmissione è fatta da ragazzi del Sud che hanno sempre avuto difficoltà a trovare una collocazione. Il comico napoletano, si doveva spostare al Nord per trovare fortuna, Made in Sud invece ha creato un sistema, un luogo dove tanti giovani del sud possono esprimersi liberamente. È stato per tutti noi un traguardo enorme, siamo passati da Comedy Central nel 2008 a Rai 2 nel 2012 prima in seconda serata e poi in prima. Per questo per me rappresenta tantissimo.

Le dispiace lasciarsi alle spalle Gigi e Ross?

È probabile che Gigi e Ross non faranno più parte del cast, ovviamente mi dispiace, sono cresciuta con loro, avevamo insieme dei tempi televisivi perfetti, abbiamo fatto crescere questa creatura. "Made in Sud" per me è come un figlio che non sono pronta a lasciare. È come una mamma che sente di dovere ancora accudirlo. È un progetto che ho abbracciato in pieno e stimolo sempre i ragazzi del cast a lottare perché per loro è una grande opportunità.

L'amore per il teatro è nata per caso, o le scorre nelle vene?

Ho sempre avuto passioni artistiche: ho studiato all'Accademia delle belle Arti, e conciliavo lo studio con il teatro, che per me era un gioco allora. Poi si è trasformato in un vero e proprio lavoro e ho fatto tante rinunce per portarlo avanti. Avevo solo 18 anni, e ho passato la mia gioventù sul palco. Ho trascorso tutti i Natali e i Capodanni a fare laboratori. È stato molto sacrificante.

I suoi genitori l'hanno appoggiata?

Fin quando lo facevo come hobby lo assecondavano, quando ho iniziato a fare sul serio, mio padre in particolare è stato un po' scettico. Lui è medico veterinario, mia madre è insegnante, e desideravano diventassi un medico. Ma io ho sempre avuto una inclinazione artistica, prima il diploma all'istituto professionale per la ceramica di Capodimonte e poi la laurea in scenografia all'Accademia delle Belle Arti. Insomma non ero tagliata per un lavoro "convenzionale". Adesso però mio padre è il mio più grande fan.

Come ricorda la sua adolescenza?

La mia adolescenza è stata bella ma molto sacrificata perché per fare questo lavoro bisogna faticare tanto. Rinunciavo a tutte le ricorrenze, per fare gli spettacoli in teatro.

Continua a farne di rinunce per il lavoro?

Oggi, a trent'anni, età di bilanci, non voglio più fare rinunce e ho imparato a ritagliarmi il giusto tempo per la vita privata. Nel 2016 così, mi sono sposata.

Che bello sentire che c'è ancora chi crede nel matrimonio e che si sposa scegliendo la strada della responsabilità e non della ben più facile convivenza...

Credo molto nel valore del matrimonio e nei valori tradizionali. Il matrimonio è una responsabilità, un valore importante a cui dare un peso diverso.

Lei è cresciuta con questi modelli?

Sono cresciuta intrisa di questi valori. Il lavoro nello spettacolo





“ *La trasmissione è fatta da ragazzi del Sud che hanno sempre avuto difficoltà a trovare una collocazione. “Made in Sud” ha creato un sistema, un luogo dove tanti giovani del sud possono esprimersi liberamente.* ”

porta a viaggiare, quindi il rientro a casa, alle proprie origini, ha un valore doppio. La famiglia è molto importante, è un'ancora che tiene con i piedi per terra. Senza famiglia si rischia di destabilizzarsi.

Per un figlio è pronta?

Sinceramente non ancora. Non mi sento pronta a mettere da parte il lavoro. Sono ancora concentrata su questo. Da poco ho fatto un passo importante, il matrimonio, verrà il momento in cui vorrò allargare la famiglia, anche perchè mi piacciono tanto i bambini!

Con Napoli che legame ha?

Non ho mai abbandonato Napoli, è la mia casa, la mia terra. Molti napoletani a un certo punto della carriera vanno via. Quando si fa spettacolo non è facile restare qui, si è tentati di andare fuori, a Roma o Milano. Però Napoli dà un calore diverso, ed è palpabile. Non sei mai solo qui. L'affettività è vissuta in maniera diversa.

Progetti imminenti?

Dal 13 gennaio sono in tournee con "Made in Sud" fino a febbraio. Una tournee importante in giro per l'Italia, dalla Sicilia alla Lombardia per poi concludersi a Napoli. Gli spettacoli sono prodotti dalla Tunnel e dalla Compagnia degli Aranci.

Come reagisce la Lombardia agli spettacoli?

Bene, siamo stati anche altre volte a Milano e devo dire che abbiamo sempre fatto sold out! E poi se devo essere sincera al Nord ci sono anche tanti meridionali!

L'adrenalina del palco c'è sempre, oppure ormai si sente un animale da palcoscenico?



“Con Gigi e Ross abbiamo fatto crescere questa creatura “Made in Sud” per me è come un figlio che non sono pronta a lasciare. È un progetto che ho abbracciato in pieno e stimolo sempre i ragazzi del cast a lottare perché per loro è una grande opportunità.”

L'adrenalina del palco non ti abbandona mai. Anche se oggi mi sento padrona di qualunque palco perché negli anni ho acquisito la dovuta esperienza, quella scintilla che si accende quando sali sul palco non deve spegnersi mai altrimenti viene meno il senso stesso di questo lavoro.



ALV
ANDARE LONTANO VIAGGIANDO
WATCHES & BIJOUX
BY ALVIERO MARTINI



“

La mia adolescenza è stata bella ma molto sacrificata perché per fare questo lavoro bisogna faticare tanto. Rinunciavo a tutte le ricorrenze per fare gli spettacoli in teatro.

”

Un'esperienza molto divertente e assolutamente nuova. Ho avuto la possibilità di misurarmi con un contesto diverso. Non credevo nemmeno di superare il provino, ed invece mi hanno presa e mi sono cimentata anche nel canto. La performance più emozionante è stata Giuni Russo perché è stata un grande personaggio della musica italiana. Poi la Rettore, Nino D'Angelo, Cristina D'Avena.

E il cinema e la fiction?

Ho lavorato con Vincenzo Salemme, Biagio Izzo, Luca e Paolo, Ficarra e Picone, ho fatto cortometraggi presentati anche alla Mostra del Cinema di Venezia... È un

mondo diverso. La conduzione dà una adrenalina particolare, hai il pubblico di fronte e quindi vivi la reazione immediata. La diretta, in particolare, necessita di una concentrazione totale, infatti dopo una trasmissione io mi sento stremata. Il cinema invece è fatto di lunghe attese, di uno studio maggiore del personaggio e poi il cinema mi regala la grande magia di vedere al montaggio la costruzione di tutto quello che hai creato dietro la macchina da presa.

I'M?

La ragazza della porta accanto. Preferisco essere che apparire. Sono coerente, costante e determinata. ■



Harmont & Blaine
junior

Shop online at
harmontblaine.com
#tagteamjunior

IDEE PER LA MIA CASA

TAVOLO SHANGAI, SEDIA LILIA

www.riflessur.it



Store: MILANO piazza Verucchi 6 - NAPOLI viale Kennedy 415/419 - REGGIO CALABRIA C.so Garibaldi 545
www.riflessur.it - www.facebook.com/Riflessur.it - info@riflessur.it - Tel (+39) 085 9031054



RIFLESSI®
DESIGNED AND MADE IN ITALY



DI MEO VOLA AL KUNSTHISTORISCHES

*Porta i suoi ospiti tra Tiziano,
Caravaggio e Raffaello*

60

DI ALESSANDRA CARLONI

i'M GENNAIO-FEBBRAIO 2017

L'Azienda Agricola Di Meo si estende sulle colline di Salza Irpina e ruota intorno ad un casale settecentesco molto suggestivo, sorto su un casino di caccia dei Caracciolo, Principi di Avellino. A capo dell'azienda fondata da Vittorio Di Meo e sua moglie Alessandrina, ci sono ora i fratelli Roberto e Generoso. Il primo, enologo, cura la direzione aziendale e il secondo, medico, l'espansione commerciale in Italia e all'estero.

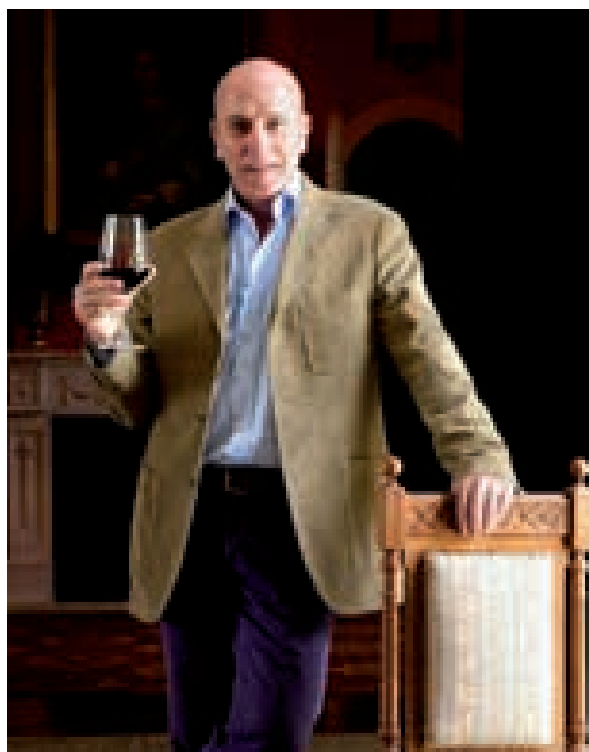
Abbiamo intervistato per voi Generoso Di Meo, non solo perchè l'azienda di famiglia si distingue per la deontologia e per la qualità dei prodotti (i processi di vinificazione sono effettuati con l'utilizzo delle tecniche enologiche più moderne, lasciando comunque inalterata la tradizionale metodologia produttiva e salvaguardando antichi vitigni autoctoni), ma anche e soprattutto perchè Generoso è un uomo talmente interessante, creativo e appassionato, da essere un professionista unico nel suo genere. Pensate che lui, quindici anni fa, ha intrapreso un Grand Tour enogastronomico che parte dall'Irpinia e coinvolge il mondo intero. Un progetto dell'associazione culturale "Di Meo, vini ad arte" che ha portato alla realizzazione di un singolare calendario che ogni anno viene presentato con un evento esclusivo. Quest'anno i fratelli Di Meo hanno rinnovato la tradizione al Kunsthistorisches Museum di Vienna dove gli ospiti hanno avuto l'onore di bere buon vino e ascoltare buona musica, tra le opere di Luca Giordano, Raffaello, Caravaggio, Tiziano.

Generoso, com'è nato il calendario di Di Meo e cosa rappresenta?

Il calendario ha uno scopo ben preciso: mettere in connessione l'arte e la cultura campana, con l'arte e la cultura di una città prescelta, una per anno. Tutto ha avuto inizio nel 2003 a Salza Irpina, in provincia di Avellino. Il primo calendario è stato realizzato nelle cantine Di Meo e lì ha preso il via il Grand Tour enogastronomico e artistico che dura ancora oggi. Napoli, Roma, Parigi, New York, Palermo, Madrid, solo alcune delle città nelle cui pieghe mi sono avventurato per conoscere la gente, la cultura, l'arte, e per trovare la giusta location in cui ambientare il calendario. In ciascuna di queste città, infatti, ho cercato e trovato un anello di congiunzione tra la nostra cultura e la loro, nell'arte, in un museo, in un Palazzo monumentale, in un'opera. Lì dove trovo la connessione tra la Campania e la città prescelta, mi fermo e prende vita il calendario per l'anno che verrà. A corredo delle fotografie ci sono i contributi critici di grandi esperti internazionali del mondo dell'arte e della cultura come Vittorio Sgarbi, Nicola Spinosa, Sebastian Schutze, Wolfgang Prohaska.

Ci racconti il calendario Di Meo 2017.

Per il 2017 sono andato a cercare Napoli a Vienna, con "la soddisfazione di vederne proiettata la gloria in regge e palazzi", per citare Vittorio Sgarbi che ha dato il suo contributo critico al calendario. A Vienna hanno operato i grandi protagonisti dell'età barocca napoletana, come Francesco Solimena, Luca Giordano, ➔



Generoso Di Meo ha intrapreso un Grand Tour enogastronomico che parte dall'Irpinia e coinvolge il mondo intero. Un progetto dell'associazione culturale "Di Meo, vini ad arte" che ha portato alla realizzazione di un singolare calendario che ogni anno viene presentato con un evento esclusivo. Quest'anno i fratelli Di Meo hanno rinnovato la tradizione al Kunsthistorisches Museum di Vienna dove gli ospiti hanno avuto l'onore di bere buon vino e ascoltare buona musica, tra le opere di Luca Giordano, Raffaello, Caravaggio, Tiziano.



“ Per il 2017 sono andato a cercare Napoli a Vienna, con “la soddisfazione di vederne proiettata la gloria in regge e palazzi”, per citare Vittorio Sgarbi che ha dato il suo contributo al calendario. ”

dano, Nicola Maria Rossi, Giacomo del Po, Antonio Domenico Vaccaro. Ecco, ho trovato la mia Napoli in un'ennesima capitale europea, nelle "nostre" opere d'arte. Da alcuni anni mi affido al talento di un fotografo di eccezione, Massimo Listri. Nelle sale dell'ala sud del Kunsthistorisches Museum di Vienna si è tenuto il tradizionale gran ballo per la presentazione del calendario con ottocento ospiti provenienti da tutta Europa. Ho portato a Vienna i musicisti e i ballerini della tarantella di Montemarano e alberi di limoni a volontà, li ho fatti arrivare in Austria perché volevo che i sensi dei miei ospiti fossero tutti appagati.

Ogni anno, il calendario è presentato nell'ambito di un grande ballo con ospiti del mondo dell'imprenditoria, dell'arte, della cultura, provenienti da tutta Europa. Quali sono le caratteristiche di questo evento di respiro internazionale?

L'atmosfera è quella di una grande festa tra amici veri, in cui si celebrano l'arte e il buon vino. Ci tengo a precisare che la mia iniziativa non nasce come mera operazione di marketing. Sono un grandissimo appassionato di arte, un amante della vita, un viaggiatore compulsivo. Quello che mi motiva a creare il calendario e ad organizzare l'evento, ogni anno, è semplicemente il mio modo di essere al mondo, il mio

modo di concepire la vita. Gli ospiti sono aristocratici, imprenditori, ma anche amici di sempre, persone che ho conosciuto nella città che mi ha ospitato e tutti coloro che mi hanno aiutato a realizzare il progetto sponsorizzandolo.

Ha detto che ogni anno esplora e studia una città diversa, che poi diventerà l'ambientazione del calendario. Viaggia da solo o in compagnia?

Per me è fondamentale viaggiare da solo. Quando parto la prima volta per conoscere una città, la devo respirare, mi immergo nelle letture su di essa, posso rimanere in un museo anche per delle ore. Se porto con me qualcuno è in una seconda fase, quando passiamo al piano operativo. Per me non è una vacanza, è un viaggio interiore, una ricerca. Io vado a caccia di emozioni da trasmettere poi ai miei ospiti attraverso l'arte e le esclusive e magiche ambientazioni che scelgo per la presentazione del calendario.

Generoso di nome e di fatto. Ha già in mente la prossima tappa?

Certo, già ho in mente una città per il calendario 2018. A partire da adesso inizierò a studiarla, a conoscerla, ad esplorarla. Non vi svelo ancora di quale si tratta. Sarà un altro bel viaggio alla ricerca delle nostre radici culturali nel mondo. ■

MY LIFE DESIGN STORIES

Mondrian divano, Cosmos tavolini e consolle, design Jean-Marie Massaud
Stanford poltrona, design Jean-Marie Massaud. Dama tavolino.



NAPOLI

Franchino Home Design srl | Corso Vittorio Emanuele 6/4, 80122 Napoli

Poliform

Il giro del mondo con MSC

49 destinazioni in 32 paesi attraversando tutti i continenti

MSC Crociere ha annunciato oggi l'apertura delle vendite per il suo primo giro intorno al mondo. La MSC World Cruise è stata realizzata sulla più grande e moderna nave mai impiegata nel settore per un viaggio di simile portata. MSC Magnifica parte da Genova il 5 gennaio 2019 dove rientrerà, dopo un giro completo del pianeta, 119 giorni più tardi. Attraversando sei continenti, effettuando 49 tappe uniche e toccando ben 32 paesi. L'azienda ha creato quest'offerta unica per aiutare gli ospiti a realizzare il sogno di un viaggio atteso da una vita. "Rendere disponibile questa offerta ai nostri ospiti di ogni Paese è per noi un tassello fondamentale, oltre che una tappa naturale del progressivo percorso di crescita di una compagnia veramente internazionale come MSC Crociere", ha detto Gianni Onorato, Chief Executive Officer di MSC Cruises. Nel corso del giro intorno al mondo lungo 119 giorni, gli ospiti visiteranno alcuni porti storici, vivaci città cosmopolite e remoti paradisi esotici. L'MSC World Cruise permetterà anche ai navigatori più esigenti di osservare il mondo come mai hanno fatto prima d'ora: destinazioni ambite, esotiche e inesplorate, dalla calda atmosfera dell'arcipelago di Tonga e dalle acque incontaminate di Bora Bora alla cultura fiorentina di Cartagena e alle oasi di Aqaba, MSC Crociere ha selezionato accuratamente 49 fra le destinazioni più ambite del pianeta. Offrirà inoltre agli ospiti l'opportunità di esplorare la Nuova Zelanda, le isole Fiji, le Maldive e di cimentarsi in un'esplorazione completa ed estesa delle isole meno battute dei Caraibi, in cui saranno effettuati ben nove scali. Esperienze a terra esclusive e senza precedenti: a cavallo degli elefanti di Pinnawela, facendo snorkeling nelle lagune di Moorea, visitando il Nga Bay National Park, i viaggiatori potranno immergersi nella cultura locale, sperimentando il meglio che ogni destinazione è in grado di offrire. Inoltre avranno l'esclusiva possibilità di programmare 15 escursioni gratuite a scelta. Soste a terra di 13 ore al fine di esperire al meglio la cultura locale e le attività legate alle singole destinazioni. Per le destinazioni più popolari, MSC Crociere ha addirittura previsto soste di lunga durata che nessun'altra compagnia propone: due esempi sono la tappa di quattro giorni in Polinesia, tre giorni sia alle Hawaii che a San Francisco e due giorni a Los An-



geles. Durante il viaggio di 119 giorni, verranno offerti numerosi servizi e sconti a bordo che includono, tra gli altri, anche il servizio di lavanderia. Oltre alle innumerevoli attività disponibili che permettono di godersi il viaggio durante la navigazione, gli ospiti possono anche scegliere di ritirarsi nell'atmosfera rilassante offerta da uno dei tanti "rifugi" presenti a bordo. Come ad esempio la rinomata MSC Aurea Spa, che offre massaggi balinesi tradizionali introvabili su qualsiasi altra nave, in aggiunta a una serie di moderni trattamenti di bellezza, una sauna, un bagno turco e una apposita sala per la talassoterapia. I porti di imbarco e sbarco includono Civitavecchia/Roma, Genova, Marsiglia e Barcellona. I membri dell'MSC Voyagers Club che prenotano entro un mese possono eccezionalmente beneficiare del pacchetto bevande gratuite durante i pasti, riceveranno il triplo dei punti relativi al Club e li riceveranno prima della crociera, in modo da permettere loro di godere subito di tutti i benefici aggiuntivi che andranno a guadagnare con il nuovo punteggio. Gli ospiti che non sono ancora soci dell'MSC Voyagers Club, ma sono in possesso di un'altri programmi fedeltà di hotel o tour operator, grazie al programma MSC Status Match possono aderire all'MSC Voyagers Club mantenendo gli stessi privilegi o acquistandone altri. ■

La MSC World Cruise è stata realizzata sulla più grande e moderna nave mai impiegata nel settore per un viaggio di simile portata. MSC Magnifica parte da Genova il 5 gennaio 2019 dove rientrerà, dopo un giro completo del pianeta, 119 giorni più tardi. Attraversando sei continenti, effettuando 49 tappe uniche e toccando ben 32 paesi.



OGNI DETTAGLIO
FA DI UNA CROCIERA MSC
NON UNA CROCIERA QUALSIASI.



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



NON È UNA
CROCIERA QUALSIASI
MSCCROCIERE.IT

Nuovi successi per **OPTIMA ITALIA**



Un successo quello di Optima che non accenna minimamente ad arrestarsi anche grazie alle numerose novità previste per il nuovo anno. Innanzitutto il secondo lancio pubblicitario nazionale dopo gli ottimi risultati ottenuti nel primo flight sulle reti Mediaset. Sarà anche l'anno degli Optima Point, punti vendita monomarca nei quali sarà possibile scoprire e vivere il mondo Optima a 360°.

Nuovo anno, nuovi successi. È questo senza alcun dubbio lo slogan 2017 di Optima Italia, multiutility italiana attiva nei mercati dell'energia e delle telecomunicazioni che offre a famiglie e aziende luce, gas, telefono e internet in una rivoluzionaria soluzione integrata che prevede una sola bolletta con canone unico mensile. Un successo quello di Optima già ampiamente consolidato e che non accenna minimamente ad arrestarsi anche grazie alle numerose novità previste per il nuovo anno. Innanzitutto il secondo lancio pubblicitario nazionale dopo gli ottimi risultati ottenuti nel primo flight sulle reti Mediaset. Staremo a vedere se e come proseguirà il viaggio nel futuro dello scienziato Red Ronnie (che ripercorre le gesta di Doc del capolavoro di Zemeckis "Ritorno al Futuro") e quali novità saranno annunciate ai clienti. Ma questo sarà anche l'anno degli Optima Point, punti vendita monomarca nei quali sarà possibile scoprire e vivere il mondo Optima a 360°: stile e design di altissimo livello come Optima ci ha già abituati a vedere con i suoi moderni uffici, un elegante bar, un'area interamente dedicata all'innovazione e alle nuove tecnologie e ovviamente una postazione dove saranno presentati tutti i vantaggi dell'offerta integrata. Non mancherà inoltre una vera e propria area relax dove poter ammirare comodamente tutte le immagini degli eventi targati Optima che anche in questo 2017 saranno ricchi di sorprese. Restando in ambito musicale, Optima ha in serbo sorprese accattivanti, una nuova edizione di Optima Red Alert, il primo esperimento di programma di 'esplorazione musicale' attraverso "social TV" Live su Facebook, una cantina/garage con i connotati di una base segreta dalla quale i giovani musicisti possono liberamente proporre i loro pezzi ad appassionati, esperti e addetti ai lavori. Continueranno le incursioni di Optima nel campo del cinema, del teatro, dell'arte contemporanea e della cultura in genere, senza dimenticare l'instancabile lavoro della redazione di OM – OptiMagazine, la webzine di Optima che offrirà ai suoi oltre tre milioni di amici aggiornamenti quotidiani su musica, smartphones, serie tv e cinema. A febbraio occhio a Sanremo! Un team speciale di Optima anche quest'anno andrà a movimentare il festival più famoso d'Italia. Non resta dunque che seguire tutte le news da social e da web di quella che ormai è a pieno titolo una delle aziende più giovani e innovative dello scenario nazionale. ■

optima

IL FUTURO È SEMPLICE

1 LUCE
GAS
TELEFONO
INTERNET

TUTTO-IN-UNO

E SAI PRIMA
QUANTO PAGHI

- ✓ BOLLETTA UNICA
MENSILE
- ✓ CANONE UNICO
SU MISURA
- ✓ UNICO
INTERLOCUTORE

OPTIMAITALIA.COM



LIU:JO



Available on the
App Store
iOS & Android



i'M

MODEL

**A
D
E** *in Naples*

FRANCESCA DE FILIPPO

L'IDENTIKIT

Occhi: **castani**

Capelli: **castani**

Altezza: **178 cm**

Misure: **87 - 65 - 95**

Agenzia: **Cmodels management**

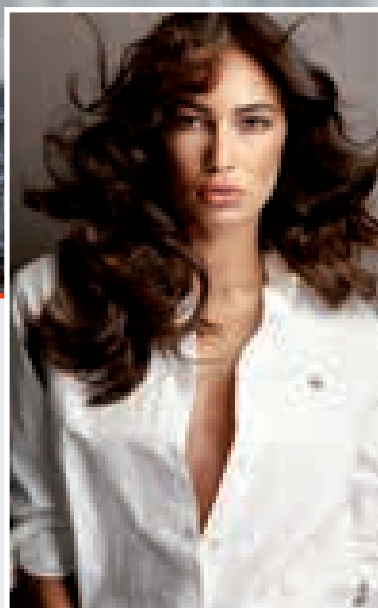


FOTO DI LE TORRES



FOTO DI TOTY RUGGIERO

Ha esordito con un concorso di bellezza locale a Scafati, la sua città, per approdare alle passerelle milanesi con stilisti come Nino Lettieri, Molaro, Alviero Martini, Roccobarocco e Dolce & Gabbana.



C28

by CALABRITTO28

RAPOLE: Via Calabritto 28, via Scarlotti 73

SHOP ONLINE: www.calabritto28.it/C28

 C28  081.7646951

A full-page photograph of a woman with long dark hair and bright pink lipstick, wearing a vibrant pink, sleeveless, floor-length gown with a high slit and floral embroidery. She is standing in front of a traditional building with a thick, conical stone roof and white walls. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

Una frase che la rappresenta è quella di Lucio Battisti "Il mio mestiere è vivere la vita". La bellezza è equilibrio con se stessi e dice no alla eccessiva magrezza, quella ostentata sulle passerelle meneghine.

FOTO DI TOTY RUGGIERO

Dorabella

autunno - inverno 2016-17

Collezioni

shop online dorabella.it





GRIMALDI LINES

oltre il viaggio

LE NAVI GRIMALDI LINES
TI PORTANO IN
SPAGNA
GRECIA
TUNISIA
MAROCCO
SICILIA E SARDEGNA



grimaldi-lines.com



Tommaso Ricozzi

TOMMASO RICOZZI IL CENTRO AUGUSTO TRA PREVENZIONE E INIZIATIVE PROSOCIALI

La maggior parte delle malattie viene diagnosticata attraverso radiografie, tac, risonanze magnetiche ed ecografie. Il ricorso agli esami diagnostici diviene di fondamentale importanza in un'ottica preventiva, sia per la salvaguardia della salute dell'individuo, sia per un'esigenza sociale.

DI ALESSANDRA CARLONI

PROFESSIONISTI AL TOP

Molti di voi assoceranno il viso del nostro "professionista al top" a quello dell'opinionista della trasmissione calcistica di canale 21 "Il bello del calcio". Lui è il Dott. Tommaso Ricozzi, specialista in Radiologia. Oltre ad essere un grande tifoso del Napoli, anzi, un appassionato di sport in generale, è un "fan" sfegatato della prevenzione.

Nel cuore di Fuorigrotta sorge il Centro Augusto, centro diagnostico della sua famiglia. Il Centro è accreditato con il S.S.N. ed è un fiore all'occhiello del capoluogo partenopeo nell'ambito della diagnostica per immagini per l'alta tecnologia dei macchinari, l'accuratezza e i tempi di consegna dei referti. Sito in via Leopardi 60, da più di 30 anni, si conferma leader nella diagnostica medica partenopea. L'M Magazine è entrato per voi nelle stanze del Centro, ha conosciuto il personale altamente qualificato e ha toccato con mano le attrezzature diagnostiche all'avanguardia. Quello che ha colpito è il clima familiare, il calore umano e la gentilezza dello staff del Centro Augusto, dal personale addetto all'accettazione, ai medici, ai tecnici radiologi e informatici. Tutti, nessuno escluso, hanno un sorriso in tasca per il cliente e questo è fondamentale per il Dott. Ricozzi, come spiega lui stesso: "Il calore e l'empatia non possono mancare quando ci si trova al cospetto con la dimensione più fragile della vita umana e quando si ha il potere di comunicare informazioni che possono cambiare il corso delle cose". Il Dott. Ricozzi è un paladino della prevenzione ed è con questo spirito che coltiva con passione il progetto in cui la sua famiglia crede da trent'anni: "La maggior parte delle malattie viene diagnosticata attraverso radiografie, tac, risonanze magnetiche ed ecografie. Il ricorso agli esami diagnostici diviene di fondamentale importanza in un'ottica preventiva, sia per la salvaguardia della salute dell'in-



Tommaso Rizzo

dividuo, sia per un'esigenza sociale che è la riduzione dei costi per il Sistema Sanitario Nazionale". Purtroppo, come sottolinea il radiologo napoletano, "la prevenzione, in particolare al sud, è un concetto ancora vago, se non in parte sconosciuto, con conseguenze nefaste sia per la salute che per la spesa sanitaria". Il Centro Augusto è un punto di riferimento in un territorio gravido di difficoltà sia a livello culturale che economico. Come affronta e vince ogni giorno la sua piccola battaglia? "Oramai dal 2008 i tetti di spesa sono insufficienti ed invalicabili, per cui gli esami diagnostici in convenzione con il S.S.N. sono soggetti a dei limiti. Ogni giorno cerchiamo di meritarcì la fiducia dei clienti privati offrendo loro servizi di alta qualità a prezzi onesti e con consegna dei referti in tempo reale". Tra i vari servizi si offre la possibilità di fare la risonanza magnetica "aperta" per i pazienti che soffrono di claustrofobia: tale metodica è di assoluta innocuità perché utilizza onde elettromagnetiche e non radiazioni. Altro fiore all'occhiello del Centro è la TC "Cone Beam", una Tc dedicata al massiccio facciale ed ai denti che permette, in pochi secondi e con una dose minima di radiazioni (rispetto alla TC tradizionale), di ottenere immagini tridimensionali delle arcate dentarie e dei condili mandibolari. Anche la Moc (mineralometria ossea computerizzata) del Centro si distingue per livello di innova-

Tra i vari servizi, offre la possibilità di fare la risonanza magnetica "aperta" per i pazienti che soffrono di claustrofobia: tale metodica è di assoluta innocuità perché utilizza onde elettromagnetiche e non radiazioni. Altro fiore all'occhiello del Centro è la TC "Cone Beam", una Tc dedicata al massiccio facciale ed ai denti che permette, in pochi secondi e con una dose minima di radiazioni, di ottenere immagini tridimensionali.

zione, utilizzando il metodo DEXA che consente con precisione assoluta di valutare la densità minerale dell'osso. Il Dott. Rizzo e la sua famiglia, con la piena collaborazione dello staff del Centro Augusto, partecipano e sponsorizzano numerose iniziative prosociali e sono molto vicini al mondo del calcio e dello sport in generale. Il Centro collabora con alcune società sportive offrendo loro la possibilità di prevenire e diagnosticare traumi sportivi. ■



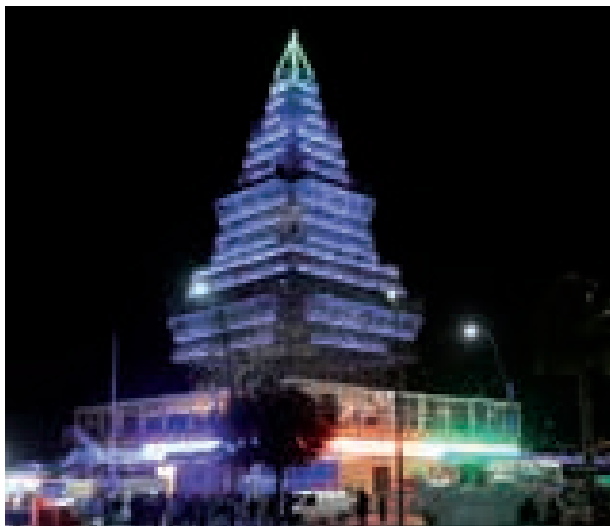
N A R D E L L I

*Biology,
sempre uniti.*



nardelligioielli.it

Nalbero illumina il Lungomare

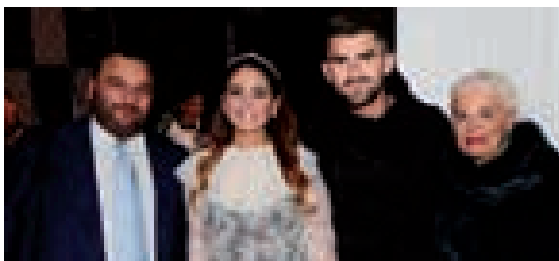
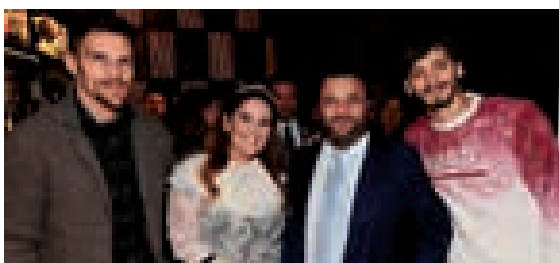


Nalbero ha illuminato le feste napoletane e caratterizzato il Natale 2016 alla Rotonda Diaz, sul lungomare di Napoli. Ideatore e realizzatore dell'opera, Pasquale Aumenta, patron di Italstage, che ha regalato a Napoli una grande attrattiva non solo per i napoletani, ma per migliaia di turisti presenti durante le feste. Proprio nei pressi di Nalbero c'è anche una fermata del City Sightseeing che ha portato moltissimi turisti internazionali nella struttura, per godersi un aperitivo o un pranzo con un panorama indimenticabile. Le meraviglie di Nalbero partono dalla galleria del primo piano dedicata alle esposizioni commerciali e alle mostre, poi al primo piano la grande terrazza del food allestita e curata da Sire e, sempre dal lato Rotonda Diaz c'è il bistrot, per un panino o un cuoppo di frittura e una birra, mentre affacciato sul mare c'è il ristorante con 120 posti a sedere e una cucina tradizionale napoletana rivisitata con i crudi di mare e un sushi bar.

Baggio gioielli new store a Chiaia



Ha inaugurato Baggio Gioielli, la nuova gioielleria nel cuore di Chiaia, con un aperitivo che ha visto tra gli ospiti gran parte della squadra del calcio Napoli. Tra camerieri che servivano finger food, e bollicine, sono stati immortalati dai flash del fotografo Eugenio Blasio i principali clienti della gioielleria tra i quali spiccano i calciatori del Napoli Marek Hamsik, Lorenzo Insigne, Allan, Christian Maggio, Manolo Gabbiadini ed Elseid Hysaj.



“Migranti”, grande successo per l'anteprima



Sold out per il Key Bank Party all'Alma Flegrea, dove quasi cinquecento persone hanno preso parte all'anteprima di “Migranti”, il nuovo film del regista napoletano Enzo Aciri interpretato da Lorenzo Crea, Enzo Lucarelli e Marianna Pepe che narra attraverso la storia di una comunità degli Alburni, le emozioni e le paure dei migranti del Meridione d'Italia nel Dopo Guerra. Accolti da Angelo Marciano, il Ceo del nuovo circuito di barter nazionale Key Bank, che ha sponsorizzato il film prodotto dalla Angeloni Cinema, centinaia di amici ed addetti ai lavori hanno affollato il locale di Bagnoli per brindare insieme ad Aciri e a tutto il cast al futuro di questa nuova pellicola che è già stata richiesta da tutti i festival degli Stati Uniti d'America.



MARIKA

gioielli

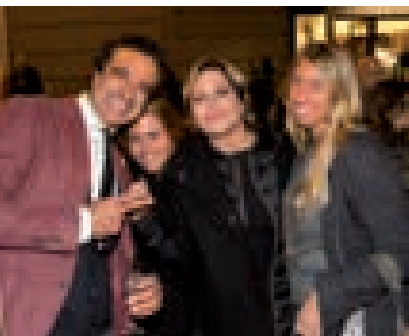
PIZZOGNA LUCE ITALIANA

PIZZOGNA LUCE ITALIANA



www.marikagioielli.it

Cocktail party per **Twinset**



Cocktail party per l'inaugurazione del nuovo store Twinset di via Filangieri. Per l'occasione è stata presentata "Party time", la nuova collezione pensata da Simona Barbieri e interpretata da Candela Novembre, per le feste e i momenti speciali. Per la serata organizzata da Ludovico Lieto e Valeria Viscione di Visivo Comunicazione, bollicine e selezione musicale di Frank Carpentieri, dj e autore delle musiche di Made in Sud.

In tantissimi gli ospiti intervenuti e accolti dall'area manager Cristian Bezze e dal direttore dello store Antonio Compagnone, come

l'attrice Cristina Donadio, Federica Riccio, Lula Carratelli, Lina Carcuro, Davide Simeoli, Peppe Di Giorgio, Tanya Ricci, Veronica Andreano, Viviana Santoro, Emanuela Persico, Enzo Agliardi, Rosa Ariviello, Sabina Azzolio, Ludovica Assini, Annalaura Gaudino, Monica De Santis, Matilde e Gianluca Minin, Alessia Florio, Patrizia Gargiulo e Luigi Ferrandino, Bruna Guglielmini, Monica e Angelo Vita, Annalisa Rossetti, Serena Torres, Alessandra e Maurizio D'Apuzzo.



Moda, vino e poesia da **Zodiaco**



Si è tenuto anche quest'anno l'appuntamento dedicato al brindisi natalizio da Zodiaco, la boutique di Via Poerio: un incontro conviviale tra amici invitati dalla padrona di casa Anna Guido per ammirare le nuove tendenze della moda femminile del 2017. La serata è stata arricchita da momenti di prosa e poesia dedicate ad una donna indipendente, ironica e romantica.

Le "Sette stagioni dello spirito" al **Madre**

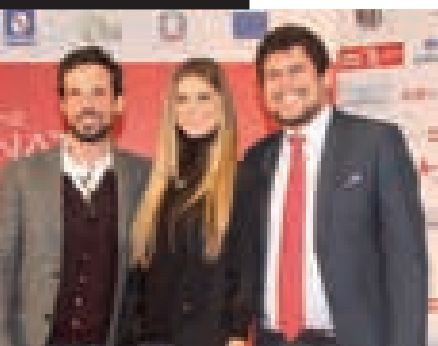


Tanti volti noti al Museo Madre per l'inaugurazione della mostra di Gian Maria Tosatti, "Sette Stagioni dello Spirito" (fino al 20 marzo 2017) a cura di Eugenio Viola. Il Presidente della Fondazione Donna-regina Pierpaolo Forte, la vicepresidente Laura Cherubini, il direttore Andrea Viliani hanno accolto i tanti artisti, galleristi e collezionisti, curatori, direttori di musei ed esponenti del mondo istituzionale, da Lia Rumma a Peppe Morra con Teresa Carnevale, il direttore generale per le Politiche Sociali, Cultura e Tempo libero della Regione Campania Rosanna Romano, Antonio Oddati con Pina De Luca, la presidente di Scabec Patrizia Boldoni, l'assessore comunale alla Cultura Nino Daniele, il Console generale di Francia a Napoli Jean Paul Seytre, la direttrice della Fondazione Real Sito di Carditello Angela Tecce e gli scrittori Silvio Perrella e Valeria Parrella.

YOUR
STYLISH DETAILS

JEWELS 16 // 17





Giornate professionali di cinema *Prodotti cinematografici vari e di qualità*



La 39ª edizione, che ha segnato una forte crescita di presenze, è stata molto positiva, in primo luogo per la presentazione del prodotto illustrato dalle case di distribuzione, che sembra di buon livello e in grado di garantire una certa varietà.



Si è conclusa a Sorrento la 39^a edizione delle Giornate professionali di cinema. Quattro giorni intensi di presentazioni di nuovi film e listini per il prossimo semestre, ma anche di incontri tra operatori che hanno fornito spunti di dibattito e molte prospettive per il futuro.

Per Luigi Cuciniello, presidente ANEC Associazione Nazionale Esercenti Cinema, l'edizione appena conclusa – che ha segnato una forte crescita di presenze – è stata molto positiva, «in primo luogo per la presentazione del prodotto illustrato dalle case di distribuzione, che sembra di buon livello e in grado di garantire una certa varietà. Sarà come sempre il box office il banco di prova: sicuramente il prodotto deve essere supportato da un lancio e da una programmazione adeguata; è necessario poter offrire ottimo cinema agli spettatori in tutti i mesi dell'anno». Carlo Bernaschi, presidente ANEM, ha sottolineato l'importanza del convegno sulla #leggecinema: «È stato un convegno molto interessante: ho apprezzato molto la relazione del direttore generale Nicola Borrelli e l'intervento del sotto-



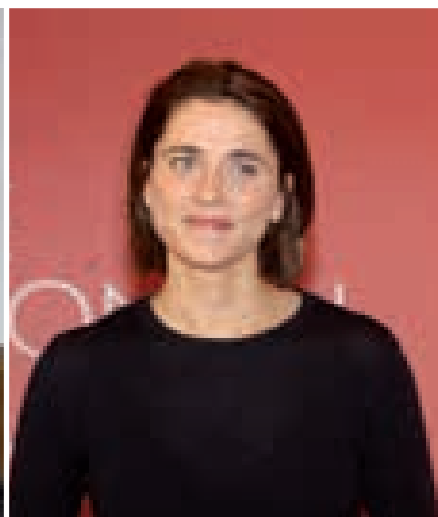


segretario Antimo Cesaro, che hanno fatto chiarezza su alcuni punti controversi e confermato la decisione del governo di puntare sullo sviluppo del settore. Lo Stato investirà di più sul cinema e si aspetta un ritorno, in termini di crescita delle imprese e dell'occupazione».

Infine, Andrea Occhipinti, presidente dei distributori ANICA, ha messo in luce il clima positivo tra esercenti e distributori: «Durante un incontro sui temi di attualità del mercato, abbiamo concordato la necessità di approfondire i risultati sulla promozione dei mercoledì a due euro e di trarne valutazioni a fine febbraio, dopo l'ultimo appuntamento di Cinema2day. Inoltre, abbiamo affrontato il problema della stagionalità, su cui alcune major si sono già impegnate con usciteday and date, con proposte di iniziative a sostegno delle uscite estive per i prossimi anni». ■



Quattro giorni intensi di presentazioni di nuovi film e listini per il prossimo semestre, ma anche di incontri tra operatori che hanno fornito spunti di dibattito e molte prospettive per il futuro.



Confetti
maxtris
— L'ORIGINALE —

IL VERO
CIOCOMANDORLA
UNICO AL MONDO



QUELLI BUONI!



Enzo Angilerò

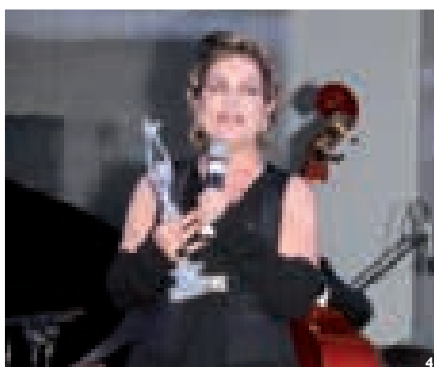
www.confettimaxtris.it


ITALIANA
CONFETTI



Capri Hollywood 2016

Edizione n° 21 dedicata a Dino De Laurentiis



I prestigiosi "Capri Legend Award" sono andati al regista americano Taylor Hackford che a Capri ha portato l'anteprima europea di "The Comedian" con Robert De Niro, e all'attrice inglese Helen Mirren, al festival con l'anteprima di "Collateral Beauty".

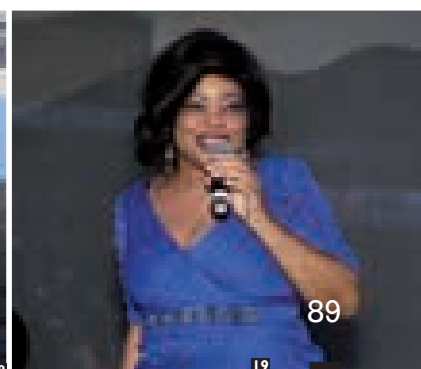


Capri, Hollywood – The International Film Festival è giunto al traguardo dei ventuno anni con un'edizione speciale, confermandosi la festa più importante del cinema internazionale che, nel cuore dell'inverno, coinvolge il gotha del grande schermo sul palcoscenico dell'Isola azzurra.

I prestigiosi "Capri Legend Award" sono andati al regista americano Taylor Hackford che a Capri ha portato l'anteprima europea di "The Comedian" con Robert De Niro e all'attrice inglese Helen Mirren, al festival con l'anteprima di "Collateral Beauty". "Legend" anche all'imprenditore malese Francis Yeoh, mecenate-filantropo della musica. Capri award a "Fuocoammare" di Gianfranco Rosi. L'amatissimo autore inglese Stephen Frears è stato il "Migliore Regista europeo del 2016" per "Florence" mentre il grande imprenditore indipendente USA Bill Mechanic è stato considerato "Produttore dell'anno" per "Hacksaw Ridge" di Mel Gibson. Premio alla carriera è andato a Gianni Minà.

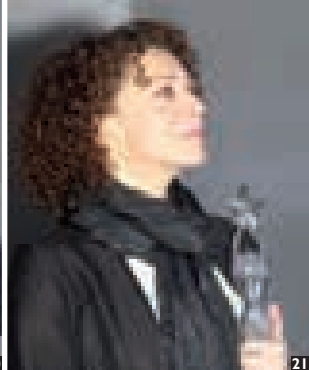
Tra gli altri ospiti internazionali il regista irlandese Jim Sheridan e l'attrice russa Ksenia Rappoport. Tra i più apprezzati Francesco Patierno con il documentario Napoli '44, l'attrice

1. Helen Mirren e Taylor Hackford; 2. Raffaella Modugno e Scott Feinberg; 3. Toby Sebastian e Barry Morrow; 4. Cristina Donadio; 5. Barry Morrow e Enrico Vanzina; 6. Stephen Frears; 7. Gianni Minà e Cristiano de André; 8. Enzo Avitabile e Noa; 9. Ksenia Rappoport; 10. Elsa Zylberstein e Amedeo Minghi; 11. Taylor Hackford Helen Mirren e Pascal Vicedomini; 12. Andrea Iervolino, Elsa Zylberstein, Pio Luigi Piscicelli, Cloe Romagnoli, Mirko Trovato e Barry Morrow; 13. Barry Morrow, Noa e B.Zarro; 14. Marina Cicogna e Barry Morrow; 15. Ivana Spagna; 16. Barry Morrow, Pietro Bartolo, Donatella Palermo e Taylor Hackford; 17. Clementino, Fariborz Kamkari e Barry Morrow; 18. Florinda Vicari e Amedeo Gagliardi; 19. Nicole Slack Jones.





20



21



22



23



24



25



26

francese Elsa Zylberstein, protagonista dell'anteprima "Un + Une" di Claude Lelouch. "Rivelazione dell'anno" è stato l'inglese Toby Sebastian. "Capri Rising Star 2016" è andato al Leonardo Cecchi ed Eleonora Gaggero per "Come diventare grandi nonostante i genitori". Successo del regista Lucio Fiorentino che ha accompagnato l'anteprima del film "Core&Sang" e del curdo Fariborz Kamkari ("Cult Documentary dell'anno"). Premi anche a Massimiliano e Gianfranco Gallo e Cristina Donadio. Presenti anche Marina Cicogna, Enrico Vanzina, i produttori Stanley Isaacs, Andrea Iervolino, Adriana Chiesa, Carlo Degli Esposti, Martha e Dina De Laurentiis, Francesco Rutelli, neo-presidente ANICA, Barbara Palombelli, Sebastiano Somma. Il "Capri Music Awards alla carriera" è andato a Ivana Spagna ed Amedeo Minghi mentre il rapper Clementino ha ricevuto il "Kids Global Icon Music Award". Applausi per Cristiano De Andrè e per l'americana Nicole Slack Jones e Agostino Penna.

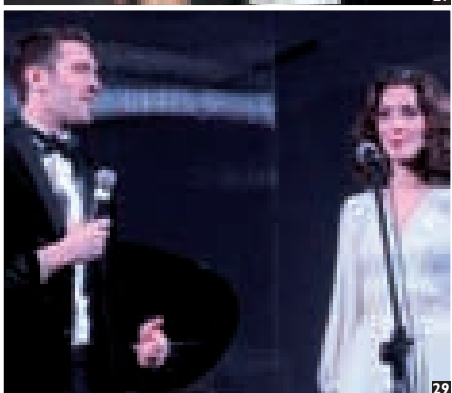
Quest'anno la manifestazione è stata dedicata al produttore Dino De Laurentiis, nativo di Torre Annunziata ma caprese di adozione con una mostra alla Certosa e la proiezione del documentario "Un italiano a Hollywood" di Tonino Pinto. Presidente onorario del Festival è Lina Wertmuller. Chairman della ventesima edizione è stato Barry Morrow, premio Oscar per la sceneggiatura di "Rain Man" al quale si è affiancata Noa, presidente per il secondo anno. ■



27



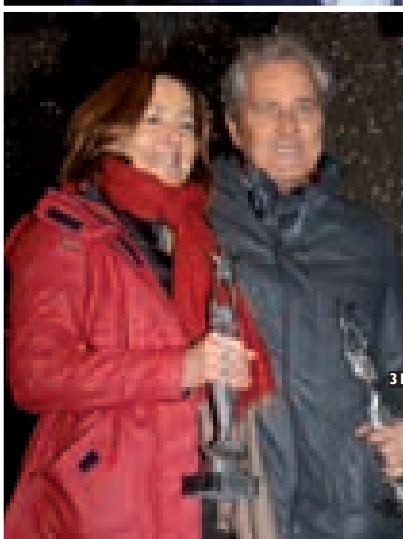
28



29



30



31

20. Enzo Avitabile; 21. Ksenia Rappoport; 22. Carly Paoli, Stephen Frears e Marina Cicogna; 23. Martha e Dina De Laurentiis; 24. Clementino; 25. Adriana Chiesa, Fariborz Kamkari e Marina Cicogna; 26. Noa, Leonardo Cecchi, Eleonora Gaggero e Barry Morrow; 27. Gianni Minà e Pascal Vicedomini; 28. Barry Morrow, Ivana Spagna e Raffaella Modugno; 29. Giovanni Caccamo e Carly Paoli; 30. I fratelli Gallo; 31. Barbara Palombelli e Francesco Rutelli.

"Non abbiamo tempo per dedicarci un pò di tempo"

lucapizzardi.com

COLONNA



colonnaorologi.com

seguiti su

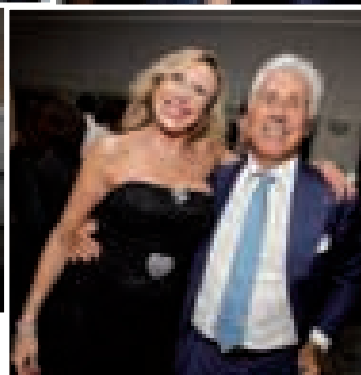
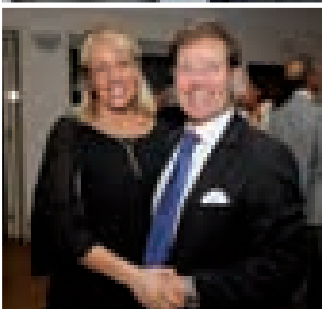
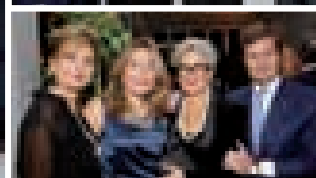
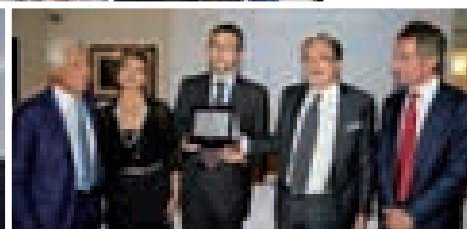
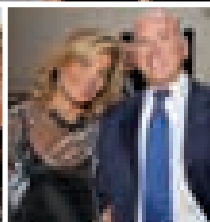
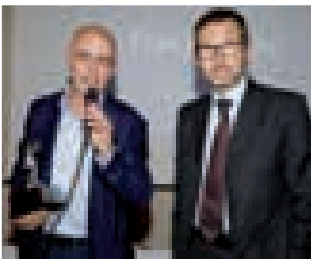


made in naples

Galà dei Delfini d'Argento 2016

Negli eleganti saloni del Tennis Napoli il presidente di Bluduemila, Marco Del Gaiso, ha salutato gli ospiti del Galà e ringraziato Luca Serra nella duplice veste di socio di Bluduemila e presidente del Tennis Napoli. Questa edizione i Delfini d'Argento sono stati assegnati ad Antonio Corbo, a "Pepe in grani", La miglior pizza del mondo presentata dal NeuroChef, Sergio Scopetta, a Luigi Carrino presidente del Distretto Aerospaziale della Campania, Alessandro Velotto, bronzo olimpico di pallanuoto, a "Indivisibili" come Miglior Film 2016. A consegnare i premi, Valeria della Rocca, Lilly Albano e Marco del Gaiso.

Conclusasi la parte istituzionale del Galà dei Delfini d'Argento, è iniziata quella mondana. Gran buffet di Terrazze Caracciolo con i latticini di Torre Lupara ed i vini di Villa Raiano. A seguire serata danzante animata da Enzo Toscano in attesa dei dolci della Tenuta San Domenico con il moscato di Travel Assistance. Poi la lotteria di mezzanotte, con la performance dal vivo di Annalaura di Luggo, le opere di Abbamondi&Cianella e di Roberto Maria Lino, i pezzi di de Laurentiis e de I Borbone, i capi di Marinella e Satriano Cinque e la consueta Crociera offerta da Msc. ■



CENTRO AUGUSTO

DIAGNOSTICA PER IMMAGINI

Radiologia digitale - Mammografia - Risonanza magnetica aperta
T.C. Multislice - Dentalscan - T.C. Cone Beam - MOC Dexa
Ecografia - Eco color Doppler



Via Leopardi 60 - Napoli - Tel: 081 2391131

www.centroaugusto.it

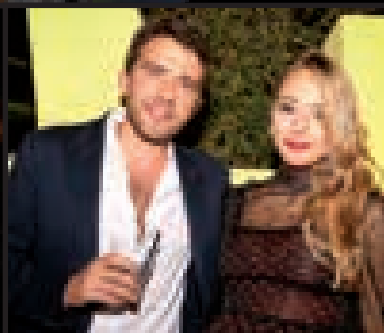
Orari: Lunedì - Venerdì 8:30 - 19:00 - Sabato 9:00 - 12:30

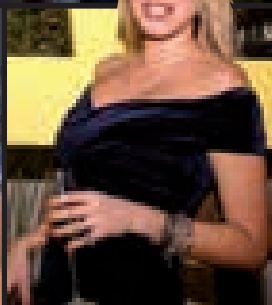
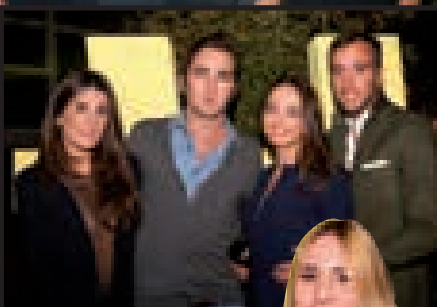
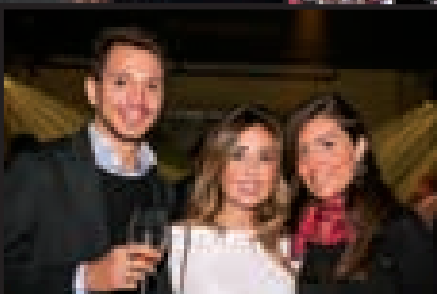
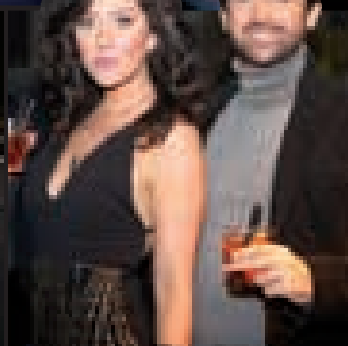


#UNTAGGABLE PARTY

A&C Motors anteprima Audi Q2

Anteprima effervescente per la Q2, il nuovo SUV della Audi presentato dalla A&C Motors concessionaria esclusiva per Napoli e provincia con un party popolato da quasi mille persone che si sono ritrovate all'HBToo di Coroglio.





Anteprima effervescente per la Q2, il nuovo SUV della Audi presentato dalla A&C Motors concessionaria esclusiva per Napoli e provincia con un #UNTAGGABLE PARTY popolato da quasi mille persone che si sono ritrovate per l'occasione all'HBToo di Coroglio, trasformato dagli allestimenti coordinati dalla responsabile marketing Valentina Mercurio in una discoteca newyorkese in cui si sono esibiti i dj di Lunare Project e radio Yacht. Giochi di luce, esibizioni live di arpa e violino elettronico coordinati dalla regia di Vincenzo Moriello hanno contribuito quindi a ricreare un'atmosfera da Grande Mela in cui gli ospiti di Carlo ed Alfonso D'Apuzzo, invitati anche da Fabio Ummarino e Guglielmo Adrasto si sono ritrovati per una serata di divertimento e quattro ruote. E' il caso, ad esempio, della presentatrice televisiva Claudia Mercurio delle modelle Rosa Perrotta, Sophia Sergio, Nancy Gabriele ed Alessandra Esposito immortalate dal fotografo Costantino Nanino insieme a Giusy Somma, Carolina Cuccurullo, Mario Palermo, Carla Della Corte, Luigi Angrisani, Roberta Bacarelli, Mimmo Tartarone, Paola e Donato Rosa, Gianluca Corsicato, Alfonso Quaranta, Mariangela Gentile, Silvia Ferrarelli, Lorenzo Musilli, Serena De Chiara, Annachiara Adamiano, Carlotta Lastretti, Massimo De Falco, Mariangela Giustino, Valeria Vitolo, Mariasole Del Mondo e tanti altri come Enrico De Goyzueta, Lamberto Pulli, Donato Palmieri, Giovanna Carbone, Aristotele Aebli, Marco Cappuccio, Roberta Fusco, Maria Caropreso, Annapaola Costabile o, ancora, Manuela ed Alessia Gallo, Mila Gambardella, Marco Imperiali e Valentina De Rosa. Immancabili poi i volti noti della movida cittadina come Luca Mazza, Carolina Fiore, Luigi Laino, Enrico Tacelli, Diego Mancino, Valerio Zampino, Cristina Bertamino, Piera Paudice, Riccardo Morra, Renato Leone, Fabrizia Vecchioni, Danilo Cirillo, Emanuela Santoro, Francesco Carmelo, Chiara Rolandi, Dina Cavalli, Enrico Silvestri, Flavia Palescandolo, Federica Sommella, Diego Della Morte e Claudia Agovino. ■

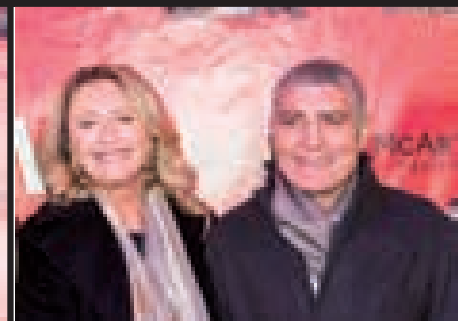
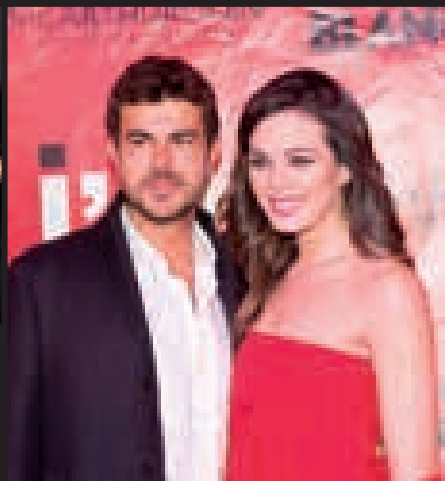


FOTO DI MARCO ROSSI - A. ARAGONA
M. LUISE - R. MININI
S. CANZANELLA

i'M Magazine



Christmas Party





Maurizio Aiello, nonostante il recente impegno sul set di "Un posto al sole", ha trovato il tempo di intraprendere un nuovo ambizioso progetto: l'IM Christmas Party. Da otto anni l'evento più ambito della città, che vede confluire a Villa Diamante, ogni maggio che si rispetti, artisti, vip e calciatori, ha fatto bis, riproponendosi in una veste del tutto nuova, tra le luci di Natale. Nella suggestiva location dell'Alma Flegrea, situata nell'area post industriale della città, gestita magistralmente da Paolo Tortora e Sonia Giordani di Galà Eventi, si sono date appuntamento circa 800 persone, in una atmosfera urban chic stile newyorchese, dove soffitti con alte travi ottocentesche in legno hanno fatto da contraltare ad una ben più moderna ambientazione loft allestita da Andrea Riccio della Wedding Solution con la regia dell'architetto Maurizio Martiniello, art director di Napoli Moda Design. Luci co-



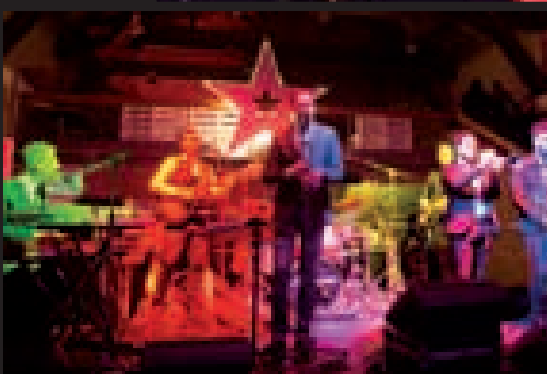
La festa più ambita della città bissa con la versione invernale



lorate, poltrone con cuscini logati I'M in oro e gli immancabili I'M glitterati: in questo contesto ha fatto da iniziale sfondo la live music della Santarsieri band, a cui è seguita una esplosione disco del dj Marco Piccolo, il tutto sotto la severa supervisione della sicurezza del gruppo Star Security capitanata da Antonello Paternoster. A scaldare gli animi, il catering beverage curato da "Bar In Movimento", società leader del settore capitanata da Francesco Cappuccio, Luigi Pignatelli e altri soci. Non è un caso che Dolce & Gabbana per il loro trentennale festeggiato a Napoli, si siano affidati proprio a Cappuccio e al suo team. Un sodalizio con I'M Magazine che si è confermato e rafforzato in vista di una sorpresa prevista per l'anniversario estivo a Villa Diamante. Main sponsor della serata Liu, jo uomo dell'imprenditore Giuseppe Nardelli, affiancato al party dal testimonial del brand, l'ex campione del mondo Fabio Cannavaro, giunto in Ferrari fiammante con la sua bellissima moglie Daniela.

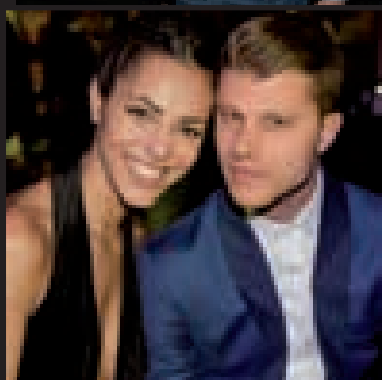
Sul red carpet, splendide modelle vestite da Camomilla Italia con tailleur nero, t-shirt logate IM e cappotti maculati, che hanno accolto gli ospiti e fatto da contorno alla splendida Audi Q2 esposta dalla concessionaria A&C Motors di Alfonso D'Appuzzo, sfavillante grazie anche ai

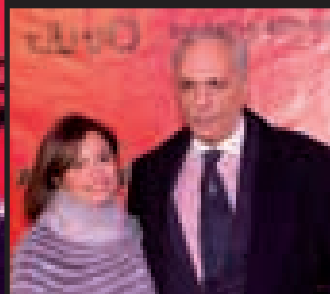




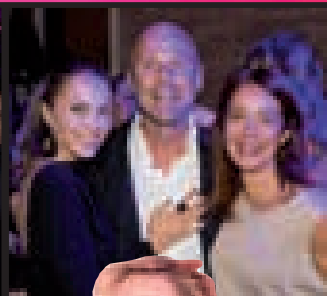
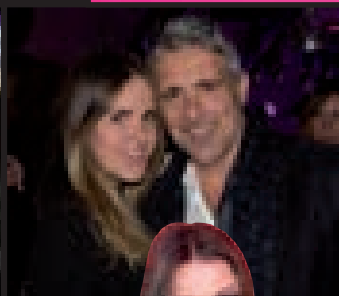
*Nella suggestiva location
dell'Alma Flegrea, si sono
date appuntamento circa 800
persone, in una atmosfera
urban chic stile newyorchese.*

giochi di luci che hanno illuminato la serata. Fasci di laser proiettavano i loghi L'ujo ed I'M sulla facciata del locale, mentre su un ledwall di 3x2 veniva trasmesso in diretta il backstage della campagna pubblicitaria del brand con Fabio Cannavaro protagonista. Immaneabile dei party I'M, il video in diretta della sfilata sul red carpet degli ospiti, in posa davanti al backdrop per la foto di rito scattata da un nugolo di fotografi stile Cannes assiepati ai margini delle transenne. Tra i numerosi sponsor della serata, caffè Kimbo, che ha scaldato gli ospiti con le degustazioni delle nuove capsule offerte dalle hostess, Salvatore Decristofaro, re delle sneakers gioiello, immaneabile ormai da anni sull'invito cartaceo con la sua ultima creazione, Montblanc, Confetti Maxtris, Outlet Mcarthurglen, i coloratissimi Ciupa Ciups ed i panettoni farciti De Riso, omaggiati ai presenti per buon augurio. A chiudere in bellezza la serata, un enorme babà di Scaturchio a forma di Vesuvio, su cui Maurizio Aiello ha brindato attor-



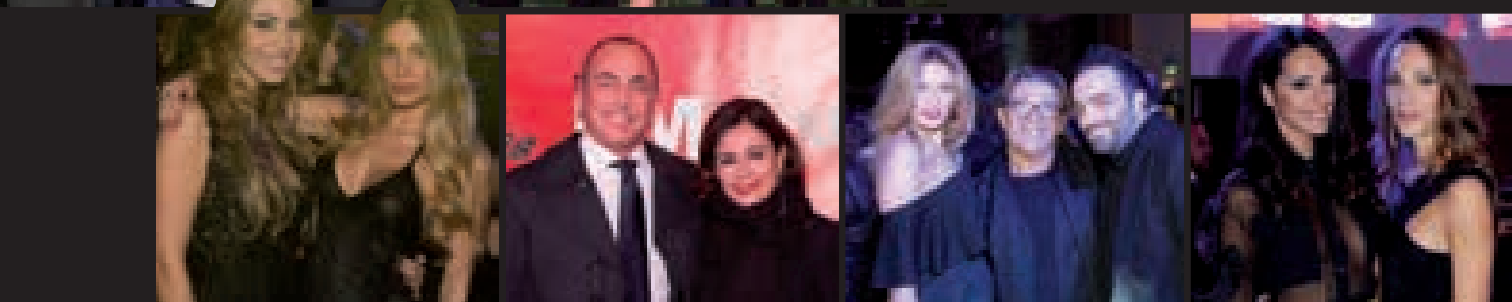


niato da tantissimi modelli e modelle, oltre ai colleghi amici di "Un posto al sole", tra i quali Patrizio Rispo, Marzio Honorato, Michelangelo Tommaso, Samanta Piccinetti e Miriam Condurro. Tra gli altri vip e sportivi, Patrizio Oliva, Francesco Cicchella, Sal Da Vinci, Peppe Iodice, Fabio De Caro e Denise Capazza di "Gomorra", Massimo Caputi, Claudia Mercurio, Maria Mazza, Dalila Pasquariello, Carmine Recano, Luca Abete, Lucio Caizzi, Lisa Fusco, lo stilista Nino Lettieri, il direttore del Roma Antonio Sasso, Lucia Cassini, Amedeo Andreozzi, Michele Caputo, l'ex calciatore del Napoli Stefan Schoch, la modella miss Europe Continen-





tal Anna Semenkova, Lina Carcuro e Alessio Lapice. Ed ancora tra i clienti amici, il chirurgo plastico Ivan la Rusca, Sergio Di Sabato con la moglie Rubino titolari della azienda Kimbo, Tommaso Rizzo del centro diagnostico "Augusto", Claudio Argenziano della gioielleria Monetti, Leonardo Massa di Msc Crociere, Alessandro Lukacs, Marina Nappa, Fabio Colonna, De Simone, Massimo Bottiglieri con la moglie, i fratelli Sonia, Gino e Sergio Albano al completo con le rispettive mogli, Salvatore Martino di President, che ha omaggiato gli ospiti con le sue t-shirt personalizzate I'M. Ed ancora, Bianca Imbombo delle borse Kilesa, Nara Di Cecio proprietaria di tenuta



San Domenico, Lello Carlini di Carpisa-Yamamay, Cecilia Donadio con il marito Tonino Colangelo, Marco Montefusco di Harmont&blaine, i registi attori Gianluca Ansanelli, Francesco Albanese e Francesco Vitiello; Bruno Nardelli di Liu-jo luxury, Salvatore de Cristofaro con la bella Imen, Marina Maresca responsabile marketing della Reggia designer outlet, Elio Caldoro di R-store, Tiziana Mauro di Camomilla con i proprietari dell'azienda (chiedere i nomi dei proprietari presenti), Dino Laudiero delle omonime assicurazioni, Ciro Sorbino di Hamaki-ho, Stefania Cilento, Ramona Amodeo, Lorenzo Crea, il fotografo Giancarlo Aiello, il giornalista Fabri-





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.

News

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

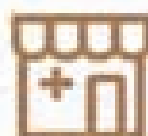
Registrati. scegli i prodotti e ricevi la tua spesa a casa o ritirala nella tua farmacia.



REGISTRATI



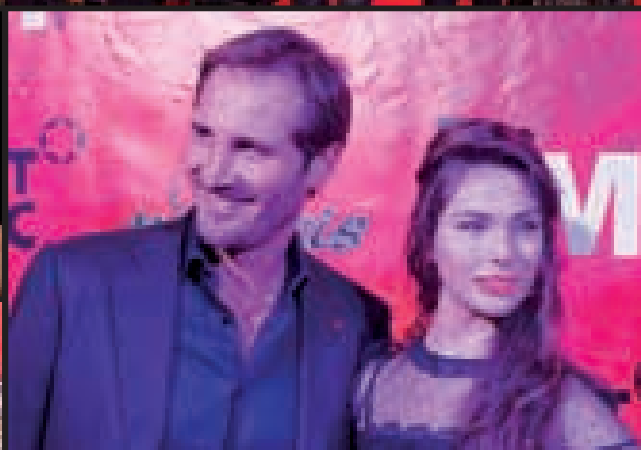
SCEGLI



RITIRA

WWW.MONDOCELIACHIA.IT

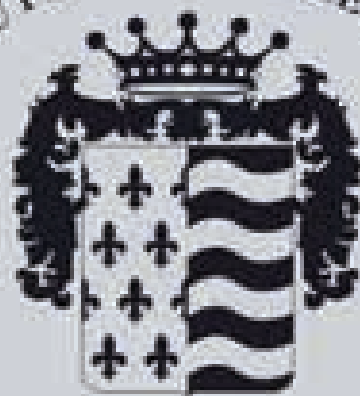
Libera la tua voglia di gusto!



zio Carloni, Carla Travierso, Francesca Frendo, Barbara De Feo, Laura Tresa, Mino Cucciniello, Marco Del Gaiso, Benedetta Piscitelli, Raffaella Modugno, il notaio Pietro di Nocera, Massimiliano Campanile, Luana Ferraioli, Barbara Petrillo, Costanza Caracciolo e Lino Ferrara. ■



TENUTA SAN DOMENICO



ANTICA DIMORA
CAPUA RELAIS



via casa omere, 81043 capua (ce) > tel. +39 0823 995470 > tenutasandomenicofive.it

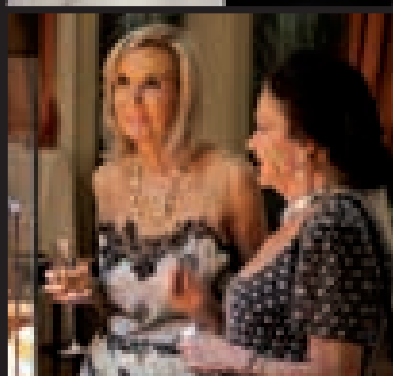
www.tenutasandomenico.it

Christmas Cocktail *di Nappa e Vhernier*





Grande successo per l'esclusivo Christmas Cocktail organizzato per il secondo anno dalla gioielleria Nappa di via Filangieri in partnership con il brand di alta gioielleria Vhernier, presso i saloni del prestigioso Hotel Excelsior. I selezionati ospiti presenti alla serata hanno potuto godere di un'atmosfera unica e hanno potuto ammirare le preziose creazioni del brand di alta gioielleria Vhernier, marchio apprezzato a livello internazionale per il suo stile unico, caratterizzato dalla purezza e dal rigore delle forme e dalla qualità eccelsa delle materie prime. "Padrona di casa" per una serata, la signora Marina Nappa della gioielleria omonima, affiancata dalla direzione del brand di preziosi. La serata non è stata solo un'occasione per scambiarsi gli auguri di Natale e per ammirare



Vhernier e Nappa Gioielli sono convinti che etica ed estetica si debbano fondere e per questo hanno deciso di sostenere Progetto Itaca, al fine di permettere alla Onlus di realizzare gli importanti scopi benefici.





le creazioni simbolo della creatività e dello stile italiano, ma anche per sostenere una buona causa. Vhernier e Nappa Gioielli durante la serata hanno presentato agli ospiti presenti "Fondazione Progetto Itaca - per la mente con il cuore", Onlus a favore di chi soffre di disagio psichico composta da volontari che sostengono chi da disturbi mentali e le loro famiglie. Vhernier e Nappa Gioielli sono convinti che etica ed estetica si debbano fondere come valori e che ci debba essere una responsabilità civile non solo nella vita privata ma anche nel lavoro, e per questo hanno deciso di appoggiare e sostenere Progetto Itaca, al fine di permettere alla Onlus di realizzare gli importanti scopi benefici. Gli invitati impreziosi da gioielli Vhernier, si sono scatenati sulle note del concerto degli Smoma, amatissima band in tutta Italia per i suoi show dal carisma inconfondibile. ■



DIVENTA UN CLIENTE DELLA PRIMA **PRIVATE BANK** ITALIANA

Fideuram è la prima⁽¹⁾ private bank italiana e tra le prime nell'Area Euro con più di 188 miliardi di Euro di masse amministrate di cui 130 miliardi di risparmio in gestione⁽²⁾.

La sua natura di banca-rete dedicata al private banking ha contribuito a costruire nel tempo:

- un'elevata solidità patrimoniale con un Common Equity Tier 1 Ratio pari al 16,5%⁽²⁾, largamente al di sopra dei requisiti normativi;
- una considerevole solidità finanziaria.

A garanzia della sicurezza dei propri clienti.

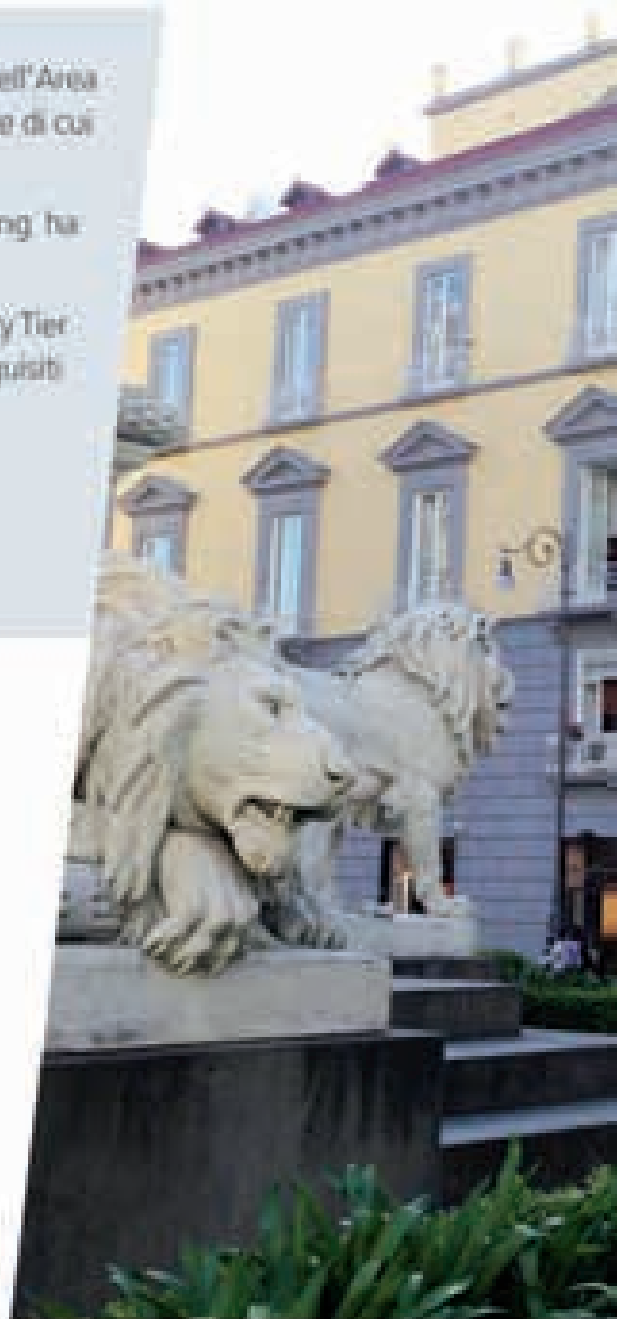
(1) Fonte: Magnet, indagini 2015. Ranking realizzato sui dati di stock.

(2) Fonte Fideuram: dati relativi a Fideuram, Gruppo Invest e Interim Langueix Private Banking al 30/06/2016.

 **FIDEURAM** | Private Banker

Uffici di Napoli

- Via G. Porzio, 4 - Centro Direzionale 6, F1 / Tel. 081 9711311
- Via Enrico Alvino, 53-55-57 / Tel. 081 2297111
- Piazza dei Martiri, 58 / Tel. 081 4297611
- Via Domenico Morelli, 7 / Tel. 081 7976311



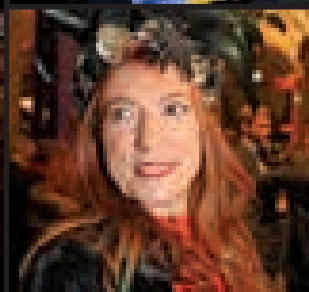


SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



Di Meo porta Napoli a Vienna

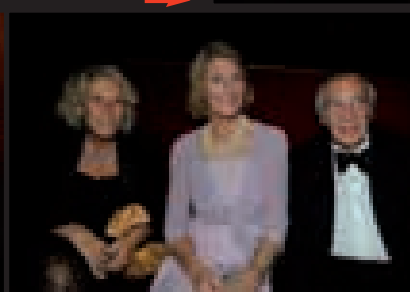
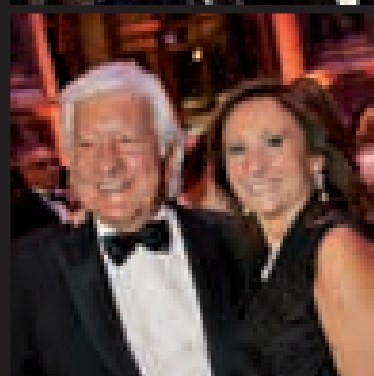
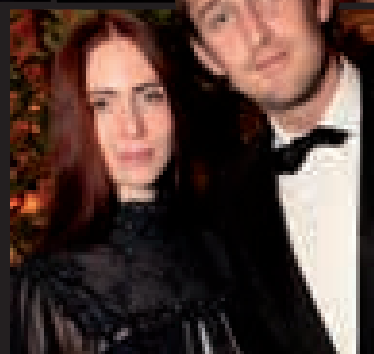
Il Pirelli dell'enologia compie 15 anni





Il Mediterraneo a Vienna ha il profumo dei limoni e il ritmo della tarantella. Il gran ballo organizzato per la presentazione del quindicesimo calendario Di Meo, il Pirelli dell'enologia, è un inno alle suggestioni che da Napoli hanno conquistato la capitale dell'impero asburgico, ma celebra anche il folklore e le tradizioni campane. L'azienda vinicola di Salza Irpina, di proprietà dei fratelli Roberto e Generoso Di Meo (che presiede l'associazione Di Meo Vini ad Arte), per il suo quindicesimo calendario ha scelto Vienna e il Kunsthistorisches Museum per una memorabile serata che ha raccontato ad ospiti provenienti da tutto il mondo le affinità fra Napoli e l'Austria. Il San Sebastiano di Andrea Mantegna, la Madonna del Prato di Raffaello Sanzio, la Sacra Famiglia del Bronzino, l'Arcangelo Michele di Luca Giordano, la Vergine Astrea di Salvator Rosa, l'allegoria della pittura di Jan Vermeer, il Sansone e Dalila di van Dyck, la Via Crucis di Hieronymus Bosch sono solo alcuni dei tesori del museo svelati agli ospiti della serata dagli storici dell'arte che hanno firmato i contributi critici del calendario Di Meo, con le straordinarie foto di Massimo Listri. Magnati dell'industria, aristocratici, artisti, socialité sono stati accompagnati alla scoperta del museo da Vittorio Sgarbi, Nicola Spinosa, Wolfgang Prohaska (che firma per il calendario un intervento proprio sul Kunsthistorisches, dove ha evidenziato il valore del dipinto monumentale di Francesco Solimena che si impone nell'ala sud della Pinacoteca). E ancora, alla testa di entusiasti invitati in straordinarie mise after six, Jörg

Garms, Dinko Fabris, Martina Fleischer, Elisabetta Garms Cornides, Sebastian Schütze. Per la cena da Napoli sono arrivati centinaia di chili di monumentali babà e irresistibili mozzarelle: gli unici due elementi mediterranei di un menù tipicamente austriaco annaffiato dai vini dell'azienda Di Meo. Fiano, Greco di Tufo, Taurasi e bollotine bianche e rosé per gli ottocento ospiti che fino a tarda notte si sono scatenati sulla musica del dj trans Lucy McEvel, che si è divisa l'attenzione degli ospiti con i quaranta della tarantella arrivati direttamente dalla Campania: musica, folklore e danze nel fastoso salone con vista sulla piazza dominata dalla statua di Maria Teresa d'Austria, illuminato da migliaia di candele e addobbato con centinaia di piante di limoni. A fine serata per i signori uomini un curioso regalo: calze Gallo con l'immagine di Carlo IV, quella che nel calendario è raccontata ad ottobre. Alla presentazione del calendario di Meo, con le straordinarie foto di Massimo Listri, al Kunsthistorisches Museum di Vienna, erano presenti personalità del mondo della cultura, dell'economia e dell'aristocrazia internazionale. Fra gli altri Sabine Haag, direttrice del museo, gli storici dell'arte Vittorio Sgarbi, Nicola Spinosa, Francesca Baldassari, Agnes Husslein, direttrice del Belvedere, con il marito Peter (il ginecologo più famoso di Vienna) e il principe Pierre d'Arenberg. E, ancora, Francesca di Carrobbio, ad di Hermès Italia, Guido Barendson, Christian e Carola Benetton. Due gli ambasciatori italiani presenti all'evento: Giorgio Marrapodi, di stanza a Vienna, Pasquale Terracciano,





arrivato da Londra. Fra gli ospiti anche Martin Boehm, proprietario della casa d'aste Doroteum, i conti Lucchesi Palli, Angelo Bucarelli, Caterina Visconti di Modrone, Chicca Citterio, Gigliola Federici, Guglielmo Giovanelli, Francesco e Patrizia Lefebvre d'Ovidio, Giuseppe Colombo (patron dell'azienda Gallo), Nancy dell'Olio, i danzatori Patrick King e Johan Silverhult, il giornalista del KronenZeitung Cristophe Dichand, il principe Ruggero Moncada di Paternò, Alessandra Montezemolo, Marina Pignatelli, Edoardo Pallavicini, l'architetto Andrea Pallfy, la marchesa Januaria Piro-mallo, la senatrice Diana De Feo. In tanti hanno chiesto di essere presentati all'artista Erwin Wurm, al ballo con la moglie Elise - il 'contemporaneo' più importante dell'Austria, nella top twenty internazionale degli artisti viventi - e a Markus Hoyos proprietario dei siti storici più interessanti e di rango dell'Austria. Presenti al party mr. Porche Stefan Piech, di Daniela Procopio Vasconcelos, il giornalista TV Roman Rafreider, Adrian Riklin e Tony Stachel (cui fa riferimento la straordinaria collezione di arte contemporanea di palazzo Razumovsky), Adriana Sartogo e l'elegantissimo marchese Giuseppe Paternò di Sangiuliano. E, ancora, la cantante jazz Dorretta Carter, il fondatore dei Life Balls Gery Keszler, Elisabeth Hirnigel (personalità di prima grandezza del fashion) e la giornalista Alex Hesse, autrice di un seguitissimo programma sulla high society. Alla serata anche Giuseppe Tasca d'Almerita, Karl von Hohenloe, il principe Victor von Turn undTaxis, i principi Alfred e Alice Liechtenstein, i conti Stefan e Melanie Wenkheim, al vertice di un impero della birra, il re del caviale Alexander Weber, la storica della principessa Sissi, Katrin Unterreiner, Tommaso Ziffer, Eleonora Windisch -Gratz e Aki Nuredini, proprietario del ristorante Sole che a Vienna è il punto di riferimento dei big della lirica e del teatro. Fra gli ospiti anche Cesare Cunaccia e, in arrivo da Napoli, Antonio e Marò Mottola di Amato, i de Gregorio Cattaneo, i Leonetti, Marzio e Paola Pignatelli di Spinazzola, Mariano e Barbara Rubinacci. ■



il cuore ha le sue ragioni, che la ragione  non conosce

Bulgari
Chantecler
Dodo
Pomellato
Baume et Mercier
Crivelli
Marco Bicego
Pasquale Bruni
TagHeur
Mattioli
Bering
Queriot
Briston
Laurent Gandini
Glycine

*Happy
Valentine's*

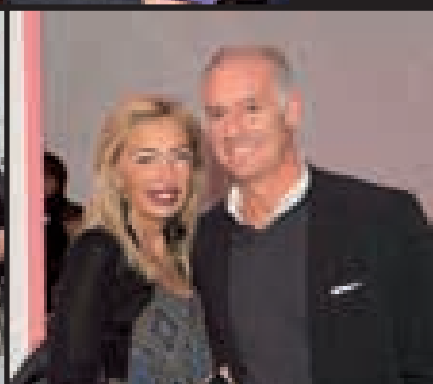
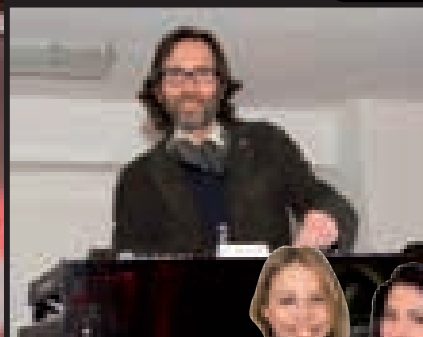


ERRICO
GIOIELLI



Scaricabile su
App Store

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



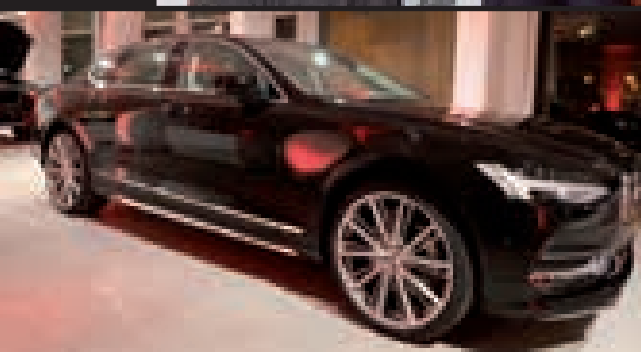
**i'm
party**



Cocktail Natalizio *Volvo*

FOTO DI MARCO ROSSI

Volvo ha festeggiato il consueto cocktail natalizio, in un'atmosfera dolcemente natalizia. Un party che la concessionaria Autorally organizza nei minimi dettagli, ogni anno a Dicembre. La serata è stata l'occasione per degustare cocktail e finger food svedesi, al ritmo della musica del Dj Marco Piccolo. Preziosa la presenza di due sponsor di eccezione: la storica gioielleria de'Nobili e Lite Life, spa del Grand Hotel Parker's che hanno omaggiato graditissimi premi durante una divertente estrazione. Per l'occasione la Gamma Volvo ha viaggiato anche sulle tele di cArt arteaquattroruote grazie alla creatività di Mario Ricci Tra i presenti Luigi Carnevale, Michele Costagliola, Pasquale Buonocore, Flora Nappi, Alberto Angiuoni, Francesco Trapanese, Gerardo Cardillo, Giuseppe Maravolo e la moglie Tiziana Toscano, Moreno Pezone. ■



napoli10@apollonia.it www.apollonia.it/napoli05918

per te 1 mese GRATIS

Allianz 

Abstract. *Abstracts of the papers presented at the 1998 Annual Meeting of the American Psychological Association, held in San Francisco, California, from August 1 to 5, 1998. The abstracts are organized by topic area and are presented in a format that is consistent with the format of the abstracts published in the 1997 Annual Meeting of the American Psychological Association.*



**i'm
party**

Cocktail Event al nuovo Show Room Kilesa

FOTO DI MARCO ROSSI



Design contemporaneo, sapienza artigianale, innovazione, glamour. Tutto questo è Kilesa, il marchio creato dalla vulcanica imprenditrice Bianca Imbombo, che ha presentato la collezione di borse e accessori nel suo nuovo show room a Capua. Un open space di 300mq in perfetto stile minimal total white: "Un luogo dove non solo le creazioni vengono esaltate e valorizzate - ha raccontato Bianca Imbombo - ma che consente di fondere arte e moda. Infatti, grazie alla collaborazione di un noto architetto beneventano, ho voluto inserire e realizzare delle opere d'arte, come sculture in cartapesta raffiguranti la mano di una donna... Una donna che naturalmente indossa Kilesa". Uno stile, quello della nuova collezione, ben riconoscibile per il suo mood iper femminile, esclusivamente made in Italy, che ha riscosso grande successo grazie alla forte identità, alla raffinatezza del design e alla cura dei particolari. "L'idea di uno show room a Capua è nato dalla volontà di creare un luogo non convenzionale dove creare sinergie, incontri ed eventi di moda, di arte e cultura - ha spiegato l'imprenditrice - che possa rappresentare un punto di riferimento glamour ed accogliente per ospitare buyers provenienti da tutto il mondo".

Bianca Imbombo ha espresso nella sua collezione la passione per la moda e per un progetto imprenditoriale che in breve tempo ha preso forma, conquistando una clientela italiana e straniera. Un nome, Kilesa, che rispecchia la personalità della sua creatrice: "E' una parola che trae origine dalla filosofia orientale - ha svelato l'imprenditrice - che esprime sentimenti come l'ambizione e la paura, emozioni forti e contrastanti, che possono confluire grazie alla meditazione. Un progetto, quindi, anche "terapeutico", che mi aiuta ad esprimere me stessa". Come le borse Kilesa, che riescono nei loro diversi modelli e colori, a rispecchiare i gusti di ogni donna, purché sia raffinata. ■

RANGE ROVER SPORT

TESTATA SU STRADA, FUORISTRADA E FUORIPISTA.



ABOVE & BEYOND



Nel 2013 ha attraversato lo sconfinato Empty Quarter, il deserto di sabbia più grande al mondo, e superato i 156 tornanti del Pikes Peak nelle Montagne Rocciose del Colorado. Ad agosto 2016, Range Rover Sport ha sfidato Inferno, una delle piste da sci più difficili al mondo, diventando il primo veicolo di serie a completare il pericoloso percorso di 14,9 km a Mürren, in Svizzera, raggiungendo un massimo di 155 km/h in un'adrenalica discesa di 2.170 metri.

Quest'auto straordinaria ti aspetta in Concessionaria. Vieni a provarla.

landrover.it/downhillchallenge
#DrivenChallenges

Scopri i privilegi riservati ai Soci del Land Rover Club su club.landrover.it

AUTORALLY

Via E. Giannino 109, Napoli

081 7340414

comunicazione.autorally@landroverdealer.it

autorally.landrover.it





Disponibile su
App Store

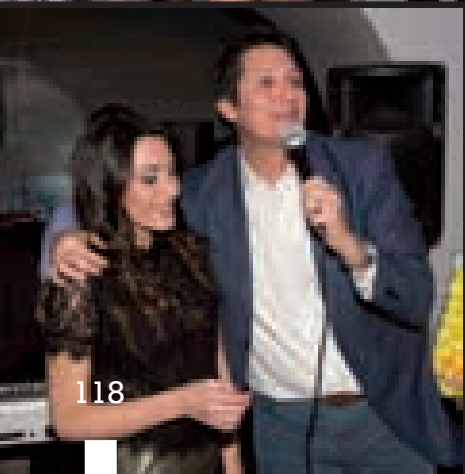
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



**i'm
party**

Christmas *Msc* party

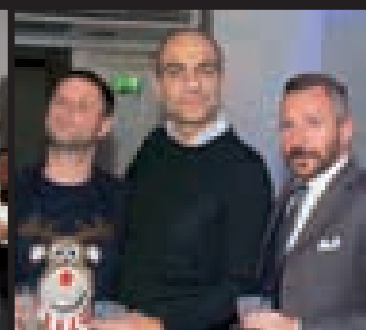
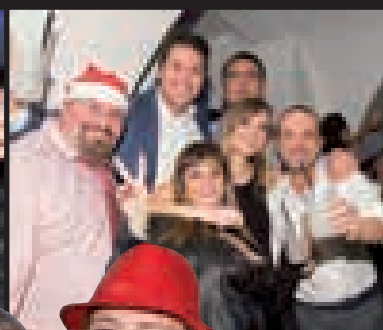
FOTO DI **MARCO ROSSI**





Non un Natale qualsiasi quello di MSC Crociere che per il suo party di fine anno ha scelto di festeggiare in maniera creativa premiando chi, tra i propri dipendenti, ha interpretato in maniera più originale il tema della serata "My Special Christmas" party. Con originalità ed eleganza i dipendenti di MSC Crociere sono scesi in pista per scambiarsi gli auguri allo Snob Exclusive Club a Napoli. Una sfilata di papillon, paillets, gioielli, coroncine e addirittura vestitini cuciti per l'occasione corredati da led luminosi: tutti in pista con un look originale per creare un "My Special Christmas party" memorabile. Un clima divertente e piacevole, quel piacere di incontrarsi e trascorrere insieme una bella serata con i colleghi di tutti i giorni in una cornice fresca e suggestiva. Tra cocktails, frittture e ottimi risotti, la serata è stata arricchita da un deejay set che ha riproposto tutte le hit più ascoltate e suonate degli ultimi anni, coinvolgendo in pista anche gli invitati più timidi. Non pote-

vano mancare le telecamere di We can Dance e la straordinaria partecipazione di Dino Piacenti, che con la sua simpatia ha contribuito ad animare la serata per gli amici di MSC. Al party, che ha coinvolto tutti gli uffici Italia, hanno partecipato anche il Country Manager Italia Leonardo Massa, il General Manager Aureliano Cicala, il Direttore Vendite Luca Valentini, il Direttore Marketing Andrea Guanci, il Contact Centre Manager Valentina Topi e tutta la forza vendite: Francesco Manco, Massimo Bertoldero, Luigi Cerracchio, Federico Maccotta, Fabio Candiani, Beppe Lupelli e Marco Ponticiello. La serata si è conclusa con una ricca estrazione di premi: due voli A/R per 2 persone Air Berlin, un televisore Samsung 32", 3 Samsung S7, un Samsung Galaxy Tab Pro e tanti altri premi. Una festa speciale per stare insieme e festeggiare l'inizio del nuovo anno che vedrà la flotta di MSC Crociere crescere di due unità: a giugno arriverà MSC Meraviglia e a dicembre MSC Seaside. ■





New collection **Scervino** *tra luci natalizie*



Christmas aperitif da Ermanno Scervino in Via Morelli per una preview della Cruise collection 2017, in presenza dello stilista fiorentino, che intrattenendosi tra amiche napoletane e clienti dello store si è concesso agli obiettivi e ai brindisi insieme agli organizzatori dell'evento Lino Sgambati e Rosario De Matteo e lo store manager Claudio Picariello. "La collezione Ermanno Scervino Donna per la primavera/estate 2017 è percorsa da una tensione continua verso la bellezza oggettiva, ottenuta attraverso una meticolosa cura per i dettagli nella costruzione dei capi e nella scelta dei

materiali. Manualità sartoriale, contemporanea e affinata da un continuo processo di sperimentazione, al servizio del bello.

Il pizzo plissettato - tratto iconico della maison - è moderno, lavorato a nido d'ape con tecniche sartoriali d'avanguardia. I tailleur tratteggiano uno stile liberty del futuro. Il capospalla ispirato all'uniforme si svuota totalmente, reinventandosi in chiave sensuale e bon-ton. La corda diventa accessorio chic o ricamo. La bellezza, per la sera, si sublima in sogno. Organze di seta creano abiti dalla leggerezza impalpabile che lasciano al loro passaggio una scia onirica". ■





WEDDING SOLUTIONS



consigli | rivelle | modelli | foto

AZIENDA LEADER NEL SETTORE DEL NOLEGGIO DI ATTREZZATURE PER EVENTI
CON SARTORIA E FALCHAMERIA INTERNA PER SODDISFARE OGNI RICHIESTA DI PERSONALIZZAZIONE

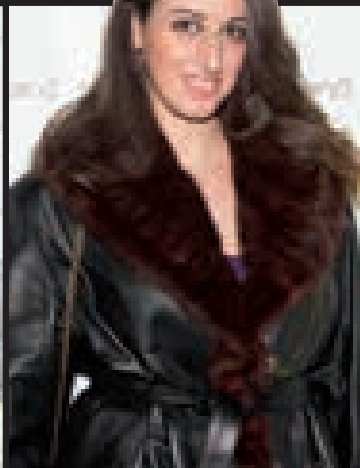


New opening **Salmoiraghi & Viganò**

FOTO DI MARCO ROSSI



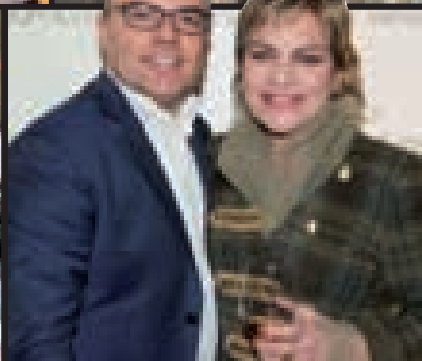
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



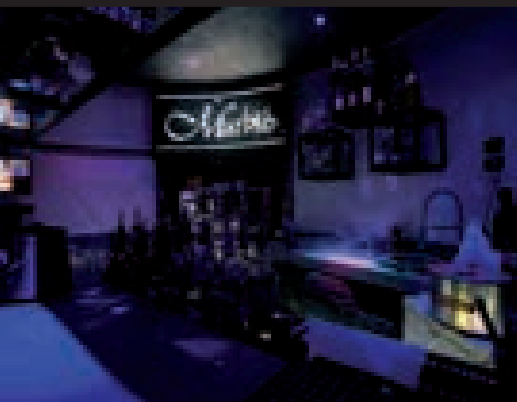
Lo scorso dicembre la storica azienda di occhiali Salmoiraghi & Viganò ha inaugurato un nuovo punto vendita in Galleria Umberto I, area strategica per lo shopping della città grazie alla grande affluenza di turisti nella zona. Sono stati riservati per l'occasione circa 64 mq nell'area antistante il nuovo negozio, abbelliti dagli allestimenti di Flover di Via Dei Mille. Il brunch, curato da Maggio Banqueting, è stato organizzato dall'attore Maurizio Aiello che si è prestato con successo al mondo dell'event planning, accompagnato da alcuni colleghi, l'attrice Cristina Donadio, alias Scianel di "Gomorra", e Luca Abete di "Striscia la notizia". A supportarlo con l'ufficio stampa la moglie Ilaria Carloni e l'impeccabile regia di Roberta Buccino Grimaldi. Tra i nume-

rosi ospiti, reclutati dalla P.R. Federica Marchetti, Rosa Sarno, Mino Cuciniello, Francesca Coccoli, Lula Carratelli, Maria Cristina Sonni, Antonia Mele, Fiorella Cannavale Di Lauro e Fabiana Ferrentino immortalati dai flash di Marco Rossi.

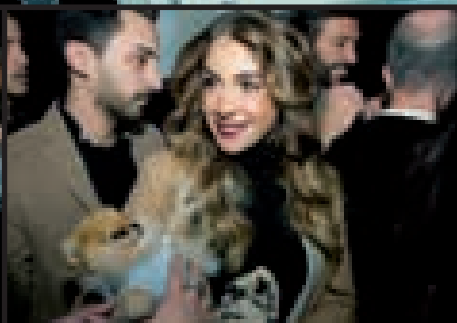
La colonna sonora è stata affidata al dj Marco Piccolo, a cui si è alternato al sassofono Vincent Albi, illuminato dagli effetti luci by Andrea Pirozzi. Un binomio fortunato quello tra Salmoiraghi & Viganò, nato nella Milano di fine Ottocento. Nel 2012 Luxottica è diventato partner finanziario acquistando una quota del 36% dell'azienda, e dando il via ad una ascesa irrefrenabile, culminata con questo bis a Napoli, dopo il negozio del Vomero, nella splendida Galleria Umberto. ■



Ecco il Marble!



Situato in una delle location più suggestive della collina vomerese, a Via Aniello Falcone 340, ha inaugurato il Marble, il cui nome viene da marmo, che ne è la musa ispiratrice. Il Marble predilige un arredamento minimal ma ricercato, curato in ogni dettaglio, con uno stile inconfondibile che richiama i più trendy lounge bar della New York mondana. Aperto tutti i giorni, dal caffè a colazione passando dallo Spritz d'aperitivo, fin al drink del dopo cena, accompagnerà una ricercata selezione musicale, nel magico panorama incorniciato da un'ampia vetrina sul Golfo di Napoli. Spicca la bottigliera, che fa da cornice alla vasta selezione di liquori di prima qualità che invita il cliente alla scelta del giusto distillato per il cocktail perfetto. ■





Villa Diamante

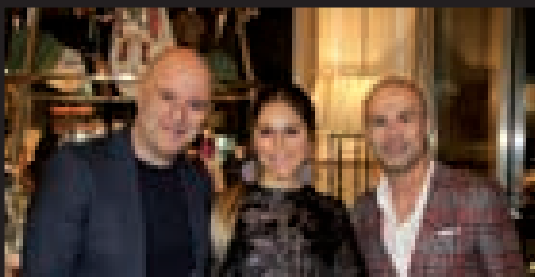
"FATTI TRASPORTARE
DALLA BELLEZZA"



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

www.villadiamante.it





L'Albero d'artista firmato **Ferrigno**

FOTO DI FEDERICA RISPOLI



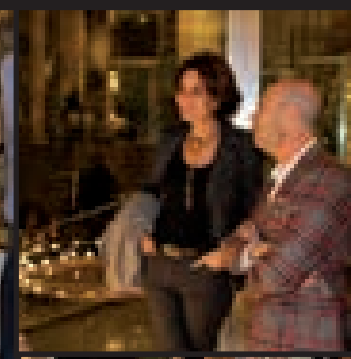
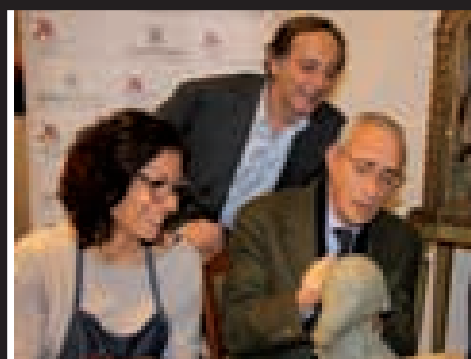


Natale è stato festeggiato al Renaissance Naples Hotel Mediterraneo con un particolarissimo Albero Presepe del maestro Marco Ferrigno, custode dell'antica arte presepiale partenopea. Con l'assessore alla Cultura e al Turismo del comune di Napoli, Nino Daniele, ed il patron dell'hotel Salvatore Naldi è stato inaugurato il Nativity Tree, un mix di antico e moderno, tradizione e innovazione per quest'Albero d'Artista che negli anni scorsi era stato firmato da artisti del calibro di Lello Esposito e Riccardo Dalisi. La natività e poi i magi, venditori ambulanti, il burattinaio, Pulcinella e persino lo Sciò Sciò portafortuna: sono questi alcune delle figure in bella mostra sulla struttura in acciaio conica alta oltre 4 metri.

Nel corso del vernissage gli artigiani di Ferrigno Art hanno fatto scuola mostrando come si realizza un pastore. Accolti da Salvatore e Teresa Naldi con il figlio Francesco e dalle note della violini-

sta Simona Sorrentino, in tanti hanno ammirato le opere di Marco Ferrigno, accompagnato dalla bella moglie Nunzia.

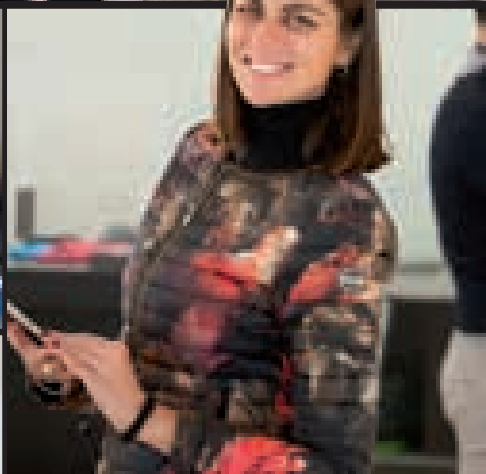
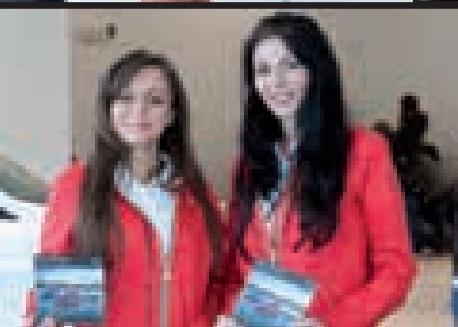
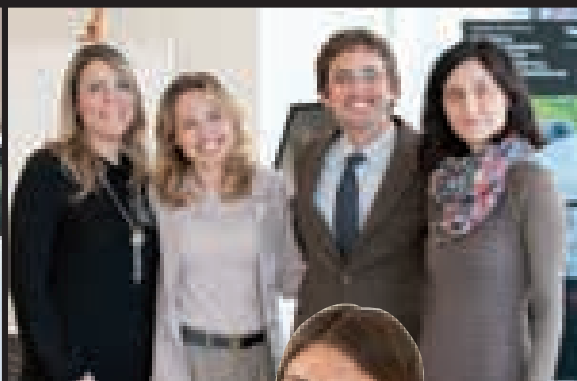
Tra i tanti partecipanti, immortalati nelle fotografie di Federica Rispoli, l'assessore Nino Daniele, gli artisti Lello Esposito e Luigi Masecchia e poi Roberta Buccino Grimaldi, Ernesto Claar, Gigio Rosa, Marina Leone, Lello e Claudia Sangiuolo, Ida Cimmino, Francesco e Antonella Tuccillo, Paola e Cristina Grimaldi, Roberta Vosa, Mario e Marina Pandolfi, Sergio e Marinora Pignalosa, Amerigo ed Elena Grispo, Anna Manna e Lilli Leone, Mitzi e Fabrizio Merolla, Gilda Roberti, Nanna Tucci, Lucio Majorano, Diego Di Caterina, Donatella e Gaetano Borrelli, Gino Giaculli, Romolo Acampora, Nina Maraniello, Francesco e Gabriella Todisco, Rosanna e Rossella Coscia, Mino Cucciniello, Emma e Giannantonio Garzilli, Marina Nappa, Carlo e Gigliola Migliardi, Gigi e Lidia De Simone, Otto Buccafusca, Anna Martucci con Maurizio Ambrosio. ■





Il The Art of performance Tour approda da **Autorally**

FOTO DI MARCO ROSSI



È arrivato anche a Napoli il The Art of Performance Tour, evento itinerante pensato per esaltare l'eccellenza del marchio Jaguar. Location dell'evento la storica concessionaria Autorally per l'occasione trasformata in un piacevole ritrovo per gli amanti del brand. Tanti gli ospiti presenti che hanno potuto testare le prestazioni e il carattere sportivo dei modelli della casa mettendosi alla prova in questa esperienza esaltante. Grazie alla collaborazione con Cart Arte a quattro ruote e Jaguar Italia, l'Autorally e tutto il suo staff hanno vissuto e regalato una giornata indimenticabile. Tra i presenti Antonello Caliendo, Tommaso Passaretti, Silvio Uccello, Achille Cortellessa, Domenico Ramires, Luigi Ugliano, Daniele Amore. ■

Chi ben comincia ...passa a Mac.



 MacBook Pro

Chiedi di più.

Vieni a scoprire il nuovo MacBook Pro
e le nostre offerte e promozioni.

Trova il punto vendita più vicino su www.rstore.it

R-Store







DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano

PANDORA



CELEBRA L'AMORE

Tutti i bracciali Eternus con gioielli in Argento Sterling 925 rifiniti a mano.
Scopri le nuove romantiche collezioni dei Valeriani su pandora.net o eternus-it.pandora.net.