



MAGAZINE

MARZO - APRILE 2017 Anno X N°58

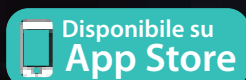
Moda
HAMAKI-HO
Obiettivo Europa e
Medio Oriente

Moda
ALBANO
Non solo scarpe

Moda
MANILA GRACE
Lo stile che stupisce

Turismo
SAN LEUCIO
Il complesso monumentale
tra arte e storia

Intervista
NUNZIA SCHIANO
La mamma d'Italia



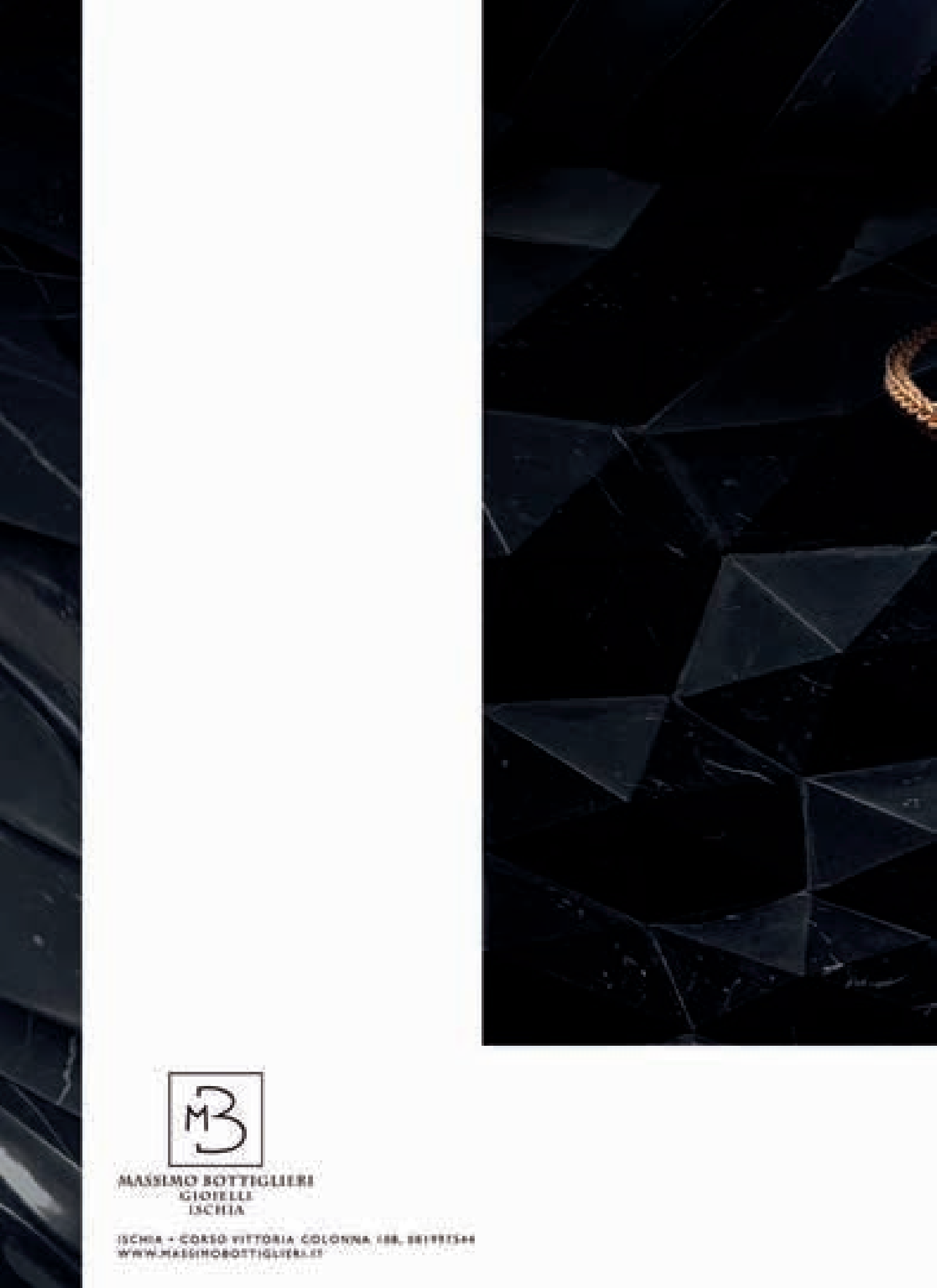
GIUSEPPE
ZENO



Beyond Perfume



LOUIS VUITTON



MASSIMO BOTTIGLIERI
GIOIELLI
ISCHIA

ISCHIA - CORSO VITTORIA COLONNA 188, 81051 ISH
WWW.MASSIMOBOTTIGLIERI.IT



BVLGARI

ROMA

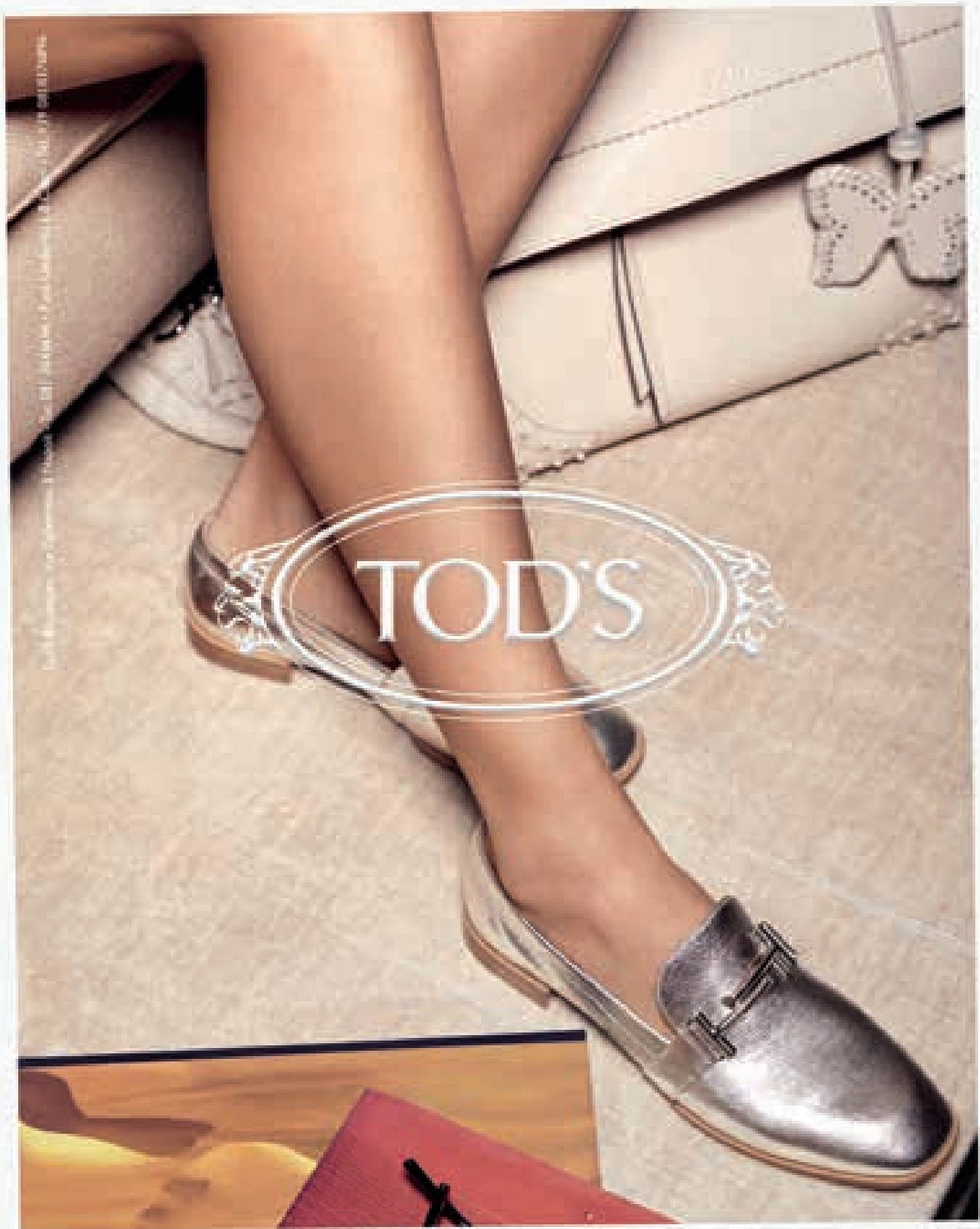
B.zero1

DESIGN LEGEND by Zaha Hadid

bvlgari.com #DESIGNLEGEND

7:00 pm The Show. Beautiful. Who was that model from Rome?





© 2011 Tod's S.p.A. - Via Cesare Lombroso, 23 - 20133 Milano, Italia - Tel. 02 57491 - Fax 02 574921

Tods.com





Salvatore Ferragamo

IN COPERTINA



Giuseppe Zeno
ph Azzurra Primavera

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

Filomena Diana

Sergio Governale

Alessandra Militerni

Arianna Nardi

Marco Nota

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

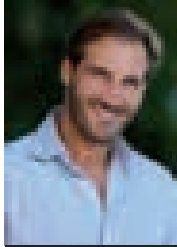
info@immagazine.it

I'M ONLINE

WWW.IMMAGAZINE.IT

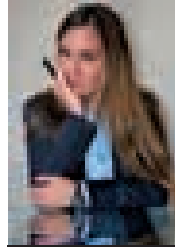


Follow us on:



L'Editore

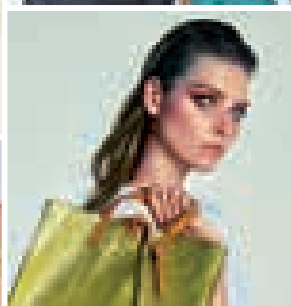
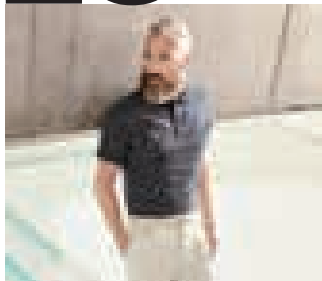
Maurizio Aiello



Il Direttore Responsabile

Ilaria Carloni

28



48



62

80

SOMMARIO



28 *Hamaki-Ho*

OBIETTIVO EUROPA E MEDIO ORIENTE
DI SERGIO GOVERNALE

48 *Albano*

NON SOLO SCARPE
DI SERGIO GOVERNALE

56 *Nunzia Schiano*

LA MAMMA D'ITALIA
DI MARCO NOTA

62 *Manila Grace*

LO STILE CHE STUPISCE
DI SERGIO GOVERNALE

70 *Giuseppe Zeno*

IL MARE DENTRO
DI ILARIA CARLONI

80 *Maurizio Martiniello*

IL LUSSO È ESCLUSIVITÀ
DI ALESSANDRA CARLONI

70

FENDI

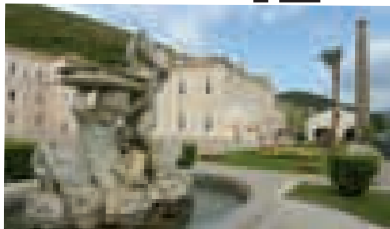
22



36



42



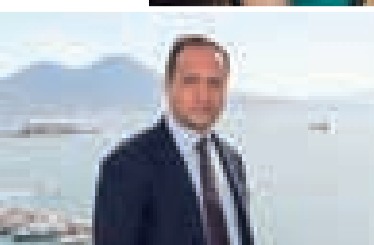
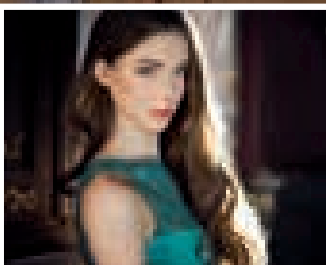
86



90



98



105



SOMMARIO

114

17 L'opinione

IL TESTATICO
DI FABRIZIO CARLONI

18 Bellezza

CHIRURGIA ESTETICA COMBINATA:
INTERVENTI MULTIPLI NELLA STESSA SEDUTA
DI IVAN LA RUSCA

22 Milano Moda Uomo

LE VISIONI DEI DESIGNER PARTENOPEI
PER LA PROSSIMA STAGIONE FREDDA
DI ARIANNA NARDI

36 Pitti Uomo 91

I DESIGNER PARTENOPEI ALLA PRESA
DI FORTEZZA DA BASSO
DI ARIANNA NARDI

42 Complesso monumentale di San Lencio

TRA ARTE E STORIA
DI MARIA DE LUCA

86 San Giovanni a Carbonara

DOVE LA STORIA DEGLI ANGIÒ SI ESPRIME
ATTRAVERSO L'ARTE

90 Giocattoli in mostra

DI FILOMENA DIANA

94 Msc Crociere

LE NOVITÀ NEL PRIMO CATALOGO IN MIXED REALITY

96 "Il futuro è semplice" con Optima Italia

98 I'M Model

ROBERTA SICILIANO

105 Professionisti al top

PAOLO TORTORA
DI ALESSANDRA MILITERNI

108 Fotonotizie

112 Mav, il musco che fa ri-vivere l'eruzione

DI FILOMENA DIANA

114 Un Mondo di Solidarietà

116 Lilt, straordinario concerto a Palazzo Reale

DI LAURA CAICO

118 La donna Lettieri presentata a Via Veneto



CELLINI

*Un omaggio alla tradizione orologiaia
e all'eleganza senza tempo, con un tocco di modernità.
Non segue solo l'ora, segna la serata.*



CELLINI DATE
IN ORO BIANCO 18 CT

Monelli

Orologeria Gioielleria

RIVENDITORE AUTORIZZATO
NAPOLI - VIA DEI FILLE, 12
NAPOLI - VIA ZBRUSCA, 60/A



120

124



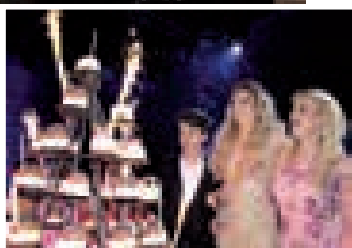
130



134



138



142

SOMMARIO

120 #anUrbanTale in Florence

IL PARTY LIU JO UOMO A PITTI IMMAGINE

124 "Mam" Moda, Arte e Motori al Motor Village Napoli

126 Butterfly party

128 Un compleanno sfavillante

130 Liu Jo Luxury is Love

134 Birthday Party tra modelle

136 Un party "Snob" per la Carcuro

138 Carnival party

DA "ROSOLINO DINNER & DANCE"

142 Party ibizenco a Marechiaro

Abbey Road Studios

Fay



LEVI DYLAN AND CLARA MCGREGOR

FAY.COM



Yamay
BAGS & SHOES

IL TESTATICO

DI FABRIZIO CARLONI



Uno dei maggiori problemi che intristiscono il mondo, è costituito dalla recrudescenza dello scontro storico tra cristianesimo e islamismo; nella grave frizione, sia detto senza scadere in posizioni sciovinistiche o viscerali, questa volta sono i seguaci di Gesù Cristo ad avere la peggio e a dover prendere, spesso e malvolentieri, il ruolo dei martiri.

Nel conflitto epocale, i commentatori evidenziano come la grave contingenza non sia riconducibile a questioni banali o legate a congiunture superabili. Tra le due filosofie, infatti, le discriminanti sono molte e radicali e l'unico elemento condiviso è il monoteismo che le caratterizza e che le lega, anche, ad un'altra confessione importante per la storia del mondo, costituita dall'ebraismo che, per genesi, le precede.

Pertanto, quello che rende inconciliabile, a nostro avviso, la confluenza dei due pensieri in un qualcosa di più gestibile e tollerante, volendo ridurre la questione all'essenziale, è il fatto che nell'Islam, irrimediabilmente, il peccato si identifichi con il reato. In poche parole, per la *Sharia* scelte personali come l'adulterio e l'apostasia costituiscono colpe che meritano la condanna a morte; per i cattolici, che hanno rinunciato da decenni, grazie a papi spesso santi, all'oscurantismo proclamato in alcune parti del Vecchio Testamento, ma anche per la grande maggioranza degli altri cristiani, i due comportamenti (adulterio e apostasia) rientrano nell'ambito delle libere scelte di cui il fedele deve dare conto alla propria coscienza e al Padreterno.

Fatta questa premessa, c'è da aggiungere, brevemente, che il Profeta, sempre attento agli aspetti pratici cari ai pastori e commercianti arabi cui si rivolgeva la sua prima predicazione, fece in modo che la parte importante su un piano demografico, economico e culturale della popolazione ebraica, cristiana e zoroastriana che man mano veniva inglobata nel *Dar al-Islam* (la terra soggetta al diritto coranico; l'Islam) fosse trattata con rispetto e decoro. Il tutto, assoggettando i sottomessi ad un regime di prelievo fiscale specifico per i non credenti, ben dosato perché questi ultimi potessero continuare a produrre e a pagare il giusto senza essere soffocati economicamente.

Riassumendo, i monoteisti cristiani e giudei abitanti nelle terre man mano acquisite all'Islam, come i siciliani, i ber-

beri, gli spagnoli, i serbi e i croati, gli albanesi, i greci e i montenegrini, le tante comunità cristiane ed ebrae dell'Impero Ottomano e i molti altri popoli monoteisti (gli Uomini del Libro; i *dhimmi*) anche del Medio e dell'Estremo Oriente, potevano garantirsi condizioni di vita accettabili, pagando un testatico (*jizya*). Corrisposto il quale, dovevano solo rispettare i precetti che pretendevano che si distinguessero nell'abbigliamento e nei comportamenti dal popolo illuminato dalla luce dell'Islam. L'alternativa al pagamento dell'imposta, era costituita dall'allontanamento dall'*Umma* (la comunità dei credenti musulmani) o la conversione con ultima alternativa la iugulazione; *quintum non datur*.

Negli ultimi 25 anni questa tolleranza ben remunerata, concessa da parte dell'Islam alle popolazioni giudaiche e cristiane, con le guerre scatenate in Mesopotamia dagli occidentali, è stata annullata rompendo l'ultimo equilibrio tra le grandi religioni che aveva trovato, nell'Impero Ottomano, sino al XIX secolo, la massima espressione e molti vantaggi. Ne è derivata l'alimentazione dell'ennesima diaspora verso l'Europa, di milioni di poveri esseri umani allontanati dalle terre dei padri da forze soprattutto esogene estranee alla propria volontà, cultura e tradizioni.

Cosa che si era già verificata con la migrazione forzata, nei primi anni Venti del secolo scorso, di centinaia di migliaia di greci del Ponto e dell'Anatolia orientale in seguito allo stesso etnocidio cui erano state assoggettate, nel corso della Grande Guerra, dai turchi, le forti minoranze armene dell'impero. Prima dello scoppio delle ostilità tra Occidente cristiano e Impero Ottomano, i credenti delle grandi religioni dal Dio unico, avevano trovato una convivenza che aveva assicurato la pace sociale per lunghi tempi e il benessere nel Maghreb, nei Balcani, e nell'intero Medio Oriente.

Ora, milioni di uomini, donne e bambini premono ai nostri confini per le conseguenze della rottura di un'armonia precaria ma efficace. Molti di loro sono i sopravvissuti di enclave cristiane nella Regione Mesopotamica i cui abitanti erano l'ultima testimo-

nianza locale della nascita di Cristo; moltissimi altri sono i portatori, al contrario, di una filosofia che vede nella donna un essere privo degli stessi diritti dell'uomo e che vieta di dipingere immagini che, nel nostro mondo ormai secolarizzato, hanno dato modo di esprimersi a geni come Andrea Mantegna, Annibale Carracci, Caravaggio e Piero della Francesca.

carloni.f2@gmail.com

Prima dello scoppio delle ostilità tra Occidente cristiano e Impero Ottomano, i credenti delle grandi religioni dal Dio unico, avevano trovato una convivenza che aveva assicurato la pace sociale per lunghi tempi e il benessere nel Maghreb, nei Balcani, e nell'intero Medio Oriente.



Bellezza

CHIRURGIA ESTETICA COMBINATA: INTERVENTI MULTIPLI NELLA STESSA SEDUTA

DOTT. IVAN LA RUSCA

La chirurgia estetica combinata è indicata per il paziente che vuole correggere in contemporanea, in una sola seduta, una serie di inestetismi derivanti da vari fattori (invecchiamento, aumento di peso, lassità della pelle) che influiscono negativamente sull'aspetto estetico. Questo tipo di pratica elimina, con un solo intervento chirurgico prolungato, le irregolarità diffuse su più parti del corpo; ad esempio le adiposità localizzate in più aree o il rilassamento addominale dovuto a gravidanze o forti sbalzi di peso, che potrebbe interessare anche seno, braccia o cosce, potranno essere corrette simultaneamente. È meglio, in questi casi, che il chirurgo plastico abbia una visione d'insieme degli inestetismi da correggere, per procedere ad un intervento che salvaguardi l'armonia del corpo. I vantaggi della combo surgery sono molteplici per il paziente: non solo con un piccolo prolungamento post-operatorio si vanno a risolvere contemporaneamente una serie di imperfezioni, ma anche sul piano economico, il costo complessivo di un intervento multiplo è sicuramente più gestibile rispetto a quello richiesto per ogni singolo intervento, dal momento che gli oneri derivanti dalle voci di spesa come anestesista, staff medico e paramedico, utilizzo della sala operatoria vengono sostenuti in un'unica soluzione, e pertanto ammortizzati. Un intervento di chirurgia combinata unisce in un'unica seduta varie operazioni di chirurgia estetica: ad esempio può essere eseguito nello stesso momento un lifting alle braccia, un risollevaramento e un aumento del seno e/o una liposuzione alle gambe.

Questa pratica è particolarmente adatta ai pazienti che, per salute o per inestetismi, seguono un percorso che li porta a perdere molti chili: la pelle in eccesso in varie parti del corpo, soprattutto all'addome e alle braccia che resta alla fine della dieta può risultare inestetica, ma può essere facilmente rimossa con un intervento combinato. Uno dei vantaggi della chirurgia combinata infatti è che favorisce il decorso post operatorio, con una rapida ripresa delle attività quotidiane. È possibile abbinare un intervento di mastoplastica additiva (protesi alle mammelle) con una piccola liposuzione, un'addominoplastica o una blefaroplastica oppure una mastopessi (lifting alle braccia, lifting alle cosce, addominoplastica) tra loro oppure con mastoplastiche additive, chirurgie del volto e li-

La chirurgia estetica combinata elimina, con un solo intervento chirurgico prolungato, le irregolarità diffuse su più parti del corpo; ad esempio le adiposità localizzate in più aree o il rilassamento addominale dovuto a gravidanze o forti sbalzi di peso, che potrebbe interessare anche seno, braccia o cosce, potranno essere corrette simultaneamente.

posuzioni parziali. Anche nel volto molto spesso si procede con più interventi in contemporanea: blefaroplastica, rinoplastica, otoplastica e mentoplastica abbinabili tra loro o a lifting e mini-lifting.

Ovviamente i casi vanno analizzati singolarmente e sarà il chirurgo plastico a valutare l'opportunità dell'intervento e se il corpo del paziente è in grado di sottoporsi ad un'operazione multipla. È consigliabile combinare interventi che non abbiano un impatto troppo forte sul corpo e che non pregiudichino la rapida ripresa della quotidianità. Anche se superficiali, gli interventi di chirurgia plastica sono operazioni a tutti gli effetti: occorre quindi che siano eseguiti da uno specialista e in strutture adeguate, con personale abilitato e qualificato.

Un intervento di chirurgia combinata va effettuato in strutture attrezzate, con sale operatorie complete e richiede la presenza dell'anestesista, dal momento che si tratta di interventi che vengono svolti nella maggior parte dei casi in anestesia generale, sono oggettivamente più lunghi e richiedono un accurato controllo post operatorio. È quindi fondamentale che l'operazione venga eseguita da un chirurgo plastico altamente qualificato e da un'equipe assolutamente affiatata e di qualità e che assicuri un controllo post operatorio che garantisca la sicurezza del paziente. La chirurgia estetica combinata è possibile oggi grazie al miglioramento delle tecniche chirurgiche – anestesologiche e alla strumentazione tecnologicamente avanzate. La professionalità che contraddistingue lo specialista in chirurgia plastica è indice di garanzia soprattutto per il paziente che decide di sottoporsi a interventi combinati. ■



PATRIZIA PEPE





Harmont & Blaine

#MEDITERRANEANLIFE



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



MILANO MODA UOMO

Le visioni dei designer partenopei per la prossima stagione fredda

DI ARIANNA NARDI



Ferragamo

Alla nuova edizione della Milano Moda Uomo, andata in scena dal 13 al 17 gennaio (subito dopo Pitti), hanno sfilato i grandi nomi del Made in Italy, ma non solo. Insieme a questi, in prima linea, c'erano anche i designer partenopei, che hanno rivelato al mondo del fashion le loro visioni per il futuro del menswear, diviso tra sportswear dal gusto contemporaneo ed eleganza classica rivisitata in chiave moderna.

Eleganza rock & roll da **N°21**, dove Alessandro dell'Acqua sfodera una collezione che persino Madonna approverebbe. Il "Rebel Heart" del suo uomo, infatti, batte al ritmo di giubbotti di pelle neri con inserti colorati e sneaker dallo stile urban che per certi versi ricordano degli anfibi military. C'è di tutto nella collezione, anche cappotti e cardigan che riprendono le tonalità della natura, per look più ricercati ma pur sempre dal gusto contemporaneo. Motivo ricorrente sono le righe trasversali, posizionate sui piumini coloratissimi e maglioni che sfoderano una tavolozza di colori intensa.

Atmosfera "cool" da **Salvatore Ferragamo**, che per il prossimo Autunno/Inverno punta tutto sulle tinte fredde con prevalenze di grigio e blu notte. Alle persistenti monocromie degli outfit si oppone però una variabilità estrema del guardaroba, che racchiude un'eleganza sofisticata, distintiva del brand. Si spazia dagli abiti a giacca dal taglio ricco in scioltezza ai bomber, fino a toccare lunghezze importanti con cappotti quadrettati che oltrepassano il ginocchio, e trench in tessuto da stringere in vita. I look sono arricchiti dagli accessori: maxi guanti in lana, zaini, sacche e marsupi che giocano con le proporzioni. Stivaletti dal profilo allungato con la punta arrotondata e suola alta completano i look.

La caratteristica che contraddistingue **Kiton** è la costante ed ossessiva ricerca di materiali all'avanguardia, mirata a superarsi anno dopo anno. Di fatto, tra le novità di stagione c'è l'utilizzo dei tessuti Natural Stretch, che conferiscono elasticità al filo tessuto e rendono pratici anche gli abiti dal fitting più asciutto. Il tre pezzi si conferma ancora una volta il must have della casa, mentre l'offerta Bespoke si arricchisce con l'esclusivo tessuto in lana 13 Micron con cui è stata disegnata un'edizione limitata di 200 abiti. Altra new entry è l'esclusiva fibra Vicuña, presentata per la prima volta sia in tinte monocratiche che bi-colore. I cappotti hanno

*Eleganza rock & roll da **N°21**, dove Alessandro dell'Acqua sfodera una collezione che persino Madonna approverebbe. Il "Rebel Heart" del suo uomo, infatti, batte al ritmo di giubbotti di pelle neri con inserti colorati e sneaker dallo stile urban che per certi versi ricordano degli anfibi military.*

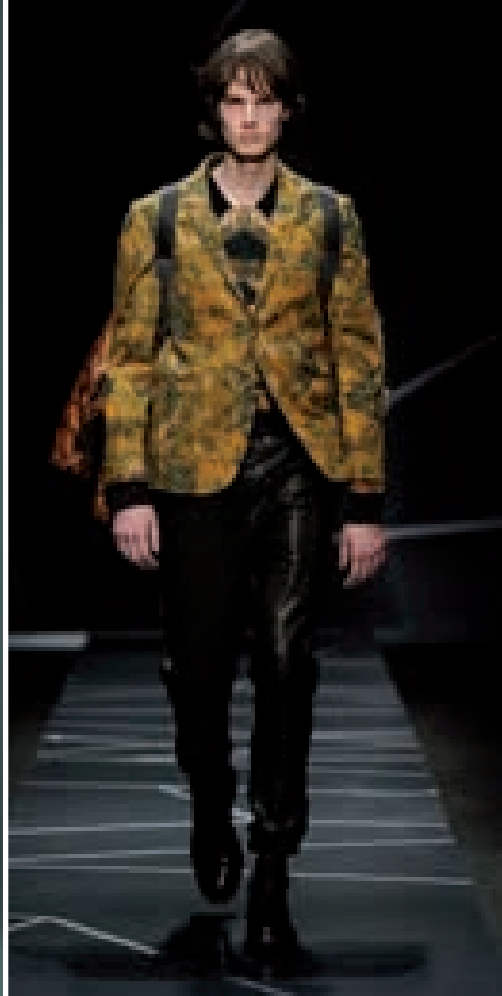
*Atmosfera "cool" da **Salvatore Ferragamo**, che per il prossimo Autunno/Inverno punta tutto sulle tinte fredde con prevalenze di grigio e blu notte. Alle persistenti monocromie degli outfit si oppone però una variabilità estrema del guardaroba, che racchiude un'eleganza sofisticata.*



N. 21



Kiton



Frankie Morello

*La caratteristica che contraddistingue **Kiton** è la costante ed ossessiva ricerca di materiali all'avanguardia, mirata a superarsi anno dopo anno. **Frankie Morello**, marchio passato lo scorso anno sotto il pieno controllo della Fmm di Donato Ammaturo, fa sfilare uomo e donna allo stesso tempo, in un viaggio galattico tra passato e presente.*

rever a lancia e tasche a toppa; le giacche in jersey natural stretch o in cashmere double, invece, sono decostruite. Per la sera si va sul sicuro con l'iconico Smoking. Le calzature sono sneakers e scarpe classiche, entrambe valorizzate da stampe realizzate su pelle e lavorate a mano. Il nero la fa da padrone nella linea zaini, con il nuovo modello "Black edition", mentre l'inedito il trolley super leggero è costruito e lavorato come un maneggevole borsone. La linea sportswear "Kiton iSystem", vede i modelli iconici di copriabito e coprigiacche, accostati a parka e trench monopetto. Punto di forza, i giacconi in materiale tecnico foderati in pelliccia. Efficace e performante, infine, la capsule dedicata allo sci.

Al centro della neoclassica "Sala Napoleonica" di Palazzo Serbelloni, una delle più belle dimore settecentesche di Milano, **Isaia** rende omaggio al materiale più pregiato fra tutti: la seta, in particolare quella della leggendaria manifattura borbonica di San Leucio. L'allestimento vede dodici modelli in abiti sartoriali schierati in modo da formare una

sorta di arcobaleno che si estende dai porpora ai cerulei, fino ad arrivare ai colori più scuri, come il verde foresta ed il nero. Il tutto culmina in uno spiraglio di luce dato da stratificazioni di piumini trapuntati e giacconi color crema elegantemente "poggiati" su abiti doppiopetto grigio chiaro percorsi da righe che, in genere protagoniste della bella stagione, si portano adesso tutto l'anno.

Frankie Morello, marchio passato lo scorso anno sotto il pieno controllo della Fmm di Donato Ammaturo, fa sfilare uomo e donna allo stesso tempo, in un viaggio galattico tra passato e presente. Simboli esoterici dell'antico Egitto si mescolano all'hi-tech delle texture viniliche, nuance metallizzate e stampe fantasy-digitali dello sportswear. I viaggiatori interstellari di Morello, muniti di sneakers e maxi zaini, tute total-leather, felpe dai ricami alati e pantaloni frangiati si muovono in un universo di eccentricità accompagnati dalle loro lady, avvolte in maestosi manti di pelliccia e abiti dai colori sgargianti d'ispirazione seventies, come gli inaspettati gli alti stivali bicolore rossi e fucsia. ■

Milano Fashion Week A/I 2017-18



Dolce&Gabbana

Nonostante i grandi assenti (Rich, Gucci e Bottega Veneta), che hanno deciso di presentare entrambe le collezioni maschili e femminili a Milano Moda Donna, la festa meneghina dedicata alle novità del prêt-à-porter per uomo non si è fermata, anzi.

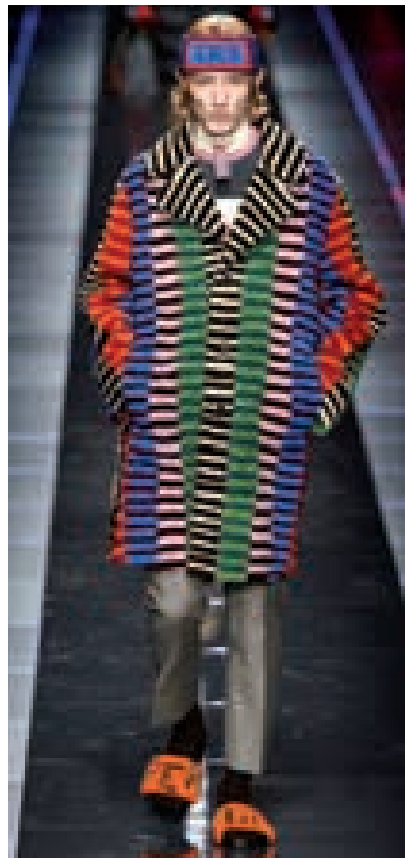
È stata un'edizione ricchissima nel suo calendario, con ben 37 ospiti d'onore, più di 100 sfilate e presentazioni ed un'affluenza di 1000 giornalisti e circa 10.000 buyers. Tra le novità più importanti della manifestazione, sottolineiamo l'impegno preso da Camera Moda e White mirato a supportare i giovani talenti emergenti; e le inaspettate collaborazioni tra brand quali MSGM x Diadora, Dsquared2 x K-WAY e l'emergente Wood Wood con una special edition rilasciata insieme a Champion's.

La nuova collezione di **Dolce & Gabbana** è una favola moderna. In passerella, scendendo da uno scalone regale, i "Nuovi Principi" (e Principesse) del duo siciliano, interpretati da influencers e celebrities del web, si alternano ai cosiddetti "Millennials" (per la maggiore "figli di..." nati a cavallo tra gli anni '80 e 2000). A dare ritmo allo show sono le hit di un altro giovanissimo: Austin Mahone, pop star tutto pepe classe 1996. Ecco così ridefinita la visione tradizionale di royalty. Qui, dove l'opulenza e la sobrietà non sono una scelta ma un obbligo, giovani rockstar indossano con disinvoltura abiti estrosi e barocchi, giocando a fare gli equilibristi con corone dorate che portano tutto il peso di una "new gen" ossessionata dall'informazione veloce e che ha costantemente bisogno di sentirsi connessa.

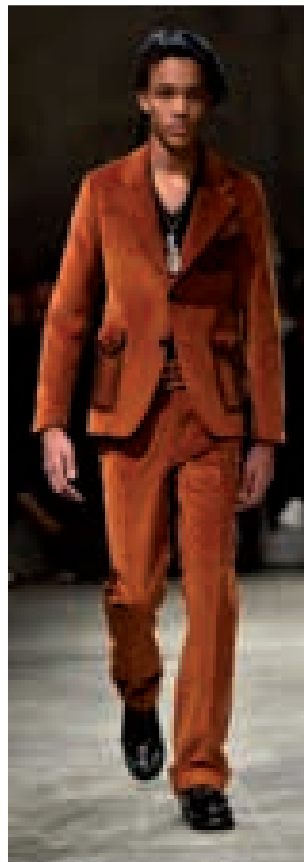
Anche **Prada** fa sfilare uomo e donna allo stesso tempo. L'idea al centro della collezione è quella di "un pittore della domenica, creatore di un'arte modesta, naif, che chiunque può fare"; a testimoniare ciò sono i semplicissimi fiori che decorano i maglioncini in ancora ricamata per lei. Il gusto vintage, reminiscenze degli anni '70, è evidente nell'impiego del velluto mille coste, tessuto dominante insieme alla pelle. Entrambi compongono abiti, giubbini, trench coats e pantaloni di gusto rétro che, infondo, hanno un animo moderno. I colli dei modelli sono impreziositi da ciondoli "naturali" (in legno, con cristalli o conchiglie) mentre berretti e le sciarpe di lana fatte a mano completano i look.

Stravaganti ed inaspettati gli accostamenti di colore da **Fendi**, brand che per la prossima stagione fredda punta sul fluo e sulle stampe animalier (talvolta proposti anche insieme). Maglie in tessuto tecnico vengono abbinate a cappotti over in pelliccia e a pantaloni dal taglio classico. Al piede l'uomo Fendi porta sobrie sneakers nere o pantofole pelose con inciso sopra il nome del brand in versione "pop". Le borse e gli altri accessori ricordano vagamente quelli del guardaroba femminile.

"Fearlessness in the face of fear", è il motto alla base della



Fendi



Prada

*La collezione di **Dolce & Gabbana** è una favola moderna. In passerella i "Nuovi Principi": influencers e celebrities del web, si alternano ai cosiddetti "Millennials". Stravaganti ed inaspettati gli accostamenti di colore da **Fendi**, brand che per la prossima stagione fredda punta sul fluo e sulle stampe animalier (talvolta anche insieme).*

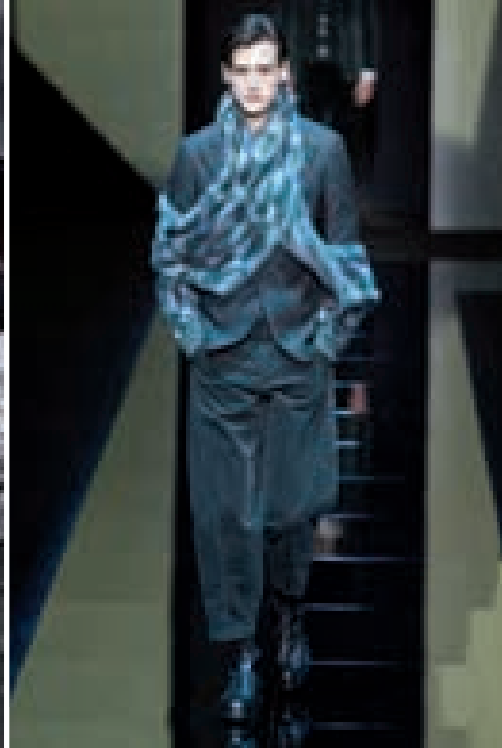
LIU·JO

MILANO

NAPOLI Via Filangeri 6/7 - Via Scialoja 163/165
GIUGLIANO IN CAMPANIA Via Roma 25
MARCIANISE C/e Campania
NOLA C/e Vulcano Buono
SALERNO C.so Vittorio Emanuele 180



Versace



Giorgio Armani



Emporio Armani

nuova collezione di **Versace**. Donatella non ha paura e schiera, in un misto di formalità e sportività, abiti abbinati a dolcevita su cui è impossibile non notare la presenza di girocolli e catene. Dall'appeal deciso e aggressivo sono anche le tonalità scelte, come ad esempio il nero ed il porpora (presenti negli abiti e nei cappotti over) o il rosso sangue, che colora camicie a scacchi e trench coat. Prepotente anche l'inserimento di capi interamente realizzati in vernice, quali pantaloni e trench che superano il ginocchio.

"Questa mia sciarpa-manica non serve solo per far caldo fisicamente, ma è

preziosi quali velluti eleganti e sofisticati. In questo contesto trova spazio anche una piccola preview della collezione donna.

Per **Emporio Armani**, Re Giorgio punta sul new classic e si affida le forme del passato, rivisitandole, perché, a detta sua, "cambiare ogni sei mesi è un'urgenza da lasciare alle donne". Tant'è che il suo uomo esordisce con dei trousers larghi, morbidi e comodi, definiti "pantaloni del nonno". Ai pantaloni ampi vengono abbinati pullover con motivi geometrici, giacche regular fit doppio petto o aperte sul davanti, in modo da riprodurre una silhouette anni Trenta.

Il mood da **Moncler Gamme Bleu** lascia davvero poco all'immaginazione, in quanto sono i fenomeni cli-



Moncler Gamme Bleu

*Donatella **Versace** non ha paura e schiera, in un misto di formalità e sportività, abiti abbinati a dolcevita su cui è impossibile non notare la presenza di girocolli e catene. "Questa mia sciarpa-manica non serve solo per far caldo fisicamente, ma è viva e scattante, perché fa caldo di testa", dice **Giorgio Armani** ponendo l'accento sul capo che ha attratto il maggior numero di sguardi (e consensi) dell'intera collezione.*

viva e scattante, perché fa caldo di testa", dice **Giorgio Armani** ponendo l'accento sul capo che ha attratto il maggior numero di sguardi (e consensi) dell'intera collezione. I manti apparsi sul catwalk sono più di semplici accessori: partono dalle braccia per poi diramarsi con eleganza sull'intera parte superiore del corpo, donando quel qualcosa in più a look monocromatici. I colori prevalenti sono i classici blu, grigi e neri che hanno fatto la storia della maison; toni freddi che riflettono un'eleganza fluida e sportiva dove trovano spazio tessuti

matici invernali ad ispirare la collezione. In uno scenario fatto di ghiaccio e neve, i modelli vestono (letteralmente) i panni di alpinisti chic, con tanto di zaini da trekking e pantaloni imbottiti. Per i più coraggiosi ci sono invece pinocchietti che lasciano le ginocchia scoperte, abbinati a calzettoni tricot. I colori ricorrenti sono i classici della maison con rosso, blu, bianco e nero che si alterano ad ogni uscita. Su piumini, pantaloni e giacconi sono cuciti dettagli in corda e stoffa che rendono il tutto più giocoso. Lo stesso effetto è dato dagli originali berretti-passamontagna in lana con tanto di pelliccia integrata che ricrea una barba finta. ■



DO

SHINE

LIBERA LA TUA LUCE

Scopri il mondo che sei
con gioielli in Argento Sterling 925
fatti a mano

PANDORA

www.pandora.com

Oreologi a partire da € 50
Scegli la tua creazione a partire da € 25



HAMAKI-HO

Obiettivo Europa e Medio Oriente

*Il direttore commerciale Salvatore Napolitano:
"Corner nelle Galeries Lafayette e in Bhv e due
nuovi negozi monobrand in Spagna e Francia"*

DI SERGIO GOVERNALE

Nel 2017 Hamaki-Ho ha in previsione aperture di corner all'interno di importanti department stores in Europa e Medio Oriente, come Galeries Lafayette e Bhv, e l'apertura di due monobrand in Spagna e Francia. Ad annunciare le novità per quest'anno del marchio nato all'ombra del Vesuvio è il direttore commerciale Salvatore Napolitano.

Il 2016 è ormai alle spalle, anche se per il gruppo di cui fate parte, Sorbino Spa, contabilmente si chiuderà a marzo: com'è andato?
Il 2016 si è chiuso in segno positivo, con un margine

del 6% in rialzo rispetto al dato del anno precedente.

Quali sono le previsioni di fatturato per quest'anno, con le ripartizioni Italia ed estero?

Quest'anno sarà un anno particolare. Puntiamo a mantenere i dati a consuntivo e incrementare i partner in maniera controllata. La ripartizione del nostro fatturato dovrà bilanciarsi in 60% Italia e 40% estero.

Quali sono i progetti per il 2017?

Abbiamo in previsione aperture di corner all'interno di importanti department stores in Europa e Medio







“ *Siamo un brand italiano concepito a Napoli, con i pregi e i difetti che questo può comportare, ma con un valore importante: l'amore per le radici e il piacere di evolvere la tradizione.* ”

Oriente, come Galerie Lafayette e Bhv, e l'apertura di due monobrand in Spagna e Francia.

Parliamo di organizzazione: come presidiate il mercato italiano e quello mondiale?

Abbiamo una copertura a livello Europa e Medio Oriente ben definita e stiamo andando in profondità sui mercati già attivi prima di aprirne di nuovi.

Quali sono le aree o i Paesi dove crescete, e stimate di crescere, di più?

Le aree di nostra maggiore penetrazione sono l'area Benelux (Belgio, Olanda e Lussemburgo, ndr), Germania, Turchia e Giappone, oltre ovviamente al

mercato interno.

Vuole ricordare in breve la storia di Hamaki-Ho?

Il brand nasce nel 2009 in un laboratorio di kimono a Tokyo, dove i proprietari erano in viaggio di ricerca e influenza stilistica. In questo laboratorio trovarono una tela kurabo, che venne utilizzata per creare un articolo in denim. Il nome viene creato per ricordare il luogo dove tutto venne concepito: il distretto di Hanamachi della capitale giapponese.

E quella del gruppo?

La storia del gruppo ha quarantatré anni di vita nel







“

Hamaki-Ho si sta confermando uno dei pochi marchi dedicati a un consumatore giovane ma critico, un brand che è disegnato in Italia e qui viene prodotta la quasi totalità dei capi di collezione. Le materie sono le più pure. Si prediligono i cotone e il lino. E la costruzione della collezione è immediata, con un packaging contemporaneo, di classe, italiano dal punto di vista sintattico, ma internazionale nell'esprit.

”

mondo del tessile abbigliamento specializzato nel mondo uomo fashion. Oggi conta tre logistiche di diffusione, ottantadue negozi monobrand e circa quattrocento dipendenti.

Cosa contraddistingue il brand made in Naples?

Siamo un brand italiano concepito a Napoli, con i pregi e i difetti che questo può comportare, ma con un valore importante: l'amore per le radici e il piacere di evolvere la tradizione.

Quali sono le novità all'orizzonte?

Novità sul fronte del design: il brand sta evolvendo rapidamente in direzione premium. Hamaki-Ho si sta confermando uno dei pochi marchi dedicati a un consumatore giovane ma critico, un brand che è disegnato in Italia e qui viene prodotta la quasi totalità dei capi di collezione. Le materie sono le più pure. Si prediligono i cotone e il lino. E la costruzione della collezione è immediata, con un packaging contemporaneo, di classe, italiano dal punto di

vista sintattico, ma internazionale nell'esprit.

Per la crescita in Italia o all'estero prevedete di effettuare acquisizioni?

Abbiamo un paio di novità che speriamo di poter annunciare presto, probabilmente in autunno. Mi lasci essere un po' napoletano, quindi responsabilmente scaramantico.

Il marchio o il gruppo sbarcheranno un giorno in Borsa?

I mercati finanziari sono un viatico importante per la crescita e lo sviluppo delle aziende fortemente manageriali. La nostra resta fedele al tessuto italiano, dove il 70% delle aziende sono a carattere familiare. Credo sia una virtù.

C'è qualche fondo italiano o straniero che ha chiesto di entrare nel capitale?

Abbiamo ricevuto alcune manifestazioni d'interesse da parte di partner finanziari ma restiamo un'azienda familiare. ■



Chantecler

CAPRI

CELEBRATING 70 YEARS



www.chantecler.it

NAPPAGIOIELLI

Via Filangieri 65 - Napoli

Tel. 061.413.143 - www.nappagioielli.it





Manila Grace

VIA DEI MILLE 32
NAPOLI



PITTI UOMO 91

I designer partenopei alla presa di Fortezza da Basso

DI ARIANNA NARDI



I grandi nomi della sartoria napoletana tornano a far parlare di sé a Fortezza da Basso, in occasione della 91esima edizione di Pitti Uomo. Alla kermesse fiorentina, andata in scena dal 10 al 13 gennaio 2017, ha infatti preso parte il meglio della rappresentanza modaiola campana. Fra tutti, cinque brand hanno brillato particolarmente, incantando influencers, buyers ed imprenditori.

In primis **Harmont & Blaine**, che per il prossimo Autunno/Inverno immagina il suo uomo in sella ad una bicicletta alla ricerca del suono del mare e della bellezza di una spiaggia d'inverno. La palette si compone di tutti gli elementi di questo viaggio, con il beige, l'azzurro polvere, i verdi delle alghe, il grigio, i seppia tagliati con il rosso bacca, il rame, il giallo ossido ed i blu marine. In un contesto simile gli strati diventano una necessità ed ecco allora comparire felpe, giubbotti catarifrangenti e giacche (Bike Jacket e Bike Blazer). Tra le proposte più innovative della collezione troviamo il pantalone da viaggio memory: un denim ad alto contenuto tecnico con particolari performance di recovering e di elasticità. Nuove proposte anche per t-shirt e polo. Le prime, coerentemente con il tema del viaggio, con grafiche dedicate alle città italiane, le seconde con l'originale polo "Mergellina" con foulard cache-col in cotone camiceria. I look sono completati da comode sneakers come la Maiori Carry Over, evoluzione del modello mocassino, e Fondo Medio Carry Over nella versione in pelle "buttero" con effetto invecchiato. Lo stesso materiale compone la proposta College, scarpa incredibilmente leggera grazie al fondo zeppa in Eva light, mentre la Derby è un polacchino in pelle chicchino dotato di decorazione a coda di rondine.

Hamaki-Ho concentra la propria attenzione sugli overcoat, cioè i cappotti oversize. La pulizia dei tagli crea un piacevole contrasto con gli inaspettati giochi di fantasie come maxi righe, pied-de-poule e quadretti, che ci fanno riscoprire il fascino dei Sixties. I tagli lineari caratterizzano anche le camicie senza bottoni e con collo alla coreana, da abbinare a pantaloni dal fit regolare. L'uomo di Hamaki-Ho è elegante ma con un twist negli smoking dai pantaloni

Harmont & Blaine, immagina il suo uomo in sella
ad una bicicletta alla ricerca del suono del mare
e della bellezza di una spiaggia d'inverno.

Hamaki-Ho concentra la propria attenzione sugli
overcoat, cioè i cappotti oversize.

L'uomo **Antony Morato** parla con la natura e trae forza
dagli elementi primordiali: Terra, Acqua, Aria e Fuoco.

rivisitati in chiave militare con maxi pocket sul pantalone, così come nelle giacche e nel gilet doppiopetto, o nelle maglie con patch e dettagli metallici. Il brand omaggia le proprie origini con "black basic capsule", una capsule collection che, come suggerisce il nome, include capi sartoriali deep black.

L'uomo **Antony Morato** parla con la natura e trae forza dagli elementi primordiali (Terra, Acqua, Aria e Fuoco). Tre le collezioni presentate: Black, Gold e Silver. La prima racconta la contrapposizione terra-uomo attraverso un design metropolitano, che fonde lo stile militare con tocchi glamour. La palette cromatica è intensa e le grafiche scarabocchiate ricordano le tele di Basquiat. Tonalità fredde che spaziano dal blu dei mari del Nord fino alle sfumature dei grigi tipici degli ambienti glaciali ispirano invece la Gold. L'Aria, essenza della Silver Collection, si manifesta in capi che ricordano le tenute dei paracadutisti.

Per **Kired** "due è meglio di uno", e a testimoniarlo sono la dualità e l'incredibile versatilità di ciascun capo. Realizzata per poter affrontare ogni stagione, l'intera proposta del brand è stata infatti concepita con la possibilità di applicare e rimuovere pratici inserti e riscaldi. Il capo icona della collezione è il parka laserato - privo di cuciture - dotato al suo interno di uno speciale bomber dal peso di 80 grammi. Le varianti disponibili sono tre: scuba nylon, speciale materiale tecnico mutato dal mondo della navigazione; lana cardata spalmata; e deva wash americano, microfibra di cotone. La palette di colore richiama le cromie pastello, tenui, poco accese, che donano un flair chic all'inverno sportivo.

BSettecento, nata come azienda specializzata nella produzione di pantaloni, per il prossimo Autunno/Inverno arricchisce la propria offerta con alcune capsule collection di giacche e cappotti, per tutti coloro che vogliono essere eleganti e casual allo stesso tempo. Si tratta di un dandy rivisitato ed attualizzato, per citare Giancarlo Nastro, amministratore delegato del brand. Nella collezione la fanno da padrona i tessuti di cotone "mano calda" (al tatto danno l'effetto della lana ma sono molto più pratici da gestire) mentre le fantasie a quadri s'impongono con prepotenza. ■



HAMAKI-HO



37



KIRED



BSETTECENTO

ANTONY MORATO

Il sodalizio degli antipodi: l'uomo sarà classic-contemporary



PATRIZIA PEPE



ALBERTO GUARDIANI



PAOLONI



HERNO



MANUEL RITZ

Il bilico fra due realtà quali tradizione ed innovazione, l'uomo visto alla 91esima edizione del Pitti, andata in scena a Firenze dal 10 al 13 gennaio 2017. E se gli opposti si attraggono, così anche gli agglomerati di espositori che nelle loro differenze e peculiarità si sono uniti su una superficie di 60.000 mq per dare vita ad un movimento collettivo che riprende il tema di questa edizione denominata "Dance Off". I nuovi gesti della danza sono dunque la metafora ideale in cui i concept degli stilisti si incontrano e si scontrano sinuosamente nel salone della moda maschile in un movimento senza fine e sempre proteso verso l'avvenire. **Patrizia Pepe** crea l'equilibrio ideale fra tailoring ed activewear attraverso una sintesi fatta di eleganza e praticità. Capi istituzionali del guardaroba maschile vengono resi unici da accessori e rifiniture tecniche, come ad esempio il cappotto e il montgomery realizzati in panno e customizzati con rete di nylon. Gli abiti e le camicie dal taglio fit si arricchiscono di dettagli rock, quali zip catarifrangenti, bande elastiche, applicazioni termosaldate e finiture gommate. Classici come il gessato vengono sdrammatizzati dall'inserimento del fluo, mentre tessuti come la pelle e il denim pulito assumono un appeal tecnico-sartoriale. Le calzature, tra ginnico e classico, sono in vitello spazzolato con inserti di fluorescenti. La palette è minimalista e di chiara ispirazione urban: nero e bianco, declinazioni di grigio e blu; con qualche inaspettato tocco di rosso ciliegio e verde fluo proveniente dal mondo dello sportswear. Il risultato è un nuovo concept del vestire che coniuga passato e futuro, minimal e classico, in cui la differenza sta tutta nel dettaglio.

Alberto Guardiani pensa ad un uomo contemporaneo, la cui attitudine formale si evolve in una costante ricerca di leggerezza e flessibilità, qualità e design. Da questi concetti nasce la nuova stringata Heritage, derby affusolata con con allacciatura sneaker, in vitello bottalato e spoiler rosso granato, con suola in gomma super leggera. Un modello che fa capo agli archivi della maison ma con un nuovo appeal che segue i canoni estetici e funzionali di oggi. Altra novità è la Benson, una calzatura pulita ed essenziale dai dettagli quasi futuristici come l'elastico laterale obliquo e materiali inusuali come la vernice ad effetto marmorizzato. Il nuovo must di stagione è caratterizzato dal modello One, la giusta via di mezzo tra spirito active e inclinazione dressy, sartoriale, questa è l'evoluzione formale di una scarpa sportiva dal fondo tecnico composto da tre parti con puntale cucito in vitello gommato e battistrada che riproduce nel motivo a rilievo, il logo della maison, elemento che ritorna sulla fascia elastica della tomaia, e che trasforma la scarpa in una slip-on.

Lo sportswear chic di **Paoloni** è lo stile giusto per chi vuole essere glamour in ogni momento della giornata senza tralasciare il fattore confort. Accanto ad abiti dalle vestibilità slim, convivono cappotti mono o doppiopetto dai volumi ampi in cashmere o in lana e alpaca. Le giacche, destrutturate, con rever ampi, presentano texture tenui di quadri fusi abbinati a pantaloni in lana stretch, con elastico in vita. Nuove forme e costruzioni, dettagli minimal e linee morbide che si accostano a costruzioni più strutturate per un approccio innovativo al daywear premium. Il grigio domina incontrastato in tutte le sue sfumature assieme ai basici bianco e nero. Si fa sentire anche la presenza del blu in tutte le sue declinazioni, partendo dal blu notte sino ad agli azzurri polverosi che si sposano perfettamente con i beige, i marroni e i verdi. I tessuti sono morbidi e preziosi: alle intramontabili lane vengono affiancati il fustagno, il velluto ed il corduroy a coste larghe.





TAGLIATORE



GEOSPIRIT



BLAUER USA

*Capi che racchiudono tutto lo splendore degli anni
di maggior fermento del mondo del cinema*

*- i "Fabulous Sixties" - vestono l'uomo **Geospirit**.*

***Blauer USA** sceglie la versatilità con capi
scomponibili a seconda delle esigenze.*

***Locman** lancia il nuovo 1960 Crono che conserva
le caratteristiche della linea come l'ampio quadrante.*



40

LOCMAN

Manuel Ritz, brand del gruppo Paoloni, punta sull'unicità del capo grazie a dettagli, personalizzazioni e texture. L'unione tra activewear e stile formale dà vita ad un nuovo ibrido in cui stile e confort convivono senza dominare l'uno sull'altro. Segue questo concept il design dei pantaloni jogging, reinterpretati in chiave sartoriale e realizzati in jersey e lana, con rivette e dettagli colorati. Così come l'abito in jersey proposto sia per la sera che per il giorno e realizzato tinta unita o con micro texture geometriche. La nuova giacca Nuvola è incarna alla perfezione le caratteristiche della collezione: completamente decostruita e realizzata in lane leggere, per un confort e vestibilità eterei. È percepibile anche una tendenza military nella palette di colori, nelle tasche a soffietto, nei pantaloni cargo e nelle felpe con personalizzazioni patch. Al contrario, la linea Evening appare rigorosa e minimal con i classici black and white, abiti e giacche smoking, sciallati, e con rever a lancia.

Ultrasonic Thermal Fusion è il nome della nuova tecnica di lavorazione utilizzata per la realizzazione degli iconici piumini **Herno**. Come all'interno di un vulcano, le forme e le masse si fondono grazie al calore diventando elastiche, informi e plasmabili. Il brand propone due modelli: un bomber e un parka, entrambi realizzati in tessuto tecnico "mano gesso" con trattamento anti-goccia e imbottitura in piuma d'oca che rende i capi leggeri e performanti.

Capi che racchiudono tutto lo splendore degli anni di maggior fermento del mondo del cinema - i "Fabulous Sixties" - vestono l'uomo **Geospirit**. Paul Newman, Robert Redford e Marlon Brando, sono soltanto alcune delle icone che vengono in mente quando si pensa allo stile che ha caratterizzato quell'indimenticabile decennio, lo stesso che compare in questa collezione che rivisita i grandi classici attraverso tessuti tecnici e miscela lo sportswear al gusto contemporaneo. Ai tre modelli già noti (il peacoat, il trench e la business jacket), in occasione del prossimo inverno si aggiunge Terence, un capo più funzionale dalla lunghezza car coat. Le fantasie lanieri mischiano i finti uniti come il principe di Galles e il tweed al check e allo scozzese, di forte impatto per i colori a contrasto. Il nylon è il tessuto ideale per rendere i capi molto performanti, anti pioggia e anti vento. Tra tutti, risalta il Cocoon (variante maschile della Puffy jacket donna presentata a Pitti Immagine), un piumino in laqué, con settori alti, impunture diagonali e dettagli tecnici.

Blauer USA sceglie la versatilità e si amplia in quattro linee di tendenza che inglobano capi componibili e scomponibili a seconda delle esigenze. Il mood che fa riferimento alla polizia americana si rinnova attraverso la realizzazione di modelli meno rigorosi e proposti senza il tradizionale scudetto. Le tonalità sono quelle tipiche dell'autunno, ma non mancano gli intramontabili nero e blu. Qualche tocco sgargiante si fa vivo nei piumini ultraleggeri. I capi della linea Blauer HT sono decisamente più minimal, dotati di interni

staccabili in piuma, con cuciture nastrate ed uno speciale patch 3D posizionato sulla manica destra. Infine, il brand trae ispirazione dal mondo dei Ranger per la linea Natural-Park, che propone Parka e Field Jacket dalle imbottiture pesanti, pensati per la vita outdoor.

A un anno dall'uscita del primo **Locman 1960**, la casa orologiera Elbana decide di ampliare la gamma. Il nuovo 1960 Crono conserva le caratteristiche di questa linea, come l'ampio quadrante - disponibile in versione smaltato o effetto sunray - e le linee pulite ed essenziali che richiamano il glamour dei "Fabulous Sixties". L'upgrade è evidente nel livello di prestazioni tecniche, espresse dai tre contatori posizionati alle ore Tre, Sei e Nove, che misurano rispettivamente le 24 ore dell'orologio, i secondi continui e il conta minuti del cronografo. Inoltre, la doppia guarnizione interna della corona permette una tenuta e un'impermeabilità che raggiunge le 5 ATM (50 metri). La cassa piatta, realizzata in acciaio lucido o golden rose, si abbina a cinturini in pelle, in tessuto o al bracciale in acciaio in maglia Milano. ■



HAMAKI-HO



Complesso monumentale di San Leucio

Tra arte e storia



Ferdinando IV di Borbone volle creare nel Belvedere di San Leucio la sede di una manifattura serica a ciclo completo dove si realizzavano le tappezzerie, i tendaggi e le coperte, sotto la direzione del Re, rappresentando l'unico caso in Europa di una dimora reale all'interno di un complesso industriale. San Leucio è un esempio concreto di come i Borbone costruivano i nuovi borghi industriali ispirandosi al principio dell'autonomia produttiva.

San Leucio, paesaggio collinare in provincia di Caserta, ex Ferdinandopoli, fu il luogo dove il sogno del Re Ferdinando di Borbone fu coronato. Avendo studiato in Francia le regole e le tecniche della tessitura della seta, il sovrano decise di colonizzare i territori interni dell'attuale Campania e creare una comunità di artigiani che avrebbero vissuto secondo una vera e propria nuova legislatura. Sul picco della collina leuciana sorge il famoso complesso monumentale, costruito dal figlio di Ferdinando, Carlo IV di Borbone, nel 1778. Il territorio fu acquistato da suo nonno, Carlo I, per crearne una riserva di caccia e costruire delle abitazioni da vil-

leggiatura. Presto però, Ferdinando esprime il suo desiderio, e suo figlio Carlo III lo realizzò.

Creò, così, una comunità molto produttiva che risultò da subito innovativa ed efficiente rispetto al resto delle filiere presenti in Europa nello stesso periodo. Basti pensare alla produzione di raffinata seta venduta in tutto l'Occidente con un orario lavorativo di undici ore quotidiane anziché quattordici come nel resto d'Europa. La seta prodotta a San Leucio viene tuttora utilizzata al Vaticano e alla Casa Bianca. Le bandiere di quest'ultima e di Buckingham Palace sono cucite con questa preziosa stoffa.

Il progetto di recupero del Complesso monumentale



del Belvedere di San Leucio di proprietà del comune dagli anni '70 e dichiarato dall'Unesco patrimonio dell'Umanità insieme alla Reggia di Caserta e all'acquedotto Carolino nel 1997, è stato il frutto di lunghi e approfonditi studi che hanno coinvolto nomi rilevanti dell'architettura, della cultura industriale ed, in generale, del mondo culturale.

Nel 1985, il progetto esecutivo approvato dalla Comunità europea, puntava a ripristinare gli spazi del complesso, proponendosi, da un lato, di arrestare l'avanzato stato di degrado in cui versavano le strutture edilizie recuperandole nell'aspetto architettonico originario e,



Oggi il Real Belvedere di San Leucio ospita il Museo della Seta e nei suoi numerosi spazi possono essere organizzati convegni ed eventi essendo dotato di due sale convegno. La seta prodotta a San Leucio viene tuttora utilizzata al Vaticano e alla Casa Bianca. Le bandiere di quest'ultima e di Buckingham Palace sono cucite con questa preziosa stoffa.

dall'altro, di ubicare al suo interno, funzioni d'uso che fossero compatibili con la storia del Complesso destinato in epoca borbonica alla produzione ed alla lavorazione della seta.

Infatti Ferdinando IV di Borbone volle creare nel Belvedere di San Leucio la sede di una manifattura serica a ciclo completo dove si realizzavano le tappezzerie, i tendaggi e le coperte, sotto la direzione del Re, rappresentando l'unico caso in Europa di una dimora reale all'interno di un complesso industriale. San Leucio è un esempio concreto di come i Borbone costruivano i nuovi borghi industriali ispirandosi al principio dell'autonomia produttiva.

Oggi il Real Belvedere di San Leucio ospita il Museo della



LOZZA

Originale dal 1878.

LOZZA 1878 - 1878 LOZZA 1878 - 1878 LOZZA 1878 - 1878 LOZZA 1878 - 1878 LOZZA 1878 - 1878





Seta e nei suoi numerosi spazi possono essere organizzati convegni ed eventi essendo dotato di due sale convegno.

Il Museo della Seta, sito all'interno del Palazzo del Belvedere è fruibile dal lunedì alla domenica tranne il martedì, giorno di chiusura, dalle 9.30 alle 18.00 ed offre la possibilità di visitare la sezione di Archeologia Industriale: complesso monumentale realizzato dall'architetto Francesco Collecini secondo regole ben precise dettate dallo speciale statuto leuciano, costituito nel 1789, valido soltanto per questa comunità. Il palazzo reale di San Leucio si estende su una superficie di circa 16.500 metri quadrati, con una facciata di oltre 350 metri impreziosita da una solenne scalinata a doppia rampa che fa da ingresso principale al palazzo. All'interno, oltre alle opere dell'architetto Collecini, si ergono numerosi gli affreschi di Fedele Fischetti sulla leggenda di Bacco e Arianna. ■

Il progetto di recupero del Complesso monumentale del Belvedere di San Leucio di proprietà del comune dagli anni '70 e dichiarato dall'Unesco patrimonio dell'Umanità insieme alla Reggia di Caserta e all'acquedotto Carolino nel 1997, è stato il frutto di lunghi e approfonditi studi che hanno coinvolto nomi rilevanti dell'architettura, della cultura industriale e del mondo culturale.

€uro 59,99

PENELOPE CRUZ
for

CARPISA



ALBANO

Non solo scarpe

DI SERGIO GOVERNALE

Non solo scarpe, ma anche borse, piccola pelletteria e giubbini di pelle. Albano espande la sua offerta e annuncia le novità

per il brand made in Naples. A spiegarlo è Sergio Albano, che con i fratelli Gino e Sonia gestisce l'omonimo marchio di scarpe. "Stiamo preparando una collezione total look", rivela l'imprenditore partenopeo, reduce dalla partecipazione alla fiera Micam di Milano, la più importante vetrina di settore al mondo.

"Abbiamo cercato di capire cosa vogliono i clienti, in particolare quelli internazionali, che ci danno sempre feedback molto precisi sui prodotti e sulle tendenze. Ebbene, ormai abbiamo una collezione di scarpe molto, molto ampia ed è per questo motivo che abbiamo deciso di diversificare la produzione. Ormai per alcuni di questi clienti stranieri siamo diventati una piccola griffe. Ne è una riprova il fatto che abbiamo presentato scarpe particolari e complesse, impensabili fino a pochi anni fa, e hanno avuto un enorme successo. Praticamente – aggiunge Albano – comprano quasi a occhi chiusi tutto quello che presentiamo ed è per noi motivo di grande orgoglio".

Il prossimo passo allo studio è l'apertura di un negozio monomarca a Milano, piazza per antonomasia per tutto il made in Italy, anticipa Sergio Albano. Il brand conta alcuni monomarca all'estero e tanti corner nei più prestigiosi punti vendita di abbigliamento in giro per il mondo, afferma Albano, che rivela lo "schema di gioco" per andare a conquistare nuovi mercati internazionali. "Per continuare a espanderci oltreconfine – sottolinea – abbiamo un layout ad hoc studiato da due giovani architetti di Milano, che suscita molto interesse da parte dei clienti e degli investitori stranieri. Abbiamo infatti verificato che, quando le cose sono studiate bene a tavolino, poi funzionano. La nostra gamma di prodotti è davvero ampia: spazia dalle scarpe basse a quelle con tacco vertiginoso, fino ad arrivare alle scarpe da cerimonia, impeccabili per ogni evento. Offriamo, in sostanza, un pacchetto chiavi in mano, che ci dà una garanzia di riconoscibilità nei confronti degli investitori esteri, letteralmente affamati di made in Italy e molto interessati quando vedono una pianificazione efficace".

L'azienda ha compiuto ormai un



Gino Albano con i fratelli Sergio e Sonia

Non solo scarpe, ma anche borse, piccola pelletteria e giubbini di pelle. Albano espande la sua offerta e annuncia le novità per il brand made in Naples. A spiegarlo è Sergio Albano, che con i fratelli Gino e Sonia gestisce l'omonimo marchio di scarpe. "Stiamo preparando una collezione total look", rivela l'imprenditore partenopeo, reduce dalla partecipazione alla fiera Micam di Milano, la più importante vetrina di settore al mondo.



quarto di secolo di vita e continua a veder crescere anno dopo anno i propri numeri. Il fatturato nel 2016 è aumentato del 10 per cento rispetto a quello dell'anno precedente, “ma le previsioni per il 2017 sono nettamente più rosee – assicura Sergio Albano – grazie soprattutto al contributo che dovrebbe arrivare dai Paesi dell'Est Europa, che si stanno riprendendo rispetto a due-tre anni fa”.

I mercati di riferimento sono per il 50 per cento l'Italia, per il 40 per cento l'Europa e i Paesi dell'Est del Vecchio continente e per il restante 10 per cento il resto del mondo. Il quartier generale della società è ubicato a Casandrino, alle porte di Napoli, e conta circa cento dipendenti.

Lo stile del marchio si distingue per la sua forte femminilità, in linea con i trend dettati dalle ricerche effettuate dagli studi-moda più all'avanguardia, continua il patron. I materiali utilizzati sono sempre molto ricercati: dalle delicate pelli scamosciate alle morbide nappe per stivali. Il vitello invecchiato è dedicato invece a chi preferisce un look aggressivo, compresa anche la pelle verniciata e tanto stretch per stivali sopra al ginocchio.

“Il giusto mix tra ricerca stilistica e autonomia produttiva nazionale – evidenzia Albano – ha permesso di ottenere i risultati gratificanti, rispecchiando le aspettative di mercati che hanno apprezzato la produzione, competitiva per stile, prezzo e qualità. Il nostro motto è: 'Lusso accessibile a tutti'. Spesso infatti i campionari made in Italy sono letteralmente inaccostabili per tanti clienti, mentre noi abbiamo tutto sommato prezzi abbastanza contenuti. Le nostre scarpe hanno stile e

L'azienda ha compiuto ormai un quarto di secolo di vita e continua a veder crescere anno dopo anno i propri numeri. Il fatturato nel 2016 è aumentato del 10 per cento rispetto a quello dell'anno precedente, “ma le previsioni per il 2017 sono nettamente più rosee - assicura Sergio Albano - grazie soprattutto al contributo che dovrebbe arrivare dai Paesi dell'Est Europa, che si stanno riprendendo rispetto a due-tre anni fa”.

Amina Rubinacci

NAPOLI CAPRI FORTI DEI MARMI MILANO ROMA ISCHIA

una ricerca di linee e materiali. E riusciamo anche ad abbinare la qualità alla quantità”.

La società, che mediamente produce all'anno circa mezzo milione di paia di calzature, “investe da sempre nella produzione rigorosamente italiana”, rimarca l'imprenditore, precisando che il concetto di prodotto made in Italy costituisce un valore intrinseco della collezione Albano. La nuova collezione primavera-estate 2017, fa notare, è la sintesi perfetta tra eleganza e femminilità moderna per coronare il sogno di ogni donna. Un manifesto di raffinatezza e sensualità. Nel suo stile inconfondibile, Albano presenta per la stagione una collezione seducente e accattivante, con tocchi di ispirazione retrò. Tacchi, rigorosamente alti, offrono alle calzature una naturale sensualità. Le forme sono armoniose, lineari, mai scontate. Sottili listini fasciano il piede come un guanto, preziose applicazioni decorano i sandali, che diventano dei veri e propri must della primavera-estate, sostiene. Tutte tonalità si riuniscono armoniosamente in un cocktail di colori, avvolgendo le forme più svariate e audaci. I ricami sono composti da paillettes e strass.

I tacchi, le zeppe e i plateaux sono impreziositi da vivaci sfumature di colore. I gioielli sono realizzati con un mix di coloratissime pietre Swarovski. Esplosione fluo nei toni del rosa, del verde e dell'arancio per scarpe arricchite da dettagli metallici ammiccanti e disinvoltamente chic. I sandali e le scarpe con tacchi vertiginosi, a stiletto o bon-ton, si alternano a zeppe sagomate, plateaux e ultraflat. Il nero deciso, dice Sergio Albano, seduce e riveste i sandali in raso, in suede oppure in pitone, la base ideale per autentici gioielli. Per la prossima stagione autunno-inverno il brand celebra, invece, una donna decisamente raffinata, in cui ricerca, lavoro sui materiali e tecniche di trattamento degli stessi la fanno da padroni, le linee sono semplici, ma ricche specie per la cura del dettaglio, “una cura quasi maniacale”, la definisce Albano. “Così la collezione – prosegue l'imprenditore – vuole stupirci con oggetti decisi, realizzati per essere indossati tutto il giorno, rendendo la donna al centro dell'attenzione e a suo agio in qualsiasi occasione. Una collezione sottolineata da borchie e fiocchi in metallo, materiali preziosi e ricercati come il cavallino, la pelle scamosciata abbinata a dettagli in vernice e cocco stampato, creata – conclude – per una donna sontuosa ma sobria oltre che elegante, che vive la propria esclusività nella vita di tutti i giorni”. ■



Per la prossima stagione autunno-inverno il brand celebra una donna decisamente raffinata, in cui ricerca, lavoro sui materiali e tecniche di trattamento degli stessi la fanno da padroni, le linee sono semplici, ma ricche specie per la cura del dettaglio, “una cura quasi maniacale”, la definisce Albano.



LIFE IS ABOUT MOMENTS

CELEBRATING ELEGANCE SINCE 1830

CLASSIMA
ACCIAIO, 40 MM
AUTOMATICO

www.baume-et-mercier.it



BAUME & MERCIER

MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

Autunno 1172 CANTIER / Gioielleria De Maio CASTELLANNA STABIA, NA / Giuseppe Pizzani MARANO, NA / Benito & Pizzani NAPOLI
De Simone NAPOLI / Epoca Gioielli NAPOLI / Monetti NAPOLI / Piccini NAPOLI / Quaresima NAPOLI / Schia, NA
Stella N. MARO, CAPUA VITTORE, CE / Cosci SANT'ANTONIO, NA / Bottega del Gioiello SORRENTO, NA





LIU·JO
UOMO

NUNZIA SCHIANO

La mamma d'Italia

DI MARCO NOTA
FOTO DI ANNALISA CARBONE

Nunzia Schiano. Nata a Portici, 16 maggio 1959. Tra le sue partecipazioni più importanti al cinema "Benvenuti al Sud", "Benvenuti al Nord", "Reality" e "Troppo napoletano". In tv è stata tra le protagoniste di "Don Matteo" e "I bastardi di Pizzofalcone".



Con quei suoi occhioni azzurri e rassicuranti che giungono dritti al cuore e quel viso benevolo che non vuole nascondere i segni dell'età, Nunzia Schiano è la "mamma d'Italia". In "Benvenuti al Sud" è quella buona e ossessiva di Alessandro Siani, che cresce a suon di zabaioni al marsala. E propina anche a Claudio Bisio ogni sorta di bomba calorica con la battuta-tormentone: "Ve l'avit' magnà". Ma è stata anche la madre in scena di tanti altri artisti, come Maurizio Aiello, Alessandro Preziosi, Fiorello e Giampaolo Morelli.

Ci parla della tournée teatrale che si è appena conclusa?

Siamo stati in giro con "Filumena Marturano" prodotta da Geppy Gleijeses. La tournée è terminata a fine febbraio. Riprenderà l'anno prossimo a ottobre e durerà alcuni mesi. Nei panni di Filumena ci sarà ancora Mariangela D'Abbraccio e la regia sarà sempre di Liliana Cavani. Abbiamo girato tutta l'Italia. È stato un successo di pubblico e di critica. Io ho impersonato il ruolo di Rosalia, la governante di Filumena. Ho avuto grande fiducia sia da Geppy Gleijeses che da Liliana Cavani. È faticoso 'o teatr', però sono contenta.

Altri progetti futuri?

Con il mio spettacolo personale insieme a Myriam Lattanzio, gireremo tra marzo e aprile in alcuni spazi napoletani. Il 9 marzo siamo stati a Napoli al Bolivar, ad esempio. I mesi estivi saranno invece dedicati al cinema, tra cui un film con Michela Andreozzi a maggio. Un'opera prima, di cui Michela è protagonista e anche regista. Poi era in programma il Pinocchio di Garrone, ma pare sia stato posticipato. Ci sono anche idee in ambito televisivo, ma nulla ancora di definitivo.

Mi parla della sua partecipazione ai Bastardi di Pizzofalcone, la serie ispirata ai libri di Maurizio De Giovanni?

Sono una lettrice di Maurizio. Il commissario Ricciardi è stata la mia prima passione, per quanto riguarda i suoi scritti. Ho amato molto anche Juve-Napoli 1-3. Quella dei Bastardi di Pizzofalcone, è stata un'esperienza breve, ma mi sono trovata bene con Gassman e gli altri colleghi. È stato messo in ri-



“

Chi sceglie di dedicarsi interamente alla famiglia non è meno donna di chi fa la manager. Essere madre è difficile, perché nisciun nasc' mparat. E in questa società è ancora più difficile, perché ci sono pochi riferimenti.

”



salto anche il lato bello di Napoli e la gente ha premiato questa scelta con ascolti lusinghieri. La nostra è una città complessa. Come tutte le grosse metropoli, ha i suoi pro e i suoi contro. Sono due facce della stessa medaglia.

Quando ha deciso di fare l'attrice a tempo pieno? Lei ha studiato medicina e anche veterinaria...

Sono passata da medicina a veterinaria, ma nel frattempo già facevo teatro. Ho dato 29 esami: all'epoca se ne facevano 51. Ero arrivata a metà del percorso. Ma a quel punto mi sono detta che non era quello che volevo fare. Ci tenevo a non deludere i miei genitori, ma l'ho fatto finché ci sono riuscita. Era una sofferenza vera per me continuare gli studi. Sono sempre stata molto insofferente alle costrizioni, adesso un po' meno per via dell'età. Alla fine ha vinto il teatro. Poi mio marito fa il mio stesso tipo di mestiere e quindi mi ha molto appoggiata. Lui e mio figlio sono i punti fermi della mia vita.

Lei interpreta spesso la parte della madre. Cosa pensa di questo ruolo nella famiglia di oggi?

La famiglia di oggi è molto più complessa, perché è cambiato il ruolo della donna, che ha maggiore indipendenza economica. Trovi sempre più spesso uomini che si occupano della famiglia con molte più responsabilità di prima. Chi sceglie di dedicarsi interamente alla famiglia non è meno donna di chi fa la manager. Essere madre è difficile, perché nisciun nasc' mparat. E in questa società è ancora più difficile, perché ci sono pochi riferimenti.

Da cosa deriva la comicità, secondo lei?

La comicità è qualcosa di complesso. Secondo me è innata. Il comico è colui che ha i tempi giusti. Ci sono persone che ti possono raccontare le barzellette, ma tu non ridi neanche sotto tortura. E ci sono altri che ti possono dire anche una sciocchezza e ti fanno ridere. C'è la comicità di situazione e quella di battuta e poi quelli che solo guardandoli ti fanno ridere.





ALBANO

Mi parla del suo rapporto con Alessandro Siani?

È nato subito un grande rapporto affettivo, che prescinde da quello lavorativo. Sono molto contenta di quello che sta facendo, della sua caparbia, della sua capacità di organizzare. È uno in gamba.

Lei non ha nasconde i segni dell'età, come fanno invece molti altri attori. Come mai?

Perché penso che cambiare il proprio aspetto sia legato non all'essere, ma all'apparire. Mi piace avere qualche vezzo, come truccarmi. Ma a un certo punto della vita ho deciso di non tingere più i capelli. Se nun teng geni' e m' vestr 'a fest', non mi vesto. Mi sono creata un margine di libertà. Forse perché ho mantenuto molto salde le mie radici. Continuo a vivere a Portici dove sono nata. Mi piace esprimermi sul palco, al cinema, ma non voglio fingere nella vita. È faticoso mantenere un personaggio anche nel quotidiano.

In scena faccio la mamma di tutti quanti, come Siani, Aiello, Preziosi, Fiorello. Giampaolo Morelli invece è stato il mio primo figlio "cinematografico" in South Kensington.. Ho sfornato tutti bei figli! Tanto che il mio vero figlio, Francesco, dice: "Tu ti ricordi, vero, che hai generato un solo figlio!?! Sono io! Non ti confondere!"

I'M? Chi è Nunzia Schiano?

Sono un toro, quindi sono paziente, ma furiosa allo stesso tempo. Il mio punto debole è la gola: mi piace mangiare e bere. La pigrizia tipica del segno zodiacale mi porterebbe a fare una vita ascetica. Sul lavoro sono abbastanza esigente, un po' "scassambrella".



“ Sono un toro, quindi sono paziente, ma furiosa allo stesso tempo. Il mio punto debole è la gola: mi piace mangiare e bere. La pigrizia tipica del segno zodiacale mi porterebbe a fare una vita ascetica. Sul lavoro sono abbastanza esigente, un po' "scassambrella". ”

Una battuta particolarmente riuscita?

Quella che mi perseguita in tutta Italia e "Ve l'avit' magnà!" di "Benvenuti al Sud". L'ho sentita in tutti i dialetti possibili e immaginabili. Mi chiedono di recitarla ovunque. Pensavo fosse una cosa limitata ai partenopei sparsi nel mondo. Invece no. È diventata un tormentone. È bello, perché sei entrata nel mondo delle persone e di questo non posso che essere contenta. ■



WOMEN
NEVER STOP

PRIMAVERA - ESTATE 2017

CAMOMILLA
italia



MANILA GRACE

Lo stile che stupisce

Parla il direttore creativo Alessia Santi: "Tutte le donne sognano di sentirsi uniche. Per questo stiamo realizzando creazioni sempre più preziose, eleganti e femminili sia per appuntamenti importanti che per il quotidiano".

DI SERGIO GOVERNALE

Per assecondare l'esigenza di ogni donna di sentirsi unica, nella collezione attuale e nelle prossime di Manila Grace ci saranno sempre più creazioni preziose, eleganti, femminili, pensate per i momenti della giornata più esclusivi o per le clienti più grintose che amano sdrammatizzare capi molto importanti con elementi del quotidiano. Così il direttore creativo del brand Alessia Santi, annunciando la strategia di espansione commerciale all'ingrosso dell'azienda, che prevede un focus su Regno Unito e Nord Europa, mentre al dettaglio i territori di riferimento saranno Cina e Medio Oriente.

Descriva la donna secondo Manila Grace.

Una donna libera, dinamica, e ricerca uno stile unico, eterno. Una donna originale ma non appariscente, che ama sentirsi a suo agio, comoda e che allo stesso tempo vuole esclusività nei dettagli e nei materiali. Una donna grintosa, ricercata e consapevole della sua personalità che ama giocare con i contrasti, le fantasie e si diverte a mixare stili diversi.

Come risponde il marchio a queste caratteristiche?

La nostra risposta è l'identità che da sempre ci contraddistingue, uno stile unico caratterizzato dalle forme destrutturate, dalla ricerca delle fantasie e materiali e dal mix and match di ispirazioni, idee e dettagli. Il total look molto sviluppato e la collezione strutturata ampia è pensata inoltre per la trasversalità del nostro target.

Qual è, in sintesi, la vostra offerta?

Oltre alla collezione donna, che per noi rimane il core business, abbiamo la collezione bambina, con target 4-16 anni e la collezione Bags, capitanata dalla nostra borsa "must-have" Felicia Bag. Nel 2015 abbiamo inoltre lanciato il nostro primo profumo Manila Grace, che si è completato di altre due fragranze: Manila Grace Eau Fraiche e Manila Grace Fleur Narcotique.

Cosa caratterizza il brand rispetto ai concorrenti?

Sicuramente lo stile, unico e riconoscibile, che intercetta un gusto proprio, al di sopra delle mode del momento, che sa stupire, ma con estrema naturalezza. La possibilità di sentirsi a proprio agio e indossare dei capi che prendono forma con il corpo in movimento, senza costruzioni o rigidità, è un valore per noi molto importante.

Quali sono le parole d'ordine della collezione primavera-estate?

Ricerca, ispirazione, consapevolezza, ma anche divertimento: la nuova collezione primavera-estate 2017 di Manila Grace racconta gli aspetti più auten-



Alessia Santi

tici del brand attraverso un'esplosione di stampe, tessuti e colori all'insegna della libertà, intesa come pura espressione di vivere e di essere.

Quali saranno le novità per il 2017 e per gli anni a venire?

Una novità alla quale sono particolarmente legata è la nostra borsa "Must-Have": Felicia Bag. In seguito al grande successo del primo lancio abbiamo proposto tantissime nuove varianti colore e materiali alternativi all'ecopelle come la pelle e la pelle glitterata. Nel futuro si amplierà di nuovi modelli e darà vita a una collezione completamente nuova e di cui sono veramente orgogliosa... ma non posso svelarvi troppo!

E per quanto riguarda la collezione donna?

Il mio stile evolve in parallelo al mio percorso personale e si sta affermando sempre più il desiderio di pulizia, chiarezza senza dimenticare però l'occasione speciale e il sogno di sentirsi uniche di tutte le donne. Proprio per assecondare questa esigenza nella collezione attuale e nelle prossime ci saranno sempre più creazioni preziose, ele-



“ *La donna Manila Grace è libera, dinamica, e ricerca uno stile unico, eterno. Una donna originale ma non appariscente, che ama sentirsi a suo agio, comoda e che allo stesso tempo vuole esclusività nei dettagli e nei materiali.* ”

ganti, femminili, pensate per i momenti della giornata più esclusivi o per le clienti più grintose che amano sdrammatizzare capi molto importanti con elementi del quotidiano.

Vuole ricordare la storia di Manila Grace?

Manila Grace dentro di me esiste da sempre, è parte della mia idea di moda e stile. Il brand è diventato un'idea concreta nel 2005 e nel 2011, grazie alla fusione con Antress Industry Spa, ha assunto una dimensione industriale. Nel 2008 abbiamo lanciato il nostro prodotto icona, il foulard, e nel biennio 2015-2016 il profumo, la linea Bambina e la linea Bags. Abbiamo creduto da subito nell'espansione retail, iniziata con il primo store monomarca in Italia nel 2006 e all'estero nel 2011, che vede ad oggi più di più di 30 boutique e corner in Italia e nel mondo.

In quali mercati siete presenti?



I'M MARZO-APRILE 2017



LIUJO





“

Il nostro brand è caratterizzato sicuramente dallo stile, unico e riconoscibile, che intercetta un gusto proprio, al di sopra delle mode del momento, che sa stupire, ma con estrema naturalezza. La possibilità di sentirsi a proprio agio e indossare dei capi che prendono forma con il corpo in movimento, senza costruzioni o rigidità, è un valore per noi molto importante.

”

Siamo presenti sia con boutique e corner monomarca che punti vendita multibrand in Italia, Europa, Medio Oriente, Russia, Cina, Hong Kong, Taiwan, Israele, Libano, Stati Uniti e Canada.

In quali Paesi volete sbarcare nel prossimo futuro?

La strategia di espansione commerciale wholesale dell'azienda prevede focus su Regno Unito e Nord Europa, mentre a livello retail i territori di riferimento sono e saranno Cina e Medio Oriente.

Come pensate di attirare i gusti di donne dalle culture molto differenti, quali quelle europee e quelle asiatiche? Prevedete di differenziare l'offerta?

È un punto di riflessione importante, devo creare un asse che possa attraversare le culture di donne differenti, una sfida nuova e non semplice. Il mio lavoro non è una formula matematica, ma qui forse bisogna proprio mettere insieme le informazioni e fare “come il piccolo chimico”, aggiungere e togliere così da creare il famoso asse di equilibrio.

Parliamo di lei: faccia un suo autoritratto.

(Ride). Bella domanda! Parto con delle parole: emergere, identità, passione, lottare e crederci sempre. Poi proseguo con dei dettagli, ovvero con qualcosa

che mi contraddistingue: i capelli rossi e le lentigini. Ehhhh... “Tanta roba”! Da piccola, anche se non ti sentivi diversa, ti ci facevano sentire gli altri. Volevo i capelli neri e la pelle scura. I bambini poi si sa come sono... Solo da grande ho capito come la mia diversità era in realtà la mia forza più grande, un segno di personalità che mi ha dato la grinta e mi ha insegnato la vera legge della sopravvivenza... (Sorride).

Quando e come è diventata stilista del brand?

Ho iniziato a lavorare molto presto nel settore della moda, dove ho potuto affinare le mie esperienze sul prodotto e i processi di produzione. A un punto del mio percorso mi sono resa conto di un'esigenza personale: cercavo uno stile diverso, che potesse rappresentare al meglio il mio gusto personale e quello di tante donne che amano sentirsi uniche, libere e che guardano il mondo con vivacità e movimento. Così è nata la mia avventura e partendo da questo desiderio ho dato vita al marchio Manila Grace.

Quali sono le sue passioni?

La mia passione più grande è la vita, scoprire ogni giorno cosa offre e assorbire il più possibile. Imparare, imparare, imparare da tutti ti dà sempre qualcosa! “Avere tempo” è la passione più bella e generosa che ognuno di noi possa avere. ■



Harmont & Blaine
junior

Shop online at
harmontblaine.com
#MediterraneanLife







ROBERTA BIAGI

ROBERTABIAGI.COM

GIUSEPPE ZENO

Il mare dentro

DI ILARIA CARLONI

FOTO DI AZZURRA PRIMAVERA

“**C**ome si può capire qualcosa della vita e capire in fondo se stessi se non lo si è imparato dal mare". Questa frase di Federico Garcia Lorca fa pensare a Giuseppe Zeno, che dal mare ha attinto i suoi valori più importanti, che lo hanno reso l'uomo che è oggi. Come lui stesso dice, "il sale e il sole fortificano", perché la vita sul peschereccio, come quella vissuta con suo padre - pescatore -, sin da quando era bambino, è una vita dura, che prepara alle tempeste, ma che trasmette anche il senso di quiete e sconfinatezza. Questo profondo sodalizio con il mare non è mai cessato, ma si è tramutato in un legame solamente interiore quando Zeno ha deciso di scendere dalla barca per restare sulla terraferma, dove ha intrapreso la lunga gavetta che lo ha portato ad essere uno degli attori più brillanti del panorama italiano.

Tv, teatro e cinema: un periodo denso di impegni. Cosa sta preparando?

Andrà in onda nella prossima stagione una serie per la Rai con Vanessa Incontrada dal titolo provvisorio "Scomparsa", e sto girando la seconda serie de "Il Paradiso delle Signore". Poi sono in teatro con "Il Sorpasso" che arriverà a Caserta al teatro Team dal 31 marzo al 2 aprile. È la trasposizione teatrale del capolavoro di Dino Risi del 1962. Il messaggio è lo stesso del film, quello del falso mito del boom economico, che fece credere tutto possibile, quando in realtà il benessere assoluto era solo un'utopia. Ne derivò solamente un grande vuoto interiore che ha portato alla morte. Un film che grazie alla saggia lungimiranza di Risi, è per-

fettamente sovrapponibile ai tempi di oggi, attualissimo dopo più di cinquant'anni.

Come si fa a dividersi tra teatro, tv e vita privata?

Ti devi rimboccare le maniche, attingere al bagaglio di ormai vent'anni di esperienza. Questo è un lavoro che ti obbliga a metterti in gioco. Bisogna rinunciare a qualche ora di sonno trascinati dall'entusiasmo e dalle emozioni che regala la recitazione. Nella vita privata bisogna avere una persona comprensibile che capisca gli sforzi che fai. Si passa da dodici ore di set, allo spettacolo serale in teatro, e si è costretti a dare sempre il massimo.

Lei la persona giusta l'ha trovata, e lo scorso agosto vi siete sposati. Cosa rappresenta per lei il Matrimonio?

Il Matrimonio non è stata una necessità legata all'età, sarebbe potuto accadere dieci anni fa o tra dieci anni, ed invece è accaduto adesso con la persona giusta. Io credo molto nel Matrimonio, che rappresenta il sigillo di una unione di intenti e la volontà di fare un percorso di vita insieme, nel "bene e nel male", senza darsi quella chance di voltare le spalle facilmente.

Cosa l'ha rapita di sua moglie Margareth Madè?

Per quanto possa essere un'attrice e nonostante abbia lavorato con uno dei più grandi registi esistenti (è stata protagonista del film "Baaria" di Tornatore nel 2009), è una creatura un po' atipica. Fa questo lavoro con serenità e non sgomitava. Vedo in giro attrici che pur di lavorare farebbero di tutto, e usano un'aggressività in-



Giuseppe Zeno. Nato a Napoli, l'8 maggio 1976.

Tra le sue partecipazioni più importanti in tv "Incantesimo" 5 e 6, "Il clan dei camorristi", "Il paradiso delle signore" e "Baciato dal sole". In teatro è stato recentemente tra i protagonisti di "Io Raffaele Viviani", "La lupa", "Il funambolo" ed "Il sorpasso".

Ha sposato lo scorso agosto la collega Margareth Madè.

credibile. Lei no. Ha dei valori molto forti ed è una donna straordinaria. Riesce a sopportarmi meglio di chiunque altro. Ci siamo trovati e ha tirato fuori il meglio di me. Mi rende migliore. Abbiamo una affinità di pensiero molto forte. Ci siamo indirizzati l'uno verso l'altro perché abbiamo una condivisione assoluta nel mondo di vedere la vita e le cose.

Di pari passo con l'amore, anche il lavoro va a gonfie vele... Un bilancio a 40 anni.

Sì, il lavoro va bene, è un periodo molto denso. Oggi a quarant'anni vivo tutto con più consapevolezza. Consapevolezza dei miei pregi e dei miei limiti, nella vita come nel lavoro. È un periodo storico particolare in cui si pensa al futuro con lo spirito di chi si lancia senza paracadute. Oggi non sai mai dove vai a cadere, quindi si vive in maniera più disincantata. Questo porta anche ad essere più egoisti, a guardare al proprio orticello, ed infatti ho la ferma certezza che si debba far leva solo sulle proprie forze. È importante affiancarsi agli altri, ma mai adagiarsi o affidarsi totalmente.

In questo contesto, ha paura di mettere al mondo dei figli?

Non ho paura, anzi il solo pensiero mi entusiasma, perché i figli sono una grande fonte di energia. È uno slancio importante che racchiude il senso stesso della vita, che altrimenti non ne avrebbe.

Della vita ha imparato soprattutto dal mare, che ha segnato la sua infanzia e la sua adolescenza. Cosa si porta dentro di quel vissuto?

Il mare ti dà il senso della sconfinatezza, della quiete che all'improvviso può finire. È la metafora perfetta della vita: ci entri in buone condizioni ma non sai come puoi uscirne, non sai cosa vai a pescare. Il sole ed il sale ti fortificano. Ci sono spesso giorni di cattivo tempo in cui non peschi e quindi non mangi, è una vita che ti temprà, ti allena al sacrificio, ti dà la forza per affrontare gli ostacoli.

C'è un'esperienza in mezzo al mare che ricorda in particolare?

Avevo 15 anni, ero in mezzo al mare con mio padre e rischiamo di affondare a largo perché una pompa nella sentina si era staccata al reparto macchine, per cui il sistema di raffreddamento smise di pompare l'acqua e si riempì la barca. Eravamo in Calabria e avevamo davanti ancora due ore di navigazione per raggiungere il punto di pesca. Noi stavamo dormendo in cabina, ma mio padre aveva sempre un orecchio e un occhio aperto, così si accorse che la barca navigava appesantita. Uscì e vide che stavamo affondando. La prese come un segno divino e volle tornare subito in porto senza più uscire.

Con suo padre è stato anche imbarcato per un lungo periodo. Poi, la scelta di mollare il mare definitivamente. È stata consapevole o casuale?

Sono stato imbarcato sette anni. Abbandonare il mare è stata una scelta consapevole perché è una vita non vita. Vai per mare per permetterti una vita di cui non puoi godere. Stare lontano tanto tempo senza mai toccare terra, muoversi in quei 25 metri per 6 sulle tavole della barca per lunghi periodi. Poi allora non c'era l'intrattenimento di oggi con telefonini e ipad, ed il tempo passava molto lentamente. È estenuante.

“

Il mare ti dà il senso della sconfinatezza, della quiete che all'improvviso può finire. È la metafora perfetta della vita: ci entri in buone condizioni ma non sai come puoi uscirne, non sai cosa vai a pescare. Il sole ed il sale ti fortificano. Ci sono spesso giorni di cattivo tempo in cui non peschi e quindi non mangi, è una vita che ti temprà, ti allena al sacrificio, ti dà la forza per affrontare gli ostacoli.

”





“ Sono stato imbarcato sette anni. Abbandonare il mare è stata una scelta consapevole perché è una vita non vita. Stare lontano tanto tempo senza mai toccare terra, muoversi in quei 25 metri per 6 sulle tavole della barca per lunghi periodi. Poi allora non c'era l'intrattenimento di oggi, ed il tempo passava molto lentamente. ”

Usando la metafora marina, nella vita ha avuto gironi di cattivo tempo?

Ce ne sono stati. Non vere e proprie tempeste, ma l'impossibilità di entrare in porti sicuri, o di navigare in acque più tranquille, di pescare in forme artistiche diverse...

Poi queste opportunità sono arrivate, e con esse la popolarità. Cosa rappresenta per lei?

La popolarità è gratificante come metro di misura dell'apprezzamento del pubblico, che è fondamentale, perché si fa questo lavoro per la forte esigenza di lanciare un messaggio e di esternare emozioni che nella vita non si riesce a manifestare. Vedere che il pubblico le coglie è importante per un attore.

Lei è un introverso. Questo lavoro è una terapia?

Questo lavoro è una continua terapia. Nella vita io sono totalmente l'opposto di come sono sul set. Sono introverso, reticente a parlare di me. Non amo l'ostentazione, la trovo banale e cerco sempre di sposare il profondo senso artistico dei progetti, difendendo l'autenticità del lavoro dell'attore. Specie in un periodo storico in cui c'è una confusione e fusione totale di tutte le forme di intrattenimento.

Questo è un lavoro che richiede molto studio, e quindi consente anche di colmare delle lacune culturali.

Questo lavoro richiede uno studio continuo. Se vuoi farne una professione non puoi non conoscerla. Puoi affidarti a qualche guizzo brillante, ma nel tempo la preparazione è necessaria. Come nei 100 metri: puoi anche non sfigurare, ma nella maratona devi essere allenato, altrimenti dopo un po' vai in carenza di ossigeno. Lo studio è fondamentale, ti permette di confrontarti con grandi pensatori, con testi importanti. Studiare un testo significa studiare anche l'autore che lo ha scritto. Devi essere affamato di cultura, leggere. Soprattutto il teatro ti costringe a studiare perché ti dà delle chiavi importanti. Inoltre bisogna anche essere attenti alle esigenze del mercato e poter offrire una risposta adeguata.

Sente di dover essere riconoscente a qualcuno nel suo percorso?

Sento di ringraziare i miei insegnanti dell'Accademia dell'arte drammatica della Calabria. Ci sono entrato a vent'anni e ci sono stato tre anni e ho ricevuto una buona formazione, mi hanno anche insegnato che lì era un mondo ovattato, ma che era proiettato verso





N A R D E L L I

*Biology,
sempre uniti.*



nardelligioielli.it



“*Napoli è una terra alla quale non posso far a meno di attingere. Come diceva Raffaele Viviani “Napoli è una Terra che ti permette di poter attingere alla materia grezza che è la vita”. È un rapporto di odio e amore, ma quando la vivi nel quotidiano Napoli ti “ruba”, ti fagocita.*”

l'esterno, dove tutte quelle barriere intorno possono cedere e ci si trova a cadere e a correre in un territorio paludoso. Dai venti ai trenta è stata una gavetta difficile, fatta di soddisfazioni ma anche di grandi delusioni e momenti di sconforto. È bello quando inizi a vedere che le persone recepiscono il messaggio e colgono quel mondo interiore che attraverso la recitazione si riesce a tirar fuori.

Amicizie in questo ambiente?

A volte ho trovato una buona sinergia, altre volte no. Ho incontrato persone dal cuore grande ed altre umanamente piccole. Tanto più grandi si sentivano, tanto più erano piccole. Le amicizie tendenzialmente le scelgo fuori da questo mondo, anche perché la categoria degli attori - mi ci metto anche io - non è una categoria che amo frequentare.

Come si definisce?

È difficile definirmi, non riesco a guardarmi dall'esterno. Quello che ci muove è materia interiore. Oggi sicuramente mi sento soddisfatto ma sempre in crescita. Definirmi sarebbe riduttivo.

Sogni nel cassetto?

Il sogno professionale è quello del grande schermo. Il teatro l'ho vissuto ad alti livelli. ed anche in tv posso dire di aver giocato in serie A, interpretando personaggi mai banali. Ora sogno di far parte del grande schermo ed accadrà presto.

La sua è una speranza o ha già progetti in cantiere?

Non ho la speranza, né ho progetti in cantiere, ma ho l'assoluta certezza, che dato quello che ho seminato, ben presto questo bel fiore sboccherà.

In piccola parte si è realizzato con un piccolo ruolo in un rande film...

Sì, uscirà questa primavera il film di Gianni Amelio dal titolo "La tenerezza" girato a Napoli con la Mezzogiorno ed Elio Germano. Io ho una partecipazione, ma girare una scena nella mia città con Giovanna Mezzogiorno mi ha regalato quello slancio, quella emozione che solo questo lavoro riesce a dare.

Nato a Napoli e cresciuto in Calabria. A quale terra si sente più legato?

Sono nato a Napoli, ho vissuto in Calabria e ho sposato una siciliana. Quindi ho dentro tutto il Regno delle due Sicilie che vedeva, però, in Napoli la sua Capitale.

Che rapporto ha con Napoli?

Napoli è una terra alla quale non posso far a meno di attingere. Come diceva Raffaele Viviani "Napoli è una Terra che ti permette di poter attingere alla materia grezza che è la vita". È un rapporto di odio e amore, ma quando la vivi nel quotidiano Napoli ti "ruba", ti fagocita. Nel bene e nel male. Le persone non chiedono tanto, ma danno tanto, e a volte questo dare troppo ti fagocita. Ti riempiono così tanto che ci si sente invasi e si ha necessità di staccare. ■

QUERIOT

Quattro
Qualità



Meteo del giorno:

*Un altro bel temporale.
L'arcobaleno ti aspetta!*



ERRICO
BIJELLI

VIA MICHELE KERSAUBER, 2 - 80138 NAPOLI
T. 081 556288

QUERHOT.COM





RIFLESSI®

DESIGNED AND MADE IN ITALY

Grigio Shanghai / Scuro Senna / Produzione Cattedo Wood

store: MILANO piazza Venezia 6 | NAPOLI viale Kennedy 415/419 | REGGIO CALABRIA C.so Garibaldi 545
www.riflessi.it - www.facebook.com/Riflessiart - info@riflessi.it - Tel (+39) 095 9031054



MAURIZIO MARTINIELLO

Il lusso è esclusività

DI ALESSANDRA CARLONI

Dal 3 al 14 maggio 2017 avrà luogo la II edizione di Napo-
limodadesign, la kermesse
incentrata sul connubio
moda&design, ideata e cu-
rata dall'architetto Maurizio
Martiniello con il patrocinio del Comune di
Napoli – Assessorato alla Cultura, del-
l'Unione Industriali di Napoli, dell'Ordine
degli Architetti di Napoli e ADI. Per l'occa-
sione il cosiddetto "Chiaia District", quartiere
dello shopping di alta gamma, sarà oggetto di
un percorso urbano di esposizioni, installa-
zioni, mostre ed happening. Lo scopo del pro-
getto è quello di valorizzare i comparti moda
e design, dare spazio alle eccellenze campane,
luce alle giovani promesse e spazio alle
aziende internazionali. Il tema della ker-
messe è "Luxury Ideas" ovvero il lusso decli-
nato in tutte le sue dimensioni, da esperire
mediante i cinque sensi. Maurizio Martiniello
è un architetto specializzato in restauro dei
monumenti, ha realizzato numerosi progetti
di edilizia privata in Italia e all'estero, è un
esperto di design e di luce. Lavora anche nel-
l'ambito della moda creando installazioni e
performance ispirate ai mood delle collezioni.



“

Napolimodadesign si svolgerà tra il 3 e il 14 maggio. Avremo installazioni di moda e design nei negozi di Chiaia, allestiremo le vetrine e gli interni, ci saranno dei temporary store in Piazza dei Martiri. A Villa Pignatelli si terranno sfilate e installazioni di design rese spettacolari dal connubio tra lo stampo contemporaneo della manifestazione e la location storica.

”

Architetto, com'è nato il progetto Napolimodadesign?

Da parte mia c'era la conoscenza sia delle moda che del design unita ad una vera passione per tutto ciò che ruota intorno a queste forme di arte. Nella mia vita ho sempre amato creare, dare forma a idee originali, come quando ho realizzato la poltrona Mirò, completamente rivestita con i tessuti delle cravatte di Marinella. Il progetto è nato dal mio modo di essere, di vivere, dal desiderio di condividerlo facendo qualcosa di buono per la Campania.

"Luxury ideas" è il tema della manifestazione. Cosa è per lei il lusso?

"Luxury ideas" e dress code rosso rappresentano il filo conduttore tra la prima e la seconda edizione di Napolimodadesign. Il lusso è dato dalla possibilità di possedere dei pezzi unici, fatti da maestranze dell'artigianato di alta qualità. Nel mio settore si tratta di oggetti e opere per la casa. Lusso è esclusività. La scelta dei materiali e la messa in opera sono parte integrante del risultato, il cantiere va seguito, è bello anche poter apportare delle modifiche in corsa d'opera sulla base di ispirazioni e intuizioni.

Ci anticipi qualcosa sull'attesissima seconda edizione di Napolimodadesign.

Si svolgerà tra il 3 e il 14 maggio. Avremo installazioni di moda e design nei negozi di Chiaia, allestiremo le vetrine e gli interni, ci saranno dei temporary store in Piazza dei Martiri. Dal 3 al 7 maggio nella splendida cornice di Villa Pignatelli si terrà un opening di cinque giorni con sfilate e installazioni di design rese spettacolari dal connubio tra lo stampo contemporaneo della manifestazione e la location storica. Durante l'apertura verrà consegnato il premio Napolimodadesign ad eccellenze che si sono distinte nei settori moda e design sia a livello nazionale che internazionale. Infine, ci sa-



Dorabella

Primavera - Estate 2017

Roberta Monti

shoponline.dorabella.it





“*“Luxury ideas” e dress code rosso rappresentano il filo conduttore tra la prima e la seconda edizione di Napolimodadesign. Il lusso è dato dalla possibilità di possedere dei pezzi unici, fatti da maestranze dell’artigianato di alta qualità. Nel mio settore si tratta di oggetti e opere per la casa.*”

ranno due novità: una piattaforma di e-commerce con prodotti in vendita sul sito di Napolidesign.it e una speciale card che permetterà di accedere a delle promozioni nei punti vendita di Chiaia.

Quest'anno c'è un'altra novità: avete voluto dare risalto alla sartoria locale. In che modo?

Sì, durante Napolimodadesign non potevamo non premiare la nostra sartoria napoletana, inimitabile. Con questo riconoscimento ci collegheremo ad un altro importante simbolo della nostra tradizione: il mitico Totò. Lo ricorderemo nel cinquantesimo anno dalla sua morte proprio come farà l'intera città con uno speciale "maggio dei monumenti".

Napolimodadesign ha a cuore i giovani talenti. In che modo offrirete loro un'opportunità?

Abbiamo promosso un concorso riservato agli studenti dei Corsi di Laurea in Architettura, Design e e Design per la Moda del Dipartimento “Luigi Vanvitelli” della S.U.N. per la progettazione di 5 allestimenti temporanei da realizzarsi presso il “Chiaia District” e l'Aeroporto Internazionale di Napoli secondo termini e modalità definite dal bando. Urba Napoli Moda Design rappresenta una opportunità per le giovani promesse.

Le mie bambine di 8 e 13 anni vengono a vedere con me le sfilate, mi seguono al Salone del Mobile di Milano. Sì, mi piacerebbe che seguissero le mie orme, anche se la parte creativa o ce l'hai o non ce l'hai. Vedremo. Sicuramente nel loro patrimonio genetico c'è una vena artistica perchè mia mamma è una pittrice e insegnava storia dell'arte e mio fratello è architetto come me.

Che riscontro ha avuto la sua iniziativa sul territorio campano?

Ho riscontrato un grandissimo entusiasmo, ho avuto tante adesioni, ancora sto ricevendo richieste di partecipare alla manifestazione. Lo scorso anno all'inaugurazione tenutasi a Palazzo San Teodoro abbiamo avuto più di tremila accreditati. A Napoli c'è una grande voglia di eventi belli a cui partecipare e voglia di essere protagonisti della moda. Quest'anno quello a cui aspiriamo è avere una partecipazione se possibile maggiore.

Che rapporto ha con Napoli?

Abbiamo l'onore di aver una scenografia naturale unica al mondo e sono orgoglioso di averla prescelta come culla di un evento culturale come Napolimodadesign. Renderemo unico il salotto migliore della città e miriamo anche ad attirare i turisti che ci troveranno in aeroporto e nei grandi alberghi con i nostri punti informazione e in piazza dei Martiri con uno speciale info point. ■

MARIKA[®]

gioielli

PREZZONA LUCE ITALIANA

www.marikagioielli.it



www.marikagioielli.it



SAN GIOVANNI A CARBONARA

*Dove la storia degli Angiò
si esprime attraverso l'arte*



La struttura, di stampo angioino, fu edificata dove in precedenza sorgeva un piccolo convento di frati agostiniani, e malgrado sia fatta risalire al lontano '300, si tratta di una delle chiese dal gusto decorativo rinascimentale più interessanti dell'intera città.

Nell'omonima strada del centro storico partenopeo, posta su un'altura per la quale è stata fatta edificare una elegante scalinata in piperno, si trova la Chiesa di San Giovanni il Battista degli Eremitani "ad carbonetum". Ma perché "Carbonara" vi chiedere: questo termine veniva utilizzato in tempi medievali per indicare il luogo destinato a raccogliere i rifiuti che si trovavano fuori dalle mura cittadine, il Carbonarius. Ubicata a pochi passi dal Duomo e dal museo Madre, quella che appare agli occhi come una piccola ed anonima chiesetta accoglie in realtà degli inestimabili tesori d'arte. La struttura, di stampo angioino, fu edificata dove in precedenza sorgeva un piccolo convento di frati agostiniani, e malgrado sia fatta risalire al lontano '300, si tratta di una delle chiese dal gusto decorativo rinascimentale più interessanti dell'intera città. La storia di questa chiesa è strettamente legata alla dinastia degli Angioini: in origine fu frutto della munificenza di Gualtiero Galeotta (1343), ma agli inizi del Quattrocento venne completata da re Ladislao, detto il Magnanimo. Con l'allargamento dell'edificio, si vide la costruzione di un nuovo chiostro a fianco di quello preesistente e l'abbellimento della chiesa con marmi pregiati. Alla morte del re i lavori proseguirono con la sorella Giovanna, la quale fece erigere sull'abside un monumento funebre in onore del consanguineo. Con un balzo di circa quattro secoli arriviamo al 1943, anno in cui la chiesa venne danneggiata dal terribile bombardamento a causa del quale è stata oggetto di lunghi restauri nel corso del XX secolo. All'interno si presenta come una chiesa ad aula rettangolare caratterizzata da una navata unica, alla quale nel corso degli anni



vennero aggiunte delle cappelle. L'impianto, in pieno stile gotico, richiama l'annata di costruzione ed è dotato di una copertura a capriate lignee ed alte monofore che illuminano l'aula. A dominare la scena è il mausoleo di re Ladislao che culmina con la statua equestre del re che porta il popolo napoletano alla vittoria materiale e morale. Sostenuta da quattro cariatidi raffiguranti le Virtù, e scolpita da Andrea da Firenze, l'opera si pone come punto di transizione dallo stile gotico a quello rinascimentale. Dal monumento sepolcrale troviamo accesso a tre Cappelle gentilizie. La Cappella Caracciolo Del Sole è a pianta circolare, con un prezioso pavimento maiolicato che risale al XV secolo, essa accoglie il sepolcro di Ser Gianni Caracciolo e dei meravigliosi affreschi quattrocenteschi opera di Perrinetto



La storia di questa chiesa è strettamente legata alla dinastia degli Angioini: in origine fu frutto della munificenza di Gualtierio Galeotta (1343), ma agli inizi del Quattrocento venne completata da re Ladislao, detto il Magnanimo. Con l'allargamento dell'edificio, si vide la costruzione di un nuovo chiostro a fianco di quello preesistente e l'abbellimento della chiesa con marmi pregiati.

da Benevento e Leonardo da Besozzo. La Cappella Caracciolo di Vico, il cui progetto si fa risalire al celebre Bramante, spicca con una cupola a lacunari ed un prezioso pavimento decorato con intarsi marmorei a motivo geometrico. Infine, la Cappella di Somma ospita un ulteriore monumento funebre, opera di Annibale Caccavello. I tesori d'arte preservati in questa chiesa sono parte integrante dell'immenso scenario artistico partenopeo dotato di grande spessore ed interesse culturale. Le opere scultoree che accoglie sono giunte fino a noi nel corso dei secoli e costituiscono la testimonianza concreta del casato che ha fatto la storia di Napoli. Circondarsi di tali bellezze equivale a compiere un vero e proprio viaggio nel tempo che ci aiuta a comprendere appieno il valore degli eventi che hanno cambiato e scritto il destino della nostra città. ■





Sogna più in grande

#FashionReimagined

Le firme che ami dal 35% al 70% in meno
mcarthurglen.it/marclanise

LaReggia
Designer Outlet
Marclanise



GIOCATTOLI IN MOSTRA

90 **DI FILOMENA DIANA**



Napoli, per questo ultimo Natale, ha deciso di regalare a tutti i suoi piccoli cittadini un museo pieno di giocattoli di ogni genere e di ogni epoca. Si è aperta così la mostra "Storia del giocattolo dal Settecento a Barbie", inaugurata l'8 dicembre all'interno delle sale del complesso di San Domenico Maggiore, visitabile fino al 19 marzo. Un iter che ripercorre l'evoluzione storica dei giocattoli e di come, di volta in volta, questi oggetti hanno interagito con le società e determinato la cultura del gioco. Storia del giocattolo è strutturata lungo due percorsi paralleli: da un lato la serie di giocattoli per maschi, dall'altro quella per le bambine, seguendo quel filo conduttore etico che consiste nello smantellare gli stereotipi associati ai ruoli

di genere che spesso condizionano le preferenze dei bambini creando delle pericolose forzature culturali. "Bisogna sempre lasciare ai bambini un gioco incondizionato e libero, quello più bello dove il giocattolo non si impone come fine ma semplicemente come strumento per dare libertà alla fantasia", così si è espresso il curatore della mostra e collezionista Vincenzo Capuano.

Tantissimi i pezzi di prestigio ammirabili dalle vetrine del museo e una sezione volta a promuovere una sana informazione riguardo l'originalità del giocattolo, con delle spiegazioni su come evitare e riconoscere le contraffazioni.

Dai classici di tutti i tempi (trenini, marionette, cavalli dondolanti, bambole in vario materiale e di varia grandezza), fino ai modelli snodabili delle action-figure ispirate al mondo dei supereroi, le



varie versioni di Barbie e dell'universo Disney. Presente anche una cospicua rappresentazione della tradizione napoletana tra cui una ricca serie di Pulcinella da fiera con i cembali, fino ad arrivare alla punta di diamante della mostra: un fantastico pupazzo di Totò in frac di pannolenci.

“È una mostra tanto per bambini quanto per adulti” tiene a confermare Capuano, ribadendo la necessità di portare “allegria e gioia per offrire ai ragazzi un'alternativa alla violenza e al disagio”.

L'obiettivo ultimo di tale iniziativa è quello di regalare alla città questo museo in modo permanente per dare, con un biglietto minimo, la possibilità a chi non può permetterselo di avere a disposizione questo patrimonio culturale, assecondando ciò che i napoletani hanno nel sangue: un senso squisito di ironia e divertimento. ■

Dai classici di tutti i tempi (trenini, marionette, cavalli dondolanti, bambole in vario materiale e di varia grandezza), fino ai modelli snodabili delle action-figure ispirate al mondo dei supereroi, le varie versioni di Barbie e dell'universo Disney. Presente anche una cospicua rappresentazione della tradizione napoletana tra cui una ricca serie di Pulcinella da fiera con i cembali, fino ad arrivare alla punta di diamante della mostra: un fantastico pupazzo di Totò in frac di pannolenci.



C28

by CALABRITTO28

NAPOLI: via Calabritto 28, via Scarlatti 73
SHOP ONLINE: www.calabritto28.it/C28

☎ C28 ☎ 081 7646951

10% di sconto online inserendo il codice: **1M2803**

Le novità MSC nel primo catalogo in mixed reality

Il catalogo 2018 e 2019 proietta i viaggiatori nel futuro, grazie a una programmazione da record completa e comprensiva di un giro del mondo in 119 giorni e 49 destinazioni uniche attraverso sei continenti e viaggi alla scoperta delle più belle mete del Mediterraneo e del Nord Europa, delle acque cristalline dei Caraibi, Cuba e delle Antille, dei tesori di Dubai, Abu Dhabi e Sir Bani Yas, della natura incontaminata del Sud Africa, dei ritmi del Sud America e dei paesaggi mistici di Cina, Giappone e Corea.

Destinazioni e mete raggiungibili grazie a una flotta di 16 navi, 4 delle quali attualmente in costruzione che saranno dotate del meglio che la tecnologia oggi può offrire: MSC Meraviglia, la prima delle nuove navi a celebrare il suo battesimo nel giugno 2017, MSC Seaside (dicembre 2017) e MSC Seaview (primavera del 2018) le “navi che seguono il Sole” in costruzione presso l'italiana Fincantieri e che fra le principali caratteristiche daranno la possibilità di vivere all'aperto, passeggiando a pochi passi dal mare. E infine MSC Bellissima, gemella di MSC Meraviglia, che toccherà il mare nel 2019.

“Mai come oggi MSC Crociere si presenta con un catalogo estremamente ricco di novità rivolte a rafforzare ulteriormente la nostra offerta in maniera sempre più globale” ha dichiarato Leonardo Massa, Country Manager Italia di MSC Crociere. “Siamo infatti nel pieno di una fase di espansione grazie a un piano industriale da 9 miliardi di euro per la costruzione di 11 nuove navi e ciò si riflette sull'offerta che si arricchisce notevolmente con un'incredibile gamma di itinerari inediti e nuovi servizi che sono sempre più su misura dei nostri ospiti.

A bordo l'esperienza sarà ancora più esclusiva. Le numerose partnership siglate con le migliori eccellenze del panorama internazionale dell'intrattenimento faranno la differenza. Dagli chef di fama internazionale come Carlo Cracco e Roy Yamaguchi fino a Jean-Philippe Maury, uno dei migliori chocolatier e pasticceri francesi, chiamati a tentare gli ospiti con le loro incredibili creazioni. E poi la Wellness Experience, realizzata in partnership con Technogym, oltre agli spettacoli del Cirque du Soleil at Sea, disponibili in un inedito pacchetto Dinner&Show: questa proposta permetterà di sedersi a un tavolo esclusivo da cui ammirare lo spettacolo mozzafiato del circo più amato al mondo. E un mondo di intrattenimento dedicato ai più piccoli e alle famiglie con le aree firmate Chicco e Lego. Oltre ai tour virtuali, attraverso la realtà aumentata



si possono anche ammirare da vicino i modellini delle 'Navi del Futuro' in 3D come se fossero appoggiati sul catalogo. “Abbiamo deciso di arricchire il nuovo catalogo con la mixed reality che rende possibile vivere l'esperienza di una crociera MSC a 360° ancor prima di partire. Le nuove navi di MSC Crociere prenderanno forma all'apertura del catalogo, appearing in 3D grazie alla realtà aumentata, e il lettore potrà letteralmente immergersi nei loro ambienti grazie alla realtà virtuale” - ha spiegato Andrea Guanci, Direttore Marketing MSC Crociere.

La novità principale riguarda il numero maggiore di itinerari disponibili grazie a una flotta di 16 navi, 12 già in servizio alle quali si aggiungeranno 4 smart ship di ultima generazione. In particolare: MSC Seaview accompagnerà i viaggiatori in crociera nel Mediterraneo occidentale, e inverno 2018/2019 in Sud America; MSC Meraviglia, resterà nel Mediterraneo fino ad aprile del 2018 per essere poi trascorrere la stagione estiva in Nord Europa e tornare nel Mediterraneo nel winter 2018/2019; MSC Seaside continua ad operare nei Caraibi alternando crociere verso ovest e verso est, inserendo a partire da novembre del 2018 la tappa a Ocean Cay Marine Reserve.

Una delle più importanti novità è la MSC World Cruise, il primo giro del mondo della Compagnia, un viaggio da sogno che permette di esplorare i luoghi più esotici e meravigliosi del pianeta in un unico, indimenticabile viaggio di 119 giorni con 43 tappe tra cui Los Angeles, San Francisco, Bora Bora, Sydney, Singapore e Phuket. ■

Il catalogo 2018 e 2019 contiene una programmazione da record che comprende un giro del mondo in 119 giorni e 49 destinazioni uniche attraverso sei continenti e itinerari alla scoperta delle più belle mete del Mediterraneo e del Nord Europa, delle acque cristalline dei Caraibi, Cuba e delle Antille, dei tesori di Dubai, Abu Dhabi e Sir Bani Yas, della natura incontaminata del Sud Africa, dei ritmi del Sud America e dei paesaggi mistici di Cina, Giappone e Corea.



QUESTA NON È
UNA GIORNATA
A L'AVANA QUALSIASI
CHE RENDE PERFETTA
UN'ESTATE QUALSIASI.

PERCHÉ QUESTA NON È
UNA CROCIERA QUALSIASI.



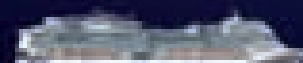
Per tutti i dettagli chiedi alla tua agenzia viaggi,
visita il nostro sito o chiama 848 242490*



MSC
CROCIERE

NON È UNA CROCIERA QUALSIASI

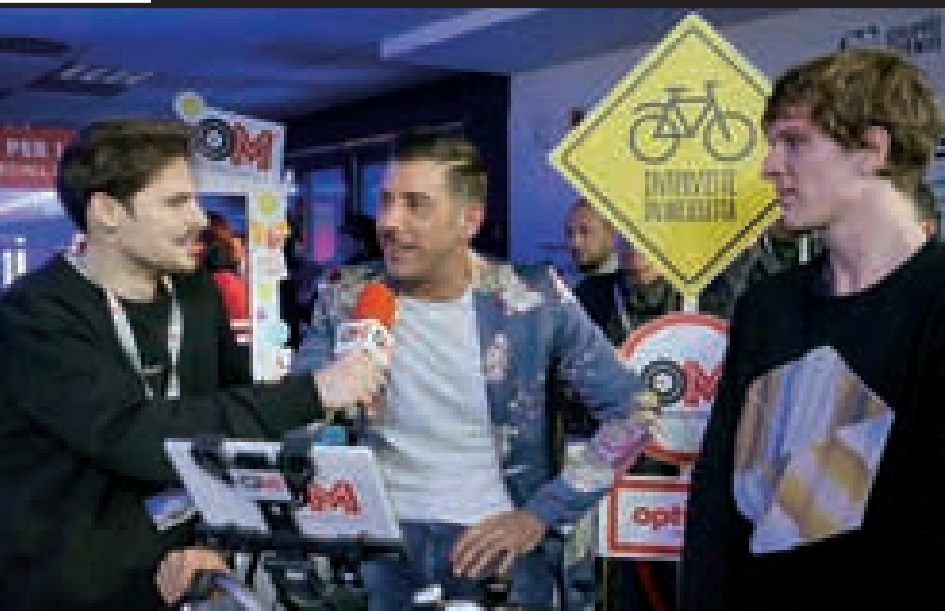
MSCCROCIERE.IT



*Numero a costo speso. Per il dettaglio dei costi della chiamata visita il sito www.848242490.it

“Il futuro è semplice” con

OPTIMA ITALIA



Lo slogan calca un trend essenziale e innovativo nel mercato italiano popolato da offerte molteplici, e spesso simili, messe in campo da numerosi operatori. Il servizio aggregato è il futuro ed Optima ha consolidato in materia un know-how quasi ventennale, accumulando un vantaggio competitivo notevole su tutti gli altri operatori. L'azienda napoletana si distingue nettamente dai competitors non solo per la semplicità dell'offerta ma per l'originalità del proprio marketing.

Dopo gli importanti risultati ottenuti a Casa Sanremo, l'azienda napoletana si prepara a nuove stimolanti sfide. La redazione di OM-OptiMagazine ha infatti realizzato per i suoi 3 milioni di visitatori unici servizi ed interviste esclusive ai protagonisti e agli addetti ai lavori. Grande seguito ha avuto il talk-show "W Sanremo con Red", programma condotto da Red Ronnie in diretta dall'Optima Theater di Casa Sanremo, dove artisti e ospiti d'eccezione hanno commentato live il Festival insieme al noto conduttore e giornalista. Ottimi risultati ha registrato anche il format "Interviste in bicicletta", quest'anno arricchito da un importante scopo benefico: gli artisti di Sanremo e altri ospiti del mondo dello spettacolo si sono fatti intervistare su una postazione-bici durante una breve pedalata per accumulare chilometri e permettere a Optima di trasformare ogni km percorso in uno strumento musicale donato ai ragazzi dell'associazione Sanitansamble. Ma dopo il Festival, il brand Optima sta già lavorando alla seconda campagna pubblicitaria nazionale su tv, radio e web. Lo slogan "Il Futuro è semplice" calca un trend essenziale e innovativo nel mercato italiano popolato da offerte molteplici, e spesso simili, messe in campo da numerosi operatori. Il servizio aggregato è il futuro ed Optima ha consolidato in materia un know-how quasi ventennale, accumulando un vantaggio competitivo notevole su tutti gli altri operatori che oggi sono ad una fase sperimentale.

L'azienda napoletana si distingue nettamente dai competitors non solo per la semplicità dell'offerta ma per l'originalità del proprio marketing, per la particolarità della sede e degli ambienti di lavoro e per le numerose iniziative unconventional nel mondo della Formazione, della Musica, della Cultura e dell'Editoria Digitale che hanno portato la stampa europea a definirla "Google del Meridione". ■

optima

IL FUTURO È SEMPLICE

1 FIBRA
TELEFONO
LUCE
GAS

TUTTO-IN-UNO
E SAI PRIMA
QUANTO PAGHI

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

OPTIMAITALIA.COM





i'M

MODEL

**A
D
E** *in Naples*

ROBERTA SICILIANO

L'IDENTIKIT

Occhi: verdi

Capelli: castani

Altezza: 170 cm

Misure: 90-62-93

Titolo di studio: Laueranda
in Lettere e Filosofia

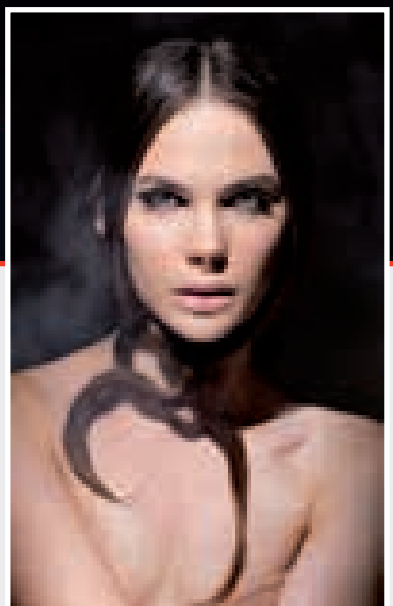


FOTO DI MARCO GLAVIANO

A full-page photograph of a woman with long, wavy brown hair, wearing a floor-length, teal-colored gown with a sheer, lace-like detail on the back. She is standing in a grand, classical interior with a large, ornate wooden door to her right and a window with a decorative glass pane behind her. Her right arm is raised, touching the top of the door frame, and her left arm is extended downwards. The floor is made of large, patterned tiles. The lighting is dramatic, coming from the window, creating highlights on her hair and dress.

Dopo aver conseguito il diploma di danza classica presso la Scuola di Ballo del Teatro San Carlo, ha iniziato la sua carriera di ballerina professionista nel Corpo di Ballo del Lirico Partenopeo con cui tuttora collabora. Testimonial della campagna pubblicitaria del Teatro di San Carlo, è stata coprotagonista del programma "Ballerini dietro il sipario", prodotto e trasmesso su MTV, con numerosi personaggi internazionali della danza.

MY LIFE DESIGN STORIES

Mondrian divano, Cozzette tavolini e console, design Jean-Marie Massaud.
Stanford poltrona, design Jean-Marie Massaud. Dama jessica.



NAPOLI

Franchino Home Design srl | Corso Vittorio Emanuele 674, 80122 Napoli

Poliform



Otto duri anni di scuola, in cui ha lavorato con insegnanti di fama internazionale, e l'impegno assiduo per questa disciplina non le hanno impedito di portare a termine il diploma al liceo scientifico, e a breve anche la laurea all'università di Roma in Lettere e Filosofia.



GRIMALDI LINES

oltre il viaggio

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



grimaldi-lines.com

DALCUORE

napoli





Paolo Tortora

PAOLO TORTORA L'ECCELLENZA DELLA RISTORAZIONE CAMPANA

"Mi definisco un sarto della ristorazione, ogni banchetto è esclusivo, fatto su misura, mai uguale ad un altro. Determinante è la qualità delle materie prime. Galà Eventi predilige prodotti tipici del territorio campano, "a chilometro 0". Infine lo staff sia di cucina che di sala deve essere di un certo livello. Con questi ingredienti, non ci vuole un mago per far riuscire un banchetto".

DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI MARCO ROSSI

PROFESSIONISTI AL TOP

Galà Eventi significa catering, banqueting, dimore storiche, chiostri settecenteschi, palazzi e ville d'epoca immerse nelle suggestioni di spazi che guardano il mare e le vedute più belle del territorio campano. Paolo Tortora, classe 1960, è il direttore creativo dell'azienda napoletana leader nel suo settore, prescelta da Dolce&Gabbana in occasione dei festeggiamenti per i trent'anni della maison. Tortora in quella occasione si è distinto ancora una volta per l'eccellenza del servizio, ricevendo lettere di encomio da parte degli organizzatori e degli stessi stilisti. Con 80 camerieri e 10 cuochi, sono stati egregiamente serviti 400 ospiti, quasi tutti stranieri, motivo per il quale lo staff di sala era stato rigorosamente selezionato anche in base alla conoscenza della lingua inglese. Abbiamo chiesto a Paolo Tortora quali siano le sue regole d'oro per garantire un servizio di alta qualità: "Mi definisco un sarto della ristorazione, ogni banchetto è esclusivo, fatto su misura, mai uguale ad un altro. Determinante è la qualità delle materie prime. Galà Eventi predilige prodotti tipici del territorio campano, "a chilometro 0". Infine lo staff sia di cucina che di sala deve essere di un certo livello. Con questi ingredienti, non ci vuole un mago per far riuscire un banchetto". Nei suoi trent'anni di carriera tra wedding, ricevimenti privati e soprattutto congressi, il re del catering campano non poteva non essere il prescelto per deliziare i 400 invitati al primo matrimonio gay che si è celebrato a Napoli, quello del sindaco di San Giorgio a Cremano Giorgio Zinno. La cerimonia si è svolta nel Museo di Pietrarsa con un menù all'insegna della semplicità e della tradizione mediterranea a cura degli Chef della Galà Eventi, con dolci multicolori a ricordare l'arcobaleno tanto caro al mondo gay. Galà Eventi con la preziosa direzione di Paolo Tortora si distingue oltre che per la sobrietà e la



Paolo Tortora

qualità dei banchetti, anche per la scelta di location esclusive come le ville settecentesche Villa Campolieto e Villa Favorita, il meraviglioso Palazzo San Teodoro, senza dimenticare le location storiche e istituzionali come il complesso monumentale San Lorenzo Maggiore o il Castello Medioevale di Castellammare di Stabia, il museo ferroviario di Pietrarsa e il Palazzo Reale di Capodimonte, solo per citare alcuni degli scenari che incorniciano spesso i ricevimenti curati da Galà Eventi. Alma Flegrea è l'ultima creatura nata in casa Galà Eventi ed è lo stesso Tortora a spiegarci di cosa si tratta: "Alma Flegrea è la nostra Brasserie presso il polo museale dalla Città della Scienza. Si tratta di un ampio punto ristoro che offre una vasta gamma di servizi: bar, trattoria, pizzeria". La Brasserie, prescelta da I'M Magazine per il suo primo Christmas party, si trova a metà strada tra la città di Napoli e la zona dei Campi Flegrei, ha un ampio parcheggio e può ospitare fino a 300 persone tra musica dal vivo, vini di prima scelta e menù che possono anche essere differenziati in base alle specifiche richieste. Sì, perché loro, le "specifiche richieste", non trovano mai impreparato lo staff di Tortora, il quale è addestrato a servire anche 1500 persone in contemporanea, come avviene ad esempio in ambito

"Alma Flegrea è la nostra Brasserie presso il polo museale dalla Città della Scienza. Si tratta di un ampio punto ristoro che offre una vasta gamma di servizi: bar, trattoria, pizzeria". Si trova a metà strada tra la città di Napoli e la zona dei Campi Flegrei, ha un ampio parcheggio e può ospitare fino a 300 persone tra musica dal vivo, vini di prima scelta e menù che possono anche essere differenziati in base alle specifiche richieste.

congressuale. Per completarne il ventaglio dell'offerta, Galà Eventi mette a disposizione il servizio "Chez Vous", il servizio di ristorazione a domicilio che propone menù personalizzabili, mise en place, abbinamento vini, secondo le richieste della clientela, con la possibilità di ordinare una cena completa, una sola pietanza, con o senza personale di servizio. ■



BCO OUTLET

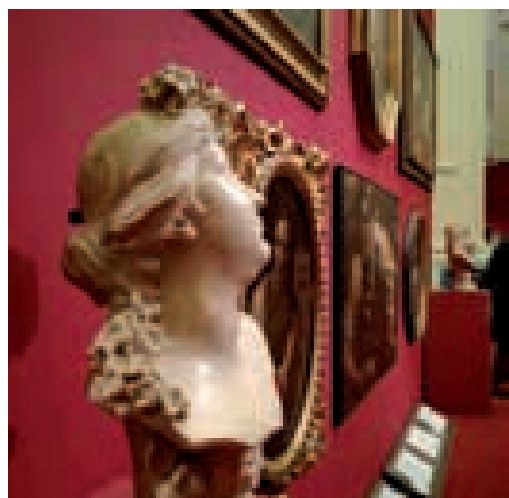
- FASHION - FOOD - FUN -

Presso PARCO COMMERCIALE CAMPANIA
Autostrada A1 - Uscita Caserta Sud - S.S. 87 Località Agnone - 81025 Mariglianese CE

I Tesori Nascosti: 150 capolavori in mostra



La caccia ai quadri non ha regole. Non ha obiettivi, è imprevedibile". Così Vittorio Sgarbi focalizza l'essenza della mostra "I Tesori nascosti". Tino di Camaino, Caravaggio, Gemito: è finalmente possibile ammirare ben 150 capolavori dei più grandi maestri della pittura, dal duecento fino ai nostri giorni. Veri e propri tesori scovati in scrigni inconsueti come una stanza lussuosa di una banca o una parete di un grande ufficio direzionale. Tesori mai esposti al pubblico, rintracciati, svelati e collocati a Napoli, nella prestigiosa Basilica di Santa Maria Maggiore alla Pietrasanta. Un viaggio tra le tinte dei secoli, avviato lo scorso dicembre ed in corso fino al 28 maggio.



Il gioiello di Sara Lubrano nel Tesoro di San Gennaro



L'Associazione Enterprisins-Girls ha presentato la prima artista donna vivente la cui opera gioiello è stata ritenuta degna di entrare a far parte del tesoro di San Gennaro ed essere esposta nel Museo che lo contiene tra 21.610 opere. Si tratta di una preziosa mitra che riprende elementi dell'iconografia classica: le ampole che contengono il sangue del santo, tralci d'uva, rose, la chiave del tesoro e lo stemma della città di Napoli. Coralli, smeraldi e rubini incorniciano la scritta "jesce e facci grazia" in un gioiello che celebra l'affetto e il legame dell'artista per la sua città.

Claudia Letizia su Kiss Kiss Network



Sensualissima e ironica, Claudia Letizia, regina indiscussa del burlesque è protagonista su Kiss Kiss Network, nel programma "Facciamolo Adesso". Ogni sera, dalle 22 alle 23, in diretta, dal lunedì al venerdì, parlano di sesso in maniera ironica ed elegante e commentano le esperienze dei radioascoltatori che interagiscono telefonando o mandando messaggi in diretta, in base all'argomento proposto di sera in sera.

La nuova Msc Seaview

MSC Crociere ha segnato una tappa fondamentale nella costruzione di MSC Seaview. Si tratta della terza nave di nuova generazione che entrerà in servizio nell'ambito del decennale piano di investimenti di MSC Crociere con orizzonte temporale al 2026. L'arrivo sul mercato di MSC Seaview sarà un momento clou della stagione di MSC Crociere, la nave entrerà infatti in servizio a giugno 2018, facendo rotta nel Mediterraneo occidentale per la sua stagione inaugurale, per poi raggiungere il Brasile a partire da novembre 2018.



ECCO **KIMBO**
ESPRESSO

TUTTO IL TALENTO DI KIMBO
FINALMENTE IN CAPSULE COMPATIBILI.



INTENSO

Un caffè forte e deciso,
come nella migliore
tradizione napoletana.

NAPOLI

Un caffè dolce e corposo
dall'intensità media.

ARMONIA

Eccellente miscela di caffè
100% Arabica sudamericani
e sudafricani.

NASCE LA GAMMA DI CAPSULE KIMBO COMPATIBILI
CON MACCHINE AD USO DOMESTICO NESPRESSO®*

*Questo marchio non è di proprietà di Kimbo.

KIMBO

WWW.KIMBO.IT/SHOP

Una napoletana a “Miss Universo”

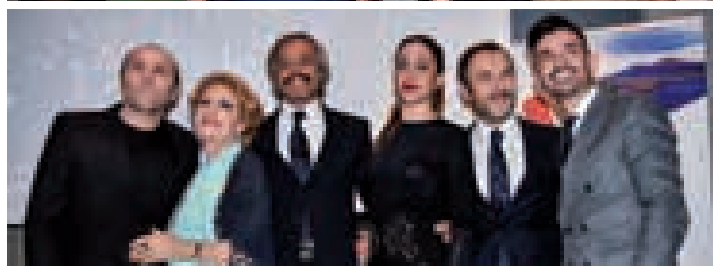
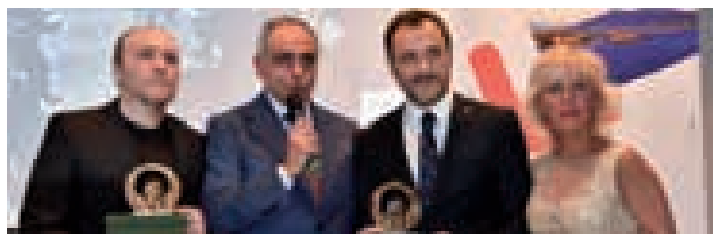


Sophia Sergio è la bellissima napoletana che ha rappresentato l'Italia a Miss Universo 2017, svoltosi a Manila nelle Filippine. 24 anni, studentessa universitaria di San Sebastiano al Vesuvio, in provincia di Napoli, stava per aggiudicarsi lo scettro andato, poi, alla francese Iris Mittenaere. Sophia, che porta degnamente il nome della Loren, oltre che bella è anche determinata e studiosa, come si richiede per una Miss Universo. Il concorso, infatti, prevede per le partecipanti doti che vadano al di là della bellezza estetica, puntando sulla "powerwoman multitasking".

“L'amore è...”



Grande successo per la VI Edizione de “L'Amore è”, il Charity Gala ideato e promosso da Maridì Communication in occasione di San Valentino per sostenere il progetto “Ludoteca” della Lilt Napoli, all'interno dell'Istituto Oncologico di Napoli “Pascale”. L'evento che si è svolto nella splendida cornice di Villa Diamante, ha visto la partecipazione di oltre settecento invitati. Special guest Fiorretta Mari, Gianfranco e Massimiliano Gallo.



A giugno ritorna “Napoli Pizza Village”

Da settembre si sposta a giugno, inaugurando l'estate partenopea. La pizzeria più grande del mondo sarà aperta sul Lungomare napoletano per nove giorni, a differenza dei sei previsti nelle precedenti edizioni. La kermesse, giunta alla settima edizione, riconferma così la sua vocazione di promozione turistica del territorio grazie alla partecipazione di pubblico che è cresciuta di anno in anno. Nel 2016 sono stati ben 600.000 i visitatori registrati dall'evento. Si anticipa a giugno anche il XVI Campionato Mondiale del Pizzaiolo – Trofeo Caputo, l'evento, che porta a Napoli oltre 650 pizzaioli di tutto il pianeta, con la competizione che prenderà il via lunedì 19 giugno.



PER LA TUA CONFETTATA

Confetti
maxtris®

IL VERO
CIOCOMANDORLA

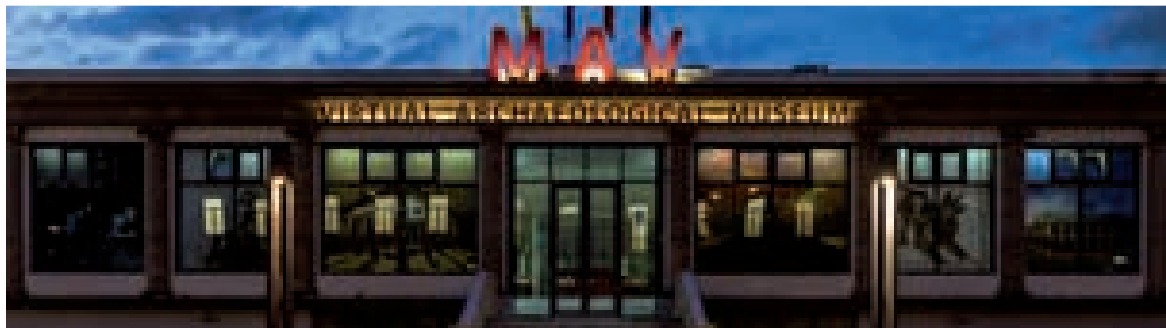


seguidi su 

www.confettimaxtris.it

Mav, il museo che fa ri-vivere l'eruzione

DI FILOMENA DIANA



Oltre il fascino delle rovine di Ercolano e a pochi passi dai famosi scavi, è possibile seguire il flusso dei turisti verso una realtà innovativa che, col supporto di tecnologie e archeologia, permette una rivisitazione in chiave virtuale della terribile catastrofe che colpì le città di Ercolano, Pompei e Stabia. L'eruzione dell'amato e venerato monte Vesuvio può, così, rivivere davanti ai nostri occhi in tutta la sua scenica drammaticità. A permettere questa straordinaria novità è il Museo Archeologico Virtuale, meglio conosciuto con l'acronimo MAV.

Tutto comincia dieci anni fa quando la provincia di Napoli, insieme con il comune di Ercolano, stipula un accordo per trasformare un vecchio edificio fastidioso in un luminoso fiore all'occhiello tra le realtà museali partenopee, italiane ed europee. Una manciata di mesi per i lavori di ristrutturazione, nuove collaborazioni e partnership tra cui la Regione Campania e, finalmente, nel 2008, l'inaugurazione!

L'utilizzo combinato e responsabile della tecnologia e dell'archeologia non è più una novità, ma lo era decisamente all'epoca della nascita del MAV. Oggi che la tecnologia e l'informatica fanno parte della quotidianità, anche lo sconfinato mondo dell'arte non ha potuto rimanere indifferente e sempre più frequenti sono le installazioni artistico – virtuali che accompagnano i visitatori in affascinanti percorsi attraverso la storia.

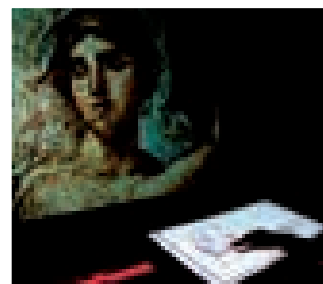
L'archeologia è una delle discipline a cui si applica meglio il sistema tecnologico di ricostruzione virtuale perché molto spesso siamo in presenza di siti con grandi problemi di ricostruzione, con parti mancanti o addirittura ancora sepolte. In alcuni casi non sono aperti al pubblico, quindi le ricostruzioni virtuali rendono possibile un'accessibilità a dei beni altrimenti non visitabili. Come, ad Ercolano, la Villa dei Papiri,

costruzione di grande importanza di cui purtroppo si sa ben poco; e parte dell'Antico Teatro.

“Un altro compito che svolge la tecnologia nei riguardi dell'archeologia è il rendere maggiormente comprensibile e leggibile un segno archeologico, soprattutto per le giovani generazioni che non hanno le competenze necessarie per decodificare un reperto o un frammento”, ha affermato il direttore del MAV **Ciro Cacciola** non dimenticando di ricordare come l'intervento della tecnologia sia notevolmente utile allo studio dei reperti per quanto concerne la diagnostica, la conservazione e il restauro.

Il costante aggiornamento a cui il MAV sottopone i suoi esperti e studiosi garantisce il meglio dell'innovazione tecnologica: oculus, proiezioni in 4k che aumentano la definizione delle immagini e una sala dotata di una visualizzazione circolare a 360 gradi. In questo modo il visitatore è al centro dell'avventura e tutto intorno vengono proiettate le immagini con un sistema particolare di software all'avanguardia che consente di trasmettere più proiezioni contemporaneamente. Numerosissime, infine, sono le iniziative didattiche rivolte alle scolaresche in visita. Tra i laboratori più gettonati c'è sicuramente quello della simulazione di un vero e proprio scavo fatto su misura dei più piccoli.

Calendari ricchi di eventi, tra cui notti bianche all'insegna della promozione dei beni culturali, riempiono gli uffici direzionali del MAV e fanno sì che si possa finalmente dare “pane per i denti” alle nuove generazioni di nativi digitali attraverso un dialogo interattivo e dinamico, senza rinunciare al valore artistico dell'opera originale. ■



Agenzia Allianz Laudiero Napoli - Laudiero Assicuratori dal 1969

Via Soglio Del Popolo 22 - Napoli (NA)

Tel. 081203261 Fax 081203285

napoli1969@allianz.it www.agualaudiero.it

Allianz Business

L'abbonamento
alla serenità
per la tua impresa

Luca, per il suo negozio di
parrucchiere a Napoli
ha scelto la protezione
Allianz1 Business a:

DANNO FUOCO

9€ / mese

DANNO AL
CONCRETO

2€ / mese

DANNO INQUADRO

3€ / mese

20€ /mese

INQUADRO
ACCIDENTALE

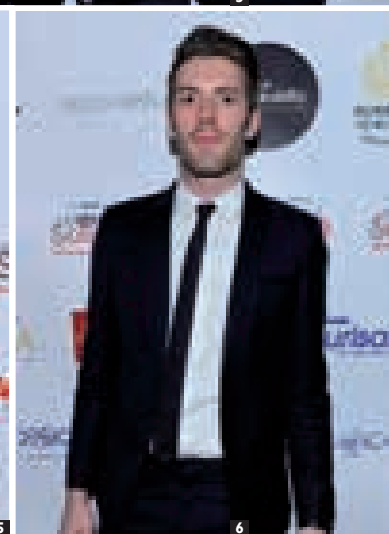
6€ / mese

Proteggi la tua attività con una piccola spesa mensile

Allianz

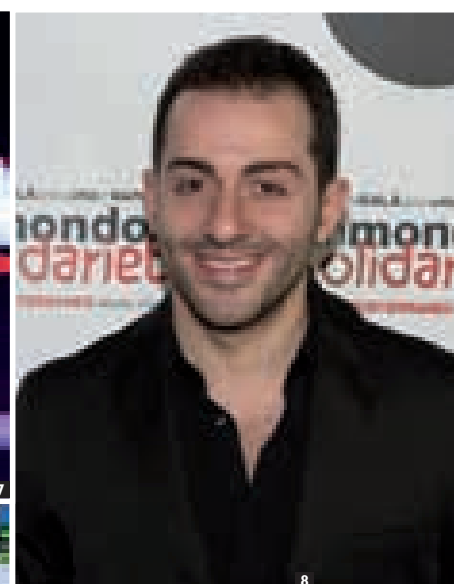
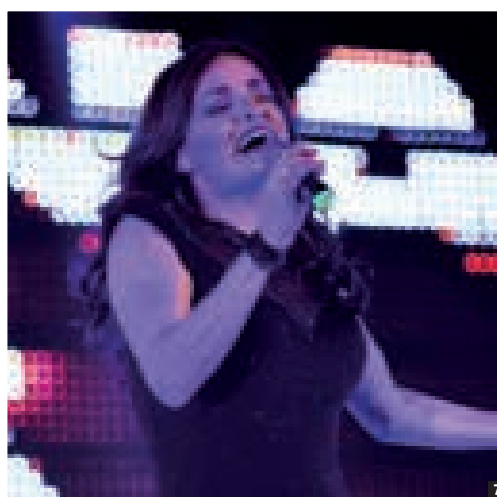


Allianz1 Business è un prodotto assicurativo proposto e gestito da Allianz Assicurazioni, una delle più grandi compagnie assicurative al mondo. Per saperne di più sulla copertura assicurativa Allianz1 Business, visitate il sito www.allianz.it o chiamate il numero verde 800 20 20 20. La copertura assicurativa Allianz1 Business è soggetta a condizioni contrattuali e a limitazioni di copertura. Per saperne di più sulla copertura assicurativa Allianz1 Business, visitate il sito www.allianz.it o chiamate il numero verde 800 20 20 20.



Un Mondo di *Solidarietà*

Maria Grazia Cucinotta, madrina d'eccezione di "Un Mondo di Solidarietà", curato nella direzione artistica da Diego Di Flora, è venuta a Napoli per la IX edizione, dedicata all'associazione A Ruota Libera Onlus e alla realizzazione della "Casa di Matteo", un progetto speciale che prevede la realizzazione di una casa di accoglienza per bambini orfani con gravi malformazioni, tumori e patologie che necessitano non solo di cure particolari, ma soprattutto di amore. La "casa" di circa 200 mq in un normalissimo condominio sarà dotata di camere da letto singole o doppie, di un salone, di una cucina, di almeno due servizi e di uno spazio dedicato alle attività ludiche e ricreative. Patrocinata dal Comune di Napoli, la serata si è svolta al teatro Mediterraneo tra musica, danza e cabaret. ■



1. Gabriella Germani; 2. Enzo e Sal; 3. I Sud 58; 4. Maria Mazza; 5. Maria Grazia Cucinotta e Diego Di Flora; 6. Giovanni Caccamo; 7. Valentina Stella; 8. Francesco Cicchella; 9. Urban Strangers.

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

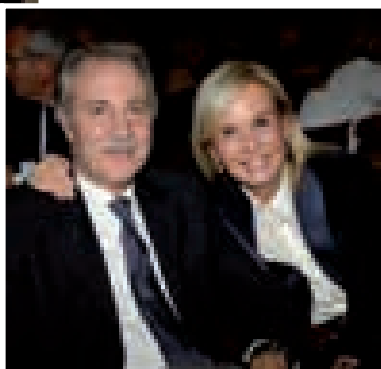
Orari: Lunedì - Venerdì 8:30 - 19:00 - Sabato 9:00 - 12:30

Lilt, straordinario concerto a Palazzo Reale

DI LAURA CAIGO



Un appuntamento con il fascino della Napoli più viscerale, quella che produce musica densa di emozioni e che sa aprire il cuore a chi soffre. La Lilt Napoli, guidata dal professore Adolfo Gallipoli D'Er-rico, ha organizzato, in tandem con l'Orchestra Sinfonica dei Quartieri Spagnoli, presieduta da Enzo De Paola e con il prezioso contributo della titolare Adp Eventi Annalisa Fiore De Paola, un grande concerto: ad esibirsi sul palco dell'elegante Teatrino di Corte del Palazzo Reale di Napoli generosamente messo a disposizione per l'evento dal Polo Museale della Campania, un grande protagonista del mondo artistico partenopeo Enzo Gragnaniello, con la partecipazione straordinaria della signora della canzone italiana Ornella Vanoni. Applausi a ripetizione per la formidabile coppia di big che ha dato vita a uno strepitoso medley di sonorità mediterranee, andamenti ritmici, echi arabi e africani, contaminati da sfumature blues e prodigiose incursioni jazz: voci e accordi accesi e amplificati da tanti strumenti della tradizione popolare suonati con maestria da entusiasmanti musicisti per accompagnare la voce graffiante e spigolosa di Enzo e la musicalità di Ornella in un esplosivo cocktail melodico che ha reso magica e unica quest'indimenticabile serata. ■



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 198 miliardi di Euro di masse amministrate di cui 136 miliardi di risparmio in gestione⁽²⁾. Fideuram tramite i suoi Private Banker offre consulenza finanziaria sul patrimonio del cliente.

Per i nostri migliori clienti

Il Private Wealth Management di Fideuram è il modello di Consulenza Globale riservato ai clienti High Net Worth. Approccia in maniera sinergica e olistica tutte le sfere patrimoniali. Consente di soddisfare le esigenze dei clienti con un approccio multidisciplinare, con l'eventuale supporto sia di competenze interne del gruppo Fideuram sia di professionisti esterni di alto profilo.

Offre, inoltre, l'accesso a condizioni e servizi bancari dedicati.

(1) Fonte: Magnet, Indagine 2013. Ranking realizzato sui dati di clienti.

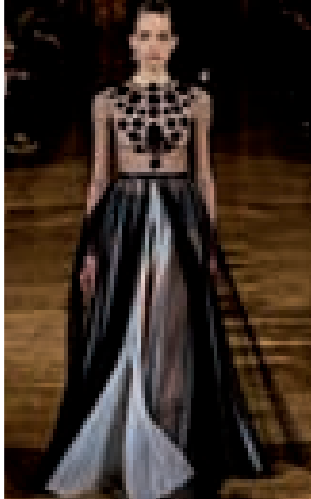
(2) Fonte Fideuram: dati relativi a Fideuram, Sarpuccio Invest e Intesa Sarpuccio Private Banking al 31/12/2016.

 **FIDEURAM** | Private Banker

Uffici di Napoli

- Via G. Porzio, 4 - Centro Direzionale Is. F1 / Tel. 081 9711311
- Via Enrico Alvino, 53-55-57 / Tel. 081 2297111
- Piazza del Martiri, 58 / Tel. 081 4297611
- Via Domenico Morelli, 7 / Tel. 081 2976311

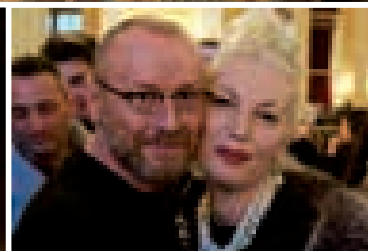
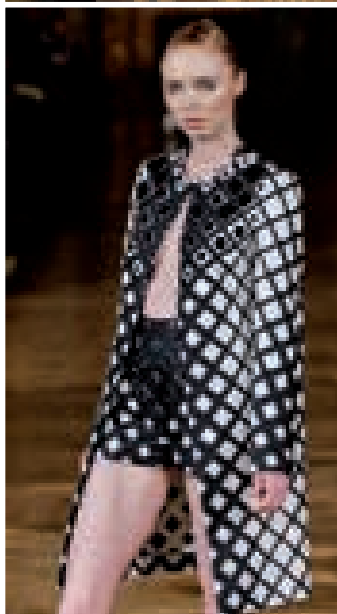
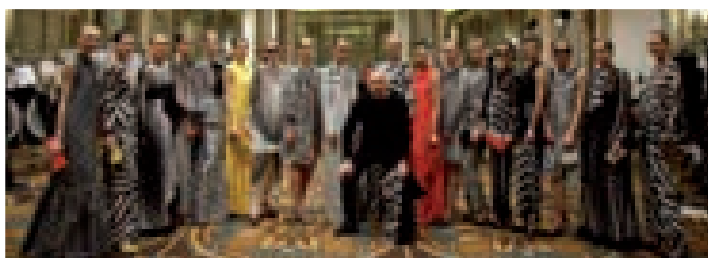




*La donna **Lettieri** presentata a Via Veneto*

Nino Lettieri per la primavera estate 2017 ha realizzato una collezione all'insegna delle geometrie giocando con tessuti trasparenti impalpabili a volte broccati, ed altri stampati con gioco di sovrapposizioni di tulle, organza, macramé e tulle plissé. Per presentarla, ha portato in passerella al Grand Hotel Excelsior di via Veneto, circa 40 outfits: pantaloni, tute stampate con geometrie bianche e nere su tessuti come lo chiffon, l'organza e il satin; abiti lunghi, giubbotti e soprabiti con ricami di paillettes dalle linee essenziali realizzati in broccato di seta e cotone con pantaloni lunghi e shorts di tessuto prodotto per la maison Lettieri su antichi telai del '700 dalla storica azienda di Gustavo De Negri. Le splendide modelle sono state valorizzate dalle acconciature di Francesco Beneduce, dal trucco di raffaele Squillace e dalle scarpe Albano.

A chiudere il defilé, tra gli applausi del parterre, il gran finale con una sposa moderna, contemporanea ed unica nel suo genere, rappresentata da un candido Kaf-tano bianco in organza a righe sovrapposta ad un leggero chiffon di piccoli pois con ricami geometrici di delicatissime paillettes bianche.



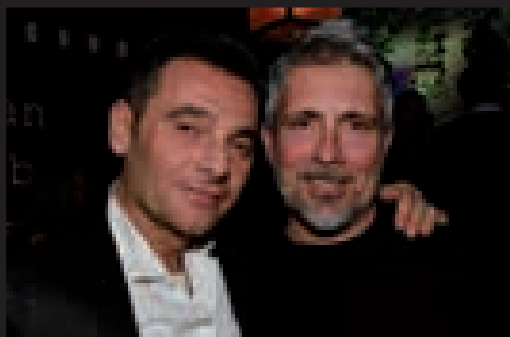
Presenze Preziose.

WSTAFF.IT



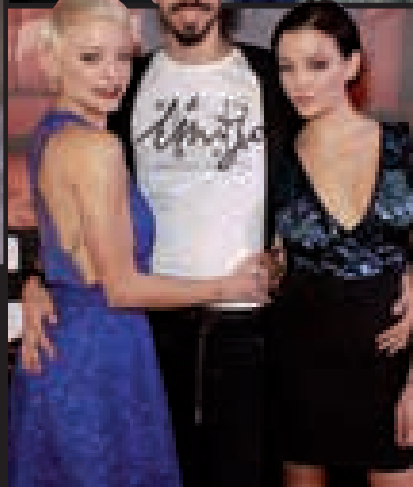
Via Domenico Morelli, 7 - 80121 NAPOLI
081.7644883 / www.gioiellimorelli.it

studio  morelli
gioielli



#anUrbanTale in Florence

Il Party Liu Jo Uomo a Pitti Immagine

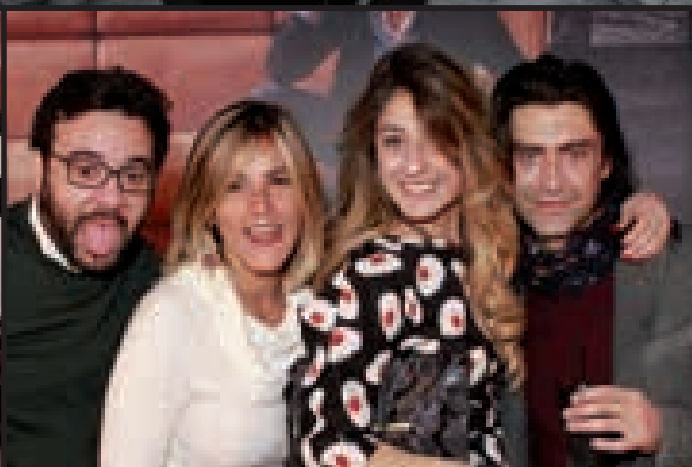
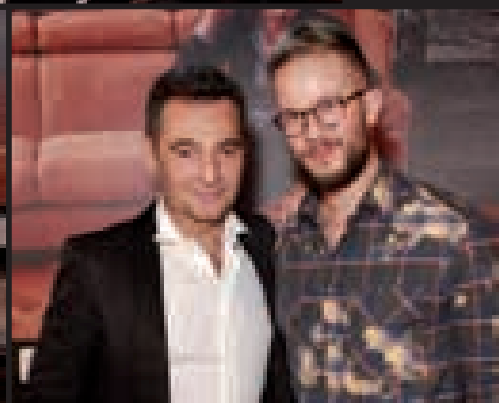




Lo scorso 10 gennaio 2017, in occasione di Pitti Uomo 91, si è svolto presso il Dome di Firenze il Party esclusivo Lio Jo Uomo #anUrbanTale in Florence – evento dedicato alla presentazione della nuova Campagna SS17 col nuovo testimonial Francisco Lachowski e all'inaugurazione del nuovo punto vendita Lio Jo Uomo in Via Calimala 14.

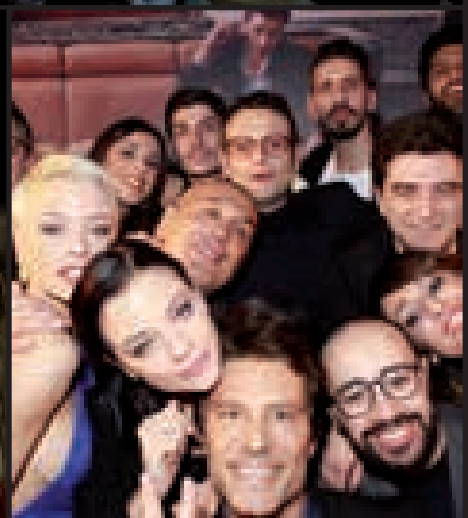
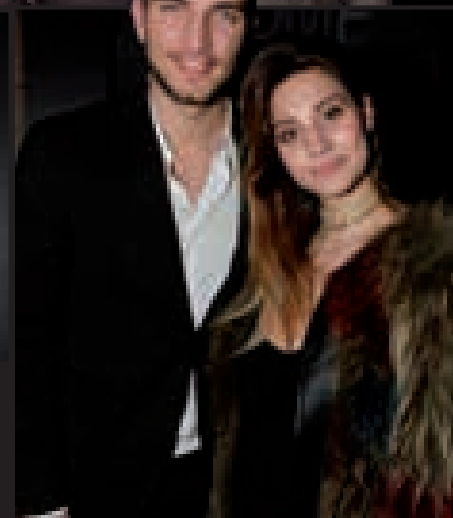
Per l'occasione, il Dome si è letteralmente vestito della Primavera Estate Lio Jo Uomo. Le immagini della nuova campagna – scattata dal fotografo Byron Mollinedo – hanno infatti allestito le mura dell'intero locale, proiettando tutti gli ospiti nella favola urbana che il marchio d'abbigliamento maschile ha voluto raccontare; elemento per altro enfatizzato dai coinvolgenti giochi di proiezione sulla cupola del lounge club.

Addetti al settore, blogger e personaggi della carta stampata hanno partecipato – insieme ad un selezionato pubblico fiorentino – alla festa organizzata da Giuseppe Nardelli, proprietario

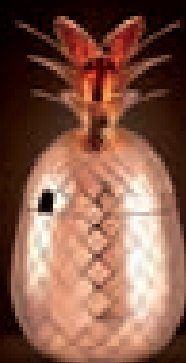




della Co.Ca.Ma Srl, azienda licenziataria del marchio Liu Jo Uomo. Accanto a Giuseppe Nardelli anche Marco Marchi - Vice Presidente e Head of Style di Liu Jo - e altri amici del brand, tra i quali: Daniele Liotti e Maurizio Aiello, Paolo Stella, gli Antipodi Roberto Bertolini e Andrea Pinna - vincitori del reality Pechino Express - e le Donatella in consolle. ■



Che sapore ha l'ospitalità?



Il Punch dell'Antiquario

L'Antiquario vi propone il suo drink più conviviale,
icona di benvenuto e condivisione.
Un Punch da bere in coppia, in un vessillo simbolo
da sempre di ospitalità, l'ananas.

Nel Punch dell'Antiquario una forte base di vodka
si combina all'equilibrio degli oli essenziali di agrumi,
zucchero di canna, tè tropicali, liquore all'arancia
e spezie di terre lontane.

Venite a scoprire il gusto dell'ospitalità.



Via Vannella Gaetani n°2, Napoli tel. 081 764 5390



l'antiquario_napoli



L'Antiquario Napoli

***Mam** Moda, Arte e Motori al Motor Village Napoli*





Il mondo dell'auto abbraccia quello dell'arte e della moda con il party futurista "MAM" che si è animato al Motor Village di Napoli: moda, arte, motori, dedicato ai brand Alfa Romeo & Jeep, organizzato da Visivo Comunicazione. Dinamicità, originalità ed eleganza gli elementi dell'happening, connubio perfetto tra il mondo dell'arte e quello dei motori. A fare gli onori di casa il direttore del Motor Village Massimiliano Campogiani, il marketing manager Vincenzo Pennacchio e il direttore commerciale Tiziana Liguori. Un evento esclusivo e non convenzionale, con i tableaux vivants di modelle che hanno indossato gli abiti dello Studio Mangini e il live painting degli artisti Pietro Mingione e Luca Arcamone. Spazio anche

alla danza contemporanea, con i ballerini della Mart Company diretta Marco Auggiero. Dj selection con Frank Carpentieri, autore e compositore di musiche per tv e teatro. Ospiti del party futurista: l'assessore Alessandra Clemente, Sebastiano Lanzara, Davide Montella, Diana Nasti, Paola Astuto e Giulio Vettosi, Ilaria Barone e Alessandro Gioia, Rosy Bonifacio, Ilva Primavera, Lello Pagnotta e Paola Califano, Valeria Grasso, Caterina Iaria, Lorenza Lukacs e Marco Benevento, Monica e Angelo Vita, Italo Malfitano, Federica Riccio, Francesco Scardaccione, Maria Rosaria Marchi, Valentina Nasso, Barbara Riccio, Antonio Pone, Vivian Di Domenico e Guido Coraggio, Valentina Iannitti, Valerio Ciaccia. ■





Butterfly party

Una festa sul tema delle farfalle, quella dedicata alla biologa Virginia Basile, che ha festeggiato i suoi 50 anni a Palazzo Caracciolo tra gli amici più cari. Lo splendido abito in organza che valorizzava la sua classe, è stato realizzato per lei in esclusiva dalla stilista Roberta Bacarelli, che ha applicato a mano duecento farfalle sullo strascico. Sulle esibizioni di live music hanno ballato fino a notte fonda Lucia e Nicola Mosanghini, Giancarlo ed emilia Graziani, Olimpia e Cristiano Giardiello, Marzia ed Ennio Giardino, Annalisa e Riccardo Ciuti, Lilli e Filippo Fenelli, Fabaiana e Giovanni Fiore. ■





Il Protagonista dei Vostri Eventi



Babà Vesuvio®

Sede Storica
Piazza S. Domenico Maggiore, 19

Scaturchio Opera Café
Teatro San Carlo
Piazza Trieste e Trento

Via Orario, 143/c
Via Luca Giordano, 79

Certosa Café
Largo San Martino, 5

info: 081 4202655 | info@scaturchio.it | www.scaturchio.it

**i'm
party**



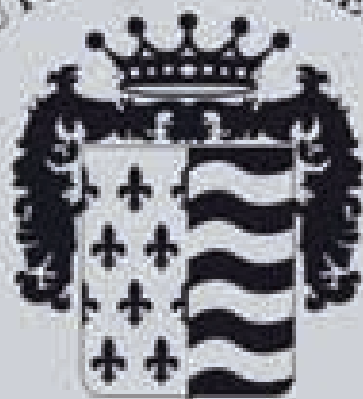
Un compleanno sfavillante

FOTO DI FRANCESCO BEGONJA



A Mergellina, in occasione dell'inaugurazione del nuovo locale "Galleria Sette", è stato festeggiato il compleanno della giornalista Cristina Cennamo, tra amici e colleghi tra i quali Diego Paura, Ottavio Lucarelli, Lorenzo Crea, Lula Carra-
telli, Anna Capaso, Roberto Fico, Gino Serrai, Alfredo Barone. A fare da sottofondo, la musica live Afro Blue con Helen Tesfazghi, Roberto d'Aquino, Giorgio Savarese, Paolo Forlini e Maurizio Fiordiliso. Cristina, avvolta in un mini abito argentato, ha spento 42 candeline su una divertente megatorta caratterizzata con taccuini e penne, strumenti imprescindibili per la sua professione. Sulle note del dj Luigi D'Esposito, e sul classico Happy Days, hanno brindato a Cristina, Emiliana Di Domenico, Monica Albergo, Fernanda Speranza, Diego De Fusco, Rita Aversano, Marco Zazzera, Valeria Lancellotti e tanti altri. ■

TENUTA SAN DOMENICO



ANTICA DIMORA
CAPUA RELAIS



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

www.tenutasandomenico.it



Liù·Jo Luxury is Love

FOTO DI MARCO ROSSI



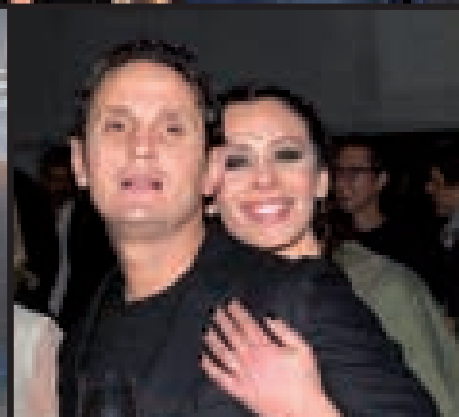
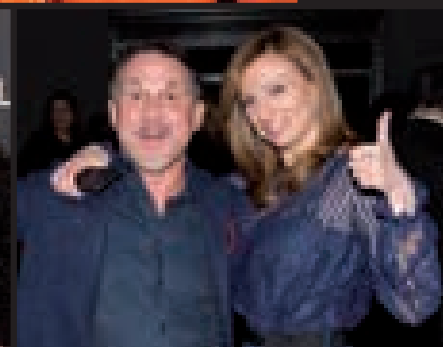
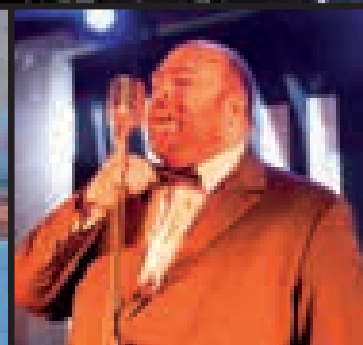


Liu Jo Luxury is Love: questo il format della festa che il brand ha lanciato da Napoli per San Valentino e che sarà riproposto durante l'anno in giro per l'Italia da Liu Jo Luxury, la licenza di orologi e gioielli nata nel 2006 dalla partnership tra la Nardelli Luxury e l'azienda di abbigliamento Liu Jo. Cornice d'eccezione della festa l'Hbe-
too a Coroglio, dove hanno fatto gli onori di casa il fondatore di Liu Jo Marco Marchi, il direttore delle licenze Filippo Laudi e il team di Liu Jo e Liu Jo Luxury. A spiccare nella serata il team di Liu Jo Luxury con Letizia Monteforte, Deborah Curiel, Anna Colapietro, Miriam Borriello, Linda Gambero, Stefania Aniello, Elena D'Urzo, Tonia Arcella, Michele Conte, Marco Schiarotti, Gennaro ➔





Nappi, Diego Pianura Giacomo Sco-
gnamiglio, Alfonso Schiavo e Mario
Trascente. Tra i presenti a fare da pro-
tagonisti gli agenti per l'Italia di Liu Jo
Luxury Francesco Bitetto, Enrico Buo-
nagiunto, Alessandro Casaroli, Fabri-
zio Contrafatto, Gianfranco Cundari,
Alessandro Bello, Dario Di Mento, Er-
nesto Galliani, Angelo Finazzi, An-
drea Galassi, Giovanni Labonia, Nicola
Mancini, Paolo Parenti, Giovanni Mar-
tino Peru, Vladimiro Ria, Fabio Serino,
Stefano Mazzanti e Massimo Zausa.
Tanti i presenti tra cui gli imprendi-
tori Tammaro Trambetta, i fratelli
Bruno, Domenico e Giuseppe Nar-
delli, Vincenzo Parziale; Paolo Settem-
bre, Ciro Notarangelo, Salvio Marfella,
Ezio Mottola, Antonio Soreca e Lucio
Galano. Mattatore della serata Raoul e
la sua Swing Orchestra che hanno
fatto ballare fino a tarda sera i pre-
senti. ■



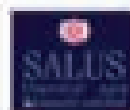
VIVI UN'ESPERIENZA A 5 STELLE

scopri le promozioni di Pasqua

dal 14 al 18 aprile 2017

Soggiorno in camera doppia a partire da € 193,00

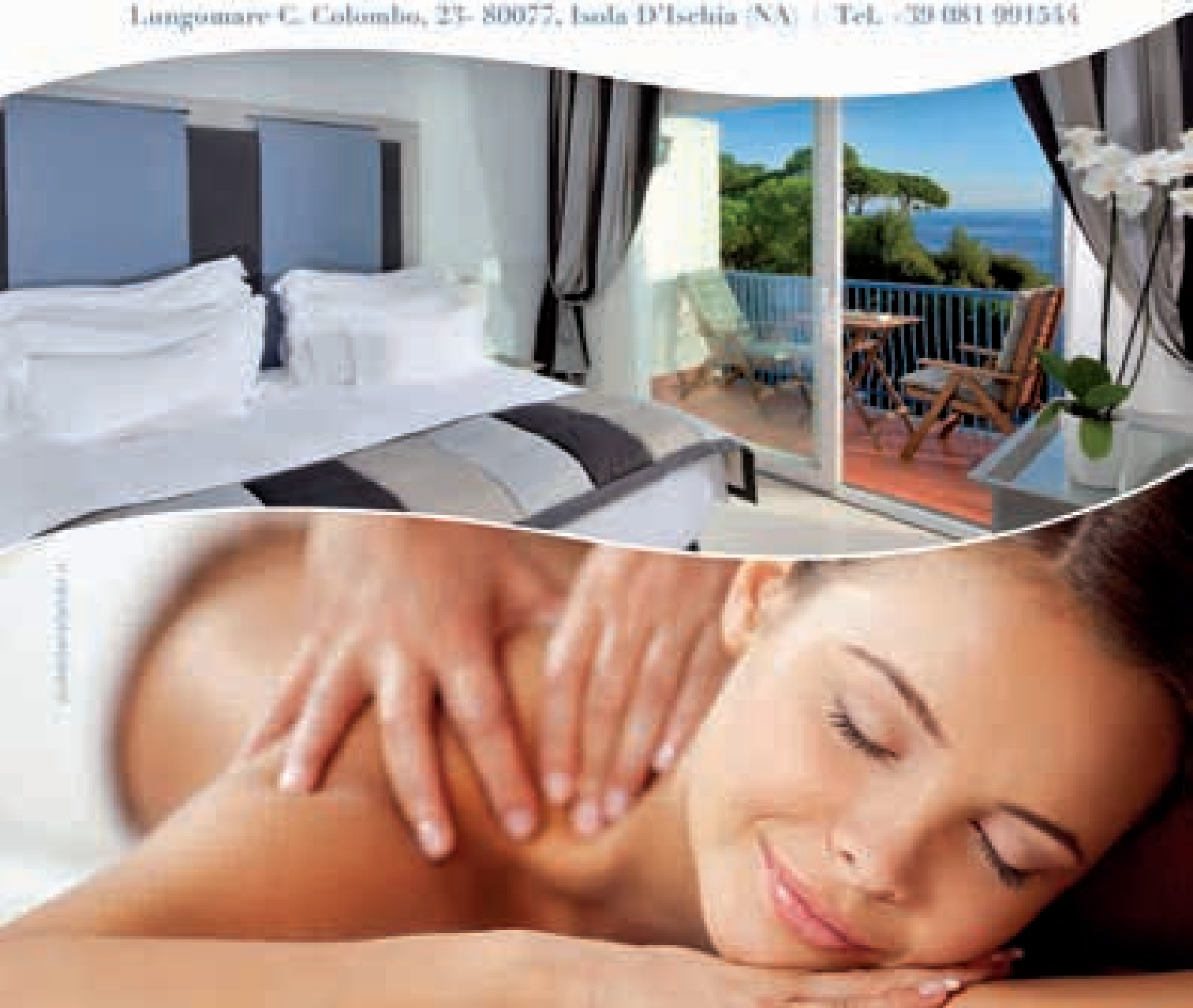
servizi gratuiti: due piscine termali di cui una al coperto, una piscina d'acqua dolce, sauna, hammam, fitness corner, spiaggia di sabbia privata, parcheggio



hotelpuntamolinoischia.com

reservations@puntamolino.it

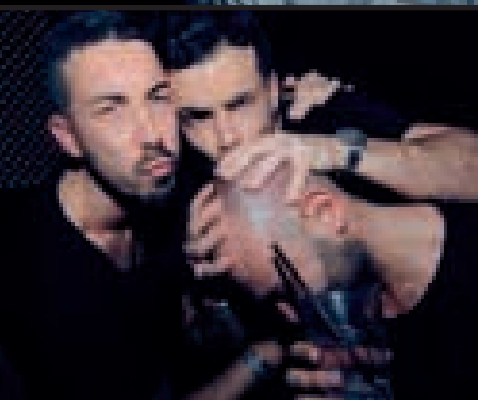
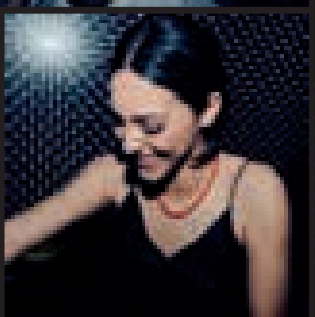
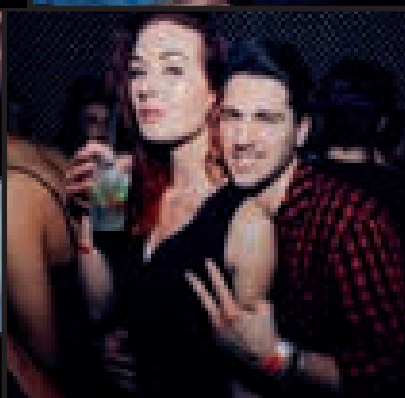
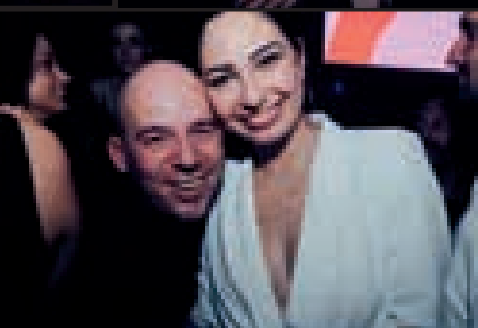
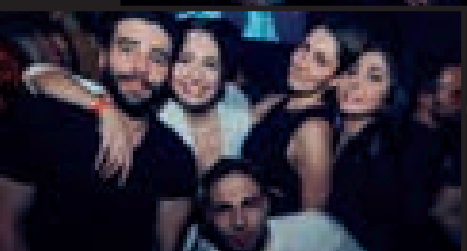
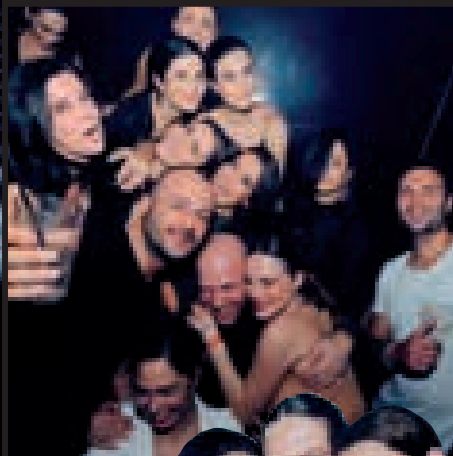
Lungomare C. Colombo, 23- 80077, Isola D'Ischia (NA) - Tel. +39 081 991544

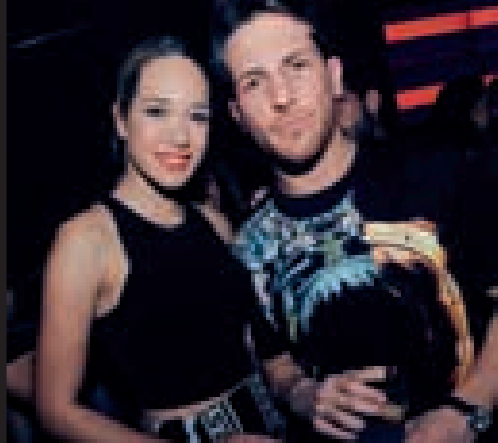




SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD

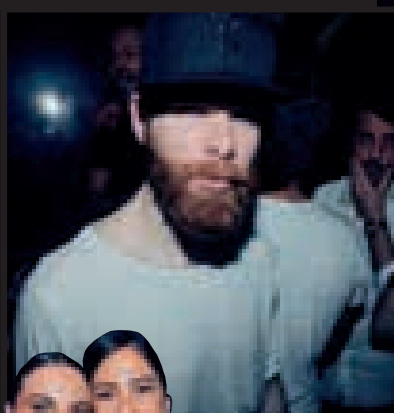
Birthday Party *tra modelle*





Il manager delle modelle, Nando Cioffo, scopritore delle new faces più belle della Campania, ha festeggiato i suoi 43 anni con tutta la Cl modelsCrew, da lui definita "Family", perché prima che un gruppo di lavoro, è innanzitutto una famiglia. AL No-Name di Frattamaggiore, il party è stato organizzato da Mario Cavallaro ed Enzo Starace con il tema "Recreacion Viva l'Italia", a cui hanno partecipato tutti i modelli della agenzia: tra loro, Raffaele Laezza, Francesca De Filippo, Miriam Polverino, Andrea Navarra, Andrea Aversano, Annalisa

Falco, Alessandra Esposito, Giusy Buonocunto, Martina Filosa, Alessia Onzaca, Alessia Onzaca, Teresanna Pugliese, Tania Fiorillo, Francesco Pellegrino, Luigi di Bona, Salvatore Affinito, Rita De Falco, Tania Kreskuc, Carmen Franzese, Nancy Gabriele, è fashion stylist Mario Cavallaro Vittorio Bracale. Maria Lezano, Lary Deering, Sophia Sergio Alessandro cavaliere, Lis Kedman Erika Navarra, Antonio Napoli. Vodka e champagne hanno contribuito a scaldare la pista, affidata ai djs sox Genny e Alessio Cristiano. ■





Scaricabile su
App Store

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

**i'm
party**

Un party “*Snob*” per la *Carcuro*

FOTO DI NICOLA RICCARDI



La più estrosa delle Dottoresse, consacrata "vip" da una delle edizioni più spumeggianti del Gf, Lina Carcuro, ha festeggiato i suoi 35 anni allo Snob, con la regia della sua migliore amica Mary De Pompeis, veterana nell'organizzazione di party soprattutto da quando è entrata nella società del locale che da un ventennio ospita le serate più glamour di Chiaia. Mary, perfetta conoscitrice della eclettica Lina, ha creato ad hoc un'atmosfera frizzante da Gran Gala in cui ha mixato il vecchio e il nuovo: menu tradizionale preparato dallo chef di Cantanapoli, sullo sfondo della musica dei des Dario Guida e Peppe Romano, alternati alla chitarra classica napoletana di Luciano Pierro. Lina Carcuro, affiancata dal fidanzato Antonio Orlando, ha accolto gli ospiti tra tamburelli, maschere di pulcinella e gadget per i più scaramantici a forma di corno. Tra i tanti, Maria Carcuro, Giuliana Gargano, Lello Carlino, Alfredo Donadio, Ele Artiglieri, Veronica Pint, Lorenza Lukacs, Marco Benevento, Gaia Orizzonte, Simona Tavo, Vincenzo De Pompeis, Amedeo Giglio, Francesco De Luca, Augusto Capolino, Luca Ferrara. ■

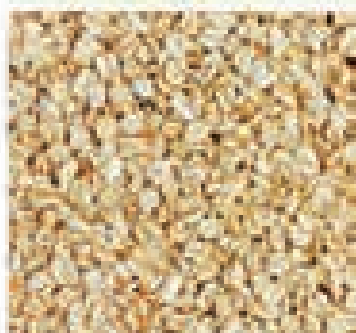
WWW.MONDOCELIACHIA.IT



**LA FARMACIA È GLUTEN FREE:
VISITA IL PORTALE PIÙ FORNITO
E SICURO, PER UNA SPESA
SEMPLICE E VELOCE**



A portata di un clic 



MONDOCELIACHIA.IT



Carnival party

Da "Rosolino Dinner & Dance"



Oltre 300 ospiti per la festa di Carnevale della Lilt organizzata per finanziare uno strumento diagnostico all'avanguardia per il Pascale.



Oltre 300 ospiti da "Rosolino Dinner & Dance" per la festa di Carnevale della Lilt organizzata per finanziare uno strumento diagnostico all'avanguardia per il Pascale. Gli invitati mascherati si sono divertiti con lo spettacolo di Pino De Maio, e poi hanno ballato





Villa Diamante

EVENTI - RISTORANTE - CATERING

"LASCIATI ISPIRARE"

LUXURY EVENTS

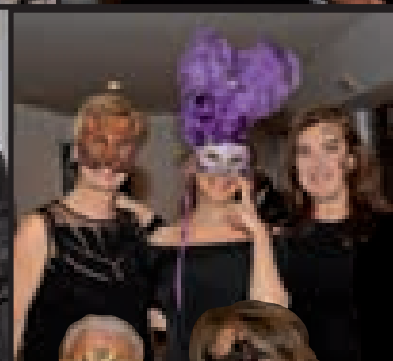
Via Manzoni, 131b - 80123 - Napoli | Info: 081 575 24 33

www.villadiamante.it





sui mix del dj Peppe Blasio. Tra questi, Vito Bardi, Maurizio e Ada Maddaloni, Anna La Rana, Giuseppe Maiello, Michele Apuzzo, Lilli e Serena Albano, Luciano Schifone. ■



Nato per correre.

Scegli, prova e acquista il modello più adatto a te dai tuoi esperti Apple.



APPLE WATCH | NIKE+
- SERIES 2 -

Chiedi di più.

Siamo a Napoli, Milano, Roma, Nola, Pompei,
Caserta, Avellino, Pontecagnano, Potenza.

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

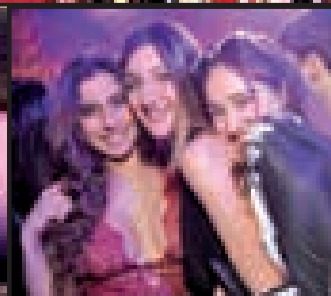
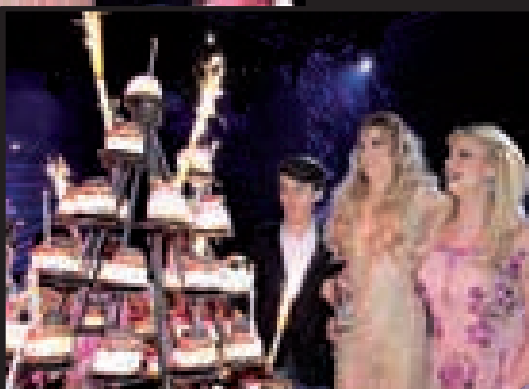
R-Store

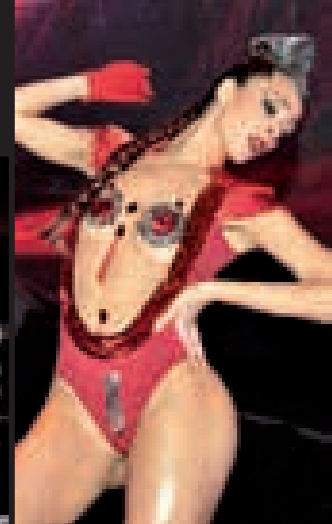




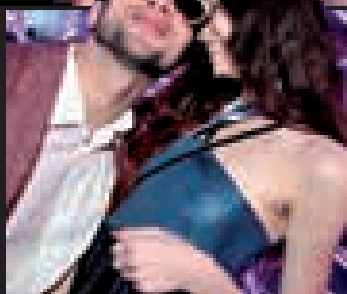
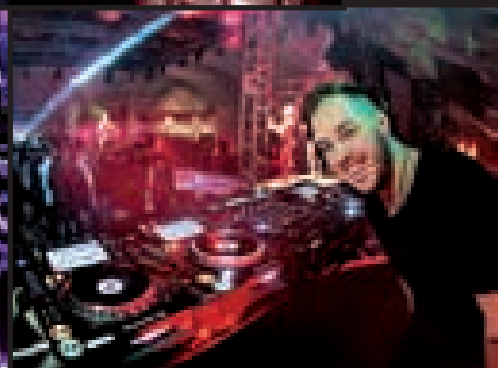
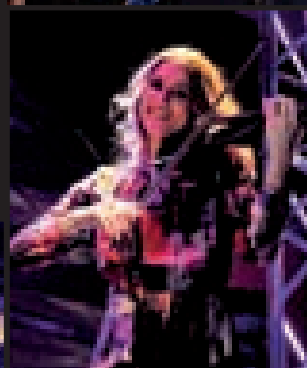
Party ibizenco a Marechiaro

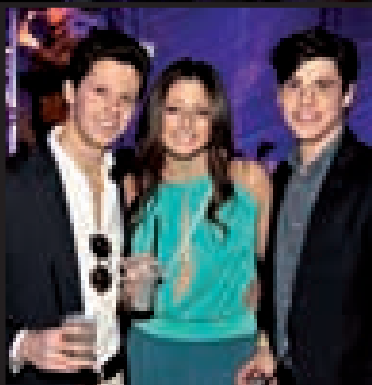
FOTO DI FRANCESCO BEGONJA





La bellissima villa di Marechiaro, di proprietà della famiglia Conte, si è trasformata in un locale ibizenco per festeggiare i 18 anni della splendida figlia Allegra. Migliaia di amici sono accorsi per il memorabile party organizzato dalla mamma Maria Carmen e dal nonno Ruggero Vitobello, che non hanno lasciato nulla al caso e si sono avvalsi di Luca Pasquarella per gli allestimenti,





e del sax di Vincent e del violino elettronico di Simona Sorentino per l'intrattenimento musicale. Il giardino è stato trasformato in un palcoscenico dove si sono esibiti ballerini ed artisti che, alternatisi al dj Christian Ciotola, hanno coinvolto tutti gli ospiti, tra i quali Ludovica Niccolini, Chiara Pisapia, Asia Abbamonte, Giorgia D'Angelo, Sveva Cuccurullo, Carlo Serra e tanti altri. ■





**IL BELLO
DI UN'AVVENTURA
È TORNARE IN CITTÀ
PER RACCONTARLA.**



Continued from page 100







DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano

CAPRI WATCH®



CAPRICAPRI.COM

CAPRI - Via Caracciolo, 21 - Tel. 081 637 7148

