

MAGAZINE

MAGGIO - GIUGNO 2017 Anno XLV°59

Moda
ROBERTA BIAGI
Sempre più
internazionale

Moda
MARINELLA
Nuovo store a Roma

Intervista
FABIO DE CARO
Lo spietato "Malammore"

Moda
DECRISTOFARO
Sneaker da sogno

Intervista
VERONICA MAYA
Prima di tutto, mamma

Arte
REGGIA DI CASERTA
Più bella di Versailles

Disponibile su
App Store

CATERINA
BALIVO



LOUIS VUITTON



MASTERS

A collaboration with Jeff Koons





Tods.com

8.30 am It's after school in Milan. Call the family



THE THINNEST
AUTOMATIC WATCH
IN THE WORLD



MASSIMO BOTTIGLIERI
GIOIELLI
ESCHIA

ESCHIA • CORSO VITTORIA COLONNA 188-0019975344
WWW.MASSIMOBOTTIGLIERI.IT



BVLGARI
ROMA

OCTO

finissimo

bvlgari.com



PATRIZIA PEPE





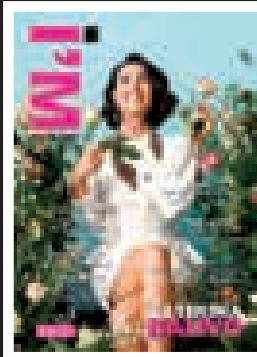


TWINSET

SIMONA BARBIERI



IN COPERTINA



Caterina Balivo
ph Cosimo Buccolieri

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

Lisa Cola

Giovanna De Micco

Filomena Diana

Sergio Governale

Alessandra Militeri

Carmela Saviano

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

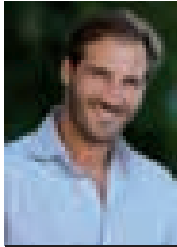
info@immagazine.it

i'M ONLINE

WWW.IMMAGAZINE.IT

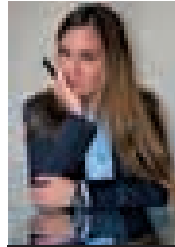


Follow us on:



L'Editore

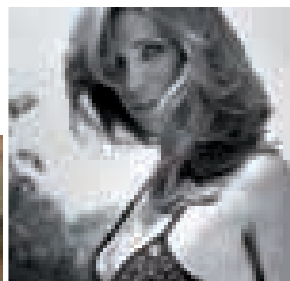
Maurizio Aiello



**Il Direttore
Responsabile**

Ilaria Carloni

30



42

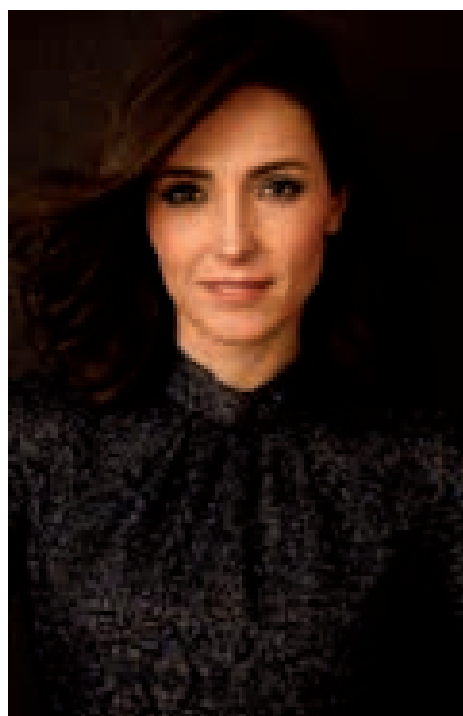


50

62

70

SOMMARIO



30 Marinella

APRE A ROMA

DI SERGIO GOVERNALE

42 Veronica Maya

PRIMA DI TUTTO, MAMMA

DI ILARIA CARLONI

50 Roberta Biagi

SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALE

62 Fabio De Caro

LO SPIETATO "MALAMMORE"

DI ALESSANDRA CARLONI

70 Decristofaro

SNEAKER DA SOGNO

84 Caterina Balivo

ASPETTO BON TON, MA NO "POLITICALLY CORRECT"

DI ILARIA CARLONI

84

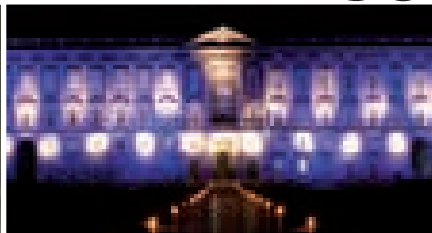
A woman with long brown hair in pigtails sits on a dark wooden bench. She wears a sleeveless, knee-length dress with a dark base and large, colorful floral prints. Her hair is held up by small, colorful clips. To her left on the bench is a small, ornate bag with red and blue patterns and a blue pom-pom. She is wearing blue and white horizontally striped socks and blue high-heeled shoes with white tips. The background is a wall with a dense, repeating floral pattern in muted colors. The floor is covered with a dark red, patterned rug. The overall aesthetic is vintage and elegant.

FENDI

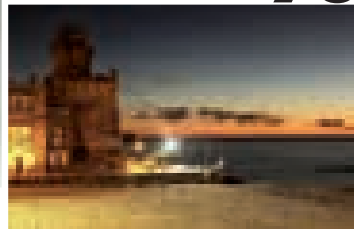
24



36



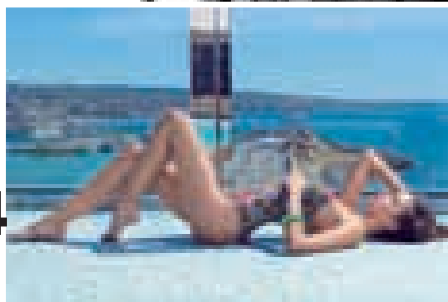
76



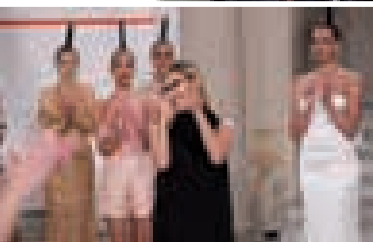
94



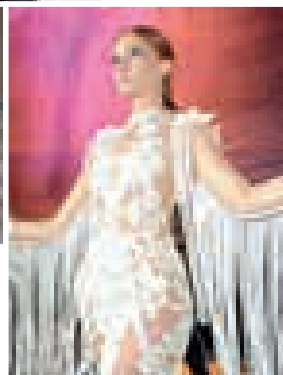
114



121



128



SOMMARIO

134

19 L'opinione

IL POPULISMO
DI FABRIZIO CARLONI

20 Bellezza

SÌ ALLA MASTOPLASTICA ADDITIVA
DI IVAN LA RUSCA

24 Milano Moda Donna

DESIGNER PARTENOPEI: GLI OPPOSTI SI ATTRAGGONO
DI ARIANNA NARDI

36 La Reggia di Caserta

PIÙ BELLA DI VERSAILLES
DI LISA COLA

56 Fashion, bandiera del Made in Italy

DI SERGIO GOVERNALE

76 Santa Maria di Castellabate

UN GIOIELLO NEL CUORE DEL CILENTO
DI CARMELA SAVIANO

94 Napoli e il cinema

I SET DI IERI E DI OGGI
DI FILOMENA DIANA

100 La riscoperta della cultura

IN POLE POSITION LA CAMPANIA E I SUOI MUSEI
DI LISA COLA

106 Città della Scienza

RINASCE CON "CORPOREA" E IL "PLANETARIO"
DI GIOVANNA DE MICCO

110 Il "tuttunizzatore" Optima

112 Msc Crociere e Unicef un'unione salvavita

114 I'M Model

CLEMENTINA CORONELLA

121 Professionisti al top

MASSIMILIANO CAMPANILE
DI ALESSANDRA MILITERNI

124 Fotonotizie

128 "Vento d'Oriente" a Salone Margherita

132 "Come me non c'è nessuno" di Krog

134 Fashion e food per celebrare le eccellenze campane

BORN TO DARE

#BornToDare

BLACK BAY S&G



Monetti
Orologeria Gioielleria

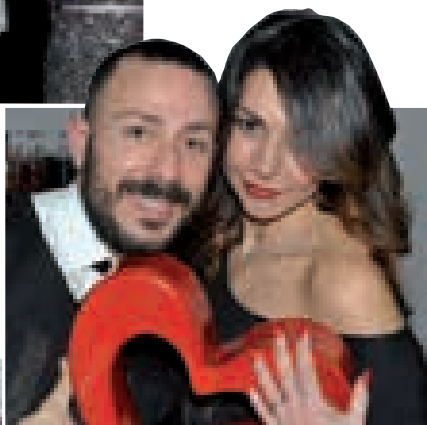
MONETTI & C. AUTOREGOLANTI
SAPORI - VIA DEL MULO, 17
BARIOLI - VIA L. BERTOLINI, 10/14



TUDOR



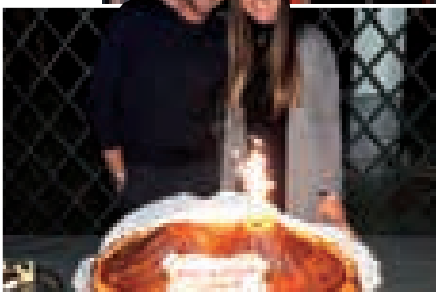
144



152



156



166



174

SOMMARIO

138 36° Meeting Estate

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE NELLO SPORT

140 La prima del film

"Vieni a vivere a Napoli"

144 I 18 anni del rampollo Kiton

148 Marc Ellis new collection

152 Mybackstage al Vomero

156 30 anni esplosivi

158 Beauty Line nel salotto di Napoli

160 Un party anni '60

162 Party Mulish a Palazzo Caracciolo

164 Airc, serata in casa Ascione

166 Party in casa Aiello

168 Lady Burlesque Bday

170 Diciotto anni da principessa

174 Hogan Party nella boutique Dev



Salvatore Ferragamo

**MONT
BLANC** 

*Writing opens
up the world.
Pass on this
precious gift.*



Hugh Jackman and the Montblanc for UNICEF Collection

Montblanc supports
unicef 

Con la collezione Montblanc per Unicef, celebriamo il dono della scrittura e condividiamo l'obiettivo di migliorare le condizioni di apprendimento di oltre 3 milioni di bambini offrendo loro risorse di insegnamento più valide e materiale didattico di qualità. Per scoprire di più, visita montblanc.com/unicef

Crafted for New Heights.



IL POPULISMO

DI FABRIZIO CARLONI



L'attività principale espressa dai politici europei e statunitensi che difendono lo stato delle cose, è costituita dalla diffusione dell'allarme sul "populismo". Termine che individua quell'insieme di movimenti politici o di opinione che rivendicano, in maniera peraltro sempre più vivace, il ritorno alla tradizione e all'identità religiosa e nazionale.

Il nostro non è un giudizio, che peraltro potrebbe ferire una parte dei lettori, sulla qualità spesso discutibile dei rappresentanti di questa nuova filosofia, ma vuol essere un'ipotesi di spiegazione.

Uno dei motivi della simpatia di tanti occidentali per Trump, per la Le Pen, per Salvini, Putin o Viktor Orbán e per la Meloni, è il loro modo di concepire il tema dell'immigrazione. Come è possibile che i loro avversari, che evidentemente sono condizionati dall'emotività e dalla tasca per il rischio di perdere immunità, quattrini e poltrone, non percepiscano l'indignazione di milioni di europei e americani, che lamentano di dover ospitare, con grandi esborsi, cittadini di Paesi africani e del Centro e Sud America che invocano la necessità economica, la sete e la fame?

Non ci hanno insegnato alle elementari, per esempio, che L'Africa costituisce, dopo le Regioni Polari, il maggiore serbatoio di acque dolci terrestri? E la falda freatica delle zone desertiche che affacciano sul Mediterraneo? E gli inesauribili depositi di idrocarburi e gas di quelle terre? E le produzioni di piombo, argento e petrolio del Messico? E le sterminate foreste amazzoniche, con le loro inestinguibili scorte di acqua, minerali e beni naturali? Per le guerre vere e presunte, gli immigrati non dovrebbero difendere la propria patria dall'interno, come hanno fatto i nostri padri combattendo contro regimi ben più sanguinari e temibili di quelli che affliggono gli africani?

Altro mantra dei progressisti molto conservatori come Obama, che ha ottenuto l'effetto contrario a quanto auspicato, procurando tanti proseliti e simpatizzanti ai "populisti", è quello delle armi da fuoco che identificherebbero gli assassini in generale. E gli attentati al coltello o alla mannaia? Quelli con i camion che stanno diventando routinari, procurando centinaia di vittime nel mondo occidentale e in Israele? Si debbono, dunque, ritirare in massa le patenti e le posate? O gli autisti di linea sono tutti potenziali delinquenti? E i norcini e le mas-

saie?

E il cittadino probo che viene condannato per omicidio volontario perché a casa sua si è concesso di sparare al ladro senza verificare, preliminarmente, che dietro alla lampadina che sciabolava nel buio della stanza dei bambini ci fosse un bandito armato della stessa arma da lui detenuta regolarmente per difesa personale? E perché un gioielliere, un imprenditore o un bancario devono essere trattati come questuanti e pagare tasse e balzelli vergognosi per ottenere il porto d'armi che serve per tutelarsi supplendo all'assenza dello Stato?

Altro ossigeno per i "populisti", è lo stato della famiglia che da un decennio, da unica e irripetibile, si è trasformata in "tradizionale" in contrapposizione ad altre formazioni innovative e da incoraggiare. Per chi dovrebbe simpatizzare la mamma che ha concepito il figlio utilizzando i giusti organi con Adamo, l'ha portato in grembo e lo ha allattato e si vede identificata, nei modelli della scuola laica, come "genitore uno" o "genitore due"? O che legge del vecchio crapulone o del politico "proletario" – che in realtà vive come un nababbo – che comprano il primo figlio e aspirano ad acquistarne un altro e beneficio del loro egoismo e di quello del genitore due che è maschio? I politici della Gauche hanno perso il semplice senso comune dopo aver tanto dato alla società civile, e continuano a giudicare e a generare i fenomeni sociali sulla base delle proprie pulsioni e ideologie. La gente, soprattutto quella del mondo Occidentale, dopo il piacere della libertà sfrenata che ha garantito a tutti il Sessantotto, si è semplicemente stancata dell'ubriacatura incontrollata; la gente vorrebbe, semplicemente, vivere tranquilla nelle proprie case, sposarsi con i risparmi prodotti dal proprio lavoro, veder studiare i figli e inserirli nel mondo, curarsi e pagare le giuste tasse.

Vorrebbe, anche, vedere un parlamentare onesto svolgere la missione scelta in cambio di un corrispettivo mensile equo; avere per vicini di casa dei gay che vivono la propria condizione o scelta con la normalità giustamente pretesa e invocata, senza vittimismo o esibizioni. Molti cittadini vorrebbero starsene a casa propria e non avere sotto gli occhi donne intabarrate e velate in nome di una religione segregazionista e dispotica. Il segreto degli epigoni del "populismo" è quello di interpretare la semplice aspirazione dei cittadini a un mondo onesto e naturale; a costo che la società che lo abita possa apparire provinciale. ■
carloni.f2@gmail.com

La gente, dopo il piacere della libertà sfrenata, si è semplicemente stancata dell'ubriacatura incontrollata; la gente vorrebbe vivere tranquilla nelle proprie case, sposarsi con i risparmi prodotti dal proprio lavoro, veder studiare i figli e inserirli nel mondo, curarsi e pagare le giuste tasse.

SÌ ALLA MASTOPLASTICA ADDITIVA

DOTT. IVAN LA RUSCA

Un intervento di mastoplastica additiva è adatto alla donna che desidera aumentare il volume del seno. Avere un seno troppo piccolo (ipotrofico) o svuotato, infatti, per una donna giovane, in un'età compresa fra i 19 e i 50, può essere indice di frustrazione ed un ostacolo all'espressione della propria femminilità. In termini di estetica e di equilibrio delle forme, un seno troppo piccolo, potrebbe stonare in un corpo armonico. La mastoplastica additiva va a correggere questa forma di inestetismo, tenendo pur sempre presente quanto il cambiamento delle forme possa incidere sul piano psicologico. I motivi per cui una donna ricorre ad un intervento al seno sono diversi: un seno poco sviluppato o asimmetrico, un rilassamento dei tessuti, od un cambio di simmetria delle mammelle dovuto alla gravidanza e all'allattamento sono le cause più frequenti. Altre donne, invece, semplicemente desiderano potenziare la propria femminilità con un seno più sensuale e abbondante. In effetti avere un seno troppo piccolo e spesso sproporzionato rispetto al resto del corpo può essere fonte di disagio. La sensazione, ad esempio, che un vestito aderente perfettamente ai fianchi, sia poi largo all'altezza del seno, può essere spiacevole e generare un senso di insicurezza. Il senso di disagio aumenta quando poi si indossa il costume: è risaputo che il fascino e il sex appeal di una donna dipende molto anche dalla bellezza di un seno armonico nella forma e nel volume, in sintonia col resto del corpo. Avere un seno pieno e rimodellato in modo naturale, in proporzione col proprio corpo dà soddisfazione perché esalta con naturalezza la sensualità di ogni donna. La mastoplastica additiva è dunque l'intervento chirurgico ideale attraverso il quale è possibile aumentare la dimensione, il tono e ridefinire la forma del seno di una donna di qualsiasi età. Non esistono limiti di età per sottoporsi a questo tipo di intervento, ma è preferibile attendere il completo sviluppo del seno. La mastoplastica additiva oggi è un intervento collaudato e sicuro ed è fra quelli più riusciti.

È obbligatoria una prima consultazione con il chirurgo plastico per capire la procedura chirurgica adatta al caso. Durante la visita specialistica, dopo un'accurata anamnesi generale, il chirurgo estetico valuta con la paziente il tipo di intervento, tenendo in considerazione le caratteristiche anatomiche del seno (il tessuto cutaneo, la ghiandola e il tessuto adiposo), oltre alle aspettative e la motivazione che la spingono a sottoporsi all'operazione. Un intervento di mastoplastica tende a rispettare la naturale anatomia della mammella e a non alterare l'integrità della ghiandola, lasciando inalterata la possibilità di allattare. Al livello del solco sotto mammario viene effettuata una piccola incisione di circa 5 cm attraverso la quale verrà inserita una protesi mammaria



Tende a rispettare la naturale anatomia della mammella e a non alterare l'integrità della ghiandola, lasciando inalterata la possibilità di allattare.

conforme alle caratteristiche del corpo in accordo con la paziente. Dopo aver praticato le incisioni, viene creata una sorta di tasca nella quale si inserirà la protesi mammaria. Questa verrà posizionata dietro il complesso ghiandolare oppure dietro il muscolo pettorale: dipende se la copertura cutanea e ghiandolare della paziente è regolare o presenta un moderato rilassamento cutaneo. La forma e la dimensione delle protesi e il tipo di procedura chirurgica sono fondamentali per la realizzazione di un seno più adatto alla silhouette della paziente, attraverso un intervento davvero personalizzato e naturale. L'aumento del seno è determinato, come detto, dall'impianto, all'interno delle mammelle, di protesi in gel di silicone. Le protesi mammarie moderne sono notevolmente migliorate nella produzione e sono più resistenti, ma va anche ricordato che il seno, negli anni, subisce diversi cambiamenti di forma e consistenza, a seguito di variazioni di peso, invecchiamento, rilassamento cutaneo, gravidanze e allattamenti. Per questo motivo è d'obbligo utilizzare protesi di ottimo livello con garanzie in caso di alterazioni nel tempo. È normale, quindi, che il risultato possa nel tempo modificarsi, ma esso non lascia mai tracce vistose.

I risultati sono apprezzabili quasi immediatamente, perché poco alla volta essi tornano in sede, lasciando affiorare la forma definitiva del seno. Un intervento di mastoplastica additiva, oltre ad aumentare l'autostima, va anche a correggere alcuni difetti del décolleté e stabilisce la giusta proporzione fra le mammelle, le spalle e i fianchi. Un intervento di mastoplastica additiva dà generalmente risultati molto buoni: essi saranno duraturi nel tempo.

Un intervento di mastoplastica additiva, come detto, va eseguito da uno specialista, preferibilmente in chirurgia plastica, iscritto a società scientifiche affermate (tra cui si annoverano la SICPRE e l'AICPE), che valuta il caso con assoluta precisione e competenza, non sottovalutando gli obiettivi da perseguire, le finalità, oltre che le aspettative e le motivazioni che spingono una donna a sottoporsi all'operazione. Ovviamente un valido chirurgo terrà in considerazione le caratteristiche anatomiche del seno (il tessuto cutaneo, la ghiandola e il tessuto adiposo), per poi decidere sulla pratica da attuare, onde evitare rischi e complicanze serie. ■

A man with dark, curly hair and a light beard is sitting in a music studio. He is wearing a light blue button-down shirt, a grey tie, and an olive green jacket. He is holding a Fender electric guitar. The background is a wood-paneled wall with a rack of guitars. The word "Fay" is written in a white, cursive font in the top right corner.

Fay

LEVI DYLAN, ABBEY ROAD STUDIOS

FAY.COM





Harmont & Blaine

#MEDITERRANEANLIFE



HARMONT & BLAINE BOUTIQUE

Napoli - Piazza dei Martiri
ang. Via Calabritto

MILANO MODA DONNA

*Designer partenopei:
gli opposti si attraggono*

DI ARIANNA NARDI



24

Ferragamo

Sotto i riflettori di Milano Moda Donna, andata in scena dal 22 al 27 febbraio, sono tornati a splendere i grandi nomi della sartoria napoletana in occasione delle sfilate dedicate all'autunno-inverno 2017/18.

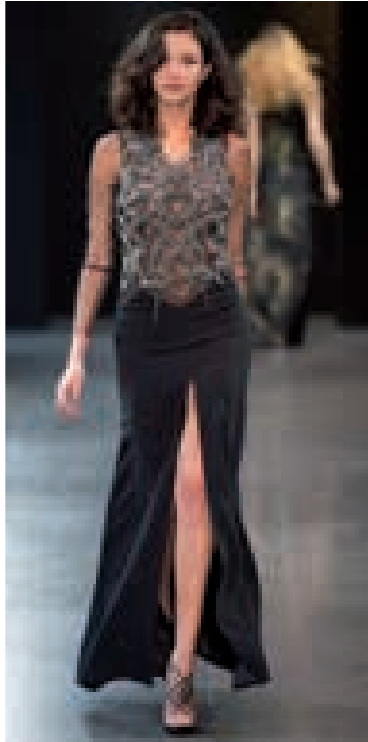
La collezione donna **Harmont&Blaine** è suddivisa in tre micro temi cromatici. Il primo è intitolato "Fil Rouches", i cui capi sanciscono l'inizio della stagione autunnale con materiali naturali e preziosi come la seta, tessuti jacquard e stretch con stampa double. Il verde ed il cacao sono tagliati dal lilla e le tonalità di blu oltremare vengono accostate al bianco. Il secondo tema è decisamente più invernale e si caratterizza per le stampe floreali e le fantasie geometriche a quadrati irregolari che si intersecano fra loro. Il nero, sapientemente mixato agli altri colori della palette, viene utilizzato per la prima volta sia nelle stampe che nei tessuti jacquard. La collezione si completa con il "tema natalizio". Qui tessuti quali lurex, velluto e jacquard con macro disegni, si tingono di cipria, viola e bordeaux. I look sono completati dalle calzature preziosissime da dettagli lucidi in cracklè. Must della collezione il "Decolleté tacco 80", la cui particolarità è data da anelli in metallo e laccio in raso con effetto bicolore e taglio vivo ondulado. Tra gli accessori, il mini secchiello #HBucket si "veste" animalier ed è affiancato da nuovi modelli di borse, morbide in camoscio.

Dopo il divorzio da Richmond, **Saverio Moschillo** torna in passerella con il suo nome. La collezione presentata celebra l'unione tra la sartoria napoletana e lo stile tribal. La parola chiave è luccichio: abiti a sirena, giacche sfavillanti dalle intriganti trasparenze e dress vaporosi tempestati di strass calcano la passerella creando un armonioso un gioco di luci. Immaneabili gli iconici outfit rock n'roll: total-look borchianti si spiano ai parka o ai lunghi cappotti anni '80 in pelle nerissima. Insieme



Harmont&Blaine

*Il must della collezione **Harmont & Blaine** è il "Decolleté tacco 80", la cui particolarità è data da anelli in metallo e laccio in raso con effetto bicolore e taglio vivo ondulado. Da **Salvatore Ferragamo** gli opposti si attraggono in una proposta affascinante e sofisticata dove grandi classici come i tailleur e i mini dress si alterano a capi più eclettici.*

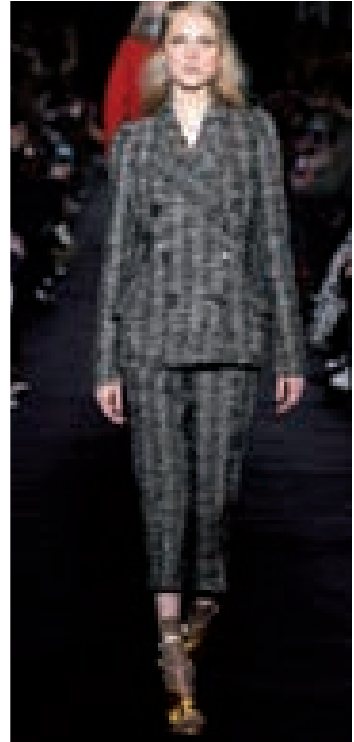


Moschillo

alla donna sfila anche l'uomo: per lui ispirazione giapponese nei biker stampati e nelle camicie bianche dai ricami argentei abbinate a jeans grunge.

Trasparenze, fluidità e tanto rosso: questa l'essenza dell'inverno N°21. Un inverno brioso ma soprattutto colorful, che si rispecchia nei vivaci maxi maglioni percorsi da stampe che raccontano storie. Non si trascura, però, il lato classico del guardaroba femminile, con gli intramontabili black and white. Di giorno la donna di Alessandro dell'Acqua indossa mini dress, gilet, ma anche bomber, cappottini e giacche dal taglio oversize. La sera, invece, c'è spazio solo per la sensualità con eleganti abiti dalle lunghezze maxi e dalla vita segnata.

Da **Francesco Scognamiglio** capi leggeri e dai toni delicati si susseguono in un trionfo di organza, chiffon e seta. Le raffinate lavorazioni a laser scolpiscono silhouette asimmetriche dalle aperture a dir poco intriganti e disegnano motivi che rievocano il mondo della natura, come le ali di farfalla. Gli abiti sono impreziositi di paillettes e cristalli e vengono indossati sotto cappotti dal taglio sartoriale e pellicce kidassia. I pantaloni sono lunghi e hanno una struttura fluida mentre giacchini e dress coat hanno i revers tagliati e sono indossati con cinture metalliche che segnano la vita. La palette di colori spa-



N° 21

*La collezione **Saverio Moschillo** celebra l'unione tra la sartoria napoletana e lo stile tribal: la parola chiave è luccichio. Trasparenze, fluidità e tanto rosso: questa l'essenza dell'inverno N°21. Un inverno brioso ma soprattutto colorful, che si rispecchia nei vivaci maxi maglioni percorsi da stampe che raccontano storie. Da **Francesco Scognamiglio** capi leggeri e dai toni delicati si susseguono in un trionfo di organza, chiffon e seta. **Roccobarocco** celebra gli ossimori e fonde la regalità classica dell'UK con la decisione e l'irriverenza dello stile punk per dare vita ad una inedita "Underground Queen".*



Scognamiglio

zia dai toni più chiari del bianco, rosa e nude, ai decisi nero, rosso, verde, blu e marrone. I look sono completati da sandali bianchi aperti e stivali cuissard di velluto effetto pitonato.

Roccobarocco celebra gli ossimori e fonde la regalità classica dell'UK con la decisione e l'irriverenza dello stile punk per dare vita ad una inedita "Underground Queen". Tailoring classico e street-style si incrociano e contrappongono nelle giacchette riprese dal guardaroba militare che si indossano sui dress longuette in chiffon o sulle gonne iperfemminili decorate con pizzo e paillettes. La tavolozza di colori vede protagonisti i classici bianco e nero, interrotti da qualche sprazzo d'oro, rosso, verde e rosa. Gli aristocratici dettagli in visone rendono eleganti anche le proposte di uso più quotidiano; inaspettata anche la presenza di check e borchie punk sugli accessori quali mocassini e borse dalla costruzione boxette.

Da **Salvatore Ferragamo** gli opposti si attraggono in una proposta affascinante e sofisticata dove grandi classici come i tailleur e i mini dress si alterano a capi più eclettici come i colli e i cappucci con proporzioni oversize. Tra i capi più interessanti figurano tubini con tessuti patchwork tono su tono o animalier e maxi cappotti rigidi. La palette di colori è scura e misteriosa con prevalenza di nero e marrone, ma non mancano i *nude* e qualche tocco purpureo a ravvivare l'insieme. ■



Roccobarocco

Milano Moda Donna tra presente e futuro



Scervino

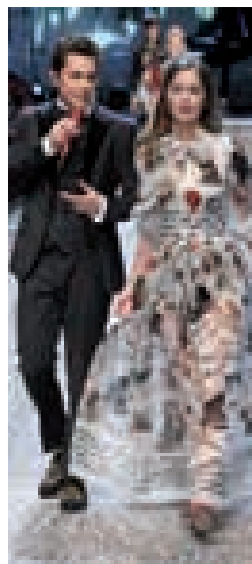
L'universo maschile e quello femminile convergono sulle passerelle meneghine per un'edizione della Fashion Week incentrata sul reinventarsi dei brand in una delicata fase di passaggio tra presente e futuro. Carlo Capasa, Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana, ha parlato di una settimana della moda «liquida, il più possibile capace di adattarsi, senza obblighi e rigidità, alle esigenze dei vari brand: un momento interessante, in cui tutti cercano la strada in direzione dell'autenticità in modo estremamente fluido». Così per la prima volta Gucci e Bottega Veneta, seguendo l'esempio di numerosi stilisti, hanno fatto sfilare insieme l'uomo e la donna in un programma che ha visto 70 sfilate, 88 presentazioni e 37 eventi, con 174 collezioni.

“Tutto in famiglia” allo show di **Dolce&Gabbana**, dove il duo siciliano presenta una collezione che dà continuità al loro concept intitolato #DGFamilly. Una famiglia, quella vista in passerella, che si compone di modelli, Millennials, personalità di Hollywood, aristocratici e collezionisti, per mostrare al mondo tutta la versatilità dello stile italiano e quanto siano importanti e radicati i valori della nostra tradizione. Dolce & Gabbana celebra la donna in tutte le sue forme e dimensioni, e ad accompagnare il suo ancheggiare in passerella è la voce della pop star del momento: Austin Mahone, già protagonista dello show maschile. Qui, i classici tubini in pizzo si succedono a capi caratterizzati da quell'inconfondibile tocco di opulenza tipico della Maison (come gli abiti sequin o i total look animalier) e a pezzi decisamente più semplici come jeans e t-shirt dotati di una sana dose di ironia; perché se c'è una cosa che abbiamo imparato osservando il duo siciliano - e il profilo Instagram di Stefano Gabbana - è che non bisogna mai prendersi troppo sul serio.

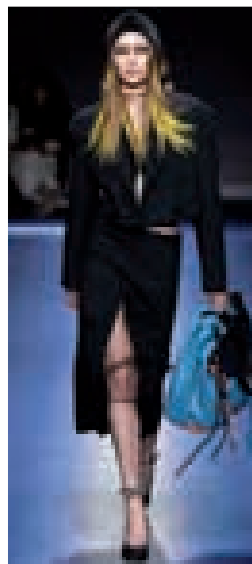
La forza della donna **Versace** viene dall'ottimismo e dalla speranza, parola di Donatella. La stilista, infatti, disegna una collezione strong, ideata per tutte quelle che sono consapevoli del proprio potere e sanno come utilizzarlo. La silhouette è definita, specialmente nei completi doppiopetto dalle spalle ben costruite. La maglieria è estremamente comoda e versatile, e lo dimostrano i pull dalle texture sportive che vengono indossati uno sull'altro. La sensualità è tutta nei mini abiti adornati di ruche, nelle gonne sottoveste ricamate con un nuovo tipo di pizzo e nei vestiti di tulle ricamati con romantiche patch floreali dai colori acidi. Il punto vita è messo in evidenza da cuciture a vista strette sui mini dress neri, e le linee ergonomiche danno movimento agli abiti lunghi. I look sono completati da sandali alti con strappi alla caviglia.

Da **Ermanno Scervino** il rigore delle linee maschili incontra la delicatezza del guardaroba femminile. Il parka, che fa riferimento allo stile militare, si contamina di inserti in pelliccia mentre le cinture, spesse, sono l'accessorio che viene impiegato per evidenziare il punto vita. Questo gioco di contrasti si concretizza anche negli abiti svolazzanti abbinati a capispalla dal taglio maschile. Immane il tailleur che in tutti i suoi abbinamenti è il capo chiave della collezione.

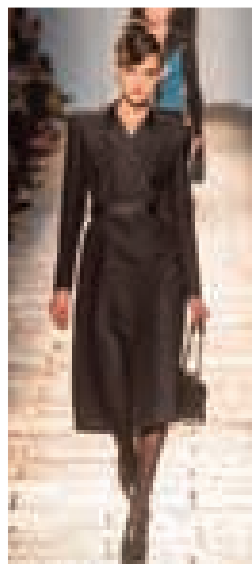
Bottega Veneta prende spunto dagli anni Quaranta. I tagli definiti dei formali ed eleganti tailleur sono opposti agli ultrafemminili abiti dai dettagli in pelliccia, mentre vestiti laminati ricordano quelli indossati dalle dive di Hollywood. Le scarpe sono zeppe o tacchi alti e solidi, mentre le borse sono strutturate con maglie di lurex oro



Dolce&Gabbana



Versace



Bottega Veneta

Dolce&Gabbana celebra la donna in tutte le sue forme: ad accompagnare il suo ancheggiare in passerella è la voce della pop star del momento: Austin Mahone. Da Ermanno Scervino il rigore delle linee maschili incontra la delicatezza del guardaroba femminile.



Blumarine



Gucci



Fendi



Trussardi

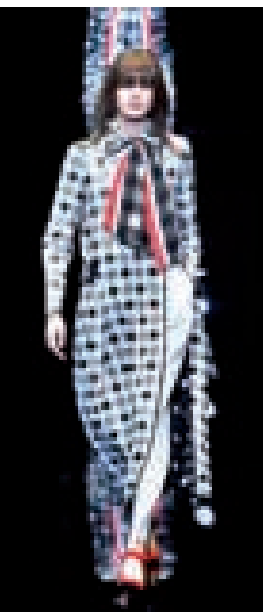


Giorgio Armani

o morbido intrecciato nei mini secchielli. L'uomo sceglie il tuxedo per ogni occasione ed è sempre impeccabile nei cappotti doppiopetto. Ai piedi si vedono scarpe round-toe stringate o stivali da pioggia con cinturino. Infine, le borse dalle forme geometriche sono dotate di una funzionale chiusura con bottone a pressione.

Il giardino dell'alchimista Alessandro Michele racconta il passato, il presente e il futuro di **Gucci**. La collezione è in linea con il nuovo e peculiare look del brand, sempre più in crescita da quando lo stilista romano è passato al timone. Questo si traduce in abbinamenti eclettici, accostamenti di colori e stampe improbabili ed una totale rottura delle regole. I motivi floreali, i parasole di fine ottocento ed altri riferimenti tipici della cultura giapponese incontrano il check inglese dominando la passerella. I pas-samontagna glitterati, i cappotti cammello e i calzettoni bianchi da calciatore portati sopra le caviglie dei jeans arrotondati costituiscono il mix micidiale ma allo stesso tempo vincente che fa la forza di Gucci.

Fendi punta sulle geometrie e si ispira alla xilografia viennese e ai papier dominotés italiani del XVIII secolo, che prendono vita attraverso le tecniche musive, declinate sui più svariati tessuti: dalla maglieria intagliata alle pellicce intarsi-



Emporio Armani

siate, passando per la seta con stampa di foglie d'acanto. I colori sono carichi e rispecchiano il mood autunnale: rosso carminio, cammello, blu cobalto e blu petrolio sono interrotti soltanto da sprazzi di luce rappresentati dal bianco optical e dal rosa corallo. I capi dalla vita stretta sono definiti da "X" applicate mentre gli orli sono valorizzati da impunture marcate e inserti in tulle incorniciano colletti e polsini. Abiti dalle intriganti trasparenze sono arricchiti da ruches in tulle im-

preziosite da cristalli ed eleganti vestiti a maniche lunghe sono decorati da margherite ricamate e motivi floreali in organza. Il must della stagione sono gli stivali cuissard rossi con nervature elasticizzate.

Trussardi torna alle origini partendo dalla pelle, elemento principe della maison. Sul catwalk si alternano i capi icona che hanno fatto la storia del brand proposti in chiave contemporanea, quali: completi sartoriali in cuoio e in tessuto sia con la gonna che con i pantaloni, cappotti oversize a vestaglia e giacche in pelliccia morbida. Oltre alla pelle, il velluto ed il camoscio giocano un ruolo fondamentale nel daywear, mentre la palette si colora di blu di Prussia e rosso borgogna. Tornano in voga le stampe d'archivio a tema di gioielli o cavalierizzo che vengono trasformate in pattern astratti e moderni.

Come ogni anno, a chiudere la settimana meneghina è stato **Giorgio Armani**. L'inconfondibile classe che ha fatto la storia della Maison traspare nella collezione autunno/inverno, dove un'eleganza senza tempo si adatta a una donna che non ama osare e fa della celebre giacca Armani il pezzo forte del suo guardaroba. I capi sono versatili e facili da abbinare, a partire dalle lunghe gonne in seta o in pelle, fino ad arrivare a ai lunghi cappotti stretti in vita, passando per i pantaloni fermati alla caviglia. I colori dominanti sono il nero, il bianco, il rosso e il verde petrolio. Borse portate rigorosamente a mano e scarpe a punta completano i look.

Emporio Armani sorprende e punta sugli opposti con una collezione caratterizzata da uno spirito metropolitano inquieto. Paradossalmente, i contrasti si trovano in perfetta armonia sia per gli stili, i tessuti classici accostati a quelli moderni e i colori decisi che sfociano in un vistoso gioco di quadrettati o in scoppiettanti accensioni del fucsia e del blu elettrico. Il lusso incontra il comfort nei tailleur a pois, nei pantaloni in velluto e nei cappotti di lana e in finta pelliccia. Mini-borse a scrigno con tracolla in metallo vengono portate a mano e incorniciano gli outfit insieme alle comode sneakers. ■



OPENING SOON - Napoli, Via Rongeri 21

elisabettafranchi.com



ELISABETTA FRANCHI



MARINELLA

apre a Roma

Nuovo store a Campo Marzio per il re delle cravatte napoletano famoso in tutto il mondo

DI SERGIO GOVERNALE

i'M MAGGIO-GIUGNO 2017



“ *Non siamo nati a Napoli, ma a piazza Vittoria: la nostra vita è qui. E siamo orgogliosi di aver difeso la città anche quando Napoli non viveva momenti facili.* ”

Nuovo store per E. Marinella, marchio del re delle cravatte napoletano Maurizio Marinella, nipote del fondatore Eugenio che nel 1914 ha aperto il noto negozio partenopeo di piazza Vittoria. Inaugurato a Roma il punto vendita che va ad aggiungersi anche a quelli di Milano (tre con la Stivaleria Savoia), Londra, Hong Kong e Tokyo. La location si trova a Campo Marzio. “È il negozio occupato da Hermes fino all'inizio di quest'anno”, spiega l'imprenditore. Lo storico brand made in Naples ha presentato lo scorso autunno nella capitale la capsule collection “Archivio”, nuova collezione di cravatte e pochette con le fantasie originali dagli anni '30 agli anni '80.

Come procedono gli affari? Il mercato tira?

Sì, il miracolo continua, perché arrivare a festeggiare 103 anni a Napoli è sempre un bel risultato. Non siamo arrivati a questo traguardo con il fiato sul collo e con difficoltà, ma con la voglia di crescita e di internazionalizzazione per farci conoscere per le cose belle che produciamo con orgoglio. Devo dire che stiamo per avere una vera e propria consacrazione, considerando la recente visita di Camilla.

Vuole ricordare com'è andata? Perché la duchessa di Cornovaglia ha scelto Marinella quando è venuta a Napoli?

Ha scelto di venire da noi e di comprare quattro cravatte per Carlo. È lei che, nel suo viaggio in Italia, ha pensato a Napoli e ha espressamente chiesto di vedere E. Marinella. Siamo stati infatti contattati dall'ambasciata inglese e, ovviamente, siamo stati molto felici. Sono sempre grandi soddisfazioni per me, che ho raccolto il testimone da mio nonno e poi da mio padre. Oggi siamo alla quarta generazione in pista con mio figlio Alessandro.

Qual è il vostro punto di forza?

C'è un forte legame dell'azienda con il nostro territorio. Forse Marinella non sarebbe stato Marinella senza Napoli e, azzardo, oggi Napoli non sarebbe tale senza Marinella. La cosa straordinaria che posso dire è che tutte le persone che vengono da Palermo, Treviso o Frosinone mi dicono la stessa cosa: i loro parenti, amici e conoscenti chiedono di portare loro una cravatta Marinella senza chiedere il colore, la fantasia o il disegno. È incredibile, perché pochi negozi al mondo riescono a generare tanto interesse a prescindere da tutto. Un mio affezionato cliente mi ha colpito ed emozio-





“ *Fino a quindici anni fa eravamo il negozio al mondo con il fatturato al metro quadrato più elevato, poi con l'apertura dello showroom al primo piano siamo crollati, ma molti vogliono il nostro marchio, presentandoci offerte con molti zeri.* ”

nato dicendomi che “in questi anni avete reso eccezionale l'ovvio per l'accoglienza e per come coccolate il cliente”.

Come accogliete i clienti?

Facendoli sentire a casa propria, aprendo tutti i giorni dell'anno alle 6.30. Questo vuol dire essere disponibili. I clienti a quell'ora non hanno l'incubo di lasciare l'auto in seconda fila e vengono accolti con sfogliatelle e caffè che offriamo se c'è un po' di gente in più nel negozio.

Marinella non è solo business: quali sono i progetti di solidarietà che vi vede protagonisti?

Abbiamo firmato un accordo con il ministero di Giustizia per aiutare le ragazze nel carcere di Pozzuoli e insegnare loro un lavoro. Una volta alla settimana le nostre maestre di taglio si recano nel penitenziario per insegnare ad esempio gli abbinamenti dei tessuti, così quando usciranno avranno la possibilità di inserirsi in una società che oggi è indubbiamente più difficile rispetto a quella di pochi anni fa.

Altre novità?

Abbiamo inaugurato il museo al secondo piano, in cui abbiamo conservato e mostriamo documenti, lettere, riconoscimenti, fotografie e ringraziamenti di persone famose o semplici clienti. Negli anni le cravatte Marinella sono state al collo di tutti i presidenti d'Italia, da De Nicola a Mattarella, anche se con Napolitano giocavamo evidentemente in casa. Non solo: da Kennedy in poi anche dei presidenti degli Stati Uniti e di tanti reali, come Alberto e Ranieri di Monaco, il re di Spagna, Carlo e di tanti politici di primo piano, come Eltsin, Putin, Gorbaciov, Chirac, Sarkozy, Craxi, Andreotti, Fini, Berlusconi e Monti. Senza considerare i personaggi dello spettacolo, come Luchino Visconti, Marcello Mastroianni, Totò ed Eduardo, che portava i mutandoni sotto gli abiti di scena perché, essendo molto magro, era freddoloso.

Di Marinella si sa tutto: dica qualcosa che secondo lei non è noto.

Fino a quindici anni fa eravamo il negozio al mondo con il fatturato al metro quadrato più elevato (pari a





Chopard
EYEWEAR

venti metri quadrati, ndr), poi con l'apertura dello showroom al primo piano siamo crollati in maniera vertiginosa. Siamo però ancora tirati per la giacca. Molti infatti vogliono il nostro marchio, presentandoci offerte con molti zeri. Siccome vivo di passione e mi sveglio ogni giorno alle 5.15, ho deciso di non vendere. Aprire alle 6.30 mi dà ancora tanta emozione.

L'offerta della banca statunitense Morgan Stanley è una leggenda o corrisponde a verità?

È verissima, pari a 100 miliardi delle vecchie lire. Ci è arrivata l'ultimo anno in cui c'era ancora la nostra moneta. Le offerte, come le ho detto, continuano ad arrivare, perché abbiamo una bella storia, di alto artigianato, di fatto a mano.

Chi le ha fatto offerte di recente?

Molti fondi: italiani, francesi, olandesi, giapponesi e statunitensi. Ma ripeto: non c'è assolutamente la voglia di vendere, anzi. Alessandro ha grande voglia, come me, di continuare l'attività di famiglia. Vogliamo ancora continuare e vivere questa emozione con l'Italia nel cuore e Napoli come punto di riferimento della nostra vita. Dico sempre che noi non siamo nati a Napoli, ma a piazza Vittoria: la nostra vita è qui. E siamo orgogliosi di aver difeso la città anche quando Napoli non viveva momenti facili, come la fase dell'emergenza rifiuti e della terra dei fuochi. Noi invece trasmettiamo i valori belli e positivi di Napoli.

Ha rimpianti?

No, neanche quando abbiamo detto di no al presidente Trump. Restare a Napoli è stata infatti sempre la nostra priorità. So che lui in questi anni ha continuato ad apprezzarci e ora che è stato eletto presidente degli Stati Uniti potremo inviargli una creazione ad hoc come omaggio della nostra produzione. Ho visto che preferisce tinte unite a colori sgargianti. Cercheremo di accontentarlo. A mio padre, Luigi, arrivò esattamente trent'anni fa una lettera firmata da Donald Trump che lo invitava ad aprire un negozio all'interno della Trump Power, il grande grattacielo di New York. Ne parlammo tra di noi per alcuni giorni. Ci pensammo sopra. Mio padre da subito esprime il suo scetticismo. Disse che era troppo complicato, la lontananza pesava tantissimo. Avrei dovuto occuparmi io della gestione, avrei dovuto lasciare il nostro negozio di piazza Vittoria e soprattutto recidere un importante legame col territorio. Comunque ho notato che Trump ha indossato alcune nostre cravatte, probabilmente dono di Silvio Berlusconi, nostro cliente abituale. ■



“

I nostri clienti li accogliamo facendoli sentire a casa propria, aprendo tutti i giorni dell'anno alle 6.30. Questo vuol dire essere disponibili. I clienti a quell'ora non hanno l'incubo di lasciare l'auto in seconda fila e vengono accolti con sfogliatelle e caffè.

”



Blauer.
USA
March 21



La Reggia di Caserta

Più bella di Versailles

36

DI LISA COLA

i'M MAGGIO-GIUGNO 2017



Forse non tutti sanno che quando il Re di Napoli, Carlo di Borbone, commissionò all'architetto Luigi Vanvitelli la realizzazione della Reggia di Caserta, ad onta delle convinzioni più scontate che la volevano ubicata a Napoli, Carlo di Borbone optò per l'entroterra Casertano, meno vulnerabile agli attacchi via mare. La velleità del Re, era un'opera che potesse parago-

narsi, se non addirittura superare, le bellezze paesaggistiche e architettoniche della Reggia di Versailles. Una progettualità creativa che ha saputo scrutare il futuro, visto che la Reggia di Caserta è stata definita l'ultima grande realizzazione del Barocco Italiano.

Un'area di circa 47.000 m2 il cui fascino non si crogiola neanche sul più inflazionato degli sguardi che l'ha ripetutamente visitata, studiata, celebrata.



Dopo essersi confermata nella classifica dei 10 musei italiani più visitati nel 2016, la Reggia di Caserta da marzo in poi propone una stagione ricca di mostre ed eventi per festeggiare i suoi primi dieci anni di apertura. Il 15 Marzo si è inaugurata la prima visita virtuale in 3D, sia nelle stanze reali, sia nel parco; una sperimentazione che suggella il sodalizio tra tradizione e tecnologia. Un'idea vincente, concepita e realizzata dall'architetto romano Paolo Edmondo Rolli. Meravigliosa la mostra "Caravaggio Experience" che si snoda attraverso musiche e proiezioni delle opere del grande Michelangelo Merisi e durerà fino ad Ottobre.



Dopo essersi confermata nella classifica dei 10 musei italiani più visitati nel 2016, la Reggia di Caserta a partire dal 18 Marzo propone una stagione ricca di mostre ed eventi per festeggiare i suoi primi dieci anni di apertura. Il 15 Marzo si è inaugurata la prima visita virtuale in 3D, sia nelle stanze reali, sia nel parco; una sperimentazione che suggella il sodalizio tra tradizione e tecnologia.

La classifica dettagliata degli eventi è sul sito ufficiale www.reggiadicaserta.beniculturali.it, cui si è di recente aggiunta la guida della Reggia di Caserta disponibile in un'app gratuita, caserta.arte.it, che consente di ripercorrere i luoghi della Reggia Vanvitelliana attraverso immagini tridimensionali e con il supporto di una voce narrante. Ancora, le stanze della sfarzosa dimora casertana, saranno le ambientazioni utilizzate da Steven Spielberg per ricostruire il Vaticano nel suo prossimo film, "The Kidnapping of Edgardo Mortara". Come ufficializzato dal direttore Mauro Felicori, la Reggia è stata anche scelta come sede delle gare di tiro con l'arco, in occasione delle Universiadi 2019. I giardini della dimora si





MANUEL RITZ

#MADEOFMOMENTS



sono sovente prestati come location di manifestazioni sportive. Tra le più esilaranti, non solo per gli appassionati di equitazione, il concorso ippico internazionale “coppa d’oro città di Caserta”, giunto alla cinquantesima edizione.

Un’emozione che si rinnova dal lontano Giugno del 1938 quando Umberto di Savoia, futuro Re d’Italia fece pervenire una sua coppa per la costituzione del monte-premi.

È la magia delle opere che fermano la caducità del tempo, offrendo suggestioni ed ispirazioni antiche eppure nuove. ■

Le stanze della sfarzosa dimora casertana, saranno le ambientazioni utilizzate da Steven Spielberg per ricostruire il Vaticano nel suo prossimo film, “The Kidnapping of Edgardo Mortara”. Come ufficializzato dal direttore Mauro Felicori, la Reggia è stata anche scelta come sede delle gare di tiro con l’arco, in occasione delle Universiadi 2019.



DAMIANI

HANDMADE IN ITALY SINCE 1924

NAPOLI: VIA FILANGIERI, 15 BIS - PHONE: +39 081-405943

FIRENZE: VIA DE' TORNABUONI - MILANO: VIA MONTENAPOLEONE - NAPOLI: VIA FILANGIERI - ROMA: VIA CONDOTTI
VENEZIA: CALLE VALLARESSO - PORTO CERVO - FORTE VILLAGE - FUMICINO - MALPENSA
IN TUTTE LE BOUTIQUE ROCCA 179 E IN SELEZIONATE GIOIELLERIE - 800555454

VERONICA MAYA

Prima di tutto, mamma

DI ILARIA CARLONI

FOTO DI MARCO MARIA D'OTTAVI

ROP RENEE OLIVIER PRODUCTION

È sempre sorridente, disponibile, e positiva. Questa è Veronica Maya, che ha applicato alla lettera il detto "Sorridi che la vita ti sorride". Lei infatti alla vita ha sempre sorriso, ed è stata ricambiata. L'ultimo traguardo felice, il matrimonio con il chirurgo plastico Marco Moraci, che è andato a suggellare un amore che dura da sette anni, da cui sono nati tre figli in quattro anni, uno più bello dell'altro.

Il 4 gennaio scorso ha finalmente coronato il sogno del matrimonio con Marco Moraci. Come è stato? Molto emozionante. Non credevo che dopo sette anni di convivenza e tre figli ci saremmo emozionati così tanto, ed invece abbiamo pianto come due fidanzatini. La ce-

rimonia si è tenuta il 4 gennaio ai Caraibi sull'isola di Saona a Plaia Tao. È stato un matrimonio "pieds dans l'eau", "piedi nell'acqua", con quaranta invitati intimi.

Come avete scelto il posto?

Ce ne siamo innamorati quest'estate: c'era una palma a forma di cuore, l'abbiamo guardata e Marco mi ha detto "sposiamoci qua". Il mio amico Enzo Miccio ha organizzato tutto meravigliosamente, senza però alterare l'atmosfera con particolari fronzoli. Si è superato. La cornice faceva già tutto e lui ha saputo valorizzarla con il suo talento.

Perché il gran giorno è arrivato dopo tanti anni insieme?



A black and white portrait of Veronica Maya. She is a woman with long, wavy, light-colored hair, looking directly at the camera with a slight smile. She is wearing a dark, sleeveless dress with a pattern of circular, metallic-looking studs. The background is a soft, out-of-focus outdoor setting.

Veronica Maya. Nata a Parigi il 14 luglio 1977. Debutta sugli schermi nazionali nel 2004 nei programmi sportivi di Rai 2, "Sabato Sprint" e "Dribbling", mentre trova il successo nel 2005 con "Stella del Sud" su Raiuno. Dal 2006 conduce lo "Zecchino d'oro". Dal 2008 al 2014 conduce "Verdetto Finale" su Raiuno. Nel 2014 è concorrente di "Tale e quale show 4".

Ho dovuto innanzitutto sistemare la situazione burocratica legata alla fine del mio primo matrimonio (Veronica è stata sposata con Aldo Bergamaschi dal 2005 al 2010), e soprattutto aspettavamo che io non fossi incinta! Abbiamo fatto tre figli in quattro anni...

Pensate ad un quarto figlio?

Non è da escludere a priori, ma siamo felici così: abbiamo tutto. Siamo genitori molto presenti per cui è difficile dividersi tra tre figli. Katia ha 16 mesi e la allatto ancora, sono una madre del Sud, ed i miei figli sono la assoluta priorità. Ogni volta che mi allontanano devo lasciare tutto a posto, il frigo pieno, spesa fatta e i bimbi organizzati.

Questo ha comportato delle rinunce sul lavoro?

Inevitabilmente ho dovuto fare delle rinunce, per questo il mio lavoro ha subito una piccola battuta di arresto. Ho avuto delle proposte, ma non le sentivo adatte a me, come quelle per dei reality. Non mi sento tagliata. Ci sono state poi delle offerte teatrali, ma anche a quelle ho dovuto rinunciare perché non me la sentivo di affrontare una tournée lasciando tre figli a casa.

Lo Zecchino però non manca mai...

Ho condotto lo Zecchino di Natale, in due puntate speciali con Paolo Belli, mio caro amico da tanto tempo. Sono stata felice di lavorare finalmente con lui.



“ *Mi sento un po' vintage per come ragiono. Sono “secchiona”, perfezionista e non riuscirei mai ad improvvisarmi in tv o a fare qualcosa per cui non mi sento tagliata pur di apparire.* ”

Ora certo il lavoro non le manca. Dove la vedremo quest'estate?

Sono felice di tornare su Raiuno. Dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 11, infatti, condurrò per tutta l'estate “Quelle brave ragazze”, insieme ad Arianna Ciampoli, Valeria Graci e La Mario. Il sabato pomeriggio, invece, sempre su Raiuno condurrò “Viva la mamma”, trasmissione della quale vado particolarmente fiera data la mia nuova dimensione familiare.

È una donna amica delle donne. Non sa cosa sia l'invidia vero?

Non sono mai in competizione e sono una che nella vita non sgomitava mai. Mi considero una persona molto semplice e soprattutto molto mamma. Certo, se c'è da fare il red carpet e devo giocare a fare la vamp, mi diverto, ma la vita di tutti i giorni è un'altra cosa.

Quanto hanno contato i suoi valori familiari in questo suo modo di essere?

Hanno contato tantissimo i valori della mia famiglia, l'esempio che mi hanno dato soprattutto per quanto riguarda la religione del lavoro. Lavoro da quando avevo 14 anni. Mio padre mi ha insegnato a guadagnarmi quello che







“ *Lavoro da quando avevo 14 anni. Mio padre mi ha insegnato a guadagnarmi quello che desideravo, pur potendoselo permettere. La mia prima macchina me la sono comprata da sola a trent'anni compiuti! Questo fa sì che io non abbia mai l'ansia della precarietà, perché non mi fa paura rimboccarmi le maniche nei periodi bui. Mi so sempre reinventare.* ”

desideravo, pur potendoselo permettere. La mia prima macchina me la sono comprata da sola a trent'anni compiuti! Questo fa sì che io non abbia mai l'ansia della precarietà, perché non mi fa paura rimboccarmi le maniche nei periodi bui. Mi so sempre reinventare.

Infatti lei è una che non si abbatte ed è capace anche di diversificare...

Sì, faccio tante cose: ho preso la direzione di due teatri in Penisola Sorrentina, Tasso e Armida, poi ho presentato un cartellone di spettacoli nelle scuole, ho inciso un cd "Un Natale da favola" e scritto un libro di favole inedite per bambini, dal titolo "Arturo il timido canguro" editi da Azzurra music. La cosa che mi ha reso felice è che li abbia presi l'Unicef.

È una testimonial dell'Unicef. Che esperienza è?

Fantastica. Poter fare qualcosa per i bambini è umanamente molto gratificante. Poi io con loro mi sento particolarmente a mio agio, li adoro. Ho forte dentro di me il senso materno.

Fa parte di una tv che non esiste più, dove la preparazione ed il talento erano presupposto necessario. Cosa ne pensa?

In effetti mi sento un po' vintage per come ragiono. Sono "secchiona", perfezionista e non riuscirei mai ad improvvisarmi in tv o a fare qualcosa per cui non mi sento tagliata pur di apparire.

Ha elaborato la perdita della conduzione di "Verdetto finale"?

È stata una grandissima delusione per me ed ancora oggi ci soffro perché ho la consapevolezza di non avere avuto colpe, quindi l'ho vissuta come una ingiustizia.

Dopo la delusione però è arrivata la proposta di Agon Channel...

Sì, ho fatto 20 prime serate, ho guadagnato bene... L'anno scorso ho condotto un programma di cucina su Alice tv con lo chef Roberto Vannucci. Avevo il camerino

accanto alla cucina dove giravo, il che mi ha consentito di realizzarmi come madre e di non sacrificare i miei figli. Se fossi stata in Rai non avrei potuto. Insomma, tutto quello che è venuto dopo "Verdetto finale", l'ho visto come una cosa tutto sommato positiva. Vedo sempre il bicchiere mezzo pieno.

Da chi ha preso quest'aspetto?

Il fatto di interpretare la vita con pragmatismo è un aspetto che ho preso da papà. Pensare che ciò che viene, anche se negativo, è qualcosa che serve a vivere meglio il dopo, come capitato a me.

Una coppia solida, tre figli splendidi, una bellissima casa ed una buona condizione economica. Crede che tutta questa felicità sia solo meritata, o si sente anche un po' fortunata?

Ne parliamo spesso io e Marco, soprattutto da quando ci sono i figli. Stiamo dando sempre più importanza a quello che abbiamo e ringraziamo Dio ogni giorno per la nostra fortuna. Certo siamo persone molto operose, ci impegniamo per mantenere quello che abbiamo, ma certamente ci sentiamo fortunati.

Cosa si aspetta per il loro futuro?

Sono molto spaventata da come le cose stanno andando a rotoli nella nostra società. Come sia divenuto labile il valore che si dà alla vita stessa. Mi spaventa. Il nostro Paese è messo molto male e non le nego che spesso sperimentiamo, ci guardiamo intorno e pensiamo anche all'ipotesi di andare a vivere da qualche altra parte nel Mondo, per i nostri figli. Stiamo valutando.

È faticoso con tre figli...

Tre figli così vicini implicano che fai mancare qualcosa a qualcuno, ma si fa quel che si può. Certo è impegnativo. Quando parti con tre figli oggi ti guardano come un pazzo in aeroporto, come a dire "questa dove si avvia"...Mi sento stanchissima, non ricordo l'ultima volta che ho dormito otto ore di fila, ma quando la mattina ci troviamo nel lettone tutti e cinque a giocare, sono felicissima. ■

LIU·JO

MILANO

NAPOLI Via Filangeri 6/7 - Via S. Lucia 163/165
GIUGLIANO IN CAMPANIA Via Roma 25
MARTINISSE C. e Campania
NOLA C. e Valerio Biondi
SALERNO C. e Vittorio Emanuele 140

LIU·JO
U O M O



ROBERTA BIAGI

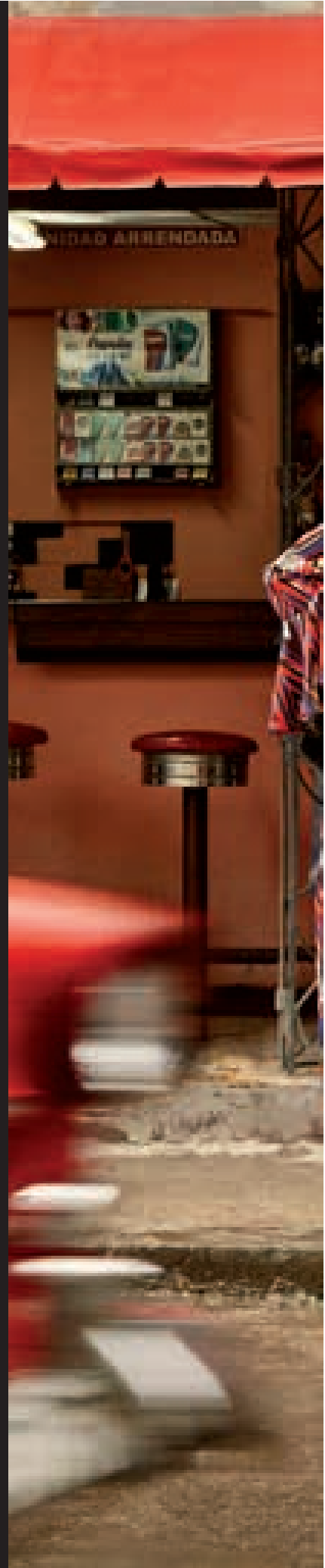
Sempre più internazionale

I fratelli Vorzillo: “Con una crescita costante del 30% all'anno arriveremo a 50 monomarca in Italia e ci espanderemo ancora di più in giro per il mondo”

DI **SERGIO GOVERNALE**
FOTO DI **NIMA BENATI**

Sempre più estero è la parola d'ordine per il brand Roberta Biagi, che crescerà anche in Italia, con l'obiettivo di avere in pochi anni cinquanta monomarca al di sotto delle Alpi. Gianluca e Roberta Vorzillo, rispettivamente amministratore delegato e stilista del marchio di moda femminile made in Naples, illustrano le novità della società di loro proprietà e del fratello Carlo.

La storia imprenditoriale della famiglia nel campo del fashion inizia negli anni '80, ma diventa Roberta Biagi più avanti, nel 2009, con la creazione del marchio oggi conosciuto in Italia e all'estero. Il brand, spiega Gianluca, è sotto la gestione e il coordinamento di Ger Outsider Holding, capogruppo che controlla anche società attive nei campi immobiliare, finanziario e dell'intrattenimento. La denominazione nasce da Roberta Vorzillo, che nella società ricopre il ruolo di stilista. “Al suo nome – spiega Gianluca – abbiamo aggiunto il cognome d'arte Biagi, che attualmente è un marchio affermato che lavora a livello nazionale con venti negozi diretti e 480 clienti e a livello internazionale con più di mille clienti. Roberta Biagi è presente in quattordici Paesi nell'Unione europea e nell'area extra Ue, quali Grecia, Portogallo, Spagna, Cina, Polonia, Russia, Lettonia, Ucraina, Romania, Francia e Germania. L'obiettivo è quello di arrivare a cinquanta monomarca in Italia con un posizionamento di alto livello: negli aeroporti, negli outlet di lusso e nei centri delle città. All'estero, invece, l'espansione sarà mag-







“ *La quotazione a Piazza Affari è nelle nostre intenzioni e inizieremo a lavorarvi nei primi mesi del 2018. D'altronde i nostri bilanci sono certificati ormai già da due anni. In alternativa potremmo lanciare un minibond con la consulenza di Frigiolini & Partners.* ”

giore, a partire ancora dal Portogallo e dalla Polonia per arrivare nel Regno Unito nei prossimi tre anni”. Il brand – tra produzione, parte commerciale e retail – ha un fatturato complessivo di quasi 20 milioni di euro registrati nel 2016. L'obiettivo è quello di mantenere una crescita annua pari al 30%. “Nel 2017 – aggiunge l'amministratore delegato – raggiungeremo quota 25 milioni, confermando l'aumento costante che abbiamo avuto negli ultimi quattro anni”.

Gianluca Vorzillo annuncia anche le novità a livello finanziario. “La quotazione di Roberta Biagi a Piazza Affari è nelle nostre intenzioni e, dopo aver prefissato parametri e obiettivi, inizieremo a lavorarvi nei primi mesi del 2018. D'altronde i nostri bilanci sono certificati ormai già da due anni. In alternativa, per finanziare la nostra crescita, potremmo lanciare un minibond con la consulenza di Frigiolini & Partners”.

Il marchio fa gola agli investitori finanziari. “Abbiamo avuto diversi avvicinamenti da parte di fondi italiani

e internazionali – rivela l'imprenditore-manager –. L'anno scorso da parte di un fondo nazionale, pochi mesi fa da uno arabo dell'Oman, ma non ci interessano”.

Il brand ha sede legale a Napoli e sede operativa nell'Interporto Campano di Nola che, con un'estensione di oltre duemila metri quadrati, accoglie la piattaforma logistica principale, gli uffici commerciali e amministrativi e i dipartimenti creativi. Conta quasi cento dipendenti diretti, trecento considerando l'indotto, e due stabilimenti: uno in Campania e l'altro a Bologna. L'azienda si avvale della maglieria di Carpi, dei tessuti di Prato, del denim del Sannio e del pellame di Solofra e dintorni.

Il processo di internazionalizzazione si evince anche dalle campagne pubblicitarie passate e da quelle in arrivo. La collezione primavera/estate ha visto protagonista Cuba, mentre quella autunno/inverno Marra-kech, in Marocco. “L'obiettivo – prosegue Gianluca – è



www.tagliatore.com

TAGLIATORE

Il processo di internazionalizzazione si evince anche dalle campagne pubblicitarie passate e da quelle in arrivo. La collezione primavera/estate ha visto protagonista Cuba, mentre quella autunno/inverno Marrakech, in Marocco.

quello di portare il marchio tramite le pubblicità in diverse aree mondiali. Il prossimo passo sarà arrivare a Dubai o alle Maldive". I prodotti, al 95% made in Italy, sono contraddistinti da materie prime di qualità e sono dedicati a una donna sofisticata ma eccentrica, ricchi di accessori. La pelle domina sia nella giubbotteria che negli accessori. "È nato tutto prima per gioco e poi per una sfida personale – rivela Roberta Vorzillo –. Il gioco è quello di abbinare tessuti e colori, prendendo ispirazione dai numerosi viaggi che ho fatto, anche se sono molto giovane (24 anni, ndr). A ogni viaggio, come gli ultimi fatti proprio a Cuba e Marrakech, ho associato capsule e collezioni. Oggi parto per lavoro e inizio dalle fantasie, che danno immagine e vita a ogni collezione Roberta Biagi. Ecco che le vacanze per gioco e svago sono diventate business. Il mio ruolo è quello di preoccuparmi di realizzare prodotti guardando a quella donna che sarò io tra dieci anni: in carriera, matura e proiettata al futuro. Il brand veste quindi donne dai 30 ai 50 anni. I palazzi multicolore di Cuba – continua l'imprenditrice – hanno ispirato la collezione primavera/estate, mentre tanti colori mescolati insieme sulla base del colore "terra", dei safari e dei tappeti di Marrakech hanno ispirato la stagione autunno/inverno 2017. In ogni collezione guardo al concetto "best seller", prodotti che le clienti acquistano di collezione in collezione e che noi proponiamo sempre per una donna alla quale piace apparire e farsi notare, che non lascia mai nulla al caso e che è molto appariscente. Mi piace andare in giro per il mondo e vedere i miei negozi che non conosco. Quando li vedo – conclude la stilista – mi danno sempre molta emozione". ■





DO

LOVE
GRAZIE MAMMA

Celebra la mamma
con gioielli in Argento Sterling 925
della tua mamma.

PANDORA

pandora nei
concessionari www.it.pandora.com

Bucchiati a partire da € 23
Anelli e collane a partire da € 39





Carpisa

Fashion ***bandiera del made in Italy***

*La moda napoletana supera i 2 miliardi
di euro di fatturato e continua
a crescere del 10% all'anno*

56

DI SERGIO GOVERNALE

I'M MAGGIO-GIUGNO 2017

Altro che luogo dell'effimero. La moda è diventata la vera bandiera del made in Italy che – con i suoi quasi 600mila dipendenti, circa 70mila aziende e un fatturato che sfiora i 90 miliardi di euro – rappresenta la seconda voce della bilancia commerciale italiana. Parola del sottosegretario allo Sviluppo economico Ivan Scalfarotto, il quale ha commentato così gli ultimi dati del commercio internazionale diffusi dall'Istat.

“Oggi il sistema moda ha fatto squadra – ha osservato Scalfarotto, ricordando che il Governo ha incrementato i fondi per la promozione del settore dai 37,4 milioni di euro del 2016 ai 45,5 milioni del 2017 –. Abbiamo sempre creduto che solo presentandoci uniti con la forza della nostra cultura, delle nostre tradizioni, delle nostre competenze e della nostra creatività possiamo vincere le sfide che la competizione globale ci impone. Quando al genio individuale si applica la giusta dose di disciplina imprenditoriale, il made in Italy non ha rivali nel mondo. Facciamo in altri settori ciò che ha fatto oggi la moda e – assicura il sottosegretario – ne vedremo i risultati in termini di lavoro e di crescita economica”.

Un comparto quindi in pieno sviluppo, soprattutto all'estero. Anche a Napoli, dove mostra numeri ancora piccoli rispetto ai campioni nazionali come Ferragamo, Gucci e Luxottica, per lo più quotati a Piazza Affari o acquisiti dai colossi stranieri, in particolare francesi. Ma di tutto rispetto, considerando che nella sostanza nessun gruppo all'ombra del Vesuvio fa parte dei big del fashion mondiale, ma è il frutto del duro lavoro e della passione di imprenditori che con tenacia stanno crescendo e conquistando sempre di più i gusti della clientela straniera. Ecco allora perché il fatturato delle imprese partenopee è arrivato a superare i 2 miliardi di euro all'anno, senza considerare però l'immenso e frammentato indotto, crescendo a un ritmo medio annuo del 10% dal 2013 in un sistema-Paese che fa invece fatica a decollare ed evidenzia tassi di sviluppo pari allo “zero virgola”.

Esaminiamo allora i principali brand napoletani e come si posizionano sui mercati internazionali. Da quelli più esclusivi – come Kiton, Isaia, E. Marinella, Eddy Monetti, Cilento 1780, Amina Rubinacci, Ulturale, Attolini, Sartoria Partenopea, Frankie Morello e Tramontano – ai brand più diffusi, come Harmont & Blaine, Yamamay, Carpisa, Fracomina, Hamaki-Ho, Dorabella, Roberta Biagi, Antony Morato, Kocca, Original Marines, Silvan Heach, Piazza Italia, Camomilla e Alcott.

Vediamo a titolo esemplificativo le caratteristiche di qualcuno di questi per capire la ricchezza dei brand partenopei. Partiamo dal gruppo Pianoforte Holding, che comprende i marchi **Yamamay**, **Carpisa** e il brand sportivo **Jaked** e che fa capo alle famiglie napoletane Cimmino e Carlino. Ebbene, il presidente Luciano Cimmino ha spiegato di recente che i tre marchi, che hanno una rete distributiva che arriva oggi a mille punti vendita in Italia e 300 all'estero, fattura circa 325 milioni di euro e ha inten-



Harmont&Blaine



Kiton



Yamamay



Hamaki-Ho

I'M MAGGIO-GIUGNO 2017



Dorabella



Roberta Biagi



Amina Rubinacci

zione di arrivare in pochi anni a un peso dell'export sulle vendite complessive pari al 50%.

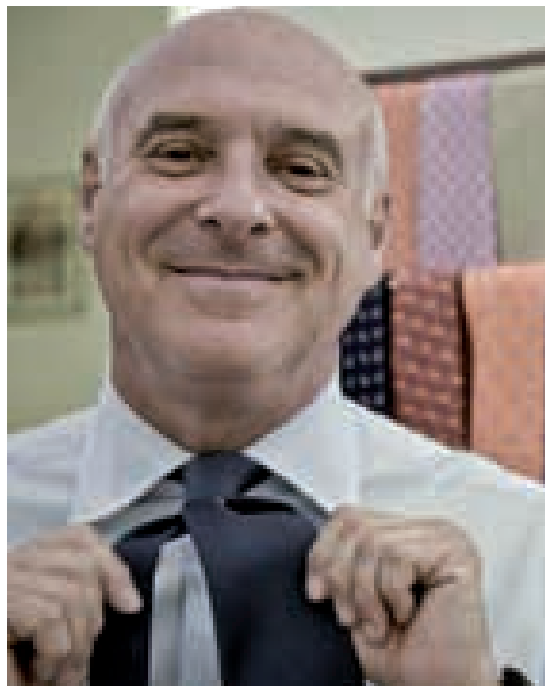
Molto internazionalizzata anche **Harmont & Blaine**, contraddistinta dal marchio del Bassotto e presieduta da Mimmo Menniti, che produce e distribuisce abbigliamento upper-casual di fascia alta destinata al segmento premium del mercato. Ha registrato nel 2016 un fatturato superiore agli 80 milioni e ha oltre 500 dipendenti diretti e più di mille nell'indotto. Il brand è fortemente riconosciuto in Italia e all'estero per la sua capacità di interpretare il Mediterranean lifestyle, con collezioni caratterizzate dall'elevata qualità e dalla costante ricerca di colori, forme e nuovi materiali che rispondano alle richieste di un consumatore internazionale sempre più attento ed esigente. Conta oltre cento punti vendita monomarca e shop-in-shop in Italia e nel mondo, tra cui a Milano, Napoli, Capri, Portofino, Parigi, Cannes, Dubai, Doha, Miami, Mexico City, Panama, Santo Domingo, Cartagena e Hong Kong.

Più o meno sullo stesso livello di fatturato **Camomilla Italia**, fashion brand di proprietà di Cmt-Compagnia Manifatture Tessili, azienda partenopea di moda e accessori femminili dallo stile tutto italiano con più di quarantadue anni di storia, che in tutto lo Stivale conta ben 212 negozi, di cui la metà diretti, e vende oltre due milioni di capi, pari a 74 milioni di euro di vendite all'anno. Il prossimo obiettivo del marchio è quello di conquistare i ricchi mercati mediorientali e quello russo.

Su un livello di giro d'affari più basso, ma non meno interessante, **Dorabella**, che si rivolge alla donna giovane in tutte le sue forme, le cui vendite sono pari nel complesso a circa 35 milioni di euro. Il brand, che fa capo all'imprenditore Armando Saggese – comparso anche nel docu-reality di Italia1 *Secret Millionaire* – non è ancora presente all'estero, ma è in forte crescita e vanta un centinaio di negozi in Italia, in particolare nel Mezzogiorno.

La classe di fatturato per **Hamaki-Ho**, **Roberta Biagi** e **Frankie Morello** oscilla invece intorno ai 15-20 milioni. I primi due marchi sono nati entrambi nel 2009, hanno sede nell'Interporto Campano di Nola e sono dedicati rispettivamente all'uomo e alla donna. Hamaki-Ho è di proprietà del gruppo Ggm Italia, mentre Roberta Biagi di Ger Out-

Il fatturato delle imprese partenopee è arrivato a superare i 2 miliardi di euro all'anno crescendo a un ritmo medio annuo del 10% dal 2013 in un sistema-Paese che fa invece fatica a decollare ed evidenzia tassi di sviluppo pari allo "zero virgola".



Marinella



VIA DEI MILLE 32 - NAPOLI

Manila Grace

sider Holding della famiglia Vorzillo. Sono molto presenti all'estero: il primo dall'Europa al Medio Oriente, fino in Giappone; il secondo dall'Unione europea ai Paesi dell'Est, fino in Cina.

Più esclusivo **Frankie Morello**, rilevato da Angela Ammaturo nel 2014 dagli stilisti fondatori Maurizio Modica e Pierfrancesco Gigliotti. Presente anch'esso nel Vecchio Continente, ha una forte presenza in Russia e Cina. Il target geografico da raggiungere è adesso a stelle e strisce: gli Stati Uniti. Dopodiché il luxury brand dovrebbe quotarsi a Piazza Affari, previo raggiungimento di vendite per 50 milioni di euro entro il 2021, come assicura l'imprenditrice napoletana.

Non hanno bisogno di presentazioni altri marchi di lusso come **Amina Rubinacci**, la regina della maglia, presente in Italia con sei boutique, quattro negli Stati Uniti, due in Svizzera, due a Mosca e quattro a Taipei, oltre che in tutta Europa tramite showroom e attraverso importatori e fiere. O **Maurizio Marinella**, re delle cravatte, titolare di un negozio a Napoli dove sono entrati capi di Stato, reali, attori, personaggi famosi e semplici cittadini, che è presente anche a Tokyo, Hong Kong e Londra, oltre che a Milano e a Roma con la nuova apertura.

Infine **Kiton**, azienda di alta sartoria maschile della famiglia Paone, con un fatturato 2016 di 115 milioni, che ha una fitta presenza all'estero, dagli Stati Uniti, all'Europa e all'Asia. Nella fattispecie, come ci tiene a precisare il vice presidente Antonio Paone: a Milano, Roma, Venezia, Capri, Londra, Parigi, Montecarlo, Monaco, Amburgo, Koeln, Dusseldorf, Zurigo, Vienna, Barcellona, Courchevel, due negozi a New York, Miami, Houston, Las Vegas, San Francisco, due a Mosca, due a San Pietroburgo, Ekaterinburg, Kiev, Baku, Astana, Tashkent, due a Tokyo, Osaka, Pechino, due a Chengdu, Shenyang, Xian, Hangzhou, Hong Kong, due a Macao, cinque a Seul, Daegu, Singapore, Ho Chi Minh, Dubai e Abu Dhabi.

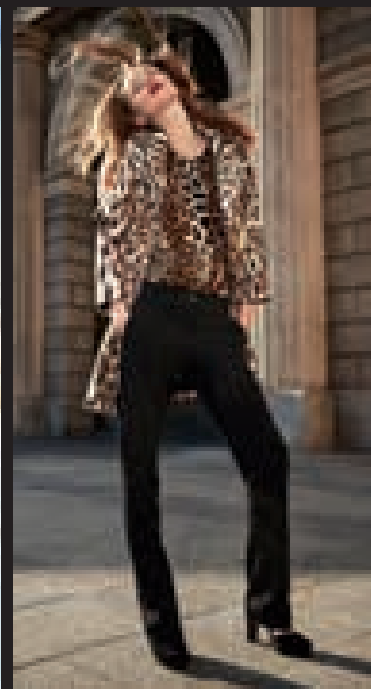
Questi sono solo alcuni dei numerosi marchi made in Naples, la cui moda continua a crescere e nel 2017 metterà a segno con ogni probabilità un altro segno più, magari ancora a doppia cifra percentuale. ■



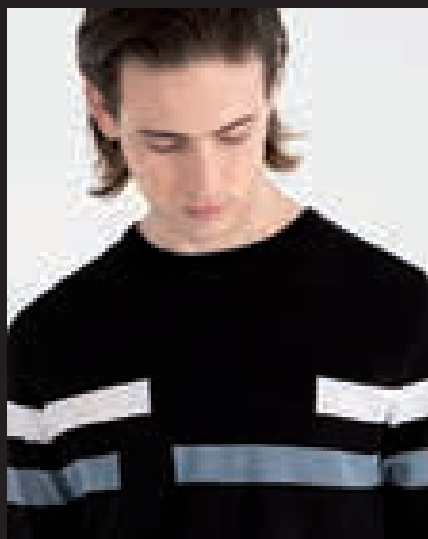
Kocca



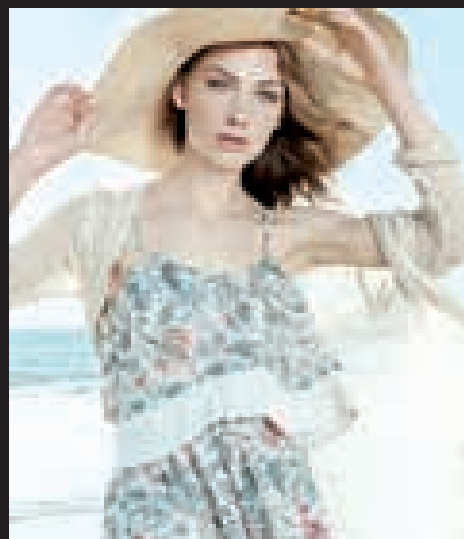
Frankie Morello



Camomilla



Antony Morato



Fracomina



E. MARINELLA

NAPOLI



FABIO DE CARO

Lo spietato “Malammore”

DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI FRANCESCO MARINO



Fabio De Caro. Nato a Napoli nel giugno 1974. Nel 2005 la prima apparizione in "Un posto al sole". Nel 2011 è tra i protagonisti di "Acab", film di Stefano Sollima. Attualmente veste i panni di "Malammore nella fiction "Gomorra".

Lui è Fabio De Caro, interprete del personaggio Malammore nella famosa serie televisiva "Gomorra". Un attore intenso, appassionato, che è stato protagonista di una delle scene più spietate della scorsa stagione: Malammore, braccio destro di don Pietro Savastano, bacia la croce e uccide una bambina. Una scena memorabile interpretata in maniera magistrale che però gli è costata cara, come lui stesso ci racconta in questa intervista. Di recente l'attore napoletano è stato al centro dell'attenzione dei media per una vicenda molto dolorosa, stavolta personale: la prematura scomparsa dell'amata moglie Laura. Gli affetti, il lavoro e la terza serie di "Gomorra" che ha girato nei mesi scorsi e che andrà in onda dopo l'estate, lo stanno aiutando a superare una delle prove più dure.

Prima di tutto una curiosità: perché il soprannome "Malammore"?

Al momento non abbiamo ancora dato al pubblico una spiegazione, verrà svelato più avanti. Questo soprannome lascia sicuramente intendere che il mio personaggio non è una persona dall'animo puro...

Questo ruolo le è costato insulti e minacce da parte di chi non ha saputo distinguere tra realtà e fiction. Come ha vissuto quei momenti?

Li ho vissuti male. Roberto Saviano una settimana prima mi aveva avvisato: "Alla fine della dodicesima puntata avrai qualche problema", riferendosi alla famosa scena in cui viene freddata una bambina. Là per là non capivo, non andavo all'idea che la realtà e la fantasia potessero fondersi fino a quel punto, invece mi sono barricato in casa per 5 giorni perché in strada venivo insultato pesantemente. Molti giornalisti ci hanno speculato e ho dovuto fare un comunicato stampa in cui dicevamo che per venti giorni non avremmo rilasciato alcuna dichiarazione. Sono stati momenti brutti perché non se la sono presa col personaggio, ma con con me persona. È stato inquietante. Pensi che un giorno un folle per strada mi ha detto: "Tu sei l'esempio che la giustizia in Italia non funziona". Ho temuto che mi desse una botta in testa.

In quell'occasione molti suoi colleghi sono intervenuti pubblicamente per difenderla, anche dai cosiddetti "flamers". Che clima c'è sul set di "Gomorra"?

Un clima bello. Credo che questo rapporto di fratellanza, soprattutto con Marco D'Amore, Fortunato Cerlino e Salvatore Esposito sia stato favorito anche dai ritmi e dall'intensità del comune lavoro. I turni di "Gomorra" non sono giornate cinematografiche normali, si lavora 13/14 ore al giorno, è un set massacrante, si girano scene pericolose assumendosi una grossa responsabilità. Siamo stati guidati in maniera eccelsa da Stefano Sollima, è stata dura sia sotto il profilo fisico che mentale.

Qual è secondo lei il segreto del successo della serie?

Sono riusciti a trasformare trenta brave persone in





“

Con “Gomorra” sono riusciti a trasformare trenta brave persone in trenta criminali, da un punto di vista cinematografico. Sono stati studiati i personaggi nei minimi dettagli, gli attori sono stati selezionati nel corso di un anno di provini.

”

trenta criminali, da un punto di vista cinematografico. Sono stati studiati i personaggi nei minimi dettagli, gli attori sono stati selezionati nel corso di un anno di provini con oltre tremila persone esaminate per trenta ruoli. Stefano Sollima ha fatto un lavoro di selezione di volti nuovi che resterà nella storia della cinematografia italiana. Dal giorno in cui ha scelto i trenta attori, sono cambiate trenta vite.

Facebook è stato veicolo di un importantissimo scambio tra lei e i suoi seguaci, quando ha dichiarato di aver perso la sua amata moglie.

Ho condiviso questa tragedia perché sarebbe venuto fuori e mi sono preso la responsabilità di farlo sapere in prima persona. Mi ha un po' aiutato ricevere quindicimila messaggi di solidarietà, avere tante persone che mi abbracciavano virtualmente. La mia è stata una tragedia devastante che ha messo a dura prova la mia vita e la mia carriera, ma bisogna andare avanti.

Che rapporto ha con la sua città natale, Napoli?

Sono nato e cresciuto al Vomero, ambiente completamente diverso da quello di "Gomorra" eppure non ignoravo il lato oscuro della mia terra. Prima Na-

poli era suddivisa in compartimenti stagni, ogni quartiere aveva una sua vita. Oggi credo che la situazione stia migliorando, Napoli sta diventando più "europea", più ospitale e si respira un'aria più serena. Certo, i problemi restano. Basti pensare alle paranze di ragazzini di cui ha parlato Saviano, piccoli criminali senza nemmeno un codice.

Molti attribuiscono la responsabilità della deriva criminale allo Stato assente. Lei come la vede?

Lo Stato è responsabile. Se ghettizza e abbandona persone in strutture fatiscenti come le Vele, loro diventano facili prede della Camorra che le assolda prendendole "per la fame". Con questo non voglio giustificare nessuno, ma lo Stato dovrebbe investire di più nella prevenzione della devianza. Ci tengo a dire che quando i grandi sono spacciati, i bambini si possono salvare e noi concittadini dovremmo essere i primi a non girarci dall'altra parte.

La sua vita dopo “Gomorra”?

La mia vita è cambiata alla fine dell'ultima puntata della prima stagione, quando sono sceso a prendere il solito caffè e mi sono trovato accerchiato da persone che volevano una foto con me. Ero disorientato, incredulo. Il salvataggio di Don Pietro Sava-





Chantecler

CAPRI

CELEBRATING 70 YEARS



www.chantecler.it

NAPPAGIOIELLI

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

stano mi aveva reso una specie di idolo, mi hanno scritto dalle carceri italiane per ringraziarmi di averlo salvato.

Nel suo futuro cosa vede?

Nel mio futuro spero ci sia il cinema, mi piacerebbe fare un film d'autore. Coltivo ancora il sogno amerciano. I registi con cui amerei confrontarmi sono Tornatore e Sorrentino, mi fanno sempre sognare con le loro pellicole.

La mondanità la affascina?

La mondanità non mi ha affatto preso, anzi la evito con tutto me stesso. Non sono un vip, non amo gli omaggi, non mi piace il jet set, anche se capisco che a volte devi partecipare a certe occasioni. A me piace recitare e tornare a casa, alle mie cose, non lo dico per piaggeria, voglio una vita comune anche se qualche volta mi ha fatto comodo essere riconosciuto. Sono riservato, di me si sa poco o nulla.

Mi hanno detto che lei è un grande tifoso del Napoli, è vero?

Tifosissimo. Le partite del Napoli incidono sul mio umore, sono capace di rinunciare a un'uscita se perdiamo. Alcuni calciatori sono miei grandi amici, mi sono anche stati vicini dopo la perdita di mia moglie. Pepe Reina è come un fratello per me, in questo periodo ho sentito che era pronto a fare qualsiasi cosa per aiutarmi.

Quali sono i suoi interessi o le sue passioni?

Mi interessa all'arte in tutte le sue forme. Leggo molto, vado a vedere mostre di pittura e fotografia e guardo molti film. Amo andare al teatro, anche se non mi piace

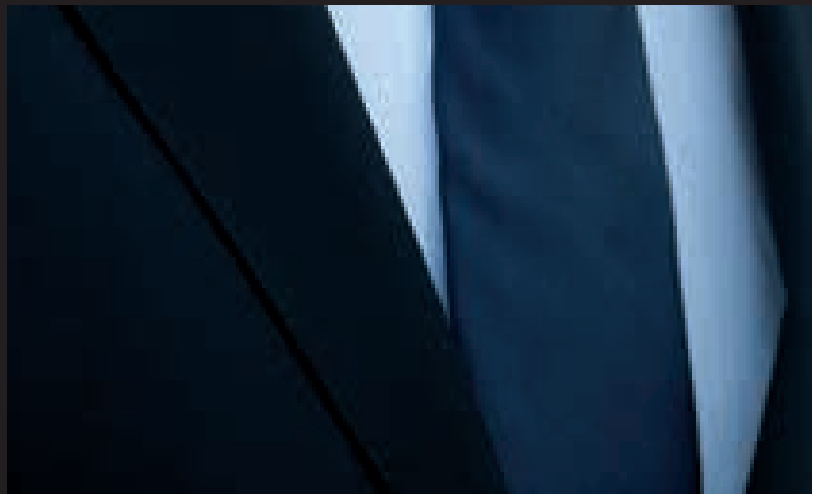


“ *La mia vita è cambiata alla fine dell'ultima puntata della prima stagione di “Gomorra”, quando sono sceso a prendere il solito caffè e mi sono trovato accerchiato da persone che volevano una foto con me. Ero disorientato, incredulo.* ”

recitarvi. Sono un sedentario, viaggio col pensiero in compagnia del buon cibo e del buon vino.

Ci può anticipare qualcosa sulla terza stagione di “Gomorra”?

La stiamo girando e dovrebbe andare in onda dopo l'estate. Ci saranno molte scene nel centro storico di Napoli e l'ingresso di tantissimi nuovi personaggi. ■



LIFE IS ABOUT MOMENTS

CLIFTON
Club

MOVIMENTO AUTOMATICO 42 MM
CARICA AUTOMATICA
www.baume-et-mercier.ch



BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1838

Isola di 1872 CARRARA (Chiusa) Via del Mare CASTELLAMMARE STABIALE (NA) / Giuseppe Farinetti MARIANO (NA)
Bianchi & Pizzani NAPOLI / Via S. Maria NAPOLI / Ettore Gioielli NAPOLI / Monetti NAPOLI / Piana NAPOLI / Corso Trionfale NOLA (NA)
Cacciari SANT'ANDREA (NA) / Piazza SANTA MARIA CAPUA VETERE (CE) / Botteghe del Cavaliere SORBENTO (NA)





RIFLESSI®

DESIGNED AND MADE IN ITALY

travetti Shanghai / wille Greya / desiderata Cutbrik Wood

store MILANO piazza Vesco 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



DECRISTOFARO

Sneaker da sogno

Leader indiscusso - nonostante il suo riserbo - nella produzione di sneaker per i brand internazionali di lusso più importanti, nonché titolare del suo marchio omonimo di sneaker, che ha sbaragliato il mercato del lusso con la scarpa sportiva gioiello, tempestata di rubini e diamanti. L'imprenditore Salvatore De Cristofaro rappresenta un chiaro esempio di com'è possibile fare impresa indipendentemente dal luogo e dalla prosperità del periodo storico. A confermarlo è la sua azienda che nel cuore del territorio campano produce incessantemente scarpe da un ventennio senza vedere crisi. La mission che ha permesso a De Cristofaro di divenire un'icona di stile a livello mondiale, è l'aver saputo conciliare la qualità eccellente della manifattura, con la ricerca del dettaglio di lusso. Una scarpa che rappresenta per molti "un sogno".

Lei ha lanciato la sneaker gioiello. Ce ne parla?

La sneaker gioiello nasce come calzatura d'elite, non commerciale, come un sogno...Di recente ci è stata commissionata da un membro della famiglia reale dell'Arabia Saudita.

Come fa a prevedere le tendenze che verranno?

Basta avere un pò di sensibilità, guardarsi intorno tra Londra, New York e quartieri popolari.

Sono sempre le donne ad avere il primato di "shoes addicted"?

No, ormai anche gli uomini.

Cosa pensa dell'e-commerce?

Ha sicuramente degli aspetti positivi per quanto riguarda le vendite ed il conseguente aumento del fatturato, ma a mio avviso per i prodotti di fine manifattura è essenziale che si tocchino con mano per apprezzarne la qualità.

La forza di un'azienda secondo lei.

L'azienda è composta innanzitutto dagli uomini che ci lavorano, poi dalla tecnologia, ed infine dai muri. Credo sia chiaro il concetto...



“ È importante la formazione ai fini del progresso. La squadra è invitata ad imparare teoricamente e poi praticamente le nuove tecniche ed eventualmente a proporre iniziative finalizzate al miglioramento delle procedure di lavorazione. ”

Che tipo di capo è per i suoi dipendenti?

Tutto nasce dal mio concetto d'azienda, che non è "verticistico". Io cerco sempre di coinvolgere e motivare il team per il conseguimento di obiettivi comuni.

Per lei è molto importante la formazione del personale...

È importante la formazione ai fini del progresso, per questo è di vitale importanza. La squadra è invitata ad imparare teoricamente e poi praticamente le nuove tecniche ed eventualmente a proporre iniziative finalizzate al miglioramento delle procedure di lavorazione.

Investire in Campania è da coraggiosi?

Come per il resto dell'Italia. È una sfida a cui tengo particolarmente.

Ha mai pensato di spostare la sua attività altrove?



*Lusso è un concetto tanto assoluto quanto relativo.
Si concreta in un alto tenore di vita, che significa avere
beni e servizi che lo rendono inevitabilmente desiderabile.
Lusso, infatti, è ogni bene che si distingue per la sua intrinseca
bellezza, che lo rende sofisticato, inimitabile e prezioso.*





Amina Rubinacci

NAPOLI - CAPI - FORTI DEI MARMI - AGLIANO - ROMA - VERGA



“

*L'importanza dell'impegno che si mette nelle cose
è direttamente proporzionale alla importanza
dell'obiettivo da raggiungere.
Più esso è ambizioso, più richiede impegno.*

”

No, sempre e solo fedele al made in Italy.

Crede ancora che il made in Italy faccia la differenza?

È il valore aggiunto del prodotto in quanto garantisce qualità e savoir faire.

I suoi figli hanno studiato all'estero. Torneranno a Napoli per seguire l'azienda?

Mio figlio Luca già dirige una delle aziende del gruppo e Chiara si occupa delle risorse umane.

Cosa prevede per la sneaker che verrà?

Una sneaker tendente sempre più al gusto italiano.

Diamanti rubini e disegnatori esclusivi nelle sue precedenti collezioni. Cosa aggiungerà alle prossime creazioni?

È ancora top secret!

I giovani di oggi sono ammaliati dai "soldi facili". Conta ancora la gavetta?

L'importanza dell'impegno che si mette nelle cose è direttamente proporzionale alla importanza dell'obiettivo da raggiungere. Più esso è ambizioso, più richiede impegno. L'improvvisazione è una mera illusione. Dietro la durezza di un progetto c'è sempre l'impegno.

Oltre al brand De Cristofaro, la sua azienda è la prescelta dai brand internazionali di lusso per la produzione di sneaker. Cosa porta loro ad affidarsi a lei?

Qualità, servizio, investimenti importanti su persone, strutture e macchinari.

Il suo concetto di lusso?

Lusso è un concetto tanto assoluto quanto relativo. Si concreta in un alto tenore di vita, che significa avere beni e servizi che lo rendono inevitabilmente desiderabile. Lusso, infatti, è ogni bene che si distingue per la sua intrinseca bellezza, che lo rende sofisticato, inimitabile e prezioso. ■



HAMAKI-HO



SANTA MARIA DI CASTELLABATE

*Un gioiello nel cuore
del Cilento*



Il percorso in salita termina all'imponente Castello di Sant'Angelo che fu costruito, nel 1123, su iniziativa dell'abate Costabile Gentilcore per proteggere gli abitanti dalle scorrerie saracene. Dopo la sua morte il fortilizio fu dedicato dalla popolazione al suo ideatore, dando origine al toponimo attuale del comune "Castrum Abatis" poi Castellabate.

Da punta Tresino a punta Licosa, si erge sontuoso il borgo marinaro di Santa Maria di Castellabate, impregnato di fascino antico e di suggestive tradizioni che si sposano con un mare venato d'incanto.

Il piccolo villaggio di pescatori, definito uno dei borghi più belli d'Italia, rappresenta la frazione più popolosa del comune di Castellabate e ancora conserva le caratteristiche casette in rosa antico e giallo ocra con le persiane verdi. Il suo territorio, che rientra interamente nel Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, è stato dichiarato nel 1998 patrimonio mondiale dell'umanità dall'Unesco ed è la sede dell'area marina protetta dal 2009.

Dagli anni Settanta del secolo scorso, proprio grazie alla limpidezza delle sue acque e all'amichevole clima del vivere quotidiano, Santa Maria di Castellabate ha conosciuto una graduale trasformazione in centro turistico balneare, ricevendo diversi riconoscimenti quali la "Bandiera Blu" e la "Bandiera Verde". Considerando l'enorme bellezza che il suo paesaggio custodisce, non si fa davvero fatica a comprendere come questo autentico set naturale abbia ispirato l'ambientazione dell'esilarante commedia cinematografica "Benevenuti al Sud", che ha avuto un grosso seguito in tutta Italia e ha portato il territorio velocemente alla ribalta nazionale.

Sin dall'arrivo in questo piccolo angolo di paradiso, tutto assume i contorni di un film bellissimo di cui non si vorrebbero mai vedere i titoli di coda. Lungo la strada che conduce a Castellabate, circondata da un paesaggio agreste avvolto nel verde di una fitta vegetazione, si scorge da lontano, arroccato sul Colle Sant'Angelo, il centro storico. Ben cinque sono gli accessi alla cittadina, quello principale è dal Belvedere di San Costabile: una straordinaria terrazza a picco sul mare dalla quale si possono ammirare scorci del golfo di Salerno, Ischia e Capri. Proprio davanti a questo scenario mozzafiato, Gioacchino Murat, che nel 1811 visitò la cittadina e fu ospite a palazzo Perrotti, pronunciò la famosa frase "Qui non si muore". Il borgo medievale, le cui viuzze si allungano da piazza 10 ottobre 1123, presenta una successione di archi, slarghi, gradinate, scorci pittoreschi e case in



pietra grigia che si alternano, in un gioco affascinante, ai palazzi gentilizi. Il percorso in salita termina all'imponente Castello di Sant'Angelo che fu costruito, nel 1123, su iniziativa dell'abate Costabile Gentilcore per proteggere gli abitanti dalle scorrerie saracene. Dopo la sua morte, avvenuta in odore di santità, il fortilizio fu dedicato dalla popolazione al suo ideatore, dando origine al toponimo attuale del comune "Castrum Abatis" poi Castellabate. Al Castello si possono visitare alcune stanze e i sotterranei che, secondo alcune leggende, servivano per raggiungere le frazioni marine e permettere così la fuga degli abitanti in caso di invasioni. Usciti dal Castello l'itinerario si snoda verso i due borghi a mare di San Marco e di Santa Maria. La località di Santa Maria di Castellabate un tempo era conosciuta anche come Castellabate Marina o Castellabate Inferiore, prima di assumere l'attuale toponimo dal nome dell'ottocen-



Il limitrofo centro di San Marco di Castellabate è sede del porto comunale e dell'antica città romana di Erculia che fu un importante scalo per le imbarcazioni dirette al porto di Miserno e base militare per la flotta imperiale romana.

tesco complesso di Santa Maria a Mare. Quest'ultimo sorge, incastonato tra le antiche abitazioni, in via Landi ed è raggiungibile attraverso il lungomare. Da varie generazioni, si tramanda che nei primi anni dell'Ottocento alcuni pescatori trovarono nelle acque della marina una statua lignea di una madonna con bambino, probabilmente gettata in mare da una nave che rischiava di affondare per l'eccessivo carico. Alla vergine ripescata dal mare fu dedicata la chiesa del paese e, dal 1836, la tradizione vuole che siano proprio i pescatori di Santa Maria di Castellabate a portare la statua a spalla in processione il 15 agosto, giorno della sua ricorrenza. Nel centro urbano, tra il verde di ogni tonno e sfumatura e i campi che un tempo ospitavano il vigneto, si trova l'ottocentesca Villa Matarazzo, luogo di ristoro estivo del conte Francesco Matarazzo uno dei più importanti industriali a livello mondiale, emigrato in



Shop online camomillaitalia.com | info: franchising@camomillaitalia.com | 800.895.895

WOMEN
NEVER STOP

CAMOMILLA
italia



San Marco è nota anche per la sua necropoli romana composta da circa centocinquanta tombe scavate nell'arenaria, ornate da epigrafi e corredi funebri che sono stati recuperati e conservati nel Museo Archeologico di Paestum.

Brasile nel 1881. La tenuta, acquistata dal parco del Cilento nel 1990, ospita il Museo del Mare che racconta la storia della città e del suo rapporto con il mare, attraverso un articolato percorso espositivo di reperti archeologici rinvenuti nelle acque circostanti e numerose cartine geografiche usate dall'industriale in occasione dei suoi tanti viaggi. Nei mesi estivi i locali del museo sono animati da spettacoli musicali ed ospitano l'evento "Libri meridionali", un'importante vetrina dell'editoria del Sud. La storica pineta della Villa, da pochi anni, è stata adibita a parco giochi per bambini ma è anche un luogo di svago, di incontro, di ricreazione e riposo per tutte le fasce d'età.

Degno di nota è anche il principesco Palazzo Belmonte costruito nel 1733 per la famiglia dell'attuale Principe, Angelo Granito Pignatelli di Belmonte. In passato è stato anche scelto come residenza di caccia dai Re di Spagna e d'Italia, oggi è un'elegante location per eventi e in un'ala privata vi abitata il Principe.

Ma l'autenticità di questo centro si esprime attraverso la costa che, bagnata da un mare cristallino, presenta un'alternanza di scogliere, calette naturali, grotte marine e spiagge di sabbia dorata, come la spiaggia del Pozzillo, immersa tra il verde dei pini, quella di Marina Piccola e di Punta dell'Inferno. Imperdibile è la passeggiata che porta alla costruzione ad archi nel grazioso porticciolo "delle Gatte" dove sono ospitate piccole imbarcazioni per la pesca e un'atmosfera che sembra ferma ad un tempo remoto

d'intima semplicità. Proprio qui, sotto la struttura ad archi, si trova il ristorante "Le gatte", uno dei punti di ritrovo più frequentati dai giovani.

Proseguendo, ci si può spostare verso il limitrofo centro di San Marco di Castellabate, sede del porto comunale e dell'antica città romana di Erculia che fu un importante scalo per le imbarcazioni dirette al porto di Miserno e base militare per la flotta imperiale romana. San Marco è nota anche per la sua necropoli romana composta da circa centocinquanta tombe scavate nell'arenaria, ornate da epigrafi e corredi funebri che sono stati recuperati e conservati nel Museo Archeologico di Paestum. Al molo è possibile noleggiare un'imbarcazione e approdare sull'isola di Punta Licosa, sulla quale è collocato il faro e i resti di una villa romana. Il toponimo dell'isoletta deriva dal nome della leggendaria sirena Leucosia, una di quelle mitiche sirene raccontate da Omero che con il loro canto melodioso ammaliavano i marinai e dalle quali Ulisse si salvò legandosi saldamente all'albero della nave. Secondo il poeta greco, la sirena Leucosia scelse l'isola come sua dimora e fu qui sepolta, dopo essersi lasciata morire per amore di Ulisse. Inoltre, si racconta che sull'isoletta, un tempo, esistesse l'antico tempio dedicato proprio alle sirene. Il mito ha alimentato nei secoli la fantasia popolare, tant'è vero che nella bella basilica collegiata parrocchiale si conserva una preziosa tavola di artista ignoto del XVI secolo, raffigurante l'arcangelo Michele che ha abbattuto e vinto il diavolo con le sembianze di una sirena. ■

A fashion advertisement for Albano featuring a woman with long, wavy blonde hair. She is crouching in a white, minimalist space with gold paint splatters on the walls and floor. She is wearing a black strapless crop top, a black leather skirt with a gold belt, and black high-heeled sandals with crisscrossing straps. A gold necklace is also visible. A semi-transparent gold banner across the middle of the image contains the brand name.

ALBANO

LIU:JO



Caterina Balivo. Nata a Napoli il 21 febbraio 1980. Nel 1999 si aggiudica il terzo posto a Miss Italia. Nel 2005 conduce le puntate speciali di "Linea verde" ed inizia la sua avventura di "Festa italiana". Nel 2010 è la mattatrice del pomeriggio di Raidue con la trasmissione "Pomeriggio sul 2". Dal 2013, sempre su Raidue conduce il programma "Detto fatto".

CATERINA BALIVO

*Aspetto bon ton,
ma no “politically correct”*

DI ILARIA CARLONI

FOTO DI COSIMO BUGCOLIERI

Concreta, diretta, senza mezzi termini e giri di parole. Con quel sano realismo tipico dei napoletani. È Caterina Balivo, una delle conduttrici più eleganti e semplici del panorama televisivo. Al timone di "Detto fatto", trasmissione Rai che raccoglie sempre più consensi di anno in anno, e di una famiglia - allargata - ed ancora in espansione, con l'attesa della femminuccia di casa...

"Detto fatto" sta vivendo un periodo molto positivo. È soddisfatta?

Moltissimo, anche perché è una mia creatura, nata

con me cinque anni fa, che ha avuto la fortuna di crescere con un team di autori fantastici capitanati da Tania Nucera.

Otto ore al giorno di registrazione più tutto il resto. Come fa a conciliare?

A volte infatti vado in affanno e mi sento un po' avvilita, ma diciamo che c'è di peggio nella vita!

C'è stato un periodo buio nella sua carriera, in cui è stata lontana dalla tv per qualche anno. Come ha affrontato quel momento?

Lavoravo in un programma radio con Alfonso Signorini (mi sono divertita tantissimo), un bambino

dentro di me che cresceva ed il mio libro "Tutti quanti abbiamo un angelo" da promuovere, edito da Rizzoli, che in breve tempo è diventato un best seller... diciamo che non mi sono scoraggiata!!!

L'incontro con suo marito Guido Maria Brera è stato rivoluzionario nella sua vita, dandole la stabilità di una famiglia ed un figlio. Se lo aspettava? Era nei piani?

No!!!! Pensavo che sarei stata sempre fedele solo a me stessa e invece... lui mi ha rapita!

Cosa l'ha conquistata di lui?

Che è figo dentro e fuori !

Adesso l'annuncio di una seconda maternità che porterà una femminuccia. Cosa si aspetta da questa nuova esperienza? Come vive la gravidanza? Riesce facilmente a lavorare stando incinta?

La gravidanza non è uno stato di grazia come molte dicono. Faccio fatica e anche le forze non sono più quelle di prima, mentre nel mio lavoro i ritmi restano gli stessi, ma per fortuna smetterò di lavorare al settimo mese e quindi potrò godermi la maternità.

Che ragazzina è stata? Quali erano i suoi sogni?

Mi è sempre piaciuto il mondo della comunicazione e quindi il sogno era di diventare una giornalista televisiva.

Da Aversa a Miss Italia nel 1999. Era determinata ad affermarsi? I suoi genitori l'hanno appoggiata o volevano altro per lei?

Mhhh volevano che studiassi, che mi laureassi e che vivessi vicino a loro. Diciamo che alla fine hanno accettato il contrario di tutto.

Due sorelle minori, una medico, l'altra architetto. L'hanno vissuta come una presenza ingombrante, o non c'è mai stata rivalità tra voi?

Proprio perché ognuna aveva il suo obiettivo non c'è mai stata rivalità tra noi. Io amo le mie sorelle. Con Sarah (l'architetto di moda) abbiamo lanciato una linea



“

Aversa mi ricorda l'infanzia e l'adolescenza: le scorrazzate in bicicletta nel cortile di nonno Emilio... mi divertivo come una matta! I ricordi di Napoli sono legati alla maggiore età con le discoteche e l'università all'Orientale. Amavo frequentare i corsi pomeridiani che sfociavano in aperitivi danzanti nel centro di Napoli.

”





“

Sono una madre e moglie sicuramente presente ma, diciamolo, anche un po' ingombrante e gelosa. Nell'essere mamma rivedo in me molte caratteristiche della donna del Sud.

”

di scarpe che si chiama Madame Cosette. Per ora la vendita è on-line e lei sta ricevendo molti apprezzamenti come stilista, il prossimo inverno arriveranno anche in alcuni top store. Se dovesse aver successo lo vivrei come se fosse mio.

La sua gavetta è stata una veloce ascesa: si sente più brava o più fortunata?

Mi sento tanto vecchia (ride ndr)! A parte gli scherzi mi guardo indietro e questi 18 anni sono davvero volati.

Viene da una famiglia semplice di genitori insegnanti. Quanto la notorietà e l'indipendenza economica hanno cambiato la sua vita?

Tanto, perché ti senti più sicura e sai che puoi aiutare chi ami nel caso ci fosse bisogno.

Un ricordo dell'infanzia.

Le mie scorrazzate in bicicletta nel cortile di nonno Emilio...mi divertivo come una matta!

Il rapporto con la sua città natale, Aversa, e con Napoli.

Infanzia e adolescenza la prima, la maggiore età la seconda, con le discoteche e l'università all'Orientale. Amavo frequentare i corsi pomeridiani che sfociavano in aperitivi danzanti nel centro di Napoli.

In quale aspetto del carattere è una "terrona"?

Nell'essere mamma. Rivedo in me molte caratteristiche della donna del Sud.

È stata una carta vincente o penalizzante essere una ragazza "perbene"?

Vincente senza dubbio! Grazie mamma, grazie papà!

Ha affermato che non ci si



i'M MAGGIO-GIUGNO 2017





mar. 29/03

PENÉLOPE CRUZ

CARPISA

www.carpisa.com



“*La gravidanza non è uno stato di grazia. Faccio fatica e anche le forze non sono più quelle di prima, mentre nel mio lavoro i ritmi restano gli stessi, ma per fortuna smetterò di lavorare al settimo mese e quindi potrò godermi la maternità.*”

completa con la maternità, e che sarebbe stata felice anche senza figli. È certa di questa affermazione?

Sì, perché è solo grazie al vero amore che si può puntare ad avere una famiglia e a dare amore a dei figli.

Si è definita una ribelle anche in un profilo sui social. Ribelle in che senso?

Non mi piace la retorica, il “politically correct” mi sta scomodo e mi annoiano le frasi fatte.

Che tipo di madre è? E di moglie?

Sono una madre e moglie sicuramente presente ma, diciamolo, anche un po' ingombrante e gelosa.

La sua è una famiglia allargata perché suo marito ha già due figli da un precedente matrimonio. Che rapporto ha con loro?

Per fortuna buono, loro sono proprio dei bravi ragazzi, molto intelligenti, e poi li ho conosciuti che erano piccini e questo mi ha avvantaggiata.

I'M? Io sono?

Caterina Balivo from Aversa. ■

A full-page advertisement for the Police brand. It features Neymar Jr. and a woman in a close, intimate pose. Both are wearing dark sunglasses. The woman is on the left, wearing a dark leather jacket. Neymar Jr. is on the right, wearing a dark blazer over a light blue shirt. He has a tattoo on his neck and is making a hand gesture. The background is a plain, light color. The text "#POLICELIFESTYLE" is in the top right. "NEYMAR JR for" is centered above the large, metallic "POLICE" logo at the bottom. On the far left edge, there is small vertical text: "© 2014 Police S.p.A. - Milano" and "0014 310".

#POLICELIFESTYLE

NEYMAR JR
for

POLICE

© 2014 Police S.p.A. - Milano
0014 310

A full-page advertisement for the Police brand featuring Neymar Jr. and a woman. They are both wearing sunglasses and leather jackets, looking intensely at each other. The background is a plain, light-colored wall. The text "#POLICELIFESTYLE" is in the top right. "NEYMAR JR for" is centered above the large "POLICE" logo at the bottom. Vertical text on the left edge reads "© 2014 Police S.p.A. - Milano".

#POLICELIFESTYLE

NEYMAR JR
for

POLICE

© 2014 Police S.p.A. - Milano

A full-page advertisement for the Police brand featuring Neymar Jr. and a woman. They are both wearing sunglasses and leather jackets, looking intensely at each other. The background is a plain, light-colored wall. The text "#POLICELIFESTYLE" is in the top right, and "NEYMAR JR for POLICE" is at the bottom center. On the far left, there is small vertical text: "© 2014 Police S.p.A. - Milano (Italy) - www.police.it".

#POLICELIFESTYLE

NEYMAR JR
for
POLICE

© 2014 Police S.p.A. - Milano (Italy) - www.police.it

MARCO BICEGO


ERRICO
GIOIELLI





Napoli e il cinema

I set di ieri e di oggi



Totò e Peppino de Filippo

Numerosi sono gli angoli di Napoli che hanno, in tempi diversi, fatto da sfondo ai cult-movie Italiani: il Rione Sanità, il Palazzo dello Spagnolo, Piazza del Gesù Nuovo, Castel Nuovo, le scale di via Crispi, Scampia.

DI FILOMENA DIANA

Il cinema, fin dai suoi primordi, ha sempre guardato con un notevole interesse alla città di Napoli per la bellezza dei suoi panorami, per il carattere eclettico e complesso della sua gente, e per i riti, le usanze e le tradizioni che costituiscono il particolarissimo folklore partenopeo. Napoli offrì, infatti, alla prima stagione realistica del cinema muto dei primi decenni dello scorso secolo, un bacino di potenzialità infinite da interrogare e sviluppare.

Tra i famosissimi "dal vero" girati a Napoli in quegli anni è impossibile non ricordare **"L'Eruzione del Vesuvio"** di Roberto Troncone, con riprese fatte in tempo reale dalla Circumvesuviana di Torre Annunziata e Ottaviano. Ma siamo solo all'inizio di quell'interesse mai estinto che la nostrana "montagna che fuma", così come viene definita nel lungometraggio **"Il Grande Ammiraglio"**, suscita negli appetiti di quel cinema, hollywoodiano e non solo, che guarda con entusiasmo ai grandi cataclismi e predilige le regioni

italiane come proscenio delle sue epopee. Ma il mito della città partenopea non si esaurisce certo in questi sfarzi naturalistici poiché tanti sono stati gli approdi di celebri registi stranieri che hanno deciso di ambientare i loro kolossal a Napoli, per coglierne il suo aspetto incredibilmente lirico e romantico. Così un pubblico mondiale sognò sulle immortali immagini della storia d'amore tra Cleopatra e Marco Antonio nel pluripremiato **"Cleopatra"** di Mankiewicz: tutto accadde sullo sfondo dei magnifici colori di Ischia, galeotto dell'amore (reale) tra Liz Taylor e Richard Burton. Si cambia totalmente registro se si pensa, invece, agli esperimenti neorealistici che a Napoli seminarono un grandioso successo e sul cui panorama regna sovrano Rossellini con il suo **"Paisà"**. Il film catapulta gli spettatori nella parte "stretta" della città, fatta di vicoli, di miseria, di quel frenetico e, al contempo, compassionevole mondo degli "scugnizzi". Non raramente accade che la "napoletanità" si impone all'immaginario collettivo come sinonimo di comicità, e questo grazie anche all'imponente contributo di Antonio De Curtis, Totò, le cui pellicole hanno consacrato alcuni luoghi della città resi parte integrante dei suoi geniali imbrogli e continui qui-pro-quo, in un teatro cittadino altrettanto altisonante e vivace. Numerosi sono gli angoli di Napoli che hanno, in tempi diversi, fatto da sfondo ai cult-movie Italiani. Proviamo ad elencarne alcuni tra i più famosi: il Rione Sanità, non solo quartiere nativo del grandissimo Totò e sua primaria fonte di ispirazione, ma sfondo di pellicole dal calibro de **"L'oro di Napoli"** del 1954, diretto da Vittorio de Sica, affiancato ad un



Ischia - Cleopatra



Rione Sanità - L'oro di Napoli



Il grande Ammiraglio

Il cinema, fin dai suoi primordi, ha sempre guardato con un notevole interesse alla città di Napoli per la bellezza dei suoi panorami, per il carattere eclettico e complesso della sua gente, e per i riti, le usanze e le tradizioni che costituiscono il particolarissimo folklore partenopeo.

cast da capo giro tra cui spicca, accanto alla Mangano ed Eduardo de Filippo, il nome di Sophia Loren che, nell'episodio **"Pizze a credito"**, si presenta alle prese con la gestione della sua Pizzeria a Materdei. Lo stesso Totò, attore nel primo episodio della fortunata pellicola, veste i panni del guappo del Rione, Don Saverio Petrillo. Un'emblematica risonanza cinematografica acquista il Palazzo dello Spagnolo, costruzione ardita ad opera dell'architetto Sanfelice, collocato nel quartiere e set di numerosi film come **"Giudizio Universale"** e **"La pelle"**. Recentemente il quartiere ha ospitato le telecamere di Madiaset per la realizzazione della miniserie **"O professore"** con Sergio Castellitto e la sua difficile scolaresca. Piazza del Gesù Nuovo: la famosissima piazza nota per la guglia dell'immacolata è stata spesso scelta da grandi registi. È ancora il caso di un altro episodio tratto da **"L'Oro di Napoli"**, **"I Giocatori"**, nonché del film **"Pacco, contropacco e doppiopacco"** di Nanni Loy. E come non citare **"Matrimonio all'Italiana"** e, ancora una volta, la Loren nella celeberrima trasposizione filmica della **"Filumena Marturano"** quando, accanto al donnaiolo Soriano/Mastroianni, spalancando le finestre dello storico Palazzo Pandola, ci permette di tuffarci in quei memorabili scorci della piazza. Nello stesso Palazzo è stata girata, nel 2007, la miniserie **"Giuseppe Moscati"**, con la magistrale interpretazione di Beppe Fiorello. Castel Nuovo: il monumento più rappresentativo di Napoli e set prediletto da Nanni Loy per le prime scene della rocambolesca e grottesca vicenda dei protagonisti di **"Mi manda Picone"**. Le scale di via Crispi: impossibile percorrerle senza ricordare il mitico Lello Arena e le sue pene d'amore nel capolavoro del grandissimo Massimo Troisi, **"Scusate il ritardo"**. Una scena, quella della pioggia battente sullo sfortunato Romeo napoletano che sfoga la sua delusione sulle rampe del quartiere di Chiaia, che è ormai un cult al punto da far guadagnare a questo angolo della città l'intitolazione a Massimo Troisi.

Nel 2008, rileggendo il best seller di Roberto Saviano, Matteo Garrone riprende le storie del maleaffare dei quartieri di Scampia e le imprime nel suo **"Gomorra"**, ispirando la fortunatissima serie omonima, girata nei medesimi luoghi. Oggi Napoli e le sue disincantate periferie si trasformano sempre più spesso in set cinematografici per quello che è il filone inaugurato, alla fine degli anni ottanta, da **"Il Camorrista"**, sulla figura di Raffaele Cutolo con la regia di Giuseppe Tornatore.

Ma Napoli è ancora per molti artisti d'oltreoceano l'isola che non c'è e nel 2010 Rayan Murphy conduce la diva hollywoodiana Julia



Piazza del Gesù - Pacco, doppio pacco e contropaccotto



Piazza del Gesù - Matrimonio all'italiana

Le scale di via Crispi: impossibile percorrerle senza ricordare il mitico Lello Arena e le sue pene d'amore nel capolavoro del grandissimo Massimo Troisi, "Scusate il ritardo".

Una scena, che è ormai un cult al punto da far guadagnare a questo angolo della città l'intitolazione a Massimo Troisi.



via Crispi - Scusate il ritardo

VALENTINO
HANDBAGS

© 2011 Valentino S.p.A. All rights reserved. Valentino S.p.A. - Via del Corso, 110 - 00187 Roma - Italy





Procida - Il talento di Mr Ripley



Pizzeria Da Michele - Mangia, prega, ama

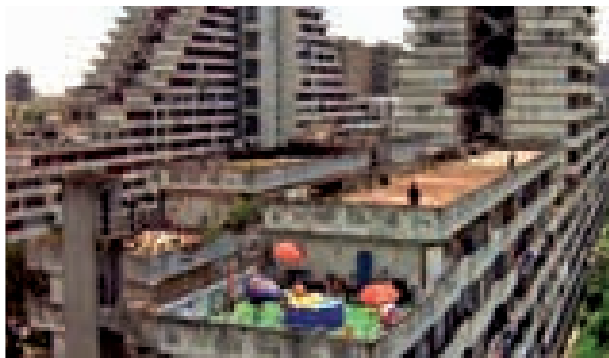
Nel 2010 Rayan Murphy conduce la diva hollywoodiana Julia Roberts nel vivo delle sue strade, "alla ricerca della felicità", inseguendo quei tre imperativi morali che solo il calore di Napoli sa ispirare e che danno il titolo al film: "Mangia, prega, ama".

Roberts nel vivo delle sue strade, "alla ricerca della felicità", inseguendo quei tre imperativi morali che solo il calore di Napoli sa ispirare e che danno il titolo al film: **"Mangia, prega, ama"**. Così la diva che mangia a quattro mani la sua fetta di margherita ne L'Antica Pizzeria da Michele è diventata un'immagine impressa nella memoria collettiva. Ancora una Napoli turistica è quella che ci viene mostrata ne **"Il talento di Mr Ripley"** girato a Procida, nella cui soleggiata e poetica intimità, già esplorata ne **"Il Postino"** con Massimo Troisi, Matt Damon, Jude Law e Gwyneth Paltrow si immergono nell'intrigante thriller.

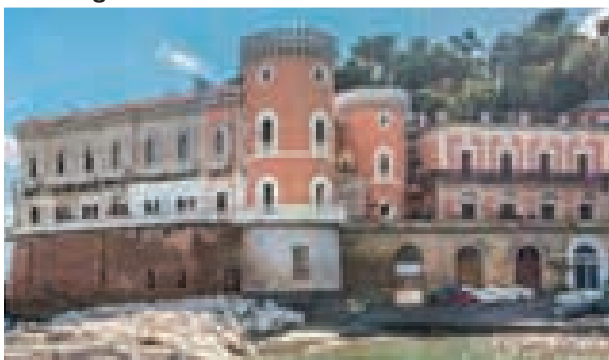
Facendo un breve salto dal grande schermo all'affascinante mondo delle serie Tv, Napoli può vantare la prima soap di produzione italiana della storia. Parliamo ovviamente dell'appuntamento quotidiano che da quasi 20 anni si ha con la grande famiglia di **"Un posto al Sole"**. Fin dal 1996 infatti le vicende dei protagonisti di questa soap tra le più eterogenee e versatili del panorama seriale italiano, ci hanno trasportato in tutti i luoghi di Napoli: dalle piazze più celebri agli angoli più ricercati, diramandosi dai panorami mozzafiato di Palazzo Palladini e le sue splendide viste sul mare di Posillipo e sul Vesuvio.

Ultimo - ma solo per mere questioni cronologiche - il capolavoro "made in Naples" è sicuramente **"I bastardi di Pizzofalcone"**. Sei episodi tratti dagli appassionanti scritti di Maurizio De Giovanni il cui set è stato allestito in pieno centro antico: tra piazza San Domenico Maggiore, via Nilo, San Gregorio Armeno e San Biagio dei Librai, con tappa anche a palazzo Marigliano.

Insomma, il cinema di tutti i tempi, cavalcando le ispirazioni di una città dalle mille sfaccettature come Napoli, ha cucito sulle sue trame immagini intramontabili che ancora oggi recano lustro a luoghi che da sempre affascinano, inquietano, sorprendono. ■



Secondigliano - Gomorra



Palazzo Palladini - Un posto al Sole



Centro storico di Napoli - I bastardi di Pizzofalcone



ROBERTA BIAGI
ROBERTABIAGI.COM



La riscoperta della cultura

*In pole position
la Campania e i suoi musei*

100

DI LISA COLA

I'M MAGGIO-GIUGNO 2017



*Il Bel Paese ha incrementato nel 2016 i visitatori nei luoghi d'arte, fino a 44 milioni di presenze. La Campania occupa, con più di otto milioni di visitatori, il primo posto, seguita dal Lazio. Nella **top ten** della classifica italiana, troviamo gli **scavi di Pompei**, seguiti dalla **Reggia di Caserta**.*

Ogni viaggio nell'arte può essere considerato un viaggio dell'anima, capace di alimentare e risvegliare una trama di emozioni e sensazioni spesso soggiogate da una realtà sorda ai richiami della cultura. Se questo è vero, sono allora confortanti i dati forniti dal ministro Dario Franceschini, responsabile del Dicastero per i beni culturali dell'Italia. Il Bel Paese ha infatti incrementato nel 2016 i visitatori nei luoghi d'arte, fino a 44 milioni di presenze. La sorpresa più eclatante è che la Campania occupa, con più di otto milioni di visitatori, il primo posto, seguita dal Lazio. Nella top ten della classifica italiana, troviamo gli scavi di Pompei, seguiti dalla Reggia





Reggia Di Caserta



Museo Archeologico di Napoli

di Caserta che tornata in auge dopo anni difficili, vanta oggi circa duecentomila unità in più nel suo pubblico. Undicesimo, tredicesimo e diciassettesimo posto, sono rispettivamente occupati del Museo Archeologico di Napoli, il cui Direttore Paolo Giulierini si è reso fautore di incalzanti campagne promozionali incentivate dai lavori di restauro nonché dalla splendida mostra sugli Egizi, dagli scavi di Ercolano che hanno incrementato i visitatori in concomitanza a Pompei, quasi si trattasse di un viaggio itinerante, ed infine dagli scavi di Paestum.

Numeri positivi anche per il Museo Duca di Martina a Napoli, nonché per il Museo di Capodimonte. Nei trenta siti presi in considerazione c'è anche la Grotta Azzurra di Anacapri.

Last but not least, come dicono gli inglesi, gli scavi di Pompei. Luogo di suggestioni e fascino per antonomasia, l'incremento dei turisti è sicuramente legato al "Grande progetto" di recupero dell'area. Il Direttore generale, Massimo Osanna sottolinea l'impegno profuso nel riaprire molte domus oltre all'operatività di un percorso per disabili e alla pubblicità sui social che ha destato non poca curiosità. Per una volta, Instagram, Facebook e Twitter non ci rimbalzano immagini di una società deviata e pusillanime, bensì si rendono strumenti per incentivare il nostro patrimonio artistico, perché se siamo al mondo per essere liberi, non può esistere alcuna libertà senza cultura.



*Undicesimo, tredicesimo e diciassettesimo posto, sono rispettivamente occupati dal **Museo Archeologico di Napoli**, dagli **scavi di Ercolano** e dagli **scavi di Paestum***



Gli Scavi di Ercolano

A woman with long blonde hair, wearing a straw hat with a black band and a white long-sleeved shirt, is standing on a sandy beach. She is looking back over her shoulder towards the camera. The ocean is in the background with gentle waves. The overall mood is relaxed and summery.

FRACOMINA

SHOP AT [FRACOMINA.IT](https://www.fracomina.it)

COMING SOON • NAPOLI VIA FILANGIERI, 4



Gli Scavi di Paestum



Museo Duca di Martina

Un trend eccellente confermato per gli Scavi di Pompei anche nella giornata del primo maggio con le antiche domus della città sepolta che sono state letteralmente prese d'assalto dai turisti. Molto positiva anche la gestione dell'ordine pubblico, che a differenza degli anni scorsi – quando più di una volta c'era stato qualche episodio fastidioso – è stato gestito nel migliore dei modi. Inoltre, la Soprintendenza ha scelto come “icona” del primo maggio l'affresco con processione dei falegnami. Il dipinto, pubblicato sul profilo facebook degli Scavi, ha rappresentato un ideale punto di incontro tra l'antica Pompei e quella odierna, unite nella celebrazione della Festa dei Lavoratori.

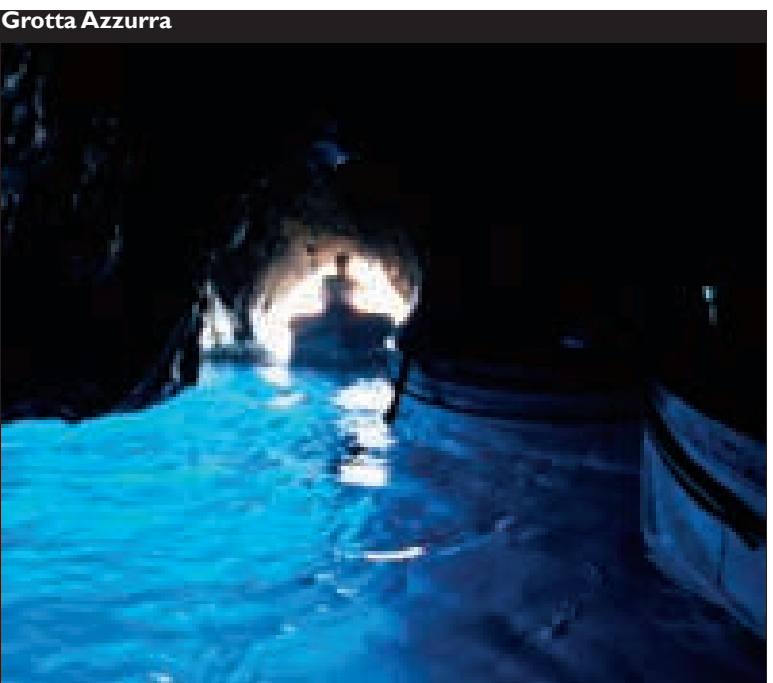
Numeri soddisfacenti anche per il presidente della Regione Campania Vincenzo De Luca: “C'è ancora tanto lavoro da fare, ma siamo sulla strada giusta per rendere la Campania sempre più attrattiva”. Il presidente si dice particolarmente soddisfatto soprattutto “delle presenze registrate nelle città archeologiche”, così come dei “5mila visitatori in un giorno a Città della Scienza” e del grande afflusso nelle “costiere prese d'assalto come le isole”. “Un successo senza precedenti” per De Luca, che ha confermato l'impegno della Regione nello sviluppo del settore turistico. ■

*Numeri positivi anche per il **Museo Duca di Martina** a Napoli, nonché per il **Museo di Capodimonte**.*

*Nei trenta siti presi in considerazione c'è anche la **Grotta Azzurra** di Anacapri.*



Museo di Capodimonte



Grotta Azzurra



Shop online at
harmontblaine.com

© 2014 Harmont & Blaine



Harmont & Blaine
junior



Città della Scienza *rinasce con “Corporea”* *e il “Planetario”*

DI GIOVANNA DE MIGGIO

Corporea rappresenta il primo museo interattivo in Europa dedicato alla conoscenza del corpo umano con oltre 100 exhibit, esperienze sensoriali e laboratori per imparare divertendosi.



Corporea è stata realizzata per un pubblico internazionale ed è per questo che si può godere in tre lingue: italiano, inglese e cinese. Rappresenta un catalizzatore di attività produttive, nella loro fase di startup nel campo della tecnologia per la salute che contribuirà a creare impresa e darà vita a laboratori di formazioni con tecnologie robotiche, realtà virtuali e additive.

Tra le ricchezze che fanno di Napoli una tra le città più belle del mondo, Città della Scienza rappresenta una gemma preziosa in ambito culturale che ogni anno attrae turisti con una media di circa 350 mila visitatori. Rappresenta per la città e per l'Europa una fonte del Sapere in ambito Scientifico, essendo un museo interattivo che mette in comunicazione il mondo scientifico e la società con un dialogo aperto. Una comunicazione ricca di stimoli che coinvolge soprattutto i più giovani, avvicinandoli alle ricerche degli scienziati sui temi attuali. La filosofia a cui si ispira Città della Scienza è "Saper Fare e Far Sapere", così la Fondazione Idis - Città della Scienza rappresentata e fondata dal Prof. Vittorio Silvestrini in questi anni ha investito tutto sulle competenze esercitate, i progetti realizzati e l'attività di comunicazione che hanno rappresentato una strategia vincente.

Prova di quanto sia apprezzata, è il sostegno ricevuto dopo il tragico incendio del 4 marzo 2013 che l'ha devastata riducendola in cenere, ma grazie alla generosità dell'opinione pubblica e al supporto della Rai che ha promosso la raccolta di donazioni spontanee, sono stati raccolti oltre 1.400.000 euro con cui sono state ristrutturare aree espositive, visitate ogni giorno da 100.000 persone.

Il 4 marzo, Città della Scienza è rinata dalle sue ceneri e ha presentato al pubblico l'edificio che accoglie oltre 220 mila visitatori l'anno, inaugurando "Corporea" ed il "Planetraio". In occasione di questa grande festa la Rai è stata premiata perché soggetto della più grande campagna di crowdfunding in Italia.

Corporea rappresenta il primo museo interattivo in Europa dedicato alla conoscenza del corpo umano con oltre 100 exhibit, esperienze sensoriali e laboratori per imparare divertendosi, ed è rivolta a persone di ogni età.

Vi sono nuovi linguaggi museali con esperimenti in hands-on attraverso il mondo dei Fab Lab e dei makers da vivere in diretta.



Prodotto ottenuto grazie al lavoro di “Città della Scienza, Protom Group, Studio Gris e Archimedes con un comitato scientifico diretto da scienziati di fama internazionale e ricercatori.

In 5000 mq. Di un edificio bellissimo si discute di salute, benessere fisico e prevenzione con l'obiettivo di rendere la Regione Campania all'avanguardia in questo ambito.

Corporea è stato realizzato per un pubblico internazionale ed è per questo che si può godere in tre lingue: italiano, inglese e cinese. Inoltre, rappresenta un catalizzatore di attività produttive, nella loro fase di startup nel campo della tecnologia per la salute che contribuirà a creare impresa e darà vita a laboratori di formazioni con tecnologie robotiche, realtà virtuali e additive. Difatti, il mese di marzo è partito: “Campania NewSteel”, certificato e promosso da città della Scienza e la Federico II.

È nato lo scorso febbraio anche un accordo tra Città della Scienza e la Municipalità di Pechino che prevede di attrarre ricercatori e scienziati cinesi in Campania con un accordo strategico, cooperando nel campo tecnico/scientifico facilitando il turismo cinese in Italia e partendo dai Poli di Pompei e Città della Scienza.

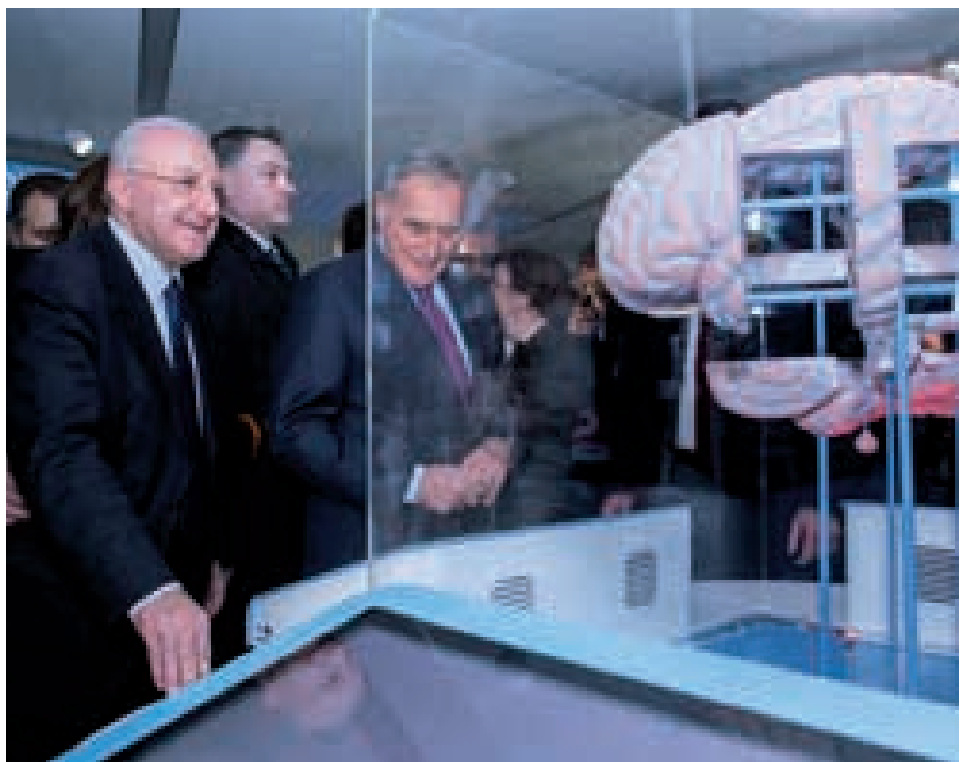
Quanto al Planetario, è un'enorme cupola avveniristica incanta gli ospiti trasportandoli in un'altra dimensione con proiezioni digitali di nuovissima generazione, che permettono di ritrovarsi tra le galassie, i pianeti e le stelle.

Un altro traguardo di Città della Scienza è il nuovo Science Centre che sarà realizzato entro il 2020, a seguito di un concorso internazionale di progettazioni a cui hanno partecipato professionisti e studi da tutto il mondo e il cui progetto architettonico è stato eseguito da un gruppo di giovani architetti.

Rappresenterà il Polo turistico scientifico dei Campi Flegrei con l'obiettivo di raggiungere i 500 mila visitatori l'anno. ■



Vi sono nuovi linguaggi museali con esperimenti in hands-on attraverso il mondo dei Fab Lab e dei makers da vivere in diretta. Prodotto ottenuto grazie al lavoro di “Città della Scienza”, Protom Group, Studio Gris e Archimedes con un comitato scientifico diretto da scienziati di fama internazionale e ricercatori.



Dorabella

Primavera - Estate 2017

Roberta Morise

shoponline.dorabella.it



“Tuttunizzatore”

OPTIMA ITALIA

Nuova campagna pubblicitaria e grandi novità per Optima Italia. Prosegue l'inarrestabile crescita dell'azienda leader nel settore dei servizi integrati di energia e telecomunicazioni, che da anni offre a famiglie e aziende il suo rivoluzionario prodotto Tutto-In-Uno per la gestione delle utenze di casa e ufficio. Il pacchetto di servizi è stato migliorato con l'introduzione della Fibra andando a ricomporre un pacchetto imbattibile sul mercato italiano: Fibra, Telefono, Luce e Gas in un'unica bolletta e a un canone unico mensile personalizzato sulle esigenze di consumo di ogni singolo cliente. E nell'immediato si prevede un'altra importante novità con l'ingresso di Optima nel settore Mobile. Intanto oltre alla Fibra, ad Aprile è sbarcata nelle case degli italiani anche la nuova campagna pubblicitaria messa in campo dall'azienda napoletana con un nuovo spot andato in onda sulle reti Mediaset. Anche in questo secondo flight il protagonista è stato il noto giornalista e conduttore "controcorrente" Red Ronnie, stavolta nei panni di un "acchiappabollette" che con il suo "Tuttunizzatore" Optima trasformava le mille bollette degli attuali gestori in un'unica bolletta chiara e semplice. L'ispirazione al capolavoro cinematografico degli anni '80 "Ghostbusters" arrivata dopo il precedente riferimento a "Ritorno al Futuro", e il simpatico cameo di un altro personaggio intramontabile come Bobby Solo, hanno immediatamente portato consensi e curiosità attorno all'azienda partenopea. Nella nuova campagna, a spiegare la grande innovazione di Optima Italia, ci sono state anche altre illustri presenze come la bellissima Alessia Mancini, protagonista di uno spot tutorial da 60 secondi nel quale la conduttrice ha descritto, con l'ausilio di animazioni in 3D, le caratteristiche salienti dell'offerta integrata. E ancora, durante il preserale di Canale 5, la brillante coppia composta da Paolo Bonolis e Luca Laurenti si è dedicata ad Optima. I due amatissimi personaggi hanno spiegato agli italiani, con la loro insuperabile simpatia, i vantaggi del "Tuttunizzatore Optima" all'interno di una telepromozione nel loro programma "Avanti un altro!". Sarà stato sicuramente facile inoltre incontrare Optima anche sul Web e sui Social o ascoltarla in qualche spot radiofonico. Insomma grandi investimenti e grande futuro per un'azienda che ogni giorno si impegna a trovare soluzioni innovative, a rispondere al meglio alle esigenze del mercato e a far co-



Il pacchetto di servizi è stato migliorato con l'introduzione della Fibra andando a ricomporre un pacchetto imbattibile sul mercato italiano: Fibra, Telefono, Luce e Gas in un'unica bolletta e a un canone unico mensile personalizzato sulle esigenze di consumo di ogni singolo cliente.

noscere a tutti la sua filosofia vincente. La storia di Optima dimostra che è possibile, nonché necessario, avere successo anche al Sud, creando occupazione e investendo sui giovani e sul territorio. Lavorare in Optima significa far parte di un ambiente molto stimolante nel quale poter esprimere al meglio tutto il proprio potenziale. Un messaggio molto chiaro agli utenti che continuano ad affidarsi a Optima per la gestione delle proprie utenze e a tutti i partner che ogni giorno decidono di affiancare un brand sempre più amato e in ascesa. ■

optima

**PASSA A OPTIMA,
TI SEMPLIFICA
LA VITA!**

CHIAMA ORA

800.91.38.38

**FIBRA
TELEFONO
LUCE
GAS**

TUTTO-IN-UNO
E SAI PRIMA QUANTO PAGHI



OPTIMAITALIA.COM



MSC Crociere e Unicef

un'unione salvavita

MSC Crociere, la più grande compagnia di crociere a capitale privato al mondo e leader di mercato in Europa, Sud America e Sud Africa, ha raccolto un totale di 6,5 milioni di euro per UNICEF. Ad oggi la vita di quasi 67.000 bambini e delle loro famiglie è stata sostenuta grazie ai fondi raccolti attraverso i contributi degli ospiti di MSC Crociere e la consegna di beni di prima necessità. “Siamo lieti di aver raggiunto questo importante traguardo anche grazie alla generosità dei nostri ospiti. Siamo un'azienda a conduzione familiare, anche per questo, abbiamo profondamente a cuore il benessere delle famiglie di tutto il mondo” ha affermato Pierfrancesco Vago, Executive Chairman di MSC Cruises.

Dalla partnership tra Msc ed Unicef, iniziata nel 2009, è nato “Get on Board for Children”, il progetto per aiutare i bambini malnutriti nei paesi in via di sviluppo e le persone colpite dalle crisi. L'iniziativa vuole incoraggiare tutti gli ospiti di MSC Crociere in giro per il mondo a devolvere un contributo all'UNICEF. Fino ad oggi, grazie a questi generosi contributi oltre 6.300 bambini sono stati trattati in Somalia, oltre 9.400 rispettivamente in Sud Sudan e Etiopia e, più recentemente, oltre 41.500 in Malawi.

Al contempo MSC Crociere, per continuare a sensibilizzare l'opinione pubblica sul lavoro dell'Unicef e delle esigenze dei bambini in tutto il mondo, ha deciso di organizzare una specifica attività “edutainment” dedicata ai bambini e ai loro genitori. Ogni settimana a bordo di ciascuna delle navi MSC Crociere, si terrà una giornata dedicata all'UNICEF con giochi, sfilate e la distribuzione di un volantino per insegnare ai più piccoli cosa sia la malnutrizione nel mondo. Tutti bambini riceveranno anche il passaporto “Unicef World Citizen” che viene timbrato dopo ciascuna attività formativa e, una volta completato, dà diritto al titolo di “Ambasciatore per i diritti del bambino nel Mondo”. ■



MSC Crociere, la più grande compagnia di crociere a capitale privato al mondo e leader di mercato in Europa, Sud America e Sud Africa, ha raccolto un totale di 6,5 milioni di euro per UNICEF. Ad oggi la vita di quasi 67.000 bambini e delle loro famiglie è stata sostenuta grazie ai fondi raccolti attraverso i contributi degli ospiti di MSC Crociere e la consegna di beni di prima necessità.


MULISH
ITALIA



I'M

MODEL

A
D
E

in Naples

CLEMENTINA CORONELLA

FOTO DI LORENZO PANDAROLO

L'IDENTIKIT

Occhi: **verdi**

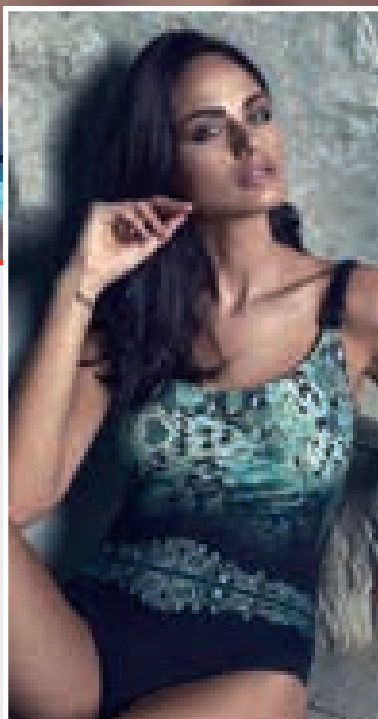
Capelli: **castani**

Altezza: **180 cm**

Misure: **90-62-93**

Titolo di studio: **Laureata**
all'Accademia della Moda come
fashion designer e modellista

Agenzia: **Cmodelsmanagements**







*Ha collaborato con stilisti
come Giada Curti, Gianni
Molaro, Nino Lettieri, Carlo
Pignatelli, Bruno Caruso,
sfilando all'Alta Roma
e per gli Emirati
alla Fashion Week a Dubai.*

ALV®

ANDARE LONTANO VIAGGIANDO
WATCHES & BIJOUX
BY ALVIERO MARTINI

Il viaggio sulla pelle.





La sua passione è viaggiare, perché il viaggio apre la mente. Il sogno è avere un brand di moda tutto suo, una famiglia e dei bambini. Il suo motto "Chi desidera vedere l'arcobaleno, deve imparare ad amare la pioggia".



N A R D E L L I

*Biology,
sempre uniti.*



nardelligioielli.it

DS
DE SIMONE®

Napoli

GIOIELLI E PIETRE PREZIOSE

since 1918



info@desimonegioielli.com
www.desimonegioielli.com

Napoli
Piazzetta S. Caterina, 76/A
Tel. 081 403626

Napoli
Via Toledo, 234
Telefax 081 421273

Show Window
Hotel Regina Isabella
Lacco Ameno d'Ischia



MASSIMILIANO CAMPANILE L'HAIRSTYLIST DELLA NAPOLI CHE CONTA

È titolare e direttore artistico dell'atelier Aldo Coppola, noto per essere il laboratorio delle acconciature più "in" del capoluogo partenopeo. È l'unico referente per la Campania del marchio Coppola, vero innovatore nel mondo dei capelli che ha dato vita ad una accademia con cinquant'anni di ricerche alle spalle.

**DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI ANTONIO ARAGONA**

PROFESSIONISTI AL TOP

Lui è l'amico che tutti vorremmo, per le sue qualità umane, certo, ma anche perché è un hairstylist di grande talento ed esperienza nonché il titolare e il direttore artistico dell'atelier Aldo Coppola by Massimiliano sito in via M. d'Ayala, noto per essere il laboratorio delle acconciature più "in" del capoluogo partenopeo. Massimiliano Campanile è l'unico referente per la Campania del marchio Coppola, azienda nata nel 1973 dall'estro creativo di Aldo Coppola, un vero innovatore nel mondo dei capelli che ha dato vita ad una accademia con cinquant'anni di ricerche alle spalle che forma professionisti competenti e altamente specializzati. Un giovanissimo Massimiliano, a tredici anni, ha iniziato a studiare l'arte delle acconciature presso una scuola di parrucchiere di Portici che ancora ricorda con affetto e che si chiamava Maristella. La mattina andava a scuola e il pomeriggio a scuola di parrucchiere, per poi iniziare la sua prima collaborazione presso un negozio di Ponticelli. Massimiliano Campanile ha rivelato molto presto le sue doti artistiche e la sua tenacia, le sue ambizioni. Voleva di più, voleva di meglio ed era molto bravo. La sua intensa gavetta non è stata tanto lunga in quanto a soli 19 anni è diventato socio dei parrucchieri Primadonna, la cui sede di via Filangieri è stata la sua seconda casa per sedici anni. Quando ha sentito che era arrivato per lui il momento di fare un ulteriore salto di qualità, come succede nei videogame l'hairstylist è passato ad un livello superiore, dando vita ai saloni Aldo Coppola by Massimiliano, con l'esclusiva in Campania. Recentemente sempre in via Mariano d'Ayala ha creato un privé, "una chicca per i clienti esclusivi", un luogo riservato dove volti noti o anche donne particolarmente esigenti, possono trovare intimità e relax; lo stesso Massimiliano vi si rifugia ogni tanto per esprimersi nei momenti di ispirazione e per staccare la spina. Oltre alla sede di cui sopra, in Campania vi sono



altri due saloni Aldo Coppola by Massimiliano: uno al Vomero gestito dalla socia Francesca Fierro e l'altro a Caserta dal socio Sal Paesano.

Abbiamo chiesto per voi all'hairstylist napoletano quali siano le tendenze del momento in fatto di hairlook: "lo shatush, tecnica con la quale si ottengono riflessi e schiariture naturali, da contrapporre alle tradizionali meches, è sicuramente il cavallo di battaglia di Aldo Coppola", ma ci sono anche la tecnica "sombbrero", "miami" e "skyline", tutte rigorosamente eseguite con specifici accessori e prodotti naturali e messe a punto dall'accademia Aldo Coppola. Uno dei tanti segreti del successo dei saloni di Massimiliano Campanile è il seguente: scovare talenti e arruolarli nel team di professionisti che vengono scelti e poi formati e qualificati presso l'accademia Aldo Coppola per acquisire le nozioni e la gestualità, nonché per assorbire la politica aziendale.

Questo è quanto c'è da dire sul professionista al top che molti conoscono, che molti oggi vedono sfilare sui red carpet degli eventi glamour circondato di affetto, amici e nel pieno del successo. In pochi sanno, però, che Massimiliano Campanile, prima di diventare quello che è oggi, è stato un ragazzino fragile, alle prese con un coming-out difficile per

Lo shatush, tecnica con la quale si ottengono riflessi e schiariture naturali, da contrapporre alle tradizionali meches, è sicuramente il cavallo di battaglia di Aldo Coppola ma ci sono anche la tecnica "sombbrero", "miami" e "skyline", tutte rigorosamente eseguite con specifici accessori e prodotti naturali e messe a punto dall'accademia Aldo Coppola.

accettare e fare accettare la sua omosessualità. Oggi, che è un uomo risolto, ne parla con serenità: "ero fragile, avevo paura di vivere la mia identità sessuale, del rifiuto, fino a quando un giorno una forza interiore mi ha spinto a reagire ed è iniziata la mia seconda vita, alla luce del sole". Di questa vita oggi fanno parte un vero esercito di amici, per cui Massimiliano adora cucinare le sue specialità di pesce, e il suo Hope che più che un cane è per lui un figlio. ■

MARIKA
gioielli

PREZIOSA LUCE ITALIANA



Il Turi showroom 107

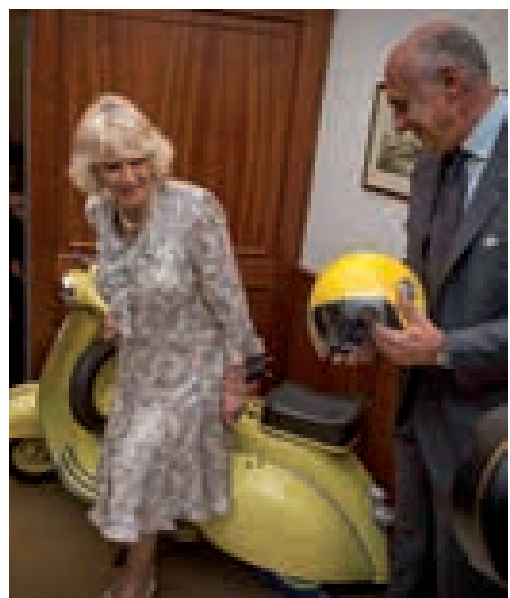
t. 0823 512 835 f. 0823 512 835 - info@marikagioielli.com - www.marikagioielli.com



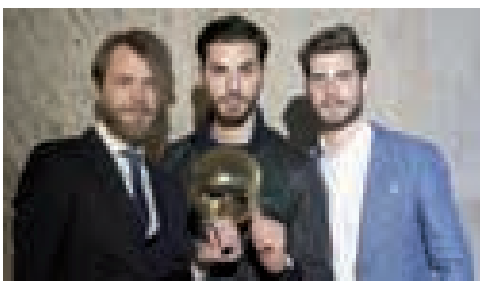
Camilla da Marinella



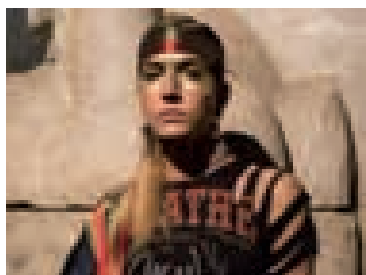
“Non mi aspettavo un'accoglienza così calorosa. Napoli mi ha sorpreso”, così la duchessa di Cornovaglia ha esclamato entrando nei saloni del Museo Marinella. Ad accogliere Camilla, all'esterno, il sindaco di Napoli Luigi de Magistris, e Maurizio Marinella, patron della casa. “Siamo sempre stati metà inglesi e metà napoletani - ha commentato Maurizio Marinella - . Quando è stato deciso questo viaggio a Napoli, la duchessa di Cornovaglia ha espresso il desiderio di voler passare qui da noi, in negozio, per comprare delle cravatte da regalare a Carlo. Oggi viviamo una grande emozione - ha concluso - e offriamo alla duchessa l'immagine di una Napoli bella, che lavora”.



“Loro di Napoli” alla Galleria Borbonica



L'arte si mescola con la moda nel sottosuolo napoletano, per la nona edizione di “Arte e Moda prendono forma alla Galleria Borbonica”, evento ideato da Ludovico Lieto e organizzato da Visivo Comunicazione. Il tema di questa edizione è stato “Loro di Napoli”, declinato in molteplici interpretazioni, fil rouge che ha unito la mostra d'arte a cura di Valeria Viscione con i momenti dedicati alla moda, nelle profondità sotterranee della Galleria Borbonica, gestita dall'Associazione Borbonica Sotterranea di Gianluca Minin. In mostra: Nunzio Meo, Domenico Sepe, Gaetano Di Maiolo, Salvio Parisi, Francesco Scardaccione e Roberto Pierucci, Sara Tonello, Mariella Ridda, Mario Cicalese, Corrado Pastore, Aurora Cimmino, Violante Varriale, Gianpiero D'Alessandro, Antonio De Rosa, Annamaria Volpe, Mena Pezzullo, Peppe Avolio, Oxalab, Rosario Manco e Mario Sepe.



Affluenza record a Tarì Bijoux



14 mila operatori presenti in 4 giorni con incremento del 30% dei clienti ospiti del Centro. Sono i numeri della sesta edizione di Tarì Bijoux, la fiera del gioiello fashion che si svolge nel polo orafa di Marcianise. Quattro giorni d'intenso lavoro per le tante aziende giunte da ogni parte d'Italia. Il 2017 è iniziato in modo speciale per il Tarì per l'ingresso in Confindustria Federorafi. Non solo affari, però, ma anche divertimento con i due party-aperitivi che hanno intrattenuto i partecipanti grazie alla presenza di Jo Squillo. L'evento si è concluso già pensando alla fiera del gioiello “Mondo Prezioso”, presente fino al 30 maggio prossimo.

Presenze Preziose.

ANTISTAFF.IT



Via Domenico Morelli, 7 - 80121 NAPOLI
881.7644883 / www.gioiellimorelli.it

studio  orelli
gioielli

Spring is Woman a Villa Diamante

Cinzia ThTorrini special guest della VII edizione di "Spring is Woman", il Charity Gala promosso da Maridi Vicedomini a favore della fondazione SantobonoPausilipon, svoltosi a Villa Diamante.



Tra i partecipanti, Edoardo Angeloni, Enzo Acri, Maurizio Matania con la moglie Emma Volpe, Anna Capasso, Dario Giordano con la moglie Daniela Turrà, Marizia Rubino ed Ennio Giardino, Gennaro De Pascuale, Luigi Ferrandino con la moglie Patrizia Gargiulo, Vanda Parrotta, Grazia Beneduce, Iris Savastano con il marito Toto Gentile, Daniela Farone,

Alberto Crisi e Maria Buonaiuto, Eva Cerciello, Daniela Sabella, Piero Prevete, Renato Di Sabato, Antonio Scialò, Corinna ed Angela Bevilacqua.

Brindisi e musica alla libreria Berisio

Giornalismo, storia, cultura e tanta tanta musica live alla libreria Berisio, situata nel cuore del centro storico di Napoli, passando sotto l'arco centenario di Port'Alba. La Berisio di giorno è una libreria, mentre di sera si trasforma in una ambita location per party. Come quello organizzato per il compleanno della giornalista Valentina Busiello. A brindare con lei Raffaele Falco, Marco Piccolo, Stefano Gagliardi, Antonella Nocera, Giovanni Nanny Sannino, Giuliana Iovene, Bruno Bilo, Monika Kaplita, Maria Carmela Veneziano, Teresa D'Antonio, Roberta Pipino, Procolo Illiano, Anna Bile, Francesco Battaglia, Teresa Sacco, Maria Villari, Maurizio Afeltra, Antonello D'Antonio, Maurizio Malafronte, Nadia Itro, Paola Florenzano, Angelo Romano, Patrizia Gargiulo e Luigi Ferrandino.

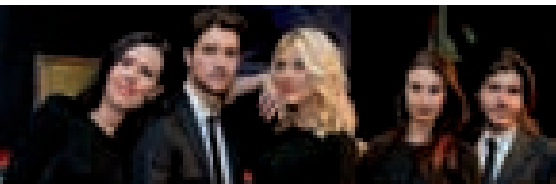


Ecco Stelvio!

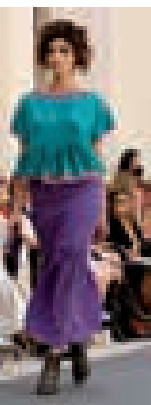


Un grande evento si è tenuto al Motor Village di Napoli per il lancio del nuovo Suv "Stelvio", ultima creatura di Alfa Romeo. Più di quattrocento ospiti hanno assistito alla presentazione ufficiale di Stelvio, tra acrobazie, danza e teatro che hanno stupito il pubblico presente. Fin dalle sue origini, Alfa Romeo ha creato capolavori di design e ingegneria

made in Italy, che continuano ad essere ammirati in tutto il mondo. Oggi, dopo più di 106 anni di storia, il brand presenta una novità assoluta. "Stelvio nasce per soddisfare le aspettative di ogni guidatore appassionato – ha spiegato Massimiliano Campogiani, direttore del Motor Village Napoli – riuscendo a coniugare il comfort e la versatilità di un suv tradizionale con l'indomabile spirito sportivo che solo Alfa Romeo può offrire.



La collezione estiva di Visone



"Mezzogiorno di fuoco. Sette colpi da non mancare" è il titolo della collezione primavera

estate 2017 di Alessio Visone presentata a Palazzo Esedra. Tra suggestioni western e tendenze new romantic il vulcanico stilista partenopeo ha fatto sfilare i sette must have della stagione calda: gonnellone gipsy style e camicie dalle spalle trasparenti, pantaloni da amazzonia e gilet, abiti lunghi fantasia, petit robe smanicati e almeno un capo in camoscio. Gli accessori, come sempre, sono ultraglam per una donna che ama



giocare, sorprendere e sedurre vivendo ogni momento della sua vita da protagonista.

Apericake da Galleria 66

Galleria 66 Concept Store di via Crispi ha accolto le selezionate clienti e amiche in un'atmosfera esclusiva per celebrare insieme l'arrivo della nuova collezione Spring Summer 2017 e per dar vita ad una shopping session di capi must di stagione. A coccolare le ospiti oltre alla vista di scenografici capi, un favoloso apericake a cura della nota bakery americana napoletana Cake Appeal. A rendere l'evento ancora più fashion, special guests sono state le blogger Claudia Ranieli e Fabiana Joudioux che hanno dispensato consigli e svelato i new trend della stagione calda.





KIMBO®

ESPRESSO

IL TALENTO DI KIMBO
PREMIATO AL QUALITY
AWARD



LE CAPSULE KIMBO ESPRESSO - COMPATIBILI CON MACCHINE AD USO DOMESTICO NESPRESSO® - SONO STATE PREMIATE AL QUALITY AWARD, LA COMPETIZIONE IN CUI I CONSUMATORI IN TARGET GIUDICANO I PRODOTTI CON UN BLIND TEST, SCEGLIENDOLI PER LA LORO QUALITÀ E PER IL LORO GUSTO.

KIMBO

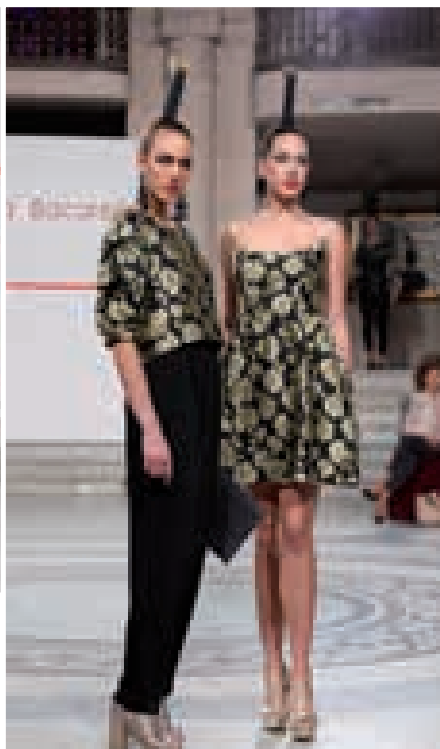
WWW.KIMBO.IT/SHOP

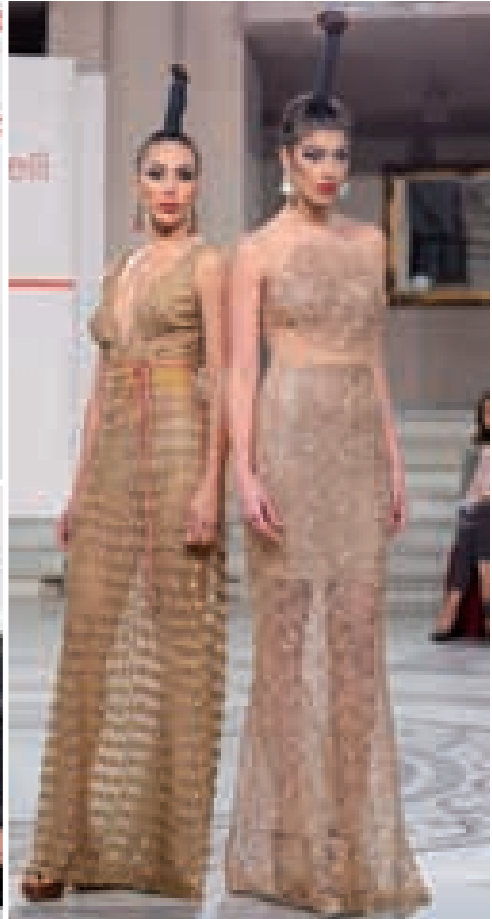
*QUESTO MARCHIO NON È DI PROPRIETÀ DI KIMBO



“Vento d’oriente” a Salone Margherita

*Sfila la collezione P/E di Roberta Bacarelli
tra acrobati e vip*





Un "vento d'oriente", quello che ha ispirato la talentuosa stilista Roberta Bacarelli, che per presentare la collezione primavera estate ha scelto il suggestivo Salone Margherita, che ha fatto da cornice ad un defilé spettacolo che ha lasciato il selezionato parterre di 400 ospiti a bocca aperta. Ha dominato la scena il rosso fuoco con il fuxia che si è declinato nei cipria ed oro delle vestaglie kimono. Non meno protagonisti, il nero fuso con il bronzo, ed il bianco con l'oro. Abiti kimono con cinte che mettono in risalto il punto vita, colletti alla coreana e giacche destrutturate, abiti da sera dai tagli tipicamente orientali ma con una visione decisamente più sexy. Immancabili, come in tutte le sue collezioni, le tute. Vero must have, in seta, in garza, di paillettes, lunghe o corte. I pantaloni coniugano nuove forme e le maniche si aprono talvolta come fiori, altre si avvolgono fino a formare strane geometrie. La donna Bacarelli è al passo con i tempi, non lascia mai





Roberta Bacarelli per presentare la collezione primavera estate ha scelto il suggestivo Salone Margherita, che ha fatto da cornice ad un defilé spettacolo che ha lasciato il selezionato parterre di 400 ospiti a bocca aperta.



nulla al caso, ma è perfettamente a suo agio nei capi che indossa. Di giorno comoda, destrutturata con pantaloni morbidi che lasciano scoperte le caviglie e ampie tuniche in garza, il pomeriggio longuette e camicie che evidenziano spalle e punto vita. Per la sera ampio spazio alla femminilità, schiene nude e, per chi se lo può permettere, vertiginosi spacchi. In passerella, oltre agli abiti, sono spiccati trucco e parrucco oriental style: le pettinature sono state ideate e "montate" da Ugo Ruggiero, mentre il trucco è stato realizzato dall'Accademia trucco di Liliana Paduano con ben 15 allieve coordinate da Melka Fiore, una per ogni modella. La sfilata, diretta nel backstage da Fabrizia Carola Bacarelli e da Renata Bacarelli, si è aperta con un rosso intenso, che è pian piano è sfumato nel pastello, abbinato ad oro e giallo tenue, e si è chiusa con una meravigliosa sposa. Capo icona della collezione, il kimono, simbolo della cultura giapponese, riproposto in versioni originali e moderne, da capospalla a mini abito. Un successo atteso, e soprattutto meritato per una designer all'avanguardia come la Bacarelli, che ha saputo affermarsi e distinguersi nel mondo della moda per forte personalità e gusto, doti che appartengono alla stilista come alla persona. ■



BENVENUTI IN UNA NUOVA
ESPERIENZA DI CROCIERA.



MSC MERAVIGLIA.
L'OTTAVA MERAVIGLIA DEL MONDO.



MSC MERAVIGLIA

LE HAVRE, 3 GIUGNO 2017

Preparati ad una esperienza di crociera totalmente nuova su MSC Meraviglia,
la nuova ultra-moderna ammiraglia della flotta MSC.

Scopri la futuristica promenade al coperto con il fantastico video soffitto a LED,
il più grande sul mare, e lasciati incantare dal mondo spettacolare del Cirque du Soleil.
Abbandonati ai piaceri della nostra eccellente cucina, per un'inimitabile esperienza dei sensi,
e rilassati nelle nostre innovative, lussuose, cabine e suite.

A bordo, il nostro staff dedicato e la tecnologia smart al tuo servizio,
renderanno ogni giorno della tua crociera ancora più speciale.

Scopri tutti i dettagli su mscmeraviglia.it





“Come me non c’è nessuno” di **Krogh**

Sono i Favolosi Anni Sessanta quando nell’infanzia dorata e triste di Anton, figlio di genitori distratti dalla mondanità, esplode la voce di Rita Pavone con Amore twist, canzone che ascolta per la prima volta grazie al disco che gli regala l’amata zia, e che da quel momento diventa la colonna sonora della sua vita. Da questo incontro musicale nasce la trama di *Come me non c’è nessuno*, romanzo d’esordio di Anton Emilio Krogh, avvocato di successo e animatore della mondanità partenopea e non solo. Il romanzo inizia con un viaggio, quello di Anton e Rita Pavone verso gli Stati Uniti. Anton le ripercorre la storia del loro primo incontro: un ragazzino biondo che un giorno si siede su un divano della hall di un albergo, e aspetta ore e ore, nella speranza di incontrare il suo mito, Rita Pavone. Anton fino a quel momento era un ragazzino triste, solitario e silenzioso. Unica cura alla sua disperata solitudine è la musica. È la Voce dirompente di Rita Pavone che lo salva da un profondo senso di abbandono e inadeguatezza. L’amicizia tra un giovane sognatore e un’artista aperta al mondo e alla vita, dalla ferma volontà di andare oltre le convenzioni, con tenacia e incoscienza scompigliano le trame del destino. *Come me non c’è nessuno* è un romanzo autobiografico e di formazione. Il protagonista grazie alla musica e all’incontro con il suo mito imprime una svolta alla sua vita. Riesce a fare pace con il mondo, a farsi accettare per quello che è, e a diventare un affermato professionista. Senza però rinunciare alla vita, alle serate e soprattutto alla musica. ■





Ama con più passione

#FashionReimagined

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

LaReggia

Designer Outlet

Marcianise

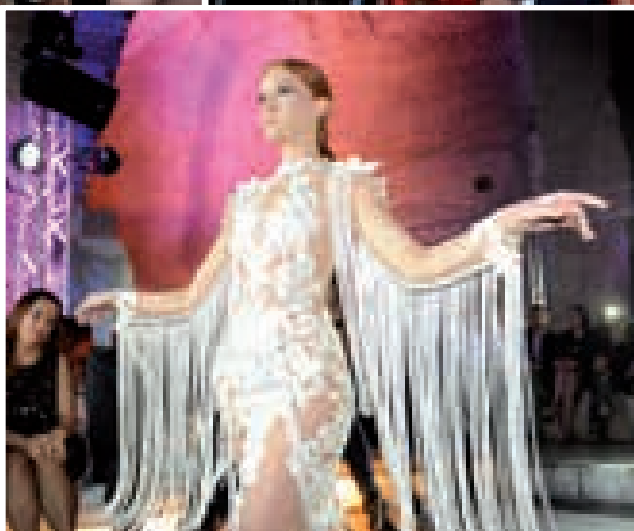


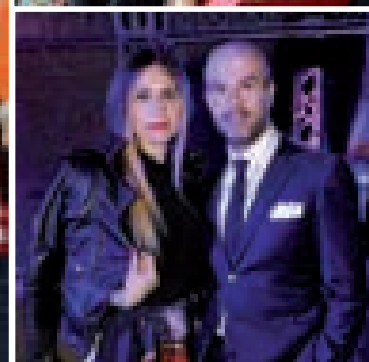
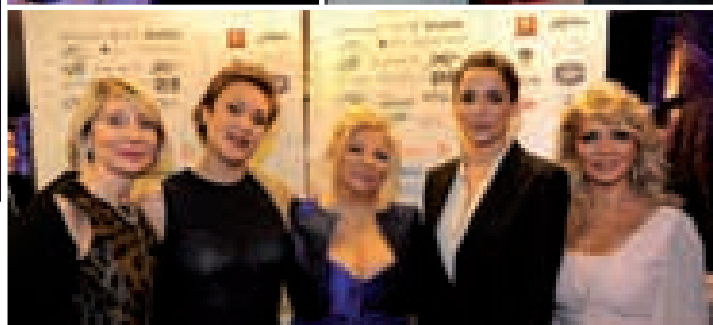
*Fashion e food per celebrare le **eccellenze campane***

FOTO DI GIANNI RICCIO



Moda e cibo insieme in una serata-evento tenutasi all'Agorà Morelli per celebrare le eccellenze campane. La serata ha visto alternarsi in passerella grandi nomi campani che si sono particolarmente distinti nel mondo del professionismo, dell'impresa e dello spettacolo.

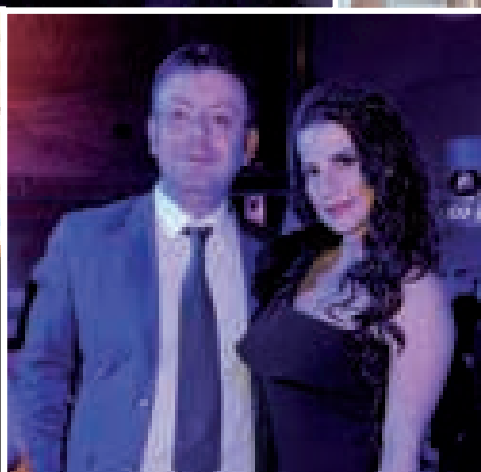
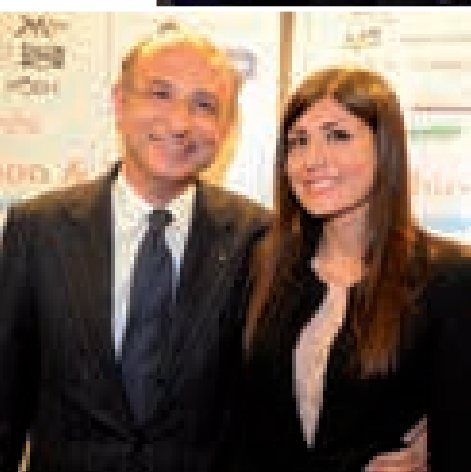




Moda e cibo insieme in una serata-evento tenutasi all'Agorà Morelli per celebrare le eccellenze campane. La "Mediasar", di Enzo e Luisa Citarella, patron del marchio "Le Eccellenze Campane", azienda impegnata a promuovere il Made in Campania in Italia e nel mondo, ha individuato le eccellenze della moda e del food e le ha riunite in una meravigliosa serata.

La moda ha visto tra i suoi protagonisti l'Haute Couture di Gianni Molaro e Nino Lettieri accanto ai brand Silvan Heach, Dorabella, Kilesa, Bartin, Atelier Nicola D'Errico, Le Sarte del Sole, Cheri, Baggio Gioielli, Daniele Tortora; mentre, per il food, prestigiosi brand quali Lollo Caffè, Cuori di Sfogliatelle, Tenuta San Domenico, Tenuta Le Lune del Vesuvio, Cycas, Ristorante la Scialuppa, D'Avino, Amoy Caffè. La serata, condotta dalla brillante Raffaella Fico e Gianfranco Coppola, ha visto alternarsi in passerella grandi nomi





campani che si sono particolarmente distinti nel mondo del professionismo, dell'impresa e dello spettacolo, omaggiati da una scultura del maestro Marco Ferrigno: il Sindaco di Napoli Luigi De Magistris, Sua Eminenza, il Cardinale Crescenzo Sepe, Amedeo Manzo, Presidente Bcc Napoli; Luisa Ranieri, Lina Sastri e Massimo Andrei per lo spettacolo, Antonio Sasso, Direttore del quotidiano "Roma", Gianfranco Coppola del TG Rai 3, Titta Fiore e Vanni Fondi, per il giornalismo. Uno speciale riconoscimento è stato consegnato a Carmen Di Tuoro ed Rossella Izzo, rispettivamente presidente e testimonial dell'associazione dell'associazione "Con Edith" per l'impegno sociale. ■

PER LA TUA CONFETTATA

Confetti
maxtris®

IL VERO
CIOCOMANDORLA



seguici su



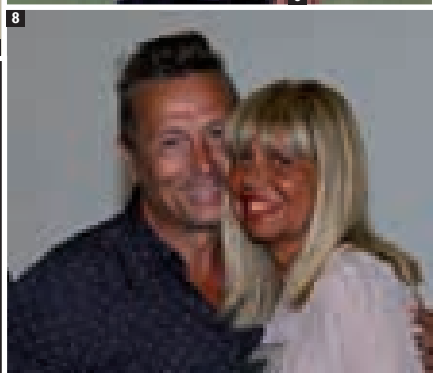
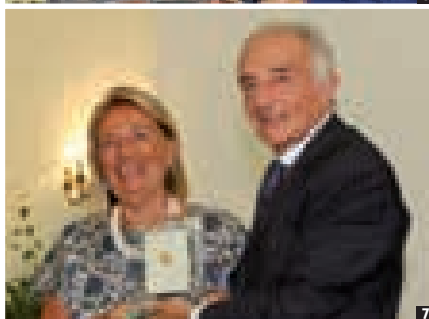
www.confettimaxtris.it



36° Meeting Estate

La "Responsabilità sociale nello sport"

Si conferma uno dei più importanti appuntamenti estivi del calcio internazionale. Stiamo parlando del Meeting Estate, che si svolgerà dal 18 al 24 giugno nella splendida cornice dell'Albergo della Regina Isabella di Lacco Ameno. L'Isola d'Ischia sarà di nuovo la protagonista della trentaseiesima edizione, dedicata alla Responsabilità Sociale nello Sport. Ideato e promosso dal 1982 dall'avv. Franco Campana, il Meeting Estate da quest'anno diventa patrimonio della neonata Fondazione Fair Play, che curerà e potenzierà il network di relazioni, i progetti e le attività avviate in 35 anni. Ancora una volta saranno gli eventi a dimostrare la qualità di una kermesse che è occasione di scambi culturali, economici e sociali fra i tanti ospiti che vi parteciperanno. Ad iniziare dai forum, primo su tutti quello su "La Giustizia Sportiva a due anni dalla riforma", realizzato in collaborazione con Figc e Lega Serie A, che prevede la partecipazione di autorevoli esponenti del mondo del calcio, come il Presidente della Lega Nazionale Dilettanti Cosimo Sibilia, Mario Gallavotti, Responsabile Ufficio Giuridico Figc, Giuseppe Pecoraro, Procuratore Federale della Figc, Gerardo Mastrandrea, Giudice Sportivo Lega Serie A. Non mancheranno i premi a personaggi del mondo dello Sport, dello Spettacolo, della Cultura e del mondo imprenditoriale. Il prestigioso Premio Aragonese verrà assegnato durante il Fair Play World Galà di chiusura del Meeting Estate. ■

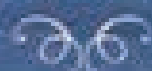


1. Eusebio Di Francesco con la moglie;
2. Francesco Cicchella ed Enrico Lo Verso;
3. Francesco Giorgino con Tony Santagata;
4. Le squadre per la partita benefica;
5. L'arbitro Tagliavento con Livio Lozzi;
6. Giorgio Pasotti; 7. L'avvocato Franco Campana con la moglie;
8. Paolo Belli con la moglie.



Villa Diamante

LA PERFEZIONE SI CELA NELLA
CURA DI OGNI DETTAGLIO



EVENTI
—
RISTORANTE
—
CATERING

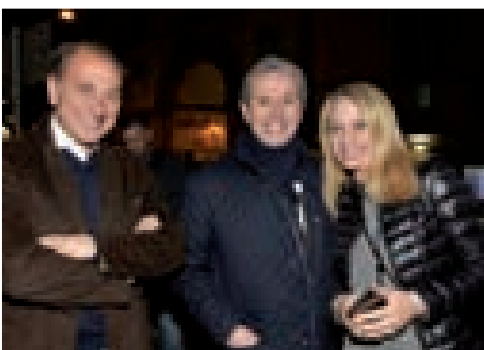
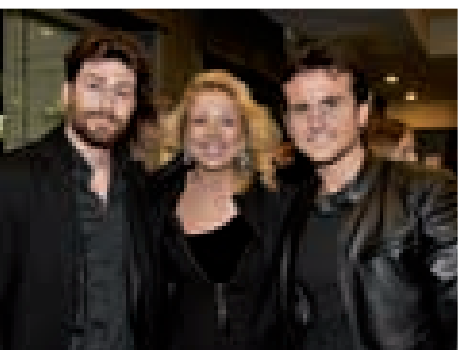
Via Manzoni, 131 B
80123 - Napoli
info: 081 575 24 33
villadiamante.it



La “prima” del film “*Vieni a vivere a Napoli*”



Red carpet delle grandi occasioni per la “prima” del film “Vieni a Vivere a Napoli”, prodotto dalla Run Film, nell'ambito del calendario di iniziative per il 2017 del Gala del Cinema e della Fiction, il festival prodotto ed ideato da Valeria Della Rocca di Solaria Service, con la direzione artistica di Marco Spagnoli, che mira a valorizzare le risorse artistiche e paesaggistiche del territorio attraverso l'audiovisivo. L'evento si è svolto al cinema Metropolitan ed ha vantato la partecipazione del Sindaco Luigi De Magistris, dell'Assessore Comunale Alessandra Clemente, Andrea Cannavale (Run Film), i registi di due episodi del film Edoardo De Angelis e Francesco Prisco, l'attrice Miriam Candurro oltre ad esponenti del jet set napoletano. A fare gli onori di casa, Valeria Della Rocca, che ha affermato “La nostra manifestazione rappresenta un'occasione d'incontro altamente qualificata nel mondo dell'audiovisivo ed ha visto, nelle trascorse edizioni, premiare i lavori di giovani registi ed interpreti talentuosi agli albori del loro percorso artistico, prima che raggiungessero la notorietà. Ci è sembrato quindi naturale sostenere l'uscita di “Vieni a vivere a Napoli”, un film, che sarà in concorso il prossimo ottobre, in occasione della IX edizione del Gala Cinema e Fiction”. ■





GRIMALDI LINES



**SE VIAGGI CON
GRIMALDI LINES, SI VEDE.**

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

grimaldi-lines.com



Nuova Classe E Coupé. Nuova linea di pensiero.

Linee scattanti e decise con proporzioni che non lasciano niente al caso: è così che un modello di sicurezza e tecnologia. Dal frontale sportivo al purismo dei profili laterali, la nuova Classe E Coupé cattura gli sguardi e conquista la strada provata prima. Anche con Dynamic Lease, il noleggio a chilometro di Mercedes-Benz. Mettetevi comodi: la Gran Turismo. Nuova Classe E Coupé. Intelligenza non artificiale. Scopritela da AMB e Selezione Auto S.p.A..

Consumo combinato (km/l): 12,3 (Classe E 400 4MATIC Coupé) e 25 (Classe E 220 d Coupé).
Emissioni CO₂ (g/km): 189 (Classe E 400 4MATIC Coupé) e 119 (Classe E 220 d Coupé).

Mercedes-Benz

The best or nothing.

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

Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

Agnano (NA), Via Antiniana 28, tel. 081.6100400

Cardito (NA), Via E. Fermi ang. S.S. Sannitica, tel. 081.8800136

amb.mercedes-benz.it

mercedesbenznapoli.it

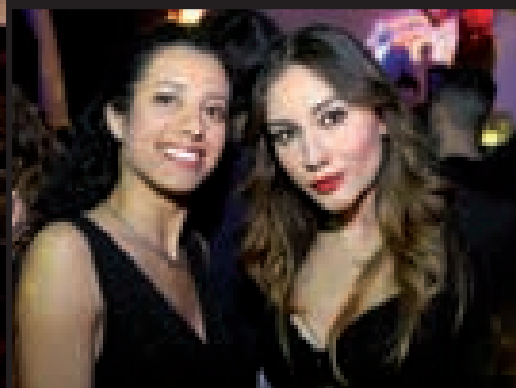


tecnologia superiore diventa un'icona di stile,
e anche grazie a una dinamica di marcia mai
turismo è tornata.



Selezione Auto S.p.A.

Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz
Napoli, Via delle Repubbliche Marinare 2, tel. 081.2435111
Caserta, S.S. Appia loc. Ponteselice, tel. 0823.210531
selezioneauto.mercedes-benz.it
mercedesbenznapoli.it



I 18 anni del rampollo **Kiton**

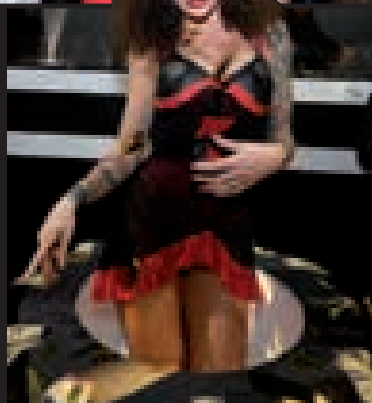
FOTO DI MARCO BALDASSARRE



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

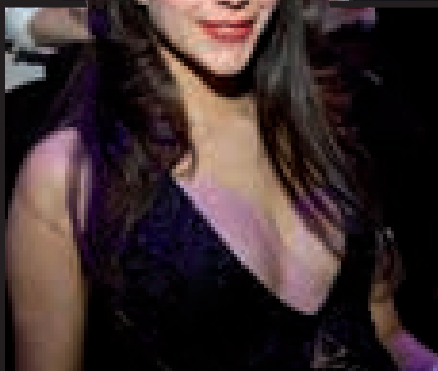
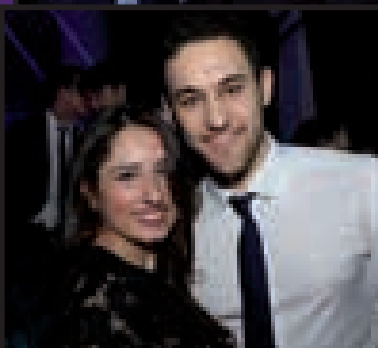
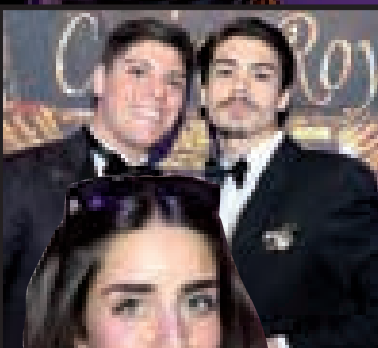


Ulderico Klain, rampollo della nota famiglia Kiton, ha festeggiato la maggiore età con un mega party al Teatro Posillipo con mille amici, accolti dal capostipite Ciro Paone, fondatore della maison di moda. Tra i parenti, il padre di Ulderico, Michele Klain, la madre Maria Giovanna Paone, la sorella Martina e gli zii Anna De Matteis, Antonio e Saverio Paone, Antonella, Angela e Giuseppe Klain. Il sottofondo della serata è stato affidato ai dj Peppe Blasio ed Edo Baccari ➔





e alla Raul Swing Orchestra. A contribuire alla spettacolarità del party, il videomaker Lorenzo Franco e il coreografo Luca G, che ha reclutato un gruppo di ballerine ibizenche che hanno riscaldato la pista. Tra gli amici, Walter e Mariano De Mattes, Maurizio Pescarolo, Gianluca Baldassarre, Marco Baldassarre, Nicoletta Conte, Flora Orlandi, Vincenzo Olivieri, Andrea Savoia. ■





BCO^{OUTLET}

- FASHION - FOOD - FUN -

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



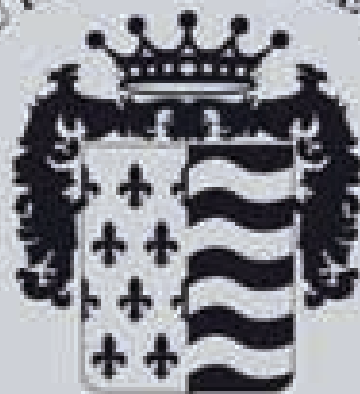
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD

Marc Ellis new collection



Lo show-room Loft 3.0 si è trasformato in una discoteca con un videoschermo e una stella argentata come leit motiv del party di presentazione della nuova collezione Marc Ellis. I designer Mario e Massimo Troise, con la regia di Mario Ioimo, Valeria Krogh, Gianni Buonocore e Chicca Fusco, hanno voluto un défilé con dieci mannequin dell'agenzia di Fabio Oliva, che hanno sfi-

TENUTA SAN DOMENICO



ANTICA DIMORA
CAPUA RELAIS

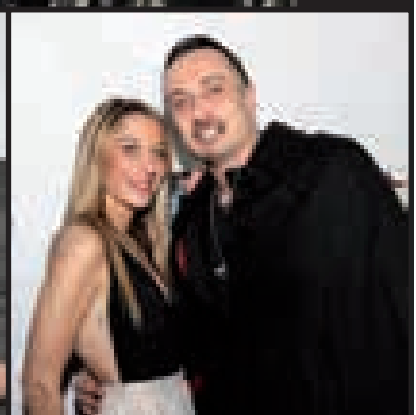


via casa cerre, 81043 capua (ce) > tel. +39 0823 995470 > tenutasandomenicofive.it

www.tenutasandomenico.it



lato su una suggestiva passerella aerea. Tra gli ospiti, deliziati dallo strepitoso sushi Kukai di Massimiliano Neri, c'erano Bruno Avallone, Roy Capasso, Alessandro Lucaks, Carmine ed Ernesto Milone, Roberto Sosa, Enzo Politelli e tanti altri. ■



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 FURTO

9€ / mese

DANNO AL
COMPLESSO

2€ / mese

DANNO INCENDIO

3€ / mese

20€ /mese

INQUADRI
ACCIDENTALE

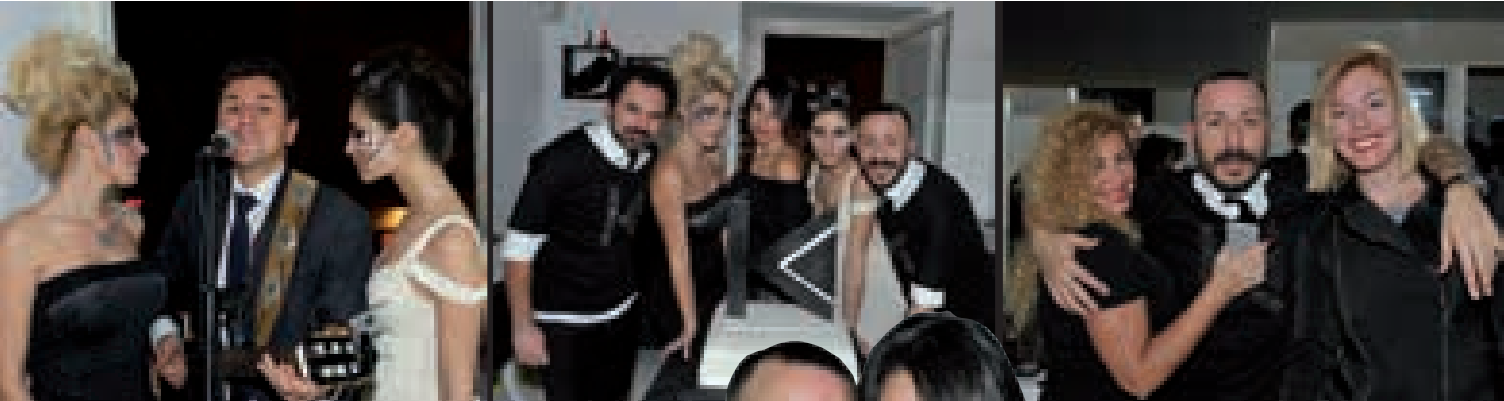
6€ / mese

Proteggi la tua attività con una piccola spesa mensile

Allianz



Allianz1 Business è un prodotto assicurativo proposto e gestito da Allianz Assicuratori, con la garanzia di serietà e professionalità. L'abbonamento è a pagamento mensile. Per informazioni e sottoscrivere, rivolgiti al tuo agente Allianz o al numero verde 119999. L'abbonamento è a pagamento mensile. Per informazioni e sottoscrivere, rivolgiti al tuo agente Allianz o al numero verde 119999.



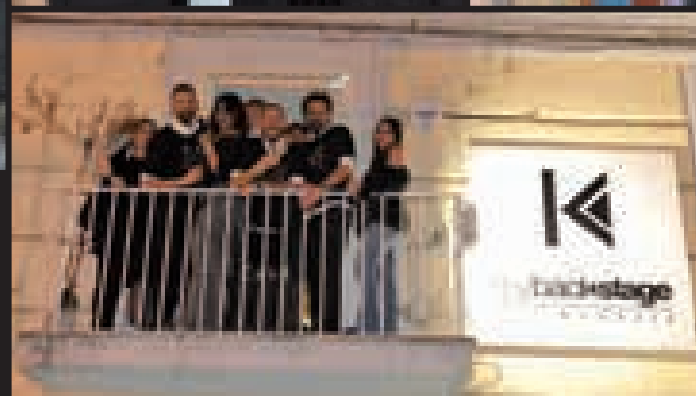
**i'm
party**



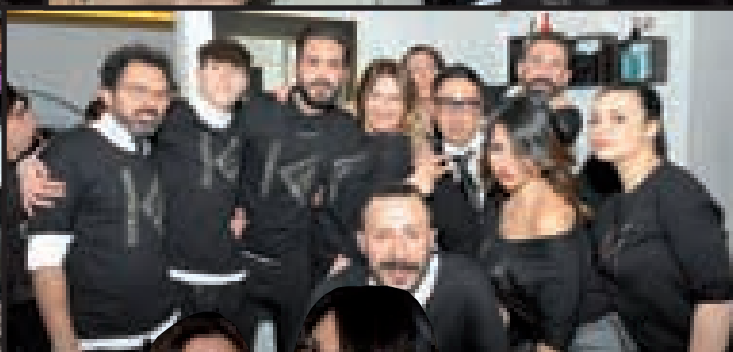
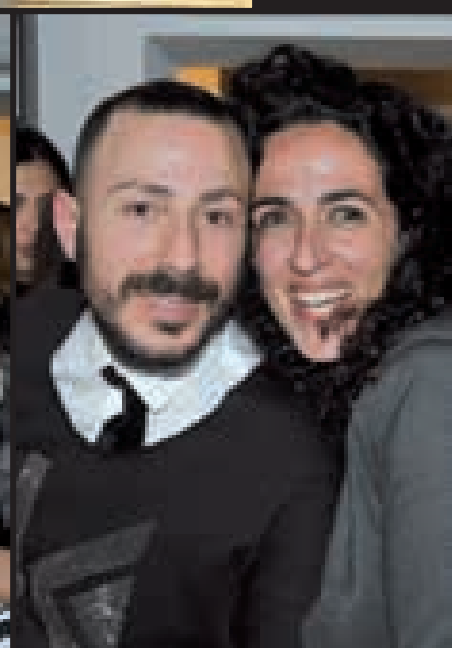
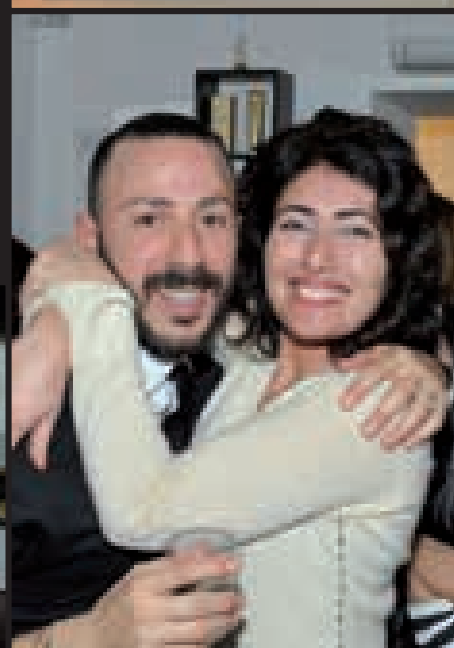
***Mybackstage** al Vomero*

FOTO DI ANTONIO ARAGONA





Francesco Beneduce, Genaro Pesa e Teresa Mazzocchi, dopo una lunga esperienza con la catena di parrucchieri "I Sorrentino", di cui erano i titolari, hanno deciso che era giunto il momento di fare un salto avanti e di qualità, aprendo Mybackstage, il salone hair e beauty che ha già stregato le signore del Vomero e non solo. Un ampio loft nel passeggio dello shopping per eccellenza, quello di via Scarlatti n. 126: uno stile minimal mixato a particolari urban in stile ne-





wyorchese, dove le clienti vengono accolte da musica relax di sottofondo, riviste di moda e degustazione di caffè. Il clima però, è sempre quello familiare di sempre, garantito dalla direzione di Francesco Beneduce, che quest'anno, nonostante la giovanissima età, festeggia 30 anni di professione. Al suo fianco, Gennaro Pesa, e Teresa Mazzocchi per l'art nails. Ad inaugurare il neonato Mybackstage, un aperitif party in negozio con musica dal vivo, modelle truccate con il logo del negozio black & white, ed un buffet di Fruttilla culminato nella pasticceria firmata Carraturo. Tra balli, foto e video, clienti ed amici hanno brindato al nuovo e già affermato punto di riferimento delle signore napoletane, che promette di espandersi in breve tempo anche in altri quartieri della città. ■



Provoca
nuove
emozioni



info: 081 0117801
www.ivanlarusca.it

DOTT. **Ivan**

LaRusca
CHIRURGIA PLASTICA



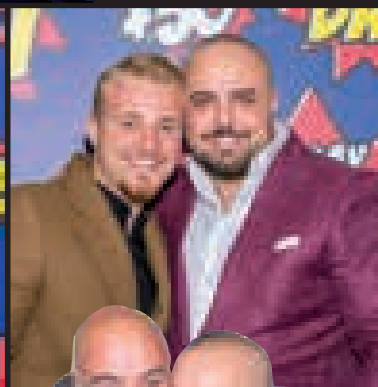
30 anni esplosivi



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



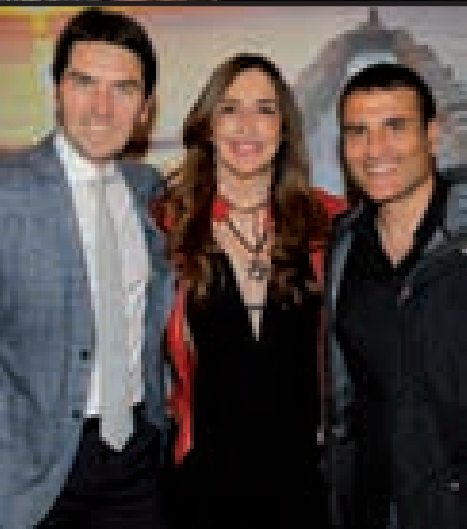
L'imprenditore Gianluca Vorzillo, titolare del brand "Roberta Biagi" insieme ai fratelli Carlo e Roberta, nonché promotore della BCO, galleria commerciale a Marcianise, ha festeggiato i suoi trent'anni con un party a base di sushi e bollicine al ristorante Kiss Kiss Bang Bang, la versione 2.0 del tender del gruppo Jap One, specializzato nella cucina giapponese. Amici e parenti sono stati coinvolti fino a tarda notte dai mix del dj, selfie e flash, e tanti brindisi. Tra loro, molti esponenti dell'imprenditoria campana come Gianni Nardelli, Mirko Fammiano, Sasi Maresca, Gaetano Cali. A chiudere in bellezza, una coloratissima torta con una candolina a forma di bomba, simbolo anche del backdrop, per sottolineare l'esplosività dell'imprenditore, che non fa in tempo ad intraprendere un progetto, che già ne ha in mente uno nuovo. ■



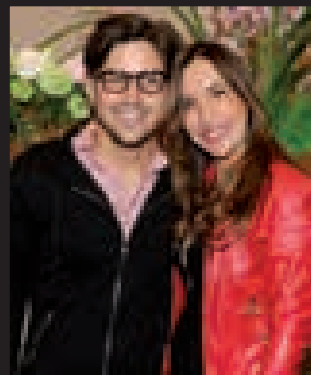


Disponibile su
App Store

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

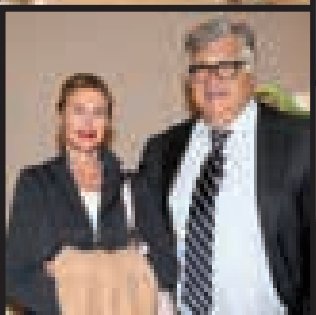
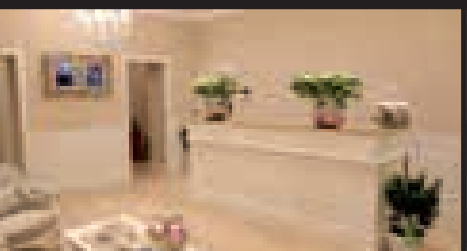


**i'm
party**



Beauty Line nel salotto di Napoli

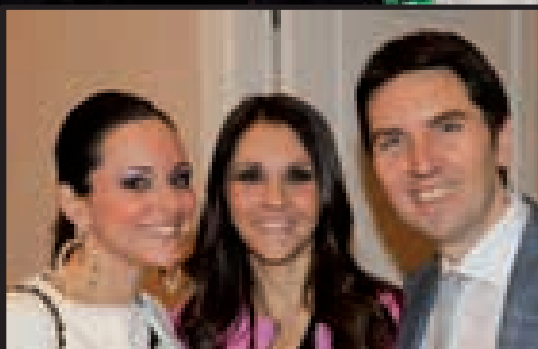
FOTO DI GIUSEPPE MATARAZZO





Una inaugurazione attesissima, quella del centro più all'avanguardia in tema di bellezza e dimagrimento: "Beauty Line" di Salvio e Katia Salzano. Una vera Mecca degli amanti del peso forma, che soprattutto in vista della stagione estiva si dedicano alla cura del corpo. Tra questi anche molti volti noti, che hanno partecipato al party inaugurale: Sal Da Vinci, Maurizio Aiello, Lino Barbieri, Claudia Mercurio, Luca Sepe, Angelo Di Gennaro. Tra gli amici del titolare, il cardiocirurgo Vincenzo Caprioli, il presidente del

Rotary Est Bruno Proto, Raffaele Auriemma e Letizia Isaia. Il progetto di "Beauty Line" è molto ambizioso e mira a diventare un modello anche per l'estero, partendo proprio dal salotto di Napoli, in Via Vittoria Colonna 14. "Dimagrire si può", il motto del metodo Salzano, che può essere realizzato in questo esclusivo centro grazie a macchinari innovativi ed unici in Campania, che durante l'opening il selezionato parterre di ospiti ha potuto ammirare, intrattenendosi piacevolmente tra flash e brindisi augurali. ■





Un party anni '60

Nella sua casa posillipina, Alessandra Cangiano ha festeggiato i suoi primi 40 anni con un party anni sessanta curato nei minimi dettagli grazie alla regia dell'amorevole marito Giancarlo Cangiano. Il salone di casa, trasformato in un nightclub, è stato infiammato dalla band di Nestor Vincenti e da dj Marcantonio e luci psichedeliche. Finger food e free bar hanno contribuito a disinibire gli invitati che si sono scatenati tra flash dei fotografi, selfie, e brindisi. Tra i tanti, Mino Cucciniello, Anna Paola Merone, Giulia Cangiano, Piera Pascale, Pepino e Annamaria Barletta, Alessandro e Roberta Formisano. ■





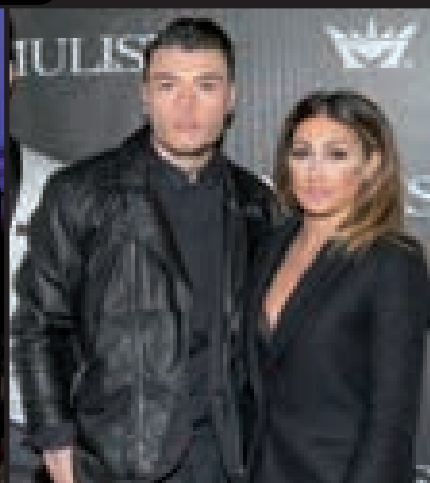
**Radiologia digitale - Mammografia - Risonanza magnetica aperta
T.C. Multislice - Dentalscan - T.C. Cone Beam - MOC Dexa
Ecografia - Eco color Doppler**



Via Leopardi 60 - Napoli - Tel: 081 2391131

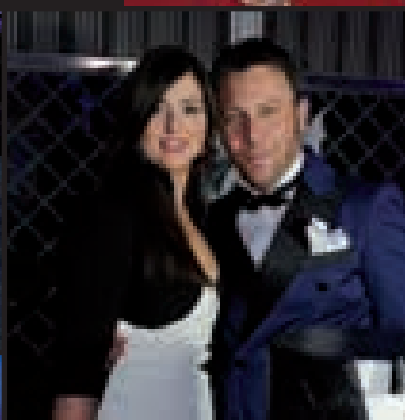
www.centroaugusto.it

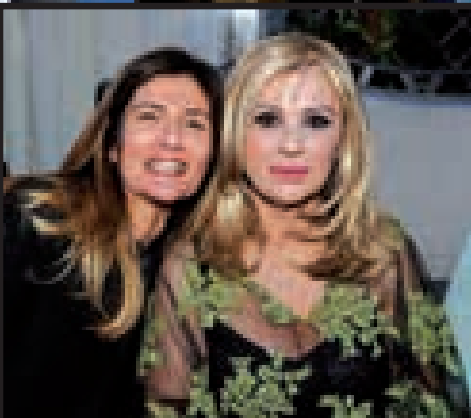
Orari: Lunedì - Venerdì 8:30 - 19:00 - Sabato 9:00 - 12:30



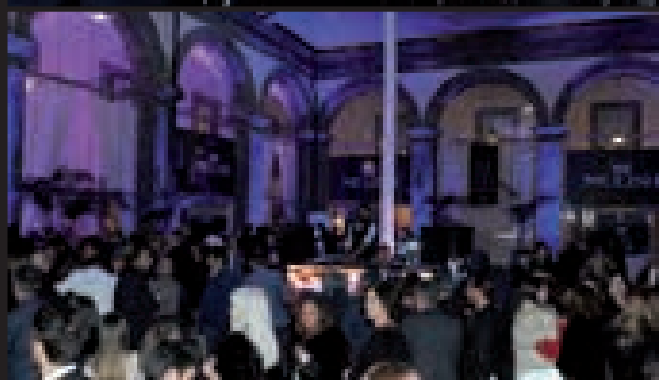
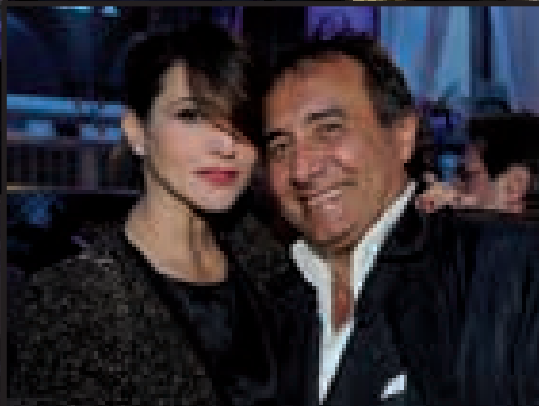
Mulish

a Palazzo Caracciolo





L'arte sartoriale del made in Italy si ritrova in tutta la sua sapienza e classe nelle creazioni Mulish, che per presentare la nuova collezione Spring/Summer 2017, ha ingaggiato come testimonial Gabriel Garko. Proprio come Garko, l'uomo Mulish è elegante ma anche casual, capace di indossare l'abito giusto per ogni occasione. La presentazione è avvenuta nel meraviglioso Palazzo Caracciolo con un party organizzato da Diego Di Flora, che tra gli ospiti ha visto anche molti vip accolti dal patron del brand Daniele Gervasio: Mariagrazia Cucinotta, Alfonso Signorini, il centrocampista del Napoli Jorginho, Fatima Trotta, Shalana Santana, Paola Caruso, Guendalina Canessa, Karina Cascella, Tina Cipollari, Gianni Sperti, Vincenzo Durevole e Giovanna D'Anna. ■





Airc serata in Casa Ascione



Una serata in Casa Ascione, quella voluta ed organizzata da A.I.R.C. Comitato Campania, nella persona della sua Presidente Campania Gloria Frezza di San Felice insieme a Giancarlo, Mauro e Giuseppe Ascione, che ha visto la partecipazione di più di 500 persone. Sono state distribuite le uova di Pasqua di Gay Odin con un bigliettino di sorteggio di un prezioso gioiello messo a disposizione da Casa Ascione. Il Consiglio dell'AIRC Comitato Campania era rappresentato oltre che dalla Presidente Gloria Frezza di Sanfelice, dalla Vice Presidente Roberta Buccino Grimaldi, dai consiglieri Patrizia Pignata, Adriana Angiuoni, Giuliana Gargiulo, Maria Teresa Viti, Sergio Cappelli, Maria Teresa Funari, Gabriella Minchiotti, Guja Conti e da Alessandra Sottile di Alfano e Maria Carolina Centonze. La serata è stata resa possibile grazie alla generosità di Michele Pontecorvo che con la Ferrarelle è vicino ad AIRC sin dalla prima edizione. Ha partecipato all'iniziativa prendendo moltissime uova anche la Delegazione Campana dell'Ordine Costantiniano di S. Giorgio rappresentata da Federica De Gregorio Cattaneo di Sant'Elia, Stefano delli Santi Cimaglia Gonzaga, Giovanni de Lutio di Castelguidone ed Eugenio Donadoni. Tra gli ospiti, Mimma Sardella, Francesco Mollo, Sveva Donadoni, Piera Leonetti di Santo Janni, Danilo Ambrosino, Francesca Mandolese, Emilia Jodice, Miscenka Solima, Fiorella De Mennato, Giorgio Nocerino, Agata Piromallo, Rosa Sarno, Gemma Flore, Patrizia Docimo, Valentina Martuscelli, Gabriella Matacena, Gioia Fontanelli, Marina D'Andria di Montelungo, Luisa De Falco, Marina Marsiglia, Annamaria e Anny Troise, Marina Vivarelli von Lobstein. ■

dimagrire *si può* **beautyline**

METODO SALZANO

dimagrimento e benessere la nostra filosofia di vita!

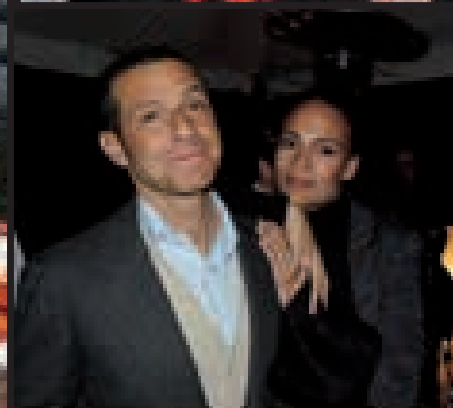
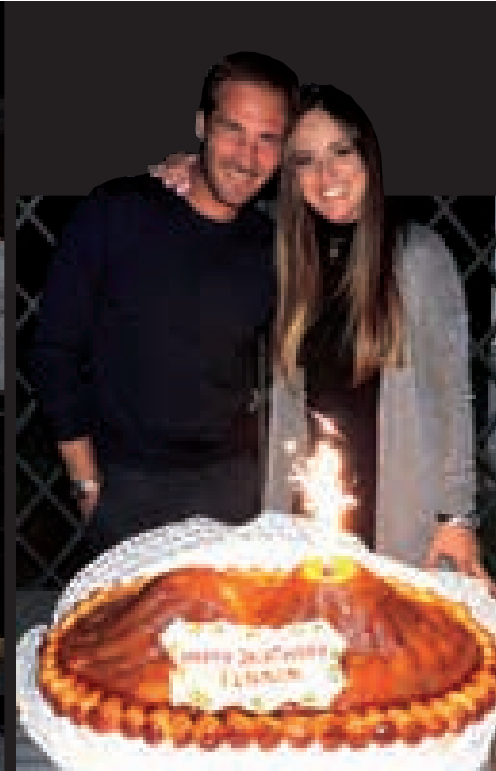
Il salotto buono al centro di



NAPOLI VIA VITTORIA COLONNA 14
"ANGOLO PIAZZA AMEDEO"

CHECK UP GRATUITO

INFORMAZIONI
800145517
dimagriesipuo.it



Party in casa **Aiello**

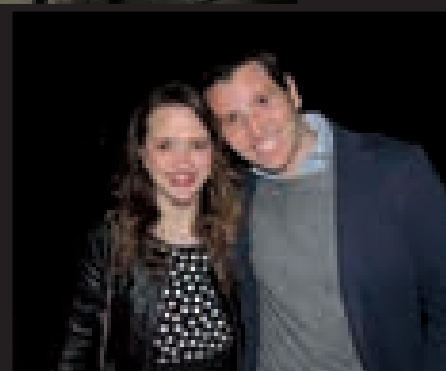


SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



Il 37° compleanno della direttrice di IM Magazine, Ilaria Carloni, è stato festeggiato con un party a sorpresa sul terrazzo di casa Aiello a Via Tasso. La mente organizzativa è stata ovviamente quella del marito l'attore Maurizio Aiello, che ha curato per la sua amata mogliettina ogni dettaglio. Dall'arredo del terrazzo tutto in stile Buddha Bar, realizzato dalla Wedding Solution, con cuscini e puff bianchi, illuminati da candele e da un bancone bar luminoso di "Bar in movimento" di Francesco Cappuccio, leader nel barcatering. Puntuali alle ore 21, i colleghi di "Un Posto al Sole" tra i quali Patrizio Rispo, testimone di nozze della coppia Aiello/Carloni, Claudia Ruffo, Michelangelo Tommaso e Riccardo Polizzy, presentatosi con un enorme mazzo di fiori primaverili. Tra i 50 selezionatissimi amici, anche i calciatori Christian Maggio ed Emanuele Giaccherini accompagnati dalle mogli Valeria e Dania; Veronica Maya con il marito il chirurgo plastico Marco Moraci, con il quale è convolata di recente a nozze ai Caraibi; il dentista Alessandro Lukacs, la splendida Shalana, il viceprefetto Desiree D'Ovidio con il marito Stefano Gabrieli, lo stilista Nino Lettieri con l'amico Franco Beneduce titolare di Mybackstage, l'imprenditore

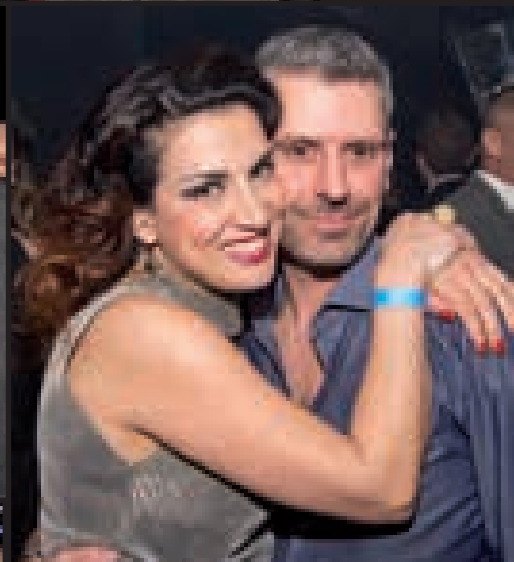
Salvatore De Cristofaro con la compagna Imen, Armando Saggese titolare di Dorabella con la moglie Lisa, il chirurgo plastico Achille Aveta con Fabrizia Lellero, la stilista Roberta Baccarelli, Ida Fadigati e Fabrizio Caso, Lorenza Lukacs e Marco Benevento, Clotilde Crovelli con il marito Stefano Maione, il dentista Roberto Del Deo e Roberta Gambino, Francesca Variante e Antonio Tortora. Tra gli affetti più cari della festeggiata, la migliore amica Anna Ferrajoli venuta da Roma, la sorella Alessandra Carloni con il marito Guido Militeri, ed il fratello Stefano con la fidanzata Maria Laura. A deliziare gli ospiti il finger food preparato da Alba Catering a base di prelibatezze mediterranee - tortini di pasta e melanzane, di riso e piselli, e di patate e zucchine, salsicette e friarielli, polpettine di manzo e verdure, parmigiana di melanzane, affettati e salumi, accompagnati da tortano e panini assortiti - culminato in un enorme Vesuvio babà di Giovanni Scaturchio, sul quale un petardo colorato ha riprodotto l'eruzione, ed ha illuminato la serata proseguita sino all'una con musica di sottofondo selezionata dal dj Marco Piccolo e cocktail esotici preparati dal bartender del team di Francesco Cappuccio. ■

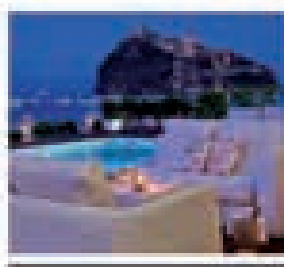




Lady Burlesque Bday

Un compleanno all'insegna della sensualità e dell'ironia, quello di Lady burlesque Claudia Letizia, che ha festeggiato al "Joia" di S. Antimo, insieme al marito e gli amici, tra cui l'attore del film Gomorra **Ciro Petrone**, e l'imprenditore **Luigi Russo** detto "il profumiere". Avvolta in un bellissimo abito laminato argento e tacchi a spillo rossi, ha brindato e ballato tra i suoi più cari amici sui mix del dj **Gianni Romano** ed il vocalist **Christian Key**. A chiudere in bellezza il party, una torta black, red and white in tema burlesche con le note musicali per richiamare il programma radiofonico di **Kiss Kiss** che Claudia sta conducendo. ■

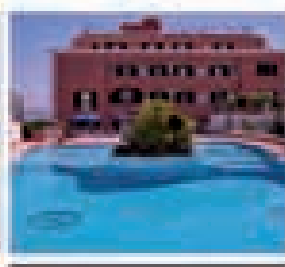




Hotel Miramare & Castello
★★★★★



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



Hotel Terme Marziale
★★★★★



Via Portofino, 36
I-80077 Ischia (NA)
Tel. +39 081 992555
Fax +39 081 992939
www.hotelmarziale.it



La Lampara
intimate restaurant restaurant

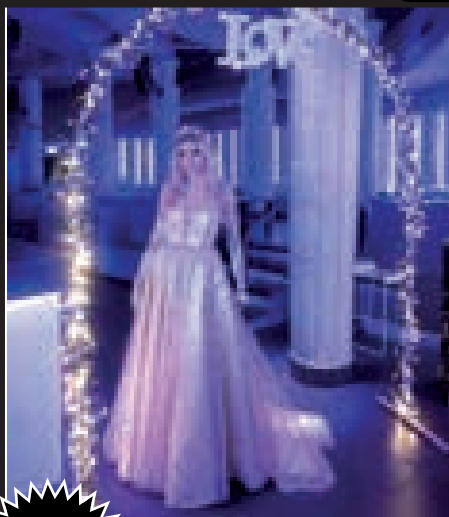
LA LAMPARA
panorama exclusive restaurant

Via Portofino, 5
I-80077 Ischia (NA)
Tel. +39 081 991333
Tel. +39 081 995015
www.miramarecastello.it



Disponibile su
App Store

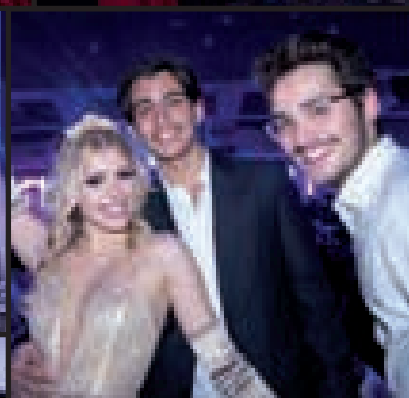
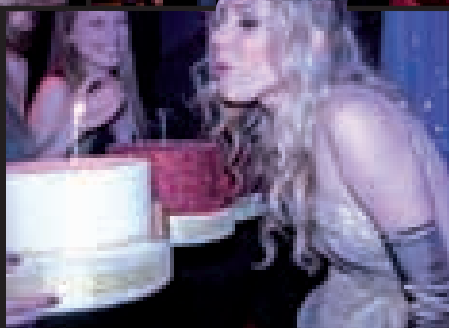
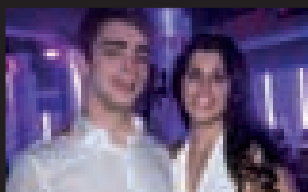
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



**i'm
party**

Diciotto anni da principessa

FOTO DI FEDERICA AURIEMMA



170

Ludovica Nicolini, in versione Principessa Sissy, ha festeggiato i suoi diciotto anni come in una favola. La location prescelta del gran ballo, il Teatro Posillipo, animato da giochi di luce e farfalle giganti colorate, dove sono stati accolti circa mille amici della splendida fe-

Napoli - Capri 5 - 13 maggio 2017

ROLEX CAPRI SAILING WEEK

YU ITALIANO - CRY ITALIA - CC ANIENE - YU CAPRI

*63° Regata del Tre Gelfi - Campionato Nazionale del Tirreno
Farr 40 Class Regatta - Mylius Cup*

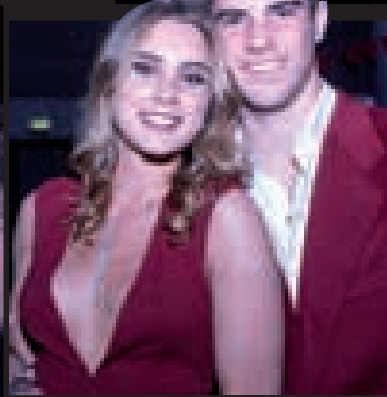


rolexcaprisailingweek.com





steggiata. Ludovica, da vera principessa moderna, ha indossato un abito realizzato in esclusiva dalla stilista Roberta Bacarelli: tre tessuti sovrapposti color oro con un lungo strascico illuminato da micro led. A completarlo, una corona degna di una vera star. Tra gli amici, Federica Auriemma, Giorgia D'Angelo, Asia Abbamonte, Sveva Cuccurullo, Marco Riccio e tanti altri. ■



Apple iPad

A tutto divertimento.



**Studia, gioca, naviga, crea.
Scopri come con iPad ed iOS.**

Chiedi di più.

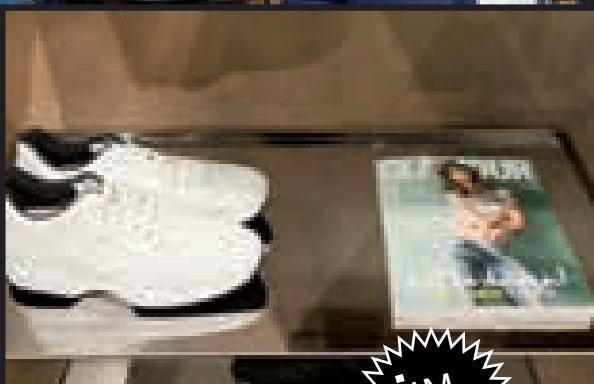
Siamo a Napoli, Milano, Roma, Nola, Pompei,

Caserta, Avellino, Pontecagnuolo, Potenza.

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

R-Store



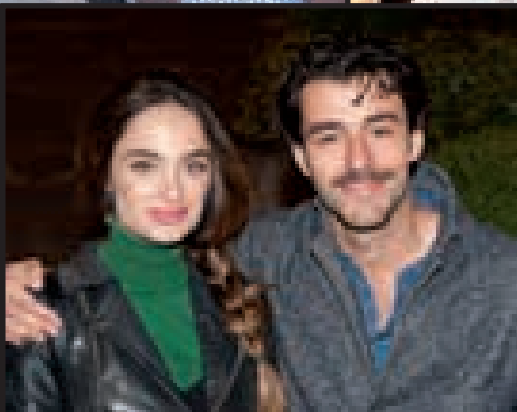


Hogan party nella boutique Dev

FOTO DI MARCO ROSSI



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

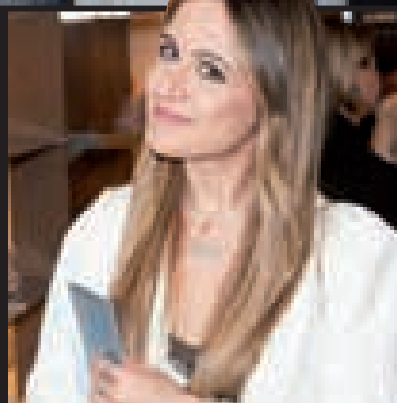


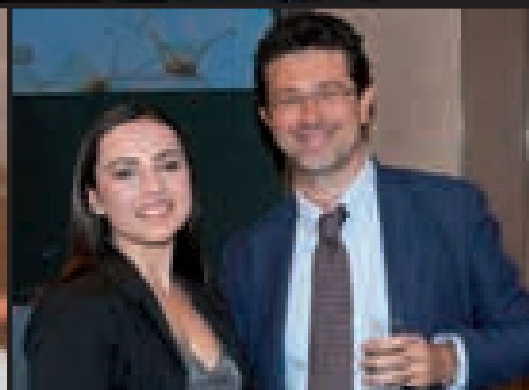
“In love with sneakers”, il tour targato Hogan che sta portando in giro per l'Italia lo short movie diretto da Giovanni Gastel ed interpretato da Rocío Munoz Morales, ha fatto tappa a Napoli nella boutique Dev di Via Filangieri, di Diego Della Valle in società con l'imprenditore napoletano Paolo Fiorillo.

Il cocktail, organizzato come sempre dalla impeccabile Roberta Buccino, coadiuvata dall'attore Maurizio Aiello per il parterre vip, ha attirato clienti, fashion blogger, trend addicted e anche amanti della movida e della musica house, perché in consolle c'era una dj speciale, la modella slovena Brina Knauss.

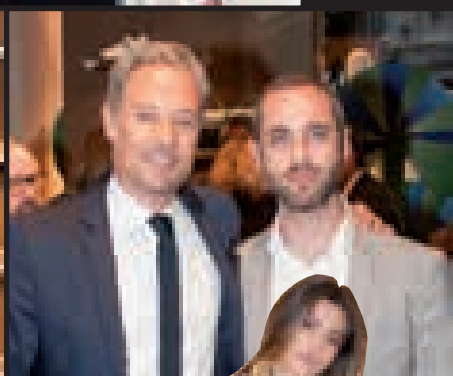
Tra gli ospiti anche il direttore di Glamour Cristina Lucchini con il fashion editor Simone Guidarelli, che hanno ironicamente fatto da guida di stile per i presenti, attratti dalla nuova collezione Hogan.

Tra gli ospiti le celebrities Miriam Condurro, Ilenia Lazzarin, Claudia





Ruffo, Denise Capezza, Cristina Donadio, Francesco Cicchella, Massimiliano Gallo. Tra i clienti fedeli della boutique, Rossella Catapano, Massimiliano Neri, Roberta Fusco, Lorenzo De caro, Fernanda Speranza, Isabella Patroni Griffi, Giulia Paone, Federica De Gregorio e tanti altri, che si sono deliziati tra selfie, bollicine, musica, e le coloratissime sneakers della nuova collezione. ■



MY LIFE DESIGN STORIES

Mondrian divano, Cosmos tavolino e consolle, design Jean-Marie Massaud.
Stanford poltrone, design Jean-Marie Massaud. Demo (padding).



NAPOLI

Franchising: Home Design srl | Corso Vittorio Emanuele 674, 80132 Napoli

Poliform





DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano



VOLVO V40 DIESEL D2 KINETIC DA 19.500 EURO*

LO STRAORDINARIO È DI SERIE

Con Computer di bordo, Airbag esterno a protezione del pedone, City Safety, frenata d'emergenza assistita, Comandi vocali al volante, Cruise Control, Hill Start Assist e Controllo elettronico della stabilità avanzato. Ha tutto quello che ha sempre richiesto da un'auto.

MADE BY SWEDEN



VOLVOCARS.IT

*VOLVO V40 D2 KINETIC. PREZZO DI LISTINO 4 DOOR 19.500 EURO (IVA INCLUSA). COPERTA SALIDA FINO AL 30/09/2011 CON IL CONTRIBUTO DEL CONCESSIONARIO VOLVO ADESSO. L'AUTO RAPPRESENTA PREZZO E OPZIONI, NON COMPRESI NELL'OFFERTA. VOLVO V40 DI 5 ANNI. VALORI NEL CIRCOLO CONVENIENZA. CONSUMO 5,5-6,1-7,0 KM/L (CITADINE/URBANO/OUT). IVA INCLUSA.

Autorally

NAPOLI - Via Reggia Di Portici 49 - Tel. 081.7524144
SALERNO - Via Delle Calabrie 49 - Tel. 089.3061248

www.autorally.it