

IN MAGAZINE

MARZO - APRILE 2018 Anno XI N°64

Moda *TWINSET*

Alla conquista del mondo

Moda
AMINA RUBINACCI
L'essenza della leggerezza

Intervista
VINCENZO SALEMME
Torna al cinema
con "Una festa esagerata"

Moda
MEWO
Non solo gioielli

Made in Naples
GAY ODIN
Il cioccolato
più buono del mondo

Turismo
PROCIDA
L'isola di Morante

**ARTURO
MUSELLI**

Disponibile su
App Store



L'INSTANT
CHANEL



LA MONTRE
J12

MONETTI

VIA DEI MISSI 12 - NAPOLI - TEL. 411468

ALTA OROLOGERIA E OROLOGERIA



Kendall - 2018



Toby - 2018



TOD'S



MASSIMO BOTTIGLIERI
CIOTELLI
ESCHIA

ESCHIA - CORSO VITTORIA COLOMBA 106, 00187 ROMA
WWW.MASSIMOBOTTIGLIERI.IT



BVLGARI
ROMA

B.zerol
BVLGARI.COM

IN COPERTINA



Arturo Muselli
ph Anna Monaco

Edito da I'M srl

Redazione
tel 081 263508
fax 081 282662

www.immagazine.it
info@immagazine.it

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

Editore

Maurizio Aiello

Direttore responsabile

Ilaria Carloni

Caporedattore

Alessandra Carloni

Collaboratori:

Laura Caico
Maria De Luca
Sergio Governale
Marco Nota
Francesca Raspavolo

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

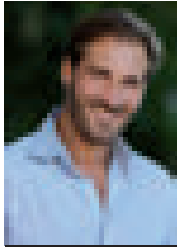


Follow us on:



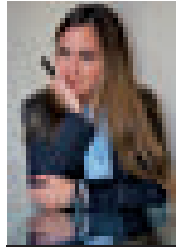
Studio Legale

Avvocati Malone
via Stazio n.3 - Napoli
ph 081 7141919



L'Editore

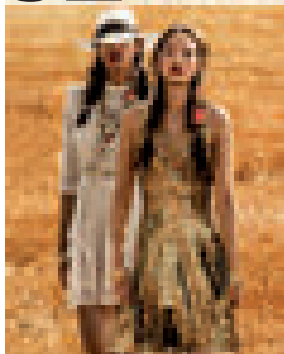
Maurizio Aiello



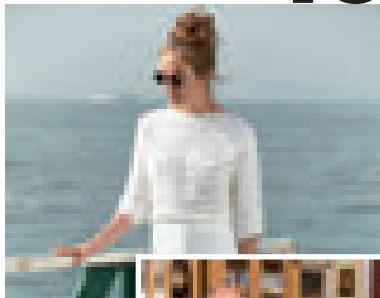
Il Direttore Responsabile

Ilaria Carloni

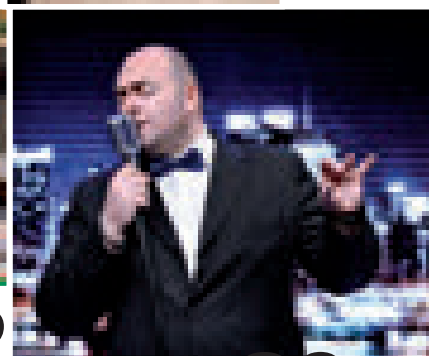
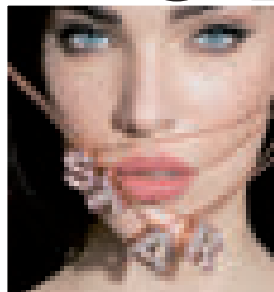
32



46



64



70

76

82

SOMMARIO



54

32 Twinset

MADE IN ITALY ALLA CONQUISTA DEL MONDO
DI SERGIO GOVERNALE

46 Amina Rubinacci

L'ESSENZA DELLA LEGGEREZZA
DI SERGIO GOVERNALE

54 Arturo Muselli

SI È RISCATTATO IN "GOMORRA"
ED ANCHE NELLA VITA
DI ILARIA CARLONI

64 Mewo

NON SOLO GIOIELLI
DI SERGIO GOVERNALE

70 Vincenzo Salemme

TORNA AL CINEMA CON "UNA FESTA ESAGERATA"
DI ILARIA CARLONI

76 Gay Odin

LA CIOCCOLATA PIÙ BUONA DEL MONDO
DI ILARIA CARLONI

82 Raoul De Luca

LA MIA VITA A TUTTO SWING
DI ALESSANDRA CARLONI

BORN TO DARE

#BornToDare

BLACK BAY
STEEL



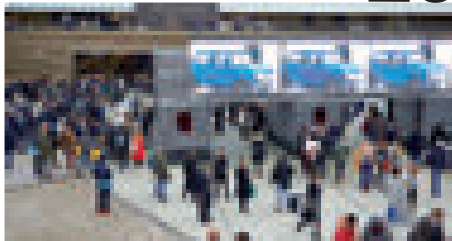
MONETTI

MONETTI & C. S.p.A.
Via Montebello, 10
20121 Milano, Italia

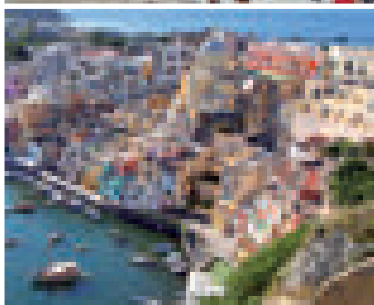


TUDOR

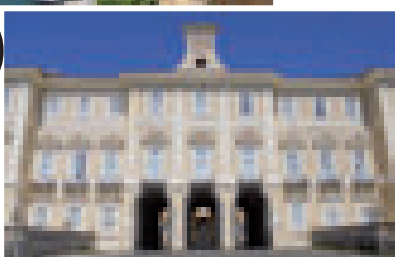
20



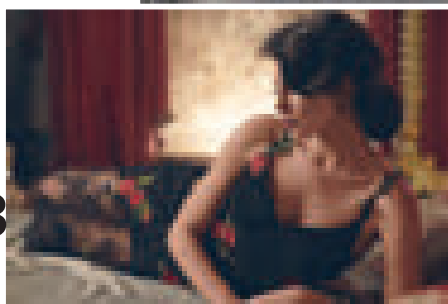
26



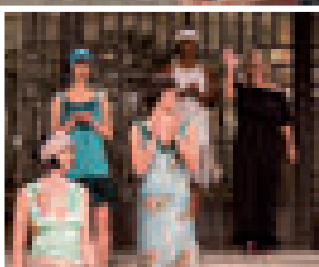
40



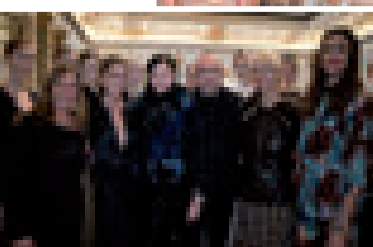
88



106



108



SOMMARIO

15 *L'opinione*

LUCA ABETE E LA SANITÀ CAMPANA
DI FABRIZIO CARLONI

16 *Bellezza*

LIFTING DELLE BRACCIA,
IL RIMODELLAMENTO CHE DONA LEGGEREZZA
DI IVAN LA RUSCA

20 *Pitti Immagine Uomo*

SEI BRAND PARTENOPEI A FORTEZZA DEL BASSO
DI FRANCESCA RASPAVOLO

26 *Procida*

L'ISOLA DELLA MORANTE
DI MARCO NOTA

40 *Reggia di Portici e Real Orto Botanico*

A SPASSO PER LA RESIDENZA ESTIVA DEI BORBONI
DI MARIA DE LUCA

86 *"Romantico, avvolgente, indimenticabile": il viaggio di nozze MSC Crociere*

88 *I'M Model*

CHIARA NAPOLI

94 *La nuova App myOptima*

97 *Professionisti al top*

ANDREA RICCIO
DI ALESSANDRA CARLONI

102 *Fotonotizie*

106 *Gli anni Venti di Roberta Bacarelli*

108 *L'estate leggiadra di Lettieri*

112 *Un mondo di solidarietà*

114 *"Napolisrock"*

114



Blumarine



118



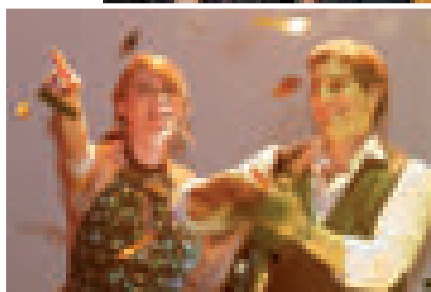
130



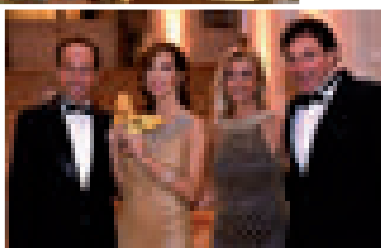
126



132



138



142

SOMMARIO

118 Un party da favola per Lella Nardelli

**124 Bruttini Social Club
apre le sue porte al by night**

126 Lo scintillante party di Msc Crociere

128 Carnival Party per la Lilt
di LAURA CAICO

130 Smeraglia Luxury Clinic
PARATA DI STELLE ALL'INAUGURAZIONE

**132 "Compleanno kitsch e chic
per Lina Carcuro**

134 Autorally presenta la nuova Volvo XC40

**136 "Le stelle della moda
a Palazzo Caracciolo"**

138 Hollywood party al Posillipo

**142 Gran Ballo in maschera
per My Fair Lady**

Salvatore Ferragamo





ICE CUBE

Chopard
EYEWEAR

LUCA ABETE E LA SANITÀ CAMPANA

DI FABRIZIO CARLONI



La sostanziale staffilata che l'amico Luca Abete ha voluto, simbolicamente, sferzare alle istituzioni mostrando su "Striscia la Notizia" la vecchia signora sola che agonizza nei corridoi del Cardarelli, sembra non avere fatto versare, anche metaforicamente, una sola goccia di sangue che non fosse quello dei degenti.

Il collega ha sporto, giornalmisticamente, centinaia di denunce sullo stato della sanità pubblica campana e nessuno dei suoi servizi è mai riuscito a spostare una sola barella per l'impossibilità, per chiunque, di ottenere qualcosa con i fatti, con le pubbliche e private segnalazioni, con le inchieste giornalmistiche più approfondite, documentate e sofisticate.

La riprova, per chi vuol vedere, potrebbero essere i nostri interventi seriali, sui social e su altri giornali, circa l'accattonaggio professionale e molesto praticato, anche con minori, impunemente dagli stranieri. Le istituzioni, in generale, ricevuta l'informativa anche da più fonti che a volte risultano convergenti, in relazione a fenomeni deleteri per la comunità condivisa ed a cui si appartiene, semplicemente lasciano stare o fanno finta di non sentire e di non ravvisare. Il motivo è risaputo e consiste nella burocrazia opprimente; nelle leggi possibiliste e articolate, in genere, a beneficio dei delinquenti (vedi quella sulla legittima difesa); nelle procedure che parcellizzano gli obblighi ad agire tra pletore di "responsabili" che hanno così il modo di scaricarsene; nella perdita di ogni amor proprio ed attaccamento sentimentale ed etico alla missione da espletare.

Fatta la breve premessa, il cittadino un poco più attento ed informato si chiede come sia possibile che solari, plurime e confluenti notizie di evidenti ipotesi di illecito – la situazione della vecchina morente di Luca Abete adagiata su una barella in un corridoio d'ospedale, non costituisca congettura di "abbandono di incapace"? – non solo non suscitino il sentimento di indignazione di rappresentanti delle Forze di Polizia spingendoli ad agire, ma non facciano temere, per chi per motivi vari è informato, le conseguenze di quella che potrebbe apparire un'omissione di atti dovuti per l'incarico assegnato.

Ci si domanda, da zotici impenitenti, come sia possibile che

di fronte al consolidato spettacolo di trapiantati, infartuati, malati così trascurati, la Magistratura non approfondisca le indagini. Gli infermi abbandonati per giorni su barelle senza la salvaguardia di un minimo di dignità, nella gerarchia giuridica, almeno per ora, non valgono più degli animali per cui molti nuovi intellettuali invocano, ricavando moltissimi plausi ed attenzioni, la salvaguardia attentissima delle penne, dei filetti, dei quarti posteriori, dei rognoni e del decoro esistenziale?

La Sanità campana è fatta di eccellenze straordinarie, come quelle costituite dagli illustri medici specialisti della famiglia Muto, dal professor Vincenzo Mirone, stimatissimo urologo del Secondo Policlinico, che insegna al mondo dei cattedratici come si guariscono fisicamente e moralmente i malati che gli vengono affidati, dalla professoressa Anna Maria Colao, uno dei maggiori scienziati, a livello mondiale, attivi nel campo dell'endocrinologia.

E poi, la dottoressa Emilia D'Amore, che con umanità e competenza presta la sua opera presso l'unità di gastroenterologia del Vecchio Pellegrini diretta dal professor Bruno De Luca; il professor Raffaele Russo, altro rappresentante della nostra chirurgia con fama internazionale, che interviene sulle spalle di migliaia di malati con risultati che ci vengono in Europa invidiati. E, ancora, l'eminenza costituita dal professor Michele Marzullo, della Facoltà di Medicina dello Sport del Secondo Policlinico di Napoli. Tutti professionisti che nell'Università partenopea hanno trovato il terreno fertile su cui crescere e prepararsi.

Questi medici campani, e moltissimi altri che richiederebbero un lungo elenco per essere citati, lavorano con passione in reparti che hanno saputo adeguare, gestendo conti economici ampiamente insufficienti, alle esigenze dei propri malati. Valorizzando, peraltro, personale clinico, paramedico ed ausiliario che possiede, oltre alla competenza, in molti casi i crismi della carità cristiana suggerita dal Vangelo.

Come è possibile che una fiumana di politici non sia in condizione di amministrare questi incredibili talenti, valorizzandoli, e che gli ospedali e le Università napoletani debbano rimanere famosi, non per il numero dei pazienti guariti, ma per le loro documentate insufficienze? ■

carloni.f2@gmail.com

Ci si domanda, da zotici impenitenti, come sia possibile che di fronte al consolidato spettacolo di trapiantati, infartuati, malati così trascurati, la Magistratura non approfondisca le indagini.

Bellezza

LIFTING DELLE BRACCIA, IL RIMODELLAMENTO CHE DONA LEGGEREZZA

DOTT. IVAN LA RUSCA



Il lifting delle braccia può essere un'ottima soluzione per limitare questa condizione di appesantimento visibile e antiestetica. Si tratta di un vero e proprio rimodellamento delle braccia, volto a eliminare la pelle in eccesso e in parte anche il grasso, per donare a questa importante parte del corpo quella leggerezza che le è propria.

La bellezza spesso viene identificata con un senso di leggerezza e tonicità, con l'immagine di una donna dalla pelle tesa e morbida. Questa "tensione" del corpo si lega psicologicamente alla capacità di azione, di movimento e di forza, non solo fisica ma soprattutto mentale: è l'immagine della vitalità. Quando al contrario la pelle comincia a perdere tono e si accumula pelle in eccesso su braccia, addome e gambe, la donna sente un senso di "appesantimento" generale, una perdita di controllo sul proprio corpo e sulla femminilità che le appartiene. Inoltre a peggiorare la situazione si aggiunge l'aumento di peso o l'effetto "fisarmonica" causato da dimagrimenti improvvisi e veloci. Le braccia sono spesso esposte e visibili, in particolare d'estate, e quindi mostrarle con fierezza e sicurezza rende la donna libera di muoversi e di vestirsi come più le piace. Il lifting delle braccia può essere un'ottima soluzione per limitare questa condizione di appesantimento visibile e antiestetica. Si tratta di un vero e proprio rimodellamento delle braccia, volto a eliminare la pelle in eccesso e in parte anche il grasso, per donare a questa importante parte del

corpo quella leggerezza che le è propria.

È di fondamentale importanza, per ottenere questi risultati, affidarsi ad un medico competente e serio, e con lui stabilire un rapporto di fiducia e di comunicazione aperta. La relazione medico-paziente è estremamente importante, quanto più se l'intervento è complesso e può incidere sull'immagine e sull'identità della persona che vi si sottopone. Visto il significato psicologico che potrebbe assumere un intervento sull'estetica e quindi l'immagine personale, il medico discute con il paziente trasferendogli informazioni, mostrando fotografie di pazienti operati e chiarendo tutti i suoi dubbi, anticipando gli eventi e quindi riducendo le paure e le ansie legate a questo cambiamento. Il lifting delle braccia è un intervento che regala libertà e sicurezza, senza trasformare l'immagine della donna ma piuttosto rimodellando e definendo quella parte del corpo che ne rappresenta la vitalità e l'intraprendenza. Con la dovuta preparazione e informazione da parte del medico che provvederà all'intervento, la donna che vi si sottopone si regalerà con serenità un nuovo tono della pelle e il piacere di mostrarsi con rinnovata fiducia in sé stessa. ■



BOSS

HUGO BOSS

HUGO BOSS - Via dei Mille, 41 / 80121, Napoli





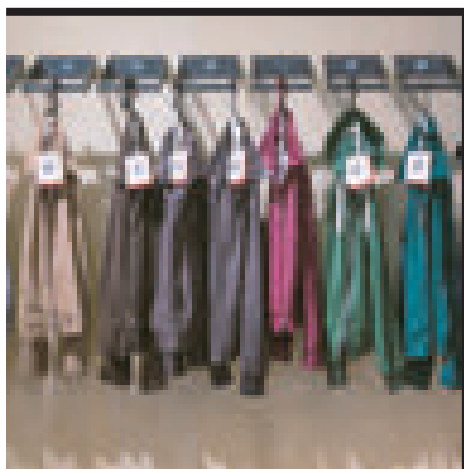
TWINSET
MILANO



PITTI IMMAGINE UOMO

Sei brand partenopei a Fortezza del Basso

DI FRANCESCA RASPAVOLO



KIRED



HARMONT & BLAINE

Che look avrà l'uomo italiano il prossimo autunno-inverno? Quanta influenza avranno i brand napoletani sulla moda uomo che verrà? Quali saranno i nuovi trend del guardaroba di lui per il 2018/2019? Ce lo dice il Pitti Uomo, la prestigiosa rassegna internazionale di moda

maschile giunta alla sua 93esima edizione. Sette i brand partenopei presenti alla Fortezza del Basso a Firenze, uno degli appuntamenti più attesi del calendario fashion.

Nel padiglione centrale, al piano attico, fari puntati sullo stand di **Kired**, azienda vulcanica che dal 1986 veste uomini grintosi, sportivi, alla costante ricerca di avventura. Il mood di questa stagione è il casual, il segreto tramandato da due decenni è la ricerca di tessuti sempre più tecnologici, impermeabili e traspiranti. Ed ecco che i giubbotti, d'ispirazione sportswear, sfoggiano tagli da bespoke e geometrie sartoriali, i trench presentano linee classiche ma su materiali ipermoderni, i blazer diventano reversibili. Il motto è comunicato anche nelle etichette: #tagliatiperlostile, un mantra, una tendenza, una seconda pelle per l'uomo che sceglie Kiton.

Al Pitti si rinnova anche la ricetta che ha reso **Harmont & Blaine** grande nel mondo: la tradizione incontra l'innovazione, il casual sposa l'eleganza, lo stile urban diventa sofisticato grazie ad un certosino lavoro su dettagli, accessori e tessuti. Un piccolo miracolo napoletano per il brand del basotto. Il pezzo cult della nuova collezione è il Chino made in Italy, pantaloni realizzati in tencel e cotone morbido con un'altissima vestibilità, con bottoni in corozo e fini ricami: 13

*Il mood di **Kired** è il casual, il segreto tramandato da due decenni è la ricerca di tessuti sempre più tecnologici, impermeabili e traspiranti. Si rinnova anche la ricetta che ha reso **Harmont & Blaine** grande nel mondo: la tradizione incontra l'innovazione, il casual sposa l'eleganza. Registro totalmente diverso per **Baronio** che per il prossimo autunno inverno risolverà il mood navy reinterpretando il concetto di classico. Ricchezza nei particolari per l'uomo di **B Settecento** che, da 35 anni, propone design, qualità e appeal commerciale.*

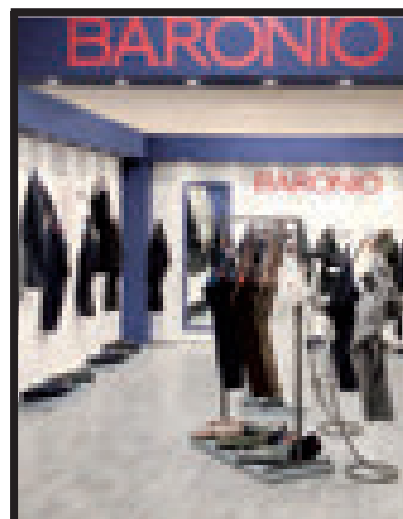
differenti colori per 13 diverse night out.

Registro totalmente diverso per **Baronio** che per il prossimo autunno-inverno risolverà il mood navy reinterpretando il concetto di classico: l'azienda vesuviana si apre al mondo presentando un marinaio contemporaneo che ammaina la bandiera della moda, della seduzione, del self-confidence. Blu, bianco e marrone, linee pulite, visione sartoriale anche per gli elementi informali: su capi-spalla, maglioni e pantaloni perfect trouser - essenza della filosofia Baronio - ricami e colori caldi accenderanno l'inverno.

Metropolitan attitude è la parola d'ordine di **Gazzarrini**: per la season a/i l'azienda trasforma il suo stand al Pitti in un "Cinematic opera party", una festa onirica con outfit romantici e moderni frutto di sperimentazione stilistica e materica. Anno dopo anno la maison cresce e si espande, sviluppando nuovi orizzonti di stile: un uomo che osa, abbinando giacca in pelle a completi in principe di Galles, papillon a pantaloni dal cavallo largo, cappotto militare a trecce e nido d'ape.

Ricchezza nei particolari per l'uomo di **B Settecento** che, da 35 anni, propone design, qualità e appeal commerciale: fantasie classiche come i quadri e le righe vengono sdrammatizzate in una collezione versatile e multisfaccettata che passa dal jaquard al microarmaturato, dal velluto e alla fustagna, dal cappotto al gilet fino al panciotto conferendo aplomb e savour fair al suo uomo.

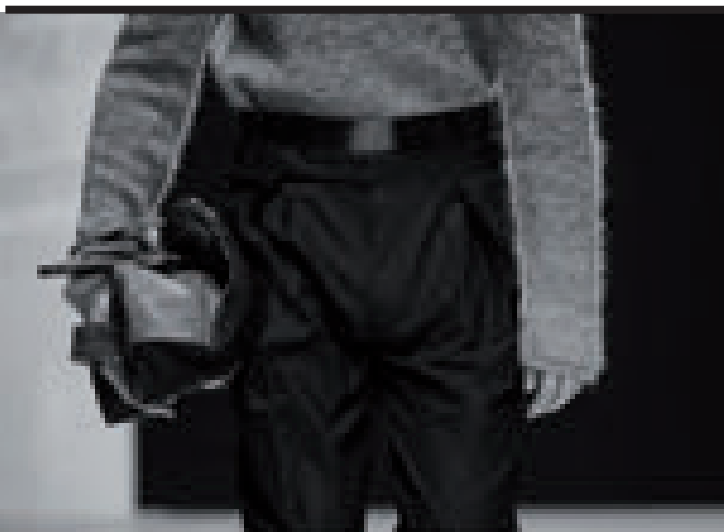
Ultimo ma non ultimo dell'esercito dei napoletani a Firenze è Alfredo Rifugio di **Rifugio Napoli**, l'unico sarto al mondo che cuce la pelle a mano: dopo aver fatto la gavetta da Loropiana ed essersi specializzato in missioni impossibili di stile, Rifugio sbarca al Pitti come solista mixando sportswear a capi extralusso interamente realizzati a mano. Giacche, giubbotti e soprabiti sofisticati, bonton, di un'eleganza d'altri tempi per un uomo che sogna e fa sognare. ■



BARONIO



RIFUGIO NAPOLI



GAZZARRINI

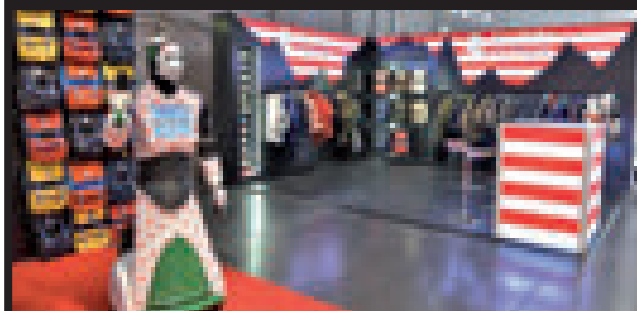


B SETTECENTO

Scende in piazza un dandy ipermoderno



MANUEL RITZ



INVICTA

Un edizione da record che ha portato la moda per vicoli, piazze e strade della Toscana e del mondo intero, consacrando l'uomo 4.0: un dandy ipermoderno, baffi e barba ben curati e look unico. Al Pitti Immagine Uomo 93 - dal 9 al 12 gennaio a Firenze - in scena le nuove tendenze del guardaroba maschile per l'autunno-inverno 2018/2019: in vetrina 1230 marchi, 541 stranieri e 227 new entries per una fiera antica eppure moderna, che si conferma essere la più prestigiosa del comparto men's fashion. Per l'occasione la Fortezza da Basso diventa un set cinematografico, un teatro di posa open air di felliniana memoria: l'attore protagonista del Pitti Live Movie è un milord metropolitano che sa coniugare fashion e business, stile e stili. Grandi, grandissimi i numeri registrati quest'anno: i 60mila metri quadrati di salone sono stati visitati da 30mila persone, in 24mila hanno comprato facendo registrare un più 50% di buyers rispetto al 2017. Il segno che il trend dell'azienda fashion è in rialzo, il segno che gli uomini tornano a comprare e a vestire italiano. La prossima stagione sarà costellata da mise eccentriche, esibizioniste, sfacciate ma al tempo stesso anche tradizionali e retrò, un gangster anni 20 catapultato negli anni Duemila, che pesca dal passo per proiettarsi nel futuro.

Eleganza quotidiana e classe per **Paoloni**, manifattura storica che ha fatto del capospalla la sua eredità: pattern retro-chic, giacca business e completi monocolore profondo blu sono le scelte di stile per quest'anno.

Tagli slim fit, micro fantasia pied de poule, flanella, verdone, blu e grigio, sono i colori di stagione di **Manuel Ritz** che per l'inverno individua alcuni capi must: maglione a collo alto, una giacca in lana e un giaccone. Gli unici vezzi sono l'ispirazione militare e le patch applicate.

Dal Pitti a Sanremo con Ermal Meta, lo stile **Tagliatore** è riconoscibile a occhio nudo: un'eleganza contemporanea, mix di fantasie e pattern, tessuti pregiati, manifattura esclusiva, marrone brillante. Sul look sofisticato e ricercato sveltano le spille-ciondolo.

Gli uomini **Ermenegildo Zegna** sono signori d'altri tempi, fini e impeccabili ma anche sportivi e urbani, tanto che la giacca sartoriale muta pelle arricchendosi di tessuti





A woman with long, wavy brown hair is sitting on wide stone steps. She is wearing a black leather jacket with patterned shoulders, a patterned scarf, a grey and white striped top, dark blue jeans, and black high-heeled sandals with studded details. She is looking towards the camera with a slight smile. The background shows more stone steps and columns, suggesting a classical building.

LIU JO

MILANO

Autunno/Inverno 2015/16 | Piazza San Fedele, Milano | www.liujo.com | ExpressYourStyle



PAOLONI



TAGLIATORE



ERMENEGILDO ZEGNA

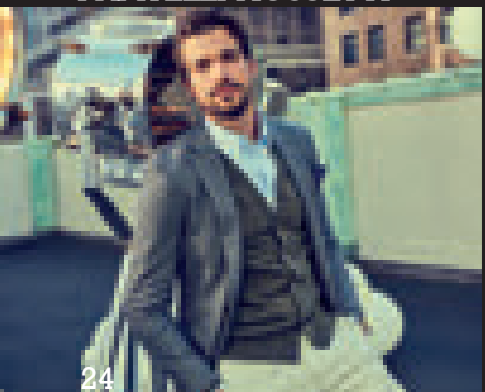
*Eleganza quotidiana e classe per **Paoloni**, manifattura storica che ha fatto del capospalla la sua eredità: pattern retro-chic, giacca business e completi monocolore profondo blu sono le scelte di stile per quest'anno.*

*Tagli slim fit, micro fantasia pied de poule, flanella, verdone, blu e grigio, sono i colori di stagione di **Manuel Ritz** che per l'inverno individua alcuni capi must: maglione a collo alto, una giacca in lana e un giaccone.*

*Lo stile **Tagliatore** è riconoscibile a occhio nudo: un'eleganza contemporanea, mix di fantasie e pattern, tessuti pregiati, manifattura esclusiva, marrone brillante. Sul look sofisticato e ricercato sveltano le spille-ciondolo.*



FRATELLI ROSSETTI



BROOKS BROTHER

hi-tech e capi multifunzionali che gli consentano di vivere appieno avventure all'aria aperta.

Rock n' roll e testosterone sono i codici di stile di Jeremy Scott che, per **Moschino**, immagina un lui forte sebbene androgino, uomo eppure femminile, così maschio da rubare un accessorio alla sua lei.

Mantiene fede al suo codice di eleganza e bon **Paul&Shark** che rispolvera i capi che hanno fatto la storia dell'etichetta: caban e parka tecnico, scarpe da barca e pantaloni cargo bianchi abbinati in maniera non convenzionale su qualcosa di classico.

Tradizione e innovazione, maniera e casual si incontrano anche nella visione dei **Fratelli Rossetti** che, nella nuova collezione, propongono impunture fatte a mano su tutti i modelli di scarpe, dai mocassini brera alle sneakers in gomma: le contaminazioni di stile sono il dna dell'azienda che mancava al Pitti da sei anni.

Massima attenzione sugli accessori invece per **Prada** che punta

sui cappelli, e i capelli, per distinguersi dalla massa mentre **Invicta** svecchia un capo cult lanciando il bomber in velluto, un inedito assoluto per l'impresa torinese.

La passerella del paglione centrale si illumina con **Takahiro Miyashita** e la sua Soloist Fall Menswear Collection: in un omaggio onirico al capolavoro di Stanley Kubrick "2001: Odissea nello spazio" il visionario designer giapponese fa sfilare l'uomo della luna, pantaloni over size, camicia destrutturata e tute da astronauta.

Evento speciale per i due secoli di vita di **Brooks Brother**: il brand americano festeggia a Palazzo Vecchio i suoi primi 200 anni fatti di abbigliamento confezionato, camicie sartoriali e cravatte 12 pieghe ma anche elementi divertenti e sbarazzini come seersucker, madras, la camicia non-stiro e il colletto button-down. Il prossimo appuntamento è per il 12, 13, 14 e 15 giugno con il Pitti Uomo numero 94. ■



RISPLENDI CON PANDORA SHINE

Scegli la NUOVA collezione di gioielli
in Argento Sterling 925 placcato Oro 18K



it.pandora.net

PANDORA

Gioielli PANDORA Shine
a partire da € 45

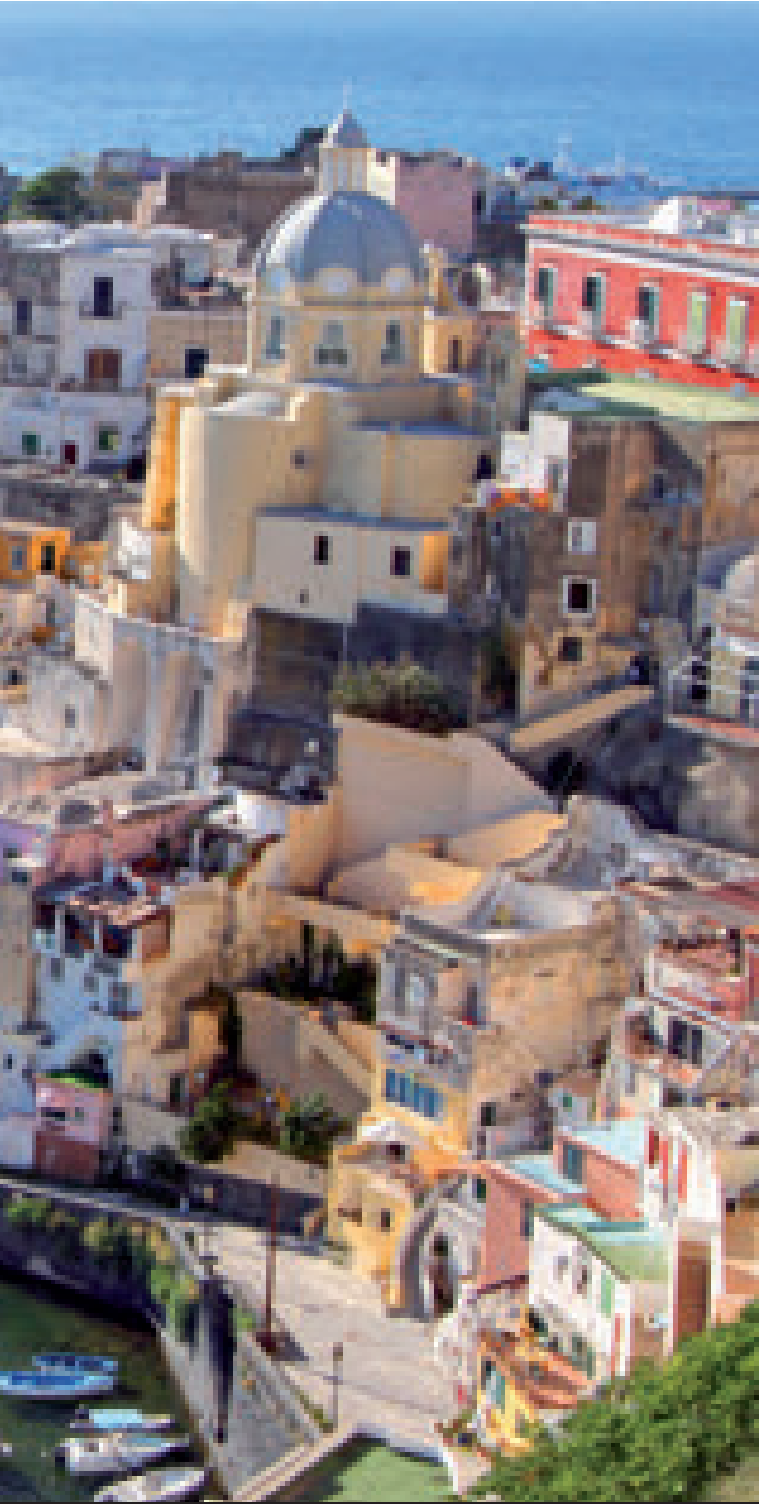


Procida

L'isola della Morante

26

DI MARCO NOTA



“La mia isola ha straducce solitarie chiuse fra muri antichi, oltre i quali si stendono frutteti e vigneti che sembrano giardini imperiali. Ha varie spiagge dalla sabbia chiara e delicata, e altre rive più piccole, coperte di ciottoli e conchiglie, e nascoste fra grandi scogliere”.

*Elsa Morante
“L'isola di Arturo”*

“La mia isola ha straducce solitarie chiuse fra muri antichi, oltre i quali si stendono frutteti e vigneti che sembrano giardini imperiali. Ha varie spiagge dalla sabbia chiara e delicata, e altre rive più piccole, coperte di ciottoli e conchiglie, e nascoste fra grandi scogliere”. È questo lo splendido ritratto di Procida delineato da Elsa Morante nel suo romanzo “L'isola di Arturo”, che gli valse il Premio Strega nel 1957.

Il nome attuale dell'isola deriva da quello di epoca romana “Prochyta” e diverse sono le ipotesi sull'ori-

gine di questa denominazione. Una di queste la fa risalire a ‘Prima Cyme’, cioè “prossima a Cuma”, in riferimento a come appariva l'isola ai coloni greci nella migrazione da Ischia a Cuma. Secondo altri, il nome deriverebbe dal termine greco ‘prokeitai’, cioè “giace”, per via dell'aspetto dell'isola, quando viene osservata dal mare.

Procida ha una superficie di 3,7 km quadrati ed è collegata da un ponte all'isolotto di Vivara. Il centro abitato comprende nove contrade, dette “grancie”: Terra Murata, Corricella, Sent'cò, Marina Grande, San Leonardo, Santissima Annunziata, Sant'Antonuccio, Sant'Antonio e Chiaiolella.

Si è formata grazie alle eruzioni di quattro vulcani ora spenti e in gran parte sommersi. Per questo motivo, è composta principalmente da materiali come il tufo giallo e quello grigio e, in piccola parte, da basalti. I primi abitanti dell'isola, di cui si ha notizia, sono i micenei, che l'hanno colonizzata intorno al XVI-XV secolo avanti Cristo. A conferma di ciò, ci sono i recenti ritrovamenti archeologici sulla vicina Vivara, dove sono state trovate le vestigia di un villaggio miceneo del XV secolo avanti Cristo.

Tanti i luoghi che meritano di essere visitati a Procida. A cominciare da Marina Grande, che è l'area del porto principale dell'isola, dove attraccano traghetti e aliscafi dalla terraferma e da Ischia. Splendido il colpo d'occhio dal mare con tante case variopinte, un'autentica esplosione di colori che affascina chi sta arrivando sull'isola. Nel piazzale del porto sono presenti la fermata dell'autobus e lo staziona-



Procida ha una superficie di 3,7 km quadrati ed è collegata da un ponte all'isolotto di Vivara. Il centro abitato comprende nove contrade, dette "grancie": Terra Murata, Corricella, Sent'cò, Marina Grande, San Leonardo, Santissima Annunziata, Sant'Antuono, Sant'Antonio e Chiaiolella.

mento dei taxi. Lungo via Roma ci sono negozi, boutique e botteghe di artigianato, ma anche monumenti, come la chiesa di Santa Maria della Pietà. Il punto più alto e antico dell'isola è la contrada di Terra Murata (90 metri sul livello del mare). Il borgo prende il nome dalle mura che lo circondano, erette nel '500 a difesa degli attacchi dal mare. Da qui si gode di uno splendido panorama: si può ammirare tutto il golfo di Napoli e le sue isole. In questa contrada meritano di essere visitati l'abbazia di San Michele Arcangelo e il palazzo D'Avalos, che fino al 1988 era un penitenziario.

Un altro esempio di architettura difensiva è quella del casale Vascello. I casali sono stati costruiti a Procida a partire dal cinquecento per proteggere la popolazione dalle incursioni saracene. Quindi, casale Vascello è raggiungibile solo tramite due stretti passaggi, che in passato potevano essere



TAGLIATORE





chiusi in caso di attacchi.

Sull'isola trova posto anche la "casa di Graziella": si tratta di una dimora-museo ispirata al romanzo di Alphonse de Lamartine "Graziella", ambientato sull'isola campana circa 200 anni fa. E' la fedele ricostruzione di una tipica casa procidana del 1800: dalla cucina - con il caratteristico forno a legna - fino al salottino completo di tutti gli accessori.

Marina della Corricella è, invece, il borgo marinaro più antico di Procida. Deve la sua fama al fatto che vi si sono girate alcune scene del "Postino" con Massimo Troisi e Maria Grazia Cucinotta. È un luogo lontano dal caos, dove far riposare la mente: sparsi qua e là ci sono alcuni ristorantini, dove si può mangiare pesce appena pescato e ammirare le variopinte case dei pescatori con i caratteristici "vefi", balconi coperti da archi di origine araba. Ha fatto da sfondo ad alcune scene del film con Massimo Troisi anche la spiaggia di Pozzo Vecchio. Degne di visita sono anche le spiagge della Chiaia, raggiungibile a piedi percorrendo 182 scalini, e quelle di Ciraccio e della Chiaiolella, dall'acqua limpidissima.

Attorno a Procida, Ischia e Vivara si estende l'area marina protetta del "Regno di Nettuno". Il consorzio che la gestisce organizza whale watching, visite guidate in barca, immersioni ed escursioni alla scoperta, tra l'altro, della colonia di delfini più importante del Mediterraneo e dei resti archeologici disseminati sui fondali al largo di Procida. ■

Il punto più alto e antico dell'isola è la contrada di Terra Murata (90 metri sul livello del mare). Il borgo prende il nome dalle mura che lo circondano, erette nel '500 a difesa degli attacchi dal mare. Da qui si gode di uno splendido panorama: si può ammirare tutto il golfo di Napoli e le sue isole. In questa contrada meritano di essere visitati l'abbazia di San Michele Arcangelo e il palazzo D'Avallòs, che fino al 1988 era un penitenziario.





TWINSET MILANO

Made in Italy alla conquista del mondo

L'Ad Varisco: "Venti nuovi store in arrivo, soprattutto all'estero". Rotta verso Spagna, Regno Unito, Russia, Cina e Hong Kong. In primavera boutique a Londra



Aprire venti nuovi negozi monomarca a gestione diretta in pochi mesi soprattutto all'estero, partendo da Spagna, Regno Unito, Russia, Cina e Hong Kong. Twinset, marchio di moda femminile che fa interamente capo al fondo statunitense Carlyle, intende svilupparsi in particolare oltreoceano, dove ha un ambizioso piano di crescita. L'obiettivo è infatti quello di portare la quota di fatturato relativa alle esportazioni dall'attuale 45% al 50% entro il 2020 e di incrementare il giro d'affari complessivo fino a 300 milioni di euro nei prossimi cinque anni. L'amministratore delegato Alessandro Varisco, con un passato in Moschino, ha le idee chiare. Per questo motivo ha deciso di lanciare il nuovo brand Twinset Milano, la linea principale, richiamando l'identità italiana del marchio attraverso il legame con il capoluogo meneghino – città simbolo della moda e punto di riferimento per lo stile globale – e rilanciandolo sui mercati internazionali. “Un marchio caratterizzato da uno stile femminile, sensuale e bohemienne – spiega la società – basato sull'espressione del life-style delle donne con-

temporanee. Oggi Twinset Milano avvia un nuovo corso e, forte di un modello di business omnichannel, proietta la sua essenza verso un'estensione sempre più globale a partire dalla recente nomina dei nuovi direttori creativi alla guida del brand”, l'inglese Lara Davis, con un'esperienza maturata in Chloé, e l'americano Bill Shapiro, anche lui con un passato in Moschino. Una svolta non solo creativa con l'arrivo dei due stilisti, quindi. “Abbiamo formato e scelto questa coppia per dare una visione più ampia all'orizzonte stilistico della griffe, oltre che un cotè più internazionale”, tiene a precisare Varisco.

Twinset è stata senza un direttore creativo dallo scorso mese di aprile, da quando cioè Simona Barbieri, fondatrice e guida stilistica del brand, è uscita a seguito della cessione dell'ultimo 10% del capitale a Carlyle, che è arrivata così a detenere il 100% delle azioni. Barbieri, assieme al marito Tiziano Sgarbi, ha fondato l'azienda a Carpi, in provincia di Modena, nel 1987. Le collezioni, inizialmente focalizzate sulla maglieria di ricerca, si sono ampliate negli anni fino a offrire un total look donna e bambina, abbigliamento e accessori. Il gusto atemporale e romantica-





“ *Un marchio caratterizzato da uno stile femminile, sensuale e bohemienne, basato sull'espressione del life-style delle donne contemporanee. Oggi Twinset Milano avvia un nuovo corso e proietta la sua essenza verso un'estensione sempre più globale.* ”

mente femminile del brand oggi è declinato in tutte le linee: dalla main collection Twinset Milano alla My Twin Twinset dedicata a denimwear e casualwear sia per donna che per uomo, da U&B Twinset per underwear e beachwear alle collezioni kids e home.

Nel mese di luglio del 2012 il pacchetto di maggioranza della società è stato acquisito dal fondo a stelle e strisce tramite un'operazione di leverage buy out. Tre anni dopo, proprio con l'obiettivo di far ulteriormente crescere il business a livello internazionale, l'azienda ha varato un riassetto organizzativo chiamando alla guida Varisco. Twinset oggi conta due sedi: quella centrale, insieme con lo stabilimento di produzione, è ancora a Carpi in un complesso architettonico avveniristico di 16mila metri quadrati progettato dallo studio di architettura Bp Architects, mentre quella di Milano con annesso showroom è ubicata in posizione strategica nella centrale via Sirtori 32.

Presente in 86 Paesi nel mondo e con mille dipendenti diretti, la società vanta un fatturato 2017 di 245 milioni di euro – in crescita rispetto ai 243 milioni del 2016 e dei 237 milioni del 2015 – realizzato per il 65% attraverso una distribuzione che conta 5.500 punti vendita tra multibrand retailers e franchisee, di cui duemila in Italia. La rete al dettaglio, destinata a superare quest'anno le cento “vetrine”, conta attualmente 82 punti vendita (di cui 34 all'estero) tra monomarca e outlet in gestione diretta nelle principali capitali dello shopping internazionale, tra cui Milano, Roma, Barcellona, Mosca e Parigi, cui si è aggiunta l'apertura del nuovo flagship store di New York nel quartiere di Soho. A breve, in primavera, sarà la volta della boutique di Londra. “Vogliamo essere un brand sempre più globale – rimarca Varisco – e per questo intendiamo crescere all'estero puntando sul retail con la previsione di aprire nel primo semestre di quest'anno venti nuovi negozi diretti essenzialmente oltre confine in Spa-

QUIET REBELS

Copyright © 2014 Police S.p.A. - Via S. Maria 10 - 20121 Milano, Italy

www.policestyle.com

POLICE

gna, in Russia, mercato in cui abbiamo già salde radici, ma anche in Cina e a Hong Kong per una distribuzione sempre più capillare nel segno di una nuova immagine coerente che possa veicolare in modo efficace, con un modello omnicanale, sia nello shop online che nei punti vendita fisici, il linguaggio del brand. Oltre che agli Stati Uniti dove a novembre abbiamo inaugurato un nuovo flagship store a New York – aggiunge il manager – la nostra linea espansionistica guarda all'Europa dove presidiamo già la Germania, la Spagna e il Belgio. Abbiamo in programma una nuova boutique a Londra che aprirà i battenti in King's Road a maggio”.

Secondo l'amministratore delegato, il piano di nuove aperture si giustifica così: “Il retail sta attraversando una fase molto interessante. L'e-commerce non può mancare e il nostro funziona molto bene, assorbe già il 4% delle vendite. Però è l'esperienza fisica a rafforzare brand e immagine. Dobbiamo tutti comprendere che non si vende più solo un prodotto, ma uno stile. Non si mostra o consiglia un look, bensì uno stile. In negozio non si soddisfa un'esigenza, si offre un'esperienza. Umana, calorosa, che fa venir voglia di tornare. La distribuzione wholesale è stata strategica per la crescita di Twinset, ma l'evoluzione naturale sta nel concentrarsi, specie in Italia, sui monomarca, dove possiamo dare un'idea più completa del mondo Twinset allargato agli accessori”.

Sul fronte dei numeri, “nel 2017 cresciamo a una cifra nei ricavi – osserva Varisco – e abbiamo migliorato di molto la redditività lorda. Siamo sopra i budget per la stagione primavera-estate 2018 e con il fondo condividiamo un progetto di crescita del brand che non significa solo vendere di più. Migliorando l'efficienza di tanti processi aziendali abbiamo recuperato margini da investire in qualità dei prodotti e delle materie prime, senza sostanzialmente ritoccare i prezzi. Un esempio sono le stampe per camicie e vestiti della nuova collezione: per la prima volta sono in esclusiva per Twinset, una scelta di solito fatta solo dai marchi del lusso”.

L'azienda non è la sola nel portafoglio di Carlyle. In Europa il fondo ha già acquisito Golden Goose Deluxe Brand, marchio rilevato un anno fa, e Hunkemöller, che seguono il precedente investimento in Moncler. ■



“ Vogliamo essere un brand sempre più globale. Oltre che agli Stati Uniti dove a novembre abbiamo inaugurato un nuovo flagship store a New York – aggiunge il manager – la nostra linea espansionistica guarda all'Europa dove presidiamo già la Germania, la Spagna e il Belgio. Abbiamo in programma una nuova boutique a Londra che aprirà i battenti in King's Road a maggio. ”



BARONIO

perfect trousers

BARONIO.SPAC



LIU•JO
U O M O

#iamLiuJoUomo

liujouomo.it





Reggia di Portici e Real Orto Botanico

40 *A spasso per la residenza estiva dei Borboni*

DI MARIA DE LUCA

i'M MARZO-APRILE 2018



Molto prima che fosse costruita la maestosa e famosissima reggia di Caserta, residenza della famiglia reale dei Borboni, nella periferia di Napoli, a circa dieci chilometri dal centro cittadino, sorgeva la più piccola ma sempre affascinante Reggia di Portici. I Borbone hanno guidato il Regno delle Due Sicilie tra l'ottavo e il nono secolo e fu il sovrano Carlo III che ne volle realizzare la costruzione nel 1738, per farne un dono di nozze alla moglie Maria Amalia.

Molto prima che fosse costruita la maestosa e famosissima reggia di Caserta, residenza della famiglia reale dei Borboni, nella periferia di Napoli, a circa dieci chilometri dal centro cittadino, sorgeva la più piccola ma sempre affascinante Reggia di Portici.

I Borbone hanno guidato il Regno delle Due Sicilie tra l'ottavo e il nono secolo e fu il sovrano Carlo III che ne volle realizzare la costruzione nel 1738, per farne un dono di nozze alla moglie Maria Amalia. Egli, dopo una visita al Duca d'El-

boeuf, residente sulla costa porticese, decise di realizzare sulla stessa costa una dimora reale in completo stile barocco.

La reggia, di dimensioni non molto ampie, ha una pianta quadrangolare e si estende, con il suo bosco, dal Porto del Granatello, fino ai confini della città di Portici con la vicina Ercolano, che fu protagonista negli anni subito successivi, di altri numerosi cantieri che hanno dato alla luce molte tra le più belle ville vesuviane che possiamo ammirare ancora oggi. Nella vicina Ercolano inoltre, proprio durante il regno di Carlo III furono avviati gli scavi archeologici oggi famosi



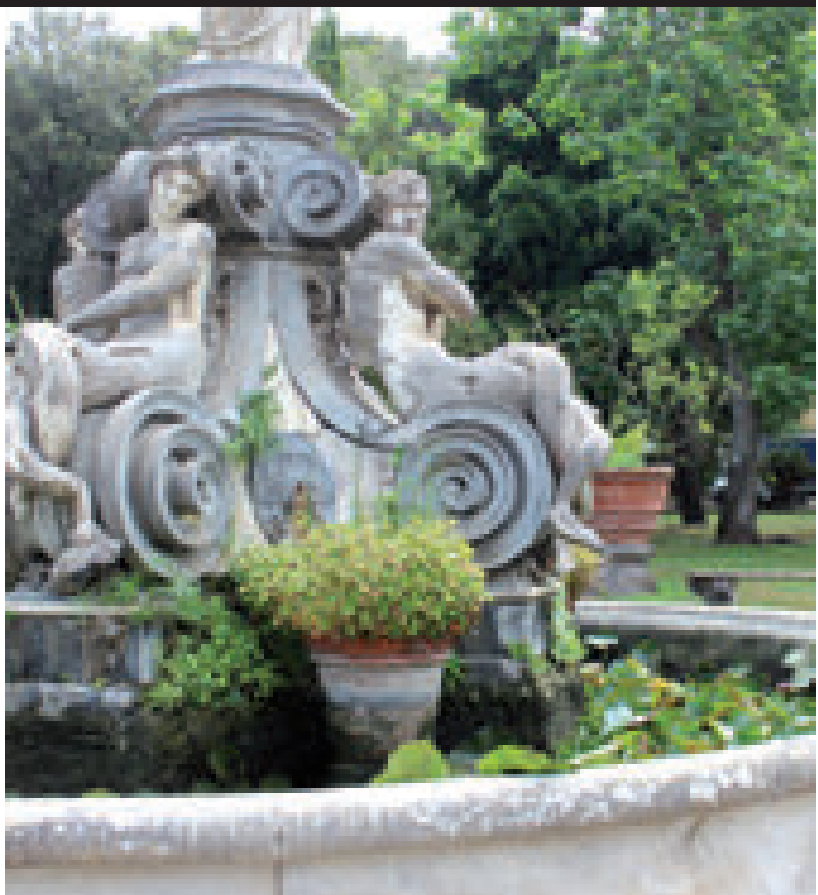
Realizzata dall'architetto Antonio Canevari, la Reggia fu completamente svuotata delle sue opere e dei reperti storici presenti al suo interno tra il 1818 e il 1827 per volere del sovrano Giuseppe Bonaparte.

in tutto il mondo, di cui molte reliquie furono portate proprio al palazzo reale porticese, dando il nome al museo che visitiamo oggi: il museo Herculanense.

Quest'ultimo fa parte del centro museale universitario "Musa" che comprende cinque musei ben differenti tra loro ma perfettamente integrati tra le stanze reali, dove possiamo ammirare il connubio perfetto tra arte, architettura e scienza botanica.

Realizzata dall'architetto Antonio Canevari, la Reggia fu completamente svuotata delle sue opere e dei reperti storici presenti al suo interno tra il 1818 e il 1827 per volere del sovrano Giuseppe Bonaparte.

L'entrata della Reggia consta di un grande arco che imboccato porta al palazzo sulla destra, e all'orto botanico sulla sinistra. Singolare la balconata che ha un'ampia vista sul mare. Proprio dando le spalle a questo grande cortile panoramico, si procede verso un unico viale che porta all'entrata del parco botanico, dalla cui massima altezza si può ammirare uno scorcio sul mare attraverso vari archi che compongono il viale d'entrata. Altrettanto singolare è la Cappella Reale,





SILVIAN HEACH

Il palazzo reale, che conta tre piani, oggi è sede della facoltà di Agraria dell'Università di Napoli Federico II, grazie alle meraviglie che si trovano nell'Orto Botanico: vi si allevano conifere, flora del Mediterraneo, magnolie e piante provenienti dal Centro e Sud America, Australia, Sudafrica e di origine euroasiatica. Il giardino delle felci è uno degli angoli più suggestivi dell'Orto.

realizzata nel 1749 e dedicata all'Immacolata Concezione, protettrice della Spagna, paese di origine di Carlo di Borbone.

Il palazzo reale, che conta tre piani, oggi è sede della facoltà di Agraria dell'Università di Napoli Federico II, grazie alle meraviglie che si trovano nel sopra citato Orto Botanico: vi si allevano conifere, flora del Mediterraneo, magnolie e piante provenienti dal Centro e Sud America, Australia, Sudafrica e di origine euroasiatica. Adiacente al giardino storico e all'ombra dei lecci, il giardino delle felci è uno degli angoli più suggestivi dell'Orto. Vi si coltivano oltre 400 specie provenienti dai deserti africani e americani. Il tutto contornato dalla parte restante del suggestivo bosco originario che contava una dimensione di circa un chilometro e mezzo. Particolare anche il giardino segreto della regina, che ancora oggi dà dimora ad un albero centenario.

È possibile visitare il palazzo reale su appuntamento dalle 9.00 alle 18.30.

I prezzi comprendono l'entrata alle sale del palazzo, al giardino e, in convenzione, anche al vicino museo ferroviario di Pietrarsa. Inoltre la Reggia è adibita appositamente per la realizzazione di eventi tra le sue mura e i suoi giardini. Troverete tutto sul sito web www.centromusa.it ■





ZENITH

SWISS WATCH MANUFACTURE SINCE 1865

ZENITH, THE FUTURE OF SWISS WATCHMAKING

DEFY EL Primero 21

1/100th of a second chronograph



BRINKMANN

DAL 1906 IL VALORE DEL TEMPO

Spazio per il tempo 21 1/100th di secondo www.brinkmann.it

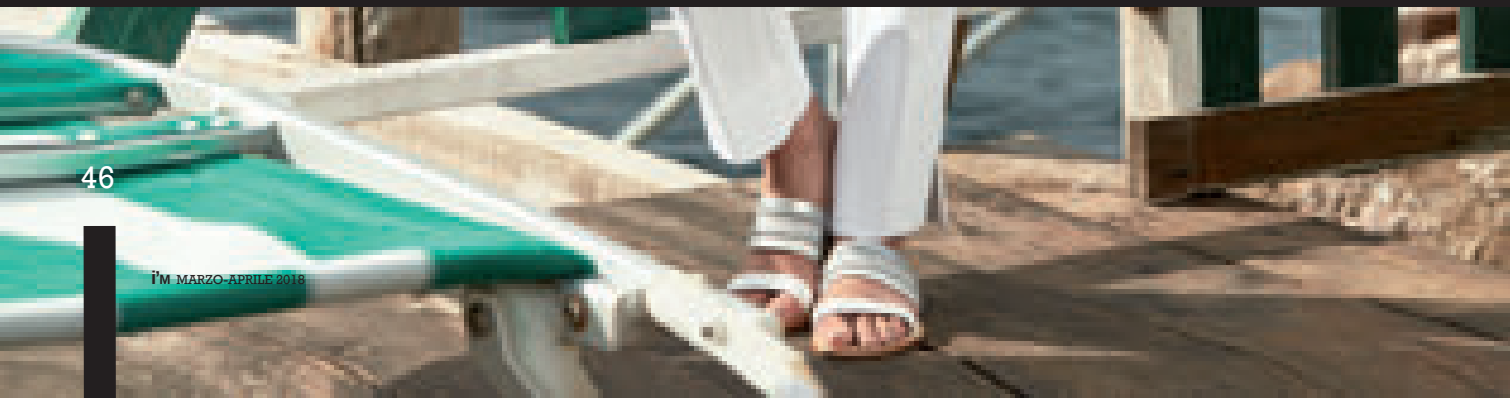


Amina Rubinacci

l'essenza della leggerezza

*Ecco a che cosa si ispira la collezione primavera-estate:
capi caratterizzati da palette di colori, materiali
impalpabili, trame e forme semplici*

DI SERGIO GOVERNALE



Tradizione e modernità, eleganza e leggerezza. Sono queste le caratteristiche di Amina Rubinacci, fashion brand made in Naples, fondato

dall'omonima stilista partenopea che negli anni Settanta a Parigi viene lodata per le sue creazioni da tutti i più grandi stilisti del tempo. Il successo riscosso Oltralpe la spinge a lasciare il lavoro "per conto degli altri" e a lanciare il proprio marchio. Una sfida imprenditoriale che non è mai solo business, ma espressione di passione e ricerca della sua sottile, unica linea dell'eleganza: la pietra angolare dell'atelier. Con l'aiuto dei suoi quattro figli, la società diventa un'eccellenza del made in Italy nel mondo. Lei resta la musa ispiratrice, mentre i figli formano un team multidisciplinare impegnato a gestire il successo e a far crescere globalmente il marchio.

L'azienda ha una distribuzione in rapida espansione. Oltre alla rete all'ingrosso, Amina Rubinacci è presente in Italia con sei boutique (a Napoli, Capri, Roma, Ischia, Forte dei Marmi e Milano), quattro negli Stati Uniti (a Charlotte, Greenwich, Palm Beach, Washington e Portland), tre in Svizzera (a Lugano, Ginevra e, new opening, Zurigo), due a Mosca e quattro a Taipei, di cui una a Kaohsiung. Showroom sono presenti in Italia, Usa, Germania, Spagna, Svizzera, mentre gli altri mercati – come per esempio Giappone, Francia o Regno Unito – sono serviti attraverso importatori e fiere.

La tradizione oggi si sposa quindi con la modernità. A breve è previsto infatti il lancio del nuovo sito di e-commerce www.aminarubinacci.it, con un layout più moderno, che segue i colori della collezione. Un luogo virtuale dove ogni donna, in ogni momento, potrà acquistare i capi caratterizzati dalla sottile linea dell'eleganza e dall'essenza della leggerezza. Ed è proprio la leggerezza alla base della collezione primavera-estate 2018. La palette di colori, i materiali leggeri, le trame e le forme semplici trasmettono in maniera chiara il mood della prossima stagione, regalando a chiunque indossi un capo della stilista partenopea la possibilità di sperimentare la sua essenza "leggera".

Partiamo dai colori. La palette scelta



Tradizione e modernità, eleganza e leggerezza. Sono queste le caratteristiche di Amina Rubinacci, fashion brand made in Naples, fondato dall'omonima stilista partenopea che negli anni Settanta a Parigi viene lodata per le sue creazioni da tutti i più grandi stilisti del tempo.

si distingue prevalentemente per le tonalità fredde. Il bianco è protagonista, accompagnato da punti di luce argento che, accostati a colori neutri, conferiscono una leggera vivacità ai capi. Si tratta di colori tratti dalla natura e dai suoi prodotti. Si parte dalle varie tonalità del grigio: dal color acciaio al più scuro color pietra, unito e mélange. La palette inoltre presenta sfumature di blu del nostro mare spesso in versione mélange, per poi confondersi con l'azzurro del cielo. E, ancora, la collezione si colora dei toni del verde giada, del rosa e del rosa fard, vivacizzata dal giallo limone in contrasto british blu. Una palette leggera, quindi, dai tocchi vivaci ed eleganti.

Per quanto riguarda le forme, anche queste invitano alla leggerezza, con maglie scivolose talvolta più strette e cardigan lunghi che accarezzano il



La tradizione oggi si sposa con la modernità. A breve è previsto il lancio del nuovo sito di e-commerce www.aminarubinacci.it, con un layout più moderno. Un luogo virtuale dove ogni donna, in ogni momento, potrà acquistare i capi caratterizzati dalla sottile linea dell'eleganza e dall'essenza della leggerezza.

corpo. Giacche e cappottini sono prodotti a livello sartoriale, presentando un'estrema cura del dettaglio. Nella collezione viene lasciato spazio anche a giacche meno costruite, più leggere e scivolose. E sono presenti abiti in vera maglia. Orli sfrangiati e maniche a fazzoletto raccontano una femminilità nuova. Le gonne sono più lunghe e svasate, accompagnate da camicie e t-shirt con l'abbottonatura sul retro per rendere la donna sempre più sofisticata. Le rifiniture, sempre più leggere e nuove quasi invisibili all'occhio, comunicano in pieno la filosofia della collezione. Nell'outerwear vengono utilizzati nuovi materiali dal tatto tecnico e moderno. Non mancano, inoltre, coulisse e rifiniture in maglia.

Passiamo ora ai materiali, molto numerosi, alcuni dei quali nuovi e super





Chantecler
CAPRI

chantecler.it



NAPPAGIOIELLI

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



Le forme invitano alla leggerezza, con maglie scivolate talvolta più strette e cardigan lunghi che accarezzano il corpo. Giacche e cappottini sono prodotti a livello sartoriale, presentando un'estrema cura del dettaglio. Nella collezione viene lasciato spazio anche a giacche meno costruite, più leggere e scivolate. E sono presenti abiti in vera maglia.

leggeri, come “il 100% cashmere superlight” in tinta unita e rigato, talmente leggero da poter dar vita a pull che stanno in una mano. O “il cashmere seta cotone”, sottile ed estremamente leggero, che presenta al tatto una consistenza piacevolmente felpata, con effetti di tintura “pucciata”. O “il lino seta frisé”, un materiale scivolato che trasmette movimento. Tra le novità anche “il cotone lino brillante”, caratterizzato da piccolissime paillettes, che con la loro luce leggera creano un effetto luminoso su trama chiné, il “nastro a telaio” realizzato a metraggio e lavorato in punti aperti, il “lino viscosa fiammato” dalla trama irregolare caratterizzata da piccoli tocchi di lurex e “il cashmere lino” dalla fiamma bianca, lavorato in jersey e a coste inglesi

sottili.

La collezione viene inoltre impreziosita da accessori moderni e raffinati: borse a bauletto e a tracolla, sandali con lunghi nastri colorati alle caviglie e scialli coloratissimi di diverse fantasie, che danno un tocco giovanile e moderno all'intero outfit.

L'obiettivo della primavera-estate 2018 è quello di voler rappresentare tutto il bello di Napoli, come il mare, le terrazze, il panorama e l'eleganza. Ecco perché l'intera collezione viene fotografata all'ombra del Vesuvio, con immagini semplici e naturali, che raccontano la storia di una stilista fiera e sobria, mai eccessiva, sempre elegante, completamente immersa nello splendido panorama del Golfo. ■



FRACOMINA

SHOP AT FRACOMINA.IT



Ideas for My Home



RIFLESSI®

TRUSSARDI PEGASO - STORE ABBONDIA

STORE: MILANO - PIAZZA VELASCA 8 - ROMA VIA PO 19

NAPOLI VIALE KENNEDY 415-419 - REGGIO CALABRIA C.SO GARIBOLDI 545

DESIGNED AND MADE IN ITALY

riflessi.it

Arturo Muselli. Nato a Napoli il 3 giugno 1983. Laureato in lettere, ha una compagnia teatrale che si chiama "The Hats Company". Tra i suoi lavori più importanti la partecipazione nei film "La tenerezza" di Gianni Amelio e "La parrucchiera" di Stefano Incerti. È stato tra i protagonisti dell'ultima serie di Gomorra nei panni di Sangue Blu.



ARTURO MUSELLI

*Si è riscattato in "Gomorra"
ed anche nella vita*

DI ILARIA CARLONI
FOTO DI ANNA MONACO

“Sangue Blu”, alias Arturo Muselli, in “Gomorra 3” ha rappresentato la svolta sconfiggendo i grandi boss della Camorra, Ciro Di Marzio e Genny Savastano. Un riscatto per lui, come quello avuto nella vita privata in cui finalmente si è sbloccata l’energia che sentiva repressa da tempo. Infatti, dopo l’esordio a 19 anni con una parte nel “Le conseguenze dell’amore” di Sorrentino, e la partecipazione ad “Un posto al Sole”, ha vissuto un periodo di forte crisi in cui non sapeva che strada prendere. Sino al 2017, anno d’oro in cui ha girato due film per il cinema “La tenerezza” di Gianni Amelio, “La parrucchiera” di Stefano Incerti, e conquistato il grande pubblico interpretando “Sangue blu” nella serie considerata il maggior successo della storia.

Mi racconta gli inizi della sua carriera?

A 19 anni ho fatto una pubblicità della Lavazza, poi una piccola parte con Sorrentino e qualche posa in delle serie tra le quali “Un posto al sole”. Intanto portavo avanti l’università alla facoltà di Lettere Moderne e a 24 anni mi sono laureato. Dopo la laurea c’è stata una stasi totale ed è arrivata la crisi. L’insegnamento cui avrei potuto mirare è un lavoro di cui apprezzo la nobiltà, ma non lo sentivo dentro. Ho fatto anche esami post lauream per le supplenze, ma a un certo punto si è rotto il giocattolo. Ho provato, così, a riprendere da Londra sfruttando l’inglese che studio da quando avevo 4 anni.

Cosa ha fatto esattamente a Londra?

Ho iniziato a orientarmi nell’ambiente del teatro. Già a Napoli mi ero formato con corsi di stranieri quindi ho una impostazione di teatro più europea che italiana. Mi sono stabilito lì a studiare. Ho scelto il metodo e l’autore su cui volevo lavorare e dopo un provino sono stato accettato lì. L’industria del teatro inglese dà una forte energia creativa, che mi ha stimolato e travolto.

Energia grazie alla quale ha fondato la sua compagnia teatrale...

Sì, la mia compagnia, “The Hats Company” insieme a Ludovica Rambelli, scomparsa lo scorso anno. È costituita da attori italiani che parlano bene l’inglese. Facciamo Shakespeare in inglese con un retrogusto della commedia all’italiana.

Perché il nome “Compagnia dei cappelli”? Non è un caso allora che lei indossi sempre la bombetta?

La compagnia si chiama così perché non avendo denaro per costumi ed altro, per cambiare personaggio, ci cambiamo semplicemente il cappello. Anche Ludovica Rambelli era molto legata al cappello infatti nel teatro napoletano la conoscevano come “la donna con il cappello”. Ed io, amo i cappelli. Così è nato questo nome.

Il vostro spettacolo si chiama “Wrong play, my lord!”. Dove va in scena?

Lo spettacolo, come tutto il nostro stile è ispirato al teatro Shakespeariano con un retrogusto di commedia all’italiana. Questo è ispirato all’Amleto e lo portiamo in giro un po’ dove capita, anche nelle case del centro sto-

rico, tipo teatro da camera. Sogno un giorno di portarlo in strada.

"Sangue blu" che fa uno spettacolo in strada? Non le pare un po' strano?

Mi piace stare in mezzo alla gente. A me non interessa la notorietà, e non voglio che cambi il mio modo di vivere. Voglio restare quello che sono e non ho cambiato la mia vita di una virgola dopo "Gomorra". L'altro giorno sono andato alle prove con un enorme borsone sulle spalle con gli attrezzi e i costumi da una parte, ed un computer dalla altra. La gente mi guardava perplessa e mi fermava per le foto. Non mi interessa cambiare, voglio restare fedele a me stesso.

Perché lo spettacolo in strada?

Perché mi ricorda Londra. Dopo il corso andavo sempre a Covent Garden ad ascoltare e ammirare seduto per ore gli artisti di strada. Era un momento sacro, per questo prima o poi voglio farlo. Chi se ne frega se ho fatto "Gomorra" o se sono famoso. Non conta. In strada sei tu e la gente. È uno scendere tutti allo stesso livello, senza palco o distanza. Lì non puoi fingere, paradossalmente in strada non puoi recitare. È una sfida che prima o poi vorrei affrontare.

Come stanno prendendo in famiglia il suo successo? E, soprattutto, l'hanno appoggiata in questo suo percorso?

Nessuno in famiglia ha mai fatto lavori attinenti con l'arte o la recitazione, ma non mi hanno ostacolato. Nessuno ha mai potuto darmi consigli o aiutarmi, quindi ho dovuto fare tutto da solo. A sedici anni mi misi solo in un treno per Roma per cercare la prima agenzia, senza nemmeno coinvolgerli troppo. Ora anche per loro le cose stanno un po' cambiando e si rendono conto della popolarità che è arrivata e a cui non sono affatto abituati, ma restano con i piedi per terra ed anzi mi dicono sempre "Sì, ok ora stai facendo "Gomorra", ma poi? Perché non fai domanda per fare le supplenze?"

Come approccia la gente a lei dopo "Gomorra"? C'è confusione tra fiction e realtà?

C'è sempre confusione tra realtà e fiction. Già quando facevo Ivan di "Un posto al sole". Una signora scese dal pullman per chiedermi se davvero fossi invaghito della compagna di mio padre nella soap. Le persone partono chiamandoti con il nome del personaggio, ma poi finiscono con il farti i complimenti da attore. Con "Go-

morra" l'impatto è stato ancora maggiore. Certamente quando mi vedono non si aspettano che faccia qualcosa di male, ma mi chiamano "Sangue blu" e dicono sempre "quello non dovevi farlo" riferendosi all'uccisione di **Ciro Di Marzio**. Io tendo a dire "Sono Arturo". Alla fine, poi, per fortuna, c'è il momento di lucidità in cui dicono "Sei un bravo attore", anche scendendo nel dettaglio. Soprattutto chi mi ha visto in altri film, in ultimo ne "La parrucchiera", mi scrive proprio per dire che sono stato credibile anche in quel nuovo personaggio.

Come ha costruito il personaggio di "Sangue blu". Ci racconta i retroscena?

I registi danno solo un input, la Cupellini e la Comencini lasciano molto spazio all'attore. Io ho proposto molte cose ed ho creato da solo il personaggio e la sua gestualità. Sono partito dall'idea che i personaggi di "Gomorra" sono come gli animali perché hanno degli istinti primordiali che li dominano. Di conseguenza ho pensato che potesse essere giusto partire da un animale per la costruzione fisica del personaggio. "Sangue blu" entra in scena con un salto felino. Nel costruire la scena, Cupellini mi disse "devi scendere dal furgone con una discesa imponente". Io così pensai a un salto che fosse non grande di per sé, ma incisivo. Enzo è sempre in grande movimento, ha tante scene di azione, così mi sembrava giusto ispirarmi a un animale agile come il gatto.

Quindi non ha preso spunto dai giovani dei quartieri malfamati come tutti credono?

Mi viene di default, ma l'imitazione mi interessa fino a un certo punto. C'è un procedimento di osmosi tra il personaggio e l'attore. Dentro di me ho una valigia interna fatta di tutte le persone incontrate nella vita. Tutte quelle persone diventano come colori che a un certo punto prendi dentro di te all'occorrenza. In Enzo c'è sicuramente qualcosa di qualcuno che ho incontrato nel mio percorso e che mi ha lasciato un'emozione. Ad esempio aver lavorato come volontario con i ragazzi di Nisida per due anni come assistente di una regista, mi ha lasciato il segno. C'è una grande umanità nelle persone disaggiate.

Umanità o disumanità c'è nei personaggi che ci sono in "Gomorra"?

Dove c'è disumanità c'è anche una grande umanità, perché senza una forte umanità non ci sarebbe il suo opposto.



*C'è sempre confusione tra realtà e fiction. Le persone partono chiamandoti con il nome del personaggio, ma poi finiscono con il farti i complimenti da attore. Certamente quando mi vedono non si aspettano che faccia qualcosa di male, ma mi chiamano "Sangue blu" e dicono sempre "quello non dovevi farlo" riferendosi all'uccisione di **Ciro Di Marzio**.*

“

“Gomorra” è una serie ispirata ad una realtà, ovviamente con un approccio realistico e non reale. Non ci sono riferimenti precisi, perché resta una fiction con le dinamiche drammaturgiche della narrazione, non è un reportage o un documentario, però sicuramente è molto onesta nel raccontare le cose.

”





“Dopo "Gomorra" mi sono reso conto che la notorietà è pericolosa. Non sono cambiato ma è cambiato il modo di guardarmi da parte del mondo. Il rischio è che se mi dimentico di quello che sono, posso perdermi e iniziare a guardarmi come mi guardano gli altri.”

Il ferimento all'occhio e la cecità è diventata la caratteristica del suo personaggio. Come è nata questa scelta?

Il regista ha semplicemente detto “Ti spareranno ad un occhio” ed io con il truccatore ho studiato come potevo diventare. Proprio in quel periodo per strada ho visto un gatto cieco e sono stato un'ora ad osservarlo per capirne i movimenti. Poi ho parlato con lo psicoterapeuta per sapere anche psicologicamente come approcciare a questo handicap, come vivere questa evoluzione fisica e psicologica.

Non è da tutti costruire un personaggio con tanto impegno e studio...

Quando lavoro su un personaggio me ne vado un po' con la testa. Adoro dedicarmi a sviscerare e a creare qualcosa. Ci sono però momenti in cui devo prendere le distanze perché per me diventa pesante, mi perdo, mi allontano a furia di creare e non riesco a capire dove sono arrivato e se quello che sto facendo è giusto o sbagliato. È anche pressante dal punto di vista emotivo, così mi distacco per poi ritornare. Mi capita di cercare qualcosa del personaggio, non la trovo, mi arrabbio e proprio questa rabbia mi riporta nel processo creativo. È un continuo dialogare con il personaggio, con me stesso e con le idee che mi vengono. Non riesco a spiegarlo meglio di così.

Il suo personaggio esprime tutta la rabbiosa determinazione di ottenere giustizia per i soprusi subiti, trasformandosi da delinquentello a carnefice spietato che annienta i giganti del Sistema. È stato grazie alla forza delle sue motivazioni o esiste un ordine naturale delle cose?

Enzo ha un forte desiderio di rivalsa e una fierezza di essere il nipote di qualcuno che ha contato nel Sistema. Mosso da quest'orgoglio, a un certo punto deve scegliere se diventare qualcos'altro, o restare un delinquentello di strada. Così fa il salto, che stavolta è psicologico e non fisico, ma il simbolo del salto torna. "Sangue blu" è mosso da una sete di conquista: è una conquista il suo rapporto con **Ciro Di Marzio**, ed è stata una conquista imporsi come capo nel suo gruppo di ragazzi.

"Gomorra" è fedele ai fatti reali?

È una serie ispirata ad una realtà, ovviamente con un approccio realistico e non reale. Non ci sono riferimenti precisi, perché resta una fiction con le dinamiche drammaturgiche della narrazione, non è un reportage o un documentario, però sicuramente è molto onesta nel raccontare le cose. Ciò che la contraddistingue è la sua qualità dove ciò che viene raccontato, è raccontato bene. “Gomorra” non prende mai in giro lo spettatore.





Amina Rubinaeci

NAPOLI - CAPOLUOGO: FORTI BRUCCIA - VIA SAN CARLO, 100 - 80138



“
Ci sono momenti in cui mi sono sentito poco napoletano. Ma sono riuscito a riprendermi Napoli e il mio rapporto con lei, stando all'estero. Napoli è fonte di ispirazione continua ma mi crea anche un blocco di energie. Qui infatti molte cose non vanno avanti, è tutto molto lento, ed io ho bisogno di correre.
”

I personaggi sono interpretati tutti da attori veri o c'è qualche ragazzo di “strada”?

Gli attori sono tutti sconosciuti e bravissimi. Tutti provenienti dal teatro. Capita anche qualche ragazzo che non è attore, che fa una piccola parte e si avvicina al mondo della recitazione restandone affascinato.

Il suo rapporto con Napoli...

Le dico la verità. Ci sono momenti in cui mi sono sentito poco napoletano. Ma sono riuscito a riprendermi Napoli e il mio rapporto con lei, stando all'estero. A volte per riprendersi qualcosa bisogna allontanarsene. Napoli è fonte di ispirazione continua ma mi crea anche un blocco di energie. Qui infatti molte cose non vanno avanti, è tutto molto lento, ed io ho bisogno di correre. Napoli è la mia resistenza ed è grazie a questa resistenza che io scoppio e supero il mio blocco. La resistenza che mi crea Napoli in realtà alimenta la mia necessità di vivere. È una mia dinamica: non ho mai detto "voglio fare l'attore", ma a un certo punto ne ho sentito il bisogno. È come se all'improvviso sentissi dentro una energia che devo liberare. Prima vivevo molto male la resistenza che mi oppone questa città, poi, finalmente, sono riuscito a liberarmi e sono riuscito a riprendere Napoli nel modo giusto, mettendola nella mia vita nella misura giusta e al posto giusto.

Come definirebbe questa città?

Se devo analizzare Napoli e definirla, riutilizzo la parola resistenza, sia in senso negativo che positivo. Se giri per il centro storico della città, l'antichità la percepisci nell'aria. Non come nei centri storici di altre città.

A Napoli il tempo scorre molto lentamente, come se avesse un suo orologio personale ed è per questo che il rapporto con il passato è molto più stretto. Perché a Napoli resiste tutto. La parola resistenza quindi usata come Napoli che resiste al male, ma anche al cambiamento, all'evoluzione, al tempo.

Teatro, cinema o tv?

Ho imparato dagli attori inglesi che non esiste differenza tra teatro, tv e cinema. Esiste fare l'attore. Certo il teatro è casa mia perché l'ho vissuto per più anni, ma la differenza è solo nei tempi di incontro con il pubblico. A teatro avviene in quel momento, al cinema è posticipato. In qualche modo è un discorso di come e quando vivi l'emozione dell'incontro col pubblico. È quello il fulcro per un attore: l'incontro col pubblico. L'autoerotismo per un attore non ha senso. L'attore recita per qualcun altro. Recitare significa fare qualcosa per qualcun altro.

Questo boom di notorietà la spaventa? Come si sente oggi?

Dopo "Gomorra" mi sono reso conto che la notorietà è pericolosa. Non sono cambiato ma è cambiato il modo di guardarmi da parte del mondo. Il rischio è che se mi dimentico di quello che sono, posso perdermi e iniziare a guardarmi come mi guardano gli altri. Peralto l'attore che genera i personaggi sono io stesso, per cui se dovessi cambiare non riuscirei più a fare questo lavoro. Quindi mi sento in una fase di ricostruzione di un equilibrio. Se si è in rivoluzione o la affronti in modo attivo, o se lo fai in modo passivo, perdi dei pezzi. ■



LIU:JO

MILANO





Bagatelle



MEWO

non solo gioielli

Il brand made in Naples punta anche sugli accessori: orologi, borsette, portafogli, cinture, penne e occhiali.

Il patron Nardi: "Cresceremo in Italia e all'estero"

DI SERGIO GOVERNALE

I'M MARZO-APRILE 2018

Non solo bijoux, ma anche orologi, borsette, portafogli, cinture, penne e occhiali. Così l'imprenditore partenopeo Maurizio Nardi vede il futuro di Mewo. L'obiettivo è quello di imporsi nel mercato della gioielleria e degli accessori in ambito nazionale e internazionale, con l'ambizione di espandere presto il proprio mercato anche nel settore degli accessori. La collezione maschile lanciata a ottobre 2016 ha inaugurato un percorso commerciale la cui naturale evoluzione ha portato al lancio di una new collection femminile, accompagnata da un incremento della collezione maschile. "In modo speculare rispetto alle novità commerciali del brand, Mewo deve oggi interfacciarsi sempre con un target maschile e femminile", spiega Nardi.

Quando e come nasce l'idea di Mewo?

Mewo nasce nel mese di luglio del 2016 da una mia intuizione. L'idea sin dal principio è stata quella di creare un marchio modaiolo, posizionato su una fascia prezzo molto accessibile e caratterizzato da un prodotto di tendenza.

Qual è la mission aziendale?

Mewo è un marchio distribuito dalla Kleo Srl. Emozionare e fidelizzare il cliente è la mission della società, mentre creatività, qualità e sviluppo del prodotto sono valori distintivi dell'azienda.

Chi sono i soci fondatori?

Quattro soci che si sono uniti per mescolare le loro esperienze nel settore.

Perché avete scelto questo nome? Cosa rappresenta?

Mewo sta per Men Women. Sin dalla fondazione del brand è stata infatti chiara la visione del progetto futuro: irrompere sul mercato con una collezione maschile ma, già alla seconda stagione, il brand sceglie di lanciarne anche una femminile. Il nostro marchio intende imporsi sul mercato di riferimento come un qualcosa in più di un semplice brand: un modo di pensare, un vero e proprio concetto di lifestyle moderno, dinamico e alla moda.



“

Mewo sta per Men Women. Sin dalla fondazione del brand è stata infatti chiara la visione del progetto futuro: irrompere sul mercato con una collezione maschile ma, già alla seconda stagione, il brand sceglie di lanciarne anche una femminile.

Il nostro marchio intende imporsi sul mercato di riferimento come un qualcosa in più di un semplice brand: un modo di pensare, un vero e proprio concetto di lifestyle moderno, dinamico e alla moda.

”



Come distribuite i vostri prodotti?

Attualmente, grazie alla rete vendita distribuita su tutto il territorio nazionale, Mewo è presente in circa seicento rivenditori in tutta Italia.

Ci sono i vostri partner?

Ovs, Coin e Pittarosso.

Ci sono altri accordi in arrivo?

È previsto il lancio di un nuovo brand nel 2019.

Quali sono le previsioni per i prossimi anni in termini di vendite e crescita?

I trend stimati sono positivi. Prevediamo un incremento del fatturato del 50% per quest'anno e del 30% nel 2019.

Cosa prevede il piano di espansione?

Il piano di espansione è davvero ricco. È previsto l'incremento dei punti vendita da seicento a mille per quest'anno. Sono inoltre previste le aperture di altri quattro shop in shop da Coin in primavera, dopo

“ Il piano di espansione è davvero ricco. È previsto l'incremento dei punti vendita da seicento a mille per quest'anno. Sono inoltre previste le aperture di altri quattro shop in shop da Coin in primavera, dopo l'inaugurazione dei due flagship store a Messina e Milano l'anno scorso. Contiamo di siglare collaborazioni con alcuni distributori per la diffusione del marchio nel Vecchio Continente.





SSENSE

l'inaugurazione dei due flagship store a Messina e Milano l'anno scorso. Le novità non finiscono qui. Contiamo di siglare collaborazioni con alcuni distributori europei per la diffusione del marchio nel Vecchio Continente.

Cosa contraddistingue il marchio rispetto alla concorrenza?

Mewo è sinonimo di qualità, tendenza ed è un brand molto aperto ai nuovi scenari di comunicazione. I social network sono strumenti prioritari nella strategia del brand. Un prodotto dal forte appeal fashion, di qualità e dal prezzo contenuto, supportati da una strategia di marketing e comunicazione forte, fanno di Mewo un progetto vincente e di successo. Il marketing e la comunicazione sono leve fondamentali per noi.

Perché?

Perché vogliamo costruire una brand identity forte, accompagnata da una brand image impattante, che significa creare desiderabilità del marchio e del prodotto a esso connesso prima di tutto tra distributori e rivenditori, attori fondamentali per garantire al brand l'accesso al consumatore finale. La costruzione di un marchio forte permette di radicare la brand awareness, ovvero la capacità del consumatore di riconoscere la marca e richiamarla alla memoria, e di incrementare le vendite. Proprio per raggiungere gli obiettivi prefissati viene perseguita una strategia di marketing e comunicazione tentacolare, cucita in maniera sartoriale rispetto alle esigenze di Mewo.

Come?

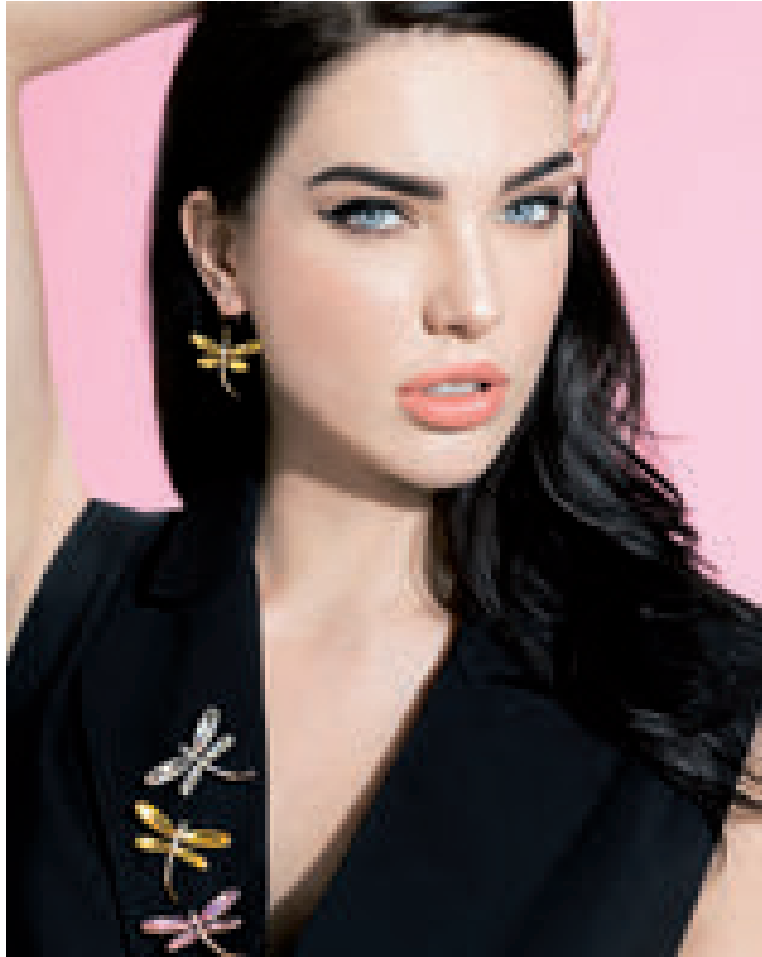
Il brand è presente innanzitutto con un sito vetrina dedicato periodicamente aggiornato nei contenuti. La strategia di social media marketing seguita per Facebook e Instagram è finalizzata ad esempio a rendere noto agli occhi del consumatore il brand e il prodotto. A completamento di una strategia che ricorre a mezzi integrati e trasversali per il lancio della new collection, viene poi ipotizzato un importante piano di digital public relation nazionale. I prodotti Mewo saranno indossati da personaggi che sul web dettano le tendenze della moda – influencer e fashion blogger – in modo da far arrivare il brand ai loro migliaia di follower. Negli ultimi mesi sono numerose le richieste di influencer che chiedono di collaborare con il brand. Questo è un chiaro segnale del fatto che il prodotto ha una buona visibilità sul web ed è seguito da un ampio pubblico.

Quali saranno i prossimi prodotti?

Ancora bigiotteria. Poi sarà la volta di orologi, borse, portafogli, cinture, penne e occhiali.

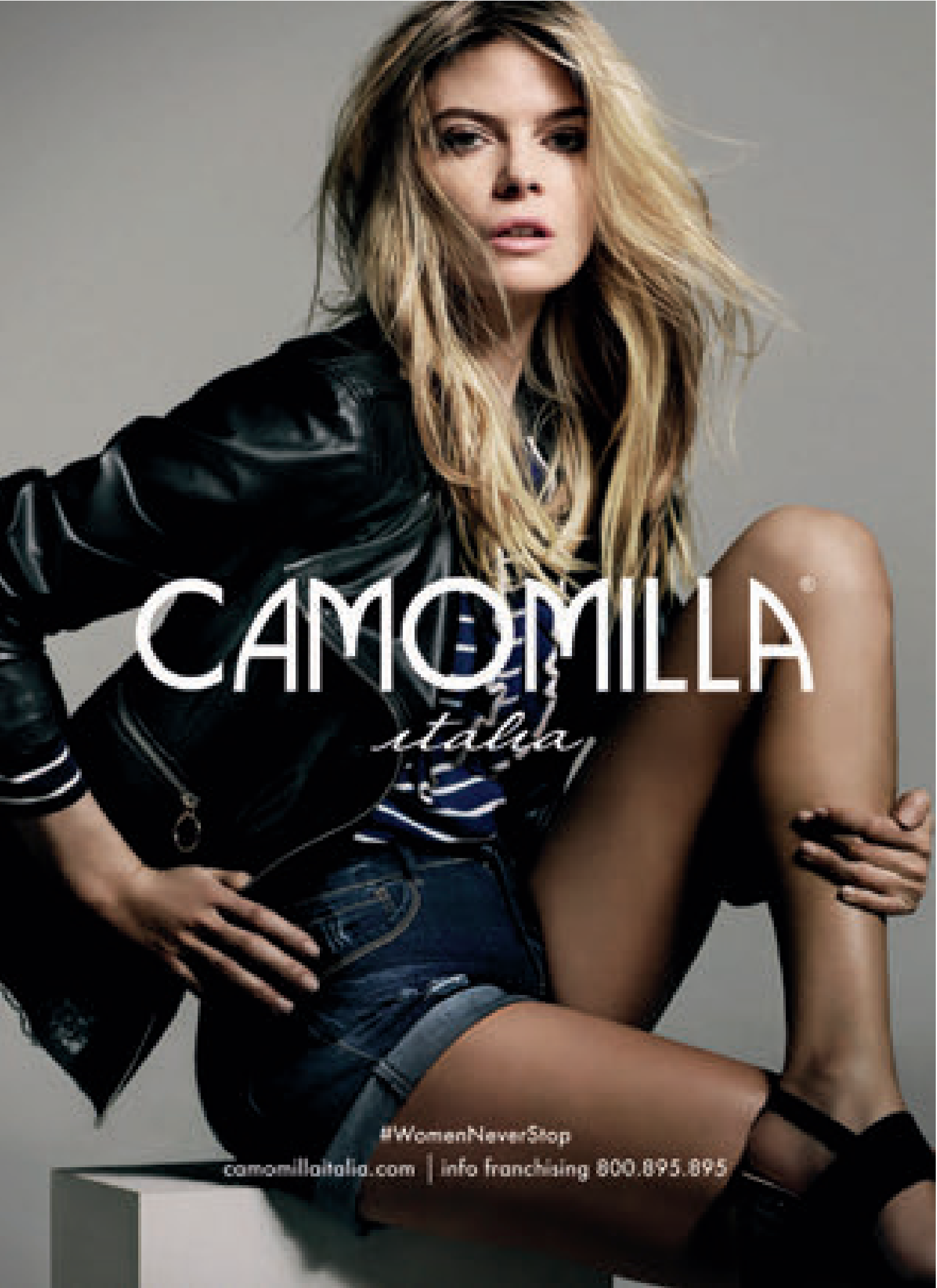
Parli delle nuove collezioni.

La collezione maschile è suddivisa in otto linee. Acciaio, pietre naturali e pelle sono i protagonisti di questa stagione. La collezione femminile per la primavera-estate viene arricchita da sette nuove



“ Per la donna, Mewo sceglie materiali come l'oro, il rame, le pietre dure e i cristalli, creando linee ricche ed eterogenee, capaci di soddisfare le esigenze di stile di tutte le clienti. Must indiscusso di questa primavera-estate, sull'onda della tendenza che vede gli insetti protagonisti nella gioielleria, la linea Dragonfly: eleganti libellule di cristallo in una parure in tre colori.

linee originali. Due in particolare, tra cui la Pretty Alphabet composta da ciondoli con lettere dell'alfabeto arricchite con pavè di cristalli in un elegante tono rosa. Per la donna, Mewo sceglie materiali come l'oro, il rame, le pietre dure e i cristalli, creando linee ricche ed eterogenee, capaci di soddisfare le esigenze di stile di tutte le clienti. Must indiscusso di questa primavera-estate, sull'onda della tendenza che vede gli insetti protagonisti nella gioielleria, la linea Dragonfly: eleganti libellule di cristallo in una parure in tre colori – rosa, oro e argento – composta da collana, orecchini, bracciale e spilla. ■



CAMOMILLA®

italia

#WomenNeverStop

camomillaitalia.com | info franchising 800.895.895



VINCENZO SALEMME

*Torna al cinema
con “Una festa esagerata”*



Vincenzo Salemme. Nato a Bacoli il 24 luglio 1957. Al cinema è stato regista e sceneggiatore dei film "L'amico del cuore", "Amore a prima vista", "A ruota libera", "Volesse il cielo!", "Ho visto le stelle!", "Cose da pazzi", "SMS - Sotto mentite spoglie", "No problem", "...e fuori nevicava", "Se mi lasci non vale", "Una festa esagerata". Tra le sue opere teatrali più importanti ricordiamo "Premiata pasticceria Bellavista", "Faccio a pezzi il teatro!", "L'astice al veleno" e "Il diavolo custode".

A casa Parascandolo fervono i preparativi per una magnifica festa sulla splendida terrazza dove il capofamiglia, l'ingenuo Gennaro, geometra e piccolo imprenditore edile, vive con Teresa, famelica moglie dalla feroce ambizione di salire sempre più in alto nella scala sociale. Per il diciottesimo compleanno della figlia Mirea, Teresa ha deciso di fare le cose in grande e non ha badato a spese. Gennaro, pur di accontentare le sue donne, con l'aiuto di Lello, l'invadente aiutante del portiere, continua ad assecondare ogni loro capriccio e a spendere una fortuna per una festa che lui stesso definisce "esagerata". Tutto sembra perfetto, gli invitati iniziano ad arrivare, ma un'inaspettata notizia giunge dal piano di sotto, da casa Sca-

mardella, dove abitano un padre molto anziano e la figlia zitella: la sfortuna ha deciso che il signor Scamardella doveva morire proprio il giorno della festa. Cosa fare? Come si fa una festa con un morto sotto casa?

Questa la trama dell'ultimo film di Vincenzo Salemme, scritto e interpretato da lui, e già campione di incassi in teatro. In uscita il 22 marzo nelle sale, vanta nel cast molti attori napoletani tra i quali Massimiliano Gallo, Tosca D'Aquino, Iaia Forte, Nando Paone, e Francesco Paolantoni.

È stato difficile riadattare una commedia teatrale al cinema?

Sembrerebbe strano perché il racconto si svolge tutto in unità di tempo e di luogo: le due ore prima





della festa per il diciottesimo compleanno di mia figlia organizzata sullo splendido terrazzo di casa nostra. In realtà la storia si snoda tra i preparativi della festa e la morte improvvisa dell'inquilino del piano di sotto, un signore molto anziano.

Come ha fatto a dare il ritmo giusto al film?

Non ci sono pause narrative che forse danneggerebbero la leggerezza della visione, anche grazie al fatto che i protagonisti del film devono correre nel vero senso della parola alla ricerca di una soluzione che permetta lo svolgimento della festa. Svolgimento messo seriamente in discussione dalla tragica notizia. Come si fa a ballare e cantare sul terrazzo di casa quando al piano di sotto c'è un morto!? Ho voluto sottolineare proprio questa corsa forsennata e nevrotica per consentire al film di andare spedito verso un finale sorprendente, dando ritmo però a tutto il percorso drammaturgico con colpi di scena piccoli e grandi. Disseminandolo di situazioni esi-

“ *Il film appare molto corale nonostante il tutto ruoti intorno al povero Gennaro Parascandolo, un piccolo eroe spaesato dei nostri tempi. Un piccolo imprenditore onesto e perbene travolto dal malcostume e dalla volgarità, dall'ignoranza e dal cinismo di un gruppo folto di personaggi.* ”



A L B A N O

laranti e soprattutto di personaggi sempre credibili.

Il film è corale o spicca un protagonista?

Il film appare molto corale nonostante il tutto ruoti intorno al povero Gennaro Parascandolo (Io), un piccolo eroe spaesato dei nostri tempi. Un piccolo imprenditore onesto e perbene travolto dal malcostume e dalla volgarità, dall'ignoranza e dal cinismo di un gruppo folto di personaggi.

Crede che già la commedia avesse in sé il germe del



La locandina del film

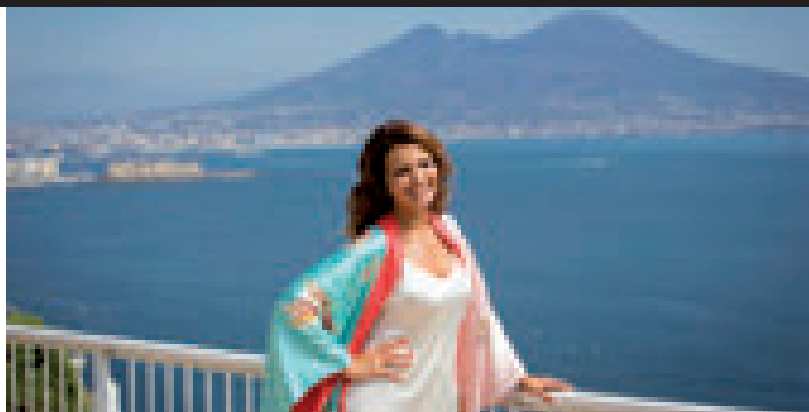
“La morale del film è che ognuno dovrebbe in qualche modo difendere la propria innocenza, la propria onestà intellettuale. Questo personaggio che io interpreto rappresenta un uomo travolto da tutto ciò che non gli piace e credo che ognuno di noi dovrebbe liberarsene. Nonostante sia una commedia leggera, ha una sua profondità.”

film?

Nonostante la storia sia la stessa di quella teatrale, non so perché ma è proprio un film. Sono riuscito in senso positivo a far dimenticare che si trattava una commedia teatrale, si ha la sensazione di vedere un'altra cosa pur vedendo la stessa cosa. Sì, credo che lo spettacolo contenesse in sé il germe della narrazione cinematografica, con il ritmo di un film. Poi ho avuto il grande supporto di un professionista come Enrico Vanzina.

La morale del film?

La morale del film è che ognuno dovrebbe in qualche modo difendere la propria innocenza, la propria onestà intellettuale. Questo personaggio che io interpreto rappresenta un uomo travolto da tutto ciò che non gli piace e credo che ognuno di noi dovrebbe liberarsene. C'è una forte componente morale. Nonostante sia una commedia leggera, ha una sua profondità. ■



Tosca D'Aquino



Vincenzo Salemme, Massimiliano Gallo e Giovanni Cacioppo



Harmont & Blaine
junior





Gay Odin

La cioccolata più buona al mondo

DI ILARIA CARLONI
FOTO DI MARCO ROSSI

Isidoro Odin, nato a Luserna San Giovanni, nel 1888 si trasferisce a Napoli dove, nel 1894, riesce a dar vita ad un piccolo laboratorio di cioccolateria, nella centralissima via Chiaia. Nel 1898 sposa Onorina Gay figlia anch'ella di un cioccolatiere di origine piemontese. In virtù del grande successo ottenuto in città, Isidoro ed Onorina nel 1922 inaugurano La Fabbrica di Cioccolato in via Vetriera, la sede dove attualmente è ancora operativa. In occasione dell'inaugurazione del nuovo opificio venne presentato il nuovo marchio Gay Odin, in stile floreale di colore blu, che riporta al suo interno anche il cognome della moglie, mettendo così in risalto la "quota rosa" aziendale, cosa all'epoca molto rara. Nel dopoguerra i Gemelli Castaldi, imprenditori di successo, rilevano l'azienda lasciando comunque, alla guida della

stessa, Isidoro Odin. I gemelli, oltre a fondare "Pizzicato" in piazza Municipio, ovvero la prima tavola calda in Italia, erano proprietari di aziende e marchi molto noti come il famoso ristorante "Zi Teresa" e lo storico Caffè "Gambrinus". Giuseppe Maglietta, nipote dei Castaldi, inizia a collaborare presso la Gay Odin intorno al 1960 affiancando lo stesso Isidoro Odin per circa un paio di anni. In seguito Giuseppe rilevò dagli zii l'azienda, e con tanti sacrifici, fino alla sua dipartita, riesce a dare un importante e nuovo slancio alla Gay Odin. Coinvolge tutta la famiglia, la moglie Marisa Del Vecchio, i figli Davide, Sveva, Dimitri ed il genero Massimo.

È proprio quest'ultimo, Massimo Schisa, a fare questo breve excursus sulla storia dell'azienda di famiglia, divenuta punto di riferimento per la cioccolateria in Italia.

Ci parla di Gay Odin oggi?

Oggi la storia di Gay Odin è legata alle persone: Marisa la più innovativa, sempre al passo con i trend legati al cioccolato, sovrintende l'intera squadra. Davide è il vero maestro del cioccolato, si dedica con perizia e passione alle dolci creazioni. Sveva, oltre alla gestione immobiliare, è l'anima di tutto ciò che concerne il confezionamento e lo stile Gay Odin. Dimitri è il cuore commerciale della azienda. La moglie Camilla sta curando la crescita dello shop CioccolatoForesta. Io ho dato origine e cura alla produzione della linea fredda, gelati e tar-tufi, e da quest'anno anche del lancio e commerce.

Una realtà che seppur campana, va avanti gloriosa come se non risentisse delle problematiche di vario genere legate al territorio. Qual è il segreto?

Lavorare a Napoli per certi aspetti non è semplice, c'è carenza di infrastrutture ed anche una notevole difficoltà nel fare rete tra le forze sane e costruttive della città, sebbene queste costituiscano la maggior parte della popolazione. Fatta questa premessa, Napoli è la città dove la Gay Odin è nata. Il legame con la città è fortemente radicato. Il senso di appartenenza a questa terra è molto profondo. Un legame con Napoli che dura da sempre, sancito anche con la creazione di un "cioccolatone" a forma di Vesuvio, nato dalla collaborazione tra l'architetto Fabrizio Mangoni e l'avvocato Giuseppe Maglietta. Napoli è stata ed è la forza della Gay Odin. Moltissimi napoletani legano i nostri cioccolatini ad un ricordo familiare, ad un evento importante della propria vita. Spesso i clienti acquistano il cioccolato per regalarlo a persone di altre città, in Italia o all'estero, come testimonianza della buona "napoletanità". Questo ci rende davvero orgogliosi.

Come è cambiato, se è cambiato, il rapporto della gente con la cioccolata. Ha risentito della moda dilagante delle diete e del mangiar sano?

Il rapporto delle persone con il cibo sta cambiando. Si presta sempre più attenzione alla composizione degli alimenti, tendendo a privilegiare quelli meno sofisticati. Finalmente, aggiungo io. Nella produzione Gay Odin da sempre vengono utilizzate materie prime naturali e di qualità, il cioccolato viene prodotto partendo dalla tostatura, ancora a legna, delle fave di cacao. È cambiato decisamente anche l'impulso all'acquisto del cioccolato. Un tempo la maggior parte dei clienti lo destinava a regali, o al consumo in compagnia, in occasioni di dolci ricorrenze. Già da diverso tempo molte persone lo acquistano per se stessi. In questo modo è aumentata notevolmente la domanda di tavolette e di altri prodotti di piccolo taglio che possano fungere da snack sano e saporito. Per questo motivo negli anni abbiamo aumentato i piccoli prodotti monoporzione come le forestine, i merendin, i medaglioni e tanti altri.

Quanto di vero c'è nella teoria che la cioccolata faccia bene?

Il buon cioccolato fa sicuramente bene. Soprattutto nella tipologia fondente è un alimento ricco di antiossidanti. Se veramente puro, come il nostro, si adatta perfettamente ad una alimentazione sana e naturale.



Massimo Schisa con la moglie Sveva Maglietta

“Napoli è stata ed è la forza della Gay Odin. Moltissimi napoletani legano i nostri cioccolatini ad un ricordo familiare, ad un evento importante della propria vita. Spesso i clienti acquistano il cioccolato per regalarlo a persone di altre città, in Italia o all'estero, come testimonianza della buona "napoletanità". Questo ci rende davvero orgogliosi.

Aiuta a prevenire processi infiammatori, e cosa fondamentale ha un effetto rasserenante. Se solo immagino quanti sorrisi abbia generato il nostro cioccolato corro a mangiarne uno (ride ndr). Un cioccolatino al giorno... leva la mela di torno...

Il segreto della bontà della cioccolata Gay Odin.

Il cuore della produzione è nella torrefazione. La possibilità di tostare in proprio le fave di cacao e di partire da materie prime selezionatissime sono di sicuro un ottimo inizio. Poi questi fondamentali presupposti vengono esaltati dalla competenza, la passione e la fantasia dei nostri artigiani.

La "Foresta", simbolo di Gay Odin, inimitabile nonostante i disperati tentativi, come è nata? Dalla mente di quale "genio"? E come si realizza nella



“*Fu Isidoro Odin ad inventare la Foresta, un cioccolato al latte non dolcissimo. Viene esaltato il sapore del cacao e del latte, e si avverte un po' meno lo zucchero. La particolarità è data anche dalla consistenza friabile, una volta portato al palato lo avvolge e “coinvolge” in maniera decisamente golosa.*”

pratica (senza svelarne la ricetta ovviamente!).

Fu Isidoro Odin ad inventare la Foresta, un cioccolato al latte non dolcissimo, come invece spesso accade per questa tipologia. Viene esaltato il sapore del cacao e del latte, e si avverte un po' meno lo zucchero. La particolarità è data anche dalla consistenza friabile, una volta portato al palato lo avvolge e “coinvolge” in maniera decisamente golosa. La crescente richiesta di questo prodotto ci ha portati a declinarlo nei modi più disparati: tartufo e gelato Foresta, uovo Foresta, colomba o panettone Foresta, medaglione Foresta, etc. etc. Da pochi anni, Marisa ha voluto dedicare agli amanti del fondente la Foresta nera, extrafondente dolcificata con il miele di acacia e devo dire che è davvero buonissima. La forza della Foresta ci ha spinti fino al punto di aprire una vera e propria “sala da cioccolato” in via Carducci, dedicandola a questo cioccolato, da cui prende anche il nome: “CioccolatoForesta”.

La vostra fabbrica è nel cuore della città, cosa rara per una azienda con la vostra mole produttiva. Riuscite a realizzare tutto lì? I macchinari sono rimasti quelli originari?

Il legame con questo posto è indissolubile, ogni tanto scherziamo dicendo di delocalizzarci in periferia e di

trasformare la fabbrica in un remunerativo garage. In realtà nessuno ha mai veramente pensato di spostare la produzione altrove, sebbene essere in pieno centro comporti evidenti disagi logistici. I carichi di cacao devono essere ricevuti necessariamente alle prime luci dell'alba, altrimenti sarebbe impossibile approvvigionarsene. Realizziamo tutto qui, sia il cioccolato che il gelato. In produzione sono attive molte macchine d'epoca, come la torrefattrice, i mescolatori, la macchina per il torrone, le bassine e tante altre. Ci son state ovviamente delle innovazioni ma sempre nel pieno rispetto della lavorazione artigianale.

I cioccolatini sono realizzati ancora uno ad uno, in maniera artigianale e dalle sapienti mani di operai al lavoro. È una scelta vostra quella di non trasformare la produzione in una realtà industriale? È questo che rende la vostra cioccolata imbattibile e fuori dal comune?

Entrando nel grande laboratorio di produzione si ha subito la percezione di quanto il lavoro svolto sia davvero artigianale. È una scelta di passione quella di non volerle imprimere una svolta industriale. Come accennato in precedenza, dietro la Gay Odin ci sono le persone e la produzione è strutturata in tante postazioni





ROBERTA BIAGI
MYKONOS
SPRING-SUMMER 18



Marisa Del Vecchio

di singoli artigiani che lavorano con competenza e trasporto. Ogni addetto è specializzato in alcune lavorazioni del cioccolato di cui segue l'intero processo di lavorazione.

Il cioccolatino più difficile da realizzare...

Tra quelli più impegnativi spiccano senza dubbio le Noci e le Ghiande. Sottili cialde wafer prodotte anch'esse da noi, farcite a mano, una per una, con una gianduia scura le prime ed una al latte le seconde.

La richiesta più "assurda" commissionatavi e la sorpresa più insolita fatta inserire in un vostro uovo di Pasqua.

Il top della stravaganza e della fantasia si è scatenato soprattutto negli anni passati, oggi devo dire che forse siamo meno eccentrici. Ricordo ancora con estremo stupore la richiesta di un nonno che pur di accontentare il proprio nipote ci portò un pulcino vero, vivo, da inserire nell'uovo come sorpresa, chiedendoci di fare dei buchi per permettergli di respirare. Ovviamente declinammo col sorriso la proposta. Solitamente è nelle uova di pasqua più piccole che si celano regali importanti, come le chiavi di una fuoriserie o l'astuccio contenente un bel solitario. Le sorprese che ancor oggi più ci emozionano sono quelle semplici come un biglietto scritto a mano, abbiamo perso il piacere di scrivere con carta e penna. L'anno scorso decorammo un bellissimo uovo gigante con la scritta "Mi vuoi sposare?", ci piace immaginare che la risposa sia stata poi affermativa.

Quanti negozi conta Gay Odin in tutto?

In totale undici. Nove negozi in città, compreso quello nella fabbrica di via Vetriera con annesso un piccolo angolo museo delle antiche macchine del cioccolato. A questi vanno aggiunti i negozi di Roma e Milano. Ed inoltre c'è il neonato CioccolatoForesta in via Carducci.

Ci sono progetti di maggiore espansione sul ter-

ritorio?

In questo momento l'idea è quella di consolidare i risultati raggiunti sia a Napoli, Roma che Milano. Un altro obiettivo a breve è di mettere a sistema l'esperienza dello store CioccolatoForesta e renderlo al più presto un format replicabile. Da poco ci siamo affacciati nel mondo dell'e-commerce che già sta dando riscontri incoraggianti.

“ Nella produzione Gay Odin da sempre vengono utilizzate materie prime naturali e di qualità, il cioccolato viene prodotto partendo dalla tostatura, ancora a legna, delle fave di cacao. È aumentata notevolmente la domanda di tavolette e di altri prodotti di piccolo taglio che possano fungere da snack sano e saporito.

Il suo rapporto con Napoli.

Napoli è una città esaltante, meriterebbe maggiore partecipazione da parte di tutti noi. In alcuni casi quello che ci manca è un po' il senso di comunità. E poi è come se vivessimo sempre al limite, senza mezze misure. Abbiamo tutto in eccesso, la bellezza ed a volte la bruttezza. Amo profondamente la mia città.

Gay Odin. Un aggettivo per definirlo.

Dai... concedimene almeno quattro... Irresistibile, Elegante, Familiare, Irrinunciabile! ■

Dorabella

Primavera - Estío 2018



Aida Yéspica

shop [online](#) [dorabella.es](#)





Raoul De Luca. Nato a Napoli, è il fondatore e cantante della "Raoul & Swing Orchestra". Dal 1996 è tra le voci di Radio Kiss Kiss.

Non è facile raccontare in poche righe certe vite ricche di passioni e colpi di scena, contraddistinte da emozioni intense e una moltitudine di esperienze. Così mi è parsa la vita di Luigi De Luca, in arte Raoul, 44 anni, fondatore e voce della Raoul & Swing Orchestra nonché radio personality presso Radio Kiss Kiss. Nel 1996, poco più che ventenne, è approdato alla storica emittente radiofonica nazionale con sede a Napoli. Nel 2005 ha fondato la Raoul & Swing Orchestra riscoprendo la passione per il canto che, terminati gli studi classici presso il Liceo Umberto, aveva coltivato da ra-

gazzo frequentando per un anno il Musicians Institute di Los Angeles. Non ci crederete, ma Raoul ha trovato anche il modo di studiare per quattro anni alla facoltà di Medicina. Quando si dice una personalità eclettica...

Prima di parlare di Raoul De Luca, parliamo di Luigi, uno studente appassionato di canto.

Ho frequentato il liceo classico, avevo un gruppo rock con il quale mi divertivo durante i periodi di autogestione dell'Istituto. Dopo il diploma ho studiato dizione e tecnica vocale e canto al Musicians Institute di Los Angeles. Nonostante coltivassi questa passione, in una

RAOUL DE LUCA

La mia vita a tutto Swing

DI ALESSANDRA CARLONI



prima parte della mia vita sono stato uno studente di Medicina che aspirava a fare il chirurgo plastico o il pediatra. Poi è arrivato Raoul.

Siamo alla seconda parte della sua vita. Raoul De Luca è nato a Radio Kiss Kiss. Come ricorda i suoi esordi?

Un giorno mandai una cassetta a Radio kiss Kiss perché in cuor mio coltivavo il sogno di fare lo speaker radiofonico. Tre giorni dopo, a 23 anni, ero in radio. Ricordo che ero emozionatissimo: il sogno diventava realtà. Il nome d'arte Raoul lo devo a Marcello Niespolo. Ancora oggi faccio parte della famiglia di Radio Kiss

Kiss con un programma di intrattenimento in cui si parla di viaggi, di ricette, il tutto sullo sfondo di tanta buona musica.

Lei appartiene ad una famiglia di imprenditori. I suoi hanno appoggiato la scelta di lasciare l'università e l'azienda per inseguire il sogno della musica?

Ai miei genitori devo tutto. Mi hanno lasciato prematuramente e oggi ancora di più vorrei ringraziarli. Loro sono stati i miei primi sostenitori. Se ho saputo scegliere in base a ciò che mi rendeva felice, lo devo a loro, soprattutto a mia madre.



Per Radio Ibiza ha trasmesso dalle più grandi discoteche di Italia, Miami e Ibiza. Ha girato il mondo per e con la radio.

A dire il vero il mondo ho iniziato a girarlo quando ero uno studente e aiutavo i miei nella nostra azienda di import export di fiori e piante. Sfruttando le mie capacità, mi occupavo delle pubbliche relazioni e andavo alle fiere internazionali del settore, a Miami, Amsterdam, Dubai, Madrid. Sono stato anche in Ecuador e a Cuba. Quando lavoravo per Radio Ibiza facevo dirette da Miami, New York, Londra. Per molti anni la radio è stata la mia vita. Avevo congelato il canto.

Arriviamo alla terza parte della sua vita. Prima studente di Medicina, poi vocalist e speaker radiofonico, infine fondatore e cantante della Raoul & Swing Orchestra.

La Raoul & Swing Orchestra è nata quando il mio amico Alessandro Cannavale mi ha detto che aveva in mente di formare una band di musica jazz per un evento natalizio a Napoli. Il 12 dicembre 2005 è nata la Raoul & Swing Orchestra. Nella band ho voluto il mio amico storico chitarrista del mio gruppo rock e le eccellenze del Conservatorio San Pietro a Majella. Ne fanno parte: Marco Mussomeli al piano, mio amico arrangiatore e cantante; Luigi Ricciardi alla chitarra;



“La Raoul & Swing Orchestra è nata quando il mio amico Alessandro Cannavale mi ha detto che aveva in mente di formare una band di musica jazz per un evento natalizio a Napoli. Nella band ho voluto il mio amico storico chitarrista del mio gruppo rock e le eccellenze del Conservatorio San Pietro a Majella.”

Luigi Martinelli, maestro d'orchestra, alla tromba; Paolo Guerriero al sassofono; Valerio Mola al contrabbasso; Adriano Formati alla batteria e Massimo Imperatore alla chitarra.

Quando ha capito che la sua voce avrebbe costruito il suo destino professionale?

Da ragazzino già sapevo cosa volevo fare e ho capito che potevo farcela quando sono entrato in radio con un entusiasmo ludico e infantile ed ho preso il mio primo stipendio a Kiss Kiss.

Conosce diverse lingue, ha mai pensato di andare all'estero per la sua carriera?

Verso Napoli, la mia città, ho una grandissima attrazione. Non sono mai andato via, la mia famiglia è qui e non mi ha mai ostacolato l'essere napoletano. Anzi, con la Raoul & Swing Orchestra giro il mondo per ricevimenti e convention.

I “luxury weddings” rappresentano il principale palco della Raoul & Swing Orchestra. La sua band intrattiene ospiti di banchetti extralusso sia in Italia che all'estero e vanta la collaborazione con wedding planner di successo come Cira Lombardo. Ci racconti qualcosa di quel

mondo che noi umani possiamo solo sognare.

Ho avuto il piacere di esibirmi per ricevimenti di nozze a Dubai, Mosca, St. Moritz, Montecarlo, Saint Tropez, Capri, Ponza, Ischia, in location esclusive e atmosfere magiche. Sì, mi è successo anche di vivere delle situazioni fuori dal comune, come quando al ricevimento di dei russi molto facoltosi, si è avvicinato il fratello dello sposo con un malloppo di banconote e mi ha chiesto di cantargli "Sarà perchè ti amo" dei Ricchi e Poveri, seguito a ruota dalla zia che mi ha chiesto "l'italiano" di Toto Cutugno (ride ndr). Immagini il mio imbarazzo...

Cantare ai matrimoni è un semplice business o suscita anche emozioni?

Sarò sincero: per me che sono una buona forchetta è sempre un'emozione!

Progetti in cantiere?

A Natale uscirà un cofanetto, un doppio album di musica swing.

Come si vede tra vent'anni?

Non mi vedo. Anzi sì, aspetti... eccomi, al Madison Square Garden con la Swing. Se posso sognare, vedo mio padre e mia madre seduti in prima fila. ■



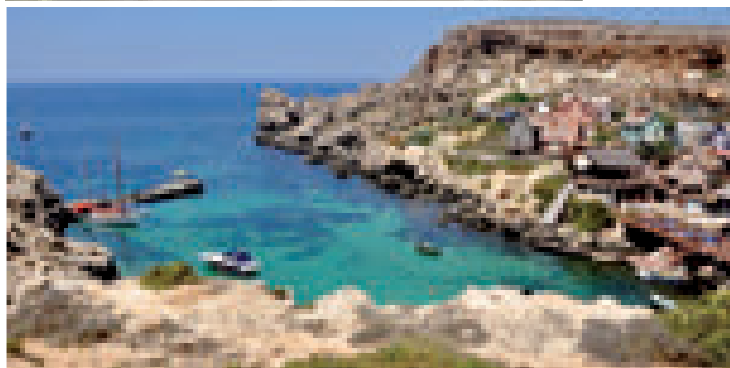
MIRIADE
BAGS & SHOES

“Romantico, avvolgente, indimenticabile”: il viaggio di nozze MSC Crociere

Ci sono destinazioni in grado di regalare scenari incredibili, che incantano la vista e il cuore con il loro fascino, e fanno innamorare con un tramonto: stiamo parlando del cuore del Mediterraneo. MSC Crociere ti offre un meraviglioso itinerario a bordo dell'incredibile MSC Seaview, la seconda di due navi gemelle della generazione Seaside, progettata appositamente per gli amanti delle temperature più calde, avvicinando gli ospiti al mare. Caratteristica unica di questa nave è l'incredibile passeggiata sul mare su passerelle in vetro che girano intorno alla nave. Una volta a bordo, ambienti raffinati ed eleganti faranno da sfondo ad un'esperienza unica. Relax, benessere, divertimento, intimità, saranno la cornice in cui gli sposi potranno godere di servizi ideati e pensati appositamente per loro: dalla prima colazione in cabina alle cene romantiche a lume di candela, dagli aperitivi sul ponte piscina agli intimi momenti trascorsi insieme gustando fragole immerse nel cioccolato, magari guardando il mare dal balcone della propria cabina.

Ma un viaggio di nozze con MSC Crociere è anche l'occasione per regalarsi tanto relax alla ricerca dell'armonia e del benessere. Le navi della flotta sono infatti vere e proprie oasi di serenità, il luogo ideale per dedicarsi piacevolmente alla cura di se stessi. Una delle novità di MSC Seaview è l'esclusivo MSC Yacht Club completamente rinnovato: “una nave nella nave” che offrirà un'esperienza di crociera senza eguali. Suite lussuosamente arredate, un maggiordomo disponibile 24 ore su 24 e una concierge dedicata: questi sono solo alcuni dei servizi riservati ai suoi ospiti.

MSC Seaview in particolare, salperà ogni lunedì da Napoli a partire dall'11 giugno con itinerari di 7 notti alla scoperta delle destinazioni più romantiche del Mediterraneo. Dopo le meraviglie della città partenopea, sarà la volta delle bellezze mozzafiato della Sicilia, con tappa a Messina, Taormina e sul suggestivo Vulcano Etna fino a giungere nella capitale maltese, La Valletta. Dopo un giorno di navigazione sarà la volta delle colorate architetture di Barcellona, dell'affascinante Marsiglia nel sud della Francia fino a fare ritorno a Genova, nelle acque italiane color cobalto. ■



Una delle novità di MSC Seaview è l'esclusivo MSC Yacht Club completamente rinnovato: “una nave nella nave” che offrirà un'esperienza di crociera senza eguali. Suite lussuosamente arredate, un maggiordomo disponibile 24 ore su 24 e una concierge dedicata: questi sono solo alcuni dei servizi riservati agli ospiti.



NARDELLI



FASHION&SPIRITUAL
COLLECTION

COLORFUL EDITION

scopri tutti i colori su www.nardelli.it

CHIARA NAPOLI

FOTO DI WILLIAM ROSSI
ABITI BAGATELLE

L'IDENTIKIT

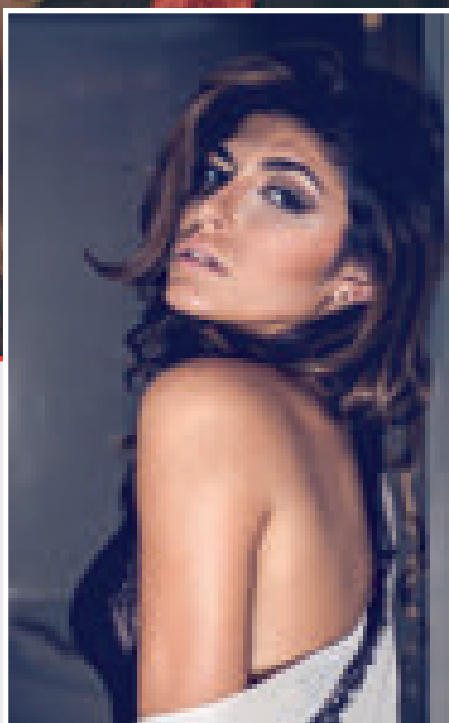
Occhi: **castani**

Capelli: **castani**

Altezza: **175 cm**

Misure: **88-62-90**

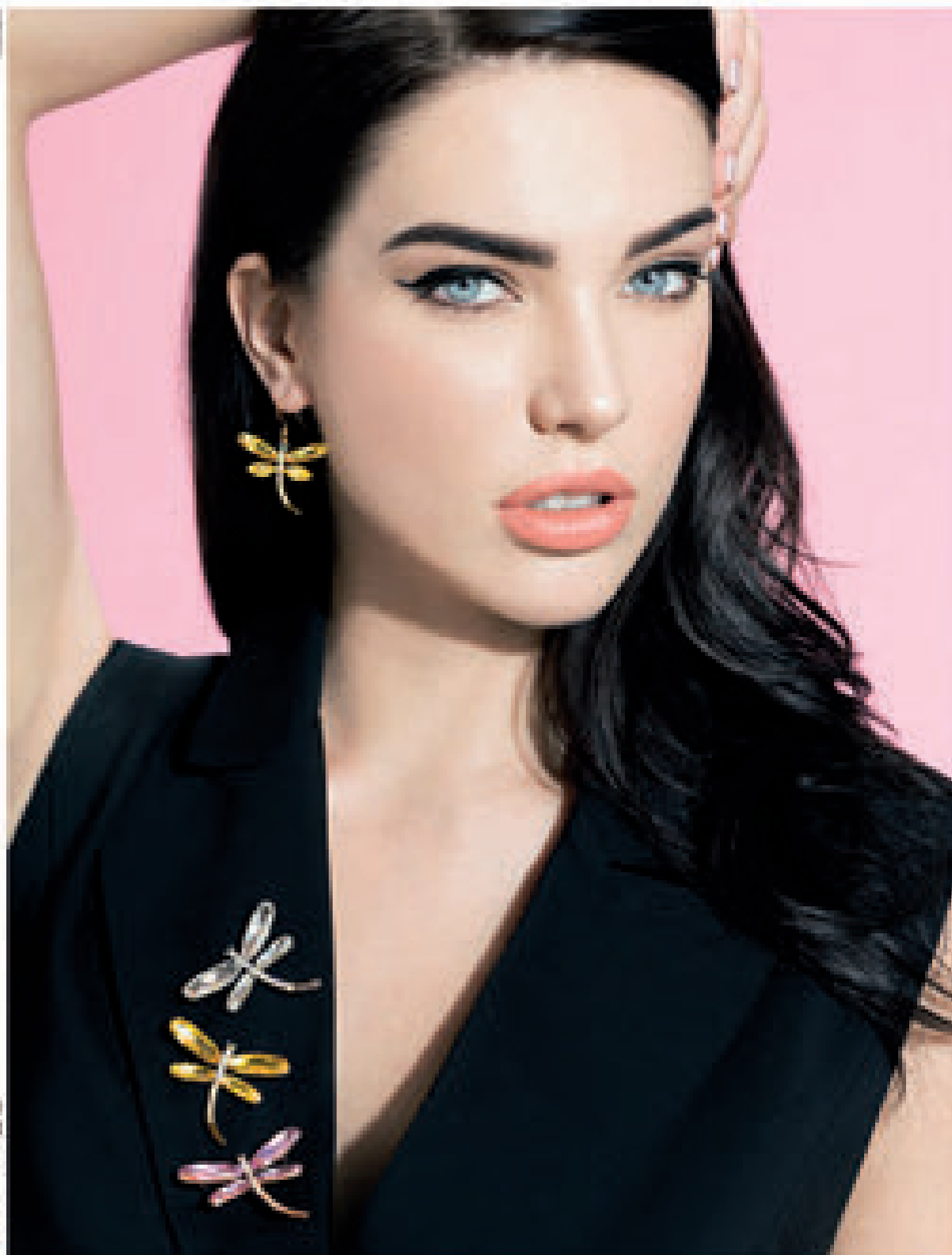
Titolo di studio: **Diploma**
liceo scientifico





A woman with dark, wavy hair is shown in profile, looking upwards. She is wearing a sleeveless, knee-length dress with a dark base and large, vibrant blue and white floral patterns. The dress has a thin black belt at the waist. She is holding a matching floral clutch bag in her left hand. The background is dark and atmospheric, featuring several lit candles in ornate holders, creating a warm, golden light. The overall mood is elegant and sophisticated.

*Ama l'arte, le danze
orientali, leggere e il
cinema. Il cioccolato e le
patatine fritte. Lavora come
modella da quando aveva
16 anni, posando
per importati marchi
e per la rivista GQ.*



www.mewo.com

M E W O

MEN / WOMEN JEWELS

be what you want



L'aspirazione è quella di passare dalla moda al cinema, infatti sta studiando recitazione in accademia e frequenta masterclass con acting coach internazionali.

DANIEL WELLINGTON

INTRODUCING
CLASSIC PETITE

28 MM

WORN BY
ELSA HOSK & MING XI



La nuova App **MYOPTIMA**

Aria di primavera per Optima Italia, l'azienda napoletana leader in Italia nella gestione integrata di servizi per la casa e per l'ufficio. Il Tutto-In-Uno è una rivoluzione, una soluzione davvero innovativa allo stress da bolletta e ai mille sprechi che ogni mese famiglie e imprese sono costretti ad affrontare. Parliamo di un'offerta che ha come principale obiettivo quello di semplificare la vita dei clienti, garantendo anche interessanti margini di risparmio: Fibra, Fisso, Mobile, Luce e Gas in un'unica bolletta mensile e a un canone unico personalizzato sulle abitudini di consumo di ogni singolo cliente. Un pacchetto ricco di servizi ma anche di novità, a partire dal servizio Mobile messo a disposizione dei nuovi clienti in forma totalmente gratuita con la sottoscrizione di almeno un servizio Energia. Non più quindi tanti operatori con molteplici offerte poco chiare e simili tra loro, ma un unico interlocutore per tutte le esigenze e con una sola offerta semplice e conveniente. Una formula studiata da Optima sin dall'inizio della sua incredibile storia e perfezionata giorno dopo giorno da un team composto da centinaia di giovani professionisti, focalizzati sulle esigenze del mercato e con lo sguardo costantemente rivolto al futuro, alla continua ricerca di nuove soluzioni capaci di soddisfare le esigenze di un pubblico in rapida evoluzione.

Oggi Optima è un brand sempre più consolidato e riconosciuto dal grande pubblico, anche grazie alle efficaci campagne pubblicitarie televisive proposte a livello nazionale già da qualche anno. Negli ultimi mesi l'azienda napoletana è stata al fianco dei simpaticissimi Paolo Bonolis e Luca Laurenti che con la loro irresistibile comicità hanno presentato al pubblico di "Avanti un altro!" i vantaggi del Tutto-In-Uno. La bellissima Alessia Mancini in una lunga serie di spot ha descritto con maggiore dettaglio le caratteristiche distintive della proposta commerciale dell'azienda napoletana. Intanto in cantiere già ci sono altre importanti novità come MyOptima, la nuova app che permetterà di configurare il proprio Tutto-In-Uno comodamente dal proprio smartphone, di gestire e controllare pagamenti e fatture in totale autonomia, ma anche di guadagnare denaro invitando i propri amici e conoscenti nel mondo Optima. Grandi risultati dunque, ma niente di sorprendente per chi segue da tempo Optima e i suoi ragazzi sia nell'evoluzione del core business, sia nella sua veste di laboratorio creativo in grado di ottenere successi anche in altri ambiti come quello dell'editoria digitale, della musica, del cinema e della formazione. Una storia in continua evoluzione e in costante ascesa ancora tutta da seguire. ■



Un pacchetto ricco di servizi ma anche di novità, a partire dal servizio Mobile messo a disposizione dei nuovi clienti in forma totalmente gratuita con la sottoscrizione di almeno un servizio Energia.

Intanto in cantiere già ci sono altre importanti novità come MyOptima, la nuova app che permetterà di configurare il proprio Tutto-In-Uno comodamente dal proprio smartphone, di gestire e controllare pagamenti e fatture in totale autonomia, ma anche di guadagnare denaro invitando i propri amici e conoscenti nel mondo Optima.

optima

**FIBRA
FISSE
MOBILE
LUCE
GAS**

TUTTO-IN-UNO
E SAI PRIMA QUANTO PAGHI

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

CHIAMA ORA

800.91.38.38



CIÙ CIÙ

SOLCHI RADICI SOGNI



UN'ATMOSFERA DI PASSIONE E TRADIZIONE

La storia dell'azienda vitivinicola biologica Ciù-Ciù nasce oltre 45 anni fa ad Offida (AP), in una delle zone maggiormente vocate alla produzione del vino. Dalla passione dei fondatori Natalino ed Anna Bartolomei all'innovazione dei figli Massimiliano e Walter Bartolomei, che oggi guidano l'azienda, nascono vini che sono l'espressione più autentica del territorio piceno.



www.ciucluvini.it



Andrea Riccio

ANDREA RICCIO

Wedding Solution
*“Come sogno
 comanda”*

DI ALESSANDRA CARLONI

Sono lieta di presentare ai lettori di Professionisti al Top un imprenditore che ha fondato un'azienda unica nel suo genere, che potrei definire una "fabbrica di sogni". Lui è Andrea Riccio, napoletano, architetto e creativo dalle mille risorse, la sua creatura è la Wedding Solution, azienda italiana leader nella creazione e nel noleggio di attrezzature e strutture per eventi. L'azienda si rivolge ai professionisti del settore wedding e organizzazione di eventi, ma anche a chi abbia in mente una scenografia per incorniciare un'occasione speciale. Wedding Solution si suddivide in due grandi aree, una factory e uno showroom. Andiamo con ordine perchè la descrizione è quella di un autentico microcosmo. La Factory comprende una lavanderia industriale con servizio di ritiro e consegna di noleggio biancheria; una sartoria interna per la realizzazione di tovagliati, cuscini e tappezzerie, e perfino di sacchetti con ricami personalizzati; una falegnameria per la realizzazione di progetti e arredi pensati e disegnati per wedding planner o professionisti del settore. Lo showroom è un'area espositiva di 900 mq dove poter trarre ispirazione e toccare con mano tutto ciò che servirà a creare l'ambientazione dell'evento. In tale contesto è possibile dare libero sfogo all'immaginazione creando la mise en place o l'allestimento che si ha in mente, in modo tale da poterlo "vivere" e valutare. Ciò che rende unica la Wedding Solution è l'offerta assolutamente differente rispetto alla concorrenza, che nasce da una creatività autentica, che non soggiace alle pressioni della moda, che non si lascia inscatolare dalle convenzioni. Andrea Riccio, infatti, ha dichiarato guerra al "copia e incolla", e ha brevettato un metodo per creare allestimenti su misura, denominato non a caso "No Copy". Gli eventi firmati dall'architetto napoletano non si adeguano ai trends americani riadattandoli, come spesso accade,



Andrea Riccio

ma sono il frutto di una ricerca a sfondo psicologico, come ci spiega senza mezzi termini: "Noi italiani abbiamo stile e professionalità che ci rendono famosi in tutto il mondo e No Copy mira sempre ad affermare il made in Italy". Riccio fa riferimento alla sartoria napoletana come metafora del suo modo di lavorare: "Come i maestri della sartoria napoletana confezionano abiti che si adattano perfettamente alle forme del cliente, io "cucio" su misura allestimenti che si adattano perfettamente alla personalità e ai desideri del cliente". Studiando appunto la personalità dei clienti, il team di Andrea Riccio ha messo a punto sette nuovi stili racchiusi in degli opuscoli esemplificativi e una edizione specifica sul metodo "No Copy" per la creazione di progetti ed eventi esclusivi. A 38 anni, Mr Solution, che oltre ad essere architetto e scenografo è un esperto di marketing e comunicazione, può dire di aver conseguito un record: la sua azienda ha realizzato in sette anni 12 mila eventi wedding, imponendosi sul mercato come leader nel settore della creazione e del noleggio di allestimenti e attrezzature per eventi. Al suo fianco la sorella Amelia, modellista di moda e un team di 40 artigiani tra sarti, falegnami, scenografi e consulenti. Wedding Solution vanta inoltre la collaborazione con alcuni tra i più famosi esperti del wedding internazionale, fornendo e supportando

Wedding Solution si suddivide in due grandi aree, una factory e uno showroom. La Factory comprende una lavanderia industriale, una sartoria, una falegnameria. Lo showroom è un'area espositiva di 900 mq dove poter trarre ispirazione e toccare con mano tutto ciò che servirà a creare l'ambientazione dell'evento.

grandi wedding planner e fioristi americani come Karen Tran e Marcy Blum, quando queste ultime si recano in Italia per realizzare ricevimenti americani tra le perle del nostro golfo. "Come sogno comanda", è il motto del titolare di Wedding Solution ma è anche il titolo del suo primo libro edito da Neomediata, in cui Andrea Riccio spiega come intende diventare l'unico "wedding mentor" italiano. Un esordio letterario che porta in sé tutta la passione e la vitalità del suo autore e che rappresenta un inno a fare della propria vita un viaggio denso di emozioni. ■

SPADA®
ROMA

Shop Online
spadaroma.com



Voglia di viaggiare?

**CON
GRIMALDI LINES
L'OFFERTA SA
DI VACANZA!**

SCONTO

**PER PRENOTAZIONI
DALL' 1/3 AL 30/4**

**OFFERTA VALIDA
nei mesi di Giugno
Luglio/Agosto e
Settembre per
SPAGNA, GRECIA,
SARDEGNA E SICILIA**





GRIMALDI LINES

20%*

*Lo sconto è
al netto dei
diritti fissi

grimaldi-lines.com

Maxtris incontra Caffarel

L'arte dei maestri confettieri Maxtris incontra il finissimo cioccolato Caffarel e presenta una nuova linea di prodotti dal sapore esclusivo e raffinato. Nasce così una ricetta unica: il confetto Maxtris con cioccolato Caffarel presentato presso la sede di Confindustria Napoli dall'amministratore delegato di Italiana Confetti Dario Prisco, dall'amministratore delegato di Caffarel Marco A. Villa, e dal brand ambassador dei confetti Maxtris Enzo Miccio alla presenza del presidente di Confindustria Campania Ambrogio Prezioso. Presenti altresì Nicola Prisco, socio titolare di Italiana Confetti, Salvatore Prisco direttore marketing Italiana Confetti, Pierluigi Gallo direttore marketing Caffarel e Mauro Rigamonti responsabile area professional Caffarel, il presidente dei Giovani Industriali Napoli Vittorio Ciotola e il presidente della sezione alimentare di Confindustria Giovanni Sannino. Si tratta di una sinergia tra nord e sud che porta alla collaborazione tra due industrie leader in Italia che rappresentano l'eccellenza del Made in Italy nel campo dolciario. Una collezione esclusiva per i palati più raffinati che viene proposta in più varianti, in diversi colori e con un packaging accattivante, adatta ad ogni tipo di evento dalla festa di laurea fino al semplice assaggio da salotto nei momenti conviviali.



Ferdinand in passerella

È stata presentata nell'ambito di AltaRoma-The Look of the Year, la kermesse presentata da Jo Squillo, la nuova collezione firmata Ferdinand per la primavera estate 2018. Dodici abiti per donne di un target che abbraccia più fasce d'età ispirati allo stile francese, chic e sofisticato.

In prima fila ad assistere al fashion show c'erano tra gli altri Giancarlo Magalli, Mark Kostabi, Tony Esposito, il regista Bruno Colella e Kriss Barone oltre ad alcuni membri del gruppo dei Tiromancino. Testimonial in passerella per Ferdinand è stata l'attrice Vittoria Schisano, che per la prima volta ha indossato un abito bianco da sposa.



102

63mila presenze a Nauticsud

Ben 63mila i visitatori alla 45.ma edizione del Nauticsud alla Mostra d'Oltremare. Al Salone internazionale della nautica il "borsino vendite" dimostra una netta ripresa del segmento con molte aziende espositrici che hanno registrato contratti di acquisto. Sono stati assegnati per la prima volta i Nauticsud Award alle aziende che si sono maggiormente distinte per progetto innovativo a Nautica Salpa, progetto ecosostenibile a Coastal Boat e progetto di design allo Studio Engineering Rivellini. Award anche alla stampa cartacea assegnato al giornalista Antonino Pane (Il Mattino) e televisiva, a Sandro Donato Grosso (Sky).



Piacere sportivo.

718 Boxter e 718 Cayman.



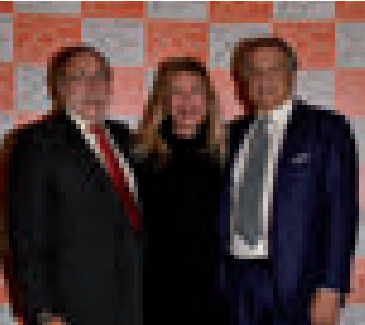
Centro Porsche Napoli
Sport Car Service S.r.l.
Via Antimena 2, Pozzuoli (NA)
Tel. 081 6100376
www.napoli.porsche.it

Centro Porsche Salerno
D. Del Priore S.r.l.
Via Partenope 260, Salerno
Tel. 089 332700
www.salerno.porsche.it

 Del Priore



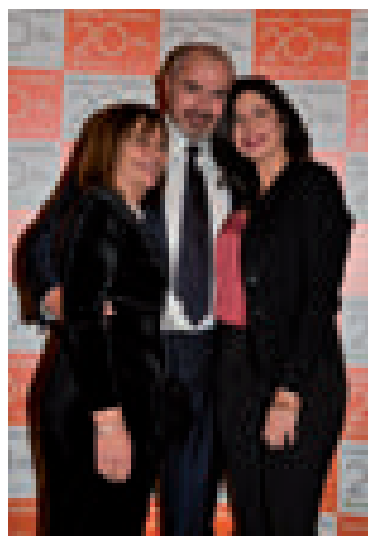
PORSCHE



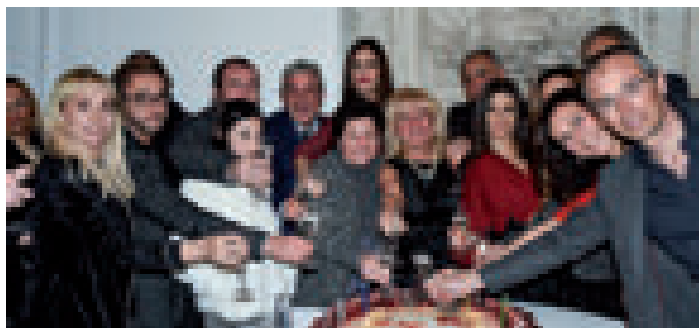
Brindisi per il nuovo spazio Fideuram

Successo annunciato al Teatro Diana per la serata organizzata dal Gruppo Fideuram in occasione dell'inaugurazione del nuovo spazio eventi a via Enrico Alvino, dove già dai prossimi giorni sarà possibile prendere parte ad incontri culturali ed iniziative di arte contemporanea. Accolti dal condirettore generale di Fideuram Fabio Cubelli, il direttore del Coordinamento Rete Giu-

seppe Baiamonte, il direttore Eventi e Comunicazione Stephane Vacher e l'Area Manager del Sud Italia Giorgio Pietanesi centinaia di amici e clienti si sono incontrati nel foyer del teatro per brindare al nuovo salotto del quartiere collinare ed assistere, quindi, alla messa in scena riservata dello spettacolo "Il Pomo d'Adamo" con Carlo Buccirosso e Maria Bolignano.



"L'amore è" a Villa Domi



Grande successo per la VII edizione di "L'Amore è", il Charity Gala promosso da Maridi Communication atto a sostenere il progetto "Ludoteca" della LILT Napoli, ovvero uno spazio destinato all'accoglienza e all'intrattenimento dei bambini figli degli amici e parenti dei pazienti ricoverati, che si è svolto a Villa Domi. Tra gli invitati il Prof Gallipoli d'Errico, Presidente Lilt Napoli, Alessia

Fabiani, testimonial del Gala, Marzio Honorato, Andrea Cannavale, Ester Gatta, Anna Capasso.

Let's go curvy



Un evento originale, quello voluto da Raffaella Migliaccio, tornata a Napoli a coltivare le sue passioni "rotonde". È nato così il RA Ristosvago, un meeting point per appassionati di sole, musica, mare, pittura, reading e aperì-cena. Così, ci s'incontra su un gozzo puteolano, tra reti, nasse e lampare per una serata di musica e degustazioni di cucina mediterranea. Organizzato da Federica Riccio, l'evento dal titolo "let's get curvy" ha visto la partecipazione di Evelina Bruno, Valeria Viscione e Ludovico Lieto, Lula Carratelli, Carmine Luino.

Gran Gala di beneficenza

Al Gran Galà di Beneficenza all'Agorà Morelli per festeggiare i 10 anni del Nausicaa Dibi Center di Rossella Giacquinto, sono stati consegnati dal main sponsor Amedeo Manzo, presidente della BCC Napoli, da Massimo Verneti patron della location e dal procuratore Giandomenico Lepore, 12.000

euro al Maestro Gianni Maddaloni, della Palestra di campioni Star Judo Club. Presentato dall'eclettica Simonetta de Chiara Ruffo, l'evento ha visto la partecipazione del dj Fabio Cufino, il tenore Giuseppe Gambi, gli artisti Fabrizio e Aurelio Fierro, il fotografo Pippo by Capri.





SCOPRI MSC SEAVIEW
LA NAVE CHE SEGUE IL SOLE
E TI PORTA
PIÙ VICINO AL MARE.



Come MSC Seaside, la sua gemella MSC Seaview ti promette un'esperienza straordinaria di vacanza. Godrai il mare e il sole come mai prima d'ora, grazie al suo rivoluzionario design che collega gli spazi interni e le aree esterne in continuità.

Forrai mangiare, bere e prendere il sole sulla promenade all'aperto che circonda la nave.

Ammirare vedute straordinarie e inedite del mare dalla plancia panoramica, dagli spettacolari ascensori e dall'incredibile ponte in vetro.

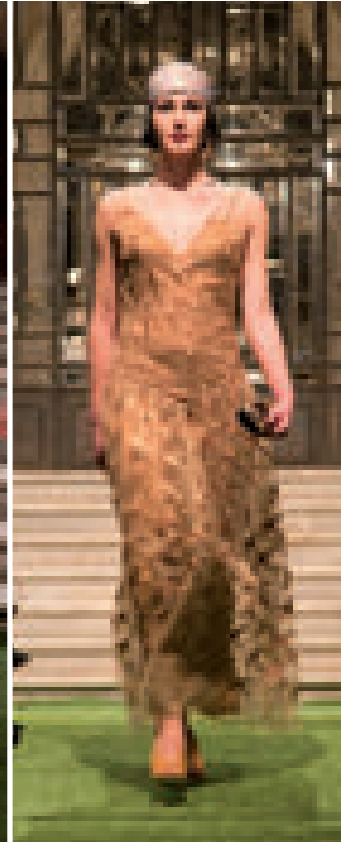
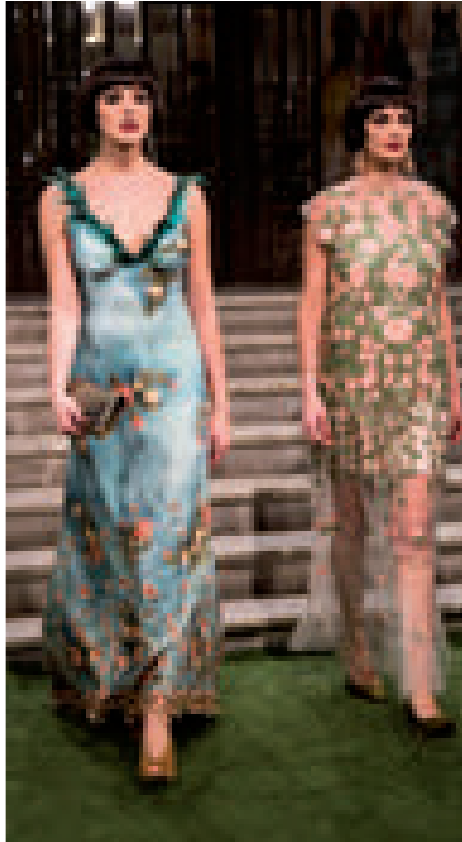
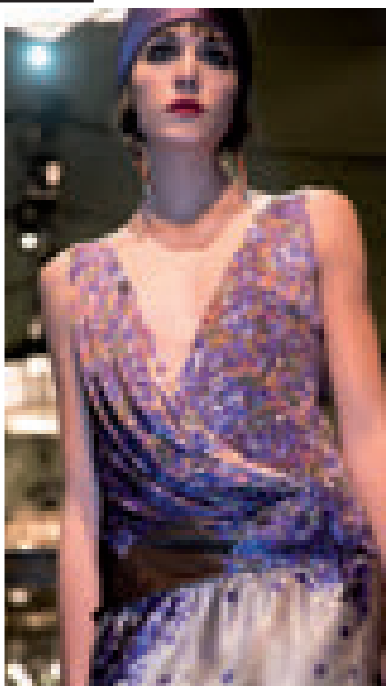
E rilassarti, a fine giornata, in una delle eleganti cabine, create su misura dei tuoi desideri.



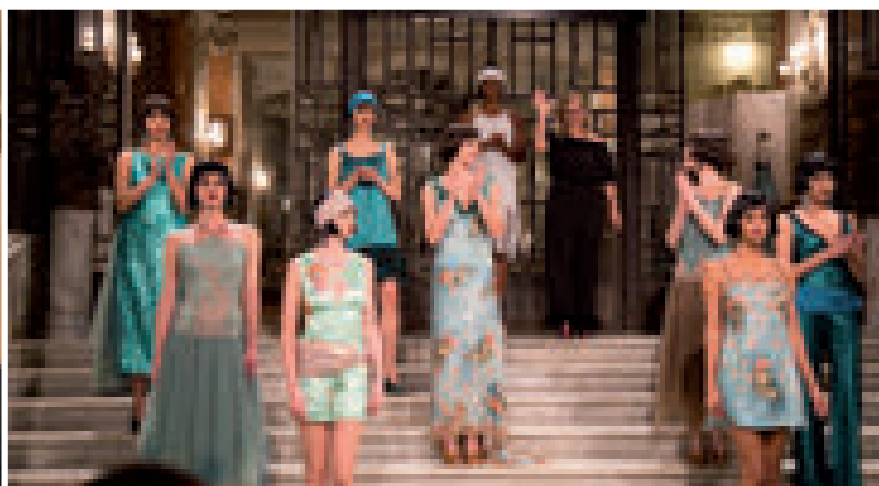
MSC
CROCIERE

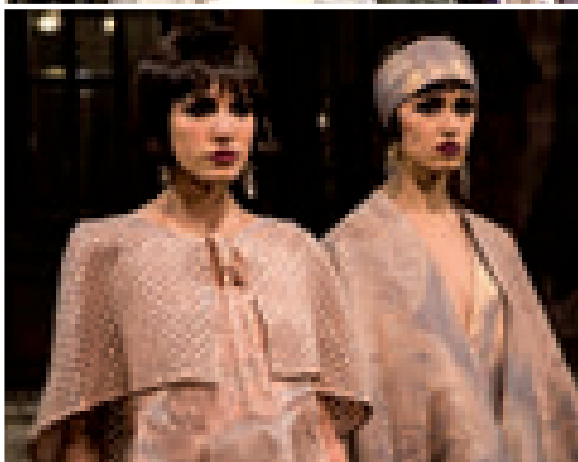
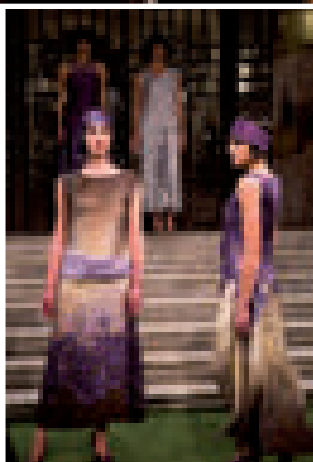
NON È UNA CROCIERA QUALSIASI

MSCCROCIERE.IT

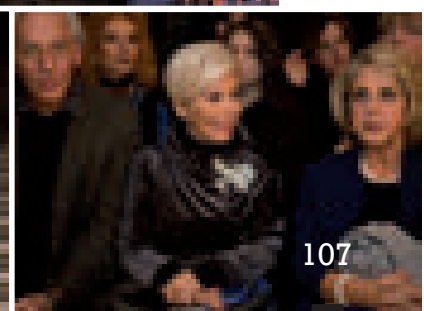
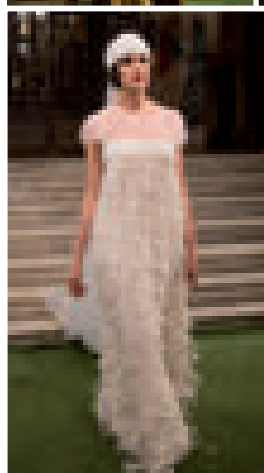
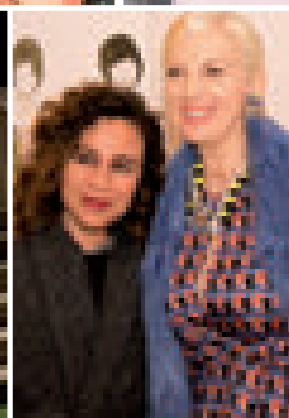
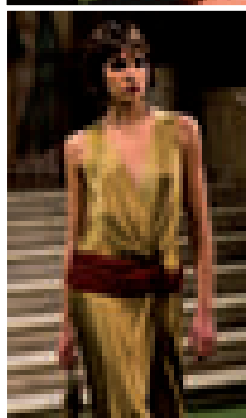
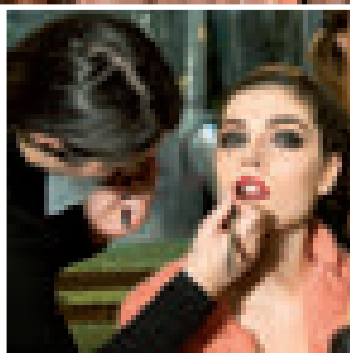


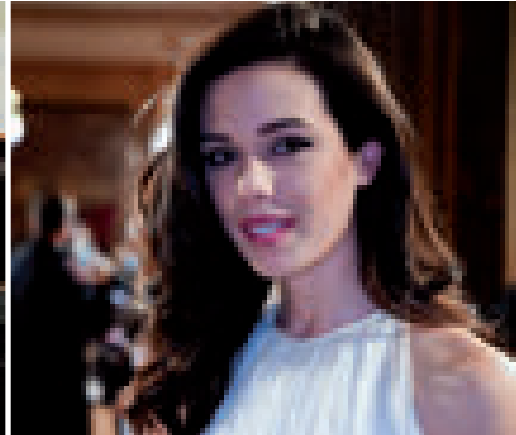
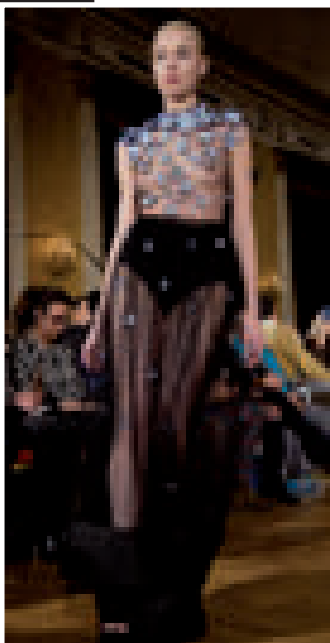
Gli anni Venti *di **Roberta Bacarelli***



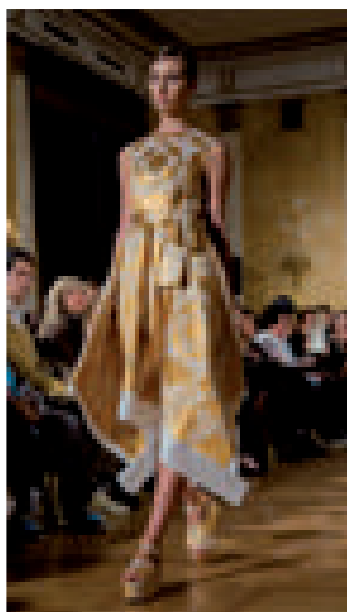
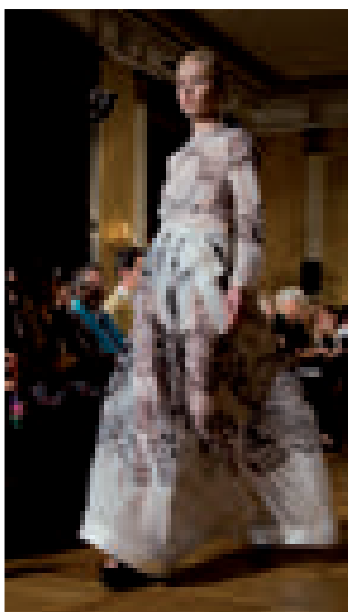


“**L**ouise”, questo è il titolo della collezione primavera estate 2018 che Roberta Bacarelli ha presentato a Roma in occasione dell’Alta Moda, con una sfilata ispirata ad una donna disinibita, sicura di sé e della sua fisicità: Louise Brooks. Ballerina e showgirl statunitense la cui trasgressività e libertà espressiva superano i confini del suo paese, il cui stile, il cui caschetto bruno fanno da filo conduttore ai 45 outfit che compongono la collezione. Silhouette androgine che non rinunciano alla seduzione nei preziosi satin e nelle lavorazioni certosine delle organze intrecciate, disegnati su linee morbide. Le forme si intuiscono solo nel movimento sinuoso delle tuniche e degli abiti scivolati; le lunghezze non conoscono mezze misure: o scoprono le gambe sopra al ginocchio o le celano, facendole solo immaginare con gonne e pantaloni che sfiorano la caviglia. Soprabiti dalla linea ad uovo rosa carne, intarsiati da fili di seta bronzo abbinati agli abitini sottoveste in satin, talvolta contornate di piume, talvolta di pizzi in macramè. Gli abiti da cocktail scoprono il ginocchio, hanno la vita lunga e scivolata, in un gioco di seduzione che lascia intuire le forme e ancora, scoprono solo le caviglie e sono di raffinati pizzi chantilly. La sera gioca di seduzione, con abiti lunghi ricamati di canottiglie che ha richiesto più di 80 ore di lavorazione in un gioco di vedo non vedo. La palette di colori è altrettanto morbida e coerente: i rosa cipria quasi “nudo” impreziositi dal bronzo e dall’oro degli intarsi su organze e tulle di seta, il grigio, il viola e il lilla, per lo chiffon e il raso di seta pregiati, resi unici dalle raffinate stampe appositamente create per la collezione. E infine il verde e il turchese del satin, in cui piume, sete ricamate e applicazioni chiudono l’ultimo mood. È così che entriamo nelle fantastiche atmosfere degli anni ‘20 abiti dal sapore vagamente vintage, straordinariamente moderni nelle linee e nei volumi. A fare da cornice alla collezione il giardino d’inverno di Villa Laetitia, l’affascinante dimora storica progettata da Armando Brasini nel 1911. ■





*L'estate leggiadra di **Lettieri***



Nino Lettieri per la collezione primavera/estate 2018, ha pensato ad un volo di farfalle libero nel cielo di Hida in Giappone, disegnato e riportato in stampe ricami e broccati su tessuti pregiati di cui lo stilista napoletano crea e vanta da sempre per le sue collezioni haute couture. I tessuti stampati, su chiffon, organza e satin, broccati realizzati da antichi telai del 1700 della storica azienda Gustavo De Negri, raffigurano voli di piccole e grandi farfalle, in una sensuale e poetica rappresentazione orientale. In passerella 40 outfits dai colori che si alternano dal bianco candido al nero assoluto, l'opulenza dell'oro, fino ad arrivare all'azzurro cielo. Giochi di pieghe, rouches e volants la fanno da padrone. Così hanno sfilato soprabiti con ricami di farfalle di paillettes e cristalli neri su tessuti come broccati, la tripla organza, satin e taffetas, abiti lunghi, ki-



PEGASO

Università Telematica

MOLTO PIÙ DI UN'UNIVERSITÀ

Seguici su:



DIVENTA QUELLO CHE
HAI SEMPRE VOLUTO

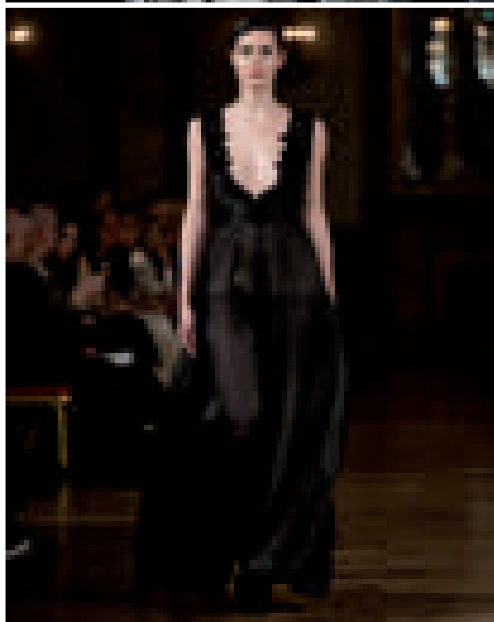
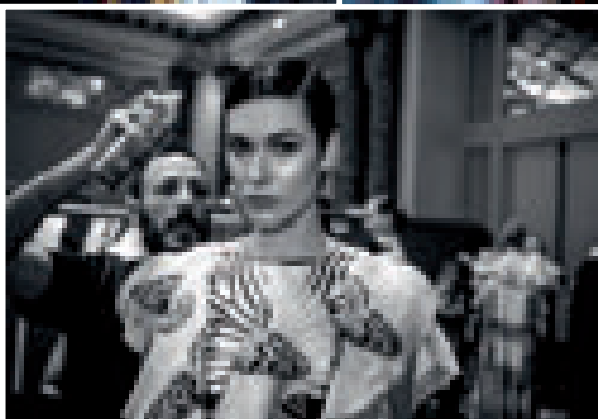
UNIPEGASO

VOLA ALTO

www.unipegaso.it

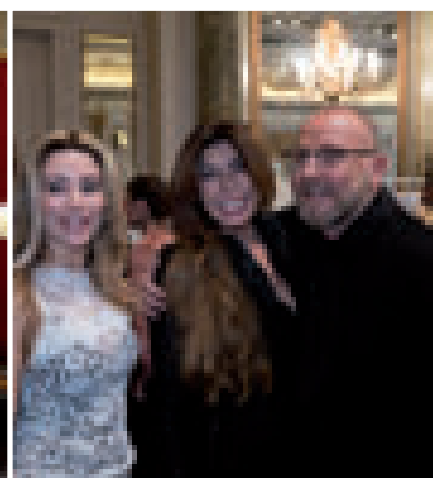
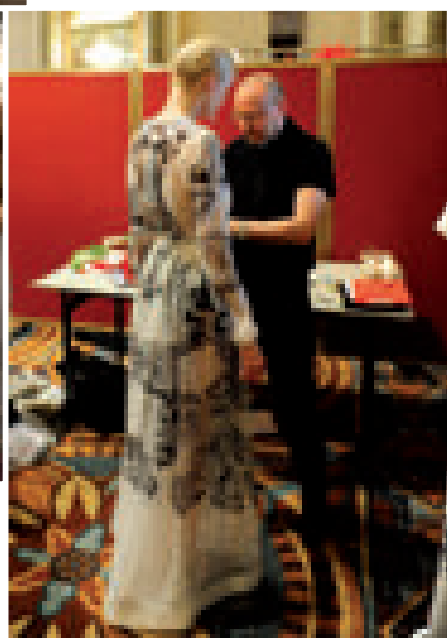
800-185-095





moni ampi dalle linee essenziali realizzati in broccato di seta lurex con pantaloni lunghi a palazzo. Per la sera Nino Lettieri propone abiti total black impreziositi da farfalle ricamate con paillettes e jais neri su tessuti come l'organza lo chiffon e la taffetà, mescolando linee essenziali, pieghe e trasparenze impalpabili. Il gioiello must have per la primavera-estate 2018 è un ciondolo farfalla, in argento e oro, creato per Nino Lettieri da "Gioielli Vitiello Pompei". Per le calzature, una zeppa plateau design, nei colori del nero, bianco, oro con i tessuti broccati di seta e lurex, realizzati per la maison Lettieri dai maestri artigiani napoletani "Albano".

La sposa di Nino Lettieri chiude come di consueto la sfilata e questa volta con un abito di tripla organza bianca con grandi farfalle jacquard ricamate con cristalli e paillettes ton su ton dalle grandi maniche come ali di una farfalla di Hida. Il parrucco è stato realizzato da Francesco Beneduce ed il trucco dal make-up artist Raffaele Squillace, due grandi professionisti che hanno pensato ad un look vivace, mantenendo il romanticismo e la contemporaneità della "donna" Lettieri. ■





KIMBO®

ESPRESSO

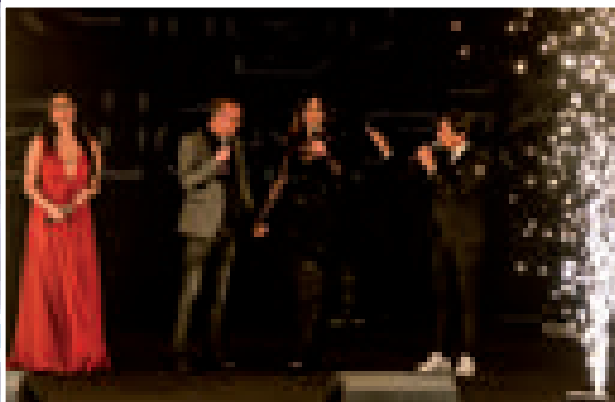
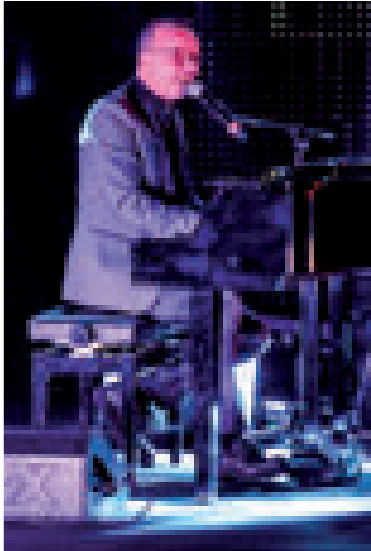
IL TALENTO DI KIMBO
PREMIATO AL QUALITY
AWARD ANCHE NEL 2018



PER IL SECONDO ANNO CONSECUTIVO LA LINEA KIMBO ESPRESSO RICEVE IL QUALITY AWARD! LE CAPSULE KIMBO ESPRESSO, COMPATIBILI CON MACCHINE AD USO DOMESTICO NESPRESSO® SONO STATE PREMIATE DAI CONSUMATORI, CHE LE HANNO GUIDATE A SEGUITO DI UN BLIND TEST, RICONOSCENDONE IL GUSTO E LA QUALITÀ.

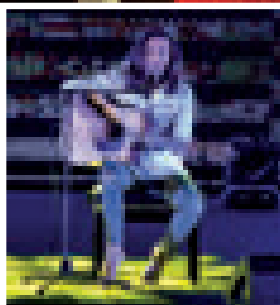
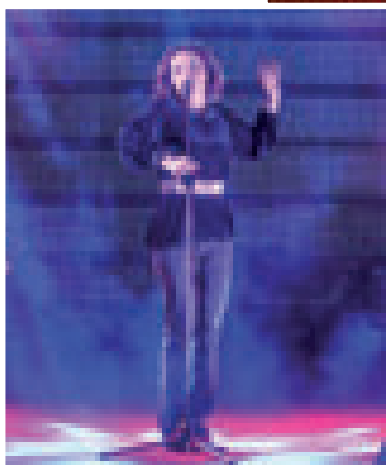
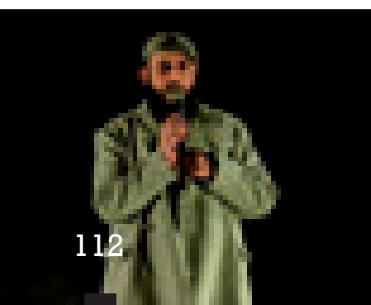
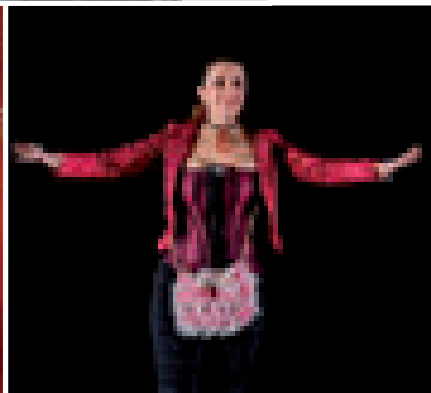
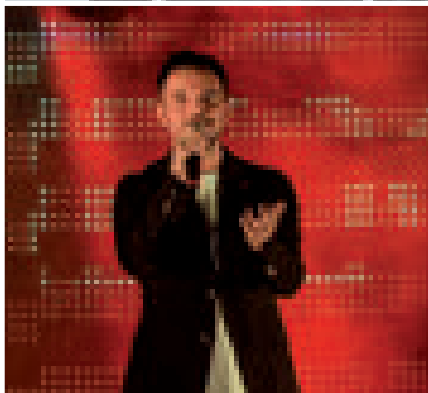
KIMBO

WWW.KIMBO.IT/SHOP



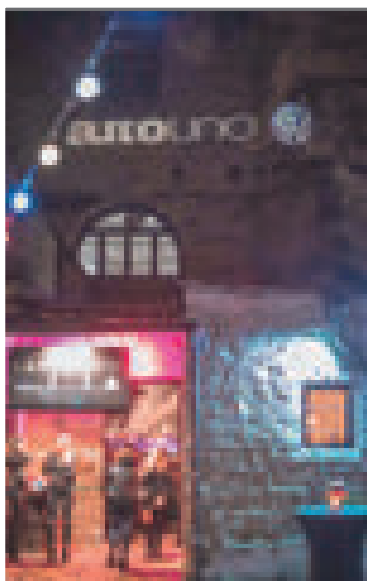
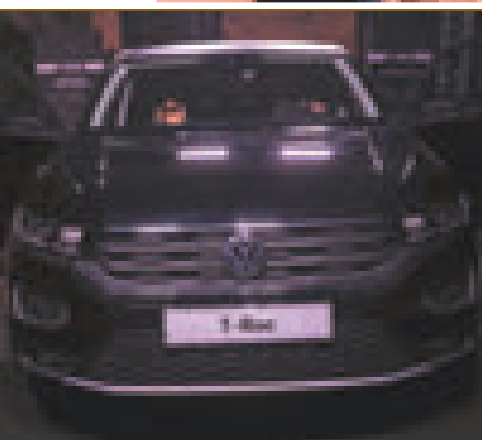
Un mondo di solidarietà

Anche la decima edizione di “Un Mondo di Solidarietà”, evento charity ideato e curato nella direzione artistica da Diego Di Flora, ha registrato sold out. Anche quest’anno potrà essere sostenuto il progetto scelto da Di Flora e dalla straordinaria madrina dell’evento Maria Grazia Cucinotta, che con entusiasmo ha raccontato: “Dieci anni sono importanti e meritano un ospite importante come Gigi D’Alessio”. Così, in un Teatro Mediterraneo gremito, ha aperto la serata evento che ha ospitato sul palco tanta buona musica con Andrea Sannino, Valentina Stella, Povia e Andrea Radice (rivelazione ultima edizione X Factor). Lo spettacolo, curato nella regia da Francesco Mastrandrea, ha completato il suo cast con Maria Bolignano, Paolo Caiazzo, i coreografi Vincenzo Durevole e Giovanna D’Anna, Marika Cecere e Mahtè. Tutti annunciati sul palco dalla meravigliosa Maria Mazza, insieme a Peppe Iodice. L’incasso dell’evento, patrocinato dal Comune di Napoli, è destinato al progetto di cooperazione internazionale “All inclusive”, intervento multi-settoriale a supporto dell’integrazione delle persone con disabilità nella regione di Dar es Salaam, in Tanzania. ■





“Napolisrock”



Una nuova icona di stile sulle strade della città. L'ultimo gioiello di casa Volkswagen si chiama T-Roc, un crossover dal design distintivo ed emozionale, accolto con “Napolisrock”, un party esclusivo negli spazi del Lanificio 25, che custodisce un'importante storia. L'antica chiesa dell'isola di Santa Caterina a Formiello è, infatti, divenuta nel corso dei secoli fabbrica di lana e oggi luogo che ospita appunta-

IL MATRIMONIO PERFETTO
PER UN GUSTO UNICO

Confetti
maxtris®

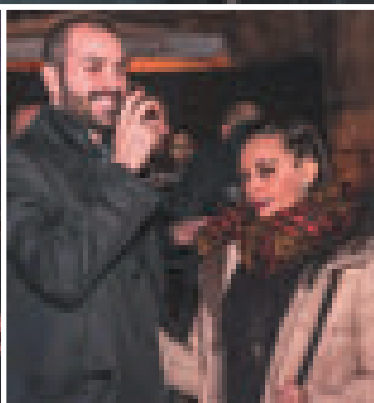
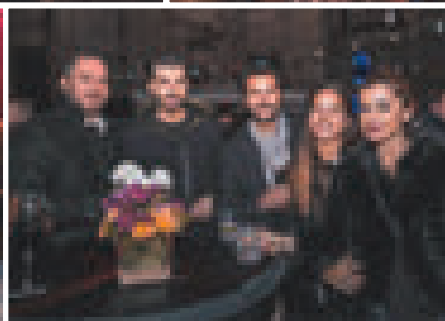


Scopri tutti i gusti...

MAX CLASS

www.confettimaxtris.it





menti di grande appeal. Un momento solenne quello per la rivelazione di T-Roc, comparsa dal buio su un tappeto sonoro di chitarre elettriche, ad evocarne l'anima forte, la personalità decisa e lo stile grintoso e unico. La colonna sonora del party, organizzato da Kidea, è stata affidata ai Funkovitz, cinque dei sette componenti la band napoletana Slivovitz. Un side project che ha spaziato tra improvvisazione e arrangiamenti in chiave strumentale di grandi classici del rock e del funk. per lasciare poi il posto in consolle, ai dj Gabriele del Prete e Alaia & Gallo. ■

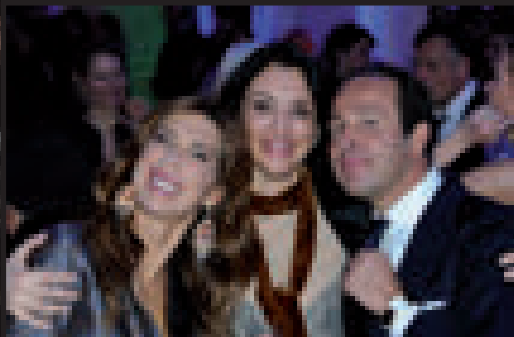




BCO^{OUTLET}

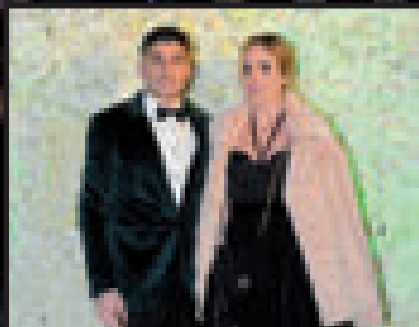
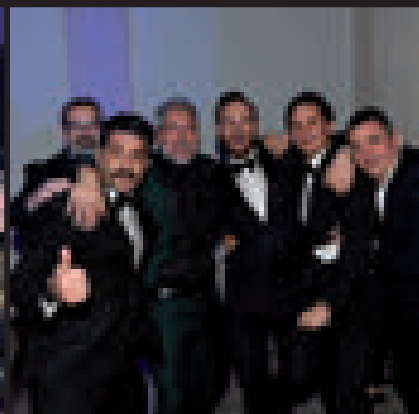
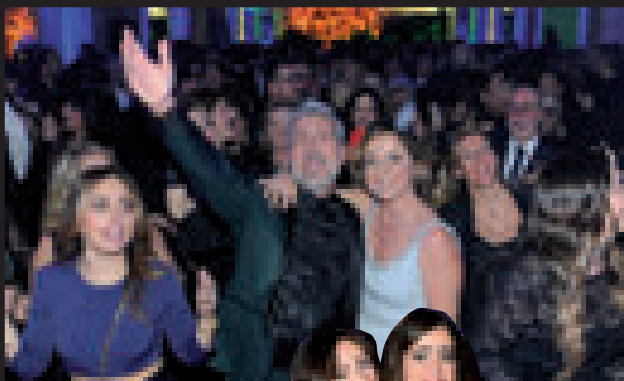
27 negozi, tra abbigliamento, accessori e calzature, una zoo area e quattro food di eccellenza.
Area roller in terrazza ed eventi esclusivi. BCO è Fashion, Food & Fun.

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



Un party da favola *per **Lella Nardelli***

FOTO DI ANTONIO ARAGONA

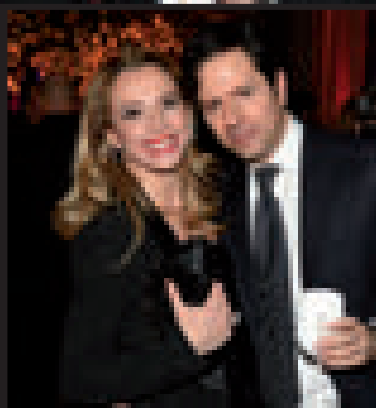


SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



L'Amore è il tema che ha contraddistinto il party dei 50 anni di Raffaella, meravigliosa moglie di Giuseppe Nardelli, patron del brand Liu-Jo. L'imprenditore napoletano è un uomo che mette il cuore in tutto quello che fa e lo ha dimostrato regalando un compleanno fiabesco alla moglie. La location scelta è il Teatro San Carlo e l'organizzazione della serata è stata affidata alla società di eventi Passepartout, alias Veronica Maya, Francesca Frendo e Carla Traverso che hanno coordinato i migliori

professionisti per realizzare l'evento a sorpresa che ha commosso la festeggiata al suo arrivo. Il foyer illuminato dalla maestria di Andrea Pirozzi con i toni del blu, verde acqua, rosa è stato trasformato in un meraviglioso giardino pensile dal flower designer Massimo Iodice. Gli invitati sono stati accolti dalla voce dei 40 coristi del teatro e a seguire dallo spettacolo di balletto, dove Giuseppe Picone, étoile internazionale e direttore del corpo di ballo, si è esibito in prima persona. La serata è proseguita con una cena curata nei mi-



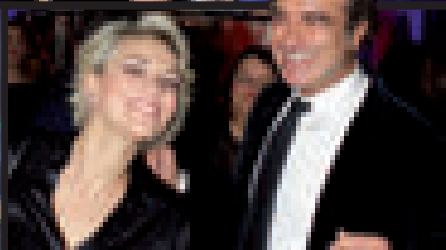
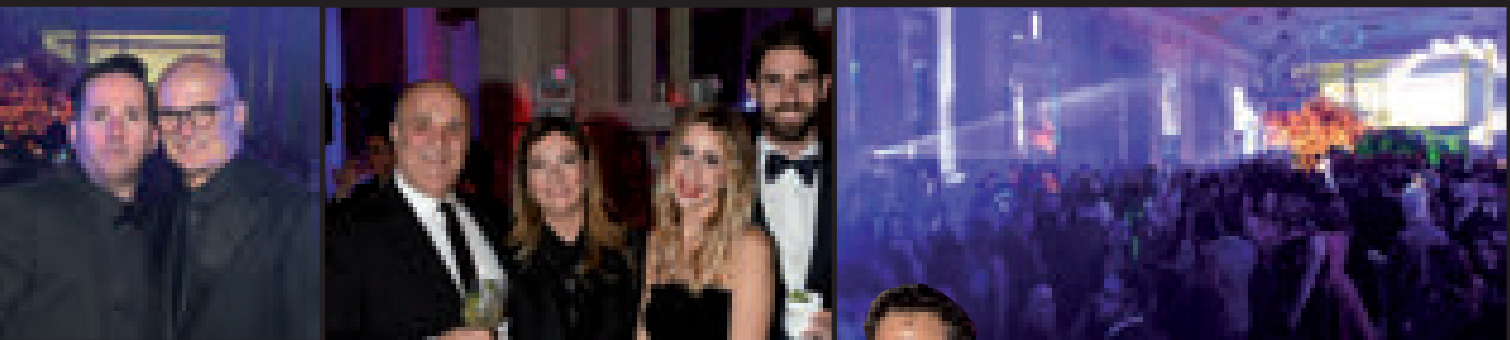


nimi particolari dal re della ristorazione di lusso Diego Leonessa, dal giappo J, accompagnata da calici di Moët on Ice e cocktail a cura di "Bar in movimento" di Francesco Cappuccio. Gli invitati hanno poi ballato sulle note della Raoul Swing Orchestra e a finire con il Dj set di Marcantonio.

Al San Carlo, il teatro più antico del mondo, Giuseppe Nardelli ha già impegnato il suo cuore e quello della sua azienda Liu-Jo sostenendo due importanti progetti curati da Emanuela Spedaliere (direttrice marketing) e Carla Traverso (curatrice d'arte) sotto la supervisione della sovrintendente Rosanna Purchia. "Affinchè un patrimonio così importante - ha di-

chiarato Giuseppe Nardelli - possa essere tutelato, valorizzato e fruito nel modo migliore c'è bisogno di uno straordinario impegno per mettere in relazione il teatro con la città e condividere in questo modo valori e cultura che sono alla base dell'essere umano".

Tra i 400 ospiti, naturalmente tutta la famiglia Nardelli: Elisa, Domenico, Mariarosaria, Marco Bruno, Titta, Carlotta, la sovrintendente del San Carlo Rosanna Purchia con la direttrice Emanuela Spedaliere, gli amici Caso Tammaro Trombetta, Alessandro Soreca, Maurizio Aiello, Lello Colella, Gianfranco Satta, Luigi Barone, Paolo Settembre, i coniugi Baggio, Galano e Fiore. ■





Edenlandia ringrazia tutti i piccoli e i grandi
che hanno partecipato al nostro casting.

edenlandia.it





Villa Diamante

SPETTACOLARE DA OGNI
PUNTO DI VISTA



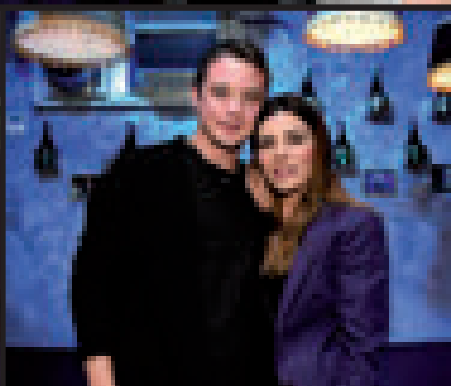
EVENTI • RISTORANTE • CATERING

www.villadiamante.it | 02.47.20.41.20 | 02.47.20.41.20



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



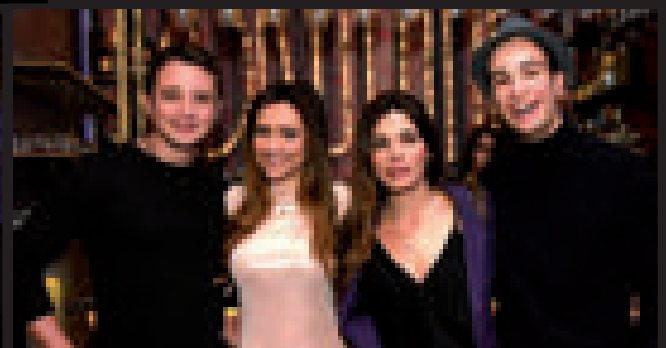


Ha aperto il Bruttini Social club, ai Gradoni Amedeo di Via Crispi, grazie agli attori Claudia Ruffo e Mimmo Esposito, che lo hanno inaugurato con musica dal vivo, dinner e drink. Un debutto in pieno stile con cena napoletana, fiumi di vino, tiramisù della casa, e poi la musica dal vivo della Bruttini Band che ha coinvolto tutti in pista. Alla serata tanti colleghi di Claudia Ruffo come Marina Tagliaferri con l'amica Ger-

mana Borgstrom, Patrizio Rispo con la moglie Checca Villani, Alessio Chiodini, Lorenzo Sarcinelli e Ilenia Lazzarin, e molti amici della movida partenopea per un primo appuntamento inaugurale davvero

memorabile. Il Bruttini Social Club si propone come valida alternativa per un'ottima cena e una seconda serata, offrendo appuntamenti musicali di jazz e di molti artisti che si esibiranno dal vivo dal giovedì alla domenica. Stile e buongusto, ambiente accogliente e familiare e allo stesso tempo elegante e ricercato, il Bruttini Social Club è la nuova realtà della notte napoletana, un nuovo punto di riferimento per chi cerca una bella serata da trascorrere con cibo e musica. ■

Bruttini Social Club *apre le sue porte al by night*



CENTRO AUGUSTO

Radiologia digitale

Mammografia

Risonanza magnetica aperta

T.C. Multislice

T.C. Cone Beam

Dentalscan

MOC Dexa

Ecografia

Eco-color-Doppler

Via Leopardi, 60 - Napoli (di fronte alla staz. della Cumana)

Tel.: 081.2391131 - www.centroaugusto.it

Orari: Lunedì-Venerdì 8.30-19.00 - Sabato 9.00-12.30

Seguiteci anche su





**i'm
party**

Lo scintillante party di Msc Crociere

FOTO DI MARCO BALDASSARRE





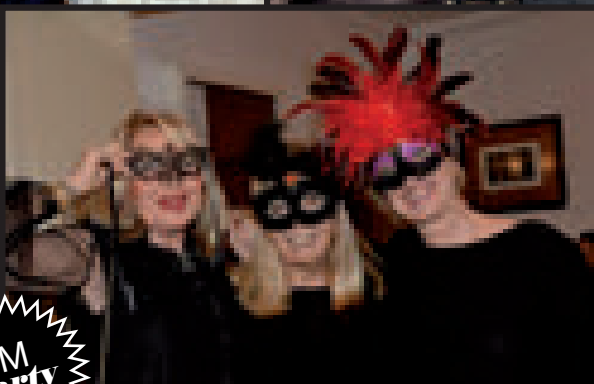
Il compito di chi lavora in MSC Crociere è quello di rendere uniche e indimenticabili le vacanze dei crocieristi e il party dedicato ai dipendenti della Compagnia non poteva che essere un trionfo di divertimento, sorrisi e musica, riproducendo appieno il clima di spensieratezza che si respira a bordo delle navi. Il tema della serata “Stella”! per cui ognuno ha inserito le stelle nel proprio abbigliamento per scendere in pista al Row Club. A condire la serata è stato anche il buon cibo: immancabile il “cuoppo” caldo, tipico della cucina partenopea, gustosi primi, un ricco open bar e una torta deliziosa. Immancabile la partecipazione del Country Manager Leonardo

Massa e del General Manager Aureliano Cicala, i quali hanno accolto gli ospiti con il consueto entusiasmo.

A conclusione della serata c'è stata l'estrazione di numerosi premi. I dipendenti più fortunati si sono aggiudicati una Smart TV da 55", un Tablet Lenovo da 10", uno smartphone Samsung Galaxy J5, due iPhone 5s e un iPhone 6. Per la prima volta, a sorpresa, è stata estratta anche una fantastica crociera per due persone.

Musica, balli e divertimento per un 2018 stellare soprattutto per l'arrivo di MSC Seaview, la nuova ammiraglia della flotta MSC Crociere, che sarà battezzata il 2 giugno a Civitavecchia. ■



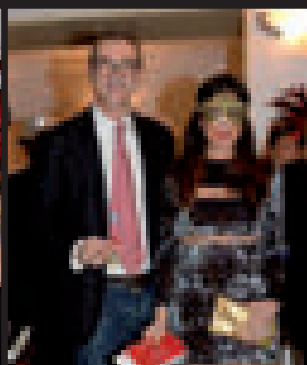
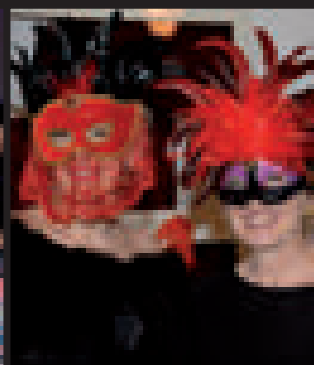


Carnival Party per la **Lilt**

DI LAURA CAICO

FOTO DI PIPPO BY CAPRI

Coriandoli, stelle filanti, cotillon, maschere piumate - sparsi ovunque nei saloni del prestigioso Circolo Tennis in Villa Comunale - hanno reso l'atmosfera festosa del Carnival Party ideato e promosso dalla Lega Tumori di Napoli guidata dal professore Adolfo Gallipoli D'Errico, grazie alla fattiva collaborazione della Consigliera della Casa del Tennis Virginia Fiorani con il Comitato promotore Lilt coordinato da Daniela Farone, con Annalisa De Paola, Fernanda Speranza, Loredana Incoglia Ciliberti, Edwige Nastri Bouris ed Ada Puca Maddaloni. Tra i presenti, immortalati da Pippo by Capri, Maurizio Maddaloni, il Generale Vito Bardi con Gisella, il soprano Roberta Maione, Filly Chianese con il marito, le avvocatesse Daniela Farone, Fiorella Cannavale Di Lauro e Francesca Coccoli, il notaio Roberto Altiero, l'argentiere Gino de Laurentiis con Maria, Mino Cucciniello, Fabio e Maria Pinto, i giornalisti Gianni Ambrosino con Loredana, Lilly Albano, Vanni Fondi, Cristina Cennamo, Marco Lobasso, Carmen Villani. ■



fai
sognare
il tuo
corpo



dimagrire *si può*
beautyline

METODO SALZANO

Prenota un CHECK UP GRATUITO

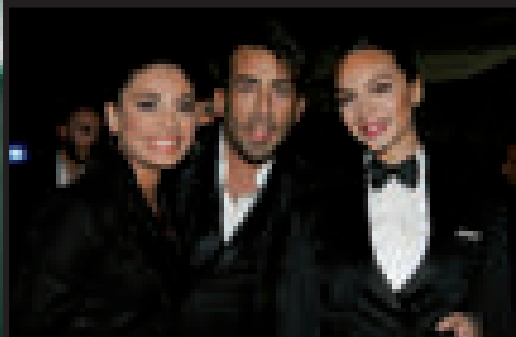
800 14 55 17

• Via Vittoria Colonna, 14 Napoli •

• Via A. Diaz 184 Calvano (Na) •



Testimonianze su dimagrinesipuo.it

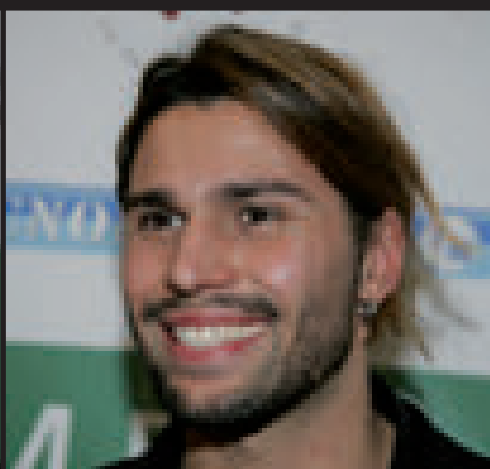
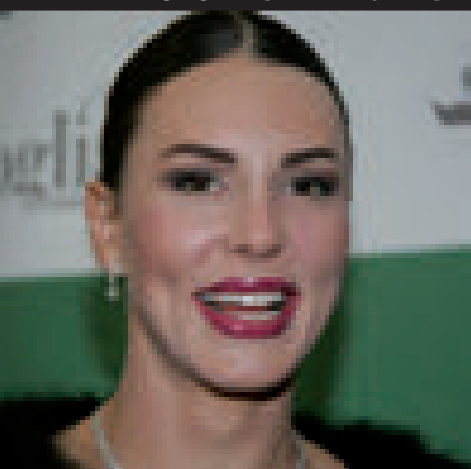


**i'm
party**

Smeraglia Luxury Clinic

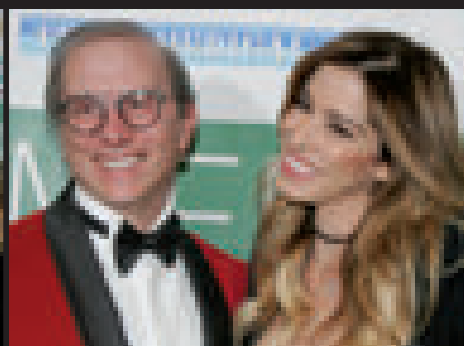
Parata di stelle all'inaugurazione

FOTO DI SALVATORE CANZANELLA



Negli spazi di eccellenze Campane a Via Brin, ha inaugurato la Smeraglia Luxury Clinic con un aperitif party a cui hanno preso parte celebrities venute da tutta Italia. Prima tra tutte la testimonial dell'evento, Ornella Muti, bella come sempre, che ha suscitato grande clamore in città. Sul red carpet si sono succeduti Aida Yespica, Andrea Roncato, Gabriele Parpiglia, Emilio Fede, Maurizio Mattioli, Cristiano Malgioglio, Lorenzo Flaherty, Gianni Molaro, Andrea Giumella, Luca One-

stini. Padrone di casa, il Professor Silvio Smeraglia che ha affermato: «L'obiettivo del nuovo centro medico è diventare un polo d'avanguardia della chirurgia plastica ed estetica che sia in grado di coniugare eccellenza, tecnologia ed innovazione. Vogliamo puntare soprattutto sui giovani, offrendo l'opportunità agli specializzandi delle università napoletane di formarsi con l'ausilio di esperienze guidate nella "Smeraglia Luxury Academy"». ■



CLAUDIO RUGGIERO

HAIR'S MODE 2.0

NAPOLI - CAPRI



NAPOLI

Riviera di Chiaia 208
081.7642229



NAPOLI

Via Dante 140
081.7141811



NAPOLI

Via Principe 183
081.5753111



NAPOLI - POMERIO

Via Solimano 89
081.5085005



CAPRI

Via Smeralda 5
081.8374118



Jason Louie David
WIGGINS/STYLING

C.C. "Roberta Rossi"
Nola - 081.8210298



Jason Louie David
WIGGINS/STYLING

C.C. "La Sottana"
Pompei - 081.8633892





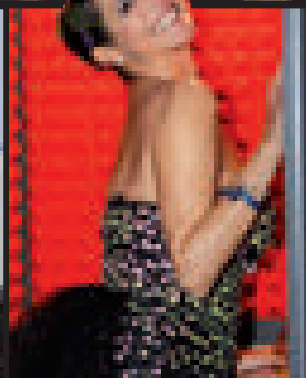
**i'm
party**

Disponibile su
App Store

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

Compleanno *kitsch e chic* per Lina Carcuro

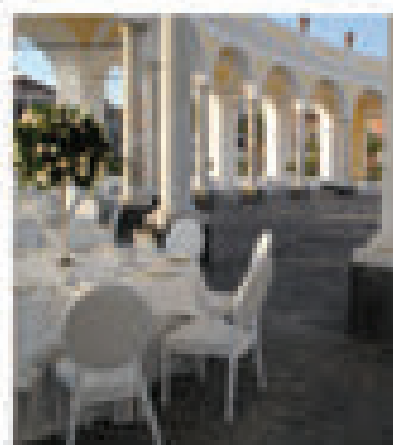
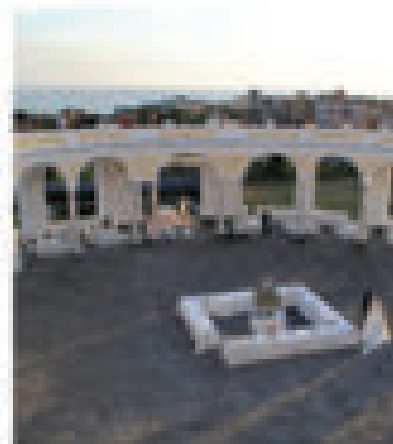
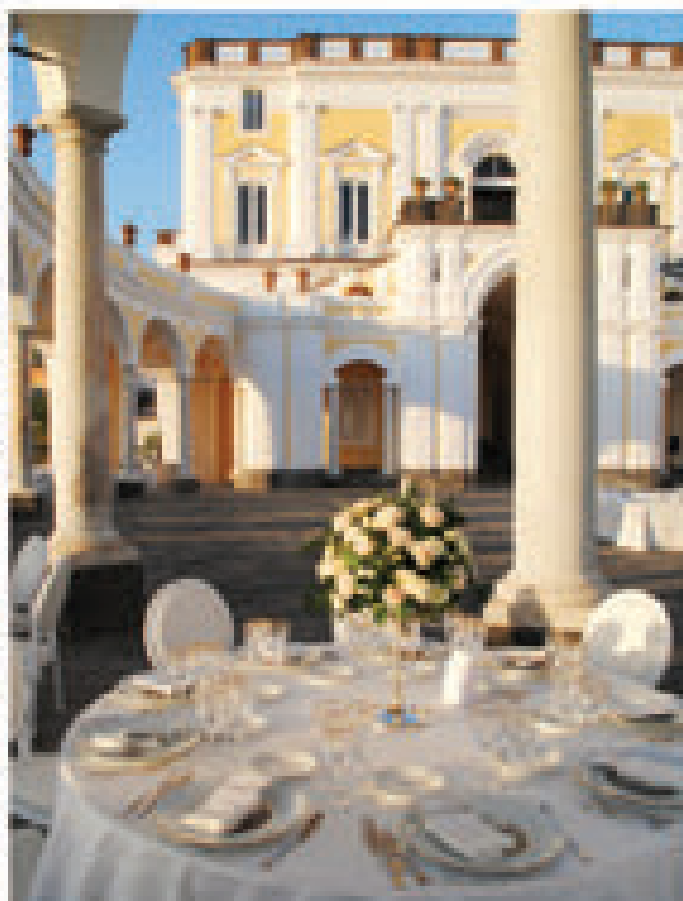
FOTO DI EUGENIO BLASIO



Kitsch e chic, questo il tema della festa di compleanno di Lina Carcuro, tenutasi al locale Row. Avvolta in un bellissimo abito firmato "ombelico" di Maria Riccio, rifinito da un'acconciatura di viole e Swarovski realizzata da Massimiliano Campanile di Aldo Coppola, Lina è stata accolta in una magica atmosfera degna delle organizzatrici Mary De Pompeis e Maria Carcuro che hanno allestito la location con gigantografie dei personaggi più celebri del mondo kitsch e chic: Verdone, Moira Orfei, il boss delle cerimonie, James Bond, Loredana Berté, Audrey Hepburn, Lady Gaga tra glitter e palloncini d'oro e d'argento.

A infiammare la pista, prima la musica live dei Rise e poi i dj Mario Bianco e Antonio Orlando. Tra gli ospiti Giuliana Gargano, Veronica Pinto, Ciro Giglio, Fabiana Barbaro, Maria Cristina Santoro e Maurizio Vitello, Alessandra Rubinacci, Carla Travierso, Francesca Frendo, Barbara Giovane, Manuel Luciano, Lorenzo Crea, Anna Sommella, Maria Grazia Biggiero, Antonella Giglio, Andrea Dotoli, Carolina Faccioli, Carmen e Gaetano Scuotto, Gino Serrao, Stella Giannicola, Camillo Pane, Rossella Casillo, Sasà D'Ascia, Daniela Villani, Marina Improta, Diego Di Flora, Gaetano Caggiano, Antonio Pugliese che si sono raccolti intorno alla bellissima torta realizzata dalla "Sugar Queen" Giada Baldari per il consueto "Tanti Auguri". ■

LA LOCATION TE LA REGALIAMO NOI



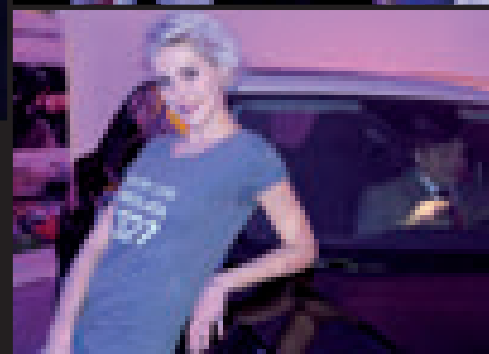
VILLA CAMPOLIETO

CORRADO RESINA 383 - ERICOLANO

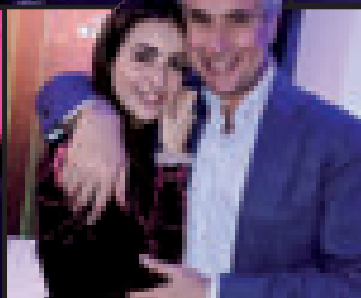
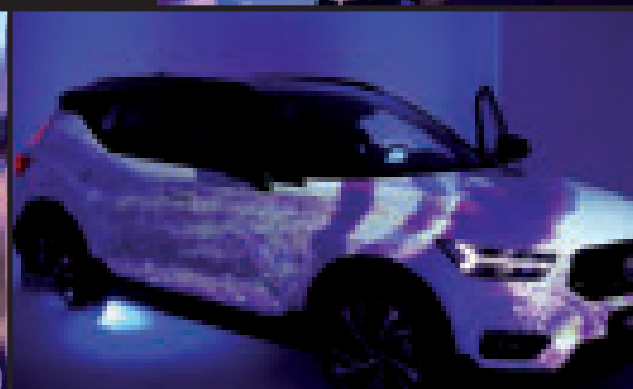


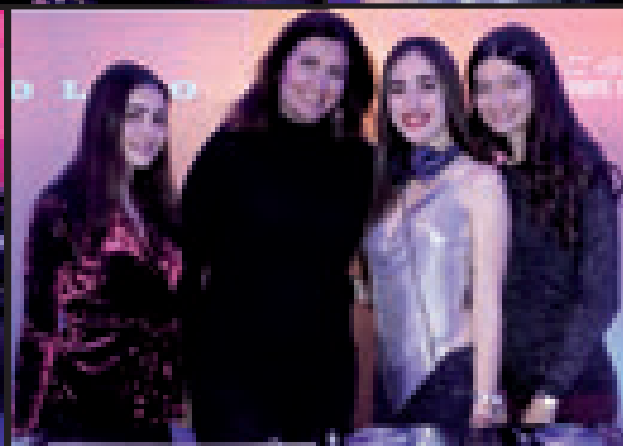
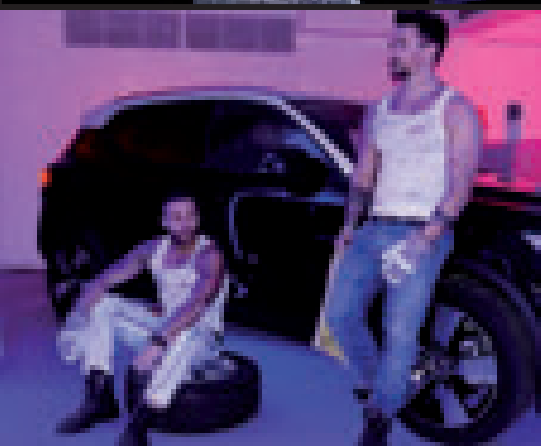
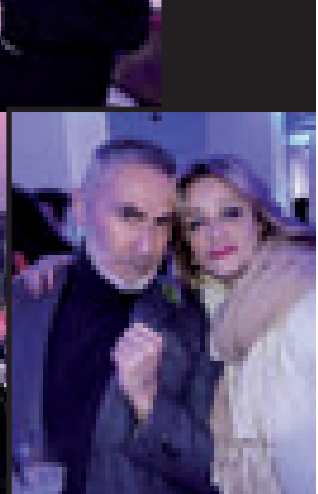
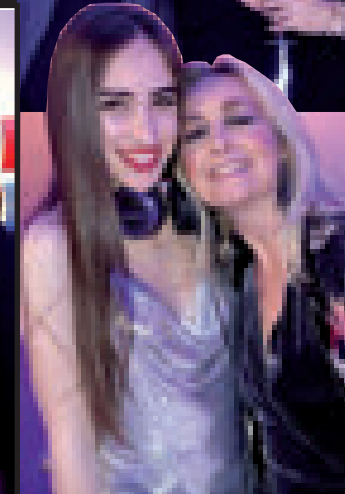
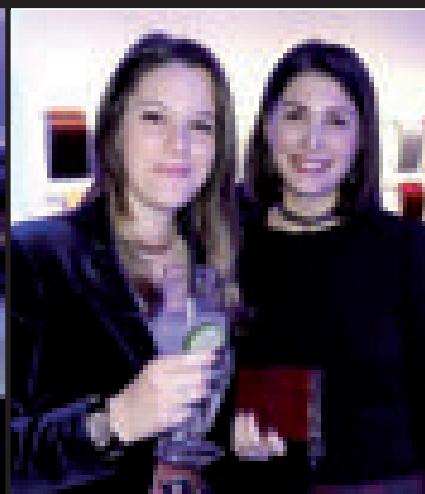
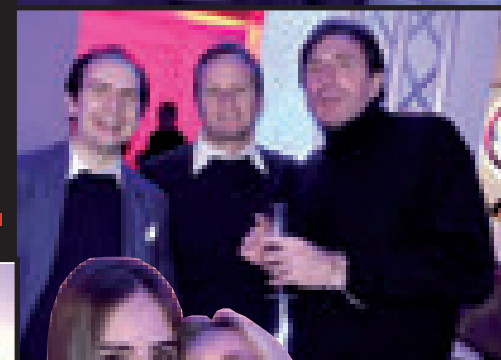
Disponibile su
App Store

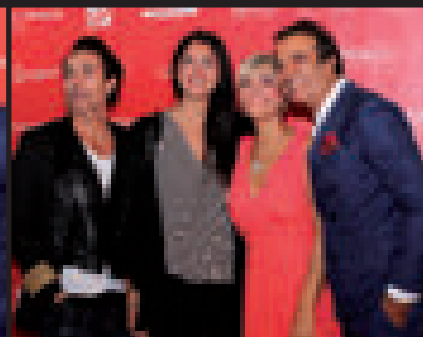
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



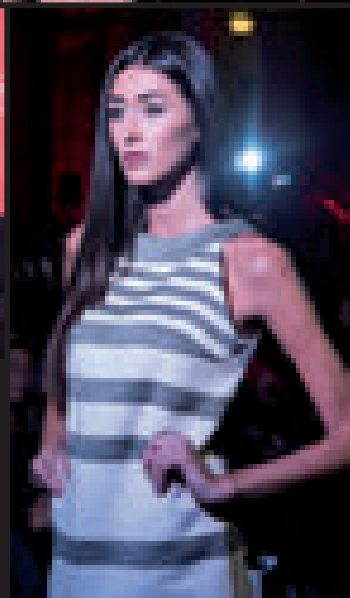
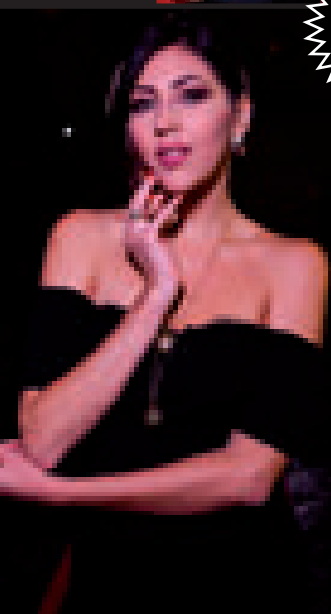
Autorally presenta *la nuova Volvo XC40*







“Le stelle della moda a Palazzo Caracciolo”



“Le stelle della moda a Palazzo Caracciolo” si riconferma un evento amatissimo in città, un appuntamento irrinunciabile per gli amanti della moda, del design e della cucina gourmet. L'happening ideato da Ludovico Lieto e Valeria Viscione di Visivo Comunicazione si è svolto all'interno del prestigioso chiostro del Cinquecento di Palazzo Caracciolo MGallery by Sofitel, dove hanno sfilato i capi prêt-à-porter dell'azienda spagnola “Civit” e la prima linea “Luis Civit”, mentre per la collezione sposa “Atelier Nicola D'Errico”, abiti scelti da Eduardo Mangini. Suggestivo il momento dedicato alle performance live con l'esibizione canora di Ciro Limatola e quella al piano di Mariano Bellopede. Oltre alla moda in passerella, spazio anche al design con le eleganti installazioni di arredo/design curate della interior designer canadese Rosalia Sestito con le collezioni firmate “MAM la bottega. La sfilata, immortalata dal numeroso gruppo di fotografi del CSF, è stata preceduta da un cocktail party con la degustazione di piatti gourmet a cura degli chef resident di Palazzo Caracciolo, Giuseppe De Stefano e Ilario Manna e del Ra Ristosvago. Più di trecento ospiti sono stati accolti dal direttore Armando Salvemini e Marco Zuppetta, direttore commerciale di Palazzo Caracciolo, tra cui Modestino Sensale, Maurizio Bartoli, Fulvio Mello, Rosario Marmorino, Nicola D'Errico, Antonio D'Errico, Sergio Goglia, Monica Vitale e Angelo Vita. ■

TENUTA SAN DOMENICO

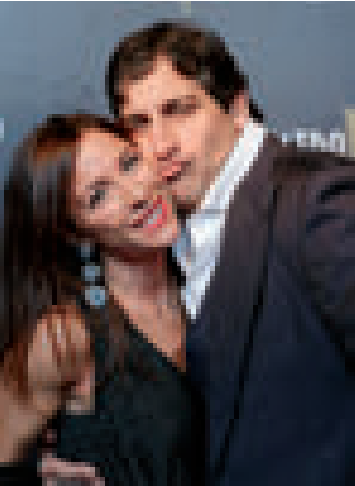


ANTICA DIMORA
CAPUA RELAIS



via casa comune, 81043 capua (it) • tel. +39 0823 995470 • tenutasandomenicoaffine.it

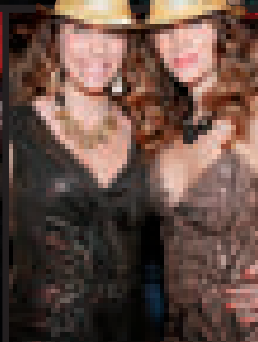
www.tenutasandomenico.it



**i'm
party**

Hollywood party al **Posillipo**

FOTO DI ALESSANDRO IERMANO



Il teatro Posillipo ha fatto da sfondo al party di 40 anni dell'avvocato Stefano Maione, che con la amorevole supervisione della moglie, il chirurgo Clotilde Crovella, ha dato vita ad un evento davvero speciale, dove il dress code da red carpet hollywoodiano, ha contrastato con il divertimento sfrenato che ha contraddistinto la serata. Circa 400 amici si sono presentati in abito lungo al teatro Posillipo dove ad accoglierli una raffinata cena di prelibatezze mediterranee oltre ad un corner di sushi, culminato in una mega torta a forma di numero 40. A spegnere le candeline insieme a lui, la migliore amica di Clotilde, la pediatra Alessandra Lavornia,

NUOVA RANGE ROVER VELAR

IL FUTURO COME NESSUNO LO AVEVA MAI DISEGNATO.



ABOVE & BEYOND



Nuova Range Rover Velar è nata per essere all'avanguardia, grazie ad un design futuristico che unisce eleganza e semplicità, dalle maniglie delle portiere a filo allo spoiler posteriore integrato. Una Range Rover dalla tecnologia rivoluzionaria: dotata del nuovo sistema di infotainment InControl Touch Pro Duo, che integra due touch screen da 10" ad alta definizione. Perfetti per offrire il massimo piacere in viaggio per il conducente e per i passeggeri. In più, i fari Matrix-laser Led e la trazione integrale AWD con Torque-on-demand garantiscono una guida sicura e raffinata in qualsiasi condizione.

AUTORALLY

Via E. Giannino 109, Napoli

081 7340474

conierge.autorally@landroverdealers.it

autorally.landrover.it

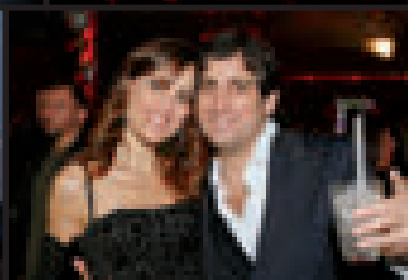
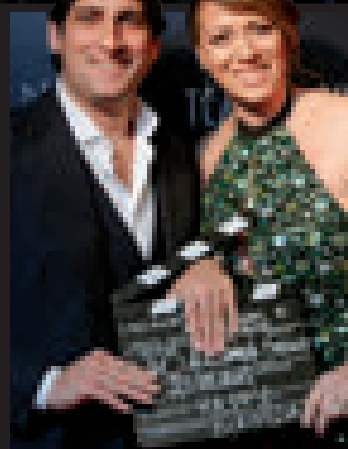
Consumi Ciclo Combinato da 5,4 a 9,8 l/100km. Emissioni CO₂ da 142 a 214 g/km.

Seppi in salotto d'aspetta personalizzato di LAND ROVER PROTOCOL SERVICES. Land Rover consiglia Castrol Edge Professional.





anche lei al traguardo dei 40, inseparabile nei momenti topici della coppia Maione/Crovello. Il teatro Posillipo è stato tinto di oro, nero e argento grazie alla impeccabile organizzazione di Rita Romano, che a sorpresa ha previsto anche un suggestivo spettacolo di trapezisti. Ad accogliere gli invitati, Clotilde avvolta in un abito lungo di paillettes verde e Stefano in abito sartoriale del quale ha levato subito la giacca, restando in un elegante ma meno formale gilet doppiopetto. Gli ospiti si sono catenati sulla live music dei Soul Food, e poi sui mix del resident dj del teatro fino a notte fonda immortalati dai flash del fotografo Iermano. ■



■ sagepub@csagealliance.org & www.csagealliance.org ■ 800-451-0011

abbonati
alla serenità®

Allianz 

© 2007 Pearson Education, Inc. All rights reserved. This publication is protected by copyright. Permission is granted to reproduce this publication for personal or internal use, not for resale or distribution. For more information, contact Pearson Education, Inc., 501 Boylston Street, Boston, MA 02116. Printed in the United States of America. 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1



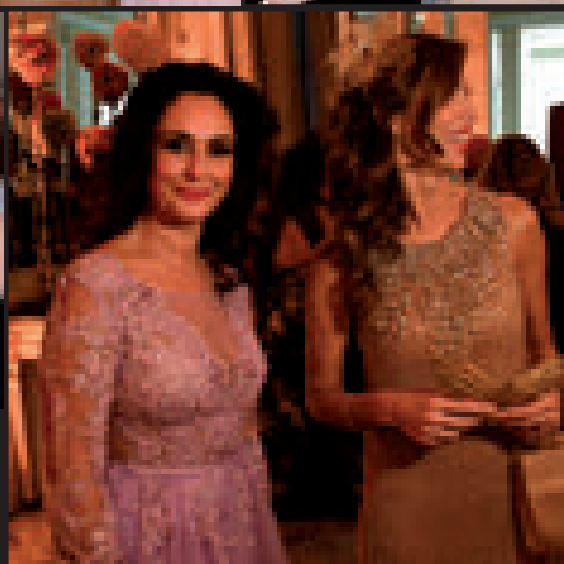
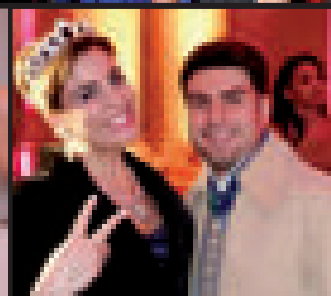
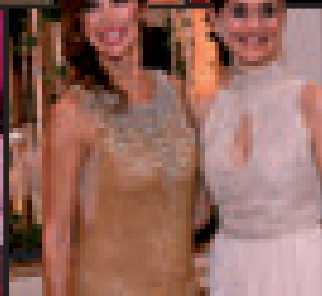
Disponibile su
App Store

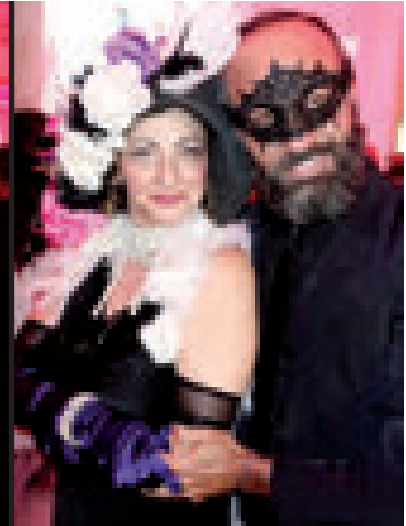
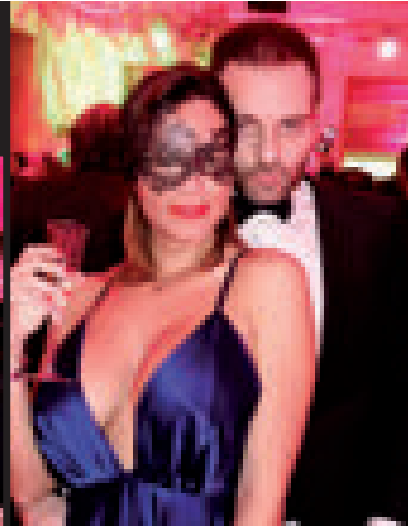
SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



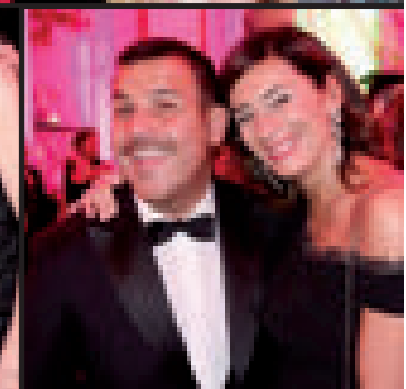
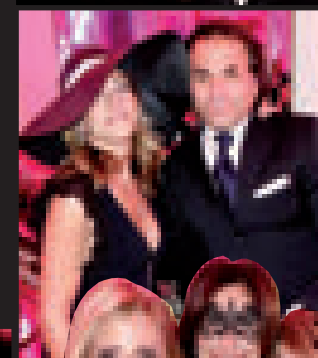
Gran Ballo in maschera *per **My Fair Lady***

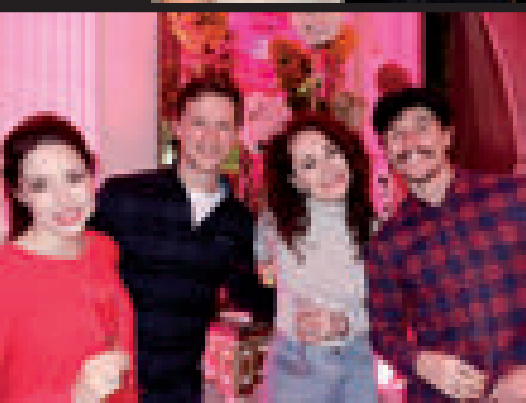
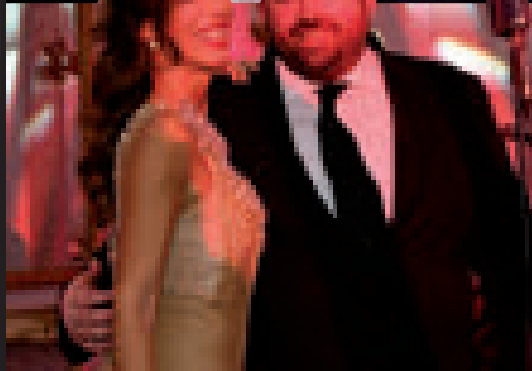
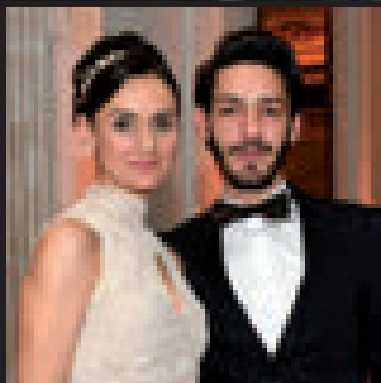
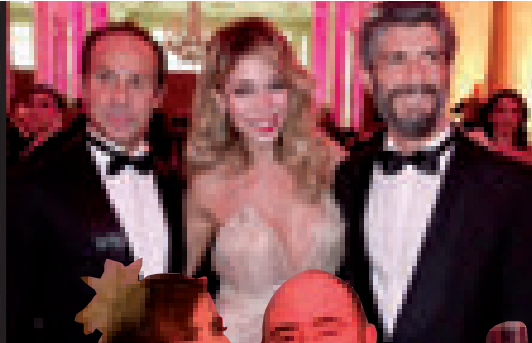
FOTO DI ROBERTO LANDOLI E SALVIO PARISI



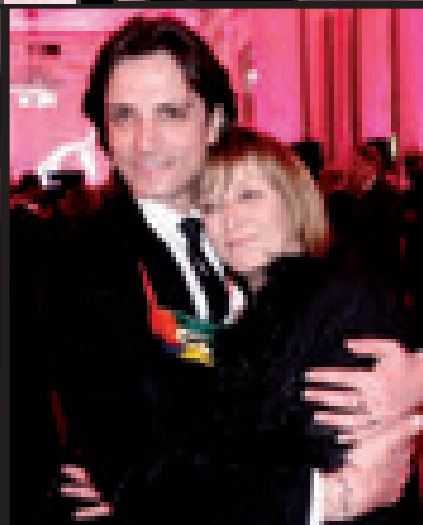
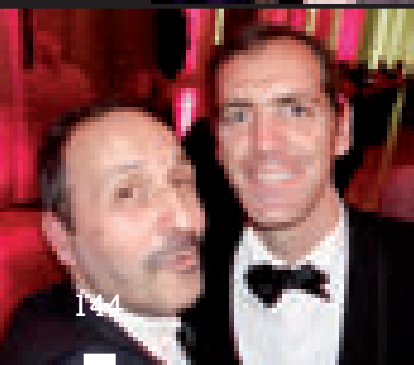
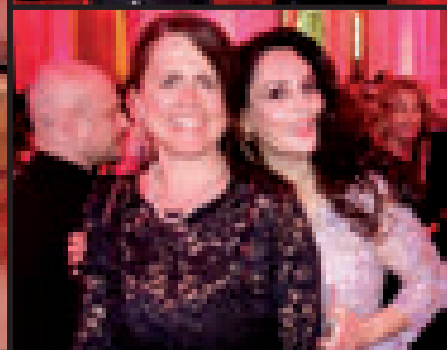


Il Teatro di San Carlo, tra le maggiori imprese culturali nazionali, vanta una realtà produttiva riconoscibile a livello internazionale come eccellenza nell'ambito della diffusione e tutela dell'arte musicale. La sensibilità di convinti mecenati e amanti del bello, prezioso valore aggiunto ai fini di un concreto sostegno a favore dell'attività caratteristica della Fondazione, ha consentito al San Carlo di raggiungere traguardi importanti, sedimentando, nella coscienza collettiva, l'immagine di un Teatro sempre più aperto alla città: un simbolo della cultura italiana, un'eccellente residenza per le culture del mondo. In occasione del Carnevale, la Fondazione Teatro di San Carlo ha lanciato un progetto di fundraising il cui ricavato consentirà di restaurare e acquistare le sedie da collocare nei palchi di III, IV, V e VI fila della Sala Storica. Tra i benefit dedicati ai mecenati, la Fondazione realizzerà una targhetta nominativa da apporre sullo schienale





delle sedute, consentendo ai Donors di entrare a far parte della storia del Lirico più antico d'Europa. Nell'ambito di questo progetto, lo scorso febbraio il Salone degli Specchi è diventato scenario di un Gran Ballo in maschera ispirato al musical *My fair Lady*. Tra gli ospiti Rosanna Purchia, Giuseppe Picone, gli artisti inglesi di "My fair lady", Umberto De Gregorio, Anna Ziccardi, Mario Chirico, Eugenio Caputo, Pierfederico, Tedeschini, Patrizio Rispo, Mariafrancesca Villani, Rossella, Gonzalez Y Reyero, Mino Cucciniello e Paolo Bowinkel, Donatella Cagnazzo, Marco Moraci, Alessandro Amicarella, Alfredo Sicardi, Edvige Bouris, Francesco Maria Franz. ■



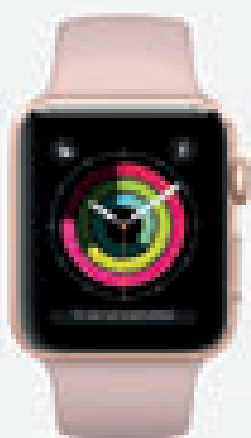
APPLE WATCH
SERIES 3

GPS e altimetro integrati, all'orecchio smart, un'app Battito cardiaco perfezionata e tutte le tue playlist al polso. Tutto questo è Apple Watch Series 3.
Con ancora più funzioni, per fare ancora più cose.



Journal of Management Inquiry 20(4) 409-424

Illo tempore, Polymatronics un'azienda finanziaria all'Isola, per miglior servizio prestato ai propri abbonamenti, li dotava di Internet agli stessi prezzi di prima, e soprattutto di telematica in base al proprio reddito con tariffe variabili da zero.



11/11/2019 11:11:11 AM

Controllo qualità: tutto ha durata
la garanzia e i prodotti i loro progressi
con gli anni e con l'esperienza
e le idee nuove personalizzate,
con anni nei fermenti
e prodotti i loro obiettivi.



© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112

Il più grande è il tuo battito cardiaco.
Quando vuoi il grande meglio ti serve
con gli esercizi di respirazione galeati.
Il più utile aggiunge le sue ali
in armonia con il tuo ritmo di vita.
A te lo suggerisce.



© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112

Sei interessato a sapere di più su
Twitter e i segreti della chimica,
invia il tuo messaggio. Ti aspetta
con Apple Pay e i nostri educatori
a Joliet. Ti aspetta dove il poliziotto aveva
scritto tutto in rosso e le informazioni
sono ancora lì.



0264-3758/00/0000-0000\$10.00/0



10/20/2004

Chiedi di più

Vieni a scoprirlo nei nostri punti vendita, insieme ad un mondo di accessori e servizi per te.
Trovalci su www.rstone.it.

R-Store



© 2019 The Author(s). This article is published by Cambridge University Press on behalf of Cambridge Journals Online. This is an Open Access article, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution licence (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.





DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano

WWW.RICHMOND.COM

LEFT: JACOB BY BRYAN BOGARD

JOHN
R I C H M O N D