

IN MAGAZINE

NOVEMBRE - DICEMBRE 2018 Anno XI N°68

Moda

DAMIANI

L'espressione del made
in Italy nell'alta gioielleria

Intervista

RIFLESSI

Eleganza, comfort e qualità

Moda

TAGLIATORE

Obiettivo Stati Uniti

Intervista

PIPPO PELO

"Radio Kiss Kiss
è la mia vita"

Moda

DE RIGO

Una crescita lunga
40 anni

Eventi

TUTTOSPOSI

Ha compiuto 30 anni

Eventi

*GALÀ DEL CINEMA
E DELLA FICTION*

Decennale stellare



Disponibile su
App Store



Disponibile su
Google Play

SERENA ROSSI



L'INSTANT
CHANEL



LA MONTRE

J12

MONETTI

VIA DEI MILLE 12 - PARIGI - 021 411468

ALTA OROLOGERIA E OROLOGERIA



TOD'S
Ciao!



ALDO FALL 2001



MASSIMO BOTTIGLIERI
CORTILI
SACRA

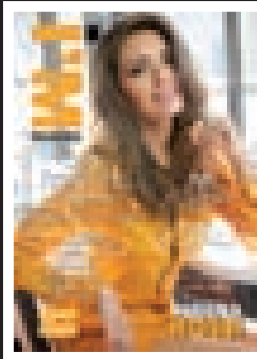
ICCHIA • CORSO VITTORIA COLOMBA 188, 80138
WWW.MASSIMOBOTTIGLIERI.IT



BVLGARI
ROMA

SERPENTI
BVLGARI.COM

IN COPERTINA



Serena Rossi

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:

Mino Cuciniello

Sergio Governale

Arianna Nardi

Marco Nota

Graphic Design

Francesco Finizio

media.finizio@gmail.com

Fotografo

Marco Rossi

Distribuzione

Idea Marketing

Stampa

Arti Grafiche Boccia S.p.A. - Sa

Per la pubblicità

ph 081 263508

info@immagazine.it

i'M ONLINE

WWW.IMMAGAZINE.IT



Disponibile su
Google Play

Follow us on:

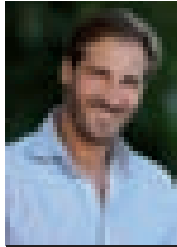


Studio Legale

Avvocati Maione

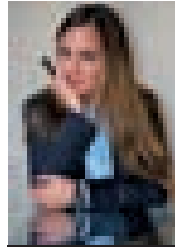
via Stazio n.3 - Napoli

ph 081 7141919



L'Editore

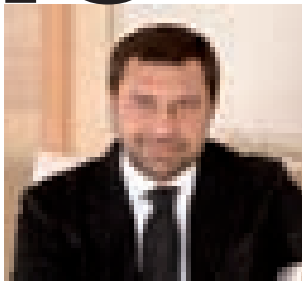
Maurizio Aiello



Il Direttore Responsabile

Ilaria Carloni

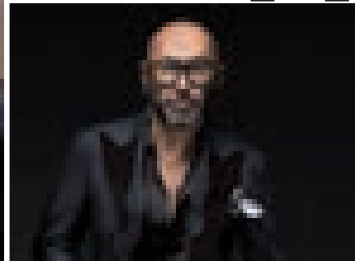
18



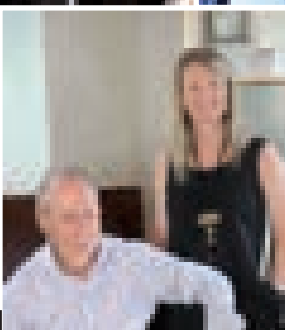
32



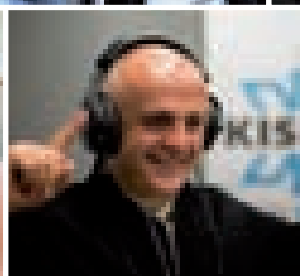
44



62

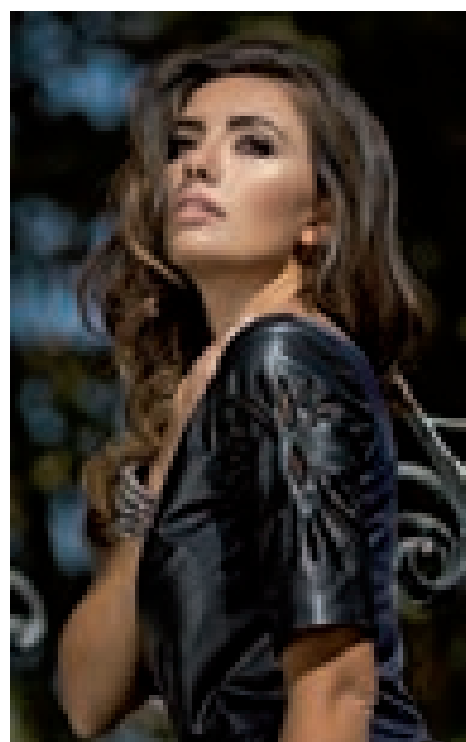


68



80

SOMMARIO



52

18 Damiani

LA PIÙ ELEVATA ESPRESSIONE
DEL MADE IN ITALY NELL'ALTA GIOIELLERIA
DI SERGIO GOVERNALE

32 Riflessi

ELEGANZA, COMFORT E QUALITÀ
DI SERGIO GOVERNALE

44 Tagliatore

OBIETTIVO STATI UNITI
DI SERGIO GOVERNALE

52 Serena Rossi

TANTI PREMI MA UNO SU TUTTI: DIEGO
DI ILARIA CARLONI

62 De Rigo

UNA CRESCITA LUNGA QUARANT'ANNI
DI SERGIO GOVERNALE

68 Pippo Pelo

"RADIO KISS KISS È LA MIA VITA"
DI ALESSANDRA CARLONI

80 Pellicceria Mele 1880

TRA LUSO E GLAMOUR
DI ALESSANDRA CARLONI

**#BORN
TODARE**

NORTH FLAG
AUTOMATIC



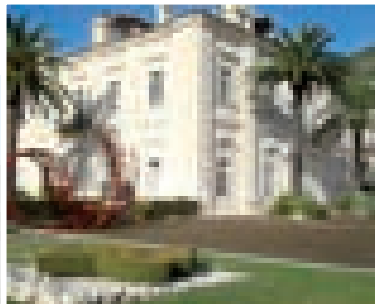
MONETTI

OROLOGIERI AUTOMATICI
BAPPO - VIA DEL MULO, 12
BAPPO - VIA LOMBARDA, 100

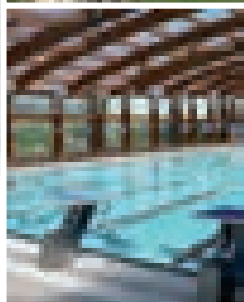


TUDOR

26

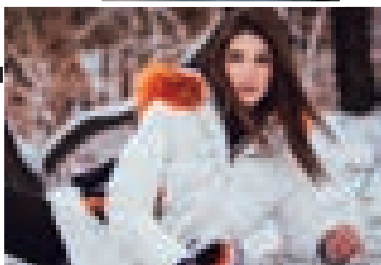


38

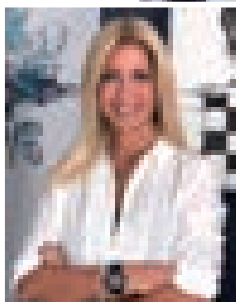


74

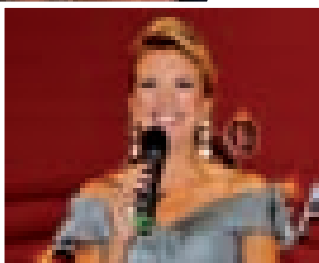
84



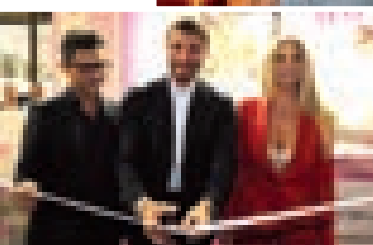
91



98



100



106



SOMMARIO

15 *L'opinione*

IL CANISMO
DI FABRIZIO CARLONI

16 *Bellezza*

IL BRUTTO E IL BELLO DELL'ERA MODERNA
DI IVAN LA RUSCA

26 *Le fontane di Napoli*

LA CITTÀ ZAMPILLA DI VITA ETERNA
DI ARIANNA NARDI

38 *San Leucio*

SPLENDIDO SCRIGNO DI STORIA
DI MARCO NOTA

74 *Nemca Energy Village*

UN CENTRO FITNESS MIAMI STYLE

84 *I'M Model*

LUCREZIA PERRECA

91 *Professionisti al top*

L'ARCHITETTO FRANCESCA FRENDI
DI ALESSANDRA CARLONI

94 *Fotonotizie*

98 *Il Plastics Reduction Programme di MSC*

100 *Galà del Cinema e della Fiction*

DECENNALE STELLARE

106 *Tuttosposi*

UN'EDIZIONE RICCA DI PASSIONE PER IL CINEMA

112 *Roberta Bacarelli*

MIX AND MATCH FASHION SHOW

A person wearing a dark blue pinstripe suit and dark sneakers with red accents is shown from the waist down. The person is in a dynamic pose, with one leg bent and the other extended. The word "HOGAN" is overlaid in large white letters across the center of the image. A small white logo is visible on the right leg of the suit.

HOGAN

116



126



132



136



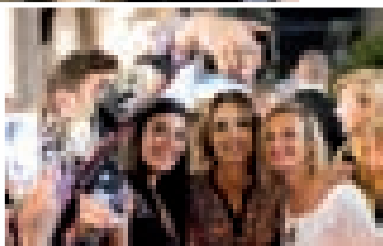
140



142



144



SOMMARIO

116 10th R-Store Anniversary

124 Un party firmato Marinella

DI MINO CUCINIELLO

**126 Monetti festeggia i 50 anni
con Baume & Mercier**

130 White party

132 Birthday party al Green Park

136 Attio Boutique

AN EXCLUSIVE PARTY

140 Shinto vip party

**142 Sushi party
da Claudio Ruggiero Hair Spa**

144 Pinko bissa al Vomero



Bumby
Handbags



**MONT
BLANC**



La Petit Prince

Creating new heights.

Hugh Jackman dà forma all'immaginazione con la nuova
Montblanc Meisterstück La Petit Prince

montblanc.com/lapetitprince

IL CANISMO

DI FABRIZIO CARLONI



In Italia Il numero di cani presenti nelle famiglie oscilla tra i sette ed i 10 milioni di esemplari. Il loro ammontare in rapporto alla popolazione umana costituisce un problema sociale molto rilevante dividendo il pubblico in due fazioni, armate l'una contro l'altra, che giudicano la situazione ricorrendo all'emotività governata dalle viscere.

Il primo condizionamento letale per una serena analisi della questione, è costituito dal fatto che gli amanti dei cani, in genere, si riconoscono in una sorta di sodalizio dal grande potere contrattuale. Tra i militanti di questa parte si è azionato un comportamento generalizzato che porta a considerare i cani come dei figlioli con un proprio ruolo privilegiato e prevalente nelle famiglie.

Con tutte le conseguenze che ne derivano e che in alcuni casi potrebbero offrire agli avversari utili argomenti per sostenere che molti dei cinofili esagerino; come il fatto di rivolgersi alle bestiole identificandosi come "papà" e "mamma" o come "tata". Dimenticando la tradizione cristiana che categorizza gli esseri sensienti sulla base di una gerarchia (Genesi) di cui l'uomo e la donna costituiscono il vertice.

Gli antianimalisti, minoritari e politicamente inconsistenti e privi della tutela di personaggi carismatici o di gruppi aggreganti, sono arrivati, in molti casi esecrabili, alla perfidia delinquenziale di seminare nei giardinetti e nelle strade esche avvelenate che possano ridurre la popolazione dei loro nemici a quattro zampe.

È questa reciproca ostilità, priva di parti equilibrate e di un movimento di opinione che faccia riferimento al senso comune ed alla ragione, uno dei tanti fenomeni di radicalizzazione ideologica che ha fatto perdere alla società occidentale il senso del giusto e delle misura.

Chi come chi scrive ha alle spalle una vita diventata talmente lunga da determinare una situazione preoccupante, ricorda come con i cani, da parte dell'uomo, ci fosse un rapporto equilibrato e molto gratificante dove i nostri amici svolgevano una funzione che era legata al ciclo della caccia, alla pastorizia, alla guardia. Molti cani, soprattutto dopo la fine dell'ultima guerra mondiale e con il ritorno a casa dei veterani invalidi, cominciarono ad accompagnare, con affetto ed efficacia, i non vedenti.

È da una ventina di anni che la funzione dei cani si è completamente alterata, con l'avvento del pensiero che pretende che sia abolito e combattuto tutto ciò che fa pensare ad una discriminazione tra specie. Anche l'uso della forza è visto come qualcosa da aborrire a prescindere da eventuali approfondimenti che la possano far apparire come inevitabile. La caccia, quindi, è stata nella sostanza quasi del tutto soppressa; senza che ci si rendesse conto che, se praticata in maniera civile e selettiva da persone dotate di un rapporto equilibrato con la natura, serve a contenere il proliferare incontrollato dei cinghiali e degli ungulati che distruggono quell'ecosistema che è tanto caro agli ambientalisti.

La pastorizia, con l'avvento delle fibre sintetiche e l'industrializzazione della produzione casearia, è sostanzialmente rimasta un'attività limitata alla Sardegna e ad altre piccole aree del Paese. La guardia, con i nuovi allarmi tecnologicamente avanzati e con la videosorveglianza, è diventata un'attività inutile e che può creare guai nel caso il ladro venga addentato dal cane delegato a casa propria alla tutela della famiglia.

A questa serie di avvenimenti ormai consolidati, si è aggiunta la denatalità che è riconducibile a tanti motivi convergenti tra i quali, principali, il decadimento della famiglia tradizionale, l'indigenza ormai generalizzata, l'egoismo di chi ad un figlio da crescere ed educare dovendosi far carico della sua infanzia, adolescenza complicata, sistemazione studentesca e lavorativa, preferisce un cane.

Le conseguenze, come per tanti altri fenomeni, sono regolate, poi, dal prevalere arrogante della finanza. Nelle scelte di chi produce beni di consumo è più produttivo continuare a fabbricare culle, passeggini, latte e pappe per neonati e pannolini, o bocconcini, collari, guinzagli ed abitini per barboncini?

Ne è derivata la caratteristica guerra civile tra chi si riconosce nel novero vincente degli Animalisti, identificando il cane od il gatto come un membro della famiglia, e gli altri, molti ma disorganizzati ed in moltissimi casi altrettanto pericolosi, che qualche giusta

ragione l'avrebbero per lamentare i milioni di ettolitri di pipì canina riversati tutti i giorni sui marciapiedi; a cui aggiungere gli ululati, distribuiti sulle 24 ore, di "figlioli" a quattro arti motori relegati, crudelmente ed incivilmente, nei giardini e sui terrazzi con qualsiasi tempo e disinteressandosi del sonno e della quiete dei vicini.

carloni.f2@gmail.com

È da una ventina di anni che la funzione dei cani si è completamente alterata, con l'avvento del pensiero che pretende che sia abolito e combattuto tutto ciò che fa pensare ad una discriminazione tra specie.

Bellezza

IL BRUTTO E IL BELLO DELL'ERA MODERNA

DOTT. IVAN LA RUSCA



L'estetica maschile sta cambiando, gli uomini amano sempre più curarsi, piacere e sentirsi attraenti. Attraverso il corpo l'uomo desidera esprimere la sua personalità, con qualcosa di originale che lo caratterizzi e differenzi dagli altri.

L'estetica maschile sta cambiando, gli uomini amano sempre più curarsi, piacere e sentirsi attraenti. Attraverso il corpo l'uomo desidera esprimere la sua personalità, con qualcosa di originale che lo caratterizzi e differenzi dagli altri. Per questo motivo, la richiesta estetica maschile, a differenza di quella femminile, non è omogenea, non c'è un canone di "bello e perfetto", ma piuttosto la necessità di emergere e distinguersi.

Lo dimostra anche la schiera di brutti ammiratissimi che sono però icone del cinema o della tv, personaggi che mostrano con sicurezza alcune imperfezioni fisiche rendendole addirittura accattivanti e desiderabili. Ma non sempre questa "indifferenza" verso la bellezza oggettiva, è autentica fino in fondo. Infatti, è evidente che la forma fisica sia molto importante per l'uomo attuale, visto che si trascorre molto tempo tra palestre, saune, centri estetici e medici.

Il mondo maschile si muove verso un'idea di bel-

lezza che ha al centro la salute e il peso forma, alimentazione sana e muscolatura evidente: insomma, il profilo greco passi, ma la pancetta spesso no!

Di conseguenza, le richieste che gli uomini fanno ai chirurghi estetici è cambiata. Se c'è sempre la necessità di "rinfrescare e ringiovanire" dove il tempo comincia a lasciare i suoi segni, emerge anche la necessità di interventi meno invasivi, che non stravolgano il volto e il corpo, ma lo rispettino. Il medico aiuta il paziente a scegliere obiettivi naturali, che rispettino i propri tratti somatici, e l'unicità di ogni persona, invece di omologarla.

Coloro che si rivolgono al chirurgo estetico sono uomini di diverse età e con svariate esigenze: i più giovani mostrano a volte difficoltà ad accettarsi e quindi vogliono cambiare, gli uomini più maturi invece puntano a mettere in risalto i punti di forza e migliorare i punti deboli. In questo processo interviene il professionista, che valuta insieme alla persona le reali necessità e a trovare la giusta espressione di sé. ■

Salvatore Ferragamo







DAMIANI

*La più elevata espressione
del made in Italy
nell'alta gioielleria*

*Intervista con l'amministratore
delegato Giorgio Grassi Damiani:
"In attesa della collezione del primo
trimestre 2019, che sarà una sorpresa
per tutti gli amanti dell'arte orafa,
stiamo allargando la nostra
rete commerciale in Asia"*

DI SERGIO GOVERNALE

Una tradizione quasi secolare nell'arte orafa che coniuga maestria artigiana e innovazione, qualità e precisione della lavorazione manuale. Giorgio Grassi Damiani, amministratore delegato di Damiani Spa, racconta la storia del più grande gruppo italiano di gioielleria e orologeria di lusso, quotato a Piazza Affari. È la più elevata espressione del made in Italy nell'alta gioielleria", spiega l'imprenditore. L'azienda ha come obiettivo quello di portare il proprio made in Italy in tutto il mondo. "Stiamo allargando la nostra rete commerciale in Asia dove apriremo altri negozi come recentemente a Dubai", aggiunge, annunciando sorprese nella collezione del primo trimestre del 2019.

Partiamo dalla storia: quando nasce Damiani?

La nostra azienda è stata fondata nel 1924 da mio nonno Enrico Grassi Damiani a Valenza: una cittadina nel cuore del Piemonte riconosciuta in tutto il mondo come punta di diamante dell'arte orafa. Mio nonno era un grande appassionato: amava disegnare e produrre gioielli preziosi e seguiva con cura ogni singola fase di realizzazione di quei capolavori. Ne conosceva ogni segreto.

Qual è stata l'evoluzione della società?

La passione per l'eccellenza e l'arte orafa è nel Dna della mia famiglia: mio padre Damiano, seguendo i consigli di mio nonno, ha trasformato il piccolo laboratorio a gestione familiare in una moderna azienda, mentre io e i miei fratelli Guido e Silvia, entrati operativamente in azienda nei primi anni 90', ci siamo occupati di internazionalizzare il marchio e strutturarci come un gruppo. Oggi, ognuno di

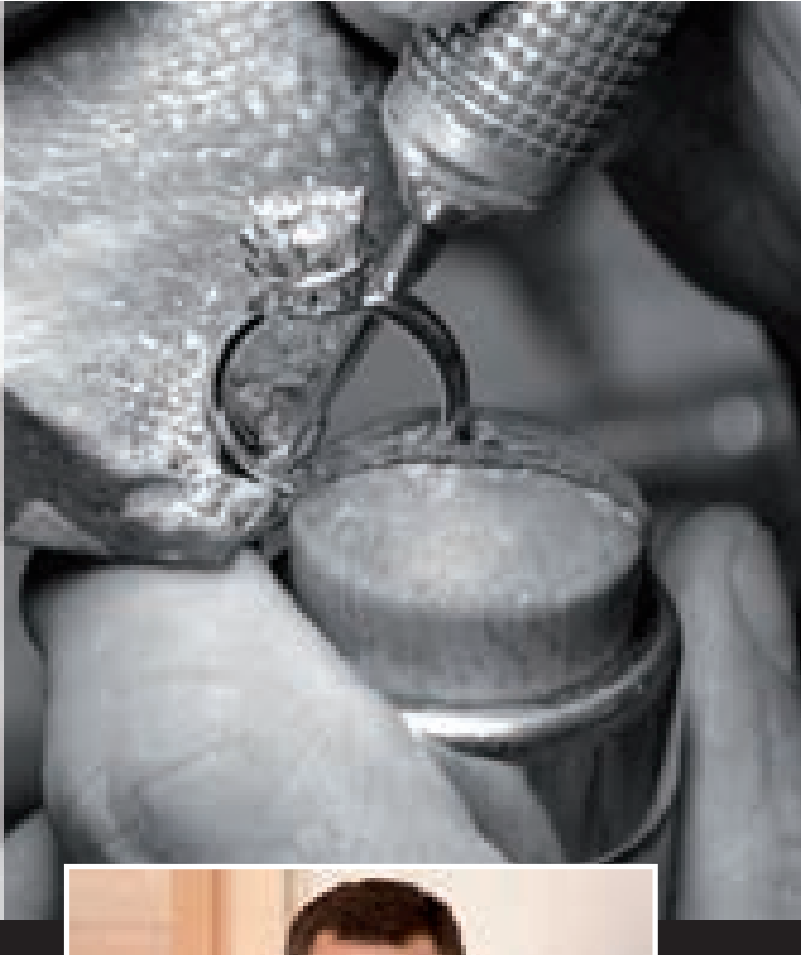
Sharon Stone per Damiani

“

Oggi la nostra azienda è sinonimo di qualità, stile e savoir faire.

Crediamo nel nostro territorio e consideriamo come indispensabili valori come la tradizione, la qualità delle materie prime, l'oro e le pietre, ma anche e soprattutto la precisione della lavorazione manuale dell'arte orafa.

”



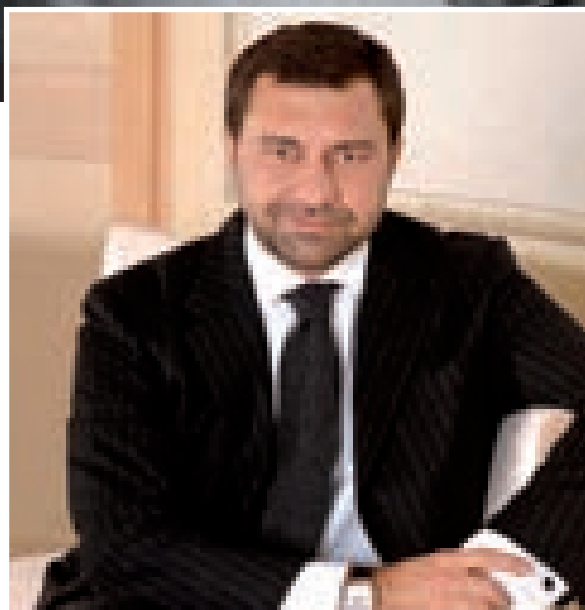
noi ha un ruolo preciso. Guido è presidente del gruppo, mia sorella Silvia è vice-presidente e segue la comunicazione e le attività legate ai testimonial. Io mi dedico alla creazione e allo sviluppo delle collezioni e all'acquisto delle pietre preziose. Questa parte mi ha affascinato fin da quando ero bambino. Le forme preziose, i diversi colori delle gemme, la lavorazione dei materiali: sono sempre stato molto curioso! La nostra tradizione è il regalo più prezioso che mio nonno e mio padre ci hanno lasciato in eredità. Ma poiché la sola tradizione non sarebbe sufficiente, siamo orgogliosi di mostrare anche l'esclusività, l'innovazione e la passione per ciò che facciamo.

Cosa rappresenta oggi l'azienda in Italia e nel mondo?

Oggi la nostra azienda è sinonimo di qualità, stile e savoir faire. Crediamo nel nostro territorio e consideriamo come indispensabili valori come la tradizione, la qualità delle materie prime, l'oro e le pietre, ma anche e soprattutto la precisione della lavorazione manuale dell'arte orafa.

Come coniugate l'innovazione con il patrimonio artigianale che vi contraddistingue?

I nostri gioielli sono classici e insieme moderni. Pur rimanendo legata a una forte tradizione artigiana che garantisce la qualità, la nostra azienda guarda all'innovazione nel design e delle tecniche creative. Al tempo stesso però da noi è rimasta inalterata l'arte della lavorazione dei gioielli: tutti realizzati a mano con tecniche secolari e la massima cura dei dettagli. Proprio per questi motivi, ogni creazione orafa di Damiani rappresenta la più elevata espressione del made



Giorgio Damiani

in Italy nell'alta gioielleria. Nulla è mai lasciato al caso. Quest'anno è stato anche il primo anno del corso Damiani Academy: 21 ragazzi provenienti da tutta Italia hanno partecipato a un corso formativo di alta specializzazione; 15 di loro sono entrati a fare parte dei laboratori del gruppo. Questo progetto rientra nelle attività di valorizzazione della manifattura made in Italy che il gruppo promuove dalle sue origini. Damiani è tra l'altro tra i soci della Fondazione Mani Intelligenti, associazione con l'obiettivo di preparare le future generazioni al settore della gioielleria.

Come sono distribuiti i vostri gioielli in Italia e nel mondo?





Chopard
EYEWEAR

“ *Il nostro obiettivo è portare il made in Italy in tutto il mondo. Stiamo allargando la nostra rete commerciale in Asia dove apriremo altri negozi come recentemente a Dubai.* ”

Sono distribuiti in tutto il mondo nelle nostre boutique monomarca, ma anche sui canali wholesale e da Rocca: l'unica catena di gioielleria e orologeria di alta gamma.

Dove intendete espandervi?

Il nostro obiettivo è portare il made in Italy in tutto il mondo. Stiamo allargando la nostra rete commerciale in Asia dove apriremo altri negozi, ma non solo, come recentemente a Dubai.

Cosa è cambiato con il recente ingresso di Jérôme Favier nel gruppo?

Jérôme Favier affianca la famiglia Damiani nella definizione di strategie di business e nello sviluppo di progetti aziendali che prevedono la crescita del gruppo dal punto di vista gestionale, finanziario e commerciale. Nulla cambia invece per quanto riguarda l'aspetto societario: Damiani è controllata al 58,9% dalla lussemburghese Leading Jewels, finanziaria di proprietà della famiglia di Valenza. Guido Grassi Damiani resta presidente sia di Leading Jewels che di Damiani.

Vuole ricordare i marchi che controllate?

Il gruppo promuove l'eccellenza italiana attraverso la sinergia di marchi e realtà complementari creati o acquisiti nel corso della propria storia: il brand Salvini è attivo nella gioielleria contemporanea, Bliss si rivolge a un pubblico più giovane, Calderoni è lo storico marchio milanese di alta gioielleria fondato nel 1840 e infine la catena di gioielleria e orologeria di alta gamma Rocca. Un'altra importante operazione, sempre con l'obiettivo di dare maggior impulso a una delle più autentiche eccellenze del made in Italy, è stata quella dell'acquisizione di Venini nel 2016. Una delle più famose e blasonate vetrerie artistiche del mondo nata nel 1921, che con i suoi 95 anni di storia è anch'essa sinonimo di made in Italy.

Passiamo alle collezioni: ci parli della nuova collezione D.Side.

La nostra collezione iconica D.Side si è arricchita di nuove proposte. Ideata nel 2001 dall'attore hollywoodiano Brad Pitt e realizzata dai nostri maestri orafi, l'originaria collezione D.Side prendeva forma dall'interpretazione del cerchio: una coppia



di anelli concentrici, uniti da diamanti taglio brillante. Oggi sempre su una base in oro e diamanti, il bianco cangiante della madreperla, il verde striato della malachite, il blu intenso del lapislazzuli e il nero profondo dell'onice definiscono nuove e affascinanti declinazioni della collezione. Una collezione senza tempo.

Quali saranno le prossime novità?

Stiamo già lavorando alla prossima collezione che sarà lanciata nel primo trimestre del prossimo anno. Sarà una sorpresa per tutti gli amanti di gioielleria... ■



JOHN
RICHMOND

www.johnrichmond.com

info@johnrichmond.com



Catene in Argento Sterling 925 da € 25

Scopri la nuova collezione nei PANDORA Shop di

NAPOLI, Via Toledo 322

NAPOLI, Shop-in-Shop alla Casa Via Scablati 90/98

SALERNO, Corso Vittorio Emanuele 147

GIUGLIANO IN CAMPANIA, c/o CC Auchan

POMPEI, c/o CC La Cartiera



ILLUMINA IL TUO NATALE

Scegli un gioiello della nuova collezione PANDORA, il regalo che illuminerà il tuo Natale

#PANDORAGIFT

PANDORA

Scopri un universo su
it.pandora.net



NOLA, c/o CC Vulcano Basso
MARCIANSE, c/o CC Campania
PONTICAGNANO EMANO, c/o CC Massimo
AFRAGOLA, c/o CC Ponte di Napoli
QUARTO, c/o CC Quarto Nuovo



La Fontana del Gigante

Le fontane di Napoli

*La città zampilla
di vita eterna*

Ad arricchire il già vasto panorama urbanistico partenopeo troviamo le monumentali fontane della città di Napoli, le quali, incastonate come gemme al centro delle piazze o lungo il mare, impreziosiscono con eleganza la millenaria tradizione architettonica locale. La più antica di tutte è la **Fontana del Nettuno**, essa risale al 1595. Fu realizzata da un gruppo di artisti composto dai celebri Michelangelo Naccherino, Domenico Fontana, Angelo Landi e Pietro Bernini. È composta da una grande vasca circondata da una ringhiera che accoglie quattro scalette. L'acqua fuoriesce da bocche di leoni che con i loro artigli agguantano gli scudi della città. Nel bacino centrale due bestie marine versano acqua in un recipiente, e, ai bordi, quattro tritoni cavalcano dei meravigliosi delfini. Al centro della fontana abbiamo un quartetto di satiri e ninfe che portano in trionfo la mitologica statua di Nettuno. La sua struttura ed ubicazione sono state vittime di numerosi cambiamenti nel corso dei secoli. Nel 1629 avvenne il primo trasferimento a Piazza del Plebiscito, poi a S. Lucia dove fu ulteriormente abbellita dalle sculture di Cosimo Fanzago, mentre nel 1638 venne trasportata nell'attuale Via Medina. Mutilata e depredata durante la storica rivolta di Masaniello, venne restaurata d'urgenza nel 1675. Nell'800, il Comune la spostò nell'attuale piazza Borsa, dove è rimasta fino al 2000.



La Fontana del Nettuno

La più antica di tutte è la Fontana del Nettuno, essa risale al 1595. Fu realizzata da un gruppo di artisti composto dai celebri Michelangelo Naccherino, Domenico Fontana, Angelo Landi e Pietro Bernini.

Oggi si trova nuovamente a Via Medina. Tra via Partenope e via Nazario Sauro si erge la Fontana del Gigante o dell'Immacolata. Ubicata a quattro passi da Castel dell'Ovo, è in parte opera del Bernini, e il duplice nome deriva dalle diverse collocazioni che ebbe; vicino alla statua del Gigante ritrovata a Cuma e poi di fronte alla costruzione dell'Immacolata. Piazzata su un basamento, è composta da tre enormi archi: in quello centrale troviamo due animali marini, mentre in quelli laterali altrettante statue di divinità fluviali sorreggono due mostri marini, alle estremità due cariatidi con loro cornucopie, mentre sugli archi gli stemmi del viceré, del re e quello della città sormontano il tutto. Non molto distante si trova la Fontana del Sebeto. Essa fu commissionata dal viceré Manuel Zuñiga Y Fonseca, e venne trasportata a via Posilipo alla fine degli anni '30. È composta da un arco al centro del quale si trovano la statua del Sebeto (fiume di Napoli), ed un basamento su cui poggiano tre bacini. Ai lati si levano due obelischi con i rispettivi tritoni, mentre, in alto, una lapide e tre sontuosi stemmi sovrastano Napoli.

Procedendo cronologicamente, il barocco ritrova la sua degna rappresentante nella **Fontana di Monteoliveto** detta anche del Re Piccolo. Durante il lasso di tempo che percorre la realizzazione dell'opera, si sono alternati diversi scultori, che, dubbiosi, ebbero molteplici ripensamenti sul tipo di raffigurazione da dare al giovane reggente. La fontana è costruita su una vasca a più lobi e bracci, su cui è piazzato un piedistallo con tre leoni, tre aquile, e gli usuali stemmi reali. Al centro, un obelisco a base triangolare è la "piattaforma" su cui si erge la statua in bronzo del sovrano.

Altra perla partenopea è la **Fontana della Sirena** in Piazza Sannazzaro. Edificata verso la metà dell'ottocento da Francesco Jerace, è composta da una vasca incava all'interno della quale, su uno scoglio, si trova la "protagonista" che, circondata da animali marini, tiene simbolicamente una lira tra le mani. Anch'essa vittima di spostamenti, fu in origine ideata per i giardini di Piazza Garibaldi per poi essere definitivamente installata, nel 1924, nell'attuale luogo di permanenza.

Capolavoro d'architettura del XX secolo è la famosa **Fontana dell'Esedra**. Essa non è altro che una rivisitazione in chiave moderna della fontana che si



La Fontana del Sebeto

Il poeta Gian Battista del Tufo volle rendere onore a queste vere e proprie fonti della giovinezza, imprimendo nero su bianco: "Più chiara assai d'ogni cristallo o vetro, dolce, fresca e leggera d'inverno e primavera".



DAMIANI

HANDMADE IN ITALY SINCE 1924

EDEN



BOUTIQUE DAMIANI

VIA FILANGIERI, 15 BIS - NAPOLI - PHONE: +39 081 400643

FIRENZE • MILANO • ROMA • VENEZIA • PORTO CERVO • FORTE VILLAGE • FROSINONE • MALPENSA
IN TUTTE LE BOUTIQUE ROCCA 1794 E IN SELEZIONATE GIOIELLERIE • 400543434

DAMIANI.COM



La Fontana della Sirena

trova all'interno della Reggia di Caserta, ed è situata nella Mostra d'Oltremare. Gli autori, Luigi Piccinato e Carlo Cocchia, hanno realizzato bacini per capienza di circa 4000 m³ d'acqua, capaci di emettere getti alti fino a 40 metri. Intorno sono piantati ottocento alberi d'alto fusto tra cui pini e lecci. Attualmente la fontana conta 76 vasche ad esedra, 1300 ugelli d'ottone e di bronzo, dodici fontane e magnifiche decorazioni in ceramica ad opera di Giuseppe Macedonio.

Passando per le costruzioni d'epoca moderna risulta impossibile non citare la **Fontana del Carciofo**. Fatta costruire negli anni '50, costituisce il fulcro attorno al quale si collocano Piazza Trieste e Trento, Piazza Plebiscito, il Palazzo Reale, la Galleria Umberto I ed il Teatro San Carlo. È composta da una grande vasca circondata da un giardinetto, ed al suo centro una tazza contiene l'acqua che scorre da un vaso a forma di corolla a cui si deve il denominativo con cui è ora celebre. È da queste imponenti sorgenti che la storia zampilla per la vita eterna percorrendo in lungo e in largo le strade della città. Il poeta Gian Battista del Tufo volle così rendere onore a queste vere e proprie fonti della giovinezza, imprimendo nero su bianco: "Più chiara assai d'ogni cristallo o vetro, dolce, fresca e leggera d'inverno e primavera". ■



La Fontana dell'Esedra



La Fontana del Carciofo



TAGLIATORE





RIFLESSI

di eleganza, comfort e qualità

Ecco i valori della società di Ortona, che realizza tavoli, specchi, consolle, complementi d'arredo e mobili di design rigorosamente made in Italy. Il patron Fammiano: "In arrivo accordi commerciali con Usa e Cina e l'acquisizione di un'azienda di sedie"



Accordi commerciali in arrivo negli Stati Uniti e in Cina, assieme all'acquisizione di un'azienda di sedie. Sono le novità in casa Riflessi, società di Ortona (Chieti), che produce tavoli, specchi, consolle, complementi d'arredo e mobili di design rigorosamente made in Italy. Si dice orgoglioso il presidente e amministratore delegato Luigi Fammiano, ricordando i valori della sua impresa: eleganza, comfort e qualità.

Qual è la storia della società?

L'azienda Riflessi nasce a Ortona, in provincia di Chieti, nel settembre 1990. Il nome dell'azienda nasce da quello che era il suo core business, ovvero gli specchi. Dopo il mio ingresso più di 25 anni fa, l'offerta si è allargata anche a tavoli, sedie, credenze, madie, complementi e, ultimo ma non ultimo, consolle, sia allungabili e fisse, prodotto che possiamo vantarci di aver riportato in auge, ricreandone una richiesta sul mercato. Volevo che Riflessi non fosse un'industria che produce in scala. La mia idea è sempre stata quella di creare una sartoria del mobile, in cui i clienti abbiano la consapevolezza che qui possono trovare un'azienda che ha una capacità di personalizzazione dei suoi prodotti così estrema da essere certi di poter trovare prodotti che incontrino le loro esigenze. Allo stesso tempo, ho sempre creduto anche nell'investire sul brand e sulla comunicazione, che sono due tra i nostri capisaldi assoluti.

La vostra produzione è totalmente made in Italy?

Riflessi è un'azienda che fa dell'italianità un vanto: la nostra produzione



**Luigi e
Mirko Fammiano**



“ *Riflessi è un'azienda che fa dell'italianità un vanto: la nostra produzione è totalmente e rigorosamente made in Italy, come i professionisti con cui lavoriamo.* ”

è totalmente e rigorosamente made in Italy, come lo sono le materie prime, i fornitori, i designer e i professionisti con cui lavoriamo. Secondo noi, non basta scrivere “made in Italy”, bisogna vivere “made in Italy”. La nostra è una realtà che vive intensamente il proprio territorio e che crede che il patrimonio culturale italiano sia un tesoro prezioso che va tutelato e sostenuto. Per questo motivo contribuiamo alla promozione di alcuni dei luoghi più belli del Paese, come la Reggia di Caserta, e lo facciamo perché siamo convinti che siano capaci di fornire stimoli creativi e un insito senso del bello ai nostri artigiani. E scegliamo tutti i giorni di rimanere sul suolo italiano, optando per l'italianità anche per quanto riguarda la ricerca delle materie prime, la selezione di fornitori, designer e professionisti italiani e la rigidità dei controlli a cui sottoponiamo la nostra intera filiera produttiva.

Ci parli dei materiali che scegliete e utilizzate.

Adottiamo una visione olistica del produrre e prestiamo moltissima attenzione all'ambiente, al territorio e alle tradizioni, come si può vedere dal recupero e dalla valorizzazione di tecniche artigianali che rischiano di andare perdute, alla filosofia del “chilometro zero”, attuata selezionando una rete di fornitori specializzati sul territorio. Teniamo molto anche a scegliere le materie prime lì dove queste hanno raggiunto l'eccellenza nella produzione e nella lavorazione, rispettando la specificità dei distretti italiani, compreso quello nel quale l'azienda ha sede.

Quali saranno i prossimi prodotti?

Oltre ad ampliare la nostra gamma di lampade, vorremmo anche concentrarci nel settore dell'outdoor: al prossimo Salone del Mobile le novità saranno tante in tutti i settori di nostra competenza, ma ci riserviamo di stupirvi in quell'occasione.

Qual è l'attenzione che prestate all'ambiente?

Riflessi coniuga l'idea di benessere e sostenibilità che

parte dall'interno delle abitazioni e coinvolge l'ambiente che le circonda. Un ambiente al quale prestiamo grande attenzione, a partire, come dicevo, dalla selezione dei materiali, che non sono solo di altissima qualità ma sono anche riciclabili, come il legno tamburato, il vetro e l'alluminio. L'alluminio, un materiale completamente riciclabile, viene utilizzato sia come componente a vista in diversi arredi, sia per i meccanismi e le guide di tavoli e consolle, progettati all'interno dell'azienda e realizzati da fornitori presenti sul territorio, che sono in grado di recuperare e re-immettere nel ciclo produttivo gli scarti di lavorazione. Inoltre, siamo stati tra i primi in Italia a scegliere delle vernici che fossero tutte rigorosamente ad acqua.

E al sociale?

L'attenzione ai temi della cultura, dell'arte e del sociale è sempre stata nel nostro Dna. Quest'anno per esempio ci siamo impegnati a sostenere la Onlus Anffas di Ortona, associazione che riunisce le famiglie di persone con disabilità e che da oltre dieci anni impiega nel suo centro socio-occupazionale persone con disabilità, a cui insegna l'arte di produrre la carta fatta a mano utilizzando tecniche e metodologie innovative. Riflessi ha infatti affiancato il progetto Experimenta, finanziando la realizzazione di manufatti in carta di elevata qualità come partecipazioni, bomboniere solidali, lampade e altri oggetti di design. Ma non è la prima volta che ci impegniamo nel sociale: nel 2016 avevamo coinvolto un gruppo di 35 artisti, designer e fotografi, chiedendo loro di reinventare l'iconico specchio Farfalla e i risultati dell'operazione sono stati venduti a un'asta benefica a Palazzo Serbelloni per raccogliere fondi a favore di Vidas, l'associazione che offre assistenza socio-sanitaria completa e gratuita ai malati terminali.

Qual è, in sintesi, la vostra mission aziendale?

Vogliamo arredare con prodotti in grado di coniugare il saper fare artigianale e il design, ricercando l'equilibrio tra forma e funzionalità, tra bellezza e utilizzo, ma



MANUEL RITZ



Il nuovo store di Bari

soprattutto emozionando. Per farlo, abbiamo bisogno di avvicinarci ai nostri clienti, intercettando i loro gusti e dando loro ciò che vogliono quando lo vogliono, accorciando i tempi di consegna e garantendo la massima possibilità di customizzazione. Tutto questo sempre con la positività e il dinamismo che ci contraddistinguono e per il quale il pubblico ci conosce.

Quanti punti vendita avete?

Ad oggi, in Italia, Riflessi vanta sei store monomarca aperti a partire dal 2011 in importanti città quali Napoli, Milano, Reggio Calabria, Roma, Bergamo e Bari. Oltre a questi, contiamo numerosissimi punti vendita multimarca con una copertura capillare del territorio nazionale.

Quanti altri pensate di aprirne in Italia?

La nostra strategia di retail in Italia punta ad aprire

Medio Oriente. Proprio in questi mesi stiamo allacciando accordi commerciali con gli Stati Uniti e con la Cina.

Avete un piano di crescita oltreconfine?

La nostra espansione in Italia e all'estero è il frutto di una precisa strategia che punta su due leve principali: lo sviluppo retail e la definizione di importanti accordi di partnership per garantire una distribuzione capillare sui mercati internazionali. Come dicevo, stiamo lavorando per essere presenti in due mercati sani e affamati di made in Italy di qualità, come quello che noi sappiamo offrire.

A quanto ammontano fatturato e redditività e quale sarà la loro evoluzione?

Oggi registriamo un giro d'affari pari a circa 15 milioni di euro, accompagnato da una costante crescita, con un'ulteriore accelerazione negli ultimi tre anni, che hanno visto un incremento medio annuo del 25%. Ciò che ci rende particolarmente orgogliosi è la nostra ottima marginalità, resa possibile da un'attenta ottimizzazione dei costi di gestione: la mia è una filosofia anti-spreco, ereditata dalla mia famiglia fin da quando ero bambino.

Quanto pesano attualmente i mercati internazionali e quanto pensate che peseranno in futuro sul vostro business?

“ *Vogliamo arredare con prodotti in grado di coniugare il saper fare artigianale e il design, ma soprattutto emozionando.* ”

almeno uno store monomarca per regione, al fine di avere un contatto sempre più diretto con il consumatore.

Ci parli dei nuovi opening di Bergamo e Bari.

Presidiare il mercato italiano rimane una priorità per noi. Bergamo e Bari sono delle città strategiche, in cui possiamo incontrare quel target di fascia alta capace di apprezzare un prodotto studiato nei dettagli come il nostro. Come per tutti i nostri store, abbiamo scelto location situate in pieno centro e in zone a forte vocazione commerciale: a Bari nella centralissima Piazza Garibaldi e a Bergamo nella dinamica via Suardi, che gode di una grande visibilità. Entrambi gli spazi sono luminosi, spaziosi e contemporanei e ben rappresentano i valori dell'azienda quali eleganza, comfort e qualità. Li creiamo per fare in modo che chi viene a trovarci provi un'esperienza sensoriale, si senta accolto e possa immaginare scenari di vita quotidiana con i nostri prodotti.

Dov'è presente il marchio all'estero?

Siamo già presenti in Inghilterra, Francia e Germania, ma anche nell'Europa dell'Est e in Russia, oltre che in

Attualmente il 75% del nostro fatturato è ancora rappresentato dall'Italia, ma i mercati internazionali promettono di avere sempre più peso nei nostri bilanci: solo quest'anno il mercato estero ha segnato un 50% di vendite in più rispetto al 2016.

È ipotizzabile una crescita tramite acquisizioni in Italia o all'estero?

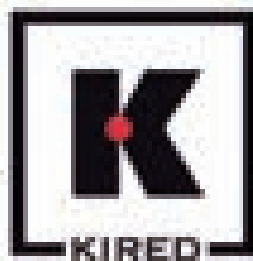
Acquisiamo realtà di diverso tipo mano a mano che cresciamo: proprio in questo periodo stiamo trattando l'acquisizione di un'azienda che produce sedie, al fine di soddisfare sempre più tempestivamente il numero altissimo di richieste che riceviamo. ■



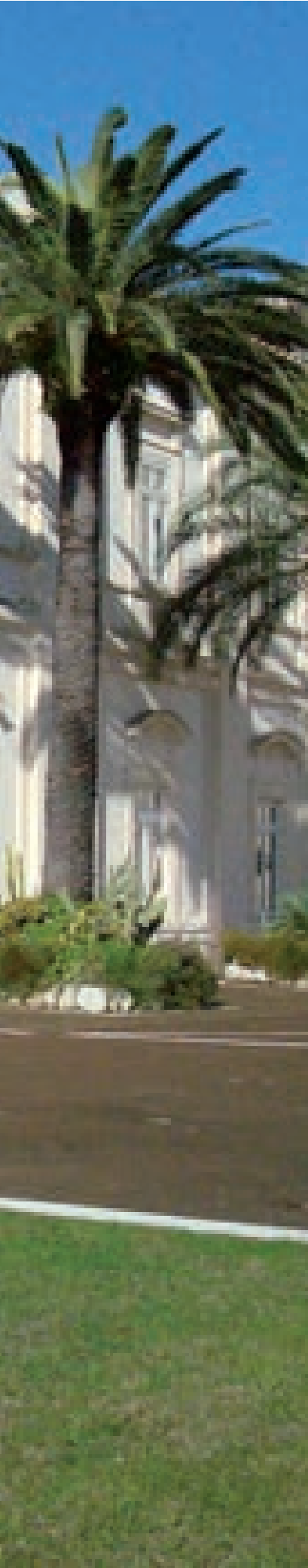
Il nuovo store di Bergamo



fall / winter 2019







San Leucio

Splendido scrigno di storia

DI MARCO NOTA

San Leucio è uno splendido scrigno di storia poco distante da Caserta. Il sito reale è stato riconosciuto Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO. Nel 1750 Carlo III comprò il sito dai Gaetani di Sermoneta, principi di Caserta. Qui Andrea Matteo Acquaviva, signore di Caserta, aveva fatto edificare tra il XVI e il XVII secolo il palazzo del Belvedere di San Leucio che prendeva il nome dalla sua collocazione, in “falda di una collina cha da essa si mira un bellissimo verde”. Nel 1776 nacque la Colonia di San Leucio e nel 1778, per decisione del Re fu intrapresa la manifattura della seta. L'architetto Francesco Collecini fu quindi incaricato di trasformare il complesso in fabbrica. L'attività serica ebbe grande successo: ancora oggi le produzioni di San Leucio si possono ritrovare in Vaticano, al Quirinale, nello Studio Ovale della Casa Bianca. Nel 1866 i leuciani furono protagonisti di una petizione in cui chiedevano di divenire Comune Autonomo. Nello stesso anno la Colonia di San Leucio venne elevata a comune amministrativo. È del 1928, invece, l'aggregazione al comune di Caserta.

Nel complesso monumentale è visitabile il Museo della seta, dove si trovano





i telai, due enormi torcitori cilindrici mossi dalla ruota idraulica posta nel sottosuolo, strumenti e attrezzi per la lavorazione della seta e sono esposti i pregiati tessuti serici di San Leucio. Nell'appartamento reale si trovano dipinti caratterizzati da scene allegoriche, si può ammirare dall'alto la Chiesa di San Ferdinando re, posta all'interno del Palazzo, mentre nel Bagno della Regina sono presenti le opere di Philipp Hackert. I Reali giardini adiacenti al Palazzo sono terrazzati e, volendo, si può visitare la Casa del Tessitore, esempio di casa donata dal sovrano agli operai che decidevano di sposarsi tra loro.

Il tufo giallo del Monte Fiorillo per gli esterni, il marmo di Mondragone e il legno di cipresso per gli interni, argento, bronzo, porcellane per gli arredi e le suppellettili caratterizzano, invece, la Chiesa di Santa Maria delle Grazie, che fu voluta dal re Ferdinando IV e costruita da Francesco Collecini, allievo del Vanvitelli. Fu consacrata il 30 giugno 1803. Vi lavorarono artisti come Cosimo de Focatiis, Raffaele Mattioli e Pietro Saja.



San Leucio è uno splendido scrigno di storia poco distante da Caserta. Il sito reale è stato riconosciuto Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO. Nel 1750 Carlo III comprò il sito dai Gaetani di Sermoneta, principi di Caserta. Qui Andrea Matteo Acquaviva, signore di Caserta, aveva fatto edificare tra il XVI e il XVII secolo il palazzo del Belvedere di San Leucio.



BARONIO

perfect trousers

BARONIO.SPACE



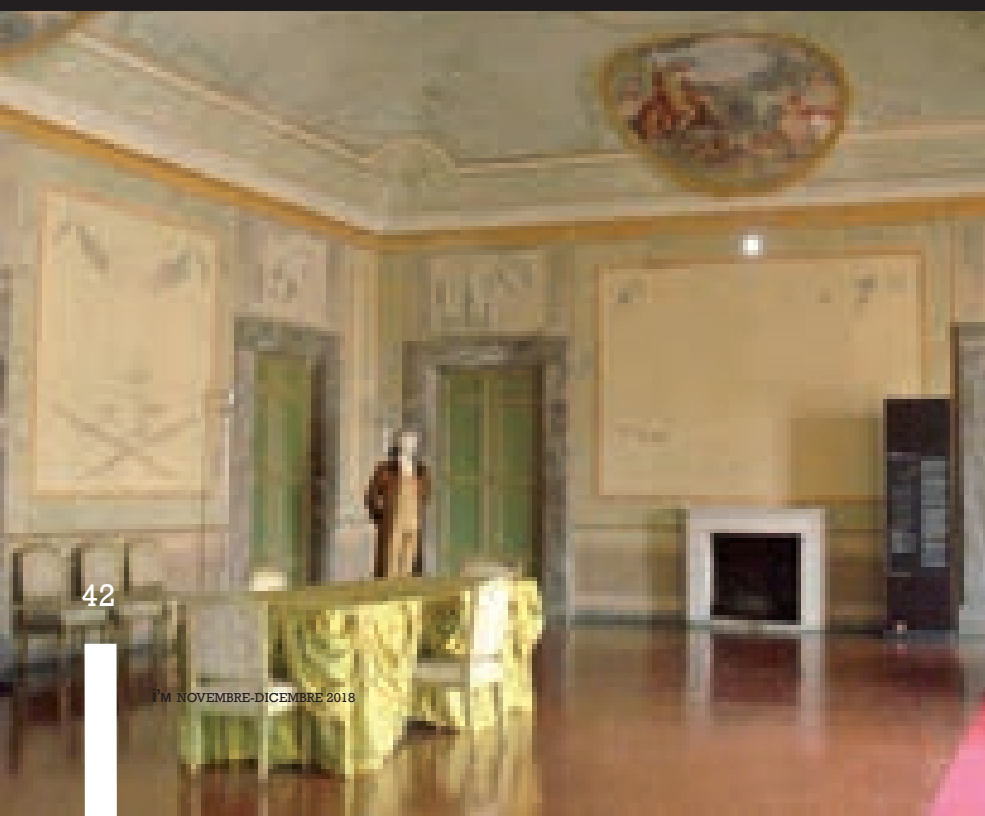


Tra gli eventi che si tengono ogni anno a San Leucio, è da ricordare sicuramente il Corteo Storico della Real Colonia di San Leucio, a cui partecipano figuranti che sfilano indossando costumi d'epoca. In occasione della presentazione dell'ultima edizione il presidente dell'associazione Corteo Storico, Donato Scialla, ha detto che "l'obiettivo che abbiamo perseguito è dar seguito alle tradizioni dell'epoca, tra cui in particolare quella serica. Per noi leuciani il corteo dura tutto l'anno e non è un caso se si ripete da circa quarant'anni: è qualcosa che sentiamo sulla pelle ed ogni volta tentiamo di realizzarlo nel migliore dei modi".

Nella stessa occasione il sin-

Nel complesso monumentale è visitabile il Museo della seta, dove si trovano i telai, due enormi torcitoi cilindrici mossi dalla ruota idraulica posta nel sottosuolo, strumenti e attrezzi per la lavorazione della seta e sono esposti i pregiati tessuti serici di San Leucio.

I Reali giardini adiacenti al Palazzo sono terrazzati e, volendo, si può visitare la Casa del Tessitore, esempio di casa donata dal sovrano agli operai che decidevano di sposarsi tra loro.



daco di Caserta, Carlo Marino, ha affermato: "Il corteo storico non sarà solo una festa, ma servirà a costruire il modello culturale che dovrà essere messo a disposizione delle nuove generazioni, le quali dovranno essere capaci di custodire questa storia come un prezioso tesoro. Non sarà quindi un evento singolo, ma parte di un percorso più ampio, proprio come avveniva all'epoca di Ferdinando. La sfida è rendere questo appuntamento un simbolo dell'intera città, per costruire una Caserta migliore. Per raggiungere questo scopo l'amministrazione comunale sarà sempre al fianco della popolazione leuciana". ■

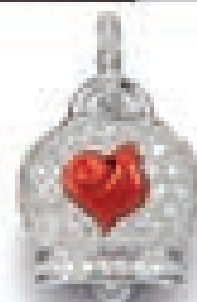


Chantecler
CARRI



NAPPAGIOIELLI

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





TAGLIATORE

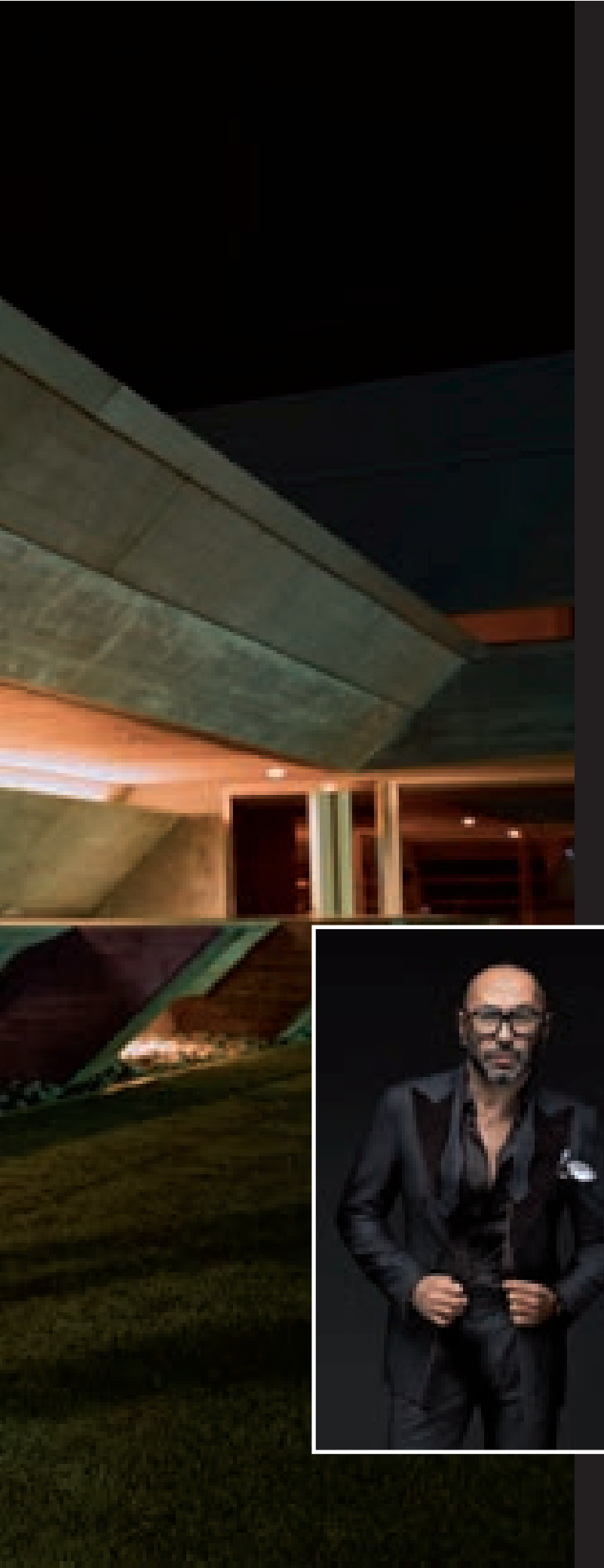
Obiettivo Stati Uniti

Il direttore creativo Pino Lerario: "Contiamo di esportare presto i nostri prodotti anche negli Usa"

44

DI **SERGIO GOVERNALE**

I'M NOVEMBRE-DICEMBRE 2018



“Stiamo valutando con attenzione anche l'ingresso in nuovi mercati, tra cui gli Stati Uniti, dove contiamo di esportare presto i nostri prodotti”. Così il

direttore creativo di Tagliatore, Pino Lerario.

Calzature, giacche, pantaloni: come procede la brand extension?

Il progetto si espande e si arricchisce stagione dopo stagione con l'inserimento di nuove categorie merceologiche in linea con la filosofia del brand, per raggiungere l'obiettivo di un total look Tagliatore.

Cos'è che caratterizza il vostro marchio?

Made in Italy, grande ricerca e gusto impeccabile e originale, con un'attenta strategia commerciale. Il vero made in Italy è senza dubbio ancora sinonimo di prestigio, una sorta di faro nel mondo della moda, e non solo, al quale volgere lo sguardo per potersi orientare. E poi la passione del saper fare, che è un elemento indispensabile tipico della nostra italianità e di una mente creativa e curiosa attenta ai cambiamenti della moda e della società.

Come e quando nasce Tagliatore?

Una passione che si tramanda da tre generazioni, fin dal lontano 1940, che ha coinvolto prima mio nonno, poi mio padre e ora me. Io sono l'esponente della tradizione sartoriale che prende spunto dalla lezione di mio nonno e di mio padre che producevano prima scarpe e, successivamente, capi di abbigliamento. Il marchio nasce vent'anni a Martina Franca, in provincia di Ta-

ranto. Una storia, posso dire, coronata da successi e gratificazioni venute anche dal mondo del cinema con la realizzazione degli abiti di scena del primo e indimenticabile film Batman. In tutti questi anni abbiamo sostenuto e incrementato, attraverso competenze e manodopera specializzata, una filiera produttiva tutta italiana dal grande carattere distintivo. Valorizzando un settore, quello manifatturiero, che proprio nel made in Italy pone le premesse per una espansione sui mercati mondiali, che richiedono sempre più qualità intesa anche come gusto e innovazione.

Parli della produzione.

Mentre la maggior parte delle aziende manifatturiere italiane hanno delocalizzato la produzione in Paesi dal basso costo della manodopera, noi abbiamo preferito continuare a puntare sulla grande professionalità dei nostri 180 validissimi collaboratori, producendo all'interno



Pino Lerario



Tagliatore si contraddistingue per la proposta di un prodotto made in Italy con un ottimo rapporto qualità-prezzo e per l'offerta di materiali e modelli esclusivi, frutto di una ricerca mirata. I nostri capi vengono apprezzati perché conservano un'artigianalità sartoriale, pur essendo realizzati in prospettiva di azienda moderna.



della nostra azienda circa 340 capispalla al giorno, che vengono distribuiti attualmente a circa 800 clienti in Italia e all'estero all'interno di un selezionato circuito retail dedicato alla sartorialità e alle eccellenze del made in Italy. I capi Tagliatore sono realizzati solo ed esclusivamente con i migliori tessuti italiani, ancora oggi prevalentemente rifiniti a mano, e sono soggetti a un rigoroso controllo di qualità.

Che cosa rappresenta oggi il brand nel panorama della moda uomo?

Tagliatore si contraddistingue per la proposta di un prodotto made in Italy con un ottimo rapporto qualità-prezzo e per l'offerta di materiali e modelli esclusivi, frutto di una ricerca mirata. I nostri capi vengono apprezzati perché conservano un'artigianalità sartoriale, pur essendo realizzati in prospettiva di azienda moderna.

Come si è chiuso il 2017 e come contate che si chiuda il 2018?

Nel 2017 abbiamo realizzato un fatturato di 22,5 milioni di euro e contiamo di chiudere il 2018 con un incremento del 5% circa. Un segno positivo grazie al consolidamento del mercato Europa, con focus su Italia, Germania, Austria e Svizzera, ma anche l'importante attività commerciale programmata in Giappone, una conquista che si è rivelata fondamentale per il nostro brand.

Dove immagina possa arrivare il brand tra cinque anni?

A meno di cambiamenti drastici nelle politiche economiche nazionali e internazionali, immagino che potrebbero esserci i giusti presupposti da qui a cinque anni per iniziare la distribuzione del prodotto anche attraverso negozi monobrand.

Dove siete presenti in Italia?

Le nostre collezioni uomo-donna sono presenti in circa 450 punti vendita multi-brand distribuiti in tutto il territorio.

E all'estero?

I nostri mercati di riferimento all'estero sono Giappone, Germania, Austria, Svizzera, Canada, Olanda, Svezia, Norvegia, Danimarca, Turchia e Corea del Sud. Siamo presenti in circa 350 boutique multi-brand complessivamente in questi Paesi.

Qual è il piano di espansione internazionale?

Stiamo valutando con attenzione anche l'ingresso in nuovi mercati. Contiamo di esportare presto i nostri prodotti anche negli Stati Uniti.

Ci parli dell'ultima collezione.

È un elogio visivo e tattile del capo simbolo del guardaroba maschile, la giacca, che per noi è sempre sinonimo di eleganza, raffinatezza e no time attitude. La

GAZZARRINI



collezione autunno-inverno 2018-2019 si articola su proposte di capispalla dal chiaro sapore British in perfetta armonia con l'eleganza espressa dall'iconica via inglese di Savile Row e un piglio rock, sempre parte importante del Dna di Tagliatore. Ai capispalla formali con martingala sagomata si alternano coat di chiara ispirazione military, riedizione delle regie divise austroungariche, trench over con cintura e falda su spalla e un'inedita trucker jacket dai bottini anticati e fit sciancrato.

E poi?

Gli abiti, mono e doppiopetto sono sfoderati e destrutturati con rever a lancia e bottoni lavorati secondo antichi disegni provenienti dalla terra di Puglia. Lane, cashmere e alpaca per la fredda stagione invernale si tingono di colori caldi e materici, un mix di cromie che si fondono tra loro in un concerto armonico. Ottanio, night blue e rust sono i colori impiegati per i capi plain colored. Il grigio in tutte le sue nuance: nelle fantasie check, irrinunciabili per il brand, si unisce al biscuit, al cognac e al nero. I dettagli sartoriali, come le asole aperte e i bottoni in metallo e corno dalle fogge inedite e personalizzate, caratterizzano ulteriormente l'allure ricercata dell'uomo Tagliatore. Ma non finisce qui.

Ovvero?

Il nome Tagliatore si deve all'attività di mio nonno, che realizzava calzature, riferendosi all'attività di intagliare le tomaie. Proprio la calzatura è il nuovo importante inserimento nel progetto di brand extension, che l'azienda sta sviluppando già da quattro stagioni per proporre un total look completo. Undici i modelli, Oxford, derby, mocassini e duilio coda di rondine, interamente realizzati in Italia da maestri calzolai toscani secondo la più antica tradizione. I materiali pregiati come il vitello abrasivato, spazzolato o washed hanno suole in cuoio rifinite a mano e inserti isole in gomma antipioggia personalizzate con logo Tagliatore. Alcuni modelli hanno finiture vintage, mentre in altre varianti è presente la pelle stampata cocco.

Quali saranno le prossime novità?

L'ampliamento della capsule leather con l'inserimento di modelli dal gusto tipicamente invernale, come lo shearling.

Dia un messaggio ai vostri clienti effettivi e potenziali.

Il mio non può che essere un messaggio di ringraziamento per la stima e l'affetto dimostratici in tutti questi anni. Continueremo con grande impegno in futuro a emozionare la nostra clientela con i nostri prodotti. ■



*Il nome **Tagliatore** si deve all'attività di mio nonno, che realizzava calzature riferendosi all'attività di intagliare le tomaie. Proprio la calzatura è il nuovo importante inserimento nel progetto di brand extension, che l'azienda sta sviluppando già da quattro stagioni per proporre un total look completo.*

LIFE IS ABOUT MOMENTS



Numero Verde 800 20 20 20
 Numero Verde 800 20 20 20
 Numero Verde 800 20 20 20



BAUME & MERCIER
 MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

NAPOLI Via Principe / Piazza Capelli / Marconi / Piazza - CASTELLAMARE DI STABIA (NA) Giardiniere / Via Roma
 MARANO (NA) Giuseppe Piccirilli - NOLA (NA) Corso Vittorio - SANT'ANTONIO (NA) Corso
 SORENTINO (NA) Via Regina del Giocetto - CASERTA, (fondata 1871) - SANTA MARIA CAPUA VETERE (CE) Via Roma



Ideas for My Home

MADIA C WOOD - SPECCHIO PANDORA
LAMPADE MERIDIAN
POLTRONCINE CARMEN - TAVOLINO LUMIERE
TAVOLO TREBLE - SEDIE ANCY



STORE
MILANO PIAZZA VELASCA 6
ROMA VIA PO 34
NAPOLI V.LE KENNEDY 415/419
BARI P.ZZA GARIBOLDI 75/A
BERGAMO VIA GUARDI 7
REGGIO CALABRIA C.SO GARIBOLDI 585

RIFLESSI

DESIGNED AND MADE IN ITALY

riflessi.it

SERENA ROSSI

Tanti premi ma uno su tutti: Diego

DI ILARIA CARLONI

Un periodo d'oro quello che sta vivendo la dolcissima Serena Rossi, che dopo i numerosi premi vinti per il film dei Manetti Bros, "Ammore e Malavita", ha appena realizzato il sogno di interpretare Mia Martina, nel film "Io sono Mina", che andrà in onda la prossima stagione. Un ruolo molto impegnativo in cui ha potuto conciliare il suo amore per la recitazione con quello per il canto. Ma l'amore che prevale su tutti, è quello per il piccolo Diego, nato dalla relazione decennale con l'attore Davide Devenuto. Ed è proprio da quando è diventata mamma, che la sua vita lavorativa ha preso una virata molto positiva: "Mi dicevano che la maternità avrebbe segnato una battuta d'arresto, ed invece da quando è nato Diego non mi sono più fermata". Sarà che i figli portano bene, Serena ne è convinta: "Si è spigionata una enorme energia grazie a lui, che da quando è nato mi ha accompagnata ovunque, sui set, camerini, sale trucco, teatro..."

Un momento lavorativo magico. Ci fa una sintesi?

Lavorativamente, dopo tutti i meravigliosi premi ricevuti grazie ad "Ammore e Malavita" dei Manetti Bros, sono tornata sul set con loro, in una puntata dell'ispettore Coliandro. Abbiamo girato a Bologna e andrà in onda la primavera prossima su Raidue. Già avevo fatto una puntata anni fa, e questo personaggio adesso ritorna. Sono una bolognese tutta casa e chiesa. Dai Manetti Bros mi faccio plasmare a modo loro, da parrucche afro, a dark lady...

La vedremo anche al cinema...

Sì, ho appena finito di girare "Brave Ragazze" con la regia di Micaela Andreozzi tratto da una storia vera. È un film tutto al femminile, dalla regista, alle protagoniste. È ambientato negli anni Ottanta, ma è incredibilmente attuale, perché parla del tema scottante di una donna che subisce violenze dal marito, ma non denuncia perché ritiene che sia una condizione naturale da dover subire. Nonostante tutto, è una commedia molto divertente, inter-



Serena Rossi. Nata a Napoli il 31 agosto, 1985. Si divide tra televisione, cinema, teatro e musica. In tv ha recitato in "Un posto al sole", ne "Il commissario Montalbano", in "Sant'Agostino", "R.I.S.". Nel 2014 ha partecipato a "Tale e quale show", vincendo la quarta edizione. Prossimamente la vedremo al cinema con "Le brave ragazze", e in tv in una puntata dell'ispettore Coliandro e "Io sono Mia" sulla vita di Mia Martini. Ha vinto il Nastro d'argento, il David di Donatello per la canzone Bang Bang cantata nel pluripremiato film dei Manetti Bros, "Ammore e Malavita". Ha avuto nel novembre 2016 un figlio, Diego, nato dalla relazione decennale con il collega Davide. Devenuto con cui convive a Roma. È testimonial del brand di orologi Baume & Mercier.

pretata da me, Ilenia Pastorelli, Ambra Angiolini, Silvia D'Amico e con la partecipazione di Luca Argentero e Stefania Sandrelli. È una storia di amicizia in cui queste ragazze, insieme, stravolgeranno il loro destino.

Come è stato girare tra tutte donne? C'è stata rivalità?

Siamo state tutte molto affiatate, sfatando il mito della rivalità tra donne. Il successo degli altri in genere porta invidia, ma avviene tra donne e uomini in egual modo. Io cerco di guardare molto a me stessa e poco agli altri. Anche quando vedo attori che lavorano più di me, non provo invidia, ma lo prendo come stimolo per far meglio.

Diventare mamma in genere comporta una battuta d'arresto, specie per un'attrice. Per lei è stato il contrario...

Diego mi ha portato sicuramente bene, è stato un angelo nella mia vita. Da quando è nato, mi ha accompagnato su tutti i set e in tournée, sale trucco, camerini. I figli cambiano in meglio, perché danno una energia enorme ma anche il giusto distacco nell'affrontare il lavoro. L'impegno che metti nelle cose diventa meno totalizzante.

Totalizzante è stato quello messo nel film "Io sono Mia" sulla vita dell'artista Mia Martini. Come ha affrontato un ruolo così difficile?

È stata una grande responsabilità, ma anche una grande emozione. Ho provato un amore incredibile per questa artista così complessa. Il provino l'ho fatto tre anni fa con l'aiuto di Maria Grazia Fontana, mia coach in "Tale e quale show". Grazie a lei ho affrontato la difficile vocalità di Mina. Superato il provino, questo ruolo è rimasto congelato per tre anni e poi le cose si sono magicamente sbloccate, credo sempre grazie a mio figlio Diego. Abbiamo girato un mese a Sanremo e Roma. Andrà in onda su Raiuno l'anno prossimo.

È stato più difficile preparare l'aspetto canoro o quello psicologico?

L'aspetto canoro è strettamente collegato a quello psicologico ed il suo stesso modo di cantare era legato a certi stati d'animo. Quindi la preparazione è stata canora e psicologica insieme.

È stata felice di conciliare recitazione e canto, le sue due passioni?

È stata un po' la mia battaglia. Ho sempre avuto questo forte dualismo dentro di me tra recitazione e canto. Mi hanno sempre detto che avrei dovuto scegliere, quando invece gli attori in America devono saper fare praticamente tutto: dall'andare a cavallo, a cantare, ballare ecc.. Il primo lungimirante è stato Alberto Bader in "Un posto al sole", che mi ha permesso per la prima volta di interpretare un ruolo in cui cantavo. Poi ho fatto un musical, e poi "Tale e quale show". Questo programma ha fatto abbattere molte barriere, infatti



“

Diego mi ha portato sicuramente bene, è stato un angelo nella mia vita. Da quando è nato, mi ha accompagnato su tutti i set e in tournée, sale trucco, camerini. I figli cambiano in meglio, perché danno una energia enorme ma anche il giusto distacco nell'affrontare il lavoro. L'impegno che metti nelle cose diventa meno totalizzante.

”



“

Io e Davide siamo sempre alle sue spalle, a guardarlo mentre scopre il mondo. Ho fatto un tatuaggio con tre rondini: una piccola rondinella che spicca il volo, e le due rondini dietro che la osservano. È il simbolo della nostra famiglia e del nostro modo di crescere Diego.

”



dopo il programma ho doppiato il film di animazione “Frozen”, e c’è un altro progetto del genere per Natale di cui però non posso parlare ancora.

Ci descriva l’emozione del David...

L’emozione del David di Donatello è stata unica. È stata la prima volta che sono rimasta quasi ammutolita sul palco, finché non ho aperto bocca per dedicare il premio a Davide e Diego. Hanno inquadrato Davide che piangeva in platea mentre io parlavo. Quella serata non la dimenticherò mai.

Tanto lavoro, ma la sua priorità resta il ruolo di madre. Come è cambiata la sua vita dalla nascita di Diego?

Solo in meglio perché il mio senso materno è innato, me lo porto dentro sin da quando ero bambina. Adoro accudire chi amo, dal partner ai miei familiari. Quindi

potermi finalmente dedicare a mio figlio ha dato un senso profondo alla mia vita.

Che mamma è?

All’inizio lo sentivo talmente mio che mi dava fastidio che gli altri lo toccassero. Ho faticato... Poi ho capito che io l’ho fatto, ma che l’ho regalato al mondo. Sono orgogliosa di vederlo che raggiunge i suoi piccoli traguardi.

Che genitori siete lei e Davide (Devenuto ndr)?

Io e Davide siamo sempre alle sue spalle, a guardarlo mentre scopre il mondo. Ho fatto un tatuaggio con tre rondini: una piccola rondinella che spicca il volo, e le due rondini dietro che la osservano. È il simbolo della nostra famiglia e del nostro modo di crescere Diego. Ho scelto la rondine perché è un uccello che ritorna sempre al nido. E questo che mi auguro: che nostro figlio





Amina Rubinacci

SAFARI CAMPI FORTI DEL MARONE - MILANO - ROMA - TORINO

possa sempre tornare al suo nido e considerarci i suoi punti di riferimento.

Che padre è Davide?

È dolcissimo, giocherellone e molto innamorato. Lo guarda e ancora si commuove. La presenza dei genitori è fondamentale perché credo che dietro un adulto sicuro di sé, ci sia un bambino con dei genitori presenti, che abbiano trasmesso fiducia verso il mondo e gli altri.

Lei e Davide siete entrambi attori. Come vivete il lavoro comune?

Credo che amare significhi desiderare il bene dell'altro. Una storia d'amore si deve basare sul desiderio di vedere realizzata la felicità dell'altro. E noi siamo i nostri principali fan. Davide mi sprona e siamo una squadra oltre che una famiglia. Quindi ci supportiamo a vicenda nei reciproci impegni.

Un amore lungo dieci anni che andrebbe coronato col matrimonio. Lei lo desidera?

Certo! Sogno l'abito bianco, anche se come dice Davide abbiamo fatto tutto ciò che sugella un legame: comprato casa, convivere, fare un figlio. Ora siamo molto impegnati e stanchi per pensare alle nozze, ma sogno che un giorno possiamo finalmente festeggiare tutto questo amore con le nostre reciproche famiglie. Un giorno di festa da dedicare a noi stessi. Ecco, così vedo il Matrimonio.

Il nome Diego riporta necessariamente al Dio dei napoletani: Maradona. È casuale o voluto?

È certamente un nome che ho voluto dedicare alle mie origini napoletane, perché è un nome borbonico oltre che quello di Maradona, e ci voleva visto che ho un compagno juventino!

Il rapporto con Napoli?

Napoli è radici, rapporto amoroso, conflittuale, e quando ci torno respiro, perché è il mio posto del cuore e sono sempre orgogliosa di portare Napoli al cinema.

IM?

IM.. molto mamma. Totalmente mamma. Nonostante tutto il lavoro che c'è in questo momento magico della mia vita, la mia priorità e gioia assoluta è mio figlio, che mi ha riempito di significato. Ieri mi ha detto in videochiamata "mamma qua", ed io sto prendendo l'ultimo treno per vederlo stanotte e tornare domattina col primo treno a girare. ■

I'M NOVEMBRE-DICEMBRE 2018



“
IM.. molto mamma. Totalmente mamma. Nonostante tutto il lavoro che c'è in questo momento magico della mia vita, la mia priorità e gioia assoluta è mio figlio, che mi ha riempito di significato. Ieri mi ha detto in videochiamata "mamma qua", ed io sto prendendo l'ultimo treno per vederlo stanotte e tornare domattina col primo treno a girare.
”

LIU:JO



A black and white photograph of a stone building with a thatched roof, partially obscured by bare tree branches. In the foreground, there is a garden with several large, rounded topiary bushes. The text 'FRACOMINA' is overlaid in the lower half of the image.

FRACOMINA

SHOP AT FRACOMINA.IT





Chopard

DE RIGO

Una crescita lunga quarant'anni

Il direttore marketing house brands del gruppo di occhialeria Barbara, figlia del fondatore e cavaliere del lavoro Ennio: "Ci espanderemo ancora un po' ovunque nel mondo con lo spirito di condivisione che ci caratterizza"

62

DI **SERGIO GOVERNALE**



“ *Lo spirito che caratterizza l'azienda è quello della condivisione e dell'umiltà. Sia nei momenti top che in quelli più difficili ci siamo sempre posti nei confronti di tutti con un approccio di collaborazione.* ”

Quarant'anni di crescita continua. De Rigo festeggia le sue prime quattro decadi con lo spirito di condivisione che lo caratterizza nell'anima, nei confronti di dipendenti e collaboratori. Con l'obiettivo di proseguire a espandersi “un po' ovunque” nel mondo. Come spiega Barbara De Rigo, direttore marketing house brands dell'omonimo gruppo di occhialeria e figlia del fondatore Ennio, che proprio quest'anno ha ricevuto l'investitura a cavaliere del lavoro.

Partiamo dall'inizio: come nasce l'idea imprenditoriale di suo padre?

In realtà l'idea nasce un po' per caso: mio padre era impegnato nell'edilizia a Cortina d'Ampezzo dopo il boom delle Olimpiadi del '56. Gli viene proposto di entrare in una piccola società di occhiali come socio finanziatore. Dopo qualche anno la rileva. Inizialmente la società lavora in conto terzi, poi nell'83 l'intuizione di creare un brand di proprietà: Police. E da quel momento in poi l'impegno è totale e totalizzante. Nello stesso anno viene acquisita la storica azienda Lozza, emblema di occhiale italiano che negli anni '70 aveva raggiunto l'apice di popolarità. Nell'85 si crea un secondo brand Sting e negli anni '90 i tre brand diventano un punto di riferimento per gli occhiali da sole sia in Italia che all'estero.

Cos'ha detto suo padre quando a giugno ha ricevuto l'onorificenza?

È stato un bellissimo momento a coronamento di una vita di sacrifici, arrivato in occasione del 40° anniversario dell'azienda. All'inizio era emozionato e quasi incredulo. Ha chiesto un incontro con tutti i dirigenti dell'azienda ringraziando di quanto avevano fatto e per condividere l'onorificenza con tutti, in quanto ha detto che questo risultato è arrivato grazie all'impegno e alla dedizione di tutti.

Qual è lo spirito che ha caratterizzato e caratterizza ancora oggi la società?

Lo spirito che caratterizza l'azienda è quello della condivisione – “We Share the Vision” è il payoff dell'azienda – e dell'umiltà. Sia nei momenti top che in quelli più difficili lo spirito non è mai cambiato: ci siamo sempre posti nei confronti delle persone che lavorano con noi, siano esse dipendenti – o meglio collaboratori – o clienti, con un approccio di collaborazione.

Possiamo condensarlo nella mission aziendale o c'è dell'altro?

La mission aziendale è quella di portare lo stile e la



Ennio e Barbara De Rigo

“

La forza della nostra strategia sta nell'attenzione al cliente e nel saperci adattare rapidamente alle esigenze e alle tendenze specifiche dei mercati, personalizzando l'offerta secondo le peculiarità dei singoli Paesi. Per questo motivo abbiamo scelto di lavorare anche con alcuni brand "locali" quali Mulberry, Tous, Victor Hugo o Jones New York.

”



Blumarine

tradizione italiana dell'eyewear in tutto il mondo, mettendo la nostra esperienza al servizio dell'ispirazione e dell'aspirazione di ogni singolo Paese. Le nostre creazioni riflettono una storia imprenditoriale fatta di persone, relazioni dai valori genuini e ricerca continua, processi creativi originali e innovazione stilistica, brand inimitabili ed eccellenza qualitativa. Un approccio unico e inconfondibile: fin dal primo giorno abbiamo scelto di credere nelle persone, mettendo nelle relazioni la stessa cura che dedichiamo al design e alla produzione dei nostri occhiali.

Che cosa rappresenta oggi De Rigo nel panorama italiano e internazionale?

De Rigo è un'azienda familiare in cui business e attenzione alle persone vanno di pari passo. Siamo riconosciuti come una delle aziende leader nel medio di gamma con un portafoglio marchi ben articolato in questo segmento. Offriamo design, qualità e servizio di prim'ordine.

Quali sono i marchi in portafoglio?

I nostri marchi sono Lozza, Lozza Sartoriale, Police e Sting e con le licenze Blugirl, Blumarine, Carolina Herrera New York, Ch Carolina Herrera, Chopard, Converse, Dunhill London, Escada, Fila, Furla, John Varvatos, Jones New York, Lanvin, Loewe, Lucky Brand, Nina Ricci, Tous, Trussardi, Victor Hugo e Zadig&Voltaire.

Qual è il vostro punto di forza?

La forza della nostra strategia sta nell'attenzione al cliente e nel saperci adattare rapidamente alle esigenze e alle tendenze specifiche dei mercati, personalizzando l'offerta secondo le peculiarità dei singoli Paesi. Per questo motivo abbiamo scelto di lavorare anche con alcuni brand "locali" quali Mulberry, Tous, Victor Hugo o Jones New York.



Sting



Lozza



SILVIAN HEACH

Avete anche qualche debolezza o qualche aspetto che volete migliorare?

Abbiamo sia debolezze che aspetti da migliorare e ci lavoriamo quotidianamente.

Ci sono novità in arrivo in termini di ulteriori acquisizioni?

Non abbiamo novità in arrivo in termini di acquisizioni. Stiamo lavorando per integrare e ottimizzare l'acquisizione dell'azienda americana Rem Eyewear fatta nell'estate del 2016.

E in termini di prodotti?

In termini di prodotti siamo sempre al lavoro per chiudere nuovi accordi di licenza e collaborazioni tra brand, ma fintanto che non sono chiusi non possiamo svelare nulla.

Qual è la vostra presenza nel Belpaese e all'estero?

L'Italia per noi rappresenta circa l'8% del fatturato. Siamo ben presenti in tutta l'Europa con Spagna e Francia in testa e in Oriente con Giappone e Corea in testa. L'America è il mercato con il potenziale di crescita più alto, ma puntiamo a crescere un po' ovunque.

Qual è stato il fatturato 2017 e come contate di chiudere il 2018 che si avvia alla conclusione?

Il fatturato consolidato del 2017 è aumentato del 4%, attestandosi a 430,4 milioni di euro rispetto ai 413,6 milioni realizzati nel 2016. A cambi costanti, il fatturato del gruppo è aumentato del 5,5%. Il fatturato della divisione Wholesale è aumentato del 7% a 254,5 milioni di euro dai 237,8 milioni realizzati nel 2016 principalmente per effetto del consolidamento della De Rigo Rem e di De Rigo Australia per l'intero esercizio, oltre alla crescita in mercati quali Brasile, Spagna e Portogallo, che tuttavia è stata parzialmente compensata dalla debolezza del mercato asiatico, mediorientale e turco. Il 2018 sta andando meglio dell'anno precedente, tuttavia normalmente non forniamo dati previsionali di chiusura.

De Rigo non è solo occhiali, ma è anche socialmente attiva: vuole ricordare come?

In occasione del 40° anniversario, la nostra famiglia ha deciso di creare una fondazione a sostegno dei giovani. La Fondazione De Rigo H.E.ART (pseudonimo che sta per health, quindi salute, education, quindi formazione e art per arte) ha lo scopo di sostenere i giovani in questi ambiti per far sì che, liberi da fardelli, possano dare un contributo alla società e al nostro Paese nel futuro. Il logo è stato realizzato dagli studenti dello Ied di Venezia, quindi spazio e sostegno ai giovani che oggi si trovano in un contesto economico più complicato. ■

L'azienda



“

La mission aziendale è quella di portare lo stile e la tradizione italiana dell'eyewear in tutto il mondo

”





CAMOMILLA®

italia

#WomenNeverStop | comomillaitalia.com | info franchising 800.895.895



PIPPO PELO

*“Radio Kiss Kiss
è la mia vita”*

68

DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI ANDREA GULÌ



Pippo Pelo. All'anagrafe Cesare Falcone. Nato a Salerno, il 16 settembre 1966, è uno showman e conduttore radiofonico, attualmente nello staff di Radio Kiss Kiss, dove conduce lo show radiofonico Pippo Pelo Show tutte le mattine, dal lunedì al venerdì dalle 7 alle 9. In teatro e al cinema ha lavorato tra gli altri con Vincenzo Salemme e Francesco Paolantoni.

Cesare Falcone, in arte Pippo Pelo, è uno dei più grandi conduttori radiofonici italiani, nello staff di Radio Kiss Kiss da quasi trent'anni. Per la famosa emittente conduce il morning show "Pippo Pelo Show" con la collega Adriana, uno dei programmi radiofonici più seguiti nel nostro Paese. Lo speaker salernitano ha rivelato doti artistiche versatili, spaziando dal teatro al cinema, dove lo abbiamo visto, nelle vesti di attore, nel film di Vincenzo Salemme "Amore a prima vista" e poi ancora in "Apri gli occhi e...sogna" di Rosario Errico e in "Parentesi tonde" di Michele Lunella. Lo scorso anno ha interpretato se stesso nel film "Vieni a vivere a Napoli" diretto da tre giovani grandi registi tra i quali Edoardo De Angelis. Con Alessandro Siani è nato un rapporto di reciproca stima, tanto che il regista che già lo aveva voluto nel cast de "Il principe abusivo", gli ha affidato un cameo nel suo prossimo film dal titolo "Il giorno più bello del mondo". Molti lo ricordano come uno dei protagonisti degli scherzi più esilaranti del noto programma "Scherzi a parte", ma Pippo Pelo è stato anche un talent scout: lui ha "scoperto", ad esempio, Gigi e Ross e Virginia Raffaele. In questa intervista si racconta, dagli esordi ad oggi, racconta la "sua" radio e di quella volta che...

Cosa rappresenta per lei Radio Kiss Kiss?

Radio Kiss Kiss è la mia vita. Ci sono entrato a fine '89, l'anno prossimo saranno trent'anni che siamo fianco a fianco. Lo ammetto, sono stato tentato da emittenti milanesi, romane, realtà dove i media sono più forti, ma non più forti di noi. Kiss Kiss rappresenta un vero e proprio mi-



racolo, partendo in svantaggio, da Napoli, si è andata a confrontare con i colossi del nord dove la radio e i media in generale avevano un altro potere...oggi è tra le prime radio del nostro Paese e io ho combattuto per questo. Per me Kiss Kiss è una scommessa vinta, la mia grande passione, la compagna che non ho, visto che sono single!

Un programma a cui è particolarmente legato e perché?

Sono legato a tutti i miei programmi ma "Facciamo Candy Candy" è stato molto forte. Era una trasmissione notturna, un gioco eroticomico in cui gli ascoltatori dovevano riproporre in chiave erotica scene di film cult. Ha avuto diversi riconoscimenti tra cui il Telegatto, se n'è parlato al Maurizio Costanzo Show, molti quotidiani hanno scritto di noi, lo hanno fatto Aldo Grasso e Giampiero Mughini. Il segreto del successo di "Facciamo Candy Candy" credo sia stato il viaggiare sul filo del rasoio: bastava un soffio per cadere nella volgarità eppure questo scivolone non si è mai verificato.

Da quando ha esordito, dal 1990 ad oggi, il mondo della comunicazione ha vissuto una rivoluzione. Per uno speaker radiofonico cosa è cambiato in meglio e cosa in peggio?

Prima che la tecnologia arrivasse ai livelli che conosciamo, si usava ancora l'immaginazione e questo forse rendeva le cose più affascinanti. Allora, però, la radio era un po' meno creativa e non solo. La tecnologia ci aiuta a promuovere quello che facciamo, i social ci permettono di "metterci la faccia" per cui la gente ci riconosce, abbiamo un costante feedback che è importante per fare le scelte giuste. Tutto quello che sembrava potesse distruggere la radio, come le piattaforme digitali, le ha dato invece un nuovo impulso. Da non sottovalutare il raggio d'azione che è aumentato all'infinito, oggi la mia radio si ascolta in tutto il mondo mediante streaming e app.

Le è mai capitato di vivere un momento di difficoltà in diretta?

Il mio lavoro è l'intrattenimento, basta che mi capiti qualcosa che va oltre questo ed io vado in difficoltà. Una notte, mentre conducevo "Facciamo Candy Candy", telefonò un ascoltatore che era in macchina e si voleva suicidare. Sono rimasto al telefono con lui fino alle sette del mattino, l'ho convinto a cercare aiuto, tuttora lo sento e ha risolto i suoi problemi. È solo una delle tante storie di malati terminali, di persone sole, afflitte dai debiti o altro, che si affezionano a noi e ci vorrebbero persino lasciare la loro casa. Un altro momento difficile è stato quando sono svenuto in onda dopo aver bevuto una bevanda molto fredda, ma anche quella volta è finita bene.



“ Kiss Kiss rappresenta un vero e proprio miracolo, partendo in svantaggio, da Napoli, si è andata a confrontare con i colossi del nord dove la radio e i media in generale avevano un altro potere... oggi è tra le prime radio del nostro Paese e io ho combattuto per questo. Per me Kiss Kiss è una scommessa vinta, la mia grande passione, la compagna che non ho, visto che sono single! ”

A L B A N O

Boutique NAPOLI
Piazza Santa Caterina a Chiaia, 12 • Via Luca Giordano, 70

“

Prima che la tecnologia arrivasse ai livelli che conosciamo, si usava ancora l'immaginazione e questo forse rendeva le cose più affascinanti. Allora, però, la radio era un po' meno creativa e non solo. La tecnologia ci aiuta a promuovere quello che facciamo, i social ci permettono di "metterci la faccia" per cui la gente ci riconosce.

”

Quali sono le caratteristiche che deve assolutamente avere un conduttore radiofonico?

Sono convinto che sia fondamentale un buon livello di empatia, la capacità di cogliere lo stato d'animo altrui. Nel nostro caso aiuta a valutare l'interesse che susciti in chi ti ascolta. Se sei capace di capire se ciò che stai facendo funziona, puoi comunicare a un buon livello. Poi, certo, bisogna essere persone di spirito, che "mangiano" la vita, che guardano il mondo con grande curiosità, altrimenti che racconti?

Il suo bagaglio artistico è ricco e gratificante. Cosa altro le piacerebbe fare, cosa altro sogna o spera?

Il mio sogno è continuare a piacere al pubblico, indovinare sempre. Di conseguenza, la mia paura più grande è non essere più interessante. Spero di trovare ancora le idee giuste per comunicare con gli altri. Prima lo facevo mediante gli scherzi, oggi parlo con gli ascoltatori con leggerezza e ironia, mi auguro di riuscirci sempre. Un sogno? Un programma TV tutto mio.

Cosa si aspetta dalla radio del domani?

Mi aspetto che vengano messi a punto sistemi sempre più sofisticati per potenziare questo meraviglioso mezzo, che comunque resterà un mezzo di comunicazione caldo, umano. Mi aspetto sempre meno belle voci e sempre più persone che riescano a far arrivare la propria anima a chi ascolta.

Cosa vuole dire alla famiglia Kiss Kiss?

Voglio dire loro grazie, soprattutto al Presidente, Lucia Niespolo, la persona che nella vita ha creduto in me più di ogni altro. Non posso che essere grato a Radio Kiss Kiss per avermi dato i mezzi per esprimere e per conoscere prepotentemente me stesso.

Chi è "Pippo Pelo" lo si sa, ma chi è Cesare Falcone?

Sono un ragazzo di 52 anni, un Peter Pan che anche dei momenti drammatici ha saputo cogliere il lato positivo e cerca di trasmetterlo al prossimo. Ho la fortuna di avere la radio per poterlo fare. ■



Harmont & Blaine
junior

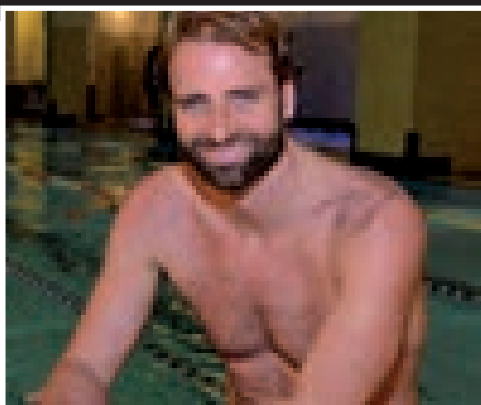
harmontblaine.com



NEMEA ENERGY VILLAGE

74

Un centro fitness Miami style



**Il direttore tecnico dell'area nuoto
Massimiliano Rosolino**

Il progetto Nemea Energy Village, nato nel 2014, di cui sono titolari gli imprenditori Salvatore e Miriam Castaldo, oggi conta circa 7000 soci ed un flusso continuo di presenze che ha permesso di sviluppare un database di circa 100.000 contatti. Sito nell'area nord di Napoli che comprende diversi comuni, abbracciando un bacino di utenza di circa 1.500.000 di abitanti nel raggio di 20 km, la struttura sorge su un'area di 13.000 mq, di cui 5500 coperti. Vi è l'area fitness dislocata su due livelli: una prima area di circa 900 mq attrezzata con macchine sia cardio che fitness di ultima generazione, un'area di 300 mq interamente dedicata al functional training firmato Technogym, sei sale/studios create ad hoc su un'area soppalcata, corsi tonificanti, cardiovascolari, funzionali, crossfit, spinning 25 bike, e tanto altro. Le sale sono di una metratura che varia tra i 200 mq e i 450 mq con pavimentazione tec-



L'area wellness e spa, realizzata interamente dalla Starpool, leader del settore, comprende le più innovative tecniche nel settore del benessere e della cura del corpo, dalla classica sauna finlandese alla stanza del sale, dalle docce emozionali al percorso kneip, la cascata del ghiaccio, il fiotto norvegese, più una piscina comprensiva di docce cervicali, sedute in acqua ed idromassaggio il tutto orientato su un suggestivo giardino zen.

nica, più una personal trainer suite di 250 mq interamente allestita con la linea Citterio della Technogym. L'area wellness e spa, realizzata interamente dalla Starpool, leader del

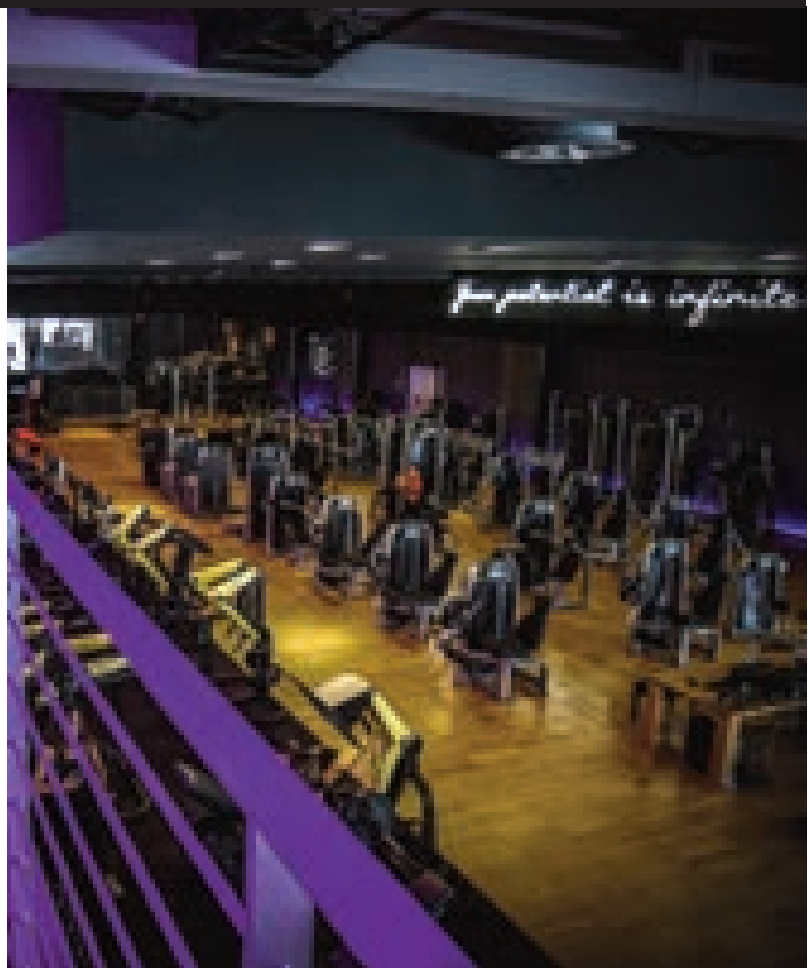
settore, si estende su circa 300 mq e comprende le più innovative tecniche nel settore del benessere e della cura del corpo, dalla classica sauna finlandese alla stanza del sale, dalle docce emozionali al percorso kneip, la cascata del ghiaccio, il fiotto norvegese, più una piscina comprensiva di docce cervicali, sedute in acqua ed idromassaggio di circa 80 mq il tutto orientato su un suggestivo giardino zen.

L'area nuoto, di cui è direttore tecnico il campione Massimiliano Rosolino, è di circa 800 mq comprende una piscina semi olimpionica ed

una più piccola per i corsi in acqua e l'avviamento al nuoto per i bambini, ed ha una sovrastruttura apri/chiedi per permetterne l'utilizzo anche all'aperto nei periodi estivi,



**Salvatore Castaldo
e Piero Izzo**



Dorabella

dorabella.it

 [dorabellaofficial](https://www.facebook.com/dorabellaofficial)  [dorabellaofficial](https://www.instagram.com/dorabellaofficial)

più un'area solarium adiacente di circa 1500 mq attrezzata con lettini, divani e bar. L'area spogliatoi di circa 1200 posti, annessi alle varie attività del club, più altri 8 spogliatoi executive "privati", con servizio lavanderia e tisanderia, per i clienti che preferiscono una maggiore privacy, area solarium esclusiva, adiacente alla piscina, location perfetta per eventi privati di alto profilo.

All'interno del Nemea, vi è anche anche un'idea di cucina sana e pulita, ma gustosa: Zero/k, considerato un vero e proprio stile di vita. Adiacente al ristorante, c'è l'area lounge, dedicata al comfort e al relax con postazioni pc di ultima generazione e connessione internet gratuita. L'area reception di circa 1.000 mq al primo piano dell'immobile, è dotata di un baby parking, servizio del tutto innovativo, per dare la pos-



In questo contesto all'avanguardia, nel 2017 si è inserito sulle Terrazze del Nemea Energy Village, Shinto Napoli, il famoso ristorante giapponese fusion. Ogni piatto rispecchia la fedeltà alle tecniche di lavorazione e creatività degli chef, alla costante ricerca di nuove declinazioni dell'arte del gusto giapponese con innovative assonanze di sapori e nuovi concept di food design.

sibilità alle mamme di praticare attività sportiva lasciando i propri figli a babysitter specializzate, un'area Adidas, sponsor tecnico del Club.

In questo contesto all'avanguardia, nel 2017 si è inserito sulle Terrazze del Nemea Energy Village, Shinto Napoli, il famoso ristorante giapponese fusion. Ogni piatto rispecchia la fedeltà alle tecniche di lavorazione e creatività degli chef, alla costante ricerca di nuove declinazioni dell'arte del gusto giapponese con innovative assonanze di sapori e nuovi concept di food design. Un'esperienza sensoriale sempre diversa per soddisfare la vista e il palato.

Novità assoluta, importata da Miami, l'apertura del centro dopo mezzanotte, per consentire di allenarsi H24. ■





NIKAMO

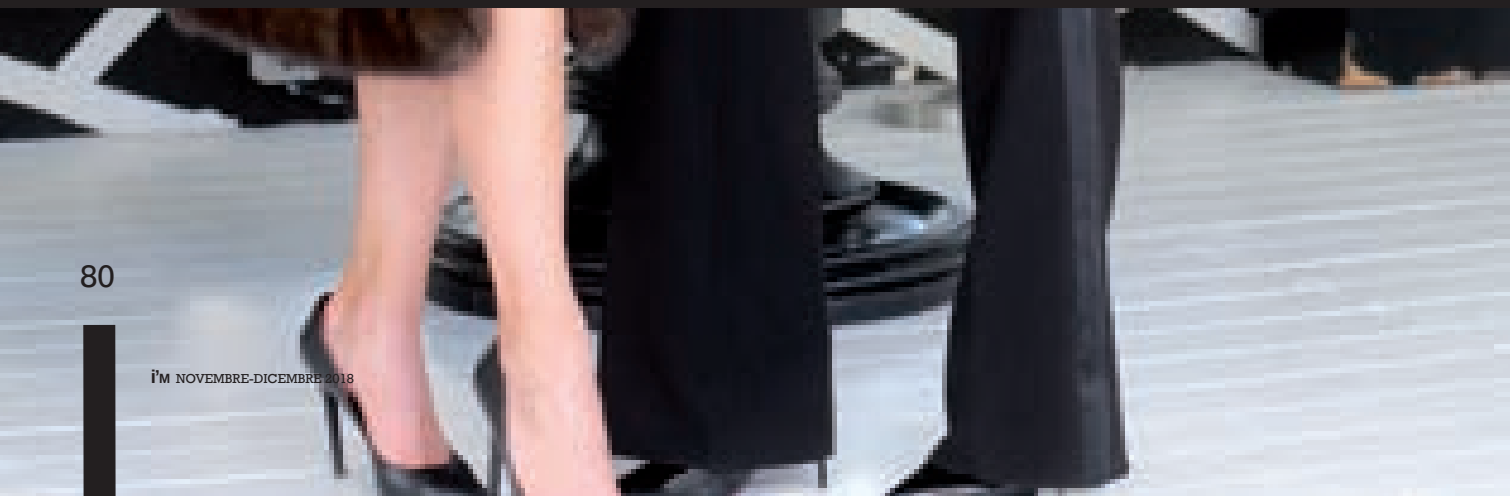
WWW.NIKAMO.IT CONTACT@NIKAMO.IT



PELLICCERIA MELE 1880

Tra lusso e glamour

DI ALESSANDRA CARLONI



La casa Pellicceria Mele 1880 è stata fondata da Enrico Mele nel 1880 a Napoli, dove ancora oggi ha l'unica sede in corso Umberto I, 217. Considerata tra le più prestigiose e antiche del settore in Italia, ha una storia lunga e costellata di riconoscimenti e traguardi. Agli inizi del 1900 era già molto apprezzata, al punto da essere invitata a partecipare all'Esposizione Internazionale di Parigi, come unica azienda del settore pelliccerie. Dal 2016 è tra i fornitori ufficiali della Real Casa di Borbone ed è annoverata, con l'iscrizione nell'albo, tra le aziende ultracentenarie napoletane e italiane. In oltre cento anni di attività la famiglia non ha mai interrotto la tradizione, giunta ormai alla quinta generazione dei Mele, e valorizzata da Enrico, Davide e Diego, attualmente alla guida della storica pellicceria. Davide ci spiega che l'apporto della tecnologia nella lavorazione e nella concia non ha intaccato la qualità e la sartorialità delle loro creazioni, ma ha sicuramente reso i materiali più morbidi e leggeri. Dall'incontro tra tradizione e innovazione è nato il brevetto "ultra-light" che rende la pelliccia di Mele tra le più comode da indossare, calda e leggera allo stesso tempo. Lo scorso ottobre è stata presentata a Riga, Lettonia, la collezione 2019, una collezione che - come ci spiega Davide Mele - "si ispira al lusso sportivo ed è rivolta a una donna moderna e cosmopolita che vuole sentirsi giovane, brillante e dinamica". Sono infatti stati utilizzati materiali insoliti e ricercati, legati tra di loro in maniera armoniosa e originale, come il cashmere e il jeans con il visone, il visone rasato, il persiano, gli zibellini e le volpi, creando uno stile fashion-street adatto anche alle giovanissime. Proprio in questa chiave è da vedersi la partnership con la K-way che ha affidato alla Pellicceria Mele l'esclusiva a Napoli per la trasformazione e la realizzazione di K-way federati in pelliccia. Le creazioni Mele sono una delle espressioni della eccellente sartoria napoletana nota in tutto il mondo, non a caso l'azienda con le sue creazioni ha varcato da tempo i confini nazionali, con boutique in Lettonia ed uffici di rappresentanza a Mosca, in Francia e in Belgio che distribuiscono il brand Mele 1880 nelle più prestigiose pelliccerie del nord Europa e in corner-shop delle grandi catene di negozi in Korea e Giappone. Il Made in Italy, la qualità delle materie prime, l'artigianalità della lavorazione, sono gli elementi chiave della storia e della mission della Pellicceria Mele, elementi che da sempre hanno un grande ascendente anche sul mercato straniero. Proprio per questo - spiegano i fratelli Mele - "Abbiamo deciso di presentare la nostra nuova collezione nello showroom che abbiamo a Riga, in Lettonia, in modo tale che i tanti buyer russi potessero vedere con i propri occhi le nostre creazioni". Il ➔



Agli inizi del 1900 era già molto apprezzata, al punto da essere invitata a partecipare all'Esposizione Internazionale di Parigi. Dal 2016 è tra i fornitori ufficiali della Real Casa di Borbone ed è annoverata, con l'iscrizione nell'albo, tra le aziende ultracentenarie napoletane e italiane.



Le creazioni Mele sono una delle espressioni della eccellente sartoria napoletana nota in tutto il mondo, non a caso la pellicceria con le sue creazioni ha varcato da tempo i confini nazionali, con boutique in Lettonia ed uffici di rappresentanza a Mosca, in Francia e in Belgio che distribuiscono il brand Mele 1880 nelle pelliccerie più prestigiose del nord Europa e nei corner-shop delle grandi catene di negozi in Korea e Giappone.

rispetto per il passato con i suoi valori e tradizioni e uno sguardo al futuro e alle nuove generazioni, questo sembra voler comunicare l'ambientazione dell'atelier di corso Umberto, la cui atmosfera calda e accogliente ricorda quella di un prestigioso salotto. "Il nostro obiettivo è che il cliente si senta a proprio agio, si prenda del tempo per una consulenza su misura prima di farsi confezionare il proprio capo, vada via convinto di aver fatto una scelta giusta e di aver esaudito un desiderio". A chi si rivolge oggi il mercato della pelliccia? "La pelliccia non è più della mamma o della nonna, è diventata anche moderna, colorata, corta, sagomata, è più che mai adatta anche ad una utenza giovane, si può indossare sui jeans, con le sneakers, per andare all'università". Accanto alla classica pelliccia più o meno pre-

giata, esiste quindi un nuovo mercato che si rivolge alle giovani generazioni in cui la pelliccia diventa glamour e assume forme e colori nuovi e divertenti. La Pellicceria Mele 1880 da quattro anni ha aperto una sede nel cuore di Ischia con uno showroom che intercetta il turismo straniero che apprezza il Made in Italy. Forte di una storia ultracentenaria, Enrico, Davide e Diego Mele non temono di guardare al futuro anche mediante i social (l'immagine dell'azienda è stata affidata alla giovane Josanna Mele insieme al cugino Giuseppe Mele, rappresentanti della sesta generazione Mele), di confrontarsi con la realtà virtuale che oggi più che mai riguarda la moda e hanno messo a punto un nuovo sito molto utile per la scelta dei modelli e dei materiali: www.pellicceriamele.it. ■



NARDELLI



— *i rosari* —
FASHION&SPIRITUAL
COLLECTION

irosari.it

I'M
MODEL
A
D
E *in Naples*

LUCREZIA PERRECA

FOTO DI PAOLO PUOPOLO
PELLICCE WILD ARTIC / FLO&CLO

L'IDENTIKIT

Occhi: **azzurri**

Capelli: **castani**

Altezza: **172 cm**

Misure: **80-62-94**

Titolo di studio: **lingue europee**

Agenzie: **Cmodelscrew**
e **Change Model management**





A full-page photograph of a woman with long brown hair, looking directly at the camera. She is wearing a dark navy blue parka with a thick, light blue and white fur collar. A long, white quilted scarf is draped around her neck. Her right arm is raised, and she is holding a blue and white striped garment. She is standing against a light-colored stone wall. The lighting is soft, and the overall tone is cool and wintry.

Lavora come modella sia in Italia che all'estero. Ama viaggiare e conoscere nove culture, per questo la scelta di studiare le lingue, tra le quali anche l'arabo. Tra le sue passioni oltre alla moda, c'è lo yoga che pratica abitualmente per sentirsi bene nel corpo e nella mente.

L'eleganza ha una nuova forma.



TRILOGY-LEGACY
DESIGN: ADRIANA BRINKMANN

 [www.brinkmann.it](https://www.facebook.com/brinkmann.it)


BRINKMANN
DAL 1900 IL VALORE DEL TEMPO



*È una ragazza determinata
che crede nel potere della
volontà e della conoscenza.
Pensa che la cultura sia la
più grande virtù che possa
avere una donna. Che unita
alla bellezza, intelligenza
e astuzia permettono
di poter realizzare tutto
o quasi nella vita.*



PEGASO

Università Telematica

MOLTO PIÙ DI UN'UNIVERSITÀ

Seguici su:



DIVENTA CHI VUOI ESSERE

UNIPEGASO

VOLA ALTO

www.unipegaso.it

800-185-095

SPADA®
ROMA

10.
anni

"Se puoi sognarlo, puoi farlo".

Shop Online spadaroma.com



Francesca Frendo

L'ARCHITETTO FRANCESCA FRENDO

*L'armonia in un interno
è frutto di sapienza e
non d'improvvisazione*

DI ALESSANDRA CARLONI

La nostra rubrica si tinge di rosa con una vulcanica Francesca Frendo, affermato architetto napoletano, professionista, mamma e moglie forte, appassionata, e dall'entusiasmo contagioso. È sicuramente una donna di successo, conquistato con la tenacia e l'amore per il suo lavoro, tenendo fede ad alcuni principi guida tra i quali cita il rispetto e la fiducia verso il prossimo. Per lei il successo è "muovere dei sentimenti, lasciare un segno che influisce positivamente sulla vita di una persona". In lei la creatività, la capacità di intercettare le tendenze e di trasformare gli spazi in ambienti in cui circolano emozioni e sentimenti, si conciliano con il rigore e la competenza tecnica. Ha un grande talento per l'interior design. Che si tratti di una casa al mare, di una casa in montagna, di una casa in città, che si tratti di ristoranti, boutique, gardening o illuminotecnica, il progetto di Francesca Frendo parte sempre da questo presupposto: "L'armonia in un interno è frutto di sapienza e non d'improvvisazione". Una sinergia di particolare importanza è il rapporto professionale con Carla Travierso, curatrice d'arte con la quale studia il progetto artistico di una dimora: "Le opere d'arte sono una componente essenziale nell'arredo di una casa, vengono concepite come un organismo, il tutto deve confluire in un'idea, in un'emozione, in una chiave di lettura" - spiega - e ci racconta quanto sia entusiasmante, arricchente per il cliente, la conoscenza con gli artisti che realizzano opere in cui ci può identificare. "Le scelte distributive, le soluzioni spaziali adottate, i colori delle pareti e degli arredi influiranno parecchio nella vita delle persone, nei loro umori, nei loro rapporti reciproci e per questo sono scelte importanti" - spiega nel raccontarmi cosa l'ha fatta innamorare del suo lavoro. Solo dopo aver attentamente analizzato il contesto circostante, la distribuzione degli spazi, la storia dell'immobile, si mette in ascolto dei desideri e delle aspettative del cliente, ma anche dei suoi senti-



Francesca Frendo

menti e del suo modo di essere. È lì che inizia quella che definisce senza mezzi termini "la sinergia magica". L'Architettura è sempre l'espressione dei "sentimenti" del committente. Non esiste un progetto uguale all'altro come non esiste un solo modo di affrontarlo. È la cosa che più ama del suo lavoro. Del suo rapporto con Napoli dice: "è una grande architettura inserita in un contesto naturale unico al mondo, ne traggo stimoli, sensazioni, impressioni. È innegabile la sua presenza in ogni dimora, per luci, ombre, vuoti, pieni, ordine, disordine". Francesca ama viaggiare e crede sia la forma più preziosa di conoscenza. Come spesso accade quando ami molto il tuo lavoro, ne è assorbita, si nutre dell'adrenalina che le deriva da ogni progetto, ciascuno unico e inimitabile. Questo amore non le ha impedito di essere anche una mamma e una moglie "al top", infatti ha due figli, Federico e Allegra, che le danno grandi soddisfazioni, e un marito, Alessandro, con cui si concede alla vita mondana e ai tanti amici di cui si circonda e che considera parte integrante della sua vita. ■

Solo dopo aver attentamente analizzato il contesto circostante, la distribuzione degli spazi, la storia dell'immobile, si mette in ascolto dei desideri e delle aspettative del cliente, ma anche dei suoi sentimenti e del suo modo di essere. È lì che inizia quella che definisce senza mezzi termini "la sinergia magica".

L'Architettura è sempre l'espressione dei "sentimenti" del committente.



#studiomorelli
#nuovacollezione2019
#origami

www.gioiellimorelli.it

» Via Domenico Morelli, 7 • Napoli • Tel: 081 7644083 «



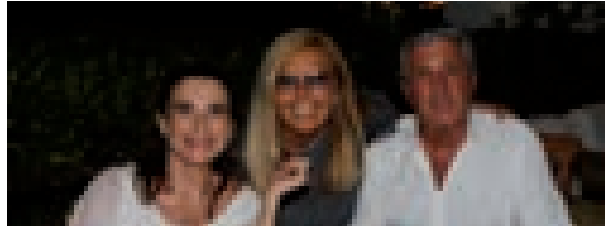
Capri Cine Galà 9 edition

Grande successo di critica e di pubblico per il Capri Cine Galà giunto quest'anno alla sua nona edizione. Grazie al Polo Museale Caprese, da qualche

anno la serata si tiene in una delle location più belle e suggestive d'Italia: la trecentesca Certosa di San Giacomo. Film presentato a questa edizione "Il pranzo della domenica" di Carlo Vanzina, doveroso omaggio al regista scomparso prematuramente, che ha saputo sempre così bene raccontare usi costumi e vizi degli italiani. In prima

fila Massimo Ghini, protagonista di molte commedie vanziniane. La serata, condotta dall'attrice Veronica Mazza, ha visto in platea

il sindaco di Capri Gianni de Martino, l'assessore alla cultura Caterina Mansi, Patrizia di Maggio nel ruolo di padrona di casa, Achim Markmiller, Lorenza De Paola, Lucio Mirra, Marini Aiello, Enzo e Caterina Miraglia, Cristina Cennamo, Piera Ferrari, Gennaro Famiglietti, Pino e Dadà Rocco, Luigi e Gundi La Gioia, Martha De Laurentis, Lina Sastri, Lino Rannieri ed Anna Paola Merone, Peppe Borselli e Fernanda Speranza, Giorgio Ricciardi, Matilde De Tommasi, Mariano e Barbara Rubinacci, Massimo e Rosy Profili, Annamaria Boniello, Gustavo Confalone, Gigi e Carla Angrisani, Gisella Bardi, Giorgio Pietanesi, Cettina Caputo, Fabrizio Marzano e Cristina Signoriello, Maurizio ed Ada Maddaloni. Poi come vuole la tradizione la serata è proseguita con un dopo spettacolo sulle terrazze di Villa De Paola, dove si è svolta una bellissima cena organizzata da Salvatore Chiocca.



Aperichic per il nuovo CarlaG

Oltre 150 persone hanno risposto al richiamo del brand di moda CarlaG che ha festeggiato l'apertura di un nuovo negozio aziendale in via Nisco 25,

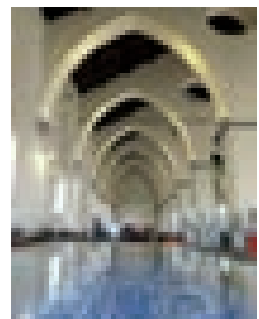
nel cuore dello shopping partenopeo. Un aperitivo chic al quale hanno partecipato le clienti del marchio femminile, blogger e imprenditori del settore, deliziati dal finger food napoletano, bollicine e il sottofondo jazz del Gino Giovannelli trio. A fare gli onori di casa la titolare dell'azienda bolognese Carla Generali e la figlia Carolina Bergonzoni. Visti tra gli altri Rita De Falco, Francesca

De Filippo, Claudia Scognamiglio, Claudia Rangio, Carlo Tedesco, Valentina Valentina, Arianna Sansone, Viera Rinaldi, Barbara Aversano, Donatella Casolla, Roberta Pacifico, Anna Oliva.



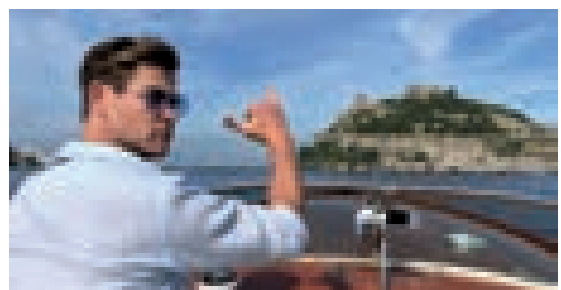
I binari del Re e le ferrovie borboniche

Dal 25 ottobre al 19 gennaio 2019 è visitabile la mostra "I binari del Re e le ferrovie borboniche: il sogno di Bayard" alla Reggia di Caserta. È suggestivo rivivere nel grande palazzo reale borbonico l'avventura della prima ferrovia in Italia voluta da Ferdinando II di Borbone. La mostra racconta attraverso 70 disegni originali la storia del primo tratto ferrato italiano costruito nel 1839 dall'ingegnere Armand Joseph Bayard de la Vingtrie. La tratta da Napoli raggiungeva Portici e, successivamente proseguì per Castellammare e Nocera. La ferrovia, inaugurata il 3 ottobre 1839, fu una grande innovazione per l'epoca. L'esposizione è la prima nel suo genere, e attraverso le riproduzioni dei disegni originali custoditi presso l'École Nationale des Ponts et Chaussées di Parigi, ci permetterà di ammirare la grande storia della prima linea ferroviaria nata sul territorio italiano.



Girate a Ischia alcune scene di "Men in Black"

L'attore australiano Chris Hemsworth ha girato a Ischia le riprese del quarto episodio della saga di "Men in Black" in uscita a giugno dell'anno prossimo. È stato fotografato in vari posti dell'isola ma in particolar modo nella baia di Cartaromana dove sfrecciava a bordo di un bellissimo motoscafo Riva percorrendo a gran velocità la baia seguito molto da vicino da un elicottero che riprendeva la scena. Altre scene sono state girate nel porticciolo di Sant'Angelo con una passeggiata di Hemsworth con l'attrice afroamericana Tessa Thompson, che interpreterà Molly nel quarto episodio della saga, una donna che vuole diventare agente MIB.





*100 anni
di professionalità,
creatività e design*

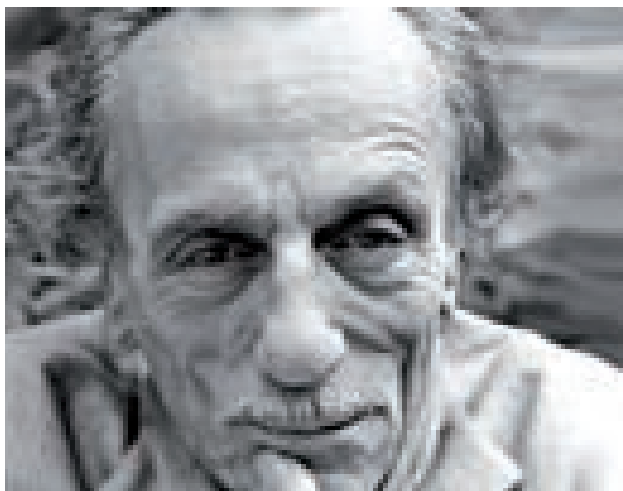


DS
DE SIMONE
Napoli

OROLOGI E PIERRE PREZIOSE

Napoli
M.A. piazzetta S. Caterina
T. +39 081 489626
D.L. via Toledo
T. +39 081 421273
desimoneargenti.it

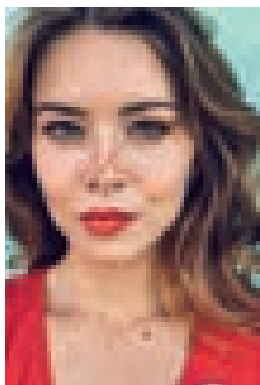
Mostra di **De Filippo** a Castel Dell'Ovo



“De Filippo, il mestiere va in scena” sarà la grande mostra sulla famiglia De Filippo, in anteprima mondiale a Castel dell'Ovo dal 28 ottobre 2018 al 24 marzo 2019. Vi sono esposti tanti cimeli di questa grande famiglia con scenografie originali, 70 costumi e oggetti di scena e tante foto, video, manoscritti e dattiloscritti, manifesti, locandine. La mostra è divisa in sezioni diverse come il cinema, la poesia e naturalmente al teatro e alla commedia e l'ultima al rapporto con l'estero considerando anche che Eduardo è tradotto in 47 nazioni diverse.

Fiorenza D'Antonio new entry a Domenica In

21 anni, napoletana, arrivata quest'anno alla finalissima dello storico concorso di bellezza con il titolo Miss Rocchetta Bellezza Campania, aggiudicandosi poi anche le fasce Miss Italia Social e Miss Equilibra, Fiorenza ha mancato per un soffio la vittoria, andata a Carlotta Maggiorana. Non è diventata Miss Italia, ma è entrata nel cast di Domenica In per rispolverare il gioco del Tabellone.



Coca Cola celebra i tesori della Campania



Coca-Cola rende omaggio alla Campania con una edizione speciale che celebra le bellezze del territorio: le lattine e le bottiglie in PET di Coca-Cola e Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Calorie si vestono di alcuni tra i luoghi più celebri della regione per dare vita a un'edizione a tiratura limitata, prodotta nello stabilimento di Marciánise e distribuita in esclusiva nella regione. I quattro soggetti scelti, Piazza Plebiscito, Maschio Angioino, Positano e i Faraglioni di Capri, rappresentano una dichiarazione d'amore per un territorio che da sempre è nel cuore di Coca-Cola. Il legame con la Campania, infatti, parte da lontano: è a Napoli che nel 1955 nasce Fanta, una delle bevande iconiche di Coca-Cola, prodotta, oggi come allora, con succo di arance italiane ed è dal 1977 che lo stabilimento di Marciánise, il più grande del Sud Italia con le sue quattro linee e gli oltre 224.000.000 litri di bevande imbottigliate annualmente, è al centro delle attività produttive.

Il Panettone delle Due Sicilie

Nel suggestivo circolo Rari Nantes di Napoli, è stato presentato ad un parterre di eccezione, il Panettone delle Due Sicilie, realizzato dal maestro pasticcere Sal De Riso, in esclusiva per la ditta napoletana Argenio. Un sodalizio esclusivo che ha visto la prelibatezza del re dei panettoni, accostato a una creazione del maestro Salvatore Argenio in una elegante confezione. L'iniziativa si colloca nell'ambito del progetto Comprasud ed accosta food e moda, un binomio perfetto che simboleggia la nostra terra, che eccelle in questi due ambiti.





IMMAGINA.
A TERRA LA STORICA SAN PIETROBURGO,
A BORDO I NOSTRI TEATRI E CINEMA.



La prossima estate visita i tesori culturali di San Pietroburgo
e a bordo goditi i piaceri del nostro servizio,
il confort delle nostre navi e fantastici intrattenimenti.
E non dimenticare che prima, premia.

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



MSC
CROCIERE

NON È UNA CROCIERA QUALSIASI

www.msccruises.it



*Numero a costo ridotto. Per il dettaglio dei costi della crociera visita il sito www.msccruises.it

Il Plastics Reduction Programme di MSC

MSC Crociere, la più grande compagnia di crociere a capitale privato e leader in Europa, Sud America, Sud Africa e Golfo Persico, ha presentato un nuovo capitolo del suo programma di gestione ambientale, annunciando l'impegno ad eliminare la plastica monouso dall'intera flotta a livello globale e ad introdurre, ove disponibili, alternative sostenibili. Nell'ambito del Plastics Reduction Programme, MSC Crociere eliminerà, entro la fine di marzo 2019, un elevato numero di articoli in plastica, sia a bordo delle navi sia a terra, sostituendoli con soluzioni ecocompatibili. Saranno banditi quindi tutti i sacchetti di plastica monouso, cucchiaini, bicchieri, palettine da caffè e gli altri articoli monouso che saranno sostituiti da prodotti eco-friendly. La compagnia, riorganizzerà anche le cucine di bordo e i processi di preparazione del cibo per eliminare la plastica anche dalle monoporzioni (pirottini, confezioni di marmellata o yogurt).

Un primo passo concreto già intrapreso dalla Compagnia vedrà, entro la fine del 2018, la sostituzione di tutte le cannucce di plastica con alternative compostabili e biodegradabili al 100%. Nell'ambito del suo programma globale di gestione ambientale, MSC Crociere ha adottato negli anni numerose misure capaci di ridurre l'impatto delle sue attività, tra queste ricordiamo gli impianti di riciclaggio all'avanguardia e gli efficienti sistemi di gestione dei rifiuti che contraddistinguono ogni nave della flotta. Un pool di Environmental Officers si assicura che tutta la flotta applichi in maniera efficace le politiche e la vision della Compagnia. E, attraverso un attento programma di formazione, MSC Crociere mira all'eccellenza in questo ambito con l'obiettivo di migliorare la gestione dei rifiuti e il loro riciclo. Un programma cui contribuiscono fattivamente anche tutti i dipendenti della Compagnia che ogni giorno si impegnano a smaltire e riciclare correttamente tutti quei rifiuti che ancora non possono essere sostituiti con alternative eco-friendly. Per ottenere l'eccellenza anche in questo ambito, MSC Crociere collaborerà con una primaria società di certificazione per far sì che il riciclo dei rifiuti e l'impegno in ambito ambientale siano trasversali a tutte le attività, di bordo e di terra, della compagnia e possano quindi fregiarsi di una certificazione rilasciata da un ente esperto. ■

Il Plastics Reduction Programme di MSC Crociere mira ad abolire l'utilizzo di prodotti monouso in plastica su tutta la flotta entro marzo 2019. Dalla fine del 2018 saranno completamente abolite le cannucce in plastica e sostituite con alternative compostabili e biodegradabili al 100%. Obiettivo: ottenere una certificazione internazionale per tutte le pratiche di riciclo dei materiali di bordo e di terra.



Il programma di MSC parte da un assunto molto semplice: “la plastica non appartiene al mare e non la vogliamo più su nessuna delle nostre navi”, ha dichiarato Leonardo Massa Country Manager Italia di MSC Crociere.

“In questi anni l'industria crocieristica ha fatto grandi passi avanti per eliminare o sostituire la plastica monouso dalle sue attività e noi abbiamo deciso di intraprendere un viaggio diretto verso la piena sostenibilità”.



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 GIUDICATE A SEGUITO DI UN BLIND TEST, RICONOSCENDONE IL GUSTO E LA QUALITÀ.

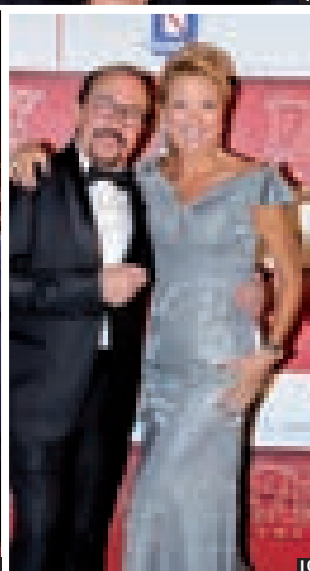
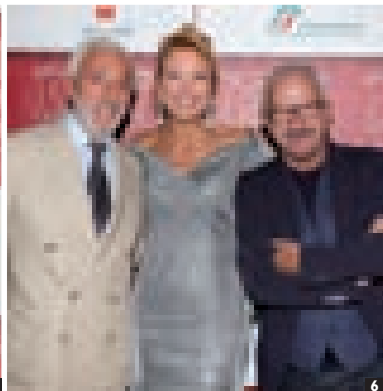
KIMBO

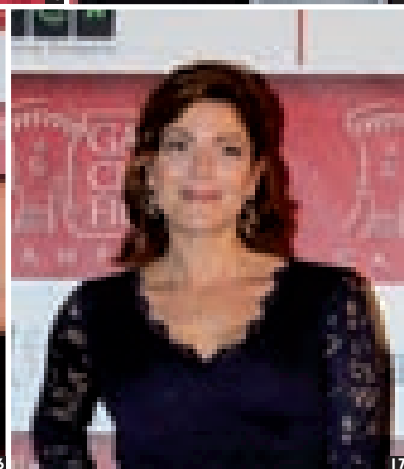
WWW.KIMBO.IT/SHOP



Decennale stellare per il ***Galà del Cinema e della Fiction***

FOTO DI FRANCESCO BEGONJA



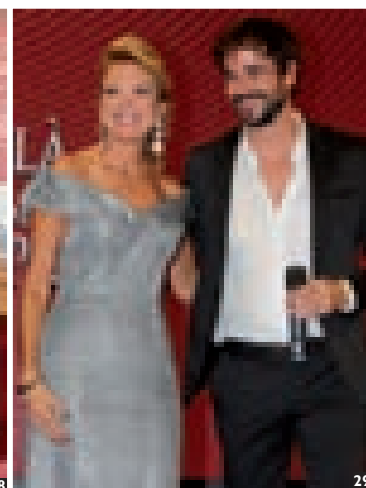
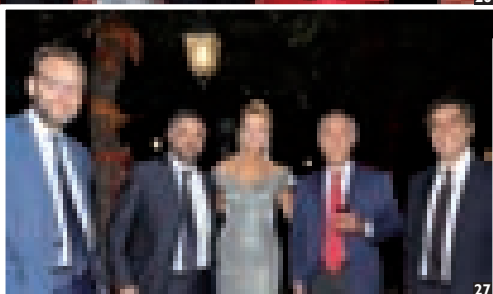
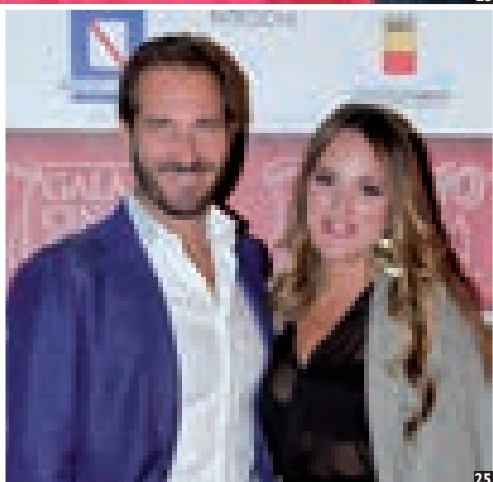
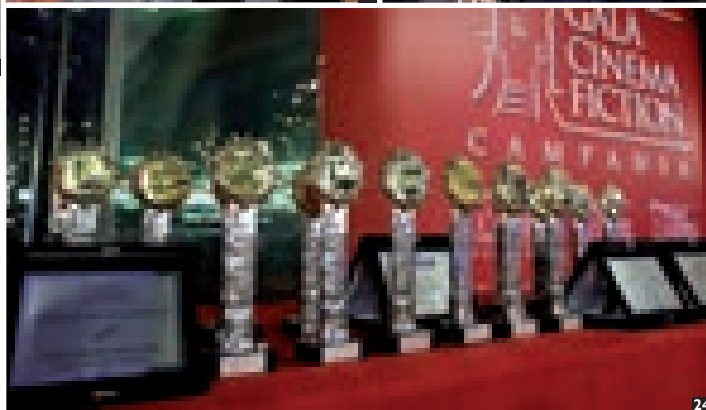
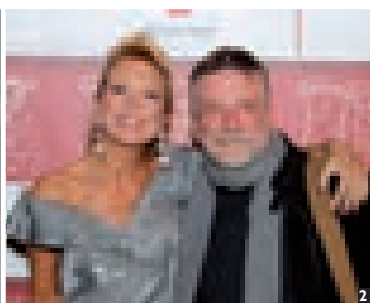
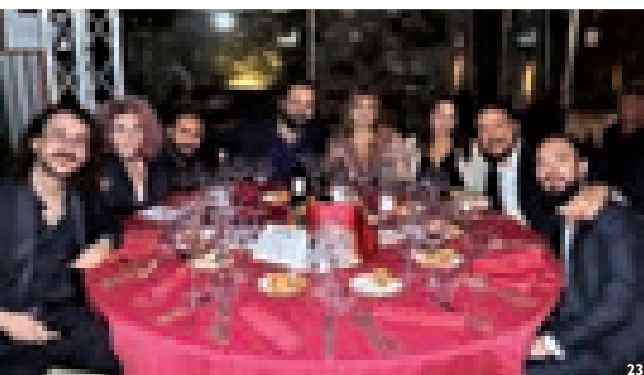


Per la Campania è un periodo di grande rinascita, espressa anche attraverso la sua innata predisposizione all'arte, come confermato da grandi registi che la scelgono sempre più spesso come set cinematografico per pellicole importanti, molte delle quali insignite di premi internazionali. E ad evidenziare questa caratteristica, ci pensa ogni anno il Galà del cinema e della fiction in Campania, ideato dalla bellissima Valeria Della Rocca di Solaria Service, giunto quest'anno all'importante traguardo del decennale. Un successo sempre maggiore, confermato da questa speciale X Edizione svoltasi come di consueto nella elegante location del Castello Medioevale di Castellammare. A fare da padrone di casa Maurizio Casagrande, affiancato dal padrino di questa edizione, Iago Garcia, protagonista della serie TV "Il Segreto".

Un red carpet sempre più prestigioso con protagonisti importanti del mondo del cinema, del teatro, della tv e del giornalismo. Molti i Premi Speciali, come quello riservato a Vince Tempera per la categoria Cinema e Musica, Geppy Gleijeses per il Cinema e Teatro, Gaia Bermani Amaral per il Cinema e Moda, Cristiano Cac-



1. Serena Iansiti; 2. Maria Pia Calzone;
3. Ilaria Carloni; 4. Valeria Della Rocca;
5. Paola Lavini;
6. Patrizio Rispo e Mario Porfito;
7. Salvatore Esposito;
8. Alessandra Clemente;
9. La torta dell'evento;
10. Maurizio Casagrande;
11. Denise Capezza;
12. Patrizio Rispo, Luisa Amatucci e il fratello Stefano;
13. Iria Forte, Titta Fiore e Maurizio Gemma;
14. Shalana Santana e Massimiliano Gallo;
15. Sabrina Impacciatore;
16. Gino Riviaccio con la moglie;
17. Bianca Nappi;
18. Donatella Finocchiaro;
19. Maurizio Marinella con un'amica;
20. Gaia Bermani Amaral e Giovanni Ciacchi.



21. Alessandro D'Alatri; 22. Nino Lettieri con Tiziana De Giacomo e Mariana Falace; 23. The Jackal; 24. I premi dell'evento; 25. Maurizio Aiello e Ilaria Carloni; 26. Il cast di Terra Bruciata; 27. Marco Spagnoli, Corrado Matera e Maurizio Gemma; 28. Cristiano Caccamo; 29. Iago Garcia.

camo per il Premio Speciale Rising Star.

Nel campo giornalistico, Franca Leosini è stata premiata come giornalista dell'anno, mentre IM Magazine dell'attore Maurizio Aiello ha ricevuto il premio per l'editoria, dopo dieci anni di successi, ritirato dalla direttrice Ilaria Carloni. Sara Serraiocco ha avuto il Premio Speciale Rising Star Internazionale, ed il Premio Speciale BCC NAPOLI è invece andato a Rosario Rinaldo, produttore di "Sirene".

Tra gli ospiti Salvatore Esposito, il Genny di "Gomorra la serie", i The Jackal, Massimiliano Gallo, reduce dall'ultimo festival di Venezia con una "tripletta" di film, e tanti altri. I vincitori delle varie sezioni sono stati selezionati dal una giuria composta dai i giornalisti Titta Fiore, Valerio Caprara, Enrico Magrelli, Tonino Pinto, Alessandro Barbano, gli attori Marco Bonini e Paola Minaccioni, il regista Riccardo Grandi, il produttore Enzo Sisti e Corrado Matera Assessore al Turismo Regione Campania. Il Premio Miglior Corto è stato assegnato a "Tu m'uccidi o crudele" di Gio-



GRIMALDI LINES

il miglior viaggio LOW COST.



LE NAVI GRIMALDI LINES

TI PORTANO IN SPAGNA, GRECIA, MAROCCO, TUNISIA, MALTA, SICILIA E SARDEGNA

grimaldi-lines.com



30



31



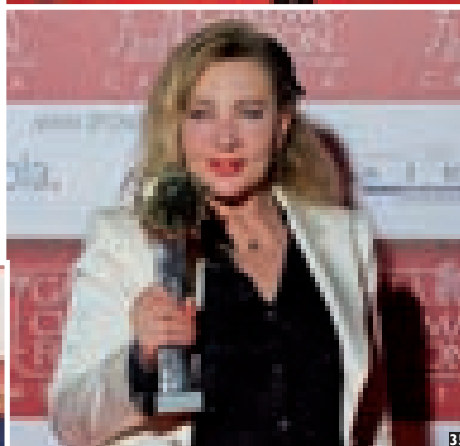
32

vanni Calvino, il Premio Migliore Attrice di Corto è andato a Luisa Rannieri, per la sua interpretazione in "L'affitto", mentre Mario Porfito si è aggiudicato il Premio Migliore Regista di Corto e Patrizio Rispo il Premio Miglior Attore di Corto per "Weekend".

«La decima edizione del Gala conferma la grande vocazione di Napoli e della Campania come terra di cinema» ha sottolineato Valeria della Rocca. «Le produzioni vengono qui con grande piacere, sono tante quelle attualmente sul set in Campania, e altre ne arriveranno. Questa è la prova di come il cinema non sia soltanto un processo artistico ma anche economico che crea sviluppo, crea ricchezza e lavoro. Favorire lo show business vuol dire voler valorizzare le possibilità di un territorio anche in termini turistici». ■



33



35



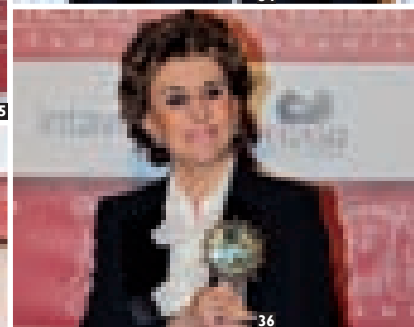
34



37



38



36

30. Maridi Sessa, Ester Gatta, Geppy Gleijeses e Nunzia Schiano;
31. Francesco Prisco;
32. Mauro Ermito;
33. Il cast di Sirene;
34. Ivan Cotroneo;

35. Iaia Forte;
36. Franca Leosini;
37. Enzo Sisti e Marco Spagnoli;
38. Monica Nappo, Gioia Spaziani, Ivan Castiglione e Irene Maiorino;
39. Sara Serraiocco.



39

PER UN DOLCISSIMO COMPLEANNO

Confetti
maxtris
PARTY

È sempre festa con
Maxtris Party

SCOPRI TUTTI I GUSTI PRESSO IL NOSTRO

MAXTRIS STORE

VIA CALABRITTO 16, NAPOLI

Presentato da
Enzo Angelini

confettimaxtris.it


ITALIANA
CONFETTI



30 anni di **TUTTOSPOSI**



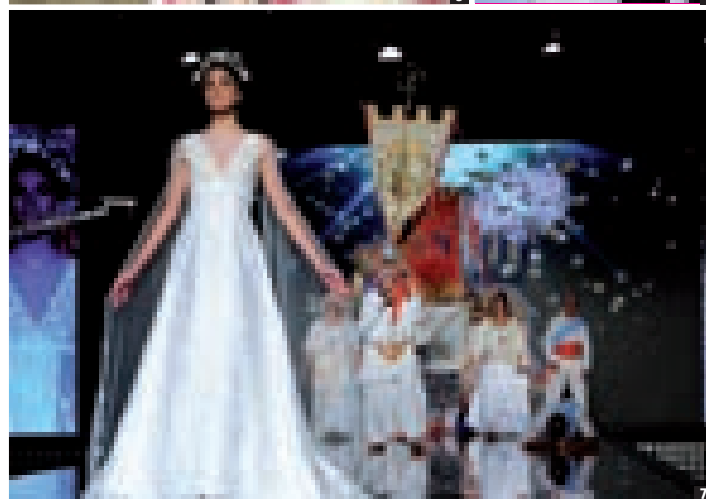
Stefano de Martino ha inaugurato la kermesse ed è stato premiato da Martina Ferrara, presidente OFI, come Marito ideale delle Italiane. Premio speciale anche per Peppino di Capri, che ha ricevuto dal direttore di Novella 2000 Roberto Alessi la preziosa scultura realizzata da Lello Esposito.





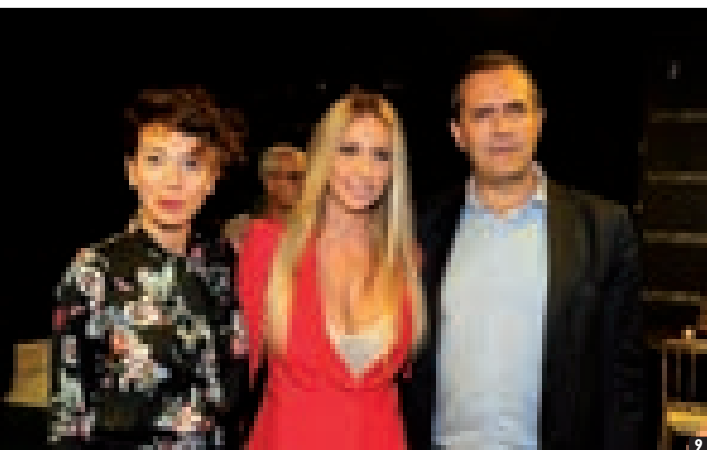
Tuttosposi ha compiuto 30 anni: la più importante fiera italiana dedicata al wedding e all'arredo sposa si è svolta dal 20 al 28 ottobre alla Mostra d'Oltre-

mare di Napoli con un programma ricco di eventi, ospiti vip e sfilate per festeggiare l'importante anniversario. Dalla prima edizione, tenutasi nel 1988, l'evento promosso dall'Osservatorio Familiare Italiano (OFI) è cresciuto in modo esponenziale con numeri a dir poco impressionanti: in 30 anni sono arrivati più di 3 milioni di visitatori e hanno esposto 10.000 aziende, con un fatturato complessivo nel comparto matrimonio in Campania di 100 miliardi di Euro. Sulle passerelle si sono avvicendati centinaia di personaggi famosi, tra cui Belen, Raoul Bova, Riccardo Scamarcio, Marco Bocci, Afef, Enzo Miccio, Cristina Chiabotto, Barbara d'Urso, Melissa Satta, Mariagrazia Cucinotta, Manuela Arcuri, Maddalena Corvaglia e tanti altri. Ma Tuttosposi non è solo glamour: oggi la manifestazione - che produce per indotto ben 2000 posti di lavoro - muove un fatturato dell'intera filiera del matrimonio di oltre due miliardi di euro l'anno, che fanno del settore uno di quelli economicamente più produttivi dell'intera regione Campania. E dopo l'affluenza record dello scorso anno con circa 140.000 visitatori, quest'anno l'appuntamento ha fatto il bis, totalizzando altrettanti 140.000 visitatori, mentre hanno esposto più di 300 aziende in rappresentanza di oltre 1000 marchi su ben 45mila metri quadri. Per omaggiare il pubblico che ha decretato in 30 anni il successo della manifestazione, tutti gli espositori, dalle maison sposa e sposo alle location per il matrimonio, ai catering, alle agenzie di viaggi ai servizi ac-



1. Stefano De Martino e Martina Ferrara;
2. Miriam Candurro;
3. Il palco delle sfilate;
4. Peppino Di Capri;

5. Daniela Santanché;
6. Cristiano Malgioglio;
7. La sfilata Molaro;
8. Martina Ferrara, Simona Ventura e Giovanni Ciacchi.



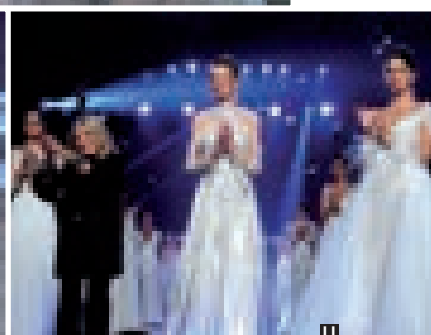
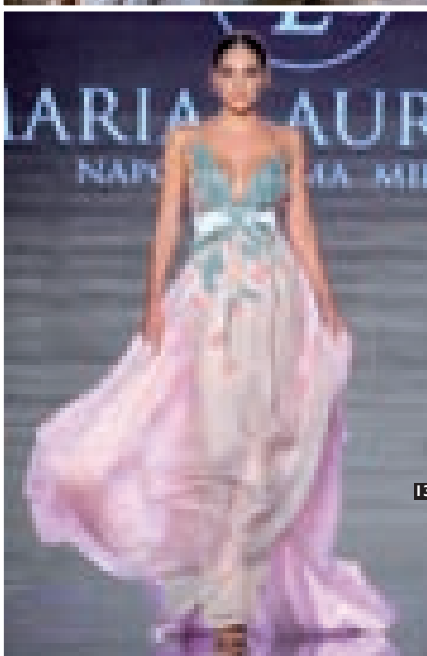
cessori - fotografi, fioristi, hair style, beauty make up - fino all'arredo della prima casa per gli sposi, hanno proposto sconti eccezionali per celebrare il compleanno della kermesse.

Stefano de Martino ha inaugurato la kermesse ed è stato premiato da Martina Ferrara, presidente OFI, come Marito ideale delle Italiane. Premio speciale anche per Peppino di Capri, che ha ricevuto dal direttore di Novella 2000 Roberto Alessi la preziosa scultura realizzata da Lello Esposito. Emozionatissima Fiorenza d'Antonio, seconda classificata a Miss Italia. Alla serata erano presenti anche il Sindaco di Napoli Luigi de Magistris e la Presidente della Mostra d'Oltremare Donatella Chiodo.

Domenica 21 è stata la volta di Simona Ventura, premiata con il Working Woman Award, il premio che l'Osservatorio Familiare Italiano dedica alle donne che si distinguono per il loro impegno nel lavoro e per la loro condotta morale. Con lei sono state premiate anche Eleonora Gaggero, la giornalista Ansa Alessandra Magliaro, le cantanti e attrici Maggie e Bianca e la produttrice Carolina Terzi.

Cristiano Malgioglio ha ricevuto un premio speciale OFI alla Carriera,

Simona Ventura è stata premiata con il Working Woman Award, il premio che l'Osservatorio Familiare Italiano dedica alle donne che si distinguono per il loro impegno nel lavoro e per la loro condotta morale. Cristiano Malgioglio ha ricevuto un premio speciale OFI alla Carriera.



9. Martina Ferrara con il sindaco De Magistris;
10. Simona Ventura e Lino Ferrara;
11. La sfilata Passaro;
12. Pascal Vicedomini e Peppe Iodice;
13. La sfilata Maria Laurenza.



Sushi & Cocktail
EXPERIENCE

shinto
JAGUAR LOUNGE

Napoli

Via Pietro Donadio, Cardito - Napoli
www.shintonapoli.it | Info 081 8305800

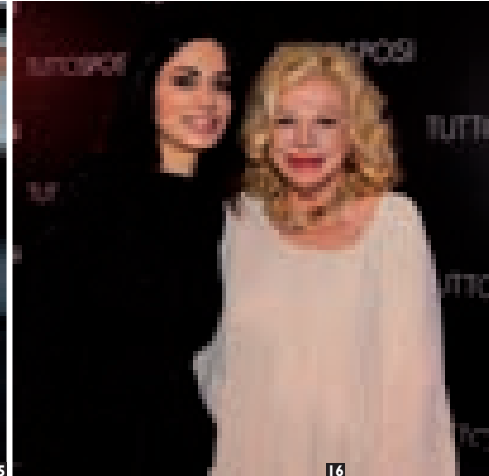




14



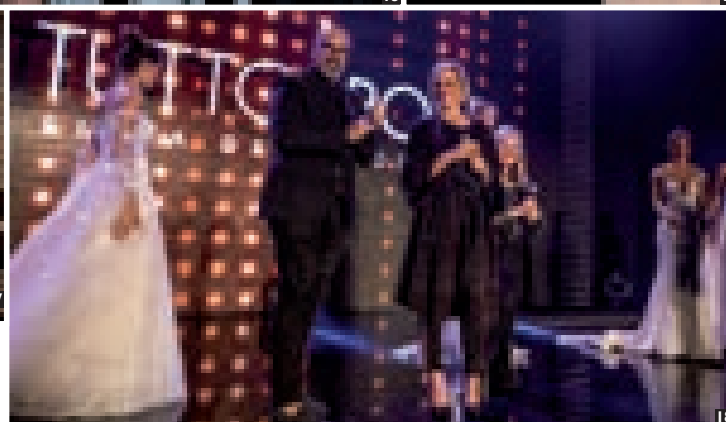
15



16



17



18

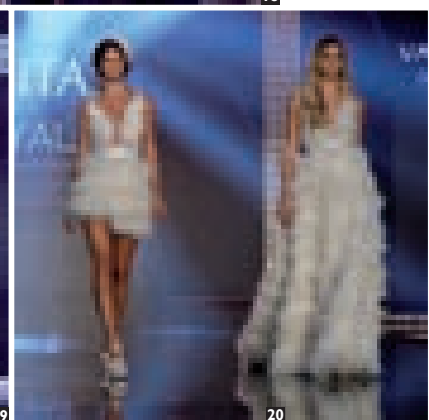
mentre il Working Woman Award è stato consegnato all'attrice Maria Pia Calzone e al caporedattore di Donna Moderna Liliana Di Donato.

Domenica 28 sono state premiate Sandra Milo, la giornalista del TG2 Manuela Moreno e il cast di Belle Ripiene, spettacolo teatrale in scena a Napoli con Rossella Brescia, Roberta Lanfranchi, Samuela Sardo e Tosca d'Aquino. Sul palco anche Gino Rivieccio, Peppe Iodice, Miriam Candurro. Sandra Milo ha ribadito la centralità dell'amore come motore propulsivo della vita delle persone: "Io credo che soprattutto per le donne l'amore è al primo posto nella vita, mentre l'uomo mette al centro la carriera. Senza amore non esisteremmo noi e neanche i nostri figli, che sono la continuità. Quello che sento di dire alle giovani donne è che in questo momento di transito dovrebbero essere più generose, comprensive, accoglienti, non così competitive con gli uomini, non devono mortificarli perché li allontanano. Il maschio nella donna non solo cerca l'amore ma anche la madre perché è lei che ha in mano il destino della famiglia e del suo uomo, per cui la donna ha una grande responsabilità e non può perder tempo a fare guerre sciocche e senza senso".

Tra le maison presenti che hanno sfilato, la Maison Atelier Signore, l'Atelier Pinella Passaro Sposa, l'atelier Stella White, l'atelier Vanitas, Maria Laurenza e, gran finale, con la doppia sfilata, Gianni Molaro. ■



19



20



21

14. Peppino Di Capri;
15. Cristiano Malgioglio;
16. Rossella Brescia e Sandra Milo;
17. La sfilata Signore;

18. Simona Ventura e Giovanni Ciacci;
19. La sfilata Stella White;
20. La sfilata Vanitas

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 



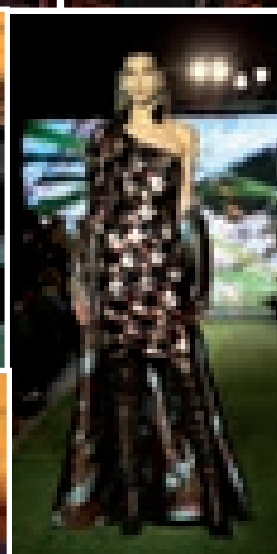
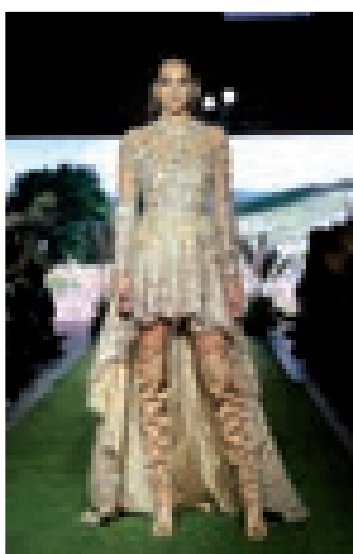
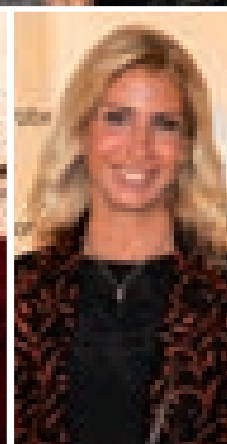
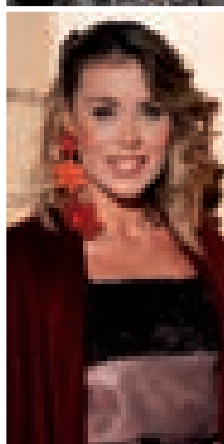
Roberta Bacarelli

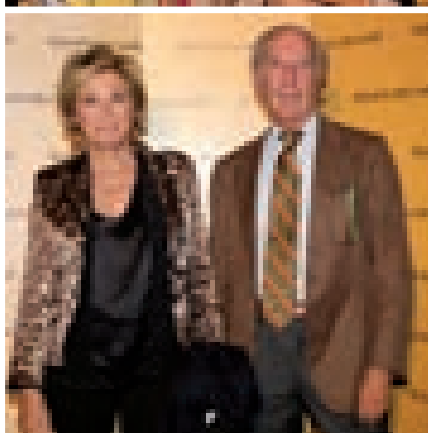
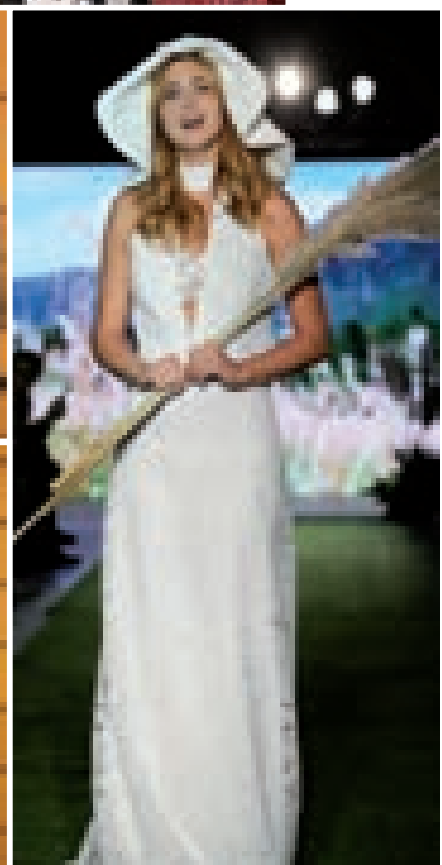
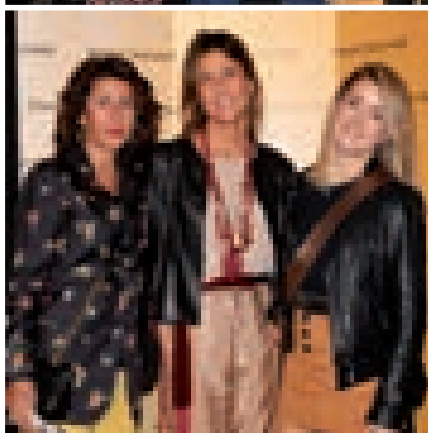
Mix and match fashion show





Il Mix and Match di Roberta Bacarelli è andato in scena all'HB-TOO di fronte ad un parterre d'eccezione nel quale erano presenti anche Veronica Maya e Fatima Trotta. Un mix and match a tutti gli effetti in cui sono stati stabiliti i punti di un manifesto di stile che inneggia alla libertà. Sugli schermi scorrevano le immagini di un campo in cui fiori ondeggiavano al vento esattamente come i fianchi delle modelle che percorrevano un green carpet a sottolineare il tema di natura e libertà. Via libera dunque ad outfit in cui convivono materiali, forme e colori differenti con l'obiettivo d'infrangere le regole del buon gusto a beneficio dell'effetto sorpresa come è nelle corde della stilista napoletana. La formula dello stile secondo Roberta Bacarelli per questa stagione è: più gli abbinamenti sono in contrasto tra loro e più si è à la page. In linea con il manifesto di libertà dove la regola è "trasgredire le regole", sfilavano abiti dalle textures diverse, come ad esempio stampe floreali sposate con rigati geometrici, fantasie barocche abbinata a temi animalier. Questi, prota-

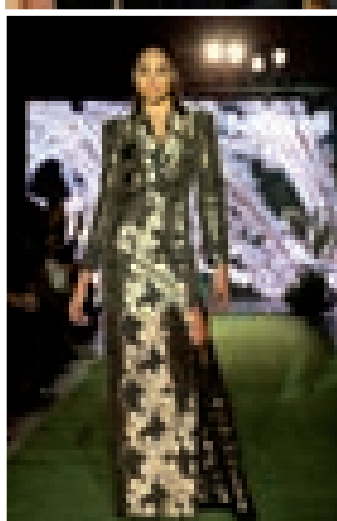




gonisti su maxi orecchini di ogni colore, must per questa stagione così come i cappelli a falda larga, cinture a sottolineare il punto vita e cuissardes in vernice.

Un inno alla libertà in passerella che la stilista rispolvera dagli anni '60-'70, epoche di rivoluzioni, in cui emerge una forte identità personale, di riscoperta del contatto con la natura, di pace e di condivisione. Sulla stesse frequenze era sintonizzato il soundtrack della sfilata che celebra un mood a cui fa eco Maledetta Primavera, La canzone del sole, Vagabondo, brani di Mina e dei Cugini di Campagna. La tanto attesa sposa di Roberta Bacarelli, impersonata da Fiorenza d'Antonio, non poteva che essere dunque una sposa country in abito bianco ricamato, cappello a tesa larga e bouquet in tema.

Sulle note di "Quello che le donne non dicono", pezzo di Fiorella Mannoia si è conclusa la sfilata curata da Fabrizia Bacarelli Caròla. ■



È un regalo nato.

Scegli insieme ai nostri esperti
l'Apple Watch che fa per te.



Chiedi di più.

Siamo a Napoli, Milano, Roma, Noia, Pompei,
Caserta, Avellino, Pontecagnano, Potenza, Parma.
Trova il punto vendita più vicino a www.rstore.it.

R-Store





**i'm
party**

10th **R-Store** Anniversary

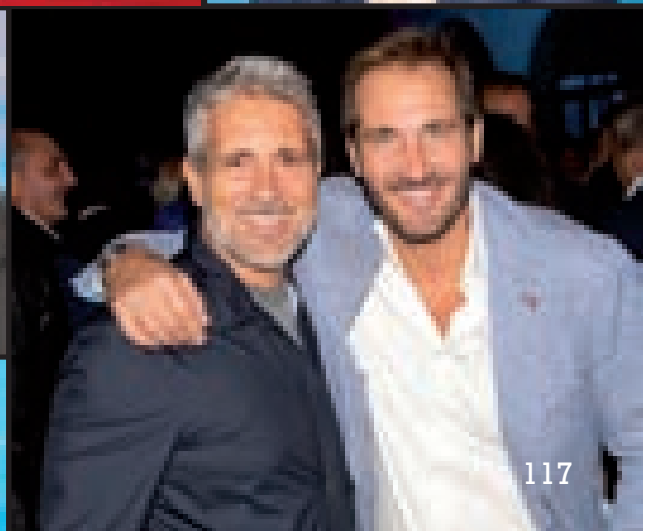
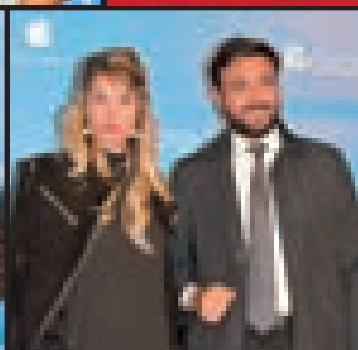
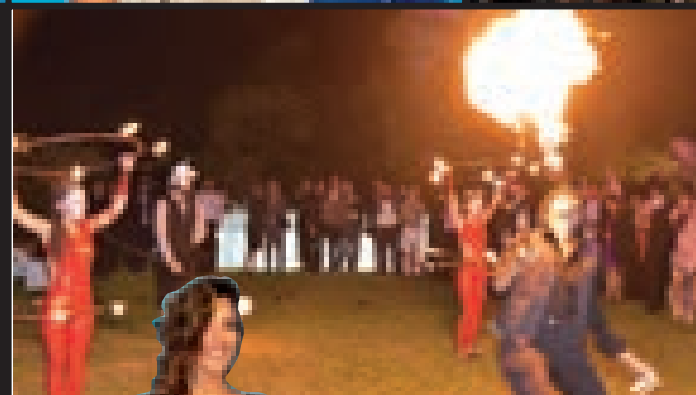
FOTO DI MARCO ROSSI E MARIO LUISE





Era il 2008 quando l'imprenditore napoletano Giancarlo Fimiani, insieme ai soci Felice Giusti, Stefano Selvaggi e Claudia Cremonese, ebbe la brillante intuizione di aderire al programma commerciale Apple Premium Reseller, ideato da Apple, aprendo il primo R-Store a Chiaia.

Dal primo negozio aperto a Via Nisco 14 a Napoli, oggi R-Store conta 16 punti vendita in 5 regioni in Italia. Una crescita esponenziale in un momento di congiuntura economica negativa per il Paese, e dal Sud Italia al Nord Italia, che denota la volontà di investire e la qualità eccellente dei servizi di vendita e dell'assistenza, su tutto quanto orbita intorno al mondo Apple, offerta dall'azienda, che punta solo su personale altamente qualificato e formato.



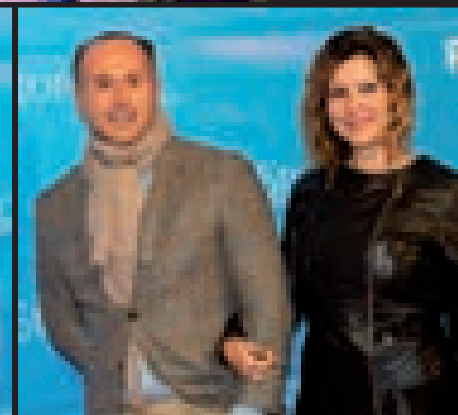


Per festeggiare l'importante traguardo del primo decennale, L'Amministratore Delegato dell'azienda, Giancarlo Fimiani, insieme al Marketing Manager, Elio Caldora, ha scelto Napoli, città da dove tutto ebbe inizio. Per l'organizzazione della serata, curata in ogni minimo dettaglio, ha scelto la I'M Eventi, agenzia dell'attore Maurizio Aiello, già da dieci anni, una felice coincidenza, imprenditore della omonima rivista glamour più famosa in Campania.

È lui l'ideatore dell'imitatissimo format degli I'M Party, iniziati come feste esclusive per festeggiare gli anniversari della sua rivista, e divenuti un vero e proprio "format" di eventi ambiziosi. E basandosi sull'esperienza della propria attività legata agli eventi, che Aiello ha gestito l'organizzazione per il decennale della azienda R-Store, che si è tenuto lo scorso 27 settembre a Villa Domi.

Più di 1400 selezionati ospiti provenienti da tutto lo stivale, sono stati accolti nella cornice suggestiva di Villa Domi, che offre una vista mozzafiato sull'intera città, ed affascina con i suoi saloni del 1500.

I suoi accoglienti proprietari, Maria e Mimmo Contessa da settimane stanno preparando al meglio la Villa ed i suoi





Nessuna avventura
nasce da un compromesso.

Nuova Macan. Scegli l'emozione.
Scopri-la al Centro Porsche Napoli e Salerno.

Centro Porsche Napoli

Spazio Car Service 1.10.1

Via Benedetto C. Pollicino, 104

Tel. 081 4700019

www.napoli.porsche.it

Centro Porsche Salerno

5. Via Fiume 1.10.1

Via Petrucciolo, 742, Salerno

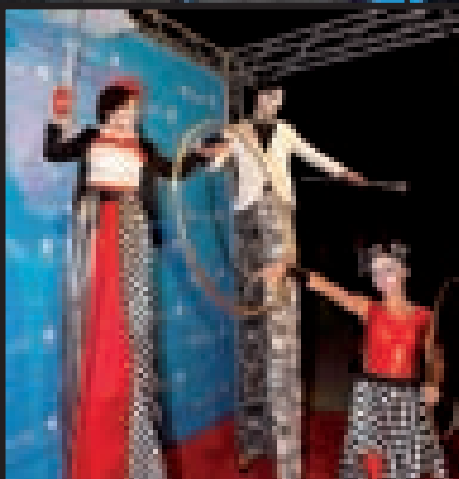
Tel. 089 8000007

www.salerno.porsche.it

Dal Macan alla nuova Macan S. Consumi ciclo combinato: 8,7 (10) (15) km/l. Emissioni CO₂ (combinate): 178 g/km.

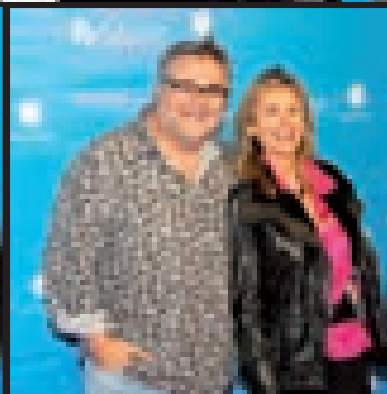
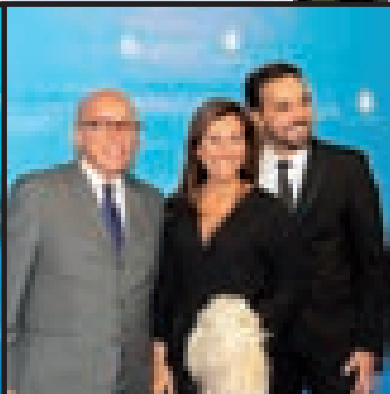
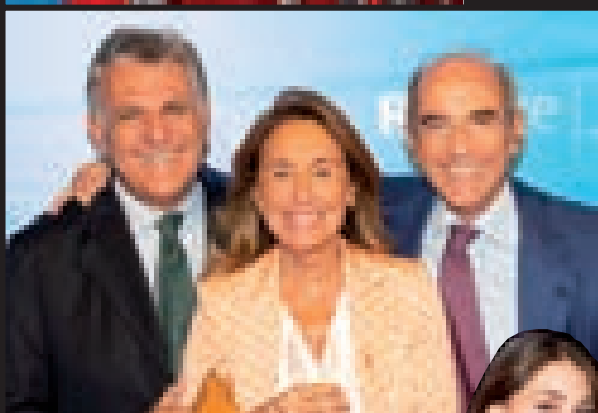


PORSCHE



giardini per ospitare questo evento esclusivo, con la regia di Maurizio e della sua consolidata squadra vincente: Francesco Cappuccio per il bar catering con la sua azienda "Bar in Movimento", Paolo Tortora di Galà Eventi per la cena, Andrea Riccio di Wedding Solution per gli allestimenti, Lorenzo Passarella per le luci. Tutto curato nel dettaglio, a partire dall'invito azzurro come il colore della R-Store, che non è bastato però a dare accesso al blindatissimo party, perché è stata addirittura utilizzata un App con la quale le hostess e il personale preposto alla sicurezza avevano la possibilità di controllare all'entrata la lista effettiva degli ospiti direttamente dall'IPad.

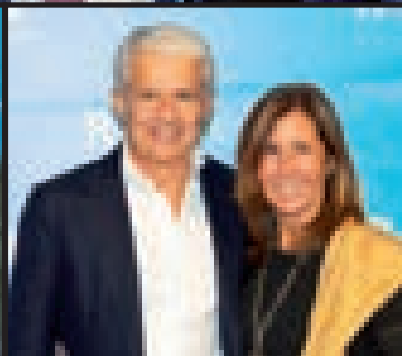
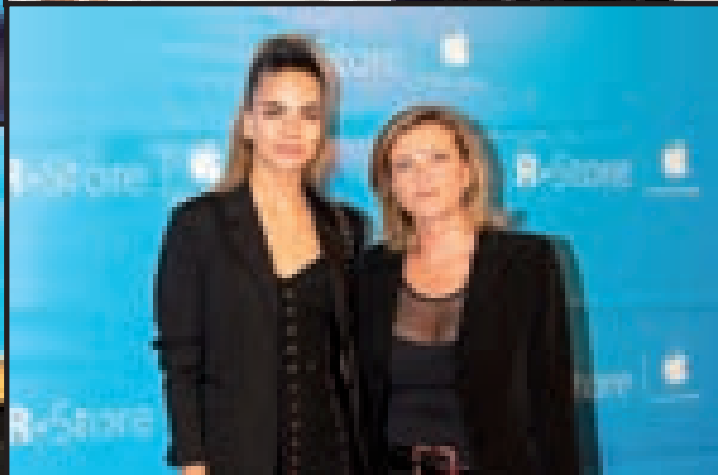
Ad accogliere gli invitati due modelli in versione car vallet per posteggiare le auto, e sei modelle mozzafiato che accompagnavano gli ospiti su un red carpet illuminato con luci stile Cannes. Nella scenografia, tante mele luminose e glitterate evocatrici del colosso Apple.



© 2004 Blackwell Publishing Ltd, *Journal of Internal Medicine* 255: 109–118

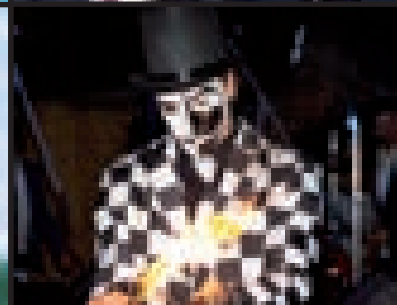
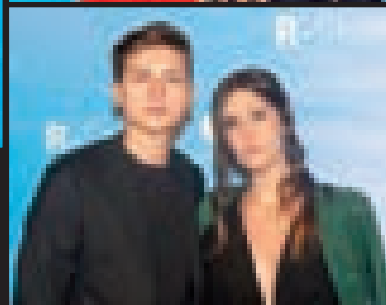
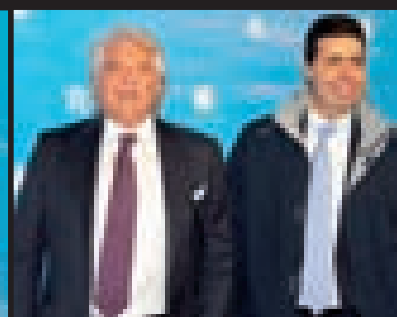
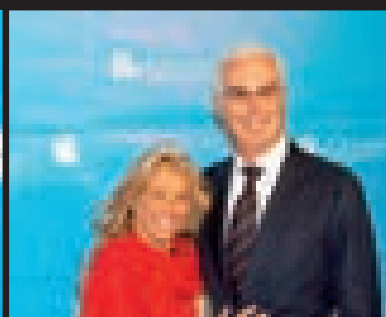
abbonati
alla serenità®

Allianz [illegible]



Per la grande varietà di ospiti e dei loro diversi palati, è stato previsto un percorso gastronomico con corner per ogni nazionalità, dall'angolo giapponese a quello spagnolo, passando per hot dog e le classiche pizze fritte della tradizione napoletana. A troneggiare su tutte le cucine, naturalmente quella napoletana, con tutte le sue prelibatezze, dalla pasta patate e provola, alla mozzarella di bufala, per culminare in un tripudio di dolci a forma di apple. Il tutto an-

naffiato da vino pregiato Mastroberardino e bollicine Ca' de Bosco. Il sottofondo musicale della cena è stato affidato alla band di Simona Boo, interrotta solamente per la spettacolare esibizione del gruppo Red Monium Art Productions, che hanno lasciato tutti a bocca aperta per le loro acrobazie col fuoco. A chiudere la cena, una mega torta inaugurale a forma di mela, sulla quale sono esplosi coriandoli e petardi luminosi. ■





sorrentoemotions.com
LUXURY SERVICES



Enjoy
your
luxury
time!

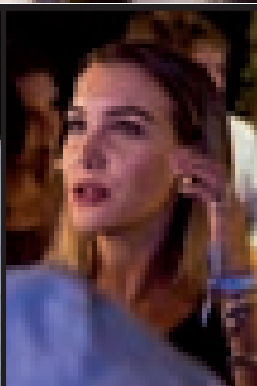
Via degli Aranci, 25 • 80067 • Sorrento (NA)

Cell. +39 339 8991270 • +39 334 1891346

info@sorrentoemotions.com

www.sorrentoemotions.com





Un party firmato **Marinella**

DI MINO CUCINIELLO



Dopo il successo ottenuto a luglio scorso con la presentazione della collezione Head Scarf rivolta prevalentemente ad un pubblico giovanile, Alessandro Marinella rappresentante della quarta generazione del famoso marchio napoletano, ancora una volta ha organizzato una bella serata con un parterre di tantissimi suoi amici. Il giovane imprenditore ha voluto questo evento per far conoscere, ammesso che c'è ne stato fosse il bisogno, alle nuove leve le cravatte che da 104 anni vengono realizzate a mano nel laboratorio della sua azienda alla Riviera di Chiaia e che portano la firma E. Marinella e che sono e lo saranno sempre l'accessorio simbolo ed indispensabile per ogni uomo che vuole essere veramente elegante. La serata, iniziata come ormai è di moda, all'ora del tramonto si è svolta al Sallotto La Veronica. La bella location formata da terrazze degradanti sul mare, di giorno è un accorsato beach, mentre la sera si trasforma in un esclusivo lounge bar incastonato in uno degli angoli più suggestivi del golfo di Pozzuoli.

In una bella atmosfera ancora estiva creata anche da apposite luci colorate che hanno illuminato suggestivamente lo specchio d'acqua di mare sottostante e da tanta buona musica, tra i moltissimi ho incontrato: Riccardo Pascucci, Stefano Del Giudice, Claudia Criscuolo, Fabio Giordano, Luca Mantovano e Maria Magliulo, Fabio Ummarino, Valentina Busiello, Luigi Lamberti, Olindo Preziosi ed Anna Laura di Luggo, Paolo e Gaia De Rosa, Maria Grazia e Josephine Ceraso, Alba Granata, Guido Postiglione. L'evento ha avuto anche un nobile fine benefico perchè durante la festa è stata organizzata una raccolta fondi a favore della Fondazione Santobono Pausillipon presieduta da Anna Maria Ziccardi e presente alla Veronica.

Alla serata ha partecipato anche Maurizio Marinella, il re delle cravatte, che con la sua consueta cordialità ha salutato tutti i giovani amici di suo figlio Alessandro non sottraendosi alle tante richieste di like scattati innanzi ad una insolita vetrina sulla quale erano esposte alcune belle cravatte della nuova collezione del prossimo autunno/inverno, per poi trascorrere il resto della serata con Simona Mantovano e con i pochissimi suoi storici amici di famiglia invitati all'evento. Tra un flash e l'altro di Massimiliano Tomasetta, visti ed intravisti: Lino Ranieri ed Anna Paola Merone, Giorgio e Mariella Ceriani, Alberto D'Alessandro, Sergio e Rosanna Colella, Eduardo Muzio, Ugo e Tiziana Malasomma, Tommaso Branno, Gianni e Delfina Russo, Daniela Carano, Dario Dal Verme e Maria Rosaria Nessuno che ricordava i tempi di quando Maurizio Marinella era un provetto giocatore di pallanuoto nella squadra del Posillipo. La bella serata che si è svolta maggiormente sulla spiaggia non poteva concludersi nei migliori dei modi se non con qualche tuffo di alcuni invitati che non sono riusciti a sottrarsi al richiamo del mare in una serata di metà settembre. ■



VOLVO XC40 D3 BUSINESS CON NOLEGGIO A PARTIRE DA € 299+IVA

Manutenzione, bollo e assicurazioni inclusi nel canone.



36 rate da € 299,00 I.E. - Anticipo € 4.500 I.E. - Km 30.000 Totali.

VOLVOCARS.IT

Modello Volvo XC40. Valori riportati nel ciclo combinato: consumo: 7,2-7,0-6,0 km. Emissioni CO₂: 158 g/km. I dati sono preferenziali e soggetti al controllo in ufficio di omologazione finale.

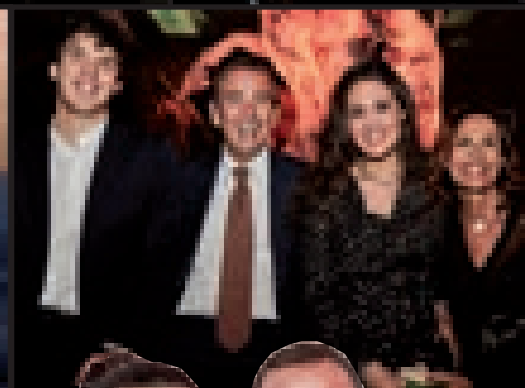
Autorally

NAPOLI - Via Reggia Di Portici 49 - Tel. 081.7504144
SALERNO - Via Delle Calabrie 49 - Tel. 089.3061246

www.autorally.it



Monetti** festeggia i 50 anni con **Baume & Mercier

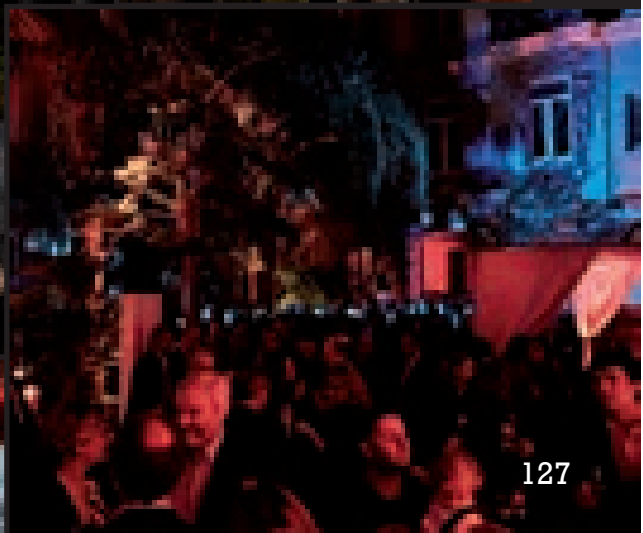


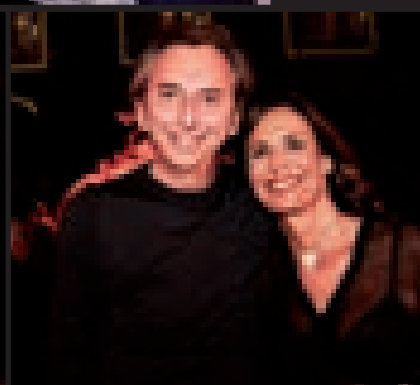
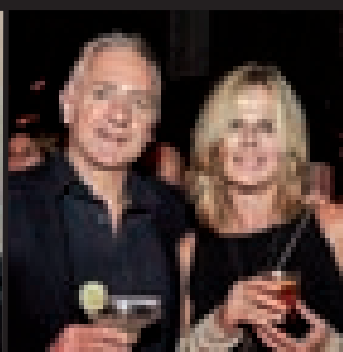


La marca di orologi di lusso Baume & Mercier ha festeggiato nella centralissima Via dei Mille, i 50 anni della storica gioielleria Monetti. Una serata all'insegna del glamour e della mondanità, con ospiti illustri del mondo dello spettacolo e dello sport come la poliedrica attrice, cantante e showwoman Serena Rossi e il campione olimpico Massimiliano Rosolino, entrambi brand ambassador Baume & Mercier.

La serata è stata animata da un DJ set e dall'arrivo di due scintillanti moto Indian Motorcycle per presentare agli ospiti i nuovi orologi Clifton Club Indian, ispirati alla più antica casa motociclistica americana. E' stata inoltre l'occasione per il lancio del nuovo Clifton Baumatic, il primo orologio Baume & Mercier in assoluto, dotato del movimento meccanico Baumatic, interamente progettato dalla Maison, che integra nuovi materiali e concept assolutamente innovativi, con i seguenti benefici: autonomia, precisione, antimagnetismo e durabilità.

Frutto di un savoir-faire orologiero tramandato dal 1830 e di oltre cinque anni di ricerca e sviluppo, è stato studiato per soddisfare le esigenze della vita moderna Baume & Mercier, che

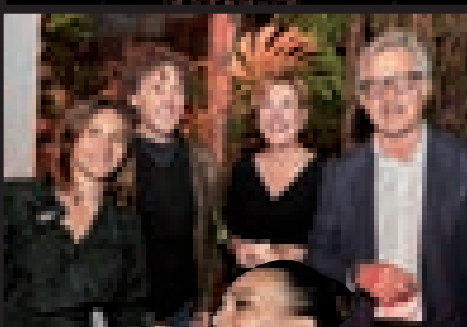




si basa sui valori di autenticità ed accessibilità, è solita non solo celebrare i momenti più importanti della vita di ognuno di noi, ma incarna un lifestyle unico, da sempre al polso di uomini e donne di successo.

Ecco perché ha scelto Monetti e i suoi illustri ospiti per questa importante ricorrenza: 50 anni di attività di una tra le ditte più antiche a Napoli, fondata nel 1904 da Guglielmo Monetti, che scelse per la sua orologeria un negozio in via Santa Brigida, tutt'oggi esistente, nell'edificio della Galleria Umberto I: un gioiello di architettura e di eleganza.

La Boutique di Via dei Mille invece nasce nel 1968 su iniziativa dei figli Guglielmo e Ugo Monetti e ospita fin da subito le più importanti marche di orologeria. Nel 2016, dopo una importante ristrutturazione, il negozio di Via dei Mille ospita un moderno laboratorio con la presenza di tecnici specializzati che assicurano un'accurata e qualificata assistenza. Nelle eleganti vetrine sono esposti oltre agli orologi delle migliori case, anche magnifici gioielli, affascinanti creazioni con pietre colorate e diamanti di altissima qualità, accuratamente selezionate da Gabriella Monetti, terza generazione della famiglia coadiuvata dal marito Claudio Argenziano. ■



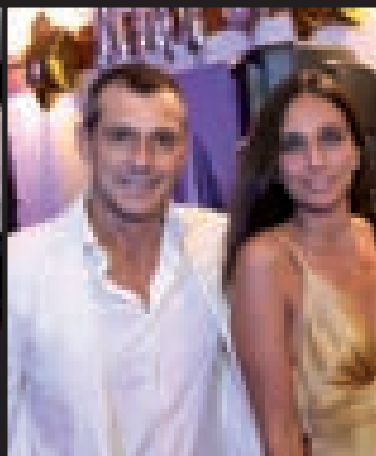
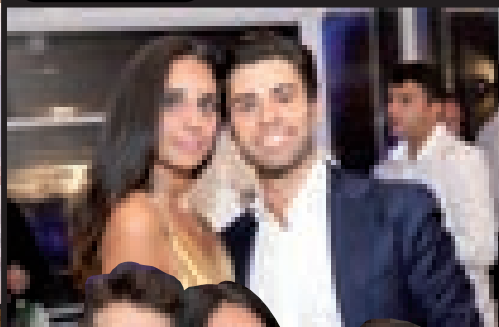
[illegible]

Concessionaria Ufficiale di Vendita smart. Via delle Repubbliche Marinare 2, tel. 081 2449673
smartminimax.it



Disponibile su
App Store

Disponibile su
Google Play



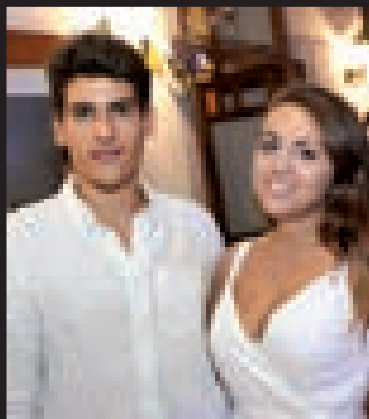
i'm
party



White party

FOTO DI MARCO BALDASSARRE

White party al club della Vela di Napoli per festeggiare la laurea magistrale in farmacia della dottoressa Antonia Mele, raggiante, in abito lungo color oro. I genitori, l'avvocato Fabio Mele e la dottoressa Maria Cristina Sonni, hanno accolto il parterre di invitati, che all'entrata hanno ricevuto cappelli, bracciali e rose rosse. Tra i presenti, il fidanzato farmacista Costantino Cantelli ed altri giovani farmacisti napoletani, Vittorio Latte, Antonio Losacco, Ilario Sepe, le sorelle Simona e Stefania Attanasio, i cugini Federica Mansi con Ivan Beato, Giuseppe e Federica Mele, Italo e Carlo Sonni, Arianna e Donatella Irace, Virginia Sacco, Alessandro Lukacs, Fabio Ummarino, Vittorio de Feo, Floriana Bile, Alessandra Ruggiero, Flora Sonni, Giuseppe ed Emilia Iovine, la scatenata Elena Fontana e tanti altri. Il buffet mediterraneo, era un tripudio di frittelle, mozzarelline, misto di salumi e formaggi, torte rustiche e vari primi a scelta. Dopo la cena gli ospiti sono stati coinvolti in pista dallo show man napoletano Peppe Parlato. La serata si è conclusa con l'arrivo in pista del magnifico babà a forma di Vesuvio di Scaturchio, in perfetta armonia con il panorama mozzafiato della location che ha accompagnato gli ospiti per tutta la serata. ■





Italpa
Sviluppo e servizi

DAMACLUB

Formazione e servizi
COMPROF **CLUB**

Professionalità e Bellezza al tuo servizio

FORMAZIONE

*Lancio moda, seminari, workshop,
incontri studio tutti i giovedì
Corsi per collaboratori*

STAGE ALL'ESTERO

EVENTI TV

*Capelli, galleria e... moda,
Taglio di Luna Piena*

PRODOTTI/ARREDO

CONCORSI

Shows/Sfilate



*Birthday party al **Green Park***

FOTO DI MARCO BALDASSARRE



Nella bellissima cornice del Green Park Tennis, il giovane avvocato Roberta de Simone ha festeggiato i suoi trentanni con un total white party. Durante la serata si sono esibiti Aurelio Fierro Jr e la sua Capri Selection Band, che ha fatto ballare tutti sotto il cielo stellato di Posillipo.

La festeggiata, vestita interamente di paillettes argentate, ha animato la serata insieme al marito Gianluca Grosso, al fratello Andrea de Simone con la compagna Francesca Vincenti, e alle sue amiche storiche Lorenza di Domenico, Malvina De Rosa e Roberta De Vita.

A festeggiare con lei presenti anche tanti altri amici tra cui Giorgia e



Lascia emergere
la tua bellezza.

info: 061.0117801
www.ivanlarusca.it

DOTT. **Ivan** (**LaRusca**)
CHIRURGIA PLASTICA



Alessandro Consonni, Manuela e Luca Pistone, Lucia Starace, Paola e Tiberio Brunetti, Raffaella e Fabio Esposito, Claudia e Dario Pantaleo, Manuela e Fabrizio De Pasquale, Maria e Bruno Travaglione, Barbara Cucinella, Fabio Ummarino, Claudia ed Enrico Quadri, Sabrina e Alberto Caprioli e tanti altri... ■





dimagrire *si può®*

Scopri subito il tuo stato di forma fisica in maniera rapida,
non invasiva e senza il fastidio di spogliarsi.

Prenota un CHECK-UP GRATUITO

 **800 58 77 17**

oppure su www.dimagriesipuo.it



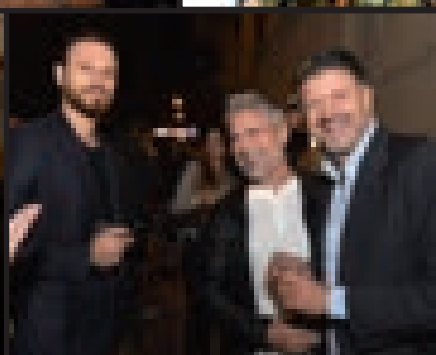
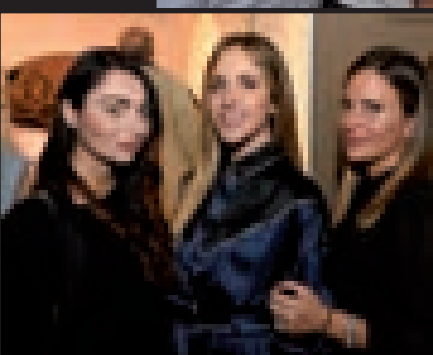
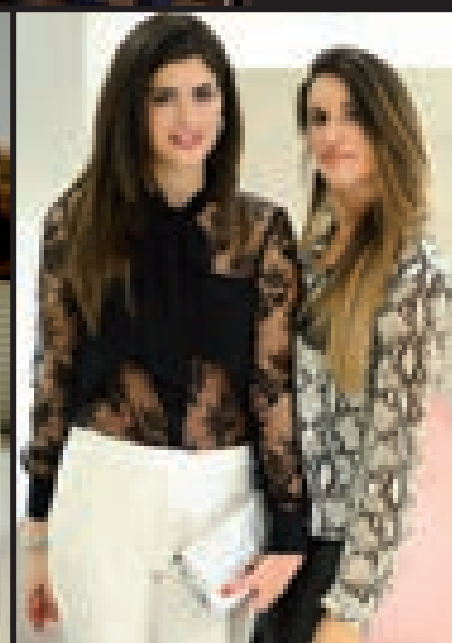
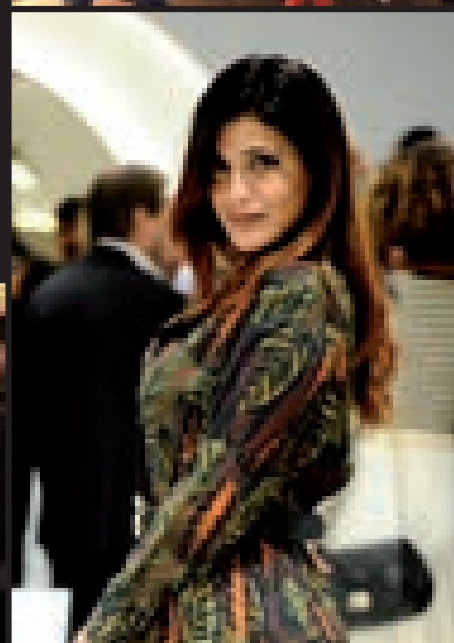


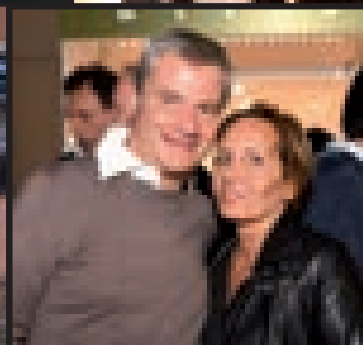
Attio Boutique *an exclusive party*





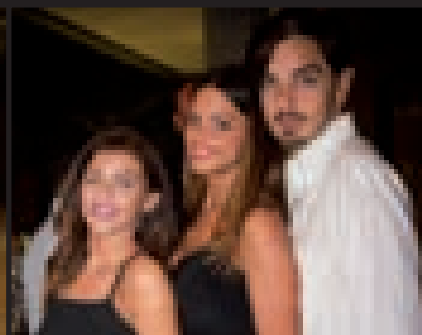
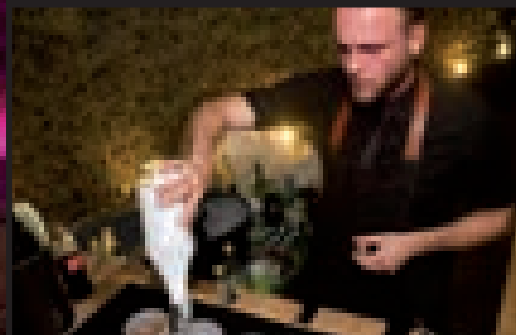
Una serata all'insegna dell'eleganza e della femminilità per il party inaugurale della nuova boutique Attio, in via Nicola Nisco 22: nuovo punto di riferimento per lo stile e lo shopping nel cuore della città. Più di 250 invitati hanno gremito l'esclusivo evento, curiosando tra gli stand e le griffe della raffinata boutique, curata dalla giovane imprenditrice napoletana Carlotta Nardelli, figlia del patron del noto brand d'abbigliamento Liu Jo Uomo, Giuseppe Nardelli. Perfettamente in tema con la serata le sonorità elettroniche del dj set tutto al femminile curato da Fiorella Panico e le deliziose specialità finger food di ispirazione Japanese e mediterranee create per l'occasione dalle





cucine di Otoro 81 e Bar Guida. Un evento in cui glamour e bellezza sono state protagoniste assolute con il ricco parterre di ospiti e figure di spicco del panorama della moda partenopea. Tra tanti ospiti della serata: Carmine Russo, Conni Colella, Salvatore Ferrara, Sara e Federica Nardelli, Arianna Giannini, Sara Luciano, Elisa Sbaragli, Lorena Pucciarelli, Alessandra Esposito, Valentina Puzone, Andrea Falanga, Maria Cannavale, Fabiana Notarangelo, Susanna Petrone e Luana Ferraioli. ■

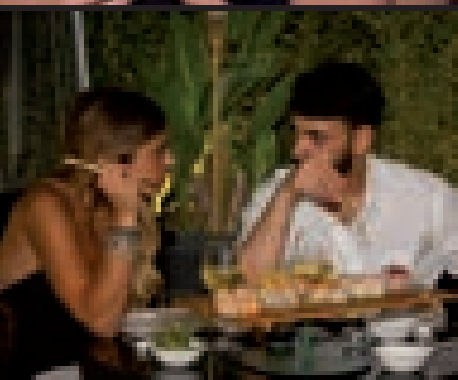
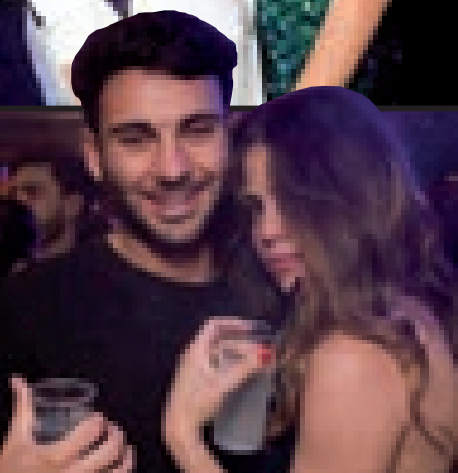




i'm
party



Shinto vip party



Il Sushi fusion restaurant degli imprenditori Salvatore e Miriam Castaldo, famoso per le sue raffinatissime cene giapponese-occidentali, ha aperto le sue porte ad un esclusivo party di circa 600 ospiti, primi tra tutti i creatori del brand Shinto, Irina Fissenko e Antonio Di Stefano. Hanno presenziato all'evento istituzioni, imprenditori, sportivi e tanti vip, molti dei quali venuti apposta da Milano, come Stefano De Martino, Alena Seredova e Alfonso Signorini. Poi Pasqualina Sanna col fidanzato Ernesto Milone, il difensore del Napoli Lorenzo Tonelli con la compagna Claudia Manzella e molti giornalisti. Tra i politici, Gennaro Migliore, sottosegretario di Stato alla Giustizia, il segretario regionale del Partito Democratico Assunta Tartaglione, il sindaco di Cardito Giuseppe Cirillo, la senatrice Graziella Pagano. Della folta schiera di imprenditori, Lello Carlino di Caripisa, Vincenzo Caputo vicepresidente denazionale dei Giovani Industriali, Marco Bottiglieri presidente della Confcommercio Ischia, Antonio Castaldo del Gruppo La Violetta, Ugo Cilento della omonima sartoria. Un evento suggestivo per il mix di orientale e partenopeo, in cui l'eccellente sushi preparato dall'executive chef Tonyono Tonyono, conosciuto come Jhonny, affiancato dal primo chef, il nipponico argentino Manuel Ryokichi Goto e dagli chef Garcia Anthony e Alfredo Versetto, si è accompagnato alle maschere di Pulcinella, realizzate dal maestro Lello Esposito per gli ospiti. ■



CLAUDIO RUGGIERO

Hair's Mode 2.0

NAPOLI - CAPRI



NAPOLI

Riviera di Chiaia 258
081.7642229

Via Dante 142
081.7141811

Via Poellipo 83
081.5735181



NAPOLI - VICINORO

Via Solimene 88
081.5585805



CAPRI

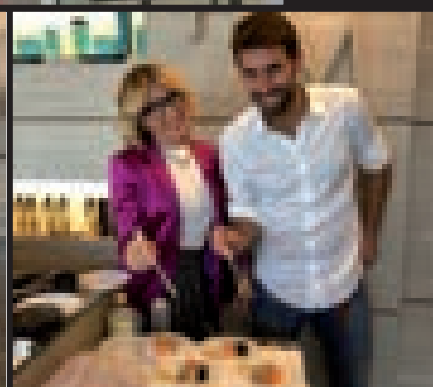
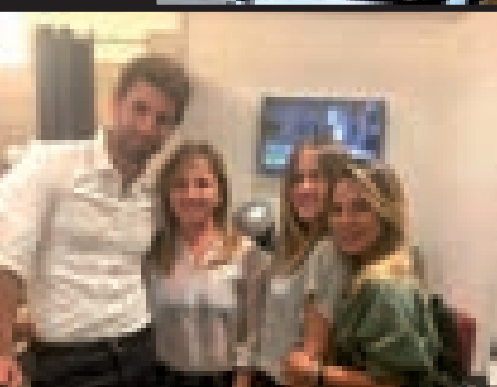
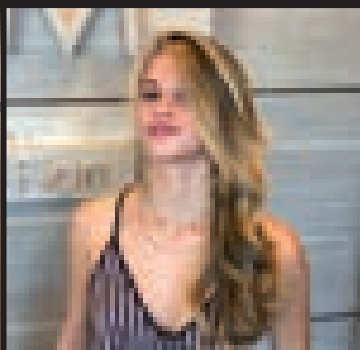
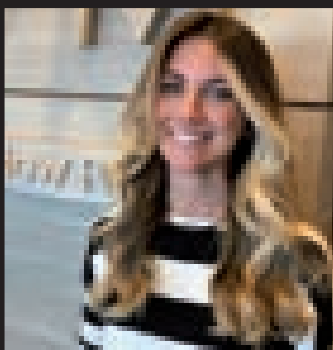
Via Argentina 5
081.8379418



Artes Louis David
081.8379418

C.C. "Volante Basso"
Nole - 081.8379418

C.C. "La Carlina"
Pompei - 081.8379418



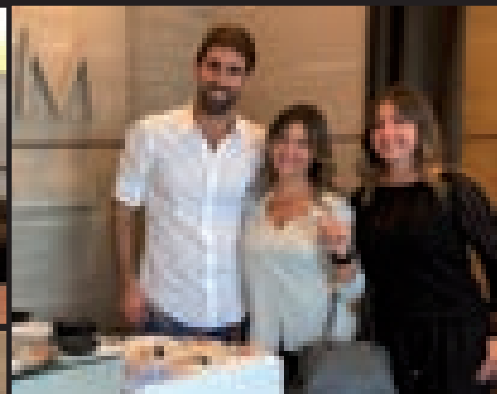
Sushi party da **Claudio Ruggiero** *Hair Spa*

Quarant'anni di esperienza quella del noto parrucchiere Claudio Ruggiero, che oggi conta 7 saloni tra Napoli, Capri, Pompei e Nola.

L'ultimo nato tre anni fa, in Via Orazio 143, diretto dal figlio Ugo Ruggiero, che per festeggiare il terzo compleanno del salone nel cuore di Posillipo, ha organizzato un originale party a base di sushi, cucinato direttamente in negozio no stop dalle 13 alle 18 dallo chef del ristorante Kisskissbangbang.

La particolarità dell'evento, è che le attività non si sono interrotte, ma lo staff ha continuato ad acconciare i capelli delle clienti mentre i camerieri servivano il sushi a braccio, innaffiato dai vini delle cantine Fonzone, culminati nello spumante dei Feudi di San Gregorio.

Un festeggiamento elegante ed esclusivo per la prestigiosa clientela posillipina, curata e coccolata dagli undici collaboratori di Ugo, rinomato ormai tra le esigenti signore non solo per la maestria nell'arte dell'hair beauty, ma anche per l'atmosfera familiare ed accogliente che caratterizza il suo salone. ■





La Tradizione fa tendenza

*Acquista i nostri prodotti presso il punto vendita Scaturchio
più vicino a te o visita il nostro shop online*

Sede Sociale
Piazza S. Domenico Maggiore, 19

Scaturchio Opera Caffè
Teatro San Carlo
Piazza Trinità e Trento

Piazza Amedeo
Via Luca Giordano, 79

Certosa Caffè
Largo San Martino, 5

Info: 081 557031 | info@scaturchio.it | www.scaturchio.it



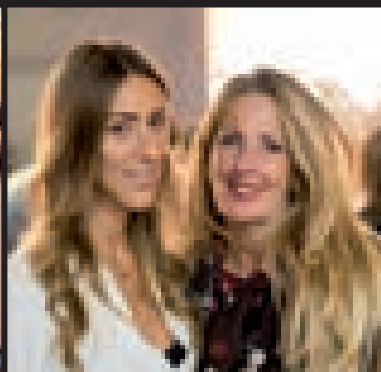
Disponibile su
App Store

Disponibile su
Google Play



i'm
party

Pinko *bissa al Vomero*



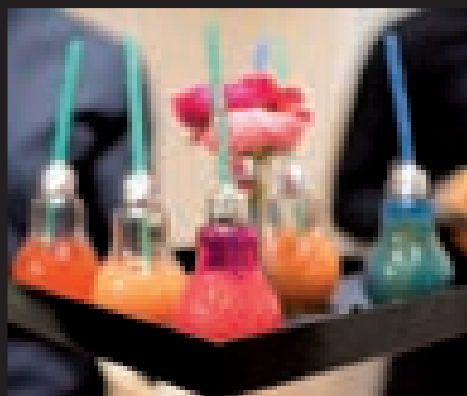
Dopo lo storico negozio di Via Dei Mille inaugurato nel 2008, Pinko ha bissato con una nuova boutique nel cuore pulsante dello shopping partenopeo, al Vomero, in Via Merliani.

L'ambiente, che si sviluppa su un'area di 50mq, con pavimento in parquet e pareti bianco ottico, è un piccolo scrigno dove i capi e gli accessori diventano gioielli preziosi da indossare.

Pinko, fondato nei primi anni '80 da Pietro Negra e Cristina Rubini, è un marchio di moda contemporanea con

un distinto spirito italiano. Nella più raffinata tradizione dello stile italiano, l'azienda oggi include le figlie di Pietro, Cecilia e Caterina, che si dedicano rispettivamente agli uffici di comunicazione e stile dell'azienda.

È presente in tutta Italia, in Europa e nel mondo, con diversi negozi monomarca e molti punti vendita. Il marchio si trova nei più prestigiosi department stores internazionali e si sta espandendo nel settore Travel Retail con negozi di recente inaugurazione in Italia e all'estero. ■





Villa Diamante

Guardare negli occhi la città.

EVENTI | RISTORANTE | CATERING

Via Manzoni, 131 B - 80123 - Napoli - T +39 081 575 24 33 - villadiamante.it

seguiaci su    





DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano

© MottGuthrie

Highend.com.it

LIU:JO

UOMO