

MODA

# "Blunauta", shopping day in Galleria

di Laura Cairo

Un tuffo nella moda. Il piacevole "Blunauta Day" organizzato in rapida successione nelle tre location italiane più "in" del marchio (isto da una costola del mitico Balloon, come 81 punti vendita sotto in Italia, più le sedi estere di Londra, Madrid, Lisbona e Parigi, avuto in Galleria Umberto e Napoli, in Piazza di Spagna a Roma e a via Dante a Milano, ha riscosso l'interesse di un vasto pubblico di adulti, giovani e giovanissimi: il cliente Blunauta è, infatti, in linea di massima tra i 20 e i 60 anni, contraddistinto da un gusto raffinato e amante della praticità che Blunauta sta garantendo insieme all'eleganza.

Questa volta entrati nello spazio bianco e con delle stoffe napoletane, unico di stoffe, specchiare e decorazioni barocche - ideale prolungamento della Galleria monumentale - si respira il grandiosità del Natale, grazie all'indovinato mix di proposte per le feste di festa: tra i manichini immensi s'abbrigliano con smoking in velluto, abito da sera, suite ai pizzi e poltrone in setole, con cappote felina, due modelli costantemente in presa per foto: pannare, scendini e



Luigi Di Biase, Roberto Ricci, l'ispettore della sezione galleria e amministratore unico della Blunauta, Massimo Lupatkin, Alessandra Blunauta, Lucio



cinò, fra le mille bollicine di champagne francese offerte in degustazione insieme alla tipica pasticceria partenopea. E via via prosegue per tutta la giornata in un lungo happening che si conclude in serata, col salotto dell'eleganza inedito del giornalista economico Massimo Lucini - responsabile comunicazione e organizzazione dell'evento - che s'interfaccia con il titolare e amministratore unico, Luciano Ricci Greco, col direttore generale Luigi Giuseppe Esposito e con i graditi ospiti, fra cui Fabio Petrus, vice campione mondiale Canoe Polo, sul tema dello stile per-

sonalizzato che la vasta produzione Blunauta permette di esprimere con capi adatti per tutti i giorni, versatili e intercambiabili. L'originale formula del "Blunauta Day" si articola nell'arco di un'intera giornata con un vero e proprio casting a chilometro zero, spazio di creatività in cui uno stilista, una costumista e un fotografo di moda vengono messi a disposizione nello showroom per i giovani del territorio che divengono protagonisti di un "fashion" di capi e di uno "shooting" fotografico divertente e l'idea di improvvisarsi indossatori e stilisti insieme agli esperti del

look un nuovo stile che scocca in modo venuto ma più glamour il rapporto con il proprio "guardaroba". In questi occasioni modaiolo trionfano i capi Blunauta, in tessuto in fibra naturale e in filati artigianali come seta, lino, cotone e cashmere, di estrema morbidezza, soffici come le dita, confortevoli da indossare: il marchio Blunauta ha un filastro autobiografico più "ospite" Balloon, nato nel 1976, per dar corpo all'idea inprenditoriale di creare abiti di classe, declinati in modelli classici, con vasto assortimento di capi spalla tra cui: giacche e giacchettoni di vellu-

to a colori vivaci, oltre a camicie, giacche, maglioni, pantaloni a completi.

Nel 2001 è stato creato l'originale marchio con la mongolfiera per soddisfare una domanda sempre più sofisticata ed esigente e approfondire con grinta sui mercati esteri la ben oliata macchina organizzativa di cui dispone l'azienda, il sistema informatico avanzato, la competenza internazionale e il team manageriale giovane e fortemente motivato sono altri ineglabili leve per espandere lo sviluppo nazionale ed internazionale del Gruppo. In Italia e all'estero, la

distribuzione è affidata ad una rete di negozi diretti di medie e grandi dimensioni, affiancati da rivenditori autorizzati e potenziati da una struttura di avanzato commercio elettronico: le collezioni Blunauta total look donna e uomo, propongono qualità e design a prezzi competitivi con un settore interamente dedicato alle nuove eleganze con pigiama, vestaglia e lingerie in seta e cocoburro e pratica e allegria con pigiamoni: di palline, tute di velluto, giacche salpate da camera, biancheria di cotone e lino, camicie da notte in fantasie scozzesi e spiritosi rigati.

IMMIGRANZA

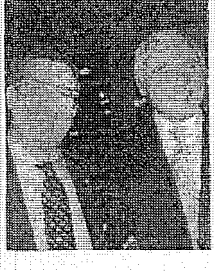
## È nato il Rotaract Castel Sant'Elmo

di Alessandra Giordano

È nato il settimo Club Rotaract a Napoli, il 27esimo nel Distretto 2100. Ad un anno e mezzo dalla sua costituzione, il Rotary Club Napoli Castel Sant'Elmo, presieduto da Sergio Valluturo da 67 "anziani" di suo Rotaract, ovvero i giovani tra i 18 e i 30 anni che hanno addegnato alla ideologia rotariana. La presentazione è avvenuta in una particolare cornice festosa, in una sede accogliente: il giardino d'inverno della Terra degli Aranci, angolo di verde nascosto nel cuore del Vomero, molto apprezzato dagli intervenuti, in testa il Governatore Michelangelo Carbone che ha voluto così dare il suo benvenuto ai venti giovani emozionati per l'inizio di questa bella avventura. Accanto a loro non sono voluti mancare i Pdg Guiseo Parfeto che nel 2007 ha felicemente voluto la costituzione del decimo Club Rotaract in città, appunto il Castel Sant'Elmo, e il Pdg Giancarlo Caputo, detto il "Rotaractino del 66", che ha vissuto il Rotary fin da giovanissimo ricoprendo tutte le cariche fino a diventare Governatore e poi quest'anno delegato Rotaract. Anche il Governatore del Centenario Sandro Marotta ha voluto portare il suo "in bocca al lupo" ai venti ragazzi scelti e "valutati" dai presidenti Valluturo.



Il gruppo di Rotaract Castel Sant'Elmo con il presidente Sergio Valluturo in testa alla destra.



ca Valluturo che li ha presentati uno ad uno leggendo i loro strabilianti curriculum: Deborah Deccoli, Davide Coccione, Laura Del Vito, Emanuele Esposito, Alessandra Pucci, Roberta Guina, Marie Ippolito, Mariella Izzo, Rosaella Izzo, Pasquale Leguere, Bogdan Mardocia, Roberta Nicolotti, Pierluigi Orsico, Viola Paleocardo, Annalisa

pena dato alla luce una bambina. «A poco più di un anno dalla nostra nascita - ha detto il Presidente Diego Valluturo - è ovvero, un'emozione poter dare il benvenuto a questi giovani che entrano a far parte della grande famiglia rotariana... I ragazzi oggi più che mai hanno bisogno di avere degli obiettivi concreti, di essere guidati, e il Rotary rappresenta per i giovani un momento di riconoscimento ed crescita, un modo per risolvere questi vari valori che sono sempre più in-

nasciati da un mondo che va troppo di fretta, frenetico, dall'avvento di internet in poi, ai padri di globalizzazione. Ritengo sia importante mettere a disposizione delle nuove generazioni un po' del nostro tempo ed esperienza con professionalità i nostri progetti e testimonianze. Per Sant'Agnesino il nostro era solo una proiezione dell'amore umano come costanza dell'attesa, più che il futuro, è ciò che abbiamo davanti agli occhi: fornire ai giovani le occasioni e le opportunità di collaborare agli ideati rotariani con intelligenza morale e spirito di amicizia. Essere rotariani non è un traguardo, ma un continuo divenire e la costituzione di un club di giovani non è caso capita nel mese dedicato alla famiglia, un'occasione per portare nuova linfa alla famiglia rotariana. Cristina Amato, dal Comitato per il Distretto, si è congratulata con il presidente federale: «Non è facile in questi tempi - ha detto la responsabile venuta da Amatrice, in Calabria - avvicinare dai venti ragazzi alla nostra associazione, al seme del futuro germoglio nel presente - ha affermato con orgoglio il Governatore Ambrosio sul suo discorso augurando - e noi oggi abbiamo puntato il seme per il nostro futuro, anche se in questi tempi i ragazzi soffrono perché, nonostante l'economia italiana dei nostri giovani, la realtà produttiva del Paese sono abbastanza».

La serata ha avuto poi il suo naturale epilogo nella cena, nel taglio della torta bianca e rossa col logo del Rotaract e nei brindisi benaugurati.

LA NOTA AZIENDA HA CELEBRATO I SUOI TRAGUARDI

## A Città della Scienza la festa Kimbo Caffè



Fabio Trono, Cristina Marazziti, Sergio Ricci e Giovanni Carli

Una giornata piena di festeggiamenti per sottolineare come, in un momento difficile per l'economia nazionale e in particolare per il Sud, Caffè do Brasil sia una realtà forte, capace di decisioni in contropendenza e decisa di fondare il proprio sviluppo su investimenti concreti e sull'impegno verso i propri dipendenti, si è svolta al Museo della Scienza a Bagnoli. Alla manifestazione hanno partecipato numerosi ospiti e oltre 100 mastre del Caffè do Brasil, vere protagoniste del progetto che sono la guida dei docenti della Focus Consulting di Napoli, ideatrice di una sinergica formazione esperienziale, hanno lavorato per tre mesi divise in sette gruppi per far emergere ed evidenziare quei valori che sono da sempre pillole della Dna aziendale. L'innovativo progetto chiamato simbolicamente "Kimbo identity" ha coinvolto negli ultimi mesi tutte le professioniste aziendali e si è chiuso con la convenzione "Formazione Hour: dare idee ai Valori" riservata a tutti dipendenti, partner e stakeholder dell'azienda.

In serata il "Kimbo Christmas Dinner Party", sempre a Città della Scienza ha concluso l'evento di Caffè do Brasil, che attraverso il brand Kimbo ha tra i suoi punti di forza l'essere nata e avere sede a Napoli, città che incarna la vera "cultura del caffè". Il party, universo delle futu-

riche Città della Scienza, ha permesso agli ospiti di apprezzare l'attenta cucina napoletana con tutte le nozze tipiche del Natale meridionale: il grande patrimonio musicale della città riarrangiando in chiave jazz le canzoni napoletane più celebri di tutti i tempi come nel loro album "Napoli Jazz Sound" vol. 1 e vol. 2. Un originale abito di Natale decorato con esumano di pacchetti di "Caffè Kimbo" serviva all'ingresso del Museo della Città della Scienza accogliendo gli invitati in una serata con cui l'azienda ha voluto rivolgere un caloroso augurio alla città, testimoniando concretamente la "Napoli che vince" e organizzando un vero e proprio Kimbo Coffee Hour - il nuovo modo di comunicazione aziendale: interpreti della vera cultura della tradizione napoletana dal caffè - in versione natalizia. Protagoniste della serata sono state molte eccellenze imprenditoriali e culturali anche da due testimonial di fama, i due interpreti principali del nuovo spot Kimbo dedicato al Coffee Hour: gli attori Fabio Troiano e Chiara Ricci che si sono particolarmente divertiti a farne ad una parodia dello spot interpretate dagli stessi dipendenti della Kimbo ed in particolare con Cennaro Carrà e Carmine Martuzzo.



ca come impegnati nel sociale e fortemente determinati nei progetti a fianco del club madrina, direttamente dalla neo presidente Feder-

Porrono Caputo, Annalisa Troici, Francesca Valluturo, Luigi Valluturo. Hanno assistito Laura Del Vito portone all'estero a Paola Gallo perché ha ac-