



building brand value
relazioni pubbliche & comunicazione

Case Study

fashion

Case Study

CANNELLA



attività svolte

ufficio stampa e
media relation

pianificazione media

event management

social media
management

licensing, partnership
& influencer



durata collaborazione

9 anni

Case Study

CANNELLA



ufficio stampa e media relation

- comunicazione istituzionale/company
- lancio collezione e prodotti
- comunicazione eventi, licensing, testimonial, ecc.

Case Study

CANNELLA



risultati

2.805

pubblicazioni totali
STAMPA – WEB
RADIO – TV

312

media annua

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15

TRENT'anni

“Gli impegni non attendono. Per non perdere il passo, prova un gilet di pelliccia su giacche e blouson sportivi. E sui nuovi booties col tacco”

1. Orecchino con perle-bijoux, Dior (190 euro).
2. Occhiali design con montatura di metallo e acetato, Miu Miu Eyewear (270 euro).
3. Fedora di feltro con fiocco, Barsalino (196 euro).
4. Gilet di volpe argentata, Simonetta Rajizza.
5. Mantamary di lana scozzese con cappuccio, Cannela (189 euro).
6. Cartella di pelle con chiusura di metallo, Giorgia Armani (1.350 euro).
7. Maglia di cotone con micro poillettes, Fornarina.
8. Mini tracolla con chiusura-gioiello, Bulgari (1.400 euro).
9. Postina di pelle bicolore con dettagli dorati, Céline.
10. Gonna a ruota di nappa, Pinko (380 euro).
11. Micro bag di pelle matelassé, Chanel (1.600 euro).
12. Stivaletto di cuoio e cavallino, Balin (590 euro).
13. Bootie di vernice con suola a carrarmato, Primadonna Collection.
14. Scarponcino di pelle con tacco alto, Guardiani Sport (248 euro).
15. Anfibio con catena-decoro, Chanel (1.300 euro).

Gli accordi Alla conquista dei mercati con nuove strategie Cannella, la moda italiana che ha conquistato Europa, Giappone e Oriente

La strategia è chiara: puntare una decisione al mercato internazionale dopo aver consolidato il brand entro i confini nazionali. Parte dunque da qui la nuova sfida della mai sconosciuta Cannella che, con quasi 50 punti vendita monomarca, continua senza sosta il suo piano di sviluppo strategico. Nel 2013 l'obiettivo è stato quello di rafforzare la presenza in Italia, non a caso in breve tempo sono nati moltissimi nuovi punti vendita da Nord a Sud. L'ultima apertura è stata quella di Palermo a fine ottobre. Ora è il momento

Le novità

Del piano di espansione fanno parte anche il Libano e la Russia, dove è in corso una trattativa importante

La testimonial

Anche per questa stagione, è stata confermata come testimonial la bruna Francesca Chillemi

di investire oltre confine e il segreto è uno solo: continuare a puntare su un prodotto completamente made in Italy, versatile, sofisticato e al tempo stesso dal gusto contemporaneo. Un cocktail perfetto, che sta consentendo alle collezioni Cannella di riscuotere un crescente successo anche all'estero, dove il sapere del vero Made in Italy è sempre apprezzato.

I principali mercati di sbocco? Eu-



ropa dell'Est, Giappone ed Oriente, mercati sui quali l'azienda ha puntato anche realizzando nuovi accordi commerciali. Al centro della politica di espansione del brand c'è poi la partecipazione ad importanti fiere estere di settore come, solo nell'ultimo anno, «Cpd» di Düsseldorf, «Fast Fashion» a Poznan in Polonia e «Piera Moda Italia» a Tokyo, che hanno garantito un incremento della notorietà del marchio e nuovi accordi commerciali finalizzati alla penetrazione dei rispettivi mercati di riferimento.

Del piano di espansione fanno parte anche il Libano, dove attualmente l'azienda è presente con tre



Il piano

Il segreto è continuare a proporre un prodotto completamente made in Italy, versatile, sofisticato e dal gusto contemporaneo. L'Europa dell'Est, il Giappone e l'Oriente, sono i mercati sui quali l'azienda punta

punti vendita in franchising nelle città di Zibei, Beirut e Tripoli e la Russia, dove è in corso una trattativa importante per l'apertura di due store, a San Pietroburgo ed a Omsk. Non meraviglia insomma che la quota export si assesti oggi intorno al 25 per cento del fatturato, ma considerando che è aumentata in maniera esponenziale negli ultimi due anni, l'azienda si attende un ulteriore incremento entro le prossime due stagioni. Ovviamente alla base della strategia del brand c'è la decisione di circondarsi di partner professionisti affidabili, selezionati attentamente e capaci di trasferire i valori e la filosofia «Made in Italy»

Cannella nei propri mercati di riferimento, con lo stesso entusiasmo ed impegno dei colleghi italiani. Ecco perché a supporto della nuova rete distributiva, Cannella ha realizzato un servizio di e-shop riservato al trade. Il servizio è pensato per rendere più convenienti, veloci ed efficaci le operazioni di scelta e acquisto dei capi ed accessori da parte dei clienti business. In particolare l'e-shop dà la possibilità a tutti i rivenditori di interagire con l'azienda anche a distanza, come se il cliente visionasse il catalogo direttamente in sede, potendo effettuare ordini e riassegnamenti comodamente dal proprio pc. Insomma, una soluzione hi-tech per un'azienda che mira a fidelizzare sempre più i propri clienti sia nel mercato nazionale che internazionale.

Guardando alle nuove collezioni, appare subito chiaro che quella Autunno - Inverno è pensata per tutte le donne. Gli abiti sono perfetti sia per la mattina che per la sera, con una eleganza che spazia da un look sofisticato ed elegante a quello da femme fatale o persino con un tocco dandy. Anche per questa stagione, testimonial della maison è la mediterranea Francesca Chillemi che interpreta con grande femminilità e sensualità la nuova collezione.

Trionfano i colori e le stampe «sporte-bonheur», da mini quadrifoglio rosa mixati all'animalier, al cuoio su fondo verde, per illuminare l'inverno e come auspicio per una nuova stagione all'insegna della positività. Protagonista tra le nuove più accese è il rosso proposto in diverse tonalità: rubino, ciliegia, lampone, interpreti di una femminilità forte e di classe. L'ocra trionfa sul fantasista tartan ed a contrasto con la palette più di stagione che ripropone un classico mood black&white, reinterpretato in un mix di stampe piatte, pois e floreali e con interferenze di colori.

Tessuti tecnici e di nuova concezione come scuba e polibionica, pensati per una donna moderna e sofisticata, si alternano ai più classici punto italiano, crepe, cashy e velluto, ma con abbinamenti nuovi, come rappa ed ecopelle tralucida.

Raimondo Nesti



Il party Cannella

Moda e show-business, evento a Milano

Spettacolo, moda e informazione a braccetto, stasera persino più del solito. Il connubio sarà infatti al centro della serata in programma in una location d'eccezione, come la Fonderia Napoleonica Eugenia, a Milano. Il party porterà in passerella, dalle 19, i capi della nuova stagione Cannella, ma inquadrando la sfilata e la presentazione in una cornice glamour in cui molti saranno i testimonial e i volti noti di quello show-business sempre più legato a doppio filo con il mondo fashion.

Annunciate, ad esempio, la presenza di Luisa Corna (nella foto qui accanto), del-

le modelle e showgirl Cecilia Capriotti e Federica Fontana, naturalmente della testimonial del marchio Francesca Chillemi, ma non potrà mancare nemmeno il re del gossip Alfonso Signorini, direttore di «Chi».

Gli organizzatori promettono un'esclusiva veste di



aperi-glamour, fedele allo stile delle serate milanesi, ma anche una colonna sonora vintage che spazierà dagli anni Sessanta agli anni Novanta: l'eterno ritorno dei ritmi, degli hit, delle atmosfere è una promessa sonora di amarcord, oltre che una certezza di gradimento.

Punti di forza del marchio Cannella, che ha i suoi quartieri generali in Campania e in Emilia Romagna, sono il prodotto interamente made in Italy dallo stile alla produzione ed un mix di tradizione ed innovazione, a prezzi competitivi, che lo posiziona come alternativa accessibile alle grandi, e più costose, griffe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



● MODA Servizio di Alessandra Zanibelli - Testi di Elisabetta Turillazzi

Tutto lo chic



NERO PREZIOSO

Abito in chiffon dal top con bordo in perline argento e gonna ricamata con perline e paillettes, **Fabiana Ferri**, prezzo su richiesta. Prezioso collo ricamato con pietre e strass, **No.Nu.**, € 180. Bustina nera con pietre, **Accessorize**, € 20.

PER LE PROSSIME SERATE FESTIVE AFFIDA IL TUO STILE A TRE ELEGANTI NUANCE



- 1 Girocollo a catena e ricami su tessuto, **Bijou Brigitte**, € 25.
- 2 Top con ricamo in pietre sulle spalle, **Silvian Heach**, € 69,95.
- 3 Pantaloni a sigaretta con decoro in paillettes sui fianchi **Cannella**, € 99.
- 4 Ballerine con pietre e ricami, **Ras su Spartoo.it**, € 136,25.
- 5 Abito con maniche ampie e decoro gioiello sullo scollo, **La Fée Maraboutée**, € 189.
- 6 Clutch in raso con libellula, **Rodà**, prezzo su richiesta.
- 7 Décolletées con cinturino alla caviglia e decoro gioiello sul tallone, **Nando Muzi**, prezzo su richiesta.

PER INFORMAZIONI: Accessorize, www.accessorize.it; Asos, www.asos.it; Bijoux By Bianca D'Aniello, www.bibijoux.it; Bijou Brigitte, www.bijou-brigitte.com; Brainstrophy, www.brainstrophy.it; Cannella, www.cannella.com; Designal, www.designal.com; Fabiana Ferri, www.fabianaferr.com; Fiorucci, www.fiorucci.it; Hosi Intropia, www.hosintropia.com; I Cristallini di Susanna Scarpato, www.lafemmaraboutee.it; Liu Jo, www.liujo.it; Liu Jo Jeans, www.liujo.it; Max&Co, www.maxandco.com; Nando Muzi, www.nandomuzi.it; No.Nu, www.no-nu.com; Nara, www.scarpensara.it; Radà, www.rada.it; Ras su Spartoo, www.spartoo.it; Shape&ress Christies, www.christieslingerie.it; SIV, www.si-co.com; Silvian Heach, www.silvianheach.it; U.S. Polo Assn, www.uspoloassn.com; Vicodomini, www.vicodomini.ch; Zara, www.zara.com. FOTO INDOSSATE: JDC.

CANNELLA

marie claire

BRANDMAKER

marie claire | 101 idee

CATERINA COTTAFANI
23 ANNI, ATRICE

Trench in tessuto tecnico
stampa animalier, **Bosideng**
(144 €); dolcevita in mista lana
Cannella (69 €); pantaloni
palazzo in gabardine di cotone
stretch, **Petit Baleau** (125 €).



CARPI CARPI

natural
FASHION SPECIALE SALDI

Il pezzo da non perdere? Il kimono. D'inverno lo usi come un blazer, sopra a una camicia e sotto al piumino. D'estate lo trasformi in un abito sexy, stretto da una cintura in vita e abbinato a scarpe a stiletto

come una
geisha

ORIENTAL MOOD



In seta double,
Bershka (24,99 euro).



Pantapalazzo in viscosa,
French Connection (128 euro).



Gonna in neoprene,
Sportmax Code (125 euro).



Anna Sui
autunno-inverno 2014/2015



Gucci
primavera-estate 2015



Biker jacket in ecopelle
e lana, Desigual (149 euro).



Minidress in satin,
Desigual (114 euro).



Gonna in tessuto scuba,
Cannella (87 euro).



Con cinturino design, Emporio
Armani (655 euro).



Con fiore in seta, Charlotte
Olympia (995 euro).

Il tocco in più



Colletto in plexi
con smalti
e zirconi,
Missis (548 euro)



Orecchini con decoro
su tela di cotone, Anna
e Alex (300 euro).



Minichitch,
Hoss Intropia
(75 euro).



Con chiusura in perline,
MaliPalmi (158 euro).



**l'altra
copertina**

Business Editor **Gianpaolo Maretti**

Gianluca e Davide Destino

*Una donna dalla
femminilità
mediterranea è l'icona
della creatività del
marchio Cannella, che
fa della lavorazione
made in Italy il suo
maggior punto di forza*

servizio a pagina

32

**P'altra
copertina**

Business Editor Gianpaolo Maretti

Testo di Giuseppe Chiesolo

Foto di Federico Iadarola

Stile e raffinatezza, fascino e bellezza. Le creazioni moda firmate Cannella sono lo specchio di una modernità dal fascino seducente, il riflesso di una femminilità mediterranea che ama coniugare fantasia e sobrietà, eleganza e vestibilità, esprimendo i valori intrinseci delle lavorazioni interamente made in Italy. "Italiana come me" è infatti il claim che da sempre identifica il brand Cannella, un esclusivo total look pensato per le esigenze di una donna moderna, dinamica, sempre attenta all'evoluzione delle tendenze moda, ma soprattutto consapevole del suo corpo e di come valorizzarlo. Tutto ha inizio nel 1983, quando i fratelli Aniello e Antonio Destino, entrambi dotati di una grande passione per la moda, hanno dato vita all'Organizzazione Grimaldi Spa. Con bravura e determinazione, muovendosi in un contesto particolare come quello partenopeo, sono riusciti a cogliere le grandi opportunità che offriva un settore in forte evoluzione. Dopo i primi successi imprenditoriali, nel 1996 s'inventano e lanciano sul mercato nazionale un marchio proprio, giovane e accattivante, puntando sin dal suo esordio su creazioni moda autenticamente italiane: nasce così il brand Cannella. "L'italianità è la nostra forza. Il nostro è da sempre un prodotto di qualità, che predilige i tessuti migliori, i dettagli e le rifiniture; altrettanta sensibilità è posta nel monitorare costantemente i mercati, per anticipare gusti e tendenze e dare, in questo modo, la massima attenzione all'identità del nostro brand" - sottolinea il vicepresidente Gianluca Destino, che rappresenta oggi la seconda generazione

Il lusso torna di moda

Una passerella tutta italiana dove sfilano eleganza e vestibilità

insieme al cugino Davide. Una governance duale, la loro, impeccabile e dinamica, che sta facendo rivivere alla società un nuovo inizio, grazie a un innovativo approccio strategico al mercato, rivedendone tutti gli aspetti: dal prodotto al prezzo, dai canali di distribuzione alla comunicazione. Il risultato del loro lavoro, portato avanti con un team di 130 persone fortemente motivate, diventa tangibile ogni anno attraverso un campionario che si rinnova e si arricchisce, mantenendo però inalterato lo stile e la vestibilità di ogni capo, sia esso un abito o un tailleur, una gonna o un pantalone, una giacca, una camicia... o la mise da cerimonia. Un percorso di crescita diverso, originale rispetto a quello intrapreso dai campioni nazionali della moda, per permettere alle donne di tutti i ceti sociali di vestire



Mia regina, la borsa

Belle e resistenti, le borse Cannella conquistano il gusto delle donne per i colori neutri e per le tinte moda di tendenza. Catturano l'attenzione i tessuti naturali e gli abbinamenti audaci con applicazioni metalliche. Le "clutch", piccole borse da cerimonia, sono una vera poesia, che spazia tra luci gold e toni pastello, impreziosite da pietre colorate. Gli accessori Cannella, dall'inconfondibile eleganza, sono ideati con la maestria artigianale che contraddistingue lo stile italiano.

con charme indossando abiti di qualità. "I nostri sforzi sono tutti indirizzati a realizzare un prodotto made in Italy a un prezzo accessibile: andando, in tal modo, verso la democratizzazione della moda". Amica di studi o compagna di vita, madre moderna o donna in carriera, la gamma Cannella è infatti rivolta a tutte le donne. La collezione primavera/estate propone una donna romantica e femminile, dal look elegante e senza tempo. Le fibre naturali utilizzate, donano ai capi un'ottima vestibilità. "La donna Cannella non rinuncia mai al proprio comfort, elemento fondamentale per una moda a proprio agio" - evidenzia la stilista del gruppo, Teresa Cardone. "I tessuti sono sempre fedeli allo stile e alla raffinatezza della tradizione

made in Italy. Capi leggeri ed eleganti in georgette, raso e ottoman, si alternano a materiali più innovativi e moderni, come il dainetto eco, il tecnico bistretch e la rete 3d, a dimostrazione della grande attenzione che Cannella dedica alla ricerca delle ultime tendenze". Da qualche anno è stata anche ideata una linea per le donne curvy: "Il segreto di questa linea è che ogni modello è pensato per valorizzare le forme più generose, con una vestibilità comoda ma che esalti la femminilità. Anche se lentamente - aggiunge Gianluca Destino - si sta tornando a rivalutare il prodotto italiano. Si è infatti capito che il prodotto d'importazione crea problemi, non solo sulla qualità ma anche sulla vestibilità del capo stesso. Ecco perché

siamo convinti che la scelta di mantenere la nostra identità di produrre capi lavorati esclusivamente in Italia, sia oggi ancora più vincente". La commercializzazione avviene attraverso una fitta rete di rappresentanti, 16 in Italia e 4 all'estero - Grecia, Spagna e Portogallo - e una catena di 25 negozi monomarca, alla quale si affiancano 15 negozi in franchising in Italia e 5 in Libano e Giordania. "Entro l'anno abbiamo in programma l'apertura di altri 5 negozi monomarca, tra il Veneto e la Lombardia", annuncia Davide Destino. "La nostra strategia di vendita fa leva sul capitale relazionale, sulla credibilità e sulla reputazione che nel corso degli anni i nostri genitori hanno saputo costruire, in Italia e all'estero". ■



Da dx Gianluca e Davide Destino

Bianca Guaccero testimonial di Cannella. Dopo Serena Autieri, Caterina Balivo e Francesca Chillemi, l'azienda ora punta sulla bellezza mediterranea dell'attrice pugliese che diventa testimonial della collezione primavera-estate 2015 del marchio di moda made in Italy.



Bianca Guaccero in un look Cannella

Le formiche di 1977 (gratuito), la scuola che punta su professionisti e business

L'inglese è online, 24 ore su 24

I corsi in aula virtuali, con lezioni collettive a priante

Una rivoluzione nel modo di studiare. Le lezioni di lingua inglese sono state trasferite online, 24 ore su 24, attraverso una piattaforma virtuale che consente di seguire i corsi in aula virtuale, con lezioni collettive a priante. Il corso, che ha già superato i 100 iscritti, è organizzato da una società di consulenza e formazione, che ha investito in una piattaforma di e-learning che consente di seguire i corsi in aula virtuale, con lezioni collettive a priante. Il corso, che ha già superato i 100 iscritti, è organizzato da una società di consulenza e formazione, che ha investito in una piattaforma di e-learning che consente di seguire i corsi in aula virtuale, con lezioni collettive a priante.



Il corso, che ha già superato i 100 iscritti, è organizzato da una società di consulenza e formazione, che ha investito in una piattaforma di e-learning che consente di seguire i corsi in aula virtuale, con lezioni collettive a priante. Il corso, che ha già superato i 100 iscritti, è organizzato da una società di consulenza e formazione, che ha investito in una piattaforma di e-learning che consente di seguire i corsi in aula virtuale, con lezioni collettive a priante.

Il gruppo italiano di Stobs Casa

Stobs Casa apre a Milano

Al centro del mercato immobiliare italiano, il gruppo italiano di Stobs Casa ha aperto una nuova sede a Milano. La nuova sede è situata in un prestigioso edificio del centro storico di Milano, dove il gruppo italiano di Stobs Casa ha aperto una nuova sede a Milano. La nuova sede è situata in un prestigioso edificio del centro storico di Milano, dove il gruppo italiano di Stobs Casa ha aperto una nuova sede a Milano.



Il gruppo italiano di Stobs Casa ha aperto una nuova sede a Milano. La nuova sede è situata in un prestigioso edificio del centro storico di Milano, dove il gruppo italiano di Stobs Casa ha aperto una nuova sede a Milano. La nuova sede è situata in un prestigioso edificio del centro storico di Milano, dove il gruppo italiano di Stobs Casa ha aperto una nuova sede a Milano.

M

«Brand Napoli»
Per valorizzare le aziende
artigianali della moda
la Confindustria pensa
a un marchio legato alla città.

archi storici come Marinella, Kiton, Attilini e colossi della fast fashion come Original Marines o Yamamay che hanno fatto delle politiche di prezzo accessibile il proprio biglietto da visita sui mercati. Questa la moda campana, fatta di contrasti, adattabilità, innazioni che valgono oggi al comparto l'ottavo posto in Italia e il secondo nel Mezzogiorno per valore aggiunto (pari a 777 milioni di euro) e 1.088 miliardi di esportazioni.

«L'export è pari al 12 per cento delle vendite estere del manifatturiero regionale e alla metà di quello di settore del Mezzogiorno», racconta Carlo Palmieri, presidente della sezione Sistema moda di Confindustria Napoli e amministratore delegato della Pianoforte Holding, quella di Carpisa e Yamamay. «Ma abbiamo davvero grandi potenzialità inespresse. Il successo del Sistema moda è infatti frutto di una grande tradizione e della presenza di numerose e piccole imprese di produzione del settore sia del tessile che degli articoli in pelle, che possono vantare grande know how ma non le dimensioni giuste per affrontare processi di internazionalizzazione o per sviluppare nuovi brand. Questo è dunque l'obiettivo su cui ci stiamo focalizzando in Confindustria attraverso un paio di progetti in corso di messa a punto da un lato puntiamo a sensibilizzare le istituzioni affinché possano accompagnare, anche con aiuti, le imprese presso fiere o processi di internazionalizzazione, dall'altro lavoriamo a creare e lanciare una sorta di "brand Napoli", sotto il cui ombrello possano trovare spazio anche quelle piccole aziende che pur vantando produzioni di qualità non possono permettersi ancora gli investimenti per sviluppare un proprio marchio».

La storia del distretto della moda campana si perde nella notte dei tempi. La presenza di grandi sarti è documentata sin dal Settecento e si è poi evoluta nel dopoguerra creando aziende ormai internazionali e sinonimo di qualità come Marinella, Cilemo, l'alta sartoria di Kiton. Poi è stata la volta del fast fashion, che ha prodotto fenomeni come Pianoforte Holding, i cui marchi Carpisa e Yamamay sono ormai presenti in 30 Paesi con 1.300 punti vendita, contano 1.800 dipendenti e 300 milioni di fatturato, per arrivare poi a Original Marines e colossi della grande distribuzione come gli store della moda a «prezzo familiare» Piazza Italia.

«Si tratta di marchi importanti per il settore e che ne segnano in un certo senso l'evoluzione, determinata dallo spirito di adattabilità tipicamente napoletano», continua Palmieri. «Ma che allo stesso tempo non ne segnano certamente il punto di arrivo. Siamo ora in una fase di grande affermazione di nuovi brand, forse meno mass market ma sempre attenti alle politiche sul prezzo». Tra questi citiamo Silvan Heach, Kokka o Cannella: la dimostrazione che ci sono nuove frontiere da sviluppare. Cannella (vesti) ha 50 negozi monomarca e 800 distributori multibrand e fattura 27 milioni. I ricavi di Arav Fashion, titolare del brand Silvan Heach, Silvan Heach Kids e licenziataria Aston Martin, sono invece arrivati a quota 80 milioni. Per entrambe il fronte di espansione guarda oggi al Medio Oriente. «Abbiamo sem-



GRANDE, PICCOLA MODA

IL SETTORE TESSILE CAMPANO È FATTO DI MARCHI AFFERMATI MA ANCHE DI TANTE AZIENDE MINORI CHE HANNO PRODOTTI DI QUALITÀ MA NON I MEZZI PER SVILUPPARE UN PROPRIO MARCHIO. LA CONFINDUSTRIA HA UN PROGETTO.

Pesci

20/2 - 20/3 ▶

Devi iniziare a inventarti un modo nuovo di stare insieme con gli altri. Apri liberamente mente e cuore a chi ami, ti aiuterà.

Questioni di cuore Avrai spesso a che fare con persone forti e decise, per questo sarà importante impegnarti, per non deluderli/ti mai.

Quello di cui hai bisogno I pois ti ricordano un po' i pianeti. Tu prova a indossarli, forse diventerà più facile capirli e anche amarli.



Abito Cannella.

Sagittario 21/11 - 20/12
 In questo mese il sole si muove in un segno che ti porta a scoprire nuove passioni e a vivere con più intensità. È un periodo di grandi cambiamenti, in cui il tuo modo di pensare e di agire si evolve. Non aver paura di uscire dalla tua zona di comfort e di affrontare nuove sfide. La tua curiosità e il tuo spirito avventuroso ti porteranno a scoprire cose nuove e a vivere con più intensità.

Acquario 21/1 - 19/2
 In questo mese il sole si muove in un segno che ti porta a scoprire nuove passioni e a vivere con più intensità. È un periodo di grandi cambiamenti, in cui il tuo modo di pensare e di agire si evolve. Non aver paura di uscire dalla tua zona di comfort e di affrontare nuove sfide. La tua curiosità e il tuo spirito avventuroso ti porteranno a scoprire cose nuove e a vivere con più intensità.

Gemelli 21/5 - 20/6
 In questo mese il sole si muove in un segno che ti porta a scoprire nuove passioni e a vivere con più intensità. È un periodo di grandi cambiamenti, in cui il tuo modo di pensare e di agire si evolve. Non aver paura di uscire dalla tua zona di comfort e di affrontare nuove sfide. La tua curiosità e il tuo spirito avventuroso ti porteranno a scoprire cose nuove e a vivere con più intensità.

Pesci 21/2 - 19/3
 In questo mese il sole si muove in un segno che ti porta a scoprire nuove passioni e a vivere con più intensità. È un periodo di grandi cambiamenti, in cui il tuo modo di pensare e di agire si evolve. Non aver paura di uscire dalla tua zona di comfort e di affrontare nuove sfide. La tua curiosità e il tuo spirito avventuroso ti porteranno a scoprire cose nuove e a vivere con più intensità.

Ariete 21/3 - 19/4
 In questo mese il sole si muove in un segno che ti porta a scoprire nuove passioni e a vivere con più intensità. È un periodo di grandi cambiamenti, in cui il tuo modo di pensare e di agire si evolve. Non aver paura di uscire dalla tua zona di comfort e di affrontare nuove sfide. La tua curiosità e il tuo spirito avventuroso ti porteranno a scoprire cose nuove e a vivere con più intensità.

Cancro 21/6 - 20/7
 In questo mese il sole si muove in un segno che ti porta a scoprire nuove passioni e a vivere con più intensità. È un periodo di grandi cambiamenti, in cui il tuo modo di pensare e di agire si evolve. Non aver paura di uscire dalla tua zona di comfort e di affrontare nuove sfide. La tua curiosità e il tuo spirito avventuroso ti porteranno a scoprire cose nuove e a vivere con più intensità.

Toro 21/4 - 19/5
 In questo mese il sole si muove in un segno che ti porta a scoprire nuove passioni e a vivere con più intensità. È un periodo di grandi cambiamenti, in cui il tuo modo di pensare e di agire si evolve. Non aver paura di uscire dalla tua zona di comfort e di affrontare nuove sfide. La tua curiosità e il tuo spirito avventuroso ti porteranno a scoprire cose nuove e a vivere con più intensità.

Capricorno 21/12 - 19/1
 In questo mese il sole si muove in un segno che ti porta a scoprire nuove passioni e a vivere con più intensità. È un periodo di grandi cambiamenti, in cui il tuo modo di pensare e di agire si evolve. Non aver paura di uscire dalla tua zona di comfort e di affrontare nuove sfide. La tua curiosità e il tuo spirito avventuroso ti porteranno a scoprire cose nuove e a vivere con più intensità.

CANNELLA - WWW.CANNELLA.COM

STRATEGIE IMPRENDITORIALI LUNGIMIRANTI PER UN BRAND CHE FA DELL'INNOVAZIONE IL TRATTO DISTINTIVO DEL SUCCESSO

8 NUOVE APERTURE IN ITALIA

Distribuite tra Lazio, Campania, Puglia, Calabria e Sicilia

LA PRESENTAZIONE A MILANO

il 17 settembre la Collezione A/1 15/16 sarà al centro di un evento che fonde assieme moda e gourmet

CANNELLA, il successo del made in Italy

Per il 2015/16 previsti otto monomarca nel centro-sud e la partecipazione a fiere internazionali: da Roma ai mercati russi e orientali

Una lungimirante strategia imprenditoriale, una storia costruita negli anni fatta di investimenti mirati e una costante volontà d'innovazione, questo ciò che ha fatto negli anni il successo di CANNELLA, il brand di proprietà di Organizzazione Grimaldi Spa.

Con due headquarter in Campania e in Emilia Romagna e 150 dipendenti, l'azienda affianca oggi alle collezioni donna le linee **C** di CANNELLA dedicata alle donna curvy e **le borse** di CANNELLA, accessori innovativi nelle forme e nei materiali.

Punto di forza della formula CANNELLA è un prodotto interamente made in Italy, dallo stile alla produzione, con un elevato standard qualitativo, procurato in una fascia di mercato medio alta e prezzi competitivi. Altri elementi distintivi del brand è il punto vendita, elegante e sobrio e caratterizzato da uno stile lineare e raffinato. Si compone di elementi d'arredo ispirati ad un concept essenziale che permette di porre in primo piano il prodotto. Gli allestimenti e le vetrine sono curati nei minimi dettagli ed una particolare attenzione è riservata al visual merchandising che consente di ottimizzare gli spazi, valorizzandone i capi.

Grazie ad una fitta rete distributiva, che conta 50 punti vendita monomarca, 200 rivenditori autorizzati e 800 merchant multibrand, il brand CANNELLA rappresenta oggi un pla-

cer affermato e riconosciuto nel segmento moda donna sul panorama nazionale.

A quelli già presenti entro la fine del 2015 si aggiungeranno otto nuovi monomarca a Cassino, Castellammare di Stabia (Na), Sirocusa, Caltanissetta, Messina, Palermo, Reggio Calabria e Bari, con una strategia di consolidamento del brand, partita dal nord Italia e che si estende fino in Sicilia.

Ma la Organizzazione Grimaldi Spa non si ferma ai confini italiani e guarda all'estero.

Il brand CANNELLA è presente con negozi multibrand in tutta Europa, in particolare in Austria, Spagna, Portogallo, Grecia, Cipro, Malta, Francia, Ungheria, Serbia, raggiungendo un alto fatturato soprattutto in Albania, Irlanda, Montenegro, mentre oltre i confini europei i mercati più fruttuosi sono Libano, Azerbaijan, Cina, Galun, Giappone, Kazakhstan, Israele.

Ma è soprattutto la Russia a rappresentare per le maison uno dei mercati europei più redditizi e promettenti per l'export, dove vanta già una forte presenza con numerosi punti vendita multibrand distribuiti su tutto il territorio e concentrati nelle città di **Astrakhan, Chabarovsk, Tomsk, Novosibirsk e San Pietroburgo**.

Da qui la scelta strategica dell'azienda di partecipare alla **CPM - Collection Première Moscow** la più importante fiera dedicata al mondo



fashion nell'Europa Orientale che si è tenuta a settembre a Mosca. Una vetrina importante per sviluppare contatti e opportunità di collaborazione con operatori internazionali e consi-

gliare ulteriormente la propria presenza nel mercato russo. Nel piano di espansione internazionale, la partecipazione ad importanti fiere di settore ricopre un ruolo

strategico per il brand che punta ad incrementare la propria notorietà e il proprio business in nuovi mercati internazionali. Tra i vari appuntamenti con la moda, CANNELLA partecipa anche al CPD di Düsseldorf, al Fast Fashion a Pusan in Polonia e alla Fiera Moda Italia a Tokyo.

Guardando oltre Europa, nel piano di espansione 2015-16 la Organizzazione Grimaldi Spa mira a diffondere la brand awareness CANNELLA anche nei mercati medio orientali.

Con il piano di espansione in corso, l'azienda si prefigge un incremento della quota di export del 55%.

Da sempre attenta alla comunicazione si forte di un legame con il territorio, confermato anche dai payroll che accompagna le campagne pubblicitarie "italiana come me", CANNELLA parte da questa stagione in un viaggio attraverso le bellezze italiane, alla conquista dell'Oriente.

La Capitale, città simbolo della talianità nel mondo, è stata scelta, infatti, come prima location per lo show-bing della collezione CANNELLA A/1 2015/16. Un modo per rendere omaggio alla terra che da oltre trent'anni ispira le sue collezioni, le ha dato le origini, la storia ed il successo.

Ambasciatrice dello stile inconfondibile made in Italy del brand anche all'estero, l'attrice Bianca Guaccione, che incarna alla perfezione la donna CANNELLA, femminile, determinata e versatile.

IL GUSTO DELLA MODA ITALIANA



Sarà presentato giovedì 17 settembre, a Milano la Collezione A/1 2015-16 CANNELLA, sotto suggestiva atmosfera del complesso QC Terme Milano, in Via Filippini, 41.

L'evento affida CANNELLA per questa stagione sull'ambito del "gourmet", una novità, tutta sua il Eco 2015, perfettamente in linea con la tendenza del momento: fusione d'innovazione con chef Filippo La Motta, che giurano sul luogo significato della cucina nostrana attraverso i suoi piatti, le vernacoli e il buon gusto della terra e del brand.

La nuova collezione A/1 15/16 si ispira al stile della nostra storia. In un gioco di contrasti alternativi ed armoniosi nati, la palette cromatica è ricca di texture con un forte appeal della natura.

Sempre raffinate e eleganti, le borse di CANNELLA che completano il look, spaziano da modelli più classici realizzati con materiali moderni all'originalità e ai punti del gusto unico, disegnati al passato anche per la collezione E di CANNELLA pensati per essere eleganti, stilosi e curvy-friendly.



La sfilata

Cannella
moda
napoletana
a Milano

Oggi la suggestiva atmosfera delle antiche terme circondate da mura spagnole del complesso QC Terme Milano, in Via Filippetti, 41 farà da sfondo alla presentazione della nuova collezione dell'azienda napoletana Cannella. L'evento sarà arricchito da un elemento "gourmet", una novità, sulla scia di Expo 2015, perfettamente in linea con le tendenze del momento. Ospite d'eccezione sarà infatti Filippo La Mantia, che giocando sul doppio significato della cannella mostrerà attraverso i suoi piatti, la versatilità e il buon gusto della spezia e del brand. L'oste e cuoco, come ama definirsi, forte del suo legame col territorio, sarà, in occasione dell'evento, il portavoce dell'inscindibile connubio tra cibo e moda, due simboli di eccellenza del made in Italy nel mondo. Al party esclusivo non mancherà un ricco parterre di ospiti, rappresentanti del mondo dello spettacolo e del jet-set milanese. Attesi tra gli altri gli attori Roberto Farnesi e Kaspar Capparoni, Claudia Andreassi, ex Miss Italia e annunciatrice tv, la conduttrice Cristina De Pina e le showgirl Pasqualina Sanna e Roberta Morise, "professoressa" da L'Eredità.

L'EVENTO

Quando: oggi

Dove: complesso QC Terme Milano

Via Filippetti, 41



La moda Cannella presenta a Milano la nuova collezione



CANNELLAUna sfilata di gusto
con il tocco di La Mantia

■ Tradizione e creatività made in Italy con show cooking di Filippo La Mantia. L'evento sfilata per la nuova collezione Cannella ha sancito il legame estetico tra moda e cucina, con un gioco di contrasti, chiaroscuri ed abbinamenti insoliti, che sono tipici anche del gusto che l'«oste e cuoco» siciliano sa mettere nei suoi piatti.



[STRATEGIE]

Cannella apre nuovi negozi in Italia e punta sulla Russia

Cannella si espande in Italia e all'estero. Il brand di abbigliamento e accessori made in Italy con 50 punti vendita monomarca, 200 rivenditori autorizzati e 800 distributori multibrand continua ad aprire negozi. Otto le nuove inaugurazioni in Italia tra 2015 e 2016, distribuite nel Lazio, Campania, Puglia, Calabria e Sicilia. Alcune, quella di Cassino, Siracusa e Caltanissetta già portate a termine. Ora, con un fatturato globale che ha superato i 27 milioni di euro, la Organizzazione Grimaldi, società proprietaria del marchio, guarda anche all'estero. L'azienda ha già avuto una

forte espansione in tutta Europa con multibrand in particolare in Austria, Spagna, Portogallo. Ma è soprattutto la Russia a rappresentare per la maison uno dei mercati europei più interessanti. Da qui la scelta strategica dell'azienda di partecipare lo scorso settembre alla Collection Premièr Moscow, la più importante fiera dedicata al mondo fashion nell'Europa Orientale. Una vetrina per sviluppare collaborazioni con operatori internazionali. Il brand punta poi a farsi conoscere in Medio Oriente. (st.a)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



moda | tendenze
a cura di Esther Esri

Tra le proposte viste in passerella, abbiamo selezionato l'indispensabile. Ecco che cosa non dovrebbe mancare nel vostro armadio: è ora di coprirsi... ma con stile!

10

DALLE SFILATE



LOUIS VUITTON

Max&Co € 119



MAX MARA

Nero Giardini € 129,50



ETRO



Accessorie € 69



LOEWE

vernice nera

La vernice è uno dei retaggi degli anni Settanta, rivisti in chiave contemporanea e riproposti nelle nuove collezioni. L'effetto lucido aggiunge un tocco sexy, ma non necessariamente aggressivo, e toglie la noia a capi e accessori semplici di chi ama il bon ton.



STELLA MCCARTNEY



Gep € 94,95

tailoring

Ovvero, tagli sartoriali. Tessuti tradizionali e "maschili" quali il tweed, lo spigato, il principe di Galles e il gessato, si sposano alla perfezione con le linee classiche di giacche e tailleur per un'eleganza formale e intramontabile. Da privilegiare tutte le nuances del grigio.

animalier colorato

La stampa maculata resiste stagione dopo stagione. La versione aggiornata di quest'anno rinnova il classico animalier proponendolo in toni sgargianti: rosso fuoco, turchese, giallo. La giungla metropolitana adesso è a colori!



Liu Jo € 729

Silvian Heach € 79



Car Shoe € 350



Mango € 22,99



Pretty loafers € 229

neo-folk

Tessuti rubati alla tappezzeria, ispirazioni barocche, patchwork di sete jacquard: la tendenza è new bohemian, per abbigliamento e accessori che riportano alla Londra di inizio '900 e a quel mondo anticonformista di Bloomsbury, il circolo letterario di Virginia Woolf.



Cannella € 114

Henry Jeans € 210



Compagnia Italiana € 298

Terra € 69,95



Henry Cottons € 169

IDEE REGALO

Matchless

Giubbotto limited edition Miss Kate in morbida nappa

*Longchamp*

Patchwork di colori e tessuti per la borsa da scoprire sotto l'albero

Emilio Pucci

Occhiali da sole con aste dorate e mascherina degradè

*Narciso Rodriguez*

Narciso Rodriguez for her l'absolu: gelsomino, muschio, ambra e accenti di patchouli e sandalo

*Damiani*

Orecchini Belle Epoque in oro bianco con diamanti

*Clinique*

Set Aromatics in White Diet con profumo spray, rollerball e pochette

*Odilla
Chocolat*

Praline al cioccolato Godò con ripieno di crema delle nocciole del Piemonte

*Cannella*

Abito giromanica con inserti pied de poule e ricami floreali





Anna Da Re
fashion blogger
chicafterfifty.net

starbene stili di vita

FASHION E CHIC DOPO I 50

Rinunciare ai capi easy? Figuriamoci!
Basta sceglierli con i consigli dell'esperta

testo di Anna Da Re, servizio di Simonetta De Pasca

Soprabito Per togliere l'effetto signora, che quando signore lo si è davvero proprio non lo si vuole, è meglio scegliere fantasia, di colori vivaci o a disegni over. Acquistalo corto sopra il ginocchio, senza collo, a uovo oppure svasato.

maglietta a righe È un evergreen e tutte ne abbiamo almeno una. Sa di primavera, mette freschezza, ringiovanisce. E sotto il soprabito fantasia permette un contrasto forte. Ci vuole un po' di coraggio, ma se ti guardi allo specchio e ti piaci, non esitare.

gonna a tubo Come ringiovanire il grande classico? Con le stringate o con le sneakers. Con la maglietta a righe un po' oversize, un pullover sopra un po' più corto. E il soprabito, naturalmente!

Sneakers Sono passati i tempi in cui si mettevano solo in vacanza o per fare sport. Evita quelle bianche, che trionfano tra le ragazzine, e sceglile colorate; mettile con i pantaloni larghi o quelli classici, anche con un tailleur nero per dargli un tocco disinvolto.

pantaloni cropped Sembrano difficili ma non lo sono. Stanno bene a quasi tutte, soprattutto se sono decisamente corti e morbidi come gonne-pantalone. Vietate le maglie o i cardigan lunghi, d'obbligo piccoli pullover o magliette aderenti che arrivano alla vita.



>1 Linea trapezio per il soprabito chiuso da clip invisibile. United Colors of Benetton, 49,95 €. >2 Camicia in cash a righe orizzontali e verticali. Cannella, 84 €. >3 E di denim stretch la gonna chiusa da zip sul retro. French Connection, 92 €. >4 Superleggera, di tessuto tecnico traspirante e con sotto piede memory foam: Grünland, 49,90 €. >5 Il panta cropped è a stampa bicolore e chiuso sul fianco. Zara, 49,95 €.

Natale: le idee regalo per la collega (che non si sopporta)

Come Emily Blunt, ma nel film *Il Diavolo veste Prada*. Anche se non sopportiamo la vicina di scrivania, un pensiero natalizio tocca farlo. Ma a una condizione: non spendere più di 50 euro



19/20
CANNELLA
Borsa a tracolla in coccodrillo
Cambio: 20,00 €
Controlla online: [qui](#)

La vediamo tutti i giorni. Ci lavoriamo fianco a fianco. Le nostre scrivanie confinano. Scambiamo persino quattro chiacchiere alla macchinetta del caffè. Eppure **proprio non la sopportiamo**. E, probabilmente, il sentimento è reciproco. Eppure a Natale siamo tutti più buoni, e **un regalino tocca farlo anche a lei**.

Chi non ha **una collega d'ufficio** che corrisponde a questa descrizione alzi la mano. E chi non ha già il pensiero martellante del "ma che cosa le regalo?" alzi l'altra.

Mettiamoci nei panni di *Andrea de Il Diavolo veste Prada*, e tentiamo la via della conciliazione. Se non proprio della bontà. E proviamo a farcela piacere, la Emily Blunt della situazione.

Perché **Natale potrebbe essere l'occasione giusta** per conquistarla con un piccolo regalo e per farcela amica. Ma a che prezzo?

Cinquanta euro, al massimo. Ecco la soglia di spesa che ci siamo prefissati per tentare di "portare dalla nostra" l'insopportabile collega. Nella gallery, ben 20 idee regalo che fanno al caso vostro. E speriamo, almeno, che ricambi il pensiero.

VANITY FAIR.it

WOLFE VANITY BENEDICT CUMBERBATCH SARAH JESSICA PARKER

» [WOLFE VANITY](#) [BENEDICT CUMBERBATCH](#) [SARAH JESSICA PARKER](#) [NEWS](#) [MAG](#) [NEWS](#) [PEOPLE](#) [BEAUTY](#) [TENDENZE](#) [FASHION](#) [SHOW](#) [SEX](#) [HOME](#) [GROUPO](#) [FANTASIA](#) [VINTAGE](#) [LIFESTYLE](#)

FASHION

NATALE

» a cura di [Valentina Ferrero](#)

Il regalo per la collega di lavoro
Come Emily Blunt, ma nel film *Il Diavolo veste Prada*. Anche se non sopportiamo la vicina di scrivania, un pensiero natalizio tocca farlo.

BEAUTY

STAR

» a cura di [Valentina Ferrero](#)

Folle da attori
I capelli più gettonati sono bruciati e gli stivali non è più un fatto.

NOW

NEWS
«Un'elaborata di Lapo Elia»
«Torna il più forte»

NEWS
«Condannato a morte per uno stupro e un omicidio che non ha mai commesso»

Emozioni MODA

UNA BLUSA RUBINO

Una blusa in un caldo color rubino per le serate scoppiettanti della prossima fine d'anno: questa fa parte della collezione Fall/Winter 2016-17 di Cristinaeffe e con le volute del suo tessuto lucido e quella sorta di fiocco al collo ricorda molto le camicette degli anni '70, cui il modello è infatti ispirato.



ATMOSFERE RUSSE

Bellissimo, quasi da zarina, il capotto lungo e avvolgente in panno di lana di **Blumarine**: è rosso, con bottoni nascosti e caratterizzato da vera pelliccia di visone alle maniche, sui revers e all'orlo. Lussuoso e particolarmente caldo, sarà senza dubbio un cadeau apprezzatissimo da qualunque donna abbia la fortuna di trovarlo sotto l'albero!



LA SIGNORA IN ROSSO

Elegante e perfetto anche per la notte di San Silvestro, l'abito rosso bordeaux con taglio asimmetrico di **Cannella**.

Creato in tessuto fluttuante a più veli con taglio asimmetrico, ha il collo tondo con chiusura sul retro ed è arricchito da un'applicazione a catena dorata con maglie tonde sul davanti. Per una vera lady!



PICCOLA TRACOLLA

Il nero, gli iconici colori metallici e i ricami ispirati all'oriente, ma anche l'intramontabile rosso, sono le declinazioni degli accessori che **Paco Rabanne** propone per il Natale. Tra questi, la piccola borsa color fuoco con dettagli e tracolla metallici, adatta ad una donna che non ama passare inosservata.



FASHION ICON CON FUSCIACCA

Tutti look ispirati al mondo delle fashion influencer, quelli che sono stati creati con la nuova collezione di **Imperial Donna** per l'autunno/inverno 2016-17. Spiccano questi pantaloni ripresi in vita con fuscica nello stesso tessuto, ampi e in un bellissimo color bordeaux: saranno un capo estremamente versatile per la ragazza come per la donna.



Capi ed accessori nel colore immancabile delle feste

← TACCO "BLADE" PER LA DÉCOLLETÉ

Tra le più belle scarpe del mondo, quelle create da **Casadei** da anni ossessionano tutte le donne, che le bramano sempre! Sarà dunque sicuramente felicissima e molto grata colei che riceverà per Natale queste splendide décolleté **Casadei** in pelle color fuoco, caratterizzate dall'iconico altissimo tacco 'Blade'.

MODA DONNA
Cannella sviluppa
l'e-commerce
Vera Viola • pagina 17

Moda donna. E-commerce e boutique dirette per il brand della famiglia Grimaldi

Cannella aggiorna la rete con online e monomarca

Accordi in Russia e Germania per far salire la quota dell'export

Vera Viola
NAPOLI

Solo made in Italy, a prezzi competitivi: il tratto distintivo della Organizzazione Grimaldi, azienda con sede a Nola di abbigliamento da donna con il marchio Cannella. Un'impresa familiare, alla terza generazione, oltre 30 anni di vita con un fatturato 2016 che sfiora i 30 milioni, 200 dipendenti, e pronta alla nuova avventura delle vendite online.

Alla fine degli anni 70 i fratelli Aniello e Antonio Destino gestiscono un negozio di abbigliamento nel centro storico di Napoli. Nel '86 trasformano la piccola impresa nella Spa Organizzazione Grimaldi (dal cognome della madre) e promuovono il trasferimento a Nola all'interno del Cis. «Aderimmo a quella grande operazione che



Donna. Lo screenshot del canale online Cannella, con collezioni di abbigliamento (anche per taglie comode) e accessori

fu il Centro vendite all'ingrosso, il Cis - racconta Gianluca Destino, figlio di Aniello - dove numerosi commercianti del centro di Napoli si delocalizzarono per avere spazi e servizi». Il Destino, in quegli anni, sono commercianti all'ingrosso, ma già pensano alla creazione di un marchio da proporre al mercato. Il marchio, lanciato nel '93, è Cannella che contraddistingue una linea femminile, di fascia media. La produzione viene affidata a fornitori, Pmi concentrate tra Carpi (per la maglieria), Verona e Campania. La distribuzione viene realizzata con una rete di agenti e negozi affiliati.

Ma arriva la crisi, con il crollo delle vendite tra il 2010 e il 2012, che segna uno spartiacque nella storia di Cannella. «Serviva un cambio di passo - osserva Gianluca Destino che dell'azienda è il vicepresidente, mentre il cugino Davide è dg - decidemmo di espandere la rete di vendita all'estero, aprire uno show room a Bologna per la commercializzazione nel Nord Europa e in Russia». Non è tutto, Cannella lancia una nuova linea per "taglie forti". La collezione viene arricchita al pronto moda si aggiunge un campionario "programmato" che arriva nei negozi due volte a stagio-

ne, ciascuno con circa 650 prodotti, e due capsule da 120 referenze. Serve taglie da 42 a 52 e nel segmento conformato fino alla 53. Le vendite tornano a crescere.

Oggi la rete dei negozi cambia: il franchising viene sostituito con il monomarca, sono 15 i primi e 40 i secondi. Nei primi mesi 2017 ne saranno inaugurati altri sei (il primo a Verona). Mentre all'estero si continua a fornire multimarca con il supporto di agenti locali. L'export rappresenta il 10% delle vendite, «ma crescerà presto - annuncia Destino - grazie a nuovi accordi con distributori in Germania e Russia, e soprattutto con l'accelerazione dell'online». La sperimentazione è partita dal bab, con risultati soddisfacenti. Alla luce dei quali la Organizzazione Grimaldi ha deciso di investire sul web, con vendite anche al consumatore finale. Compito affidato all'agenzia milanese Triboo. «Le prenotazioni arrivano a un magazzino virtuale - spiega Gianluca - che attinge da tutti i nostri negozi». Ma cambieranno molti altri settori: dalla comunicazione alla logistica fino ai tempi della produzione.

GIUSEPPE DI MARINO



Tv Publitalia, tanto branded entertainment nella fiction “Il bello delle donne...alcuni anni dopo” al via su Canale 5

Questa sera riparte in prime time su Canale5, dopo 12 anni di pausa, la fiction “Il bello delle donne... alcuni anni dopo”: otto puntate ambientate nella capitale che raccontano storie molto attuali e realistiche, piene di sentimenti e passioni mescolando toni di commedia e drammatici. Un nuovo salone di parrucchieri brandizzato Tagliati X il Successo e Screen sarà la location principale della serie. All'interno del negozio sarà allestito un corner Crystal Nails. Anche Acqua Lete con le sue bottiglie sarà presente sia nel salone dei parrucchieri che nelle case dei protagonisti. Nella piazza principale del set troviamo altri brand che hanno scelto di partecipare attraverso l'attività di placement: il negozio di abbigliamento femminile Cannella, l'erboristeria di Tisanoreica, il bar di Caffè Borbone, la gioielleria Le Carose, il negozio di Amplifon e un punto vendita Acqua e Sapone. “Il bello delle donne...alcuni anni dopo” è un'operazione realizzata da Publitalia Branded Entertainment - divisione della Direzione Innovation – in collaborazione con RTI e la casa di produzione Ares Film.

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione
2019/2020
n. 26

Agente A-Mark Factory
cresce con Favio dell'arca
“Communication Development”

Agente A-Mark Factory, agenzia di comunicazione e marketing, ha appena celebrato il suo 10° anniversario. L'azienda, fondata nel 2009 da Favio dell'Arca, ha vissuto una crescita costante, passando da un fatturato di 10 milioni a oltre 30 milioni di euro. L'azienda è specializzata in servizi di comunicazione e marketing, con un focus particolare sulla consulenza e la strategia. L'azienda ha una forte presenza sul territorio e una vasta rete di clienti. L'azienda è orgogliosa di aver raggiunto questo traguardo e di aver potuto contare su un team di professionisti altamente qualificati. L'azienda è pronta a continuare a crescere e a offrire ai propri clienti i migliori servizi e soluzioni.

Publitalia, tante branded entertainment nella fiction
“Il bello delle donne...alcuni anni dopo” al via su Canale 5
Questa sera riparte in prime time su Canale5, dopo 12 anni di pausa, la fiction “Il bello delle donne... alcuni anni dopo”: otto puntate ambientate nella capitale che raccontano storie molto attuali e realistiche, piene di sentimenti e passioni mescolando toni di commedia e drammatici. Un nuovo salone di parrucchieri brandizzato Tagliati X il Successo e Screen sarà la location principale della serie. All'interno del negozio sarà allestito un corner Crystal Nails. Anche Acqua Lete con le sue bottiglie sarà presente sia nel salone dei parrucchieri che nelle case dei protagonisti. Nella piazza principale del set troviamo altri brand che hanno scelto di partecipare attraverso l'attività di placement: il negozio di abbigliamento femminile Cannella, l'erboristeria di Tisanoreica, il bar di Caffè Borbone, la gioielleria Le Carose, il negozio di Amplifon e un punto vendita Acqua e Sapone. “Il bello delle donne...alcuni anni dopo” è un'operazione realizzata da Publitalia Branded Entertainment - divisione della Direzione Innovation – in collaborazione con RTI e la casa di produzione Ares Film.

Il quotidiano della comunicazione
2019/2020
n. 26

mediaforum

Il quotidiano della comunicazione
2019/2020
n. 26

Publitalia, tante branded entertainment nella fiction
“Il bello delle donne...alcuni anni dopo” al via su Canale 5
Questa sera riparte in prime time su Canale5, dopo 12 anni di pausa, la fiction “Il bello delle donne... alcuni anni dopo”: otto puntate ambientate nella capitale che raccontano storie molto attuali e realistiche, piene di sentimenti e passioni mescolando toni di commedia e drammatici. Un nuovo salone di parrucchieri brandizzato Tagliati X il Successo e Screen sarà la location principale della serie. All'interno del negozio sarà allestito un corner Crystal Nails. Anche Acqua Lete con le sue bottiglie sarà presente sia nel salone dei parrucchieri che nelle case dei protagonisti. Nella piazza principale del set troviamo altri brand che hanno scelto di partecipare attraverso l'attività di placement: il negozio di abbigliamento femminile Cannella, l'erboristeria di Tisanoreica, il bar di Caffè Borbone, la gioielleria Le Carose, il negozio di Amplifon e un punto vendita Acqua e Sapone. “Il bello delle donne...alcuni anni dopo” è un'operazione realizzata da Publitalia Branded Entertainment - divisione della Direzione Innovation – in collaborazione con RTI e la casa di produzione Ares Film.

Il quotidiano della comunicazione
2019/2020
n. 26

Il quotidiano della comunicazione
2019/2020
n. 26

Charme | Campania Style



Moda Primavera 2017



1. Cannella
2. Elton Lorenzi
3. Elton Lorenzi
4. Silvio Lomazzi
5. Alessandro Lippini

Geometrie, plissé e black&white
ecco gli abiti più esclusivi
della stagione neapolitan style
*Geometrical designs, black and white,
pleats decorate the Exclusive clothes
of the Neapolitan Season*

Ad ispirare le collezioni primaverili di stilisti e brand partenopei anche l'Arte, da Saffo a Mondrian

The Art of Sappho and Mondrian has inspired the Spring collections of the Neapolitan designers

di Annalisa Palmieri

Quando la Primavera chiama, l'intramontabile stile made in Naples risponde con sorprendenti proposte all'insegna di stile, originalità e un pizzico di audacia. Protagonisti del 2017, che mettono d'accordo stilisti e top brand partenopei: geometrie, plissé, contaminazioni e tanto black&white.

Apri le danze Rocco Barocco con abiti luminosi in taso, georgette e jersey laminati, plissettature su gonne e pantaloni dai

The amazing spring collections of the Neapolitan brands are inspired by talent, craftsmanship and a touch of audacity. Geometries, pleats, black&white are the protagonists of 2017.

Rocco Barocco offers bright dresses in taso, georgette and rolled jersey. Pleated skirts and trousers with large silts are back. The line has been inspired by the Greek poetess Sappho, the model of Culture independence, elegance and awareness. The styl-

Charme Campania Italia



no semplici, ma lavorati con sapiente maestria: capretti lisci, laminati e verniciati impreziositi da nodi, intrecci a canestro e flocchi 3d. Sempre, in fatto di scarpe, Bams punta sull'utilizzo di materiali non convenzionali opportunamente lavorati con pezzi all'avanguardia. Il mood è tappezzeria, arricchito da stoffe e pregiatissime sete ricamate a mano per confortevoli e iperfemminili "gioielli" di alta manifattura partenopea... tutti da calzare.

La donna Kiton ama il gioco di contrasti tra maschile e femminile. Uno spiccato stile mannish impreziosito da ricami e dettagli, come il maxi bow sulle camicie sartoriali. Le giacche kimono in lino si indossano con pantaloni over alla caviglia, mentre, gli abiti si distinguono per i drappaggi e le ampiezze che mettono in risalto la silhouette.

Fixés su gonnellone, pantal-palazzo e abiti per Cannella, che propone anche bluse dalle maniche cut-out e svasate e long-

dress dall'impronta gpsy. Per l'occasione, anche i pois diventano maxi ed esplodono su completi, giubbini leggeri double-face ed abiti bon ton, in una fantasia optical "psichedelica" con nuance che variano da sfumature vivaci ad altre più pacate anche misate a righe.

Per quanto riguarda gli accessori, si adatta alla perfezione ad ogni outfit il nuovissimo Capri Watch flebò mini storm con tempesta di cristalli colorati nel quadrante effetto soleil. Un'esplosione di luce per

un segrettempo elegante dal design vintage, nato a due passi dalla Piazzetta più famosa al mondo.

Per l'uomo, Kiton trae ispirazione dal mondo dell'arte e in particolare dal movimento Impressionista. Must di stagione è l'abito, realizzato con tessuti di altissimo valore: dalle lane più fini ai filati più leggeri che si alternano al cachemire e al lino per i modelli più casual. La giacca è decostruita e meno formale nel fit grazie alla scelta di materiali

32



20 + 21 Cannella
22 + 23 Kiton Women collection
24 Kiton Uomo

The new collection by Mario Valantino offers round, arrow, or squared-pointed shoes. The heels are flat, stilettos or have a vintage style. The materials are plain but worked with great skill: smooth calf leather, stiled, varnished and embellished with knots, basket weaves and 3d bows. Bams wagers on the use of unconventional materials, processed with innovative techniques. The mood is upholstery, enriched with very precious fabrics and hand-embroid-

ered silk for comfortable and ultra-feminine jewel shoes. Kiton proposes contrasts between male and female for its women collection. A strong mannish style, embellished with embroidery and details like the maxi bow on tailored shirts. The linen kimono jackets are worn with maxi trousers above the ankle. The dresses have drapes and cuts, which emphasize the silhouette.

Very flared blouses with cut-out sleeves and and gypsy gown. The dots are big and decorate sets, lightweight double-face jackets and bon-ton dresses. The nuances of this optical "psychedelic" fantasy, sometimes mixed with lines, range from lively to tortoiseshell. The mini Capri watch moon is perfectly suitable for every outfit. The Capri Watch flebò has a storm of colored crystals in its dial for an bright effect. An explosion of light for a stylish watch, with a vintage de-

33

ROSSO ACCESO

La blusa leggera
fiammante
con maniche
a campana plissé
(CANNELLA)
si porta con
pantaloni rosa
con pince (Piazza
Italia). Orecchini
a stella e bracciali
dorati smaltati
(OTTAVIANI).



Cannella alle grandi manovre

Il marchio Cannella, che fa capo a Organizzazione Grimaldi, si prepara a inaugurare entro l'anno dieci nuovi store tra Piemonte, Veneto, Lombardia, Lazio, Campania e Puglia. Il brand mira a generare un incremento del fatturato compreso tra il 5 e il 10% entro i prossimi tre anni.



Cannella, il brand si espande in Italia con 10 nuove aperture

Il brand di moda Cannella continua ad espandersi in Italia con 10 new opening

Continua il piano di espansione del brand di moda made in Italy Cannella. Nel business plan per il 2017 dieci nuove aperture da Nord a Sud, con una previsione di circa 50 nuove assunzioni

Con **10 nuovi punti vendita CANNELLA** previsti entro il **2017**, sette dei quali nel primo semestre, distribuiti tra Piemonte, Veneto, Lombardia, Lazio, Campania e Puglia, la Organizzazione Grimaldi S.p.A, proprietaria del brand, continua a rafforzare la sua presenza su tutto il territorio nazionale.

Da nord a sud, il piano di espansione è continuo, prevedendo un totale di **circa 50 nuove assunzioni**, solo in fase di start up.

Numeri importanti, che già nei primi mesi del 2017 hanno gettato le basi con i nuovi punti vendita di Pomigliano D'Arco (NA), Verona, Guidonia (RM) e di Bergamo, a cui seguiranno le opening di Peschiera Borromeo (MI), Bari e Torino.

Ma l'azienda campana non si ferma ai confini italiani e punta sempre di più alla penetrazione dei mercati internazionali con la partecipazione a fiere estere di settore e con la **piattaforma di e-commerce**. L'obiettivo è quello di raggiungere una total audience sempre più ampia e capillare che, a pieno regime **nell'arco di tre anni, porterà ad un incremento di fatturato del 5-10%**.

CANNELLA è una realtà italiana che muove i primi passi nel fashion system nel 1983 e che **oggi conta circa 250 dipendenti**. Vincente è risultata la lungimirante idea imprenditoriale della famiglia. Destino di voler "democratizzare" la moda italiana. La sfida, non certo facile, è stata fin dall'inizio quella di proporre alle donne una valida alternativa alle grandi griffe, offrendo un prodotto **100% made in Italy**, posizionato in una fascia di mercato media, ma a prezzi competitivi



affaritaliani.it
 il primo quotidiano digitale, dal 1996

POLITICA ESTERI ECONOMIA CRONACHE CULTURE COSTUME SPETTACOLI

PALAZZI & POTERE LAVORO MARKETING MEDIATTECH FOOD SALUTE MOT

COSTUME

Blu Carpet per Cindy Crawford a Venezia

"San Benedetto, I Love You" con questo claim che ha caratterizzato lo spot diretto magistralmente da Gabriele Muccino. Ticonica Cindy Crawford ha fatto letteralmente "Innamorato... XXX" ...

Moda uomo, Philipp Plein: la sfilata è uno show

Cannella, il brand si espande in Italia con 10 nuove aperture

Ultimissime

00:10 NAPOLI: FOTO RINJA IN RISTORANTE A TENERE, FILIO ITALIANI FAMOSI (2)

07:11 MIGRANTI I RACCONTI DELL'ORRORE, COI MI LEGASANO E MI TORTURANO

07:04 MESSINA: RAPINE NELLE VILLE, OTTO ARRESTI

07:03 MIGRANTI: AGRIGENTO, ARRESTATO "BAIBO" TRAFFICANTE E TORTURATORE

Alice Nardella >>>

Cannella si espande



Prosegue il piano di sviluppo dell'insegna Cannella, di proprietà di Organizzazione Grimaldi spa, che prevede entro il 2017 l'apertura di dieci nuovi punti di vendita, sette dei quali nel primo semestre, distribuiti tra Piemonte, Veneto, Lombardia, Lazio, Campania e Puglia. Nei primi mesi dell'anno sono già stati aperti i negozi di Pomigliano D'Arco (Na), Verona, Guidonia (Rm) e di Bergamo, a cui seguiranno le opening di Peschiera Borromeo (Mi), Bari e Torino.

L'espansione dell'insegna mira anche ai mercati internazionali con la partecipazione a fiere estere di settore e con la piattaforma di eCommerce. L'obiettivo è quello di raggiungere una total audience sempre più ampia e capillare che, a pieno regime nell'arco di tre anni, porterà ad un incremento di fatturato del 5-10%.



GDOWEEK

PIÙ VISTI NEWS GALLERI VIDEO EVENTI PRODOTTI



Appuntamento con il Gusto da Pam Panorama

Alessandra Bonaccorsi • 21 giugno 2017

In quattro store selezionate di Roma, il 24 giugno, Pam Panorama propone l'iniziativa Appuntamento con il Gusto, per scoprire i prodotti premium.

[Continua a leggere](#)



Cannella si espande

Alessandra Bonaccorsi • 21 giugno 2017

Prosegue il piano di sviluppo dell'insegna Cannella, che prevede entro il 2017 l'apertura di dieci nuovi punti di vendita.



Blazer a vestaglia
di raso profilato
a contrasto con
cintura. **Pennyblack**.
Pantaloni bianchi,
Cannella. Occhiali
da sole **Wayfarer**,
Ray-Ban. Ciondolo
The Small Jupiter
di stagno placcato
oro, **Vanina** in vendita
su yoax.com.
Collane
della collezione
Rainbow d'argento
e smalti, **Fraleoni**.

B MODA E BELLEZZA . VISTO IN PASSERELLA

➔ INDIRIZZI A PAG. 143

GIUNGLA 🐘 🦋

C'è chi cerca un po' d'Africa in giardino e chi i tropici in città: due obiettivi a portata di mano. Perché, per creare un look rigoglioso, basta saper scegliere



MAXMARA

di Jessica Ventrella
testi di Elena Banfi

1. Miniabito stile impero di cotone stampa flora e fauna tropicali, con scollo a V incrociato e profili di paillettes (Camomilla Italia, 39,90 euro, tg. 38-48). 2. Orologio al quarzo, di silicone, con cinturino stampato intercambiabile (Hip Hop, 39 euro). 3. Bikini

con reggiseno a balconcino imbottito e slip con laccetti da annodare sui fianchi (Sloggi, 31,90 e 22,90 euro, tg. 34-46).

4. Orecchini pendenti a forma di foglia, di metallo rodriato e cristalli (Swarovski, 99 euro). 5. Blusa di raso, stampa fiori, con maniche tre quarti (Cannella, 96 euro, tg. 42-50). 6. Occhiali da sole con montatura stampa tropicale e lenti tonde

sfumate (Nauti, 39,95 euro). 7. Sandali rasoterra di gomma, con tomaia a fantasia giungla (Ipanema, 28 euro). 8. Maxi borsa in canvas di cotone, con doppi manici e orli sfrangiati (MC2 Saint Barth, 89 euro). 9. Infradito gioiello di pelle con listini effetto foglia di palma che salgono sulla caviglia e décor di cristalli (Loriblu, 595 euro).

CANNELLA PRESENTA LA COLLEZIONE AUTUNNO/INVERNO 2017-2018 [FOTO]

Cannella introduce le novità della collezione di abbigliamento per l'Autunno/Inverno 2017-2018, una proposta raffinata e femminile in cui non mancano capi ispirati alle tendenze di stagione: dagli abiti ai cappotti più chic, dai coordinati con gonne a quelli con pantaloni, tutte le foto del catalogo

Cannella presenta la collezione Autunno/Inverno 2017-2018 e per gli scatti della campagna pubblicitaria sceglie come cornice Milano, la città della moda per eccellenza. A dominare la collezione di abbigliamento Cannella è quest'anno uno stile minimal e sofisticato, scelto per gli abiti lunghi e corti della linea, per i capispalla più raffinati come i cappotti e i blazer, ma anche per le giacche di pelle e i coordinati con pantaloni e gonne più belli: diamo uno sguardo da vicino alla collezione di moda Autunno/Inverno 2017-2018 Cannella.

CAPISPALLA CANNELLA: CAPPOTTI E GIACCHE MUST HAVE PER L'INVERNO 2018

La linea di capispalla Cannella è molto variegata e comprende alcuni dei capi icona della stagione 2018, a cominciare dai giubbotti in ecopelle e dai piumini previsti in forme ridotte con lunghezza sopra i fianchi.

Incantevoli i cappotti dallo stile lineare ed elegante in nuances scure e chiare per ogni esigenza, ma torna nella linea anche la cappa di lana e l'eco-pelliccia utilizzata per gilet, giacche e stole in coordinato molto chic.

ABITI CANNELLA: IL CATALOGO PER L'AUTUNNO/INVERNO 2017-2018

Nella linea di abiti Cannella troviamo come sempre articoli eleganti da giorno e da occasione, vestiti lunghi e corti, tvasati o fascianti per valorizzare ogni tipo di silhouette femminile. La griffe sceglie quest'anno di mixare e sperimentare nuovi tessuti, perciò via libera all'ecopelle e alla cinghia, ai tessuti a quadri, pied-de-poule e in principe di Galles, per abiti a tubino o con gonna a ruota abbelliti da drappaggi e maniche svolazzanti molto glamour.

CANNELLA: I CAPI DA NON PERDERE DALLA NUOVA COLLEZIONE

Alle amanti di uno stile classico Cannella propone i suoi **tailleur minimal chic** abbelliti da merletti e ricami, ma non mancano nella linea **completi con pantaloni e giacca** dallo stile mannish più deciso, perfetti per creare look da lavoro di carattere senza rinunciare all'eleganza.

Da non perdere **le gonne**, quest'anno nella forma delle longskirt plissettate alla caviglia in versioni monocromatiche o con fantasie più vivaci, modelli cui si alternano tubini e gonne midi più aderenti e intriganti.

A completare la collezione troviamo le incantevoli **tute jumpsuit** che continuano a mettere successi negli ultimi anni, abbinata ai capispalla e alle giacche della linea.

Così ve ne pare della nuova collezione Cannella per l'Autunno/Inverno 2017-2018?





SCARPA DEL GIORNO

19 Ottobre 2017 - Valentino firma la nostra scarpa del giorno, perfetto connubio di romanticismo e grinta.

COLLEZIONI



CANNELLA PRESENTA LA COLLEZIONE AUTUNNO/INVERNO 2017-2018
[FOTO]



TENDENZA VELLUTO SU ABITI E ACCESSORI: LA MODA DELL'INVERNO 2018
[FOTO]



BLAUER PUMINI E CARPOTTI DONNA AUTUNNO/INVERNO 2017-2018
[FOTO]



PELLICCE AUTUNNO/INVERNO 2017-2018: I MUST HAVE PIU' STILSI'
[FOTO]

CANNELLA

AMICA

BRANDMAKER



Duvet in velluto, Stella
McCartney.
Cappotto in Brindipè di
Galles, Cannella.
Maglione di lana mélange,
Lacoste. Pantaloni
gessati, Ottó. Nella
pagina accanto.
Cappotto di cashmere
doppiato in piumino
con cappuccio bordato
di pelliccia, Diegg M.
Pull di lana e pantaloni
in viscosa stretch,
Dondup. Fur hat, Moncler.

shopping



A sinistra, Cappotto di lana Principe di Galles, Kashi (50 euro), pull di mohair bicolor, Francosita (24,90 euro), camicia a fiori legata in vita, Tirtoria Marni, su gonnia a campana con fiori stampati, Erdem X H&M (179 euro); pashmina con bolli, Destin, scarpe a coste multicolori, Falero Sarti. A destra, Blazer di lana operaia annodato sulle spalle, Cicolo 1901 (295 euro), maglione effetto wool, Anna B. (149 euro), mantella tartan usata come gonnia, Cannella (64 euro), calze, Calzedonia, boots glitterati, Chanel.



Sopra, Charms porte-bonheur d'argento con mezzaluna d'agata colorata, Rosario (49 euro l'uno). A sinistra, sedile in legno di faggio dipinto con tigre e ape ricamate, Garzi. A destra, Eas montone cropped, Rinascimento (69 euro), camicia a quadri (79 euro); borse di pelle, Michael by Franco Poggi (585,60 euro), pashmine di cashmere, Falero Sarti, calzoncini, Calzedonia, boots, Chanel.



DOPPIA PERSONALITÀ di Silvia Masciale

La petite robe

Mademoiselle Coco la "rubò" al duca di Westminster: era la sua giacca da caccia, in tweed. Oggi è un'icona di stile



Giacchina in tweed con riporti di velluto Cannella 169 €.

2
STILI



LADY



BABY

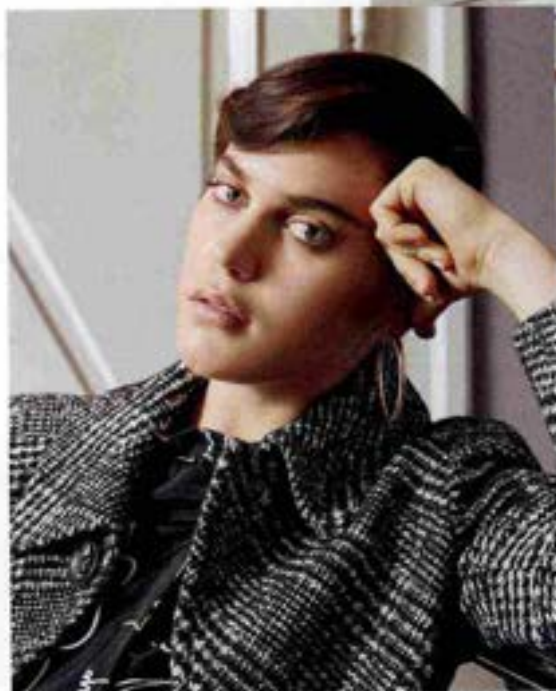
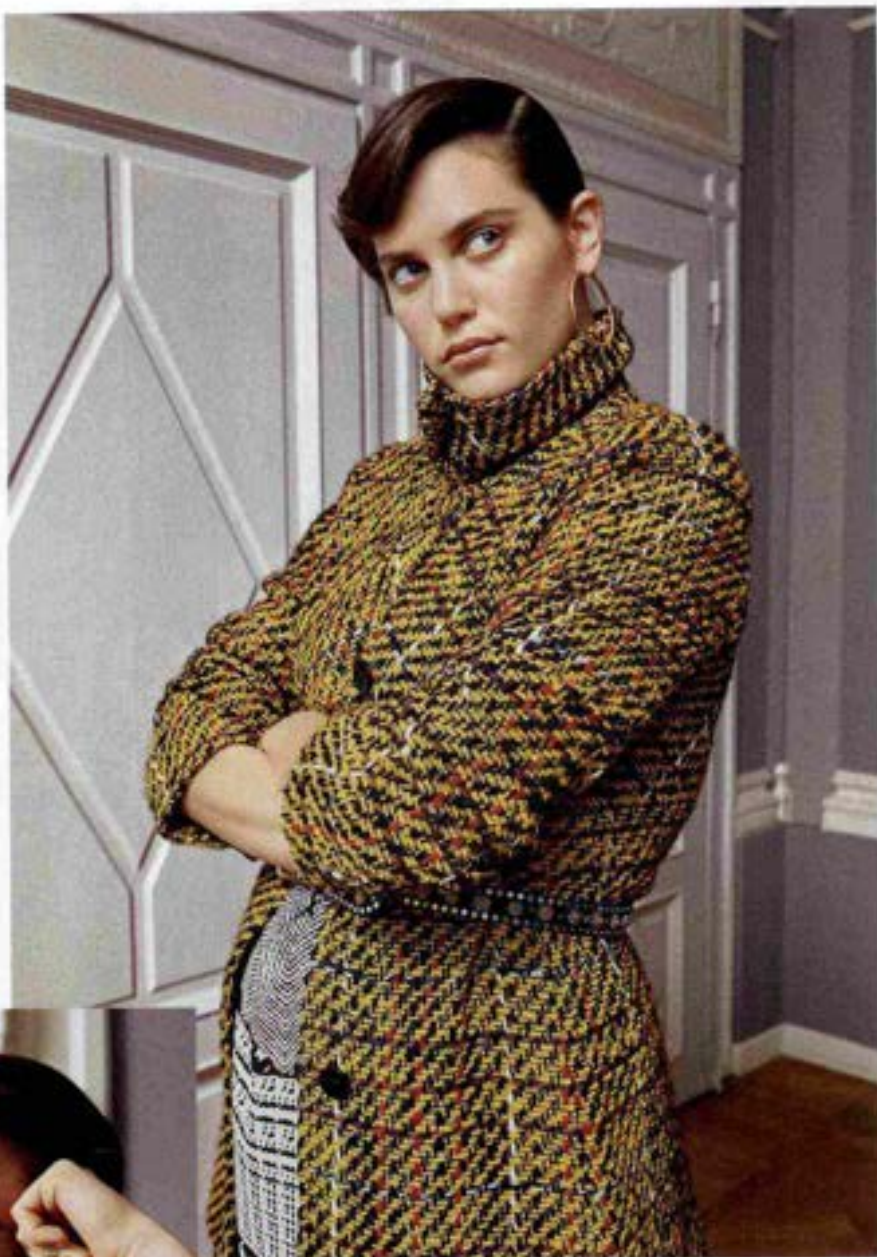
A lato: cappotto di stoppino multicolor, **Elena Mirò** (€ 499).

Abito di creponne stampato, **C di Cannella** (€ 114).

Orecchini a cerchio placcati oro rosa, **Bronzallure Milano** (€ 79). Cintura con borchie, **Nanni Milano**.

Sotto: cappotto fantasia principe di Galles, **Elena Mirò** (€ 499).

Maxi blusa stampata, **Per Te by Krizia** (€ 249). Orecchini a cerchio placcati oro rosa, **Bronzallure Milano** (€ 79).



MAKE-UP KARIN BORROMEIO
W/MANAGEMENT.
HAIR GIOVANNI ERRO@
GREENAPPLEITALY.COM. MODEL
AU TATE@MIK MANAGEMENT.
LOCATION: SECONDO
PENSERO LUXURY BED
& BREAKFAST, MILANO
(SECONDOPENSERO.EU).

D MODA E BELLEZZA . A CONFRONTO

INDIRIZZI A PAG. 134

DA CITTÀ E DA MONTAGNA

Indispensabili in alta quota, trendy lontano dalle piste, i doposci rivelano la loro doppia anima. Che ha solo un segreto: gli accostamenti giusti

di Rossella Mazzali - testi di Elena Banfi



1. Doposci di pelle e tessuto tecnico resistenti all'acqua, con fodera di ecopelliccia e suola antiscivolo (Grünland, 109 euro). 2. Cappello in feltro di lana con pompon (Leontine Vintage + Mochila Milano, 50 euro). 3. Giaccone imbottito con piumino ipoallergenico e

traspirante, doppio cappuccio, zip laterali e tasconi (North Sails, 390 euro, tg. XS-XL).

4. Dolce vita oversize (United Colors of Benetton, 39,95 euro, tg. XS-XL). 5. Gonna di raso damascato (Lanacaprina, 138 euro, tg. 38-50). 6. Zaino di pelle laminata (YNot?,

159,50 euro). 7. Leggings stretch di lurex (Cannella, 76,50 euro, tg. 42-50).

8. Cintura alta di ecopelliccia (Ottod'Ame, 45 euro).

9. Pull jacquard con zip, di lana e fibre hi-tech che lo rendono impermeabile (CMP, prezzo su richiesta).



SUL NOSTRO SITO IDEE
FASHION PER L'INVERNO
donnamoderna.com/moda



Brook Collection

RETRO
Personalizza
il tuo look
con accessori
vintage.



TOTE BAG
In cuoio
con borchie,
Camporaggi
(535 euro).

A CERCHIO
Orecchini
dorati
e smaltati,
Bijou Brigitte
(6,95 euro).

MULTIFILI
Collana rosé
con zirconii,
Boccadamo
(86 euro).

MAXIDRESS
In creponne,
Cannella
(129 euro).



TRACOLLA
In pelle e suede,
H&M (79,99 euro).



CON MORSETTO
Clogs in cuoio,
Dixie (99 euro).



A PUNTO SMOCK
Top in viscosa, Clockhouse
by C&A (12 euro).

STONE WASHED
Cinquantasche
con inserti décor,
Manila Grace (304 euro).



all'ecopelliccia. Più sbarazzino il *minidress* a fondo bianco sotto il cappottino fucsia

Taglio impero

Collana rigida in metallo con strass e cristalli, misura regolabile (Pepper Chocolate).

Cappotto a tinta unita bianco con maxi collo in ecopelliccia (Cannella).

Abito con stampa farfalle colorate, coppe con arricciatura e spilline sottili, impreziosito da cristalli ricamati (Vittoria Romano).

Borsa in pelle verde con doppio manico e chiusura con zip (Ripani).

Scarpa dalla punta sfilata in vernice verde, tacco a spillo (Aldo Castagna).



COLORI VITAMINICI

1. Orecchini in ottone con pietre sfaccettate colorate e strass (Radà).
2. Cappotto svasato fucsia, abbottonatura nascosta, collo alla coreana e maniche lunghe con polsini arricciati (Twenty Easy).
3. Pochette impreziosita da cristalli colorati, chiusura in metallo e manico in catena dorata (Emanuela Caruso Capri).

Le collezioni Cannella sono pensate per una donna moderna, che segue le tendenze della moda senza rinunciare a eleganza e praticità, e adatte a ogni momento della giornata. È su queste diverse esigenze che Cannella modella la sua produzione, con una gamma di prodotti che spazia da quelli più formali a quelli più casual, fino agli abiti da cerimonia con proposte sobrie ed eleganti.

CANNELLA	
Anno di nascita	1993
Nazionalità	Italia
Nome azienda	ORGANIZZAZIONE GRIMALDI SPA
Sede operativa	Nola (NA)
Principali canali di sviluppo	High Street, Centri commerciali
PDV ITA al 16/03/2018	43
PDV gestione diretta (Italia)	39
PDV franchising ITA	4
Superficie PDV (mq)	100
PDV nel mondo	nessun monomarca, solo rivenditori
Media fatturato singolo store/anno €	n.d.
Fatturato 2016 brand €	n.d.
Previsione nuovi PDV (2018-2020)	20



Speciale Retail Award Italy Finalisti

Retail Award Italy

I finalisti

Data dinner e premiazione 24 maggio, Four Seasons Hotel, Milano
[info@retailaward.it](http://info.retailaward.it)

FAMILY STORE E DEPARTMENT STORE

Distribuzione italiana: **KLAR**. **KLAR** è un brand di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa. Klarna è un brand di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa.

Nazionale: **INAZA ITALIA**. **INAZA ITALIA** è un brand di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa.

Internazionale: **INAZA ITALIA**. **INAZA ITALIA** è un brand di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa.

Speciale Retail Award Italy Finalisti

Collezione di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa.

Collezione di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa.

Le collezioni di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa.

Distribuzione italiana: **INAZA ITALIA**. **INAZA ITALIA** è un brand di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa.

Collezione di moda per donna e uomo, con un focus di medio segmento, orientato a un pubblico di massa. Il brand è presente in Italia e in Europa.

GRAZIA* TENDENZE



Borsa in tela stampata (289 by Sara Giunti, € 180).

Clabottine in pelle laminata (Carmens, € 115).



Collana in plexi trasparente (Krizia).



Paritaloni ampi stretch (Piazza Sempione, € 255).



Canottiera ricoperta di max paillettes (Mango, € 35,99).

SHARON STONE

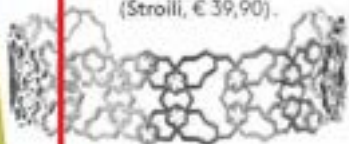
Ironia e seduzione: sono le armi dell'attrice americana, 60 anni, che sceglie profonde scollature e dettagli divertenti come top a maxi paillettes e sandali con strass.



Borsa dorata a tracolla (Guess Handbags, € 60).



Bracciale in ottone radiato con zirconi (Strolli, € 39,90).



Abito in cady con ricamo in vito (Cannella, € 169).



Orecchini chandelier di strass (Bijou Brigitte, € 24,95).



Sandali a listini di strass multicolori (CaféNoir, € 79).

APPUNTI DI MODA

Mettiti in **riga**!

METROPOLITANO



Shopping in pelle: RB ROCCOBAROCO, 69,90 euro.
Sneakers in pelle con applicazioni: SKECHERS, 69,96 euro.

FOLK



Secchiello in carta di paglia con tracolla in ecopelle: BARTS, 39,99 euro. Platform con lacci intorno alla caviglia: GIOSEPPO, 69,95 euro.

ELEGANTE



Camicia con nodo in vita e gonna asimmetrica: KATE BY LALTRAMODA, 68+88 euro.



Borsa a pieghe con tracolla a catena: CARPISA, 39,95 euro. Décolletées in tessuto con tacco a spillo: STRADIVARIUS, 19,99 euro.

Cannella per i piccoli pazienti



Cuori&Sorrisi è un'iniziativa a sostegno dei bambini in ospedale di Cannella che, in occasione della Festa della Mamma, contribuirà a "donare un sorriso" ai piccoli pazienti dell'ospedale Santobono Pausilipon di Napoli.

Dal 9 al 31 maggio chi effettuerà un acquisto in un punto vendita Cannella sarà rilasciato un "Certificato del sorriso", che attesterà simbolicamente la partecipazione all'iniziativa.

I fondi raccolti andranno a sostegno dell'Associazione Genitori Insieme Onlus per la realizzazione di un "summer Village", una sorta di "villaggio vacanze" che, grazie ai volontari, darà la possibilità ai bambini di poter vivere l'estate, distraendosi dalla routine quotidiana, con diverse attività ricreative, dallo sport alla musica, al teatro.

Nata dall'esperienza di un gruppo di genitori, Genitori Insieme Onlus si adopera per migliorare le cure e le degenze dei bambini affetti da malattia onco-ematologica.

L'associazione svolge la propria attività all'interno dell'Ospedale Santobono Pausilipon di Napoli, importante polo medico per le cure in ambito pediatrico-neonatale, nonché azienda ospedaliera di rilievo nazionale.

fashionmagazine.it

Sei qui: Home page > People

NEWS MODA RETAIL PEOPLE AGENZIE TIMING SALONI JOBS



EVENTI CAMPAGNE CHARITY AWARD MOSTRE

TIMING

Clicca sul giorno

< maggio 2018 >						
te	ma	gi	ve	sa	do	
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

Vedi i prossimi appuntamenti

People

CHARITY mercoledì 9 maggio 2018

Cannella per i piccoli pazienti



Cuori&Sorrisi è un'iniziativa a sostegno dei bambini in ospedale di Cannella che, in occasione della Festa della Mamma, contribuirà a "donare un sorriso" ai piccoli pazienti dell'ospedale Santobono Pausilipon di Napoli.

Per la Festa della Mamma 2018 andate insieme a fare shopping, è per due buonissime cause

Se non hai ancora trovato cosa regalare alla tua mamma il 13 maggio, tu portala a fare shopping, si sentirà coccolata con due sorprese extra.



Andare a fare shopping insieme a tua mamma potrebbe essere un'ottima idea per festeggiarla come si deve. Ci avevi pensato?

Per la **Festa della Mamma 2018** ritagliatevi del tempo da condividere e andate a fare **shopping** in modo speciale. Sì, non si tratta della classica cecia al pezzo di stagione, ma di dare al contempo un vero e proprio sostegno a due progetti importanti, che con l'amore e la collaborazione di tutti, portano avanti la ricerca e il supporto. Due brand come **Mangano e Cannela** in occasione della Festa della Mamma ti aspettano in questi giorni nei loro negozi per trovare capi e accessori primavera estate 2018 + due sorprese.

MANGANO supporta **AIRC** devolvendo all'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro il 20% degli incassi dei suoi monobrand di Milano e Firenze realizzati in questo week end.

Nelle vetrine dei negozi **MANGANO**, a partire da domani venerdì 11, faranno quindi capolino le **Azalee della Ricerca**, il fiore simbolo della lotta contro i tumori femminili, che domenica sarà distribuito da AIRC in 3.700 piazze in tutta Italia.

Le Azalee hanno permesso **solo negli ultimi 5 anni** di investire oltre **64 milioni di euro** per sostenere **498 progetti di ricerca** e **126 borse di studio** per studi sulla prevenzione, la diagnosi e la cura dei tumori femminili.

Nel negozio di **Milano in C.so Como 9** e di **Firenze in Via Dei Peorri 17** la presenza dell'Azalea della Ricerca in vetrina attesterà l'adesione al progetto e la possibilità di contribuire alla ricerca acquistando le proposte moda di **MANGANO**.

▼ Cuori & Sorrisi con Cannela



In occasione della Festa della Mamma **CANNELLA** promuove un progetto charity a sostegno dei bambini in ospedale, attraverso l'iniziativa **Cuori&Sorrisi**.

Dal 9 al 31 maggio, se effettuerai un acquisto in un punto vendita **CANNELLA**, oltre al prezzo ribassato del 30%, riceverai uno speciale "Certificato del sorriso", che, attraverso un codice, attesterà simbolicamente la partecipazione all'iniziativa, che contribuirà a "donare un sorriso" ai bambini ricoverati in ospedale. Il progetto solidale a supporto dell'**Associazione Genitori Insieme Onlus**, sosterrà la realizzazione del "Summer Village" una sorta di "villaggio vacanze" che, grazie ai volontari, darà la possibilità a tanti piccoli pazienti di poter vivere l'estate, distraendosi dalla routine quotidiana.

Un modo unico di **CANNELLA** per festeggiare tutte le mamme e un'occasione perfetta per diffondere un messaggio d'amore rivolto ai tanti bambini che vivono in difficili condizioni di salute.



COSMOPOLITAN MODA CAPELLI LIFEBOOK DRUGGISTO ARREDO SEGGIO

Per la Festa della Mamma andate insieme a fare shopping: farete bene a voi ma anche alla ricerca
 Prima del 13 maggio portate a fare shopping e durante la settimana

Stanca del feed perfetto? È ora di farti un Finstagram

L'unico problema che dovrai porti sarà come puoi metterlo a disposizione

di Sara Scavini





HAWAIANO
Top in microfibra,
Yamamay
(49,95 euro).

FLUORESCENTI
Orecchini
di paillettes, Bijou
Brigitte (6,95 euro).

MORBIDI
Pantaloni
in viscosa,
C&A Your
Sixth Sense
(29 euro).

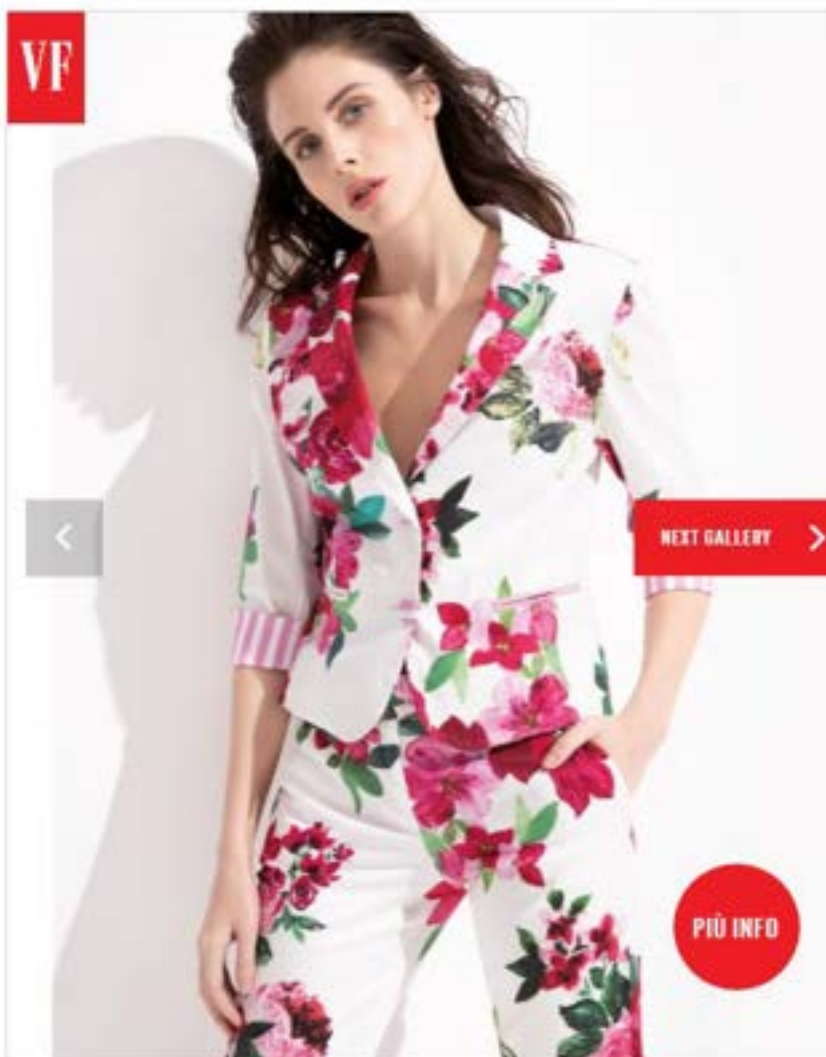
DA COCKTAIL
Abito
in duchesse,
Cannella
(209 euro).

RAMAGE
Collana
con agata
e cristalli,
Ottaviani
(234 euro).

MINAUDIÈRE
Clutch in cotone ricamato,
Zara (79,95 euro).

SHINY NIGHT
Di sera scegli
tessuti
luminosi
che valorizzino
le stampe.

OPEN TOE
Mules
in camoscio,
Cal/Noir
(99 euro).



10

Cannella

Si chiama Cuori&Sorrisi il progetto benefico lanciato questo mese da Cannella a sostegno dei bimbi in ospedale. Dal 9 al 31 maggio chi effettua un acquisto in un punto vendita del marchio riceve un Certificato del sorriso che attesta la partecipazione a questa lodevole iniziativa che raccoglie fondi per i piccoli ricoverati al Santobono di Napoli

Il progetto solidale a supporto dell'Associazione Genitori Insieme Onlus, sosterrà la realizzazione del "Summer Village" una sorta di "villaggio vacanze" che, grazie ai volontari, darà la possibilità a tanti piccoli pazienti di poter vivere l'estate, distraendosi dalla routine quotidiana.

PIÙ INFO

$\frac{3}{15}$ 

Top con scollo a cuore e peplum sul fondo (CANNELLA)

Iniziativa Speciale a sostegno dei bambini: A chi effettuerà un acquisto in un punto vendita **Cannella** entro il 31 maggio 2018, sarà rilasciato lo speciale **"Certificato del sorriso"**: un attestato simbolico di solidarietà per la partecipazione all'iniziativa che punta a "donare un sorriso" ai bambini ricoverati in ospedale.

A screenshot of the Cannella website. The header features the 'DONNA MODERNA' logo, a menu icon, and navigation links for 'MODA', 'MODA PRATICA', 'MODA CURVY', 'SPOSA', and 'CONSIGLI DI SHOPPING'. The main content area shows a yellow top and a woman in a yellow dress. A pink banner reads 'Tendenze Il giallo illumina i best of della primavera estate 2018'. On the right, there are two smaller promotional images: one for 'Tendenze La primavera must have' and another for 'Tendenze Bikini a fantasia per l'estate'.

MODA Per occasioni eleganti scegli il vestito bon ton da sfoggiare con la giacca corta.**Mini abito**

Collana girocollo con perle d'acqua dolce e inserto in argento a forma di tre cuori

(Nihama, € 224,00). **Bolero** in cady a tinta unita blu con maniche a tre quarti con volant (Cannella, € 129,00).

Orologio con cassa in acciaio e vetro minerale, quadrante con strass, cinturino blu elettrica largo 16 mm (David Nicholson, € 54,00). **Mini abito** smanicato con stampa floreale multicolore, scollatura a V, taglio in vita e gonna svassata (Lanacaprina, € 132,00).

Borsetta in ecopelle bianca con lavorazione traforata sulla patta, tracolla in catena d'acciaio (C&A Collezione Accessories, € 19,00).

Scarpe dalla punta sfilata in ecopelle blu con riflesso glitterato, tacce a spillo e piccoli inserti argentati laterali (Pittarello, € 37,00).

**PER BRILLARE
LA SERA**

1. Orecchini pendenti con elementi in resina e brillanti cristalli Swarovski di diverse tonalità (Pavù, € 43,00). **2. Clutch** rettangolare con strass bicolore su motivo a zig zag, dettagli in acciaio dorato (Valentino di Mario Valentino, € 69,90). **3. Sandali** in ecopelle dorati con glitter, listini in corda, chiusura con cinturino alla caviglia (Pregunta, € 69,00).

Cannella, sette opening in Italia nel 2018



Tra le priorità targate 2018 del brand campano di womenswear **Cannella** c'è l'apertura di sette nuovi negozi in Italia, tra Veneto, Lazio e Sicilia, circa 30 nuove assunzioni previste in fase di start up, un giro d'affari di 28 milioni di euro e un forte piano di sviluppo estero affiancato da investimenti in ricerca, sviluppo e comunicazione. Oltre i confini italiani, il brand è in continua espansione e già presente in numerosi Paesi.

Da sempre attenta anche alla responsabilità sociale, Cannella sostiene **Cuori&Sorrisi** un progetto charity a favore dell'Associazione Genitori Insieme Onlus, per la realizzazione del "Summer Village" un "villaggio vacanze" che, darà la possibilità a tanti piccoli pazienti di poter vivere l'estate, distraendosi dalla routine quotidiana.

PAMBIANCONews

HOME NEWS SUMMIT FOCUS JOBS EDITORIALI TV MAGAZINE E...

NEWS IN BREVE



28 MARZO 2018

Cannella, sette opening in Italia nel 2018

Tra le priorità targate 2018 del brand campano di womenswear Cannella c'è l'apertura di sette nuovi negozi in Italia, tra Veneto, Lazio e Sicilia, circa 30 nuove assunzioni previste in fase di start up, un giro d'affari di 28 milioni di euro e un forte piano di sviluppo estero affiancato da investimenti in ricerca, sviluppo e...



14 MARZO 2018

Fabiana Filippi lancia resort e pre-fall

Fabiana Filippi ha annunciato l'introduzione di due nuove collezioni nel proprio ciclo produttivo. Infatti, per la prima volta nella storia del brand fondato nel 1983 dai fratelli Mario e Giacomo Filippi Cocchetta, alle collezioni main si affiancheranno le collezioni resort e pre-fall. L'implementazione di queste due nuove uscite...

< Cannella regala un sorriso ai bimbi >

Il progetto charity dedicato ai più piccoli scade oggi.
Affrettatevi!



È tempo di shopping bello e buono.

Scade infatti oggi Cuori & Sorrisi, il progetto charity di Cannella a sostegno dei bambini.

Fino a stasera chi effettuerà l'acquisto dei capi della collezione Primavera Estate 2018, oltre a ricevere un o sconto del 30%, riceverà il Certificato del sorriso, un piccolo cuore che attesterà la partecipazione all'iniziativa.

Lo shopping sarà di supporto all'Associazione Genitori Insieme Onlus, che sta lavorando per la realizzazione del "Summer Village", un colorato "campo estivo" che, grazie ai volontari, darà la possibilità a tanti piccoli pazienti di poter vivere in modo più leggero le vacanze.

Da Giugno a Settembre i piccoli ricoverati potranno essere impegnati in diverse attività ricreative, dallo sport alla musica, al teatro e trascorrere le ore in modo un po' più spensierato in compagnia dei loro coetanei.

Pronte per gli acquisti?

AMICA

[MODA](#) / [BELLEZZA](#) / [ACTIVE](#) / [KITCHEN](#) / [DAILY TIPS](#) / [VIDEO](#) / [PARTY & PEOPLE](#) / [INSTALOOK](#)

Moda



CANNELLA

IO
MAGAZINE

BRANDMAKER

Camicia in acetato con maniche a
sbuffo Cannella 109 €, cappello Gucci.
Pagina accanto. Giacca in cotone
Sisley 139 €, pantaloni Tela 265 €.



**Morbida**

Dritta, senza punto vita, questa jumpsuit dona a chi ha il fisico minuto. Il taglio basic si accorda con colori sgargianti. Se vuoi slanciare la figura, indossa sandali alti e aggiungi una cintura.

Salopette dritta con scollo a V, spalline sottili con anelli metallici e pantaloni larghi alla caviglia (Cannella, 129 euro, tg. 42-48). Borsa Twenty Fourhatch.

Sandali Ballin.

Gioielli e orologio Jack&Co.

CANNELLA

AMICA

BRANDMAKER

Mama AFRICA

LA FRESCHEZZA DELLE SUGGERZIONI ETNICHE SUL BIANCO

Foto Paolo Lavizzari Styling Maddalena Frazzingero

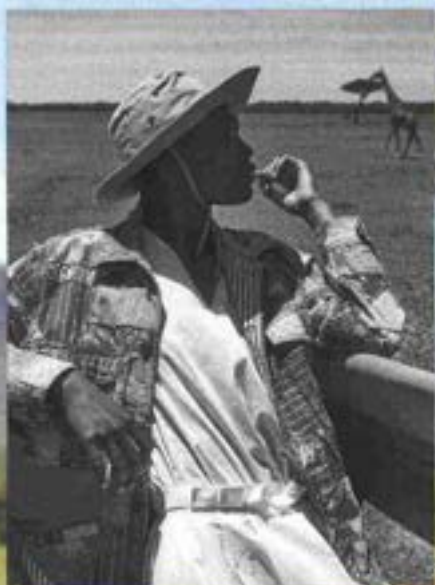
MOOD

—



Camicia in pizzo di sangallo a
mezze maniche con
volant. Cannella € 88. Clutch
di perline con tracolla
a catena, Malparmi € 295.
Sandali infradito
in Pvc con foulard in raso,
Casadei € 235.

Ol Choro Oirona Conservancy



Appunti sparsi di viaggio, "surfando" su e giù per il Continente Nero. Note a margine in 4X4, charter bimotore e mongolfiera attraverso il grande parco Serengeti, in Tanzania, contemplando la bellezza della Masai Mara National Reserve. Addosso, tenute alla Kuki Gallmann: sahariane di cotone, pants alla zuaava, long dress di lino, cappellini di tela e boots di cuoio. Magistratamente coloniali



Per Naki, a sinistra. Giacca di lino e cotone, Cannela (189 euro), gonna lunga con ricami, Ermanno Scerifano Beachwear (610 euro), cintura Pinko, cappello vintage. Per Naki, nei riquadri. Giacca di denim con patch fantasia, Polo Ralph Lauren, abito di cotone con scollo a V, Liviana Costi (189 euro), fishing hat vintage.

SURFIN!

di EVA GERALDINE FONTANELLI

CANNELLA

VANTY FAIR

BRANDMAKER



Camicia incrociata e pantaloni copri di viscosa leggera stampa Vichy, **Cannella**. Orecchini Bombù placcati oro, **Giovanni Raspini**. Pagina accanto: abito di lino con scollo a barca e bordo di macramè, 120% lino. Orecchini Bombù placcati oro, **Giovanni Raspini**. Sandali Diorall con nastro intrecciato, **Dior**.