



building brand value  
relazioni pubbliche & comunicazione

# Case Study

## *fashion*

# Case Study

# ZUIKI



## attività svolte

ufficio stampa e  
media relation

pianificazione media

event management

licensing, partnership  
& influencer



## durata collaborazione

**6** anni

# Case Study

# ZUIKI



## ufficio stampa e media relation

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

# Case Study

# ZUIKI



## risultati

**2.091**

pubblicazioni totali  
STAMPA – WEB  
RADIO – TV

**483**

media annua

*Gioca con le lunghezze: la gonna mini valorizza le gambe, la maglia maxi copre il punto vita e bilancia le proporzioni.*

■ Blusa stampata in viscosa e seta (Momon), 197 euro, tg. S-L). Mini gonna cinque tasche (Takko, 19,99 euro, tg. 36-44). Orecchini e bracciali Platadepalo. Sandali Space Styleconcept.



*la gonna per il giorno*  
SE SEI MIGNON SE SEI MOLTO ALTA

*Punta sui dettagli strategici: l'orlo sotto il ginocchio e la cintura in vista rendono la statura meno importante.*

■ Camicia con maxi stampe in cotone (Naracamicie, 79 euro, tg. I-VII). Gonna chiusa da una fila di bottoni (Zuki, 19,99 euro, tg. 40-48). Cintura Nanni. Bracciali e anello Pandora. Sandali Primadonna Collection.

Trucco e pettinature di Cristina Bonetti per HM Battaglia using Cotril

indirizzi a pag. 163

ZUIKI

ELLE

BRANDMAKER

*elle promotion*

Sette 

Il lusso cosmo-chic di **Federica Tosi**, il basic di tendenza di Zuiki, il beachwear



nuovi

intraprendente di F\*\*K. Ma anche il lusso artigianal-punk delle



brand

calzature **Stokton**, la sobria femminilità di **Lamarca**, le borse e la moda



della

ultraleggere di **La Fille Des Fleurs** e l'intimo per tutte le donne di **Lisca**.



moda

Sette nomi da scoprire, sette **alleati** dello stile femminile. Selezionati da Elle



## Zuiki fa il bis in Via Toledo

Il marchio di abbigliamento femminile Zuiki raddoppia la sua presenza nella napoletana Via Toledo. Lo store, sviluppato su due livelli, misura 300 metri quadrati e presenta tre vetrine su strada e un doppio ingresso.



VRPOINT.IT

GEMMA

### Billionaire Italian Couture, vetrine su Ginevra

Billionaire Italian Couture sbarca a Ginevra. Il brand occupa 150 metri quadrati nella zona commerciale di Rue du Rhône, aperti in partnership con Millya Group Cyprus, di base a Cipro. Per l'occasione, il concept della store è nato dai suoi vicini: pavimenti di marmo e colonne marmoree, usate per suddividere gli spazi, ma anche per creare "un senso di privacy". Una situazione, Billionaire Italian Couture, che intende proseguire verso un'evoluzione dell'immagine, del prodotto e dello sviluppo commerciale.



### Maison Margiela, primo store a Roma

Maison Margiela ha inaugurato nel giugno scorso la sua prima boutique a Roma, in via del Babuino 49. Il negozio, che misura 300 metri quadrati, si estende su due piani e si trova all'interno di un antico palazzo rinascimentale. Gli interni della store sono resi particolari dalla presenza del famoso bianco,

### Hermès, megastore nel Miami Design District



Hermès ha inaugurato una mega boutique nel Design District di Miami. Lo spazio, sviluppato su tre piani, ha una superficie che sfiora i mille metri quadrati ed è il terzo negozio che la maison francese ha aperto negli Stati Uniti dopo quelli di New York, in Madison Avenue, e a Los Angeles, in Beverly Hills, in Rodeo Drive.

### De Waa, nuovo negozio a Torino

A lavoro di giorni De Waa ha aperto, per celebrare 50 anni, un nuovo store in Piazza San Carlo a Torino. All'inaugurazione era presente la famiglia De Waa al completo, oltre a figure storiche ed esponenti del mondo della sportswear.



### Zuiki fa il bis in Via Toledo

L'apertura di abbigliamento femminile Zuiki raddoppia la sua presenza nella napoletana Via Toledo. Lo store, sviluppato su due livelli, misura 300 metri quadrati e presenta tre vetrine su strada e un doppio ingresso.



della sporcizia e dell'aspetto cronico. Mentre il pavimento è dedicato alle proposte maschili, al primo piano si trovano i capi e gli accessori femminili: all'interno della boutique sono disponibili tutte le linee di abbigliamento e accessori del brand, oltre a due spazi interamente dedicati alle collezioni.

I'M eventi

# Zuiki raddoppia a Napoli



## Pink Opening con Stefano De Martino

**T**antissime le fan di Zuiki presenti all'inaugurazione della nuova boutique che ha aperto a Via Toledo con un pink party molto originale, raddoppiando la sua presenza nella strada dello shopping partenopeo, lì dove è iniziata la storia dell'azienda, che ha aperto il suo primo flagship store nei pressi di Piazza Trieste e Trento. Il brand di abbigliamento femminile, interprete da sempre di uno stile giovane, dinamico e assolutamente pop, è nato nel 2003 dall'iniziativa creativa dei fratelli Nunziata. Ad oggi, è presente sul territorio nazionale con 130 punti vendita in Italia, tra diretti, in franchising e outlet. Con circa 500 dipendenti l'azienda registra un giro di affari di 100 milioni di euro, in crescita del 28% rispetto ai 78 del 2013. Per questo nuovo traguardo ha scelto come testimonial dell'evento Stefano De Martino, il ballerino napoletano marito della bellissima Belen Rodriguez, per la gioia di tutte le clienti. Il concept dell'evento "Think in pink", perché "pensare rosa" alleggerisce la mente, fuga i pensieri negativi e lascia spazio al divertimento. Un concept che rende omaggio a donna attiva, dominatrice, contemporanea, musa ispiratrice della moda Zuiki, eclettica, romantica e super femminile. Coerentemente al mood scelto - il rosa - il cuore di via Toledo è stato animato da un pink carpet, hip hop performances e pink boys che in bici rigorosamente rosa hanno guidato, in un crescendo di entusiasmo, all'incontro con il fashion brand. Al taglio del nastro, insieme ai fratelli Nunziata fondatori della Ennepi srl proprietaria del brand, Biagio Amministratore Delegato, Paolo Presidente, Nello Direttore Retail e Michele Direttore Amministrativo, presenti tra gli altri: la bellissima Marta Krevsun da Temptation Island, Guia Barsanti Art Director Zuiki, alcune note fashion blogger Giulia Gaudino, Lucia Palermo, Noemi Guerriero, Myriam Sorbo, Martina Chiella, Maria Giovanna Abbagnale, Noemi Del Prete, Roberta Fusco. In uno splendido flagship sviluppato su due piani, immerse in una suggestiva atmosfera moderna, che pur conserva i tratti distintivi di un palazzo d'epoca, sono state presentate le ultime tendenze per l'Autunno/Inverno 2015/16. Total look versatili ed accessibili in un format in cui il design gioca con la moda, lì dove non ci sono regole imposte, ma in cui vince il mix&match alla ricerca di uno stile assolutamente personale. ■



## Il Natale delle stelle: i regali (fashion) per il Leone



Diamanti (o strass), loghi, stampe e tanto oro. Il regalo perfetto per il Leone è sfarzoso e appariscente. Carismatico ed egocentrico, il Leone apprezzerà in dono un accessorio o un capo di abbigliamento che lo aiuti ad essere al centro della scena.

Il regalo di Natale per il Leone? Consultiamo ancora una volta le stelle e mettiamoci alla ricerca del dono (stylish e modaiolo) perfetto per i nati sotto questo segno.

*«Come suggerito dal suo simbolo, il segno del Leone è il più fiero dello Zodiaco. Il suo modo di porsi è principesco. È naturalmente elegante e il suo fascino naturale lo porta spesso a posizioni di comando, se non di dominio. Il Leone ama sentirsi al centro dell'attenzione e può arrivare a soffrire, se non gli si dà la corda che è convinto di meritarsi.»*

Fiero e carismatico, il Leone ama il lusso e l'opulenza, l'oro (il suo metallo) e i diamanti (la sua pietra). In qualità di re (della foresta e dello Zodiaco) **pretende di essere al centro dell'attenzione**, e la cosa gli riesce senza sforzi, dato il suo fascino naturale, ma non disdegna, per raggiungere lo scopo, l'abito della moda.

Attratto dagli oggetti sfarzosi e appariscenti, sarà felice di ricevere un **accessorio colorato e scintillante** che, una volta indossato, farà esclamare a tutti: «wow! More is more è il suo motto, e **Gucci** di Alessandro Michele (presumibilmente) il suo brand preferito.

Completatelo con **loghi, stampe animalier, paillettes e tanto oro**.

VF



19,99 €

Zuki

Polpa rosa in cotone  
Cassa: 19,99 €

PIÙ INFO

VANITY FAIR

Video People Beauty Benessere Lifestyle **FASHION** Dove Farsi Tracce

Topic: Leone Sport Moda Diritto Capelli Pettegolezi Maltempo 90

FASHION

NEWS | STILE | TENDENZE | CONSIGLI | REGALATI | GIOIELLI | SCARPE | ABBIGLIAMENTO



Shopping

### Il Natale delle stelle: i regali (fashion) per il Leone

Diamanti (o strass), loghi, stampe e tanto oro. Il regalo perfetto per il Leone è sfarzoso e appariscente. ...

Scopri anche: [Tendenzioni](#)



Scopri

### Che fine ha fatto il tacco 12?

Un tempo accessorio numero uno nel guardaroba femminile, oggi il tacco alto (o altissimo) sembra aver perso il ...

Scopri anche: [Tendenzioni](#)

elle promotion

# Zuiki, la moda pop

Parola d'ordine:  
fare felici le donne.  
Con un **total look** femminile,  
"friendly price" ma senza  
rinunciare alla qualità



DAL BASIC  
AL TRENDY  
Guia Barsanti,  
diettrice  
creativa di Zuiki.

## INTERVISTA A... GUIA BARSANTI

«Zuiki è un marchio italiano di moda femminile, nato nel 2003. Nei nostri oltre centrotrenta punti vendita in Italia, accogliamo le clienti con una politica di prezzi "amichevoli" e uno stile trendy e cool, senza mai rinunciare alla qualità. Mi piace pensare che le donne, quando escono dai nostri negozi, siano felici perché hanno potuto soddisfare i loro desideri di moda, da quelli più basic fino a quelli più di tendenza, con un piccolo budget. Ci impegnamo per dare alle clienti una scelta di total look, dal top di viscosa al denim, dalla T-shirt di cotone alla calzatura più cool del momento. Zuiki è un brand che io amo definire "pop"».

### I best seller?

«La linea basic: di ottima qualità, easy da indossare, quotidiana. Ma anche il denimwear va fortissimo: quest'estate abbiamo jeans con le patch, lavaggi stone washed, effetti destroy, il superskinny...».

### L'outfit che verrà?

«Puntiamo sulla nuova vestibilità dei "gaucho" pant, ovvero "cropped", da portare in chiave minimal, con una canottina rosa cipria».

### Che cosa piace alle clienti?

«Le "Zuiki Women" possono essere teenager, giovani donne, madri che lavorano, donne in carriera... C'è uno stile per ognuna, a seconda di come vive la sua giornata: più sporty, young o classico. Questa versatilità è una ricetta vincente».

### Gli accessori da avere?

«Tutti quelli ispirati ai Seventies. Come un collier flower power o un sabot bianco, con o senza frangette».

POUDRE  
Il top di cotone  
con spalline  
sottili.



MINIMAL  
Il pant  
gaucho con  
orli strangiati  
in denim carta  
da zucchero.



DAISY LOVE  
Collana a maglia  
cotena con  
margherite. Sotto:  
Sabot di ecopelle  
con plateau.



HIPPIE STAR  
A sinistra. Total  
look con shirt  
di viscosa,  
jeans deep  
blue bootcut,  
giubbino di  
eco camoscio  
e zoccoli  
di legno.



STYLE



## STORIE DI SETA

Tutto ha inizio nel 2012 in Francia, nei luoghi degli impressionisti: utilizzando la tecnica del **movimento intenzionale** e controllato della fotocamera, Renato Carisola realizza scatti simili a pitture, che, stampati su seta, danno vita alla linea Phaular.

## ATELIER ROCK

Dedicata alle clienti più esigenti, **Première** è la nuova **linea couture** di Fracomina: lavorazioni particolari, tessuti pregiati e attenzione ai dettagli sono i punti di forza. Mentre sul piano dello stile si passa dal romanticismo della gonna a balze al tocco rock degli stivali.

## TUTTE SUPER DONNE

Complice il cinema, questa è la primavera dei supereroi: Batman, Superman e la mitica **Wonder Woman**. In collaborazione con Warner Bros., Zuki le dedica una collezione di T-shirt che piacerà alle giovanissime ma anche alle loro mamme, che non si perdevano una puntata della serie Tv con Lynda Carter.

STEP ASIDE BOYS!

## Memo



## DI CORSA SUL TEVERE

Domenica **10 aprile** tutti ai blocchi di partenza della Maratona di Roma: per questa edizione speciale, dedicata al Giubileo, lo sponsor tecnico New Balance ha ideato la limited edition **1080 Fresh Foam**, perfetta per correre sulle strade della città «caput mundi» (€ 160).

## COME MAMMA

Sono sempre di più, nel mondo, i minori in cerca di una famiglia. A loro è dedicato **Chicco di Felicità**, il progetto di Chicco a favore di Ai.Bi. - Associazione Amici dei Bambini - che negli anni ha consentito circa **1.000 adozioni**. La nuova edizione, firmata da Gigliola Curiel, è una doppia shopping bag di cotone per mamma e bimba da portare sempre con sé (€ 10).



GRAZIA • TENDENZE

## A zampa di elefante

DOVE LI ABBIAMO VISTI Sono il top per le amanti dello stile Anni 70. IL CONSIGLIO DI GRAZIA Indossateli con tacchi per slanciare la figura e attenzione all'orlo: non deve essere corto.



Con orli al vivo  
(Seventy, € 159).

Sfumati, a vita bassa  
(J Brand, € 299).



HOLLY FULTON



Hot pants tagliati  
al vivo (Reiko, € 105).



Cinque  
tasche con  
stamps  
(Zuiki,  
€ 16,99).



Con ruches  
sull'orlo  
(Queguapa).

## Shorts

DOVE LI ABBIAMO VISTI La tendenza più audace è quella di Dries Van Noten, che li abbina alla giacca maschile. IL CONSIGLIO DI GRAZIA Le zeppe sono il dettaglio di stile in più.



DRIES VAN NOTEN



PORTALI CON...

Gilet con passamanerie e dettagli metallici (Dassios, € 850).  
Bracciale con glitter (Stroili, € 79,90).  
Stivaletti in vitello laminato (Fratelli Rossetti, € 420).

126

PORTALI CON...

Giacca effetto  
grezzo con  
cuciture decoro  
e spilla (Luca  
Spagnoli,  
€ 278). Sandali  
Cube Flowers  
in camoscio  
(Roger Vivier,  
€ 990).



Foto: D'ARREMO/MONDADORI-FOTO

- 1 Cardigan a fasce colorate, Zuiki.  
 2 Mascherina a gatta con lente unica, Opsobjects (98 euro).  
 3 Borsa di Pvc a stampa digital flowers, Gabs Franco Gabrielli (da 129 euro).  
 4 Mocassino con profili di corda e carrarmato, Fratelli Rossetti (390 euro).

### RAINBOW LAND

T-shirt cropped con numero, SH by Silvian Heach (19,99 euro), su maxi dress di cotone millerighe, Miss Miss (79,90 euro), e gonna di seta plissé multicolore, Cannella; bacceliale di bachelite orange, DSquared, bangles di plexi, Adreani Gioielli, flatform con fasce, Bruno Borsese.

COACHELLA

## starbene stili di vita



**Una longuette "ricca",** con una stampa etnica, a fiori, a righe o in tinta unita, arricciata in vita, starà benissimo con una cinturina sottile e un top corto e minimale. Puoi abbinarla anche a un paio di sneaker basse.

**Shorts e camicia bianca:** scegli pantaloncini di taglio maschile e di colore neutro, non troppo corti, così potrai portarli anche in città abbinati a una classica camicia bianca, da sfoggiare anche con i pants a sigaretta. Ai piedi sandali rasoterra o con plateau.

**I tailleur pantaloni?** Perfetto bianco, con la giacca un po' lunga e avvitata. Portalo con le stringate o le sneaker più un top di colore tenue: azzurro polvere, verde acqua, grigio perla.

- >1 **ETNICA** La maxigonna a pieghe è di tessuto lucido multicolor ed è perfetta dalla mattina alla sera. *Sfizio*, 209 €. >2 **MINIMAL** Spalline a sottoveste e scollo a punta fermate da bottoncini: il filo di viscosa che puoi indossare anche in città. *Zuik*, 5,99 €.
- >3 **INCROCIATI** Con larghe tasche francescane, di morbida suola e con zeppa, i sandali passe-partout sono comodi ed eleganti. *Frau*, 95 €. >4 **CLASSICA** Di tessuto fluido, con ampia manica al gomito fermata da un polsino e collo alla coreana, è la camicia bianca indispensabile in ogni guardaroba. *Compagnia Italiana*, 129 €. >5 **MASCHILI** Hanno una linea classica e pulita i bermuda con pince e tasche sul fianco. *H&M*, 49,99 €. >6 **ELEGANTE** Con un tailleur bianco sei in ordine in ogni occasione: la giacca è di tessuto fluido, monopetto, leggermente sagomata sui fianchi (219 €); i pantaloni sono stirati con tasche sul fianco (109 €). *I Blues*.

UN'ESTATE  
FRESCA E  
CHIC

Pochi capi scelti con cura  
per essere in ordine anche  
nella stagione più calda

servizio di Simonetta De Pasca, testo di Anna De Re



**Con il fucsia  
e l'arancione**

Se sei sbarazzina e ami lo sport, la tinta dell'oleandro fa per te. Meglio ancora, poi, se aggiungi un terzo tono più caldo.

Shorts in felpa  
(Zuiki, 9,99 euro, tg. S-XL). Maglia in cotone elasticizzato (United Colors of Benetton, 39,95 euro, tg. S-XL). Bracciali Sodini.

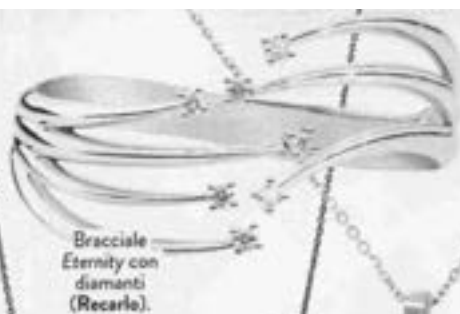
Trucco e pectinature di *Aljoscia Mussi* per *HM Battaglia* using *Dior Make Up Forever*.

GRAZIA\* SPECIALE

Decoro a tema  
(Lineasette, da € 23,10)



Maxiabito  
in lana  
(20.52,  
€ 365)



Bracciale  
Eternity con  
diamanti  
(Recarlo).



Collana in  
argento  
(Diva  
Gioielli,  
€ 129).



Décolletées con  
applicazioni (Jimmy  
Choo, € 1.495).

Collana in  
argento con  
pave di zirconi  
(Elite Jewelry,  
€ 99).



Registra  
e fotografa  
a 360°  
(Samsung,  
€ 359).



Tracolla scamosciata  
(Givenchy  
by Riccardo Tisci, € 1.250).

Dallo  
SPAZIO



Zaino in pelle  
(Charlotte  
Olympia,  
€ 1.145).



Borsa a  
mano con stella  
(Zuiki, € 12.99)



Abito in seta  
stampata  
a stelle  
(Lottod'Arme,  
€ 279)



Whisky  
Blue Label  
(Johnnie  
Walker,  
€ 210)



Anello con stelle in argento  
(QVC, € 64,96)



Bracciale con ciondoli  
(Pandora, € 69 e da € 35).



Sivaletti  
con tacco  
a sfera  
(Ballin,  
€ 895).

## 8 new opening e 21 re-opening per Zuiki

*il brand ha chiuso il 2016 con un  
incremento del fatturato del 20%*

Il brand di moda **Zuiki**, di proprietà della Ennepi Srl, ha chiuso il 2016 con il raggiungimento di due obiettivi: un forte piano di espansione in Italia e l'incremento di fatturato. Otto new opening su tutto il territorio nazionale, ventuno re-opening (tra ampliamenti e restyling) sono i numeri del business plan realizzato nel 2016, con un fatturato di circa 130 milioni di euro, in crescita del 20% rispetto al 2015. Punta di diamante di questo piano di sviluppo è stata l'apertura a dicembre del primo flagship store a Roma nella centralissima Via del Corso, uno spazio vendita di quasi 500 mq che, insieme ai nuovi store di Napoli, Salerno e Udine ha portato ad oltre 130 le insegne Zuiki presenti



sul territorio nazionale. Oggi Zuiki, in un'ottica di comfort-shopping, prevede ambienti spaziosi, progettati su superfici dai 500 ai 1.000 mq, privilegiati i centri commerciali ed i centri storici delle città, con sensibile attenzione all'integrazione tra il layout dei punti vendita e le caratteristiche architettoniche

delle location scelte. Grazie a questo piano retail Zuiki ha ottenuto il prestigioso riconoscimento CNCC Retailer Awards 2016, rivolto ai retailer che si sono distinti per immagine, originalità del concept, completezza e innovazione dell'offerta, capacità di risposta alle esigenze del consumatore. **FT**

*Notiziario chiuso in redazione il 27 febbraio 2017.*

## Zuiki aumenta fatturato e rete vendita



È un percorso in ascesa quello dell'insegna di abbigliamento Zuiki, di proprietà della Ennepi srl, che chiude il 2016 con un fatturato di circa 130 milioni di euro, in crescita del 20% rispetto al 2015. Il piano di sviluppo del brand ha messo a segno nel corso dello scorso anno otto new opening su tutto il territorio nazionale e ventuno re-opening tra ampliamenti e restyling. L'ultimo in ordine di tempo il flagship store aperto a Roma, in via del Corso, su una superficie di quasi 500 mq che porta a 130 le strutture Zuiki presenti sul territorio nazionale. Il piano retail ha permesso a Zuiki di ottenere il riconoscimento Cncc Retailer Awards 2016, l'appuntamento annuale, organizzato dal Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali.

La strategia aziendale per il 2016 ha posto particolare attenzione allo sviluppo degli spazi vendita, con il lancio di un nuovo concept architettonico che prevede ambienti spaziosi, progettati su superfici dai 500 ai 1.000 mq, moderni e sofisticati, pronti a garantire una maggiore profondità di assortimento delle proposte in esposizione. Il nuovo layout include, oltre alla riprogettazione del concept store in termini di quadratura e di restyling della parte visual, anche un'operazione di rebranding del logo. L'azienda privilegia i centri commerciali ed i centri storici delle città, con sensibile attenzione all'integrazione tra il layout dei punti di vendita e le caratteristiche architettoniche delle location scelte.



# GDOWEEK

Più visti News Gallery **GDOWEEK** Eventi Prodotti



News, Retail

### Zuiki aumenta fatturato e rete vendita

È un percorso in ascesa quello di Zuiki, di Ennepi srl, che chiude il 2016 con un fatturato di 130 milioni di euro, in crescita del 20% rispetto al 2015



News, Retail

### Da Conad San Salvo si impara a cucinare

All'interno dello store Conad di via Gargheta a San Salvo, in provincia di Chieti, si svolgeranno corsi di cucina tenuti dallo chef Silvano Foia



News, Retail, Video

### Aldi in video il nuovo format discount, più moderno

La catena prosegue con la massiccia operazione di ammodernamento dei negozi in Germania, tra design in legno chiaro, faretti al led e una nuova formula di accoglienza. Stessa proposta anche in Italia?



## Barbie: Zuiki lancia una collezione dedicata alla celebre bambola

La limited edition è già in vendita presso  
gli store del brand

Ha un suo profilo Instagram da vera influencer e gli stilisti fanno a gara per vestirla. Non solo. È anche una musa per i creativi del mondo della moda. Senza pensare alla lunga storia che ha alle spalle.

E oggi **Barbie** diventa ancora una volta protagonista di una collezione. Per la Primavera Estate 2018, Zuiki ha infatti dedicato a questa iconica bambola una capsule collection in limited edition che include T-shirt con stampe, pantaloni, shorts e giacche di denim con logo metal rigorosamente pink.





VOGUE

Fashion Talent Photography Beauty News Fashion Shows Archive Story Medias Video More Vogue - Special Look

FASHION



Espansione

## Zuiki in corsa del 20% tra retail e prodotto

Il marchio di fast fashion, di proprietà del gruppo campano Ennepi srl, archivia il 2016 con ricavi a 130 milioni e prepara 35 aperture italiane e 60 re-location entro il 2018. E accanto al debutto in rete previsto per questi mesi, amplia l'offerta prodotto con le nuove linee You e Man. **Alice Merli**

**F**orte di un anno chiuso in positivo, Zuiki mette il turbo a distribuzione e prodotto. Il marchio specializzato in abbigliamento fast fashion, che fa capo al gruppo campano Ennepi srl, ha archiviato il 2016 registrando ricavi per 130 milioni di euro, in salita del 20% sull'esercizio precedente. Una performance che ha visto protagonista nei 12 mesi il mercato italiano e favorita dall'apertura di otto store e 21 riaperture tra ampliamenti e restyling. Tra gli ultimi opening figura un flagship store a Roma attivo dallo scorso dicembre in via del Corso, uno

spazio di 500 metri quadrati che ha portato a 130 le insegne Zuiki dirette, in franchising e outlet presenti sul territorio nazionale. Una strategia di espansione destinata a rafforzarsi nel prossimo biennio: entro il 2018 l'obiettivo sarà raddoppiare il fatturato attuale ed ampliare la rete con 35 nuovi store e 60 re-location, che vedranno l'ingresso anche nel canale travel retail. I nuovi spazi dell'azienda, che ha ottenuto il riconoscimen-

to Cncc retailer awards 2016, saranno progettati su superfici comprese dai 500 ai 1000 metri quadrati e sorgeranno nei centri commerciali e nel cuore delle città scelte, per ora ancora in via di definizione. La riprogettazione del

concept riguarderà invece la parte visual e il rebranding del logo. Accanto alla distribuzione italiana, i primi mesi del 2017 vedranno anche l'ingresso del marchio nel segmento online grazie al lancio dell'e-commerce. A livello di prodotto il marchio ha inoltre recentemente arricchito l'offerta con le linee Zuiki You e Zuiki Man, dedicate rispettivamente

al segmento young e maschile. La prima predilige capi dai tagli unconventional, studiati per un target femminile compreso tra i 15 e i 25 anni, mentre la seconda abbraccia proposte per lui che vanno dal basic al denim. Senza dimenticare le operazioni di licensing di Zuiki del calibro di Disney e Warner Bros, da cui nascono periodicamente capsule collection in edizione limitata. (riproduzione riservata)



Due proposte di Zuiki



## Zuiki: 8 new opening, 21 re-opening e incremento del fatturato del 20%

L'espansione del brand Zuiki tra fatturato e forte presenza in Italia



A soli 13 anni dal suo ingresso nel fashion system italiano, il brand di moda ZUIKI, di proprietà della Ennepi srl, ha raggiunto risultati straordinari, per aver saputo interpretare ed anticipare i gusti e le preferenze di un ampio segmento di mercato. Il brand ha chiuso il 2016 con il raggiungimento di importanti traguardi: un forte piano di espansione in Italia e l'incremento di fatturato.

**Otto new opening** su tutto il territorio nazionale, **ventuno re-opening** (tra ampliamenti e restyling) sono i numeri del business plan realizzato nel

2016, con **un fatturato di circa 130 milioni di euro** (2016), in crescita del **20%** rispetto al 2015.

Punta di diamante di questo piano di sviluppo è stata l'apertura a dicembre del primo flagship store a **Roma** nella centralissima **Via del Corso**, uno spazio vendita di quasi 500 mq che, insieme ai nuovi store di **Napoli**, **Salerno** e **Udine** ha portato ad oltre **130** le insegne ZUIKI presenti sul territorio nazionale.

**La strategia aziendale per il 2016 ha posto particolare attenzione allo sviluppo degli spazi vendita**, con il lancio di un nuovo concept architettonico. Oggi ZUIKI, in un'ottica di comfort-shopping, prevede ambienti spaziosi, progettati su superfici **dai 500 ai 1.000 mq**, moderni, fashion e sofisticati, pronti a garantire una maggiore profondità di assortimento delle proposte in esposizione. Il nuovo layout include, oltre alla riprogettazione del concept store in termini di quadratura e di restyling della parte visual, anche un'operazione di rebranding del logo. Privilegiati i **centri commerciali** ed i centri storici delle città, con sensibile attenzione all'integrazione tra il layout dei punti vendita e le caratteristiche architettoniche delle location scelte.

Grazie a questo piano retail, ben strutturato e strategicamente vincente, ZUIKI ha ottenuto il prestigioso riconoscimento **Cncc Retailer Awards 2016**, l'appuntamento annuale, organizzato dal Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali, rivolto ai retailer che si sono distinti per immagine, originalità del concept, completezza e innovazione dell'offerta, capacità di risposta alle esigenze del consumatore.

affaritaliani.it **20 ANNI**  
il primo quotidiano digitale, dal 1996

POLITICA ESTERI ECONOMIA CRONACHE CULTURE COSTUME SPETTACOLI SPORT  
PALAZZI & POTERE LAVORO MARKETING MEDIATECH FOOD SALUTE IL SOCIALE

COSTUME

**Regina Elisabetta, ecco 10 incredibili super poteri: dalle tasse a... VIDEO**



La Regina Elisabetta, lunedì 6 febbraio è entrata nella storia festeggiando infatti i suoi 95 anni di Regno. Cade il 6 febbraio, infatti, l'anniversario del giorno in cui Elis... >>> ...



"Meridionali's Kalina" è non solo. Tutte le parodie della canzone di Gablani



Zuiki: 8 new opening, 21 re-opening e incremento del fatturato del 20%

## La Bella e la Bestia arriva al cinema: siete pronti? - Photo Gallery

Aspettando l'arrivo imminente del film nelle sale italiane, prepariamoci con accessori, giochi e make-up a tema *Beauty and the Beast*!



Dal 16 marzo arriverà ufficialmente nei cinema italiani il tanto atteso remake del film *La Bella e la Bestia*. Una rivisitazione in chiave live action e anche in 3D della celebre favola Disney con Emma Watson nel ruolo di Belle. Qui tutti i capi, giochi e accessori ispirati al film.

Disney non sbaglia un colpo! Come per *Cenerentola* uscito al cinema due anni fa, Anche *La Bella e la Bestia* gode di un trepidante count down. Questa volta non siamo mai stati così vicini al grande giorno: il 16 marzo potrete finalmente scoprire il film con Emma Watson, Dan Stevens e Luke Evans. Dieci giorni di tempo quindi per farvi trovare preparati!

### Abiti, accessori e giochi Disney per La Bella e la Bestia

Vi avevamo presentato tutti i prodotti proposti da Disney Store nonché la nuova linea di calze *Stance*. Oggi nella gallery tutti i prodotti in licenza Disney ispirati al film e alla favola, dai rossetti di L'Oréal al copriretto di Caleffi, dalle t-shirt di Zuki alle calze di Calzedonia, dalle scarpe di Melissa alle bambole Hasbro. Senza dimenticare le chicche scovate su ebay!

Qui vi sveliamo tutto!

Guarda la Photo Gallery



## FASHIONTIMES®

Uomo Donna Bambino Accessori Trade Beauty Lifestyle Celebrity



Cinema

Altri articoli...



La Bella e la Bestia arriva al cinema: siete pronti? / Photo Gallery

Aspettando l'arrivo imminente del film nelle sale italiane, prepariamoci con accessori, giochi e make-up a tema *Beauty and the Beast*!

## Zuiki ti porta negli anni 90 con la capsule collection Barbie (rosa+jeans = Barbie Girl!)

Barbie è sempre con te e ti fa un regalo, una capsule favolosa con Zuiki per indossarla tutta l'estate



Zuiki ti porta dritta negli anni 90 con la capsule collection dedicata a lei, la sola e unica Barbie. Dì la verità: quante **Barbie** con cui sai di aver condiviso momenti importanti e preziosi tizi a riposo nella tua cameretta? Bene, è arrivata per te la buonissima notizia, perché nell'estate 2018 grazie a Zuiki sei di nuovo una **Barbie Girl** perfetta come allora, con un tocco *vintage anni 90* che ci fa impazzire! 🥰



Una sola identità per tante ragazze diverse: lei, nella quale tutte almeno una volta nella vita ci siamo identificate, è insieme normalità e perfezione. **Barbie** durante tutta la sua evoluzione ha anche anticipato mode e stili, è sempre stata al passo con i tempi e le ultime tendenze. Ed è per questo che il brand d'abbigliamento Zuiki propone una capsule collection super cute.

Una collezione ricca di pezzi di culto che trovi anche sul negozio online e che ci hanno trafitto il cuore. Ecco i nostri capi preferiti della capsule **Barbie per Zuiki!**

❤️ La t-shirt Zuiki psichedelica Coachella Style



Colori pastello e il mitico e immancabile "rosa Barbie" esplodono su t-shirt, canotte, giubbotti e shorts in denim, tutti con logo originale e frasi cult, destinati a diventare capi iconici per questa estate 2018.

## ♥ Gli hot-pants di jeans Zuiki



Eccoli i mitici hot-pants di jeans da indossare con **sneakers** liscie oppure con le **rotelle**, e in un attimo sei Barbie Skater! (E con gli shorts di jeans sei super sexy).

## ♥ La t-shirt lunga firmata Barbie x Zuiki



Sfrutta la t-shirt maxi e **oversize** e indossala come un mini abito. Oppure sovrapponila a gonne lunghe o pantaloni larghi ma corti alla caviglia. Una idea che Zuiki rende **candy** ispirandosi a una bambola che rappresenta una donna dolce sì, ma anche tosta.

## ♥ La t-shirt statement: perché non sono tutti come Ken?



Zuiki scherza con la coppia più glam della nostra infanzia e ci fa correre sullo shop online ad acquistare questa t-shirt trooopo giusta. Perché solo una come **Barbie** riesce a cogliere questo genere di sfumature, lei sì che ha trovato un compagno complice e accondiscendente come Ken.

**COSMOPOLITAN**

MODA CAREZZE LIFE HACKS DRUGCUP

ABBONATI SEGUICI

**Rosa+jeans uguale Barbie Girl! Ora (e sempre) è moda anni 90 con la capsule di Barbie per Zuiki**  
Perché i ragazzi non sono tutti come Ken?  
4 2024 10:00

**Marte passa all'Acquario, che effetti avrà sul tuo segno zodiacale?**  
Tempo di novità e di audacità, ma anche di un'energia che sa essere generosa, che è stata a respirare meglio le passioni. Etc.  
4 2024 10:00

## Stili&amp;tendenze

## FAST FASHION

Ricavi Zuiki  
a 130 milioni

Vera Viola • pagina 15

Fast fashion. La società campana Ennepi prevede 650 nuove assunzioni in due anni

# Ricavi Zuiki a 130 milioni con la rete di monomarca

Negozi sempre più grandi anche all'estero e nelle stazioni

Vera Viola  
NAPOLI

«Nuovi negozi monomarca in Italia, lo sbarco all'estero, l'e-commerce e il rafforzamento della nuova linea uomo: ne ha di progetti da realizzare nel prossimo biennio la Ennepi di Nola, in provincia di Napoli, titolare del marchio Zuiki. Il brand che veste una fascia di clienti giovane, tra i 15 e i 45 anni, con abiti in stile "l'istinto", come lo definiscono in azienda. E che dal 2016 ha cominciato a produrre anche una linea uomo e bambino.

La società, fondata 13 anni fa dai fratelli Nunziata di Palma Campania, ha accelerato la crescita negli ultimi tre anni per raggiungere nel 2016 un fatturato di 130 milioni, con un incremento del 20% rispetto al 2015 e del 29% rispetto allo stesso anno, ma a parità di negozi.

Ennepi sta infatti rivoluzionando la rete di vendita. Dapprincipio l'azienda nolana, che produceva in Italia tra Nola e Prato una parte consistente della collezione di abbigliamento, vendeva attraverso 600 distributori e una rete di boutique multi-marca. Dalla fine del 2008, in piena crisi, cambia organizzazione: la quota di produzione realizzata in Italia si riduce al 50%, sempre tra Nola e Prato, mentre la restante parte viene prodotta in Oriente e Medio Oriente. Quanto alla distribuzione, Ennepi oggi si serve solo di monomarca gestiti direttamente o in franchising.

Ed è proprio sulla rete di vendita che la società di Zuiki ha investito molto negli ultimi anni.

Nel 2016 l'azienda campana di Paolo Nunziata ha realizzato otto nuove aperture in Italia, tra centri commerciali e centri storici, e ha ristrutturato e ampliato 21 punti vendita. Finesse all'occhiello di questo piano di sviluppo è stata l'inaugurazione a dicembre del primo flagship store a Roma in Via del Corso, uno spazio di quasi 500 metri quadrati che, insieme ai nuovi store di Napoli, Salerno e Udine, ha portato ad oltre 130 le insegne presenti sul territorio nazionale.

Il piano di sviluppo 2017/2018 - che prevede investimenti per 30 milioni e punta a raddoppiare il fatturato al termine dell'anno prossimo - conta 35 aperture e 60 riqualificazioni di monomarca esistenti. Oltre al lancio del progetto "travel retail", con l'apertura di nuovi store nelle principali stazioni italiane.

«Ci concentriamo sullo sviluppo degli spazi vendita - spiega Antonio Nacchia, direttore sviluppo real estate della società -. Abbiamo adottato un nuovo concept più moderno e sofisticato basato su ambienti spaziosi, con superfici dai 500 ai mille metri quadrati, pronti a garantire una maggiore possibilità di assortimento. Il nuovo layout include, oltre alla riprogettazione del concept store in termini di quadratura e di restyling della parte espositiva, anche un'operazione di re-branding del logo».

Le operazioni di rinnovamento e nuove aperture hanno avuto un risvolto positivo sul piano occupazionale, con un incremento di circa il 25% del numero di dipendenti. Zuiki conta circa



Dalla Campania. Tra i negozi aperti nel 2016 anche il flagship di via del Corso a Roma, sotto, due modelli della nuova collezione Zuiki



mille addetti, di cui il 90% donne, con una previsione di nuove assunzioni per quest'anno e, per il prossimo, di altre 650 risorse.

Il piano di espansione non si esaurisce al retail fisico. «Abbiamo programmato entro il primo semestre 2017 - racconta il presidente Paolo Nunziata - l'ingresso del brand nel mondo dell'e-commerce, che rafforzerà i canali di vendita in Italia, consentendo di acquistare online tutte le collezioni e di fare shopping senza limiti geografici o di tempo».

Infine, è allo studio lo sbarco all'estero. «Apriremo oltreconfine - precisa Nacchia - iniziando da Francia e Spagna, stiamo scegliendo le città. Una volta avviato il piano estero, ci muoveremo con forza: cioè anche con più negozi nella stessa area. Per misurarci con i colossi del fast fashion, da Bershka a Stradivari, abbiamo bisogno di un rete importante».

di Antonello Santoro



## Ricavi Zuiki a 130 milioni con il piano monomarca



**N**uovi negozi monomarca in Italia, lo sbarco all'estero, l'e-commerce e il rafforzamento della nuova linea uomo: ne ha di progetti da realizzare nel prossimo biennio la Ennepi di Nola, in provincia di Napoli, titolare del marchio Zuiki. Il brand che veste una fascia di clienti giovane, tra i 15 e i 45 anni, con abiti in stile "latino", come lo definiscono in azienda. E che dal 2016 ha cominciato a produrre anche una linea uomo e bambino.

La società, fondata 13 anni fa dai fratelli Nunziata di Palma Campania, ha accelerato la crescita negli ultimi tre anni per raggiungere nel 2016 un fatturato di 130 milioni, con un incremento del 20% rispetto al 2015 e del 25% rispetto allo stesso anno, ma a parità di negozi.

Ennepi sta infatti rivoluzionando la rete di vendita. Dapprincipio l'azienda nolana, che produceva in Italia tra Nola e Prato una parte consistente della collezione di abbigliamento, vendeva attraverso 600 distributori e una rete di boutique multimarca. Dalla fine del 2008, in piena crisi, cambia organizzazione: la quota di produzione realizzata in Italia si riduce al 50%, sempre tra Nola e Prato, mentre la restante parte viene prodotta in Oriente e Medio Oriente. Quanto alla distribuzione, Ennepi oggi si serve solo di monomarca gestiti direttamente o in franchising. Ed è proprio sulla rete di vendita che la società di Zuiki ha investito molto negli ultimi anni.

Nel 2016 l'azienda campana di Paolo Nunziata ha realizzato otto nuove aperture in Italia, tra centri commerciali e centri storici, e ha ristrutturato e ampliato 21 punti vendita. Fiore all'occhiello di questo piano di sviluppo è stata l'inaugurazione a dicembre del primo flagship store a Roma in Via del Corso, uno spazio di quasi 500 metri quadrati che, insieme ai nuovi store di Napoli, Salerno e Udine, ha portato ad oltre 130 le insegne presenti sul territorio nazionale.

Il piano di sviluppo 2017/2018 - che prevede investimenti per 30 milioni e punta a raddoppiare il fatturato al termine dell'anno prossimo - conta 35 aperture e 60 riqualificazioni di monomarca esistenti. Oltre al lancio del progetto "travel retail", con l'apertura di nuovi store nelle principali stazioni italiane.

«Ci concentriamo sullo sviluppo degli spazi vendita - spiega Antonio Nacchia, direttore sviluppo real estate della società -. Abbiamo adottato un nuovo concept più moderno e sofisticato basato su ambienti spaziosi, con superfici dai 500 ai mille metri quadrati, pronti a garantire una maggiore possibilità di assortimento. Il nuovo layout include, oltre alla riprogettazione del concept store in termini di quadratura e di restyling della parte espositiva, anche un'operazione di rebranding del logo».

Le operazioni di rinnovamento e nuove aperture hanno avuto un risvolto positivo sul piano occupazionale, con un incremento di circa il 25% del numero di dipendenti. Zuiki conta circa mille addetti, di cui il 90% donne, con una previsione di nuove assunzioni per quest'anno e, per il prossimo, di altre 650 risorse.

Il piano di espansione non si esaurisce al retail fisico. «Abbiamo programmato entro il primo semestre 2017 - racconta il presidente Paolo Nunziata - l'ingresso del brand nel mondo dell'e-commerce, che rafforzerà i canali di vendita in Italia, consentendo di acquistare online tutte le collezioni e di fare shopping senza limiti geografici o di tempo».

Infine, è allo studio lo sbarco all'estero. «Apriremo oltreconfine - precisa Nacchia - iniziando da Francia e Spagna, stiamo scegliendo le città. Una volta avviato il piano estero, ci muoveremo con forza: cioè anche con più negozi nella stessa area. Per misurarci con i colossi del fast fashion, da Bershka a Stradivari, abbiamo bisogno di una rete importante».

Il Sole  
**MODA24**

INDUSTRIA • FASHION • RETAIL • WEB • STILE • TENDENZE • BEAUTY • BENESSERE • LUXURY • SPEDIZIONE VELOCE

**RICAVI** | 2016 | 130 MILIONI

**Ricavi Zuiki a 130 milioni con il piano monomarca**

Novi negozi monomarca in Italia, lo sbarco all'estero, l'e-commerce e il rafforzamento della nuova linea uomo: ne ha di progetti da realizzare nel prossimo biennio la Ennepi di Nola.

— di Vera Vella

**WEB** | 2016 | 130 MILIONI

**Borse: i brand Gum e Gianni Chiarini a 21 investimenti**

— di Marco Casadei

**I PIÙ LETTI DI MODA24**

- 1. FAST FASHION** | 2016 | 130 MILIONI
- 2. CLOTHING BRANDS** | 2016 | 130 MILIONI

## Magliette manifesto come negli anni Sessanta

I Sixties rappresentano il decennio delle **rivoluzioni** che hanno inciso profondamente sull'opinione pubblica. Nessuno ha saputo resistere all'ondata di cambiamento, persino la moda a un certo punto ha dovuto adeguarsi. Il guardaroba femminile è diventato così il teatro delle prime conquiste e la donna ha iniziato a farsi strada nella società. Non più solo gonne dalle maxi lunghezze, ma gambe in bella mostra grazie al modello mini alla **Mary Quant**. Abbinata alla t-shirt manifesto – con frasi e slogan – continua a essere un vero must have. La maglietta di Zuiki è dedicata alla famosa bambola creata nel 1959, Barbie. Indossala con i jeans a zampa di elefante che sono tornati alla ribalta e a un paio di sandali con la zeppa.



T-shirt omaggio a Barbie (ZUiki)



# La Bella e la Bestia, se l'amore e il live action tutto possono, la recensione | Le differenze con il classico | Trailer | Abiti | Data di uscita

Dove trovare le collezioni di giochi, abiti, make-up e oggetti per la casa ispirati a La Bella e La Bestia

- Grande festa nei **Disney Store** per la nuova meravigliosa linea di prodotti ispirata a "La Bella e la Bestia", dagli abiti alle tazze, alla cartoleria alle bambole fino ad esclusive edizioni limitate come il servizio da tè da collezione in porcellana (con Mr.Bric) o la cover per cellulare con specchio magico. Per celebrare il lancio dei prodotti, a partire da sabato 4 marzo Disney Store ospiterà una serie di attività gratuite in-store per tutti i bambini e le loro famiglie a tema La Bella e La Bestia.
- Lo stilista **Christopher Kane** ha dedicato al film una capsule collection che gioca sul tema della rosa acquistabile online su **Yoox.com**.
- Altra carinissima capsule collection ispirata al film e composta da t-shirt e felpe da ZuiKI disponibile in store dal 10 marzo. **Never judge a book by its cover** (Mai giudicare un libro dalla copertina) è uno dei messaggi che ZUIKI vuole trasferire attraverso questa capsule, con T-shirt, felpe e canotte energiche e grintose, ma che sembrano uscire direttamente dalla favola.

- **Anelier Swarovski** ha dedicato a Belle e al tema della rosa rossa una collezione tematica romantica e preziosa che va dalle mollette per capelli agli anelli fino ai ciandoli.
- **OVS** ha pensato ad una linea di t-shirt per le bambine amanti di Belle
- **Asics** ha realizzato un modello di sneakers a tema limited edition
- **Caleffi** personalizza la cameretta con copriletto e completo lenzuola per le bambine
- **L'Oréal Paris** ha lanciato una favolosa collezione limited edition di sette rossetti Color Riche abbinati a sette smalti acquistabili singolarmente o con il cofanetto completo con la scatola a forma di castello in vendita a 153.95 euro anche sul sito **Douglas**
- Tutti i personaggi del film si possono ritrovare sottoforma di dolls **Hasbro**, **Clementoni** ha rinnovato la linea con nuovi puzzle ispirati alle scene del film, mentre la linea **Disney Princess di Lego** ha inserito il castello della Bestia in catalogo
- **Seven** ha pensato ad una linea completa per la scuola in vista del **back to school 2017**



## Sabato Shopping!

Il maglione con le cifre personalizzate, il chiodo da Elvis e la giacca-pigiama. Sono solo alcuni dei nostri 10 consigli per gli acquisti di questo weekend



5/10  
ZUIKI

Tra le tante capsule dedicate al film *La Bella e La Bestia* in uscita il 16 marzo c'è quella di Zuiki. Diverse le t-shirt in collezione, ma quella con il lettering dedicato alle Principesse Disney è quella che ci è piaciuta di più

Costo: 7,99 €

[Comprala online >](#)

Se c'è una delle cose che le donne sanno fare benissimo anche da sole, senza alcun bisogno di aiuto, è lo shopping nel fine da sole, senza alcun bisogno di aiuto, è lo shopping nel fine settimana.

Lo sanno bene i fidanzati, che almeno un giorno alla settimana vengono accantonati a favore di amiche complici, compagne fidate di pericolosissimi (per l'incolumità del conto corrente) tour nelle boutique del centro.

Ma un consiglio è sempre gradito. E forse anche 10 consigli possono esserlo. Ecco quelli che, ogni sabato, vi diamo per ispirare la vostra meritissima seduta di shopping settimanale. E che i fidanzati non se la prendano con noi...

VANITY FAIR.it

HOME NEWS PEOPLE NEWS BUSINESS LEADER SHOW HOME FASHION SPAGNOLA LETTERE MODA WEDDINGS

[FASHION]

### ADELE IN ZUHAIR MURAD E LE ALTRE



di Agnese Di Stefano

Tutte passate ai red carpet più glamour, gli abiti più belli e le star più splendide. Le immagini degli stilisti prendono vita grazie ad altre, per star e modello. Seguono le guide di esperti il confronto con le top trend e che il brand italiano rafforza il suo...

VANITY VIDEO



Vanity Fair non rinuncia al suo lavoro in difesa dei diritti umani



5 DOLCE STORNARI

di Agnese Di Stefano

La giacca tirata di Zara è tornata



Il rapporto tra il verde scuro diventa quello che piace a chi aderisce al ritorno. Dopo aver conquistato un footing da migliaia di chilometri e un recente viaggio appreso, anche l'occasione tornerà a fare e parlare? >>>

5 Weekend shopping!

Il maglione con le cifre personalizzate, il chiodo da Elvis e la giacca-pigiama. Sono solo alcuni dei nostri 10 consigli per gli acquisti di questo weekend

## La Bella e la Bestia film 2017, tutti i capi e accessori moda dedicati al capolavoro Disney

Per tutti gli amanti del film "La Bella e la Bestia" ecco gli accessori moda dedicati al capolavoro Disney.

**La Bella e la Bestia** è un cartone animato della Disney che ci accompagna sin da quando eravamo bambine, un classico che risale al lontano 1991 che in questi giorni è ritornato in auge perché è stata realizzata una trasposizione cinematografica che arriverà nelle sale il 16 marzo. I protagonisti del film La Bella e la Bestia sono **Emma Watson** nei panni di Belle e **Dan Stevens** che vestirà i panni della Bestia. Come per tutti i film speciali, anche per La Bella e la Bestia le case di **moda** si sono scatenate per creare accessori e capi di abbigliamento a tema, da Zuiki a Calzedonia, scopriamo insieme tutto il merchandising dedicato a questo meraviglioso film!

**Calzedonia** ci propone delle bellissime calze dedicate a La Bella e la Bestia, un modello che vede protagonista Belle ed un altro la Bestia, entrambi grigi e con i personaggi in versione **cartoon**. Oviesse presenta due t-shirt molto carine, una con tutti i personaggi del cartone animato su sfondo blu, ed un'altra dedicata alla Belle Emma Watson.

**Zuiki** ci propone una capsule collection molto carina che ha come tema principale il messaggio del film e cioè che la **vera bellezza è dentro di noi**, che non dobbiamo concentrarci solo sull'estetica ma coltivare quello che siamo davvero e cercare di guardare dentro l'anima di chi ci circonda. In una delle magliette c'è scritto "Never judge a book by its cover" e in un'altra "See beyond appearances" e poi c'è una t-shirt che celebra le principesse Disney più amate.

Un'altra collezione molto carina ci arriva anche da **Melissa** che crea un'intera capsule collection di ballerine in gomma per ragazze e bambine decorate con gli elementi chiave del capolavoro Disney, come la rosa e le dolcissime teiera e tazzina, madre e figlio.



BLOGO  
informazione libera e indipendente

NEWS SPORT ENTERTAINMENT TECH MOTORI DINNALLISTICE

Liberty - Moda - Trending - Lusso - Benessere - Scienza e salute - Bambini - Giochi - Via il Cigno - Cucina

Urban Style - Pitti Uomo - Moda Uomo - Moda

fashionblog



for her fleur musc di Narciso Rodriguez: la nuova fragranza radiosa, sensuale e sublime



Dolce&Gabbana Emilia Clarke: il nuovo volto di...



Nina Ricci collezione autunno inverno 2017 2018...



La bella e la Bestia film 2017, tutti i capi e...



Topshop, la collezione primavera estate 2017

## LA BELLA E LA BESTIA, CURIOSITÀ E GALLERY DI ACCESSORI ISPIRATI AL FILM ROMANTICO CHE FA TORNARE BAMBINE

**Andare oltre le apparenze per scoprire l'essenza di chi ti è accanto. Questa la potente morale del film d'animazione Disney più romantico e tenero di sempre: la storia de La Bella e la Bestia.**

Ispirato alla fiaba di Jeanne-Marie Leprince de Beaumont, il lungometraggio narra di un bellissimo principe, vizioso e crudele, punito per la sua arroganza con un incantesimo. Solo se avesse imparato ad amare, e fosse stato ricambiato, avrebbe potuto liberare il castello dalla maledizione. A scandire il tempo che passava, una rosa incantata, che anno dopo anno appassiva.

L'emozionante racconto della Bestia e di Belle, la ragazza che spezza la maledizione, torna oggi sul grande schermo, interpretata da un cast corale, guidato da Emma Watson. Un film, insomma, che si prepara a diventare uno dei nostri preferiti di sempre.

### Le curiosità sul film

- Tra i brani colonna sonora del film **"Beauty and the Beast"** (nel cartone animato del 1991 interpretato da Céline Dion) e un duetto tra **Ariana Grande e John Legend**.
- Sono oltre **8.700 le candele** utilizzate per decorare le scenografie durante tutto il periodo di riprese. Insomma, la giusta atmosfera è garantita!
- **La Bella e la Bestia** è il primo film Disney ad avere un personaggio apertamente omosessuale: **Le Tori** interpretato da Josh Gad, fida spalla di Gaston.
- Il **primo trailer in italiano** del film ottenne nelle prime 24 ore 127,6 milioni di visualizzazioni. È il teaser più visto in un solo giorno beffuto, a qualche settimana di distanza, da quello di Fast & Furious 8.
- Il motivo decorativo dello stupefacente pavimento in marmo sul quale danzano Belle e la Bestia è ispirato ai decori del soffitto dell'abbazia benedettina di Braunau, in Germania. L'intero castello, in stile rococò, si rifà a Versailles e ai suoi imponenti lampadari.
- **54 metri di organza di seta, 914 metri di filo e 2.580 cristalli Swarovski** assemblati in oltre **12 mila ore di lavoro**. Nasce così il magnifico abito giacò indossato da Belle durante il ballo.

### Sfoggia la gallery con gli accessori ispirati all'incantato mondo di Belle



04/19  
T-shirt con il ballo tra Belle e la Bestia. Zuki



04/19  
T-shirt con la Belle con castello. Zuki



04/19  
Silhouette di Belle con la Bestia. Zuki



04/19  
T-shirt dedicata a Gaston. Zuki



04/19  
Felpe di Zuki dalla capsule ispirata a La Bella e la Bestia.

ragazz<sup>o</sup>.it

TELEVISIONE | CINE | MUSICA | CINEMA&TV | TUTTO DA VUOI | SPETTACOLI

CINEMA&TV

Home > CINEMA&TV



**La Bella e la Bestia, curiosità e gallery di accessori ispirati al film romantico che fa tornare bambine**

4 aprile - 14 aprile 2017 - 01/0000000

Andare oltre le apparenze per scoprire l'essenza di chi ti è accanto. Questa la potente morale del film d'animazione Disney più romantico e tenero di sempre.



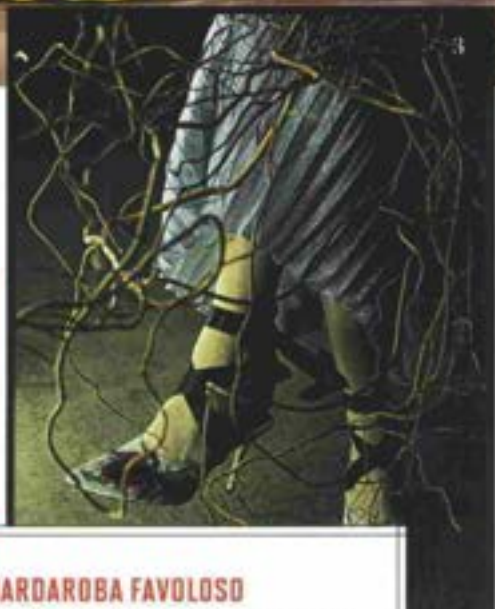
**Denji & Fede e i Mates vincitori delle due categorie italiane ai Kids' Choice Awards**

4 febbraio - 11 marzo 2017 - 01/0000000

Gli amabili Denji & Fede trionfano come Cantante Italiano Preferito mentre i Mates vincono nella categoria "YouTuber Italiano Preferito".



STYLE



### GUARDAROBBA FAVOLOSO

Le favole Disney sono per i designer una specie di miniera d'oro delle ispirazioni. È il caso della *Bella e la Bestia*, di cui, dopo il successo del cartone animato del 1991, il 16 marzo è uscito il remake in live-action (1). Christopher Kane, fan del film fin da bambino, ha creato una capsule collection dedicata (3). La sua donna è indipendente e sicura di sé, proprio come Belle: «Mi piace molto il suo personaggio, così come quello del principe-bestia, anche se il mio preferito è il candelabro, interpretato da Ewan McGregor», dice lo stilista.

«Non ho voluto stravolgere l'icona romantica di Belle, ma nella collezione ci sono molti pezzi che definirei dark. La rosa, poi, non poteva mancare. Compare ovunque». I modelli sono stati realizzati seguendo i *GCC Principles of Sustainable Excellence*, cioè oltre a essere belli sono etici e sostenibili. Solo per fare qualche esempio, sono stati utilizzati seta organica certificata, pizzo prodotto in Svizzera e tulle italiano. Anche Atelier Swarovski ha dedicato una collezione di gioielli (2) al fiore incantato che tiene in pugno il destino della bestia, la rosa rossa. Sono stati realizzati con la tecnica del *Pointage*, che consiste nell'incastonare finemente micro cristalli creando un effetto di morbidezza e sinuosità. Zuiki invece ha tradotto in una serie di T-shirt (4), romantiche ma non troppo, lo spirito avventuroso di Belle, che rifiuta un matrimonio di convenienza in nome del vero amore. I.C.

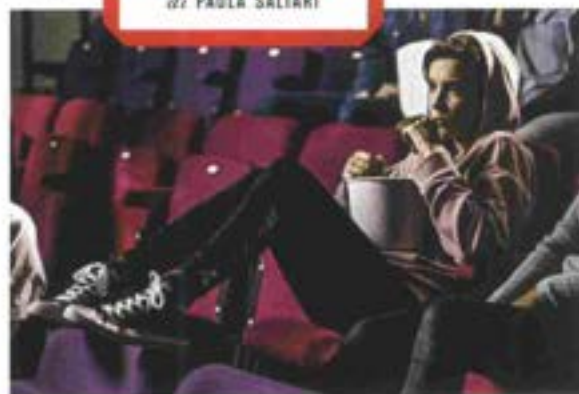
### UN MARE D'ARTE

Kids Creative Lab, il progetto di Ovs dedicato alle scuole, è giunto alla quinta edizione con un record di presenze: **1.400.000 bambini**. Tema del 2017: la salvaguardia dell'ecosistema marino e il riciclo della plastica. Gli elaborati, prodotti grazie al kit ideato dagli artisti Lucy + Jorge Orta, saranno in mostra alla Collezione Peggy Guggenheim di Venezia dal 30 marzo al 17 aprile.



### Memo

di PAOLA SALTARI



### SNEAKERS DA CIAK

È una delle scarpe più famose del mondo, da sempre associata al mondo giovanile. Non è un caso che sia stata scelta proprio *Millie Bobby Brown*, 13 anni, star della serie Tv *Stranger Things* e astro nascente del cinema americano, per interpretare il primo di tre cori dedicati alle *Chuck Taylor* di Converse. Dietro la camera, il regista Karim Huu Do.

Di Antonella Murolo

Con la primavera viene sempre voglia  
di comprarsi qualcosa di nuovo!!!

# Wishlist

- Antenna - Cellularline**  
Hai presente quelle volte in cui, anche se ti serve disperatamente, il telefono non prende mai? Con Antenna, la cover che ti permette di aumentare la ricezione del segnale, non succederà mai più!
- ColorStay Eye Liner Pen - Revlon**  
Tre differenti tipologie di punte che ti consentono di disegnare, in modo regolare e pulito, il tratto che più ti appartiene: classic, triple edge e ball point. Nero intensissimo per una durata fino a 16h!
- Extra Volume - Cielo Alto**  
Un programma in poche fasi per rendere i tuoi capelli subito brillanti, morbidi e supervoluminosi: tutti ti faranno i complimenti.
- Magia Bella - Grandi Giochi**  
Leggera come una farfalla e colorata come un arcobaleno: è come una bacchetta magica, basta afferrarla e ruotare velocemente il bastoncino per creare delle inaspettate magie.
- La Bella e la Bestia - Zuiki**  
La magia di una delle storie più belle di sempre, trasformata in una capsule collection moderna e romantica, da sfoggiare in ogni momento della giornata.
- L'universo nei tuoi occhi - DeA Planeta Libri**  
Libby e Jack: due anime ferite e una sola storia d'amore. Il nuovo libro di Jennifer Niven è un indimenticabile inno contro il bullismo, narrato in modo divertente e affascinante.
- WiShake Speaker - Wiko**  
Portatile e dal design neo retro, è progettata per portare la musica sempre con te, assicurandoti fino a 6 ore di musica.
- DC Super Hero Girls - Lego**  
Il modo più "costruttivo", divertente e colorato di vivere le avventure delle più famose eroine della DC!!!

Antenna - Cellularline €29,99

ColorStay Eye Liner Pen - Revlon €15,50

Extra Volume - Cielo Alto €6,90

Magica Bolla - Grandi Giochi €6,90

La Bella e la Bestia - Zuiki da €7,99

L'universo nei tuoi occhi DeA Pianeta Libri €14,90

WiShake Speaker - Wilko €39,99

DC Super Hero Girls - Lego da €14,99

## Fiabe da indossare: è tempo di "La Bella e la Bestia"

Per tutte le fan del capolavoro della Disney, ecco gli abiti che permettono di sentirsi la Belle dei tempi moderni

C'era una volta un giovane principe trasformato in bestia da un incantesimo. A rompere la sua condanna fu però l'amore di un animo nobile, quello di Belle. Questa la trama di una delle fiabe più amate nonché della pellicola del momento, "La Bella e la Bestia", una rivisitazione live-action del grande classico d'animazione diretto da Bill Condon che vede tra i protagonisti Emma Watson e Dan Stevens. La moda si sa, è sempre pronta a nuove collaborazioni nonché contaminazioni e, sicuramente, il legame con il cinema è forte.

### Swarovski, gioielli da favola

Anche gli accessori meritano le dovute attenzioni. Atelier Swarovski, infatti, invita a vivere la magia delle grandi fiabe della Disney con una collezione di gioielli da favola. Ce n'è per tutte. Dagli orecchini alle collane, dai bracciali agli anelli: ogni modello è pronto a vestire tutte le principesse dei tempi moderni. Un esempio? Il girocollo "The Beauty and the Beast" caratterizzato da un nastro impazzito da un bel fiore. Non è da meno il braccialetto "Chim The Beauty and the Beast" con una rosa tempestata di cristalli Swarovski intrattenuta a mano su una catena. Tutte possono dunque portare la magia delle fiabe nella quotidianità rendendola più romantica e stilosa.

## Fiabe da indossare: il look delle perfette principesse

A dimostrazione è Zuiki, brand italiano di abbigliamento che, dalle origini, ovvero dal 2003, si caratterizza per la grande versatilità e varietà delle sue proposte. Ecco che, da marzo 2017, in contemporanea con l'uscita al cinema del film, ha lanciato la nuovissima capsule collection che rende omaggio proprio a "La Bella e la Bestia". Una favola che, come spesso accade, ha una morale in quanto intende portare alla riscoperta di valori spesso dimenticati.

### Zuiki e la Bella e la Bestia

Prendendo ispirazione dalla fiaba, il brand si rivolge alle donne invitandole ad non fermarsi mai all'apparenza bensì a ricercare la vera bellezza, quella che è dentro ognuno di noi. Tutte quindi possono sentirsi la nuova Belle, donna dal carattere forte e avventuroso ma, allo stesso tempo, romantica e sognatrice. Ebbene sì, lei ha saputo lottare per affermare la sua identità e non solo. Dato il suo nobile animo, è riuscita a percepire ciò che gli altri non hanno colto, ovvero il cuore gentile del Principe che si cela dietro la Bestia.

Come si dice "Never judge a book by its cover". Proprio così, questo è uno dei messaggi che Zuiki intende trasmettere attraverso la sua capsule collection. T-shirt divertenti, felpe e canotte con scritte e stampe permettano di realizzare un look ora casual ora sporty-chic.

### Calzedonia rende omaggio a Belle e amici

Calzedonia anche ha prestato il suo contributo vestendo tute, grandi e piccole, con deliziose calze e leggings come quello di jeans Belle's Friends. Come si evince dal nome, i protagonisti sono loro, i personaggi più amati del film ovvero Lumière, Tockins, Mrs. Bric e Chiéco.



© 2017 CALZEDONIA - Design by Luca Cordero della "La Bella e la Bestia", creato insieme con il design grafico

Fiabe da indossare: è tempo di "La Bella e la Bestia"

Per tutte le fan del capolavoro della Disney, ecco gli abiti che permettono di sentirsi la Belle dei tempi moderni

### People





Micaela Ramazzotti, 38  
Romantica biker



PELLE

### ROCK E SEXY

#### 1. MOTOCICLISTA IN ROSSO

Mini chiodo in eco-pelle rossa con zip e cintura, di Zuiki, € 25, [zuiki.it](http://zuiki.it)

#### 2. SCAMICIATO BORCHIATO

Di linea diretta lo scamiciato in eco-pelle di H&M, € 59, [hm.com](http://hm.com)

#### 3. RAGAZZE AL TOP

Top con scollo a cuore in eco-pelle, di Cristinaeffe, € 99, [shop.cristinaeffe.com](http://shop.cristinaeffe.com)

#### 4. CINTURA STILE COW GIRL

Con doppia fibbia in ottone, di Wandering, € 499,50, [wanderingbrand.com](http://wanderingbrand.com)

#### 5. STILETTO CRACKLE

Décolletées in pelle effetto crackle, di Schutz, € 170, [schutz-shoes.com](http://schutz-shoes.com)



Eredi di stile

**NOVITÀ** Napoli. A ds., Davide Silvestri, 36, attore visto di recente in "Che Dio ci aiuti" (Rai Uno), è stato mattatore e modello per un giorno alla presentazione delle novità del marchio Zuiki; qui è con il patron Paolo Nunziata, presidente del gruppo. A sin., Beatrice Nunziata, responsabile ufficio stile donna (figlia di Paolo), con il cugino Vincenzo Nunziata, responsabile ufficio stile uomo.

L'attore - volto noto di serie tv come "Che Dio ci aiuti" (Rai Uno) e "Squadra mobile" (Canale 5) - è stato il mattatore della serata napoletana dedicata alle novità del brand di abbigliamento Zuiki: ha regalato sorrisi e ironia durante la presentazione delle nuove collezioni e del servizio di shopping on line della griffe



DAVIDE SILVESTRI  
MODELLO  
COL SORRISO

**FOTO NEWS**

Torna un'artista, un ex-attore della tv, è in casa di Roma. È arrivato nell'appartamento dell'ex calciatore, fratello del Milan con 70, nel centro di Roma, in casa d'epoca il figlio Silvio e la governante, tutti suoi per fortuna

**GIANNI RIVERA A FUOCO LA SUA CASA**

**Eredi di stile**

**DAVIDE SILVESTRI MODELLO COL SORRISO**

L'attore - volto noto di serie tv come "Che Dio ci aiuti" (Rai Uno) e "Squadra mobile" (Canale 5) - è stato il mattatore della serata napoletana dedicata alle novità del brand di abbigliamento Zuiki: ha regalato sorrisi e ironia durante la presentazione delle nuove collezioni e del servizio di shopping on line della griffe

**B MODA E BELLEZZA . SCELTE LOW COST**



Cappottino corto doppiopetto con colletto e tasche (Kiabi, 50 euro, tg. S-XXL).

**ANNI '60  
INNOVATIVI E  
GEOMETRICI**

Orecchini con cerchi e semicerchi di metallo (Pimkie, 6,99 euro).



Shopping con doppi manici rigidi circolari (United Colors of Benetton, 69,95 euro).



Décolletée con dettaglio specchiato sul tacco (Pittarello, 36 euro).



Gonna corta effetto vernice con zip e dettagli metallici (C&A, 15 euro, tg. 34-42).



Tracolla di ecopelle scamosciata con borchie e maxi fibbia (Zuiki, 17 euro).

Giacca stile biker di montone sintetico chiusa da zip (Zara, 59,95 euro, tg. S-XL).

**ANNI '70  
HIPPIE E CHIC**

Occhiali XL con montatura tonda tartarugata (Camomilla Italia, 25 euro).



Sandalo di velluto con plateau (Alesya by Scarpe & Scarpe, 49,90 euro).



Pantaloni-palazzo di denim, a vita alta acon bottoni dorati sui fianchi (Rinascimento, 79 euro, tg. XS-XL).

# Tutto il bello dei fiori addosso in 8 look da copiare. SUBITO

Ispirati al nostro servizio dedicato alle fantasie floreali.

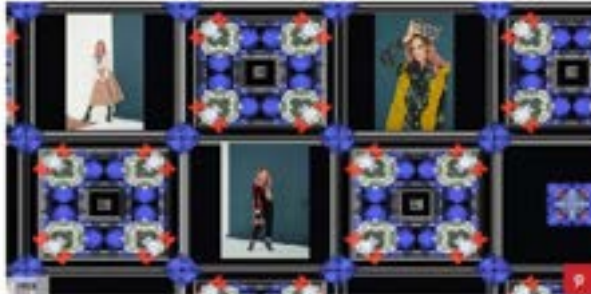


Foto di **Isabella Sanfilippo** (<http://isabellasanfilippo.wixsite.com/>)  
 Styling **Anna Pastore** (<https://www.instagram.com/annapastore/>) & **Enrico Dal Como**  
 Make up **Ella Ferranti** (<https://ellaferranti.wixsite.com/ellaferranti>)  
 Hair **Martina Russo** (<https://martinarusso05.wixsite.com/hairstylist>)  
 Set Designer **Iacopo Costanzo** (<https://www.instagram.com/iacopocostanzo/>)  
 Photo retoucher **David Neilands** (<https://www.instagram.com/davidneilandsretouching/>)



## 5 The big bag

Gilet in ecopelle rosa: **Zuiki**  
 Tuta intera: **Sylvian Hoach**  
 Borsa: **Fracomina**  
 Bracciale: **Broll**  
 Anello: **Giuliana Mancinelli**  
**Bonafaccia**  
 Scarpe: **Cafè Noir**

The screenshot shows the COSMOPOLITAN website interface. At the top, there's a navigation bar with 'COSMOPOLITAN' and 'MODA CAPELLI LIFE/STYLING OROSCOPO'. Below that, there are several featured articles. The main article is titled 'Tutto il bello dei fiori addosso in 8 look da copiare. SUBITO' and includes a sub-headline 'Ispirati al nostro servizio dedicato alle fantasie floreali.' To the right of the article is a grid of 8 fashion lookbook images. Below the article, there's another article titled 'Sofia Goggia, Donna dell'Anno e un talento per lo sci tutto italiano' with a sub-headline 'Sofia, 25 anni, è una delle sciatrici più promettenti in determinate e punta dritte alla vittoria.'

«Regalato» il parcheggio del Palafiori: molti di sicurezza. La profumata del Comune

## 68° Festival, un Ariston più floreale E in piazza la diretta sul "cupolone"

La Rai realizzerà un "arco di trionfo" all'ingresso del teatro. Novità sugli eventi collaterali

Il Festival di archi in febbraio si rinnova. La Rai realizzerà un arco di trionfo a quattro bracci che dovrebbe condurre i visitatori alla manifestazione e favorirne la fruizione. In attesa di un verdetto, la Rai ha studiato un arco di trionfo a quattro bracci che dovrebbe condurre i visitatori alla manifestazione e favorirne la fruizione. In attesa di un verdetto, la Rai ha studiato un arco di trionfo a quattro bracci che dovrebbe condurre i visitatori alla manifestazione e favorirne la fruizione.

pianta. L'azienda, la struttura, il design di una soluzione, ben strutturata in merito del Festival di archi. Dal fronte della sicurezza, l'azienda si è occupata di progettare la struttura di sostegno e parcheggio intorno del Palafiori, rispondendo a tutte le richieste, anche quelle, appunto, di sicurezza e protezione, la manutenzione di oltre 100 posti auto, anche di mettere in sicurezza il parcheggio. E si occupa di assicurare, in ogni caso, quella dell'azienda.



La regola della moda in piazza Colombo

Vesò il 68° Festival di Sanremo

# Un "arco di trionfo" davanti all'Ariston Risolto il caso-fiori

Scenografia innovativa all'ingresso del teatro  
La Regione Abruzzo sbarca in via Matteotti

GULIO GAVINO SANREMO

Mancano dieotto giorni al 68° Festival di Sanremo e la città è un fermento di cambiamenti, preparativi e novità. La più importante riguarda un «regalo floreale» che interesserà l'ingresso dell'Ariston.

**Omaggio a Sanremo** Un «arco di trionfo», o qualcosa del genere, per rendere omaggio a Sanremo città del fiore ma, soprattutto, per risolvere in anticipo il caso-fiori, tormentone che ogni anno vede Rai e Comune confrontarsi per lo spazio, sempre meno, dato al prodotto principe dell'economia del Ponente. Sarà una scenografia innovativa all'ingresso del teatro a pubblicizzare in modo chiaro la vocazione sanremese per i fiori e il verde. Il progetto è rigorosamente top secret e attende il via libera definitivo da Claudio Baglioni. Al vaglio anche la realizzazione di una sorta di «bosco verticale», legata all'idea dell'architetto Sergio Boeri (di Bolognina) che dopo il dibattito nel cuore di Milano sta conquistando molte capitali europee. Ma il Comune fa sapere che i fiori ci dovranno essere anche sul palco, magari solo sotto forma di bouquet, ma ben visibili anche durante le dirette delle 5 serate festivaliere.

**Abruzzesi in prima fila** Il festival è vetrina promozionale per tutta Italia e così a «sbarcare» in via Matteotti, a poche decine di metri dall'Ariston, è la Regione Abruzzo che ha affittato Fox studio fotografico marocchi per una location dove ospiterà vip e presenterà iniziative turistiche, momenti gastronomici e di spettacolo.

**In pensione «Gratis»** Quest'anno non sarà uno degli «angeli custodi» del Festival «Gratis», il pastore tedesco

dell'unità cinofila della questura di Imperia, è andato in pensione. Ad effettuare i controlli e i sopralluoghi in teatro sarà la sua collega, «Cora».

**La novità Zuiki** Si rinnova via Escottier, la pedonale che incrocia il primo tratto di via Matteotti, da qualche anno con le serrette tutte abbassate, angolo bala della Sanremo dello shopping ieri è caduto il velo. Nei prossimi giorni, e chiaramente in occasione del Festival, apre i battenti il negozio di abbigliamento «Zuiki».

**«Fioriere blindate»** La giornata di ieri ha visto entrare in azione i giardinieri che hanno riempito e allestito le fioriere anti-terrorismo sistemate in via Matteotti e via Palazzo. Sono state scelte piante in grado di non dover essere bagnate spesso e di sopravvivere anche con poco torrefice.

**Unità speciali** Rimarranno dietro le quinte, pronte a intervenire in caso di necessità. Sono le «Upp» della polizia e i «Soss» dei carabinieri. Reparti speciali la cui dotazione prevede armi di precisione per l'eliminazione di minacce. Uomini addestrati a conflitti a fuoco in zone urbane, anche in presenza di civili.

**Riapre il Miramare** La settimana del Festival vedrà la riapertura, dopo un profondo intervento di restyling, dell'Hotel Miramare. Su Booking ieri sera per l'ultima notte della kermesse c'era un'unica camera libera, costo 799 euro.

© 2014 ZUIKI



Il negozio che ha riaperto in via Escottier



Sopra le fioriere anti-terrorismo installate in centro a Sanremo

**IMPERIA - SANREMO**  
68° Festival, un Ariston più floreale  
E in piazza la diretta sul "cupolone"

«Regalato» il parcheggio del Palafiori: molti di sicurezza. La profumata del Comune

La Rai realizzerà un "arco di trionfo" all'ingresso del teatro. Novità sugli eventi collaterali

STUDIO ROBERTO

**Imperia - Sanremo**  
Un "arco di trionfo" davanti all'Ariston  
Risolto il caso-fiori

«Regalato» il parcheggio del Palafiori: molti di sicurezza. La profumata del Comune

La Rai realizzerà un "arco di trionfo" all'ingresso del teatro. Novità sugli eventi collaterali

STUDIO ROBERTO



Tinta vibrante per il piumino in città. Dal rosso all'arancione, scegli il colore più adatto al tuo urban style.



### Il piumino colorato: arancione e rosso

Il **piumino colorato** non è una novità. Lo abbiamo comprato nelle sfumature del blu, verde, beige e distoni, ma quest'inverno bisogna osare e puntare su tonalità hot.

Dall'**arancione** (come sulla passerella di Paul & Joe) al **rosso**, sono tantissime le varianti di colore che si possono sfruttare nello scegliere il **piumino**.

**Rosso** in finta pelle laccata da H&M, scuro con cappuccio quello firmato da Esprit, arancione e con collo ampio da Ovs.

*Sfoglia la gallery e scegli la tonalità di piumino più adatta al tuo inverno in città.*



ZUIKI

A collo alto

€ 30

ACQUISTA

SALVA IN WISHLIST

TUSTYLE.it PERSONAL SHOPPER

MODA COPIA LE SFILATE BELLEZZA GOSSIP TUTORIAL DIARY TENDENZE VIDEO

Tutti capelli corti, medi, lunghi tutti i trend per l'autunno 2017

IN EVIDENZA

SPECIALE NATALIZIO 2017



SHOPPING GOSCOPO DAL 13 AL 19 DICEMBRE 2017

Scopri cosa dicono le stelle questa settimana con l'oroscopo di Tustyle



TUSTYLE È IN EDICOLA CON JULIANNE MOORE

Tustyle, il tuo personal shopper, ti aspetta in edicola e in edizione digitale per smartphone e tablet.



IL PIUMINO COLORATO: ARANCIONE E ROSSO

Per l'inverno 2017 scegli il piumino nelle sfumature dall'arancione al rosso per dare un twist vibrante al tuo look metropolitano.

Re-opening Foiano della Chiana (AR)

## «Outlet», nuove realtà Domani l'inaugurazione di un punto vendita

### Foiano

**VIENE** inaugurato domani il nuovo negozio Zuiki all'Outlet Valdichiana di Foiano. Lo store è pronto a riaprire le porte al pubblico. Più grande e completamente rinnovato, il punto vendita di 350 mq si inserisce nel piano di espansione del marchio, che entro il 2018 conterà 35 nuovi punti vendita.

16 CRONACHE  
VALDICHIANA

### La patrona trova una nuova casa Traslate le reliquie di S. Margherita

Cassini: aperta una cappella all'interno della Basilica

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI



di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

### Concorsi letterari, grande successo

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

16 CRONACHE  
VALDICHIANA

### La patrona trova una nuova casa Traslate le reliquie di S. Margherita

Cassini: aperta una cappella all'interno della Basilica

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

16 CRONACHE  
VALDICHIANA

### La patrona trova una nuova casa Traslate le reliquie di S. Margherita

Cassini: aperta una cappella all'interno della Basilica

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

di  
GIANFRANCO  
MAGGIORANI

## La moda

Brand Zuiki  
a Coroglio  
danzando  
in passerella

Nella suggestiva cornice dell'Hbtoo, in via Coroglio, moda e spettacolo si sono uniti per un party "stellare", in occasione della presentazione ufficiale della collezione primavera/estate 2018 Zuiki e per celebrare i 30 anni di attività della Ennepi, l'azienda proprietaria del marchio. Tantissimi gli ospiti presenti, coinvolti in una magica atmosfera dalle ballerine della compagnia Dna, Danza Nuda Anima, e Claudia Sales di Labart dance e dal live show del gruppo di Greg Rega che ha incantato tutti con la sua voce. Le ballerine hanno accolto il pubblico come "statue viventi", che si sono animate nel corso della serata, ballando sulle hit più famose degli anni Ottanta animando la collezione di moda con una performance in perfetta sintonia con lo stile pop del brand.



**MODA IN FESTA**

**L'EVENTO** Napoli. Paolo Nunziata e Beatrice Nunziata, rispettivamente presidente e responsabile ufficio stile donna del marchio di abbigliamento Zuiki, al party per celebrare i 30 anni di attività della Ennepi srl, l'azienda proprietaria del brand, e per presentare la collezione Primavera-Estate 2018. I festeggiamenti sono proseguiti con il live show del gruppo di Greg Rega, ex concorrente del talent "The Voice of Italy".

**FOTO NEWS**

La figlia del presidente del Consiglio...  
 Il figlio del presidente del Consiglio...  
 Il figlio del presidente del Consiglio...

**LA VITTORIA MALABO**  
**È NATO IL NIPOTINO CHE MARINA RIPA DI MEANA NON HA CONOSCIUTO**

**MODA IN FESTA**

**EVA LONGORIA PANCIONE E ROSE ROSSE**



A sinistra,  
**reggiseno** in ecopelle,  
Ricostru (325 euro); **abito**  
in crêpe stretch, Le Streghe  
(50 euro). **Orecchini** a goccia  
con cristalli, Atelier Swarovski  
Core Collection (249 euro);  
**anelli** con zirconi, Pandora Rose  
(da 49 euro); **borsa**  
in poly-fabric con Lycra\*,  
Save My Bag (84 euro);  
**sandali** in pelle,  
Janet & Janet (169 euro).  
A destra,  
**sahariana** in cotone, Zuiki  
(30 euro); **abito** con corpetto  
in pelle e gonna in tulle, Clips  
(823 euro). **Shopping bag**  
in pelle, Alviero Martini  
1<sup>a</sup> Classe (430 euro);  
**pump** in vernice,  
NeroGardini (129,50 euro).

## Zuiki Day



### *Party stellare all'HBTOO 30 anni di successi targati ZUIKI*



La suggestiva cornice dell'HBTOO di via Coroglio si è vestita a festa per i 30 anni della Ennepi, azienda proprietaria del marchio ZUIKI e il lancio della collezione Primavera/Estate 2018. Una serata d'alta moda offerta dai fratelli Nunziata e presentata dallo speaker radiofonico Alfonso Benevento, fra capi evergreen di impronta glam rock, come il chiodo in eco-pelle, e romantici minidress con ruches e volant. Un fashion show impregiosito dall'esibizione delle modelle-ballerine della Compagnia D.N.A. Danza Nuda Anima, truccate a tema dagli allievi dell'Accademia del make up artist Ciro Florio e guidate nelle vesti di statue viventi dalla direttrice artistica Claudia Sales. E dopo l'happy hour, i festeggiamenti sono proseguiti con il live show del gruppo di Greg Rega, talentuoso ex-partecipante di The Voice of Italy. Fra gli ospiti Beatrice e Vincenzo Nunziata, responsabili ufficio stile donna e uomo e le famosissime fashion influencer campane Mariagrazia Ceraso, Noemi Guerriero, Annalaura Gaudino e Valeria Pezzeri.

di Francesco Ciniglio



event | ZUIKI



## ZUIKI FASHION SHOW

**PARTY STELLARE PER LA PRESENTAZIONE  
P/E 2018 E PER I 30 ANNI DI ATTIVITÀ**

ZUIKI, il brand italiano di moda, ha scelto il capoluogo partenopeo per un imperdibile evento. Giovedì 1 marzo, nella suggestiva cornice dell'HBTOO, in via Coroglio, moda e spettacolo si sono uniti in un ensemble unico ed accattivante, in occasione della presentazione ufficiale della collezione Primavera/Estate 2018 ZUIKI e per celebrare i 30 anni di attività della Ennepi srl, azienda proprietaria del marchio. Non una sfilata, ma un vero e proprio fashion show, che ha coinvolto ed "avvolto" gli ospiti presenti, in un vortice di musica, spettacolo e naturalmente moda. Le ballerine della Compagnia D.N.A. Danza Nuda Anima e Claudia Sales LABART DANCE, coreografe da Claudia Sales, direttrice artistica e danzatrice di fama internazionale, hanno accolto il pubblico come "statue viventi", che si sono animate nel corso della serata, ballando sulle hit più famose degli anni '80-'90 e dando vita alla collezione ZUIKI, con una performance in perfetta sintonia con lo stile pop del brand. La collezione Primavera/Estate 2018 si ispira proprio a questa tendenza, attraverso un fil rouge di capi evergreen che hanno dettato la moda e continuano a farlo. Capo cult è il chiodo in eco-pelle di impronta "glam rock", che oltre al classico nero si declina in una palette fresca e vitaminica. Vero must della collezione ZUIKI è come sempre il denim, con i jeans a gamba larga o skinny high waist, dallo stile retrò. La palette cromatica esplose anche nelle tantissime felpe, polo e t-shirt che, monocolori o con stampe originali, completano in chiave romantica un look goth punk. Non mancano i romantici minidress con ruffles e volant, i crop top con pizzi o paillettes e le gonne dai volumi ampi. Spazio anche all'uomo per il quale ZUIKI rivisita il classico completo proponendo stampe tartan e linee trendy, unite all'immane denim. Le modelle/ballerine di questo fashion-party sono state truccate "a tema" dai giovani allievi dell'accademia del make-up artist Ciro Florio e hanno coinvolto il pubblico con originali coreografie insieme alle skaters su pattini a rotelle, che hanno contribuito a rendere l'atmosfera pop e stellare. I festeggiamenti, dopo un aperitivo in stile happy hour, sono proseguiti con il live show del gruppo di Greg Rega, il talentuoso ex-partecipante di "The Voice of Italy", che vanta diverse collaborazioni con artisti dello scenario rap, come Clementino ed è stato anche al fianco di Noemi, accompagnandola nei suoi concerti. Presentatore della serata lo speaker radiofonico Alfonso Benevento. L'evento ha rappresentato anche un'importante occasione per celebrare con tutti i presenti i 30 anni di attività della Ennepi srl, dei fratelli Nunziata, proprietari del brand ZUIKI, per brindare ai traguardi raggiunti e condividere i prossimi obiettivi. Insieme a loro quattro, Paolo Presidente, Biagio Amministratore Delegato, Nello Direttore Retail e Michele Direttore Amministrativo, presenti anche Beatrice e Vincenzo Nunziata, responsabili ufficio stile donna e uomo ed alcune delle fashion influencer campane più seguite tra cui Mariagrazia Ceraso, Noemi Guerriero, Annalaura Gaudino e Valeria Pezzeri.

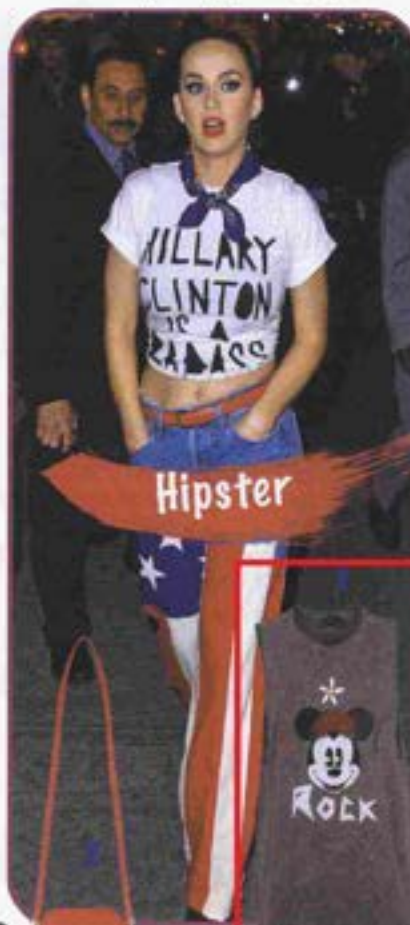
## Copia il Look

di Francesca Tripodi

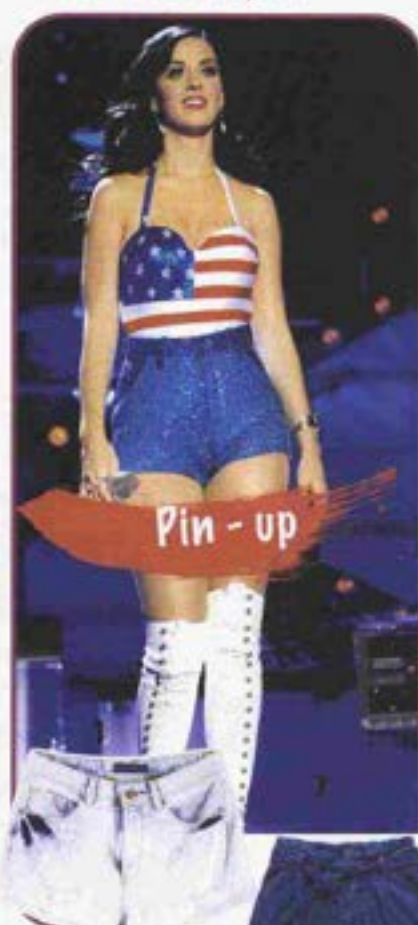
Il denim è uno dei tessuti più amati dalla favolosa Katy Perry, che lo declina in mille outfit differenti. Copiamo il suo stile versatile e glam!



Texana



Hipster



Pin-up



1) Bracciale con charms, Stroili;  
2) Rossetto matt, Wycon  
Cosmetics; 3) Salopette jeans,  
Pull & Bear; 4) Tracollina,  
YNOT?; 5) Sneaker, Deichmann

1) Top, Zuiki; 2) Tracollina Polly,  
Pomihaki; 3) Denim, Floreiza; 4)  
Sabot, Bershka; 5) Denim con  
frange, Kiabi

1) Shorts, Alcott; 2) Denim pants,  
Alcott; 3) Body, Pull & Bear; 4)  
Top, Deha; 5) Sneaker modello  
basket, Kiabi

Gli adolescenti scelgono gli stessi modelli che portavano i genitori alla loro età ma con varianti negli streggi e nella lunghezza. Tra i giovanissimi e i più grandi è competizione a colpi di fantasie floreali, fringe, toppe creative. E i blogger dettano legge

## IL LOOK

**S**retti, anzi strettissimi fino a farsi joggina. Falsamente neri in realtà acquistati già "strappati" ad arte, con aperture ampie a mostrare più pelle possibile. Lungi fino alla caviglia o in versione hot pants, sfregolati e con interno delle tasche a vista, per comunicare il senso di libertà di chi non bada - in realtà, non vorrebbe badare - eccessivamente al look perché bella al naturale, senza bisogno di tempo o artifici o, ancora meglio, perché sanno di sé da non avere bisogno di cercare coerenza nello specchio o negli altri, proprio nella fase della vita, l'adolescenza, in cui l'insicurezza si fa, invece, sentire più forte. Fin qui, bel.

## IL GUARDAROBIA

Paradossi stretti anche per lui a sottolineare i muscoli, strappati, corti, spesso con rivoltoli. Sono i jeans il "veicolo" della rivoluzione di stile e guardarobio combattuta dai ragazzi a colpi di shopping per prendere le distanze, pure nel look, dai genitori. Un paradosso a ben guardare, perché spesso le marche sono proprio quelle che indossano mamma e papà. E a ritornare sono perfino alcuni dei trend che i genitori seguivano alla stessa età, ossia tra tredici e diciotto anni. Ma se la base è simile, la "visione" è differente. Così, ad esempio, gli strappi tornano ma, se prima erano piccoli tagli, oggi sono ben più larghi, spechi e obli per non lasciar intravedere ma mostrare. E lo straccio di ieri, ripensato in chiave leggiera, non c'era più l'effetto di una silhouette mascherata con filipi o maglioni abbondanti, ma viene portata con top e maglie corte. Rimangono "in" i Levi's, Jacoby Cohen, Harmsworth & Gueso, Bene Liu Jo, Zara e Mango. Si impongono Alcott e Zuki. Senza dimenticare H&M e M.I.H. E gli stessi brand firmato top, microgonne e minidress. Sotto i riflettori, Y/Project, Vetements, Maje, Tally Weijl.

## LE PAILETTES

La filosofia dei trend attuali non interessa soltanto il denim. Pantaloni e fucosia, prima usati per look casual, ora sono un posse-partout, perfetti per la sera, magari in abbinamento a bomber con rimini, toppe e pailettes. O con micro-top, per lei, e grandi camicie bianche da uomo portate come giacca. La tradizionale camicia bianca, extra-large, è usata anche come minidress, accessorata con cinta alta e stivali. Piaccono gli hot pants con sandali o con calze a rete e anelli. Nessun limite per top e capi eleganti, tutto si può accostare con fantasia. Colori accesi e pailettes entrano pure nel guardaroba di lui, che gioca con fluorescenze, accessori gioielli e grandi fantasie floreali, senza disdegnare un filo di maglia sugli occhi, la sera, per ottenere un aspetto da star. I Mareskin insegnano.

A dettare le regole della moda "teen" sono ovviamente nuovi modelli. Anzi nuovissimi. Se le madri, per sentirsi trendy, guardano a Chiara Ferragni, le figlie, pur tenendo d'occhio la fashion blogger, osservano i look di Génesis Mavilla, quindicenne avverta agli onori dei social, con la

**L'ABBINAMENTO  
È CON IL BOMBER  
RICAMATO  
E LA CAMICIA BIANCA  
ACCESSORIATA  
CON GRANDI GIOIELLI**



TOTO RAI  
A sinistra,  
una cappia  
con jeans  
Ducato  
Sotto,  
un modello  
Alcott

"Derezzazione" di Gianluca Varchi che l'ha presentata come la sua figliocina. Si discute se capiti con riferimenti a Barbie - di Zuki - in una capsule dedicata, a partire dalla maglietta con la scritta "Why can't all men be like Ken?" - e si si legge con le sue maglie, griffati l'Equilibrato, indossati peraltro da più bellezze note. Si pure a grandi occhiali da sole e cappelli, per lui e per lei, per tocchi da divi.

## I TACCHI

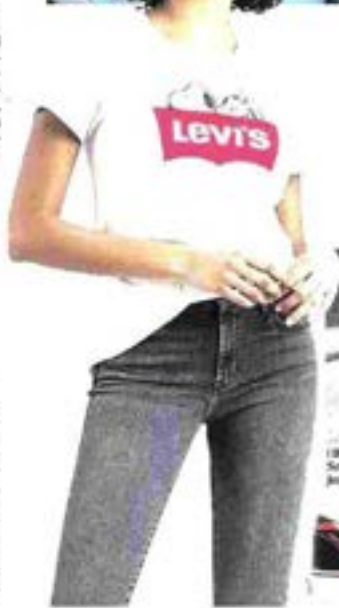
Attorno le Vans, magari personalizzate con disegni e stampe. Così le Adidas, tra Gazelle e Stan Smith nei colori "classici", porta-

te badando a ristabilire il bianco, che invece i genitori si affrettano a sporcare per un look "visoso". Bene gli stivali in qualunque tonalità, anche fantasia, Nike e le Converse. Si i tacchi "extra". Ricompare talora anche non significa comprendere i segreti del guardaroba dei teenager. Sì, perché, più della griffe, a contare è il "sentimento" con cui abiti e accessori vengono indossati. I teen la moda la conoscono, si tengono informati on line, leggono i commenti dei blogger e guardano i social di questo o quell'influencer, amano le rivisitazioni vintage: La Generazione Z cita spesso, negli abiti, la Generazione X - ma sono molto più scelti dei genitori quando si tratta di "rispondere" al marketing, tanto avvezzi al bombardamento di immagini da non rimanere facilmente vittime.

Secondo la ricerca Uniquely Generation Z, condotta da IBM su 15mila soggetti tra 13 e 21 anni in sedici Paesi differenti, i ragazzi oggi scelgono il web per informazioni ma poi, nel 95% dei casi, preferiscono fare acquisti nei negozi. Non sono disposti ad essere riferiti numeri nel mercato ma vogliono essere parte attiva e hanno imparato a farlo attraverso i social, ponendo domande e pretendendo risposte. Così spendono e non poco ma di questo parlano mamma e papà: il "cash" è, tutt'al più, materiale da Trap.

Valeria Arnaldi

www.ilmessaggero.it



# La guerra dei jeans



DETTORAI A sinistra, una proposta Levi's. Sopra, la Blogger Génesis Mavilla in total jeans. Sotto, una slipper della Vans



LA LIBERAZIONE T-shirt e shorts leggeri della Tally Weijl



VISTI E PRESI

# SUPER PINK

È considerato il colore femminile per eccellenza e il motivo è semplice: a noi donne piace sempre tanto

DI ALBERTA DI GIORGIO E MIMOSA BOSELLI

1. Cancella i segni di stanchezza: **I'M ACEROLA MASK SHEET**, TONYMOLY DA SEPHORA, 5,50 euro.

2. Brilla come un gel ma si elimina con la facilità di uno smalto tradizionale: **VINYLUX**, CND, 17,90 euro. 3. Alla John Lennon: **IZIPIZI DA MORONI GOMMA**, 35 euro.

4. Canottina e slip in pizzo: **VERDISSIMA**, 55+29 euro.

5. Illumina il viso sotto la luce del giorno e i flash della notte: **INSTA STROBING**, RIMMEL, 11,90 euro. 6. Basket in pizzo: **CONVERSE CHUCK TAYLOR**, 110 euro.

7. In versione da borsetta: **SIGNORINA IN FIORE NEW MINI COLLECTION**, SALVATORE FERRAGAMO, 36 euro. 8. Zaino in ecopelle: **ZUIKI**, 15 euro.

9. Gilet in pink denim: **FORNARINA**, 115 euro.

*Moda, Ennepi si espande e diventa spa. A 30 anni di attività e a due anni dall'inizio del piano di espansione e restyling, l'azienda Ennepi, proprietaria del brand di abbigliamento Zuiki si trasforma, passando a spa aumentando il capitale sociale e con importanti novità nel management aziendale.*





**ANIMO LATINO**  
Lavorazioni inedite e gioielli come talismani.



**SABOT**  
In ecosuède, Bata (49,99 euro).

**DRAPPEGGIATO**  
Abito in cotone stretch, Seventy (223 euro).

**LUNGA**  
Collana con pietre sfaccettate, Zuiki (6 euro).

**MONOSPALLA**  
Costume con Lycra®, Curve Pericolose (132 euro).



**CON FRANGE**  
Ciabatte in pelle, Frau (79 euro).

**COMPATTA**  
Handbag con dettagli traforati, Carpisa (49,95 euro).



**BON TON**  
Ballerine in suede, Deichmann (24,90 euro).

## Moda le]

**adidas by Stella McCartney**  
La visiera serve per ripararsi dal sole anche in spiaggia. ▶



La nuova frontiera della femminilità al mare? Lo sport. Bikini come top per fare jogging, pantaloncini sgambati, visiere e copricostumi rubati al mondo tecnico. Sulla sabbia non ci si ferma e il ritmo è sempre scattante... a cielo aperto



◀ **Zuiki**  
La calza sportiva in spugna si abina alle ciabatte o ai sandali.

**Comart Sneaker**  
in pelle laminata. ▶



**Callaghan Sneaker**  
in pelle rosa con tomaia effetto rete. ▶



**Ynot?**  
Felpa bicolore con zip e scollo a V, con inserto a rete. ▶



**Everlast**  
Costume intero sgambato con spalline a righe. ▼



▲ **AirDP by Aireyewear**  
Occhiale arancione opaco.

**C&A**  
Il top si fa intrigante con la rete che vela il décolleté. ▶



La spiaggia diventa la palestra estiva dove sfoggiare fisici al top e look sporty

**Etam**  
Un body a rete vela il bikini portato con shorts sportivi e calze di spugna.



◀ **Fendi Zaino**  
in pelle nera decorato dal logo con paillettes multicolori.



◀ **Bershka**  
T-shirt corta a girocollo nera con scritta a contrasto.

## Tecnico è sexy

di Daniela Rosa Cattaneo

**C**hi lo avrebbe mai detto? Il costume e tutto l'abbigliamento mare rubano i tessuti e le linee asciutte al mondo dello sport, per donne atletiche anche sulla spiaggia. Ma non solo, c'è una bella dose di sensualità in questa tendenza, grazie a tagli strategici, zip che aperte mostrano scollature profonde e trasparenze allusive. Volete provare? Indossate il top nero con microrete di **C&A**. Il copricostume perfetto è una felpa con zip e scollo a V come quella di **Ynot?**, tecnica e bicolore. Lasciate da parte le infradito, perché le sneakers di **Callaghan** arrivano fino in riva al mare. Un mix strepitoso e sexy che catalizzerà l'attenzione di tutti.

RICERCHE: Francesca Della Noce e Corrado Balzi.  
TESTI: Francesca Della Noce. INDIRIZZI: pag. 102



Hot List | Summertime

Kiabi (€ 12).



Liu Jo (€ 119).



Fracomina (€ 69,90).



Gyrofish (€ 15,86).

FESTA IN PISCINA



Zuiki (€ 8).

Ispirati ai party sui rooftop di Miami e lascia uscire la Barbie che è in te di Stella Carta



Yamamay (€ 16,95).

BY NIGHT



Motivi (€ 99).

I AM (€ 39,90).



Lisca (€ 71,50).

Elite Eyewear (€ 98).



Versus Versace (€ 110).



Giuseppe (€ 84,95).



O-bag (€ 63).



## Tutte le strade partono da Roma

È dalla Stazione Tiburtina di Roma che prende il via il nuovo progetto "Travel Retail" di Zuiki, il brand di moda, che ha aperto qui un nuovo store di 730 mq. Si tratta del primo punto vendita collocato in una delle principali stazioni italiane, che nei prossimi mesi saranno destinate a fare ancora da scenario a nuove aperture del brand. Una nuova sfida per Zuiki, che, con l'apertura dell'11° store tra Roma e provincia, prosegue il suo piano di sviluppo, che conta un totale di 35 nuove aperture e 60 riqualificazioni di punti vendita esistenti entro il 2018. INFO: [www.zuiki.it](http://www.zuiki.it)



### 10.000 BUONI MOTIVI PER RADDOPPIARE

Dal 2015 il mercato del retail ha visto un forte sviluppo. Il settore è in crescita da tempo, grazie al boom del e-commerce e al fatto che i consumatori sono sempre più esigenti. Per questo, le aziende che vogliono crescere devono puntare su strategie innovative e su canali di distribuzione sempre più diversificati. In questo contesto, il retail omnichannel si è rivelato una soluzione vincente, consentendo di offrire un'esperienza sempre più fluida e personalizzata ai clienti. Per questo, le aziende che vogliono raddoppiare i ricavi e aumentare la fidelizzazione dei clienti devono puntare su strategie innovative e su canali di distribuzione sempre più diversificati. In questo contesto, il retail omnichannel si è rivelato una soluzione vincente, consentendo di offrire un'esperienza sempre più fluida e personalizzata ai clienti.



### Tutte le strade partono da Roma

È dalla Stazione Tiburtina di Roma che prende il via il nuovo progetto "Travel Retail" di Zuiki, il brand di moda, che ha aperto qui un nuovo store di 730 mq. Si tratta del primo punto vendita collocato in una delle principali stazioni italiane, che nei prossimi mesi saranno destinate a fare ancora da scenario a nuove aperture del brand. Una nuova sfida per Zuiki, che, con l'apertura dell'11° store tra Roma e provincia, prosegue il suo piano di sviluppo, che conta un totale di 35 nuove aperture e 60 riqualificazioni di punti vendita esistenti entro il 2018. INFO: [www.zuiki.it](http://www.zuiki.it)



### Sempre più "facile". Anche in negozio

Il retail omnichannel è una soluzione vincente, consentendo di offrire un'esperienza sempre più fluida e personalizzata ai clienti. Per questo, le aziende che vogliono raddoppiare i ricavi e aumentare la fidelizzazione dei clienti devono puntare su strategie innovative e su canali di distribuzione sempre più diversificati. In questo contesto, il retail omnichannel si è rivelato una soluzione vincente, consentendo di offrire un'esperienza sempre più fluida e personalizzata ai clienti.



ZUiki

COSMOPOLITAN

BRANDMAKER



Maglia a rete, Zuiki  
(€ 16), Gonna  
in panna, Zara  
(€ 49,95), Orecchini  
Ottaviani Bijoux (€ 85),  
Borsa Roccobarocco  
(€ 79,90), Sandali  
Tata Italia (€ 49,95).



## APRE A MESTRE IL PUNTO VENDITA ZUIKI PIÙ GRANDE D'ITALIA

Presso il Centro Commerciale Le Porte di Mestre un nuovo store di ben 1650 mq. Il punto vendita, il decimo in Veneto, che segue quello recentemente inaugurato in provincia di Vicenza, proprio per le sue dimensioni, rispecchia in pieno lo stile di ZUIKI, per gli spazi ampi, accoglienti e luminosi, che consentono libertà di movimento, un grande assortimento nell'esposizione e una migliore e più funzionale selezione dei capi. È così che il forte piano di espansione di ZUIKI continua a ritmo serrato. Da poco infatti è partito anche il progetto "Travel Retail", con l'apertura di nuovi stores in alcune stazioni italiane, prima fra tutte la Stazione Tiburtina di Roma. Il coronamento del piano di sviluppo biennale entro il 2018.

### VILLEVERDE INAUGURA LA LINEA KIDS

La famiglia Villaverde si allarga a più piccoli accompagnando i genitori dal loro punto di riferimento, KIDS, la nuova categoria che a luglio 2017 ha aggiunto all'offerta Villaverde, marchio storico nel settore di scarpe casual ed eleganti, oggi in grado di garantire dopo di noi una professionalità frutto della precedente gestione, lascia la linea Villaverde Kids destinata a una clientela target composta da 1-9 anni (con i 11 anni). I modelli di punto della prima stagione per il bambino saranno realizzati con stivali, scarpe da tennis e sandali insieme per la stagione invernale e estiva, la rete distributiva è la stessa di ZUIKI, con una produzione di 1.500 punti vendita distribuiti in tutta Italia, con la possibilità di punti vendita KIDS da realizzare in tutta Italia oltre ad alcuni negozi specializzati per bambini e teenager.



### APRE A MESTRE IL PUNTO VENDITA ZUIKI PIÙ GRANDE D'ITALIA



Presso il Centro Commerciale Le Porte di Mestre un nuovo store di ben 1650 mq. Il punto vendita, il decimo in Veneto, che segue quello recentemente inaugurato in provincia di Vicenza, proprio per le sue dimensioni, rispecchia in pieno lo stile di ZUIKI, per gli spazi ampi, accoglienti e luminosi, che consentono libertà di movimento, un grande assortimento nell'esposizione e una migliore e più funzionale selezione dei capi. È così che il forte piano di espansione di ZUIKI continua a ritmo serrato. Da poco infatti è partito anche il progetto "Travel Retail", con l'apertura di nuovi stores in alcune stazioni italiane, prima fra tutte la Stazione Tiburtina di Roma. Il coronamento del piano di sviluppo biennale entro il 2018.

### CANNELLA APRE A NARSALA

Nuovo spazio per Cannella che sceglie ancora una volta la città bella e storica, proprio nel centro storico, in via Roma 29, il nuovo punto vendita della regione. Lo store, di circa 100mq, che ospita il nuovo assortimento in linea di moda per il mercato del fine piano di espansione del brand, che anche per il 2017 continua a prevedere la rete di punti vendita, si affianca in un dei punti vendita e rafforza il suo distribuzione più capillare della struttura Cannella, in Italia ma soprattutto all'estero, di mercato in-store, con l'intentivo di raggiungere un pubblico sempre più ampio ed internazionale.





## Uno Zuiki da record apre a Venezia

**U**n'apertura da record per **Zuiki** che il 7 luglio ha aperto in provincia di Venezia, presso il centro commerciale **Le Porte** di Mestre, il suo più grande store della Penisola. Il decimo punto vendita in Veneto, dopo l'ultimo inaugurato a Vicenza. Con i suoi 1650 mq di superficie, lo store Zuiki a Le Porte di Mestre, proprio per le sue dimensioni, rispecchia in pieno lo stile del brand grazie a spazi ampi, accoglienti e luminosi che consentono libertà di movimento, un grande assortimento nell'esposizione e una migliore e più funzionale selezione dei capi. Giusto in tempo per accogliere la stagione estiva dei saldi che parte nel secondo weekend di luglio. L'apertura veneziana conferma il forte piano di espansione di Zuiki. Da poco è partito anche il progetto "Travel Retail", con l'apertura di nuovi store in alcune stazioni italiane, tra cui Tiburtina di Roma. Mentre, entro la fine dell'anno, saranno 35 i nuovi punti vendita e 60 gli store che verranno riqualificati. Fondata nel 2003, al momento Zuiki è presente sul territorio nazionale con quasi 150 punti vendita, tra diretti, franchising e outlet.

### News opening

#### Il total look di Bimba y Lola arriva in Italia

L'arrivo di Bimba y Lola in Italia è stato annunciato da un comunicato stampa che ha rivelato che la casa di moda spagnola ha deciso di aprire il suo primo store in Italia a Roma. Il store sarà situato in via Condottaria e avrà una superficie di circa 1.500 mq. Bimba y Lola è una casa di moda spagnola che si occupa di abbigliamento per bambini e ragazzi. Il brand è stato fondato nel 1985 e ha una lunga tradizione nel settore. Bimba y Lola è presente in oltre 20 paesi e ha una rete di vendita che si estende in tutta Europa. L'apertura in Italia rappresenta un importante passo per il brand e conferma la sua espansione nel mercato italiano.

#### RV Roncato porta le valigie in strada

Il brand di calzature e accessori RV Roncato ha deciso di portare le sue valigie in strada. Il brand ha infatti aperto un nuovo store a Roma, in via Condottaria. Il store sarà situato in un'area di circa 1.500 mq e avrà una grande vetrina che si affaccia sulla strada. RV Roncato è un brand di calzature e accessori che si occupa di valigie, borse e scarpe. Il brand è stato fondato nel 1985 e ha una lunga tradizione nel settore. RV Roncato è presente in oltre 20 paesi e ha una rete di vendita che si estende in tutta Europa. L'apertura in Italia rappresenta un importante passo per il brand e conferma la sua espansione nel mercato italiano.

#### Le piadine di Casa Maioli al Comb

Le piadine di Casa Maioli sono state presentate al Comb, un evento che si è tenuto a Roma. Casa Maioli è un brand di piadine che si occupa di prodotti per la colazione e per lo spuntino. Il brand è stato fondato nel 1985 e ha una lunga tradizione nel settore. Casa Maioli è presente in oltre 20 paesi e ha una rete di vendita che si estende in tutta Europa. L'apertura al Comb rappresenta un importante passo per il brand e conferma la sua espansione nel mercato italiano.

#### Uno Zuiki da record apre a Venezia

Uno Zuiki da record apre a Venezia. Il brand di abbigliamento Zuiki ha infatti aperto il suo più grande store in Italia a Venezia. Il store sarà situato in via Le Porte di Mestre e avrà una superficie di circa 1.650 mq. Zuiki è un brand di abbigliamento che si occupa di vestiti, giacche e accessori. Il brand è stato fondato nel 2003 e ha una lunga tradizione nel settore. Zuiki è presente in oltre 20 paesi e ha una rete di vendita che si estende in tutta Europa. L'apertura in Venezia rappresenta un importante passo per il brand e conferma la sua espansione nel mercato italiano.

attenzione: evita mise che ti invecchiano o da teenager fuori tempo massimo ➔

## LA TUA ETÀ, NOI PENSIAMO A SUGGERIRTI IL LOOK

romantiche. Superati gli "anta" punta sull'eleganza dei tubini



### Morbida in plissé

1. Occhiali da sole con montatura in acetato, lenti ovali sfumate (Italia Independent su Privavia.it). 2. Collana lunga con doppio filo in metallo con pietre colore acquamarina, chiusura con moschettone (Zuiki). 3. Camicetta gialla smanicata in viscosa, girocollo con pignone (Moresimbre su Zalando.it). 4. Gonna lunga in tessuto poliestere plissettato di differenti nuance, vita alta con elastico (United Colors of Benetton). 5. Borsa in ecopelle azzurra, parti laterali con fantasia floreale, chiusura con cerniera, doppio manico e tracolla staccabile (YNot?). 6. Scarpe spuntate in ecopelle gialla traforata, plateau e tacco a spillo (Pittarello).

### A tubino in macramè

1. Occhiali da sole con montatura in acetato nera, lenti sfumate "a gatta" (Foster Grant). 2. Orecchini pendenti pioccati oro rosa con decoro concentrico e inserti rodiali con zirconi (Bocadamo). 3. Bliesa senza maniche con scollatura girocollo, stampa floreale multicolore e fodera nera (Luisa Viola). 4. Gonna a tubino a vita alta realizzata in pizzo macramè rosso, fodera in tinta (Guess Los Angeles). 5. Borsa in pelle a tinta unita beige con lavorazione traforata, chiusura con coulisse e doppio manico (Nero Giardini). 6. Sandali rossi in pelle, mezzo tacco a spillo, listino e cinturino dietro il tallone (Zara).



chiusura in metallo (Roccobarocco [www.roccobarocco.it](http://www.roccobarocco.it))

22. ARTISTICA Gel Shampoo e Doccia, Colonia e Deodorante nella cappelliera creata artigianalmente. Edizione speciale decorata dai piccoli uccellini disegnati da Clym Evcenden (Colonia Intensa di Acqua di Parma - [www.ocquadiparma.com](http://www.ocquadiparma.com))

23. ANTIETÀ Crema Ultra-Rigenerante Antirughe Giorno e Ultra Rigenerante Antirughe Notte nella Beauty Bag con chiusura zip e cióndolo decorativo firmato Piquadro ([www.colistat.it](http://www.colistat.it))

24. MULTIDSO Specchio da tavolo porta gioielli (Galeo su [www.amazon.it](http://www.amazon.it))

25. ARTIGIANALE Pasta di Nocciole 100% campane tostate (Nocciolo Papa [info@aziendaagricolapapa.it](http://info@aziendaagricolapapa.it))

26. LUMINOSO Cuscino con scritta, disegni e luci LED all'interno (Kanguru su [www.amazon.it](http://www.amazon.it))

27. LUCCICANTI Orecchini in bronzo con strass (Sbrilli - [www.sbrilliers.com](http://www.sbrilliers.com))

17. ONDEGGIANTI Orecchini pendenti di velluto decorati da delicate nappine di filo prezioso (Zuiki - [www.zuiki.it](http://www.zuiki.it))

**PER REGINE DEI SOCIAL**

Elegge la super tata a influencer la felpa con maniche a sbuffo e spalle scese di Zuiki.

**A CHIARE LETTERE**

Il braccialeto sporty-chic di Rue des Mille cavalca con gusto la moda del lettering. Sta bene a ogni età.

**DA APPENDERE**

È iperfemminile la decorazione borsa Mary Poppins, su shopdisney.it.



**MODERNA**  
Paul Surridge per Roberto Cavalli dipinge una versione millennial dello stile Poppins.

**CANDIDO**

**MISTERO**  
È un trionfo di ruche e morbidezza la donna Philosophy di Lorenzo Serafini. Regala una grazia speciale, di candore e mistero.

**FASCINO**

**D'ALTRI TEMPI**  
Ha un'allure vintage, di inizio Novecento, l'abito lungo di Dsquared2 (su Yoox).



stampa floreale e zig-zag. Un mix di fantasie che richiama le scene del film, ambientate nella cornice primaverile dei ciliegi in fiore. Chiudono la selezione degli accessori un cappello in stoffa, guanti in pelle e due modelli di stivaletti con bottoni laterali a contrasto. E che dire delle felpe e delle t-shirt di Zuiki, che incoronano Mary Poppins perfino nuova influencer? A-do-ra-bi-lì!

Così come lo è il bracciale con charms di Pandora e Disney. E su shopdisney.it è possibile trovare un'intera collezione dedicata che include: stivali realizzati in collaborazione con Hunter, prodotti di bellezza Mad Beauty, gioielli Chamilla, oltre a bambole e tanti altri accessori esclusivi Disney Store. Primark lancia invece una linea di oggettistica per la casa: candele, coperte, tazze e utensili per la cucina, tutti a prezzi contenuti. Anche i più piccoli potranno essere a la page, con le proposte di Catimini (online e presso i punti vendita Coin). Tra i pezzi forti, la maglietta a maniche lunghe con la celeberrima citazione Supercalifragilistic e le stampe all-over, con il volto stilizzato della nanny.

Cantava Dick Van Dyke nel ruolo di Bert lo spazzacamino nel film del 1964: "Vento dall'Est, la nebbia è là... Qualcosa di strano fra poco accadrà...". Qualcosa è accaduto. È nato un nuovo trend. E se ancora avete perplessità, immergetevi nelle atmosfere del musical di Mary Poppins. Ha debuttato al Teatro Nazionale CheBanca! di Milano lo scorso 13 febbraio, è rimasto fino a maggio ed è tornato a grande richiesta ad ottobre. Andrà in scena fino al 27 gennaio. Un trionfo! Scommettete che presto appoderà in altre città d'Italia? La super tata lo renderà possibile. È magica. Ed elegantissima.

Vania Crippa

ZUiki

COSMOPOLITAN

BRANDMAKER



Bomber in ecopelliccia,  
Molly Bracken  
(€ 179,15). Lupetto  
Zuiki (€ 9,99). Jeans  
Kocca (€ 79,90).  
Cappello SuperDuper  
Hats (€ 215). Guanti  
OOLO visti su Zalando.  
R (€ 17,99).

60  
anni

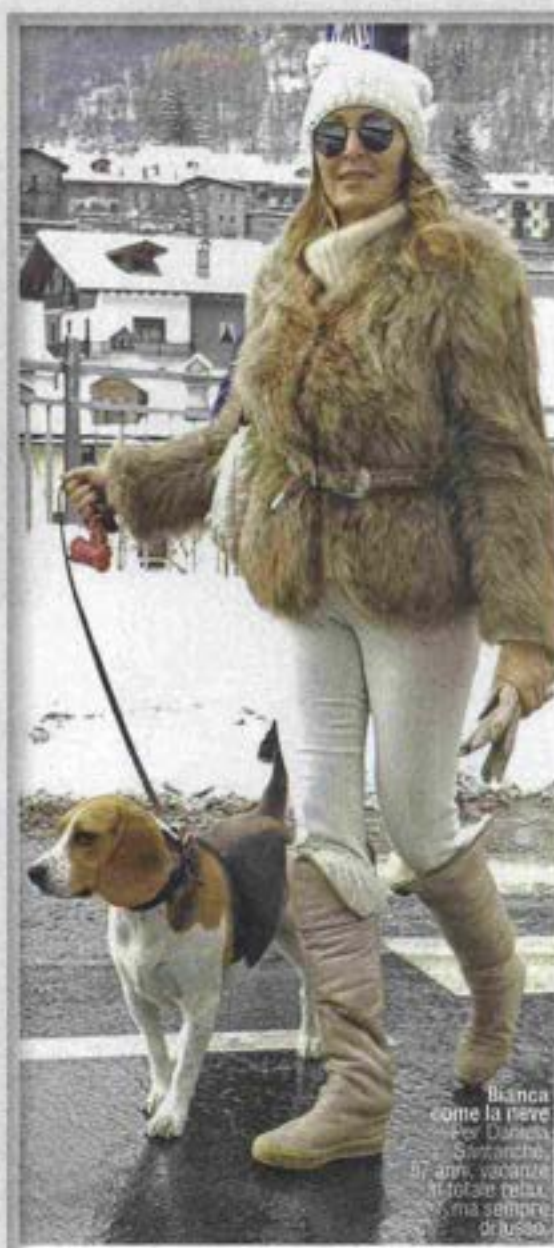


- 1. YNot? Giacca in ecopelliccia.
- 2. Falconeri Dolcevita in cashmere.
- 3. AirDp by AirEyeWear Occhiali tartarugati.

- 4. Simonetta Ravizza Borsa a mano "Furrissima".
- 5. Boccadamo Orologio con cristalli Swarovski.



- 6. Zuki Guanti in maglia.



Bianca come la neve. Per Daniela Santanchè, 57 anni, vacanze si fanno relax, ma sempre di lusso.

# Daniela Santanchè



- 7. Perfect Moment Pantaloni bianchi con bottoni a contrasto.
- 8. Salto Dolcevita intrecciato.
- 9. Barts Morbido cappello canadien.



Le vacanze di Daniela Santanchè sono note al pubblico per essere sempre in location esclusive, dove la politica e imprenditrice sfoggia mise di lusso in perfetto tema montanaro. Accoccolata davanti al fuoco in uno chalet a Courmayeur, in Valle d'Aosta, sceglie un look dai toni chiari, del tutto rilassanti. Opta per un dolcevita in cashmere intrecciato di Falconeri, da abbinare a pantaloni skinny. Quando esce per una passeggiata tra le vetrine si avvolge in una calda pelliccia come quella di YNot?, da coordinare alla borsa a mano "Furrissima" di Simonetta Ravizza, in pregiato visone. Lo shopping si fa con stile!



**Kiko e Zuiki chiudono i negozi italiani.** In seguito alle restrizioni introdotte a livello nazionale dal governo per contenere l'epidemia di Covid19, il marchio di cosmetici Kiko ha deciso di chiudere da ieri fino al 3 aprile tutti i suoi negozi italiani. La misura coinvolgerà i 340 punti vendita dell'azienda nella Penisola. Stessa iniziativa anche per Zuiki, il brand di abbigliamento di proprietà della Ennepi, che da ieri ha chiuso tutti i suoi circa 150 punti vendita direzionali presenti sul territorio nazionale per salvaguardare la salute dei clienti e dei dipendenti. Zuiki non ferma però l'e-commerce. Il marchio ha lanciato infatti l'iniziativa «La moda in prima linea», che vedrà, per ogni acquisto effettuato sul sito dall'11 marzo, 1 euro destinato alle campagne di crowdfunding, già attive su Gofundme, per l'attivazione di una nuova Terapia intensiva presso l'Irccs Ospedale San Raffaele di Milano e a sostegno dell'Azienda Ospedaliera dei Colli - Ospedale Cotugno di Napoli.

© Riproduzione riservata





## Pavia, pellicceria Annabella Si riapre lontano dalla piazza

MARZIANI • ALL'INIZIA

# Annabella lascia la piazza

## La pellicceria trasloca: dal lusso al pop di Zuiki

- PAVIA -

**UN GIRO** in centro per visitare il Duomo, piazza della Vittoria con il suo Broletto e una foto davanti ad Annabella. La pellicceria era una tappa obbligata per i turisti, ma ora si volta pagina. Dopo 60 anni trascorsi a palazzo Demetrio, l'insegna della storica attività che ha fatto viaggiare il nome di Pavia nel mondo grazie anche a testimonial come Mike Bongiorno, Alain Delon e Sophia Loren, è stata rimossa. Annabella si trasferisce e dal giorno di San Valentino apre in piazza della Minerva. Nessuna inaugurazione ufficiale è prevista adesso per il nuovo negozio da 300 metri quadri con sei vetrine che guardano corso Cavour e la statua dedicata alla dea delle attività intellettuali.

«**ABBIAMO DEDICATO** due mesi alla ristrutturazione dello spazio - ha detto Ruggero Invernizzi - e sono stati due mesi molto intensi nei quali non ci siamo presi neppure un giorno di vacanza».

Quella che era la sede di una banca e prima della gloriosa Annabella basket ora è un atelier moderno dove stucchi dorati e specchi hanno lasciato spazio ad espositori in cui le pellicce sono protagoniste. «Sarà un negozio moderno, più fruibile da tutti» avevano anticipato i fratelli Giuliano, Riccardo e Simonetta Ravizza annunciando il trasloco insieme a una promessa: «Annabella resterà solo e sempre a Pavia».

Dello storico negozio fondato nel 1957 da Giuliano Ravizza è rimasta una grande specchiiera con la cornice in oro che accoglie i clienti all'ingresso e gli splendidi lampadari che sono stati ulteriormente impreziositi.

**SONO STATI VENDUTI**, invece, gli altri arredi che ormai appartenevano alla storia di Pavia come qualunque monumento. E, per un negozio che si trasforma, anche il volto di piazza della Vittoria è destinato a cambiare. Sotto

quelli che i pavesi riconoscono come «i portici di Annabella» presto aprirà un nuovo marchio, più vicino ai giovani come Zuiki. Il brand italiano, nato dall'iniziativa dei fratelli Nunziata di Napoli avrà a disposizione due piani per un totale di 1.000 metri quadrati nei quali non si troveranno capi di lusso, ma uno stile pop che ha riscosso negli anni un grande successo, posizionando Zuiki tra i primi brand italiani nel settore del fast fashion retail.

Manuela Marziani



**ADDIO** Trasloca la storica insegna che ha reso nota Pavia nel mondo grazie a testimonial come Mike Bongiorno, Alain Delon e Sophia Loren

IL GIORNO

### Lodi Crema Pavia

**Pavia, pellicceria Annabella  
Si riapre lontano dalla piazza**

**PROTESTA DEI LAVORATORI A SORIANO  
DA ORE 12, CON I 300 NON CI STANNO.  
«MORIREI PIÙ VELOCEMENTE CHE RITORNARE A SORIANO»**

**LOGISTICA  
AVVELENATA**

**L'angolo del Corredo**

**50%**

IL GIORNO

### Pavia

**Bus, posti a rischio: rotta la trattativa**

**SITUAZIONE DILAGANTE**

**Le trattative**

**La scuola**

**Annabella lascia la piazza**  
*La pellicceria trasloca: dal lusso al pop di Zuiki*

**McCurry in rotta a Castelli, si profila il boicott**