

MADE IN
ITALY
WEEK

La dolce
ITA



11-15 aprile 2024

L'appuntamento che celebra l'eccellenza artigianale italiana



ROMA



W ROME

Prenota ora
w-rome.com

MADE ^{IN}
ITALY
WEEK



Da un'idea di

Davide Scarparo
con
Giuseppe De Martino
Antonello Cocco
Christian Zandonella

In collaborazione con lo staff di

KURiUland

Barbara Balestrieri
Andrea Barone
Fabio Giusti
Margherita Tedone
Carolina Tocci

Si ringrazia

Cameo Italiano
Coreterno
D'ORO Collection
Le 500 Ferranti
Marini Calzature
Sartoria CHIAIA

In copertina:

Veduta di via Veneto, Roma

KuriUland è pubblicata da



Via Casilina, 3T, 00182, Roma

Stampa:
VARIGRAFICA
via Cassia km 36,300
Zona Ind. Settevene - 01036 Nepi (VT)





IL MADE IN ITALY **CI SALVERÀ**

**DAVIDE SCARPARO CI RACCONTA COME
È NATA LA MADE IN ITALY WEEK**

Veneto, classe 1989, Davide Scarparo ha ricoperto diversi incarichi manageriali in numerose aziende italiane e multinazionali. Romano di adozione – vive nella Capitale da 12 anni – ha voluto mettere le sue competenze e il suo network a disposizione della valorizzazione del saper fare e dello stile di vita italiano, riassumendolo nel concetto “La Dolce Ita”, ente di cui è presidente, e dando vita alla prima edizione della *Made In Italy Week*, che si svolgerà tra Roma e Napoli, dall’11 al 15 aprile.

Cinque giorni di manifestazione, tra Roma e Napoli, con round table ed eventi di networking per celebrare e promuovere l'artigianato italiano. Come nasce il progetto Made in Italy Week?

Penso che sia arrivato il momento di recuperare quel "tocco italiano" fatto di eleganza che ci contraddistingue in tutto il mondo. Privilegio la qualità, le tradizioni, trasformandole nelle mie regole di vita e sono fermamente convinto che l'Italia sia il luogo della qualità che rende il "fare italiano" così unico e famoso in tutto il mondo.

Nasce da qui il progetto della *Made in Italy Week*, ossia dalla volontà di celebrare, da un lato, l'eccellenza e la creatività italiane, in particolare il saper fare e il lifestyle italiano che abbiamo racchiuso ne "La dolce Ita", dall'altro lato, il desiderio di incrementare la visibilità e l'apprezzamento per il Made in Italy, valorizzando il ruolo degli artigiani per invogliare i giovani ad intraprendere questo percorso.

Puntare sull'artigianato in un Paese come l'Italia sembra quasi scontato. Eppure, non lo è, dato che si tratta di una realtà che sta silenziosamente scomparendo. Con la Made in Italy Week si punta a invogliare i giovani a intraprendere professioni che altrimenti andrebbero perdute?

Con oltre 346.000 posti di lavoro da riempire nei prossimi cinque anni nei settori chiave dell'eccellenza italiana, c'è un bisogno urgente di giovani talenti. La *Made in Italy Week* è anche questo: un ponte verso il futuro, un'opportunità per i giovani di scoprire un percorso professionale ricco di passione, creatività e soddisfazioni. È il momento di riscoprire l'importanza degli artigiani e di tutelare il nostro patrimonio del saper fare. È una celebrazione unica, che unisce sotto lo stesso tetto la cultura, l'arte e il business.

Via Veneto, la Casina Valadier, e poi gli hotel, il W Rome Live Eternal e il The Rome Edition. La strada della Dolce Vita tornerà a risplendere?

Questo è quello che ci auguriamo. Al centro della scena della *Made in Italy Week*, infatti, ci sarà via Veneto, un simbolo del lusso e del fascino italiano, reso immortale dal film *La Dolce Vita* di Federico Fellini. Questa elegante arteria, che serpeggia dal cuore barocco di Piazza Barberini fino alla maestosa Porta Pinciana, è pronta a diventare il palcoscenico della nostra celebrazione dell'artigianato italiano.

Il 15 aprile è stata indetta la prima giornata nazionale del Made in Italy, in concomitanza con il giorno in cui ricorre la nascita di Leonardo Da Vinci, simbolo della creatività italiana e dell'intelletto nel mondo. Quali sono, secondo te, le iniziative che possono aiutare nel concreto gli artigiani italiani?

Attraverso eventi nelle istituzioni, scuole e imprese, l'obiettivo è duplice: promuovere la tutela delle nostre ineguagliabili opere e prodotti, e stimolare le nuove generazioni a intraprendere professioni artigianali e creative che incarnano l'eccellenza delle manifatture italiane. Bisogna essere tutti uniti per continuare a fare del Made in Italy un simbolo di bellezza e qualità senza tempo.



MARINI CALZATURE

L'ELEGANZA SU MISURA AI VOSTRI PIEDI

Il marchio Marini Calzature su misura nasce nel 1899 grazie a **Giuseppe Marini**, un giovane calzolaio romano che, dopo aver fondato una scuola per artigiani delle scarpe, intraprende l'attività privata aprendo il proprio laboratorio in via Francesco Crispi 97, nel cuore di via Veneto. Divenuto in breve famoso per l'eleganza e l'ineguagliabile canone di bellezza delle proprie scarpe, il marchio Marini diventa ambito tra i **personaggi di spicco** della politica mondiale, dell'alta finanza e del mondo dello spettacolo.

Giuseppe Marini, insignito della carica di "Cavaliere del Lavoro" dal Presidente della Repubblica Luigi Einaudi, muore

nel 1966, dopo aver tramandato la propria arte ai figli Felice e Benedetto, e al giovane nipote Carlo.

Gli anni Cinquanta e Sessanta rappresentano per la Marini un momento storico molto importante. L'Italia è in piena crescita economica e la Dolce Vita romana attira nella Capitale le principali star internazionali che vivono il desiderio di indossare i manufatti dell'artigianato italiano. Roma, in quegli anni, rappresenta la **culla della moda** dove iniziano a muovere i primi passi piccoli negozi sartoriali che, nel giro di qualche decennio, diventeranno griffe di fama mondiale.





Una storia di artigianato lunga quattro generazioni

In questo contesto la Marini prosegue il suo cammino celebrando la Golden Age romana con creazioni artistiche per i principali protagonisti del tempo. Nascono in quegli anni modelli disegnati per **clienti come Marcello Mastroianni**, Anna Magnani, Gregory Peck e Sergio Leone.

Nel 1965 entra nell'azienda Carlo, ovvero la terza generazione di Marini che, proseguendo sulle orme del padre e dello zio, diventa maestro artigiano avanzando nello stesso percorso di **qualità e bellezza del prodotto**. Sotto la direzione di Carlo, la Marini rafforza la sua posizione di polo internazionale per i maggiori cultori di scarpe su misura.

Negli ultimi trent'anni le scarpe Marini sono state indossate da personaggi illustri come Re Hassan II del Marocco, la Regina Elisabetta d'Inghilterra, Gianni Agnelli, lo sceicco Al Nahayan degli Emirati Arabi, Abdullah Al Thani, membro della famiglia reale del Qatar, e molti altri ancora. Alla fine degli anni Novanta al Maestro Carlo Marini si affianca il figlio Daniele – e siamo alla quarta generazione –, dando seguito alla secolare storia della famiglia.

Ad oggi, dopo oltre cento anni, la lavorazione viene svolta interamente a mano e l'intero percorso di creazione viene interamente eseguito dalla famiglia Marini e dai suoi maestri artigiani.



CAMEO ITALIANO

LA PASSIONE DI FAMIGLIA
PER IL LUSSO ACCESSIBILE



Tre generazioni legate indissolubilmente al mare, alla terra e all'arte del cammeo, protagonista assoluto nella vita della famiglia di Luca che nel 1957 realizza il sogno più bello di Michele di Luca senior, portando la bellezza del **cammeo su conchiglia** nel panorama internazionale, conquistando in pochi anni il mercato estero, pregiandosi di avere al proprio fianco i più abili e talentuosi maestri incisori. Anni di successi, premi e riconoscimenti dalla Camera di commercio di **Napoli** e una medaglia d'oro a Michele di Luca per aver contribuito allo sviluppo economico della regione. L'amore per il cammeo è tangibile, si respira in famiglia e i figli di Michele (Gino, Anna, Pino e Marinella) entrano in azienda già dal 1980 mettendo a servizio della realtà competenze ed entusiasmo. Quindi, nel 2012, nasce **CAMEO ITALIANO**, dal desiderio di Gino di Luca, dal 1998 anche fondatore e Presidente della società consortile Oromare, di portare nel mondo l'artigianalità italiana e il cammeo su conchiglia, gioiello intramontabile, pezzo di storia, di arte e di cultura italiana, ma soprattutto orgoglio di famiglia. In breve, CAMEO ITALIANO diventa il punto di riferimento per gli appassionati, portando a mille i punti vendita in Italia e conquistando il mercato estero, dove l'azienda è sempre più apprezzata.

La filosofia

CAMEO ITALIANO affonda le sue radici nella storia. Così, mettendo la tradizione delle tecniche del passato al servizio dell'innovazione, nasce l'ambizioso progetto di portare il cammeo fuori dagli schemi, in un **lusso accessibile** caratterizzato dalla rigorosa attenzione alla **scelta dei materiali** e al processo di realizzazione. Particolare cura è rivolta al **design** e alla ricerca stilistica, con un occhio vigile su dettagli e particolari, parte integrante dell'alfabeto artistico dell'azienda di Torre del Greco, che da oltre 50 anni fa del cammeo su conchiglia il fiore all'occhiello dell'artigianalità italiana.

Da sempre molto attenta alla propria immagine di eleganza sobria ed essenziale, CAMEO ITALIANO dedica ampio spazio e tempo alle proprie risorse e alla **comunicazione**. Al consolidamento della filosofia aziendale, partecipa alle più importanti fiere di settore del gioiello, incontra buyers internazionali e appassionati e mette sul campo i propri maestri incisori all'opera. La costante ricerca e la **sperimentazione** sono la sfida di CAMEO ITALIANO, che a gennaio 2015 ha presentato a Vicenzaoro Winter, una nuova collezione in cui il cammeo è protagonista insieme a smalti realizzati interamente a mano. Ogni gioiello è unico e diverso dall'altro: è la bellezza dell'imperfezione.

A close-up photograph of a man with dark hair and a beard, wearing a blue and white striped shirt and a leopard-print tie. He is focused on working on a dark-colored suit jacket, with his hands visible near the shoulder area. The background is dark and out of focus.

SARTORIA CHIAIA

**ELEGANZA PARTENOPEA
PER IL MONDO CONTEMPORANEO**

Nel cuore di **Napoli** c'è un luogo dove l'arte della sartoria è elevata a livelli di eccellenza: **CHIAIA**. Questo atelier incarna l'eredità di una tradizione sartoriale di due generazioni e si distingue per la creazione di capi unici, interamente **cuciti a mano**, in cui la storica cultura sartoriale partenopea si fonde con una visione moderna e contemporanea. La vera essenza di CHIAIA si riflette nella cura meticolosa con cui ogni capo viene creato. Qui, il concetto di "fatto a mano" non è solo una questione di stile, ma un impegno profondo verso l'eccellenza artigianale. Ogni abito è il risultato di ore di lavoro paziente da parte di **maestri sarti** altamente qualificati, che con dedizione operano per garantire che ogni pezzo sia una opera d'arte unica.



La visione e la clientela

La direzione creativa di CHIAIA è affidata a **Gennaro Annunziata**, giovane sarto e designer visionario con già oltre 15 anni di esperienza nel settore. Grazie alla sua creatività, unita alla competenza maturata negli studi di moda, Gennaro ha saputo apportare una sensibile innovazione stilistica al taglio classico. Le sue creazioni, pur rispettando i canoni della **tradizione sartoriale partenopea**, riflettono una visione differente dell'abito, basata sulle nuove esigenze del mondo contemporaneo, nel quale le performance in materia di comfort diventano essenziali. Spacchi molto alti, incredibile leggerezza costruttiva e design ricercato sono tutti fattori che donano unicità e dinamismo a ciascun capo CHIAIA, rendendolo immediatamente distinguibile da qualsiasi altro prodotto di sartoria.

Al centro di tutto si colloca la **cura del cliente**: l'azienda offre un servizio di consulenza approfondita nella creazione del suo guardaroba personalizzato e ogni tessuto è attentamente selezionato in base alle esigenze e alle occasioni d'uso del cliente. Da qui la scelta di non offrire unicamente abiti classici, ma una vasta gamma di prodotti per poter assecondare qualsiasi necessità, dalle occasioni formali al tempo libero. La totale dedizione a chi varca la soglia, l'eccezionale maestria sartoriale e l'innovativa visione di sartoria hanno portato CHIAIA a conquistare una clientela **internazionale**, comprese figure di spicco nei campi della moda, dello spettacolo e degli affari, consolidando ulteriormente la sua posizione come uno dei marchi di moda su misura più ambiti al mondo.

D'ORO COLLECTION

**Libri gioiello, stampati e rilegati a mano
con copertina d'oro**

Situata lungo la storica via Appia Antica a Roma, **D'ORO Collection** è un'azienda specializzata nella creazione di libri senza tempo e dal valore impareggiabile, che riportano in vita i segreti delle **antiche tecniche di rilegatura**, incorporando al contempo tecnologie all'avanguardia. Negli anni, D'ORO Collection si è distinta in oltre 36 Paesi, tra cui Francia, Italia, Città del Vaticano, Regno Unito, Spagna e Stati Uniti. Questo ruolo sottolinea la sua abilità nel creare opere uniche, non solo per stile e contenuto, ma anche per l'alto valore culturale e il prestigio delle sue pubblicazioni. Rinomata per servire una **clientela d'élite**, che include famiglie reali, capi di stato e Papi, D'ORO Collection ha nel tempo allargato la sua offerta a clienti privati e aziende. La gamma di pubblicazioni, curate nei minimi dettagli, spazia dalle biografie ai reportage fotografici, fino ai *coffee-table book*.

D'ORO Collection rappresenta l'eccellenza nell'editoria di lusso, dove ogni libro testimonia il valore intrinseco dell'arte, della cultura e dell'artigianato. Il catalogo include titoli prestigiosi come *Napoleone*, *Roma* e *The Golden Horses*: edizioni limitate e numerate che si distinguono per le copertine scultoree in oro. Queste creazioni non sono destinate soltanto alla lettura, ma sono da vivere, ammirare ed esporre, come in un museo.

Quando l'editoria sposa il lusso

Le copertine evocano l'antica tradizione artigianale e la costante ricerca dell'eccellenza. All'interno, le pagine sono cucite insieme così da fondere perfettamente testo e immagine. Oltre alla collezione di libri in oro, D'ORO Collection offre la possibilità di creare volumi *ad personam*, permettendo a ciascuno di racchiudere la propria storia in un'opera d'arte. Il processo di creazione dei libri inizia con la preparazione della carta artigianale a base di cotone. Per le copertine vengono selezionate **pelli italiane di prima scelta**, trattate con metodi di concia al vegetale e poi modellate attorno a basi solide, pronte per essere adornate o incapsulate in sculture d'oro. Il libro è poi posto sotto pressa per un minimo di tre giorni, garantendo che il tutto rimanga perfettamente in forma.

Per ogni copertina viene creata un'apposita scultura in bronzo che viene usata come matrice per quella in rame. Affinché emerga il **bassorilievo** in tutte le sue sfumature, è utilizzata la tecnica a sbalzo. Lo scultore realizza le copertine con oltre 3.000 martellate per far emergere ogni dettaglio. Una volta che la scultura è finita viene impregniata immergendola in un **bagno d'oro 24 carati**.







CORETERNO

Il lifestyle brand che reinterpreta **pop e vintage**

Il Rinascimento italiano, la filosofia del linguaggio, la gioielleria medievale, le incisioni tedesche del Seicento, la simbologia Punk Rock degli anni Settanta e l'**alta profumeria** di nicchia. Tutto questo è Coreterno, il marchio di lifestyle che porta armonia in un mondo di contrasti, tra luce e ombra, antico e contemporaneo, sacro e profano, la cui missione è stimolare la trasformazione creativa e, dando significato e valore all'unicità di ognuno di noi, cambiare il mondo attraverso la bellezza.

Concepito a Roma e portato in vita nelle strade cosmopolite di New York nel 2015, Coreterno - neologismo nato dalla crasi di "cuore" ed "eterno" - trae ispirazione da un meraviglioso e misterioso mondo di poeti ribelli, implacabili incisori e artisti coraggiosi, oggi spesso dimenticati. Sotto la guida del Direttore creativo **Michelangelo Brancato**, Coreterno si esprime utilizzando i **simboli archetipici del Rock e del Pop**, ritratti e illustrazioni del XIX secolo, immagini tratte da antichi libri di scienza e arte e incisioni del XVII secolo. Questi elementi vengono reinterpretati con un tocco contemporaneo, dando vita ad accessori moderni ma dal taglio vintage, fragranze e gioielli di lusso, venduti in più di 40 nazioni in tutto il mondo.





Il classico non è che un'illusione

Un racconto di passione, creatività e dedizione verso l'eterna ricerca di un **amore per la bellezza** che trascende i confini del tempo e dello spazio.

Cresciuto tra dipinti rinascimentali e musica Punk Rock, Michelangelo Brancato è un artista provocatorio e un dirompente comunicatore. Co-founder e Direttore creativo del brand, ha da sempre un amore passionale per l'arte, l'estetica e il profondo potere delle parole. Sotto la sua guida, Coreterno è diventato uno dei marchi più riconoscibili nel mondo del **lifestyle** e della profumeria.

Ogni creazione fonde citazioni ispirazionali con immagini grafiche che evocano emozioni potenti, riportate su candele, fragranze, gioielli, vestiti e stampe. Coreterno crede nella **forza del linguaggio**, nella costante ricerca della felicità, i suoi messaggi sono sempre inclusivi, aprono le porte di un universo magico. Profumati o stampati, incisi o tridimensionali, con mantra in latino o suggestioni dell'immaginario metal, i prodotti Coreterno tatuano i volti dell'arte occidentale con stelle e saette che rendono chiaro il messaggio del brand: il classico non è che un'illusione.

LE **500** TORNANO A NUOVA VITA NELLA **CARROZZERIA FERRANTI**

La storia di Nicole, che con la sua passione ha conquistato il mondo



È dagli anni Trenta che la famiglia Ferranti, con passione ed entusiasmo, trasmette di generazione in generazione i segreti di un mestiere che trova nella tecnica e dell'artigianalità due caratteristiche fondamentali per il suo compimento, quello del carrozziere per auto.

Oggi, a detenere lo storico patrimonio, è Nicole Ferranti, che ha deciso di impiegare tutte le sue risorse e conoscenze in un progetto unico e ambizioso, con lo scopo di esaltare il fascino dell'artigianato italiano e di farlo conoscere in tutto il mondo. Nasce così il progetto delle 500 Ferranti, ovvero riportare in vita un simbolo dell'italianità come la mitica 500 Fiat, rispettando sempre i criteri di sicurezza e funzionalità, ma soprattutto mantenendo le caratteristiche che hanno reso questo gioiellino a quattro ruote una delle auto più conosciute e apprezzate al mondo.





Buongiorno Nicole, ci racconti com'è nata la tua attività?

Il lavoro che ho scelto di fare porta avanti le tradizioni della mia famiglia. Mio papà Gian Nicola è sempre stato carrozziere, proprio come mio nonno Adriano che, negli anni Trenta del Novecento, fondò la Carrozzeria Ferranti. Io sono entrata in azienda dodici anni fa, ma con un'idea ben precisa nella testa: quella di realizzare un progetto tutto mio, la 500 Ferranti.

Si tratta di un veicolo prestigioso e personalizzato in ogni dettaglio, realizzato sulla base della 500 storica e ispirato alle spiagge che negli anni Sessanta si imposero sul jet set internazionale come icone dello stile e dell'artigianato italiani. Dopo aver realizzato i primi esemplari abbiamo deciso di aprire un polo ad hoc, un'area produttiva dedicata esclusivamente alla realizzazione dei nostri "Cinquini speciali". Oggi che mio papà non c'è più, porto avanti io il nostro progetto e anche la storia della nostra carrozzeria.

L'idea che ha avuto è senz'altro vincente. Le 500 Ferranti spopolano. Quanto tempo e che tipo di forze servono perché una "semplice" 500 si trasformi in una 500 Ferranti?

Ad oggi dalla carrozzeria escono circa 30 macchine l'anno. Ci vuole tempo, perché ogni veicolo che realizziamo è diverso dagli altri, visto che viene confezionato su misura per il cliente. Ogni Cinquecento Ferranti può essere personalizzata: dal colore della carrozzeria ai dettagli estetici, fino ai rivestimenti degli interni. Ogni esemplare poi viene rifinito con materiali di pregio, lavorati a mano da artigiani specializzati.

Per quanto riguarda la lavorazione della carrozzeria, partiamo dalla scocca originale, tirata a nudo, tagliata e sabbiata, mentre meccanicamente viene restaurata completamente, restando fedeli alle caratteristiche tecniche originali.

Quali sono i Paesi in cui la richiesta delle 500 Ferranti è più alta? E in Italia come si inserisce il tuo business?

Ci tengo a sottolineare che le 500 Ferranti sono il core business della carrozzeria, ci siamo specializzati in questo e ci mettiamo il cuore e l'anima per farlo al meglio. Per quanto riguarda i mercati, ti sembrerà strano, ma il 100% delle nostre vendite avviene sul mercato estero. Sono gli Stati Uniti e la Francia, in particolar modo la Costa Azzurra, i Paesi in cui siamo più presenti con le nostre auto. Ma vendiamo le nostre 500 in tutto il mondo e riceviamo molti complimenti, poiché vengono riconosciute come uno dei simboli dell'Italian Style a ogni latitudine, al pari della pizza.

THE
ROME
EDITION®

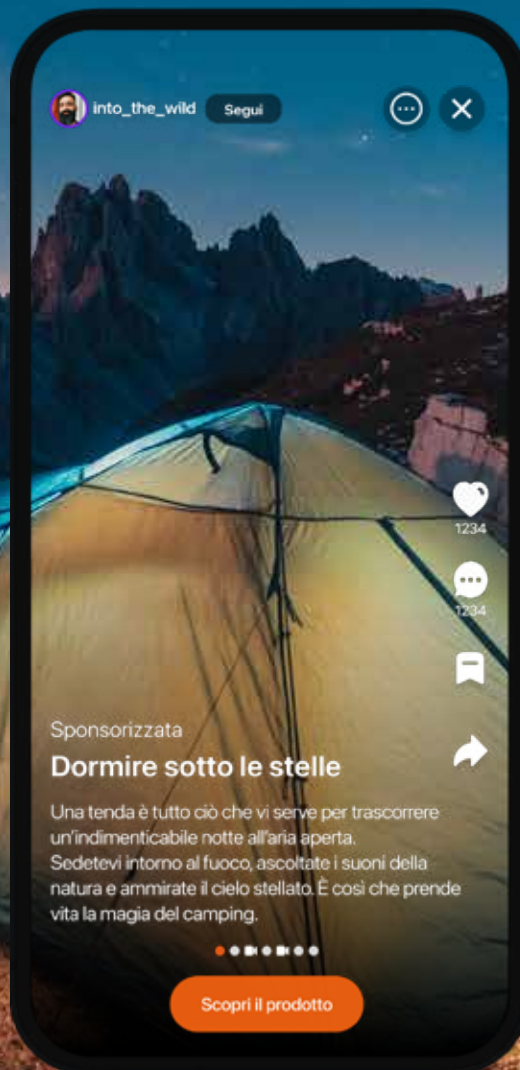


PRENOTA ORA

Salita di San Nicola da Tolentino 14 - 00187 Roma (RM)

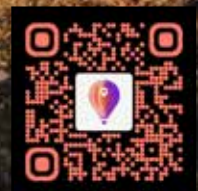
+39 06 4524 9000

Trasforma il tuo **business** in un' **esperienza** per gli altri



Il tuo primo spazio su **KURiU**
con una **promozione speciale**

Scopri di più



kuriubusiness.it