

# GOLF

*people*  
CLUB  
MAGAZINE

www.golfpeople.eu

Anno 2 - Numero 3

Dove i Golfisti si ritrovano per consolidare le conoscenze avviate sul Green e sulla Rete

## Golf & Fashion

*I protagonisti Nazionali*

L'INTERVISTA  
HANS ROLF VAN GOOR  
AL SARAYA GOLF RESORT



Franco Piras

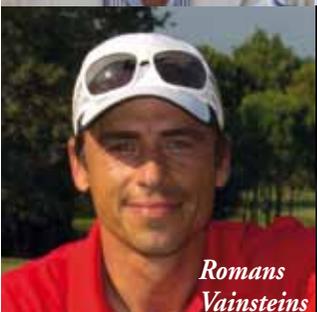
Raffaele Greco  
GI.MA Fashion Group



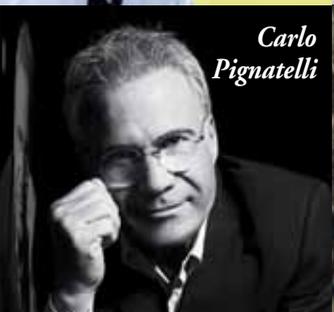
Emilio Palmiero



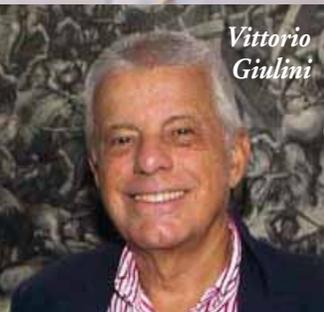
Emanuele Sesia



Romans Vainsteins



Carlo Pignatelli



Vittorio Gialini



Cesare Prandelli



Arman Golapyan  
www.venividivici.us



Regina Salpagarova

Гольф & Финансирование  
Главные герои Италии



*Stamattina ero lontano.  
Ora sono qui, per il gioco che amo di più.  
Domani sarà un altro volo,  
tutto per me!*

Foolbite

PER PRENOTAZIONI:

**+39 800 911 744**

 **Jetprivati**  
La tua Business Class privata

**IL TEMPO COME VALORE,  
LA COMODITÀ COME FILOSOFIA,  
LA SICUREZZA COME REGOLA.**

*Volando con Jet Privati potrete viaggiare ovunque in qualsiasi momento e trarre il massimo vantaggio della vostra giornata. Deciderete voi l'orario di partenza, eviterete lunghe attese di check-in e avrete più tempo da dedicare alle cose importanti. È la vostra compagnia privata.*

[www.jetprivati.it](http://www.jetprivati.it)

**Fotografia:**  
Flavio Torre, ritratti,  
Stefano Merlini, back stage

**Make Up Artists:**  
Chiara Picone,  
Nataschia Langelli,  
Ines Meduri

**Hair Stylist:**  
Antonio Romano MyHead  
Parrucchieri Oggiono

**Video Maker:**  
Marco Ongania Emofilm

**Location:**  
Via San Pietro all'Orto 6 Milano

**Abbigliamento:**  
Mulligan & Co. Parma,  
jeans e costumi da bagno push up  
Milena Andrade Milano

**Calzature:**  
GI.MA Fashion Group - Raffaele  
Greco Golf

**Intimo:**  
Yuppidoll Brescia

**Partners:**  
Elgon Cosmetics,  
Acqua Deeside,  
Osteria del Gambero Rosso Milano,  
Pinky Penta Point Milano,  
Penta Medical Center Milano,  
Radio Milan Inter,  
Tele Milano City,  
Amorosso Vini,  
Antoitalia

**Preziosi:**  
Damiani Gioielli

**Profumi:**  
Alpac Mille



**Yulia Shesternikova**

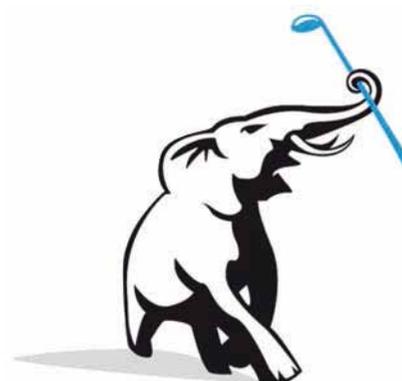
**Mulligan & Co** nasce da una grande passione per l'abbigliamento Casual - Sportivo, con l'obiettivo di creare capi ergonomici e funzionali per ogni esigenza specifica.

Seguendo la passione per il Golf, ha realizzato una **linea di abbigliamento dedicata**, ricca di contenuti tecnici.

Inoltre **Mulligan & Co** offre un servizio di personalizzazione con stampa o ricamo del logo.

[www.mulliganeco.it](http://www.mulliganeco.it)

**Mulligan & Co** è presente sui Green con **Bioearth, Cristian Event, Golf People Club Magazine, GI.MA Fashioning Group, Raffaele Greco Golf** e Ramada, partner d'eccellenza.



**MULLIGAN & CO**  
APPAREL AND GADGETS

**ENERGIA ELETTRICA  
A COSTO ZERO?  
OGGI È POSSIBILE.**

**realizza con noi  
il tuo impianto fotovoltaico,  
zero pensieri, zero emissioni,  
zero costi aggiuntivi**



## I protagonisti si raccontano

### Comitato Editoriale

Senior Vice-President - Direttore Area Russia  
**Nella Petych** - nella.petch@golfpeople.eu

### Comitato Scientifico

Presidente onorario  
**Fabio Galli** - avvocato

Presidente

**Ermanno Basilico** - dottore commercialista  
ermanno.basilico@golfpeople.eu

Consiglieri

**Francesco Avaldi** - medico chirurgo

**Mario Basilico** - avvocato diritto tributario

**Antonella Carbone** - avvocato diritto sportivo

**Claudio Chiappucci** - ex campione di ciclismo

**Stefano Devecchi Bellini** - dinastie Family Business

**Amedeo Gorla** - giornalista sportivo RAI

**Andrea Granili** - ricercatore industriale

**Emilio Palmiero** - avvocato tributarista internazionale

**Giuseppe Santorsola** - docente universitario

**Enrico Visciano** - avvocato cassazionista

**Fabrizio Zampieri** - consulente finanza e investimenti

### Club House

Presidente Golf People Club House

**Maria Grazia Borelli** - grazia.borelli@golfpeople.eu

Presidente Club House FIAT Open Lounge

**Andrea Roberto Preti** - andrea.preti@golfpeople.eu

### Redazione

Direttore Responsabile

**Stefano M. Masullo** - stefano.masullo@golfpeople.eu

Direttore Editoriale

**Dario Bartolini** - dario.bartolini@golfpeople.eu

Direttore Itinerari Golfistici

**Andrea Alpini** - andrea.alpini@golfpeople.eu

Direttore Area Scientifica

**Alessandra Bussi Moratti**

alessandra.bussi.moratti@golfpeople.eu

Direttore Recensioni Automotive

**Mirko Crescimone** - mirko.crescimone@golfpeople.eu

Direttore Area Sud Est Asiatico

**Saenuri Chon** - saenuri.chon@golfpeople.eu

Direttore Area Eventi Sportivi

**Maria Beatrice D'Ascenzi**

maria.beatrice.dascenzi@golfpeople.eu

Direttore Area Giappone

**Ai Junko Shinozaki** - ai.shinozaki@golfpeople.eu

Direttore Area Cina

**Sissy Qian Huang** - sissy.huang@golfpeople.eu

Direttore Area Siberia

**Yulia Shesternikova** - yulia.shesternikova@golfpeople.eu

Direttore Area Dubai e Medio Oriente

**Ivana Romanello** - ivana.romanello@golfpeople.eu

Direttore Area Giovani

**Vincenzo Junior Lorusso** - vincenzo.lorusso@golfpeople.eu

Direttore Relazioni Esterne

**Elena Goncarova** - elena.goncarova@golfpeople.eu

Direttore Fotografia

**Lino Minniti** - lino.minniti@golfpeople.eu

Direttore Area Sud Italia

**Giuseppe Germano** - giuseppe.germano@golfpeople.eu

Direttore Area Toscana

**Andrea Renault** - andrea.renault@golfpeople.eu

Direttore Generale

**Mario D'Angelo** - mario.dangelo@golfpeople.eu

Direttore Generale Svizzera e Liechtenstein

**Luca Bottoni** - luca.bottoni@golfpeople.eu

Direttore Area Bulgaria

**Elena Dimitrova** - elena.dimitrova@golfpeople.eu

Direttore Area Charity & Celebrity

**Andrea Fisco** - andrea.fisco@golfpeople.eu

Web Master

**Nina Bertuzzi** - redazione@golfpeople.eu

Supervisor

**Lucia Zoppi** - info@golfpeople.eu

### Redazione di Roma

**Easyverbox & Partners s.r.l.**

**Mauro Cervini** - mauro.cervini@golfpeople.eu

Via del Casale Strozzi 31

00195 Roma - Tel 06-64525986

mail: easyverbox@gmail.com

### Concessionaria Iniziative Speciali

**Interprofessionale srl**

Milano, Saronno, Lugano

Via Pozzone, 1 - 20121 Milano

Tel. 02-96704843 - Fax 02-96704809

info@interprofessionale.net - e.basilico@interprofessionale.net

### Concessionaria Pubblicità Rivista

**Tedoforo srl**

Via Abbondio Sangiorgio, 13 - 20145 Milano

Tel. 02-48193655 - Fax 02-4817130

**Nicola Odone** - nicola.odone@golfpeople.eu

odone@tedoforo.it

### Concessionaria Pubblicità Digitale

**Claudio Ricci** - Via Principe Eugenio, 25

20155 Milano - Tel. 02-36567808 - 338-3460866

claudio.ricci@digital-adv.it - claudio.ricci@golfpeople.eu

### Concessionaria Ticino

**Marco Rolli** - LombardiaWeb

via Bottachi 12 - 21016 Luino (VA)

http://www.lombardiaweb.com - info@lombardiaweb.com

Tel. (+39) 340/9892383 - Fax (+39) 0332/1801332

Anno 2 - Numero 3 - Periodicità Quadrimestrale

Registrazione Trib. di Milano n. 147 del 16/3/2011

Realizzazione FoBo ADV srl

Via Mac Mabon 50 - 20155 Milano

Tel. +39 02.33.11.404 r.a. - Fax +39 02.34.537.282

e-mail: redazione@golfpeople.eu

Progetto grafico: **Andrea Aleksandrov**

Ufficio grafico: **Tony Ross**

Editore FoBo ADV srl

Via Mac Mabon 50 - 20155 Milano

Tel. +39 02.33.11.404 r.a. - Fax +39 02.34.537.282

e-mail: mail@fobo.it

Stampa FoBo srl

Via Mac Mabon 50 - 20155 Milano

Rivista in distribuzione gratuita fino ad esaurimento scorte

pag. **12**



**Raffaele Greco**

pag. **18**



**Vittorio Giulini**

pag. **22**



**Carlo Pignatelli**

pag. **28**



**Franco Piras**

pag. **30**



**Emanuele Sesia**

pag. **32**



**Nella Petych**

pag. **33**



**Hans Rolf van Goor**

pag. **38**



**Romans Vainsteins**

pag. **40**



**Cesare Prandelli**

pag. **44**



**Ivano Consoli**

pag. **52**



**Arman Golapyan**

pag. **70**



**Marco Busini**

## SPECIALE MODA



Giovani Designer Emergenti pag. **17** che sono già un Must

Assomoda ...non solo moda pag. **25**

Modamica pag. **49**

Arôme Concept Store pag. **47**

## Circoli e Tornei

pag. **37** Arona Golf Club

pag. **42** Golf Club Carimate Trofeo Banca Generali

pag. **82** Blue Jacket

pag. **84** Cristina ProAm Tour

pag. **86** Arte&Golf Garda Golf

pag. **88** Coppa Cristanini Viaggi

pag. **90** Regionale Golf Lombardia

pag. **92** Carimate Fondazione Fibrosi Cistica

pag. **94** Aldai

pag. **96** Jet Privati a Garda Golf

## Patrimoni - Finanza

Giuseppe G. Santorsola - La tutela dei patrimoni e il ruolo della consulenza finanziaria pag. 41

Mauro Cervini - La nuova realtà tra Golf e Business pag. 69

## Life Style

Daguas, pag. 56 - MilanInter, pag. 58 - Gli amici del Gambero Rosso, pag. 61

Cascina OVI, pag. 67 - Bormio-L'Eden delle Alpi Retiche, pag. 72 - Fife Scotland,

Kingsbarns Golf Links Club, pag. 78 - Doctor Glass e la passione per il Golf, pag. 80

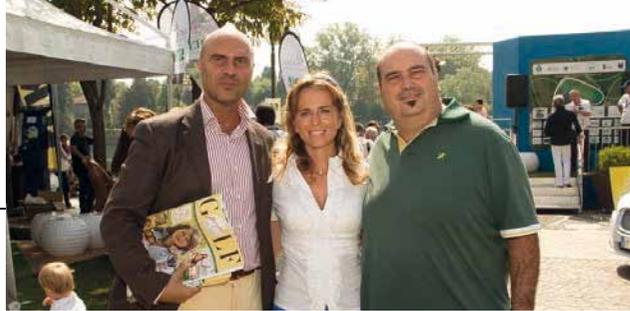
## Sociale - Salute - Cultura

Golfe e disabilità, pag. 55 - Overtraining, pag. 63 - PentaMedicalCenter, pag. 64

Theca Art Advisory & Gallery, pag. 75 -

# LADIES & GENTLEMEN

Stefano Masullo con Ylenia Balbinot e Marco Brunella



Maria Grazia Borelli e Valerio Staffelli



## CARI AMICI E CONSOCI ITALIANI E RUSSI BUONA LETTURA.

## Дорогие наши итальянские и русские друзья и коллеги!

Golf People Club Magazine, grazie al proprio vertice direttivo espressione di 12 diverse nazionalità, dedica il servizio di copertina alla moda nazionale anche in lingua russa grazie al contributo della splendida e capace Yulia Shesternikova, giornalista investigativa professionista nonché direttore area Siberia. Infatti Golf People Club Magazine verrà distribuita, prima rivista di golf italiana, nell'autunno-inverno 2012, nelle più importanti fiere del lusso di Mosca.

Журнал Golf People Magazine, благодаря своим топ-менеджерам, представляющим 12 различных национальностей, издаёт этот номер, посвященный отечественной моде, даже на русском языке. Это благодаря нашей сотруднице Юлии Шестерниковой, занимающей должность директора по сибирскому региону а также в сфере журналистского расследования. Golf People Magazine это первый и единственный итальянский журнал, который в течении осени и зимы этого года будет распространяться на самых важных московских выставках в сфере люкса.

*Dario Bartolini, per la quinta volta consecutiva campione italiano dei giornalisti golfisti, è stato nominato direttore editoriale e firmerà da questo numero l' editoriale di apertura della rivista, Maria Beatrice D'Ascenzi curerà una nuova, sintetica e pungente rubrica, Lino Minniti gestirà la direzione fotografia e Daniele Giolito realizzerà delle Strisce a fumetti, con protagonista un'ironica pallina da golf.*



Mauro Piani e Bianca Maria Miola Vecelli

Bianca Maria Miola Vecelli e Aristide Malnati, editorialista Chi e Radio Monte Carlo



Le ragazze IFT - Italian Fashion Team

da sinistra: Paolo Crippa, Vilse Antonio Crippa presidente Golf Club Montecampione, Tiziana Menabò, Marco Crippa



da sinistra: Claudio Chiappucci, Mauro Tassotti e Daniele Massaro



Liana Volpi

Veronica Pirovano



Lea Pericoli e Ermanno Basilico



da sinistra: Emanuele Canziani, Marco Berry, Maria Grazia Borelli e Marco Brunella



sopra, da sinistra: Elena Rimoldi, Flavio Vineis director Media Vip, Maria Grazia Borelli



Maria Grazia Borelli e Giorgio Mastrota



Maria Grazia Borelli e Marco Berry



Daniele Massaro, Ermanno Basilico, Claudio Chiappucci

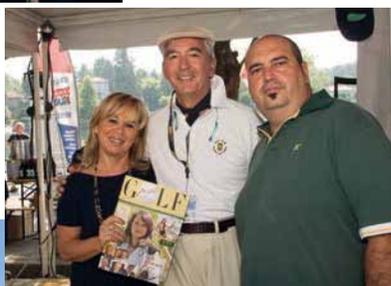


Gabriela Gotca, Lino Minniti, Lucy Zhu, Umberto Dall'Ava

Valeria Scaglia, Claudio Chiappucci, Valerio Staffelli, Maria Grazia Borelli



Maria Grazia Borelli, Franco Pasquino presidente Golf Club Castelconturbia, Marco Brunella



Piero Fock, Attilio Zorzan, Giovanni Toia, Michele Maggi



sopra, da sinistra: Andrea Bianco, Marino Bianco, Maria Grazia Borelli, Luca Parma



Chiara Stefanini e Alessia Peraldo Eusebias IFT Italian Fashion Team



da sinistra: Francesca Cristillin, Silvia Valli, Camilla Dettori, Emanuela Gumirato, Guenda Preti, Giovanna Foglia, vincitrici European Seniores Ladies 2012 Golf Club Lugano

di M. Beatrice D'Ascenzi

## Ladies & Gentlemen



### Il golf non è solo "colpire una pallina".

Più degli altri sport e hobby, il golf è un rivelatore di stile di vita e personalità. Nell'arco della manciata di ore che sei in campo, questo gioco meraviglioso svela ciò che sei. Sarà per la durata di un giro, per l'impegno di tirare sempre il colpo giusto e per lo stress di uscire dai guai quando non ci riesci, per la gioia e il coinvolgimento emotivo che il golf produce, l'io di ognuno di noi viene a galla, la corazza dell'apparenza il più delle volte si sgretola contro l'ansia da prestazione e finiamo per comportarci sul campo nello stesso modo in cui ci comportiamo nella vita.

Tutto questo non è una sorpresa. Lo ritroviamo anche nei vecchi detti, come "se vuoi conoscere veramente qualcuno, mangiaci insieme o giocaci a carte...". Scoprirai se hai davanti un ingordo, un imbroglione, un maleducato oppure "uno a posto". Il golf diventa così anche la cartina torna-sole del costume della gente, ci dice se una volta divisi in gruppi da due a quattro persone e messi in carovana lungo 18 buche, siamo in grado di rispettare regole di gioco e di etichetta. Scopri, così, che persone insospettabili, che magari occupano posizioni sociali anche di prestigio, sono in realtà dei gran cafoni e prepotenti. Ultimamente l'uso del cart si sta mostrando una delle più efficaci trappole rivelatrici di personalità. Ormai da qualche anno, infatti, sta dilagando il mal costume del "diritto di precedenza da possesso di cart". Chi gioca sulle quattro ruotine è convinto (per ignoranza o prepotenza) di avere la servitù di prevaricazione sul gioco del team che lo precede, a prescindere se quest'ultimo si stia macchiando della colpa per gioco lento.

Così capita sempre più spesso che il gioco di tutti quelli che vanno a piedi sia interrotto da fischi o urla per imperiose richieste di passaggio da chi manovra il cart, convinto di giocare su un'ambulanza e di dover passare per forza.

D'altronde, in una società come la nostra dove le Auto Blu spadroneggiano nel traffico, divorando metri di asfalto a scapito dei comuni mortali obbligati a lasciare il passo, ci sta che il giocatore in cart, solo per il fatto di supporre di poter procedere più veloce di quello a piedi, reclami per principio il diritto di precedenza.

Non parliamo poi dei giocatori, che avendo poco tempo e dovendoci infilare partitella-doccia-spaghetto e sigaro, pretendono di passare a tutti i costi, perché DEVONO TORNARE DI CORSA AL LAVORO.

Per fortuna, il golf ha le sue regole a cui appellarsi. Così, anche se vai a piedi, ma procedi secondo tabella di marcia, rispettando l'orario di passaggio alla buca 9 e alla 18 segnato sullo score, non sei obbligato a cedere il passo ai "cart blu" che ti pressano dietro. Non sei tenuto a spezzare il tuo ritmo e a farli passare, col rischio di non ritrovare più il verso del tuo gioco. E se lo fai, perché come me preferisci non giocare con il team che aspetta dietro, è una pura cortesia.

Chi va col cart non acquisisce un diritto di precedenza, ma rinuncia al piacere di andare a piedi. Non è soggetto ad una regolamentazione privilegiata né sollevato dall'obbligo del rispetto delle regole e del gioco altrui.

Giocare a golf non è solo "colpire una pallina", dicevamo. Svela chi sei. E c'è qualcuno che ancora non se ne è reso conto.



Bianca Maria Miola Vecelli, Daniel Bryner

Carlo Carozza, Maria Grazia Borelli



San Pietro all'Orto  
EXCLUSIVE LIVING IN MILAN



Vivi a Milano l'esperienza di alloggiare in una suite  
arredata Armani Casa  
a due passi da via Montenapoleone.

Novità 2012:  
*Opera in suite & cena vista Duomo*  
*Happy hour personalizzato*

[www.sanpietroallorto6.it](http://www.sanpietroallorto6.it)

+39 02 78 11 47  
via San Pietro all'Orto 6 - Milano - [info@sanpietroallorto6.it](mailto:info@sanpietroallorto6.it)



## “GOLF, NOBILE SPORT”



**Dario Bartolini**  
Direttore Editoriale

**È** un momento di verifica per molti settori della vita produttiva e sociale e il golf, anche in questo, non fa eccezione, nel senso che **schemi collaudati** e modi di pensare che venivano dati per acquisiti, **vengono di colpo rimessi in discussione.**

Chi scrive è da sempre, ad onor del vero, un grande fautore del “**sistema**” gare di golf in Italia, e questo perché ha permesso di regolare in maniera ordinata la tenuta degli **handicap** e lo **spirito competitivo** dei giocatori. Ha permesso un certo indotto **economico** per i **circoli** con la tassa di iscrizione gara e per i professionisti del settore la gestione di sponsor che hanno

valorizzato attraverso le gare, i loro marchi ed i loro prodotti. Vantaggi anche per tutto il mondo dei golfisti che in questi anni si è visto coccolare da gare e garette con premi, che il più delle volte, tra ordine di merito ed estrazioni, sono apparsi qualche volta persino esagerati.

Ho sempre guardato a questa “**anomalia**” italiana come qualche cosa di **assolutamente positivo**, tanto che i detrattori fino a qui opponevano contro questo teorema “**o gara o niente**”, il fatto che all’**estero i giocatori di golf in realtà raramente si cimentano in gare** e, nonostante ciò, **il golf risulta diffuso, anzi forse più diffuso che da noi.**

Qualcosa ultimamente però nel meccanismo deve essersi inceppato, perché non c’è bisogno di indagare più di tanto, è sotto gli occhi di tutti la **netta flessione** avuta nel numero di **iscritti alle gare.** Non che queste siano calate per ora come numero, ma certo è che trovare i giocatori che le

frequentino, è diventato un po’ più complicato. Rimane invariato il numero di coloro che il **sabato** e la **domenica** vogliono giocare, senza però vedersi coinvolti da uno spirito pur blandamente agonistico.

Il fenomeno prima lo si è osservato con le gare infrasettimanali, poi si è però espanso anche ai fine settimana, tanto che se si

tolgono le gare di “**cartellone**”, dove sponsor importanti e presenti sul mercato da diversi anni, richiamano sempre un field di giocatori numeroso, per le altre mille dignitose garette, si è sicuramente molto lontani dal tutto esaurito. **I motivi?** Diversi, senza che ve ne sia uno che specificatamente incida, ma la cui combinazione e concorso, determinano queste disaffezioni.

Qualcuno dice che i **15/20 euro** che si pagano di quota di iscrizione, comin-

ciano ad essere una **tassa pesante** per chi vuole giocare tutti e **due i giorni del weekend**, soprattutto se si ha famiglia.

Qualcun altro accusa l’eccessiva **lentez-**



Florence Golf Club Ugolino



## BLACK MOUNTAIN HOTEL/POOL VILLA

---



### 2 BEDROOM POOL VILLA

Weekday 3,000 Baht/Day  
Weekend 4,000 Baht/Day  
One Week 21,000 Baht/Week

### 3 BEDROOM POOL VILLA

Weekday 5,000 Baht/Day  
Weekend 6,000 Baht/Day  
One Week 35,000 Baht/Week



Breakfast is not including in the price.  
Shuttle Bus will go from Pool Villas from 06:00 in the morning  
to Golf course restaurant.

### OTHER FACILITIES

Golf Course Top 100 courses outside US  
(10 Green fee vouchers for 30,000 Baht from 36,000 Baht)  
Par 3 Golf Course, Driving Range  
Water Park  
Wakeboard  
Spa  
Tennis, Paddle Tennis  
Putting Golf  
Volleyball Grass/Beach

For more information please contact: 089 254 3773  
E-mail: [reservation@bmresort.com](mailto:reservation@bmresort.com)

**POOL VILLA FOR SALE**  
From 5,995,000 Baht  
Contact for English 081 763 2200  
For Thai 089 254 3773

**LAKESIDE CONDOMINIUMS FOR SALE**  
From 1,995,000 Baht  
Contact for English 081 763 2200  
For Thai 089 254 3773

E-mail: [sales@bmghuahin.com](mailto:sales@bmghuahin.com)

ULTIMATE GOLF CLUB EXPERIENCE  
[www.blackmountainhuahin.com](http://www.blackmountainhuahin.com)

---

For more information:  
[bottoniluca@artegolf.com](mailto:bottoniluca@artegolf.com)





Golf Club  
Menaggio

za del gioco, che alla fine si conclude in un'intera giornata persa per il lavoro o la famiglia.

Altri sono arrivati persino ad ipotizzare che l'utilizzo del materiale e palline, sempre più all'altezza e competitivi, abbiano di fatto portato ad **abbassare di handicap** molti giocatori, che poi **faticano a mantenerselo** o più semplicemente ad essere competitivi per le normali giocate.

Poi ci sono come sempre i motivi di **orari rigidi, compagnie non gradite** e tutta una serie di motivazioni sicuramente valide, ma che ripeto, da sole non sono mai state di per sé capaci di giustificare questa attuale disaffezione.

**Io credo che più semplicemente la gente sia un po' più stanca, viste le dure battaglie che combatte quotidianamente sul lavoro e sulla professione, per permettere a sé e alla propria famiglia di poter mantenere un decoroso standard di benessere.**

I tempi di crisi, si sa, non risparmiano nessuno e qualcuno comincia ad avere voglia di giocare a golf, accontentandosi magari di fare solo **9 buche: par e birdie**, poi se anche non arrivano fa lo stesso, ci si può accontentare di qualche buon colpo e di aver passato comunque qualche ora in compagnia di vecchi amici.

**Discutendo sull'argomento, qualcuno mi ha chiesto se in effetti, io andrei mai**

**a sciare o a fare una passeggiata in bicicletta con sconosciuti affidatimi lì per lì dal gestore degli impianti.** Il paradosso è un po' tirato ma rende effettivamente l'idea, tanto più che il golf ha, ci piaccia o no, questa **etichetta di sport elitario** e, in un momento di forte crisi come questa, tanti hanno meno voglia di sentirsi coinvolti da un agonismo lontano da momenti di relax e fatti conviviali.

Come se non bastasse poi, a dare credito



alla versione dello sport di "casta", ci pensano anche le varie proposte, tra cui quella di avere una **lista degli iscritti dei vari circoli, da sottoporre a verifica fiscale.**

C'è modo e modo, la stessa cosa la si sarebbe potuta dire così: **"coloro che giocano a golf svolgono un'attività fisica, benefica, propedeutica e preventiva; chi gioca a golf agendo in tal senso, preserva se stesso da tutta una serie di problematiche di natura medica che abbassano notevolmente il costo sociale della terza età".** Perciò, tutti coloro che sono iscritti ad una società sportiva (non solo golf quindi), potrà dedurre quanto speso dal

proprio imponibile, visto che è scientificamente provato che coloro che fanno sport, sono più in salute e gravano perciò meno sulla collettività per quello che oggi è il costo maggiore sociale: le cure mediche. Questo equivarrebbe ad un auto-censimento del benessere. Troppo difficile?

Il golf può considerarsi ancora un *enclave* per il piacere di appartenenza ad un ceto ristretto di ricchi ed originali?

Il **presidente onorario del Golf Club Torino era SAR il Duca d'Aosta, 9 buche, quota annua 300 lire.** Al GC Roma presidente era il **Conte Alfredo di Carpegna. Entratura (fondo perduto) 1.500 lire, quota annua 700 lire, per un giorno, un green fee, 30 lire.** Il Milano, presidente **Piero Pirelli, richiedeva 1.000 lire di entrata** ed una **quota annua di 800 lire.** Il GC Napoli era presieduto da **SAR il Duca di Spoleto.** Il **Col. Carlo Rasmus** presiedeva quello di **Merano**, aperto tutto l'anno. A **Palermo** presiedeva il **principe di Petrulla** e segretario era il **marchese di Notarbartolo di Montallegro.** Si giocava soltanto da **dicembre a maggio**, quando lì l'erba era verde.

**Golf per pochi, ricchi e snob che imitavano i pochi maestri inglesi in Italia per caso o per lavoro.**

Il **Principe Ruspoli** dominava la scena italiana amateur, il finish era un **"finale"**, i tee erano **"poggio di partenza"**, i green **"piaz-zola di arrivo"** ed il green-fee, **"biglietto di ingresso"**, costava mediamente **20 lire.** Ohibò, mi sono dotato di tabelle rivalutative e ho scoperto che le **20 lire di allora, corrispondono**, grosso modo, a poco più di **100 euro di oggi** (pensavamo tutti che sarebbe venuta fuori una cifra più alta), il che significa che, ci piaccia o no, **rimane uno sport per ceti benestanti.**

**Il golf ha smesso di essere uno sport da nobili e si accontenta di essere un nobile sport.**

Noi, protagonisti del momento, ci adattiamo al **"sentiment"** del gioco, crisi permettendo.

**Dario Bartolini**

*Direttore Recensioni Tecniche*



Foto di Stefano Melini  
Traduzione di Yulia Shesternikova



# RAFFAELE GRECO

## *Il successo parte dal green*

*Intervista con Raffaele Socio fondatore ed amministratore delegato  
GI.MA Fashion Group SpA, una delle più importanti e dinamiche realtà aziendali  
italiane attive nel settore calzaturiero che annovera  
tassi di crescita esponenziali.*

**G**I.MA Fashion Group SpA: storia, missione e fondatori come ha inizio e grazie a chi?

GI.MA Fashion Group è attiva sia in Italia sia a livello internazionale, e attraverso l'opera dei soci fondatori, **Raffaele Greco** e **Luciano Martino**, è riconosciuta come uno dei primari leader nel mercato delle calzature, uomo e donna, di elevato livello qualitativo, sia per il design che per la fattura, rivestendo da oltre **30 anni**, con estremo successo e soddisfazione da parte dei committenti, tutte primarie firme dello **star system** della **moda**.

## РАФФАЭЛЕ ГРЕКО

*Основатель и  
управляющий GI.MA  
Fashion Group SpA  
одна из самых важных  
и динамичных  
итальянских компаний,  
работающих в обувной  
промышленности.*



*Sede e stabilimento  
di Porto Sant'Elpidio (Fermo)*

**К**ак началась ваша карьера?

GI.MA Fashion Group работает на международном уровне и считается одной из ведущих компаний на рынке мужской и женской обуви с 30 летним опытом работы и пользуется большим успехом у своих клиентов. GI.MA Fashion Group является сильной и успешной компанией, работая в гармонии, постоянно улучшая качество своих товаров

**Планы на будущее и стратегии?**

GI.MA Fashion Group постоянно развивается, следя за последними тенденциями, сохраняя свой стиль, качество и развивая новые проекты в мире моды. Эта стратегия позволяет расти и развивать партнерские связи с престижными итальянскими и зарубежными брендами.



*Raffaele Greco*

un fondamentale ed insostituibile ruolo di advisor nella progettazione, realizzazione e produzione di modelli originali e talvolta oggetto di prestigiosi riconoscimenti.

**Artigiani o industriali questo è sempre stato un dilemma in Italia, come si posiziona la società?** GL.MA Fashion Group è una realtà aziendale strutturata ed **organizzata industrialmente**, ma

con una forte **impronta artigianale** dove vengono coniugati in modo armonico ed esaltate al massimo le connotazioni positive di tali definizioni.

**Quali sono i progetti futuri e quale è la visione strategica?**

GI. MA Fashion Group è una struttura in continua evoluzione e sviluppo che mantiene però sempre fissa, in maniera intransigente e talvolta ossessiva, l'attenzione sulla **qualità** e



**Chi sono i vostri principali partner strategici?**

Già in corso di molti anni GL.MA Fashion Group lavora con i principali marchi nazionali e internazionali. Produce e vende per licenza prodotti di marchi come Coveri, Alessandro Dell'Acqua e Gai Mattiolo.

**Quali sono i componenti principali di GL.MA Fashion Group nel mercato di vendita?**

- sviluppo di nuovi prodotti

- servizio al più alto livello
- attività commerciale e comunicazione

GI.MA Fashion Group può offrire consulenza e assistenza nei seguenti settori:

- Styling & Design
- Selezione di modelli
- Realizzazione tecnica
- Produzione
- Logistica e gestione
- Vendita e assistenza



*Georgiana Rababoc*



*Georgiana Rababoc*

sulla **personalizzazione** dei **progetti** e dei relativi **prodotti**. È con questa visione strategica che si pone l'obiettivo di crescere nell'immediato futuro, aumentando le partnership operative con ulteriori prestigiosi fashion brand sia italiani che esteri.

**In quali aree opera e quali sono i principali partners strategici attuali ?**

**GI.MA Fashion Group** è una organizzazione aziendale integrata che ha saputo ridisegnare - in una dimensione allargata ed al passo con i mutamenti di scenario - la catena del valore nel settore calzaturiero, assumendo quali fattori decisivi per il successo nello specifico mercato la progettazione creativa, la capacità di anticipare e governare i trend di mercato e di proporre allo stesso una let-

tura culturale del prodotto e del consumo, rappresentando così un naturale e strategico partner organizzativo, produttivo e commerciale per i leader del Sistema Moda Europeo.

**GI.MA Fashion Group opera con estrema soddisfazione da diversi anni con alcuni dei più importanti fashion brand nazionali ed internazionali.**

Produce e commercializza direttamente e storicamente, attraverso un contratto di licenza i marchi **Enrico Coveri** e **Alessandro Dell'Acqua** a cui si è aggiunto recentemente il prestigioso brand **Gai Mattiolo**.

**Quali sono i servizi proposti al mercato ?**

**GI.MA Fashion Group** ha superato con successo la tradizionale, **obsoleta** e **semplice** struttura di **fabbrica**, diventando una **moderna piattaforma industriale** e di **servizio** in cui convivono e si contaminano **tre componenti fondamentali ed indissolubili:**

- l'insieme dei processi produttivi necessari alla realizzazione del prodotto

- le attività di servizio che contribuiscono a conferire valore immateriale ai beni
- le attività di tipo commerciale e di comunicazione.

**GI.MA Fashion Group** è in grado di fornire in modo integrato o isolato - con elevatissimo livello qualitativo - consulenza e assistenza nelle seguenti aree di attività:

- **Styling & Design**
- **Campionatura**
- **Realizzazione tecnica**
- **Produzione**
- **Logistica & Controllo**
- **Vendita & Assistenza**

**Il rapporto con il golf sia a livello professionale che personale come viene vissuto ?**

**GI.MA Fashion Group** vive uno **stretto rapporto** con il gioco del **golf**, a livello professionale organizza e sponsorizza a livello nazionale il circuito golfistico **Trofeo Raffaele Greco** di cui è media partner **Golf People Club Magazine** e dall'altra realizza una linea di calzature su misura uniche a livello internazionale sia per la fattura, i materiali utilizzati, il design che soprattutto per la tecnologia utilizzata coperta dai relativi brevetti.



*Maria Grazia Borelli  
socio Lions Club Rho*



*Stella Roma  
socio Lions  
Club Rho*

**Отношение к гольфу на профессиональном и личном уровне?**

**GI.MA Fashion Group** тесно связана с гольфом, создав большую линию обуви для гольфистов, организует и спонсирует на национальном уровне гольф-турниры трофи Раффаэле Греко, медиа-партнером которых является **Golf Club People Magazine**

Так же играя в гольф вместе со всей своей семьей, женой и детьми укрепляя знания и стратегические возможности для бизнеса.

Так, например, с мая 2011 года **GI.MA Fashion Group** и партнер **Golf Club Magazine** ведут тесное и эффективное сотрудничество в области маркетинга и коммуникаций с **Lions Club** в **Lainate**, который органи-

**LUCIANO MARTINO, партнер основатель**

Родился в 1954 году, закончил технический вуз, имеет опыт работы в обувной промышленности более тридцати лет, работая с наиболее важными национальными брендами, заядлый игрок в гольф вместе со своей женой Стеллой и сыном Дэвидом в Римском **Golf Club Ambrosiano Bubbiano**.



I soci fondatori invece vivono il golf da appassionati unitamente a **tutta la famiglia**, infatti, **moglie e figli di entrambi** praticano e giocano tutti, inoltre vi è un aspetto **relazionale fondamentale**, poichè, durante i **momenti conviviali** che **precedono e seguono le gare**, si **stabiliscono conoscenze** che si **consolidano e nel tempo si trasformano in durature amicizie e talvolta anche in importanti e strategiche opportunità aziendali**.

Un esempio concreto e reale è quanto avvenuto nel **maggio 2011** con i vertici di **Golf People Club Magazine**, conosciuti alla **dodicesima edizione della gara organizzata dal Lions Club di Lainate al Green Club Golf Lainate** diretto da **Michele Brambati**, con i quali si è sviluppato un fattivo rapporto di collaborazione nel settore del **marketing** e della **comunicazione** che ha contribuito in maniera determinante alla crescita aziendale.

#### RAFFAELE GRECO

##### **Socio Fondatore Amministratore Delegato**

Classe 1962, diploma di stilista e successivi master di specializzazione in Marketing, Commerciale e Direzione Aziendale, ha maturato una notevole esperienza, quale responsabile collezioni linea donna, sia in Italia che all'estero, iniziata nel 1990 presso Esquire a Seul in Corea e proseguita in seguito alla Global Shin - Ei Corporation a Tokyo in Giappone, successivamente avvia a Parabiago la società Raffaele Greco Stile con la quale, in oltre 15 anni di attività, realizza, in qualità di consulente, collezioni donna per i più rinomati marchi italiani ed esteri.

Golfista, vanta un handicap 14, è iscritto al Golf Club San Vito di Gaggiano, organizza annualmente a livello nazionale il circuito golfistico denominato Trofeo Raffaele Greco ed è molto attivo nel settore della beneficenza e della raccolta fondi finalizzate a opere di solidarietà.



GI.MA Fashion Group ha infatti affidato a FOBO ADV srl, storica agenzia di comunicazione a servizio completo, fondata a Milano nel 1972, nonché editore della rivista Golf People Club Magazine, non solo la progettazione e la realizzazione, in triplice lingua, italiano, inglese e russo, del nuovo portale istituzionale aziendale ma soprattutto la creazione della direzione relazioni esterne ed ufficio stampa, in funzione degli importantissimi contatti vantati a livello internazionale dalla direzione editoriale.

**Per concludere, quali sono le ultime novità rilevanti che hanno interessato la società?**

A riprova del successo del modello intrapreso vi è in prima battuta il livello del fatturato, che nel giro di soli **tre anni** è passato da qualche **centinaia di migliaia di euro ai 6 milioni di euro** previsti per il **2012**, poi la conquista di mercati estremamente interessanti ed in grande espansione quali in primis la **Russia**, che nel **2011** ha evidenziato una crescita del **PIL** pari al **4,8%** ed infine l'apertura della nuova sede positiva, produttiva e commerciale. In maggio è stato inaugurato lo store aperto al pubblico, di oltre **2.500 metri quadrati a Porto Sant'Elpidio** e la conseguente crescita occupazionale ed opportunità professionale offerta a circa **40** qualificate **risorse umane**.

#### GI.MA Fashion Group SpA

Via Sant'Ambrogio 15

20015 Parabiago - Milano

Tel. 0331.495041 - Fax 0331.749922

Via dell'Edilizia 3 - 63821 Port S. Elpidio - Fermo

Tel. 0734.901806 - Fax 0734.901619

www.gmafashiongroup.com



#### LUCIANO MARTINO

##### **Socio Fondatore**

Classe 1954, maturità Tecnico Commerciale, vanta un percorso professionale ultratrentennale sviluppato interamente nel settore calzaturiero a livello imprenditoriale, avendo collaborato e contribuito con successo e concretamente al lancio ed al consolidamento, sia a livello di produzione che di sviluppo commerciale, con i più importanti marchi del fashion system a livello nazionale. Appassionato golfista, è socio insieme alla moglie Stella Roma ed al figlio Davide del Golf Club Ambrosiano di Bubbiano.



звал режиссер Микеле Брамбати FOBO ADV SRL- это коммуникационное агентство, основанное в Милане в 1972 году, которое предоставляет полный спектр услуг по коммуникациям для GI. MA Fashion Group, а также, является издателем журнала Golf People Club Magazine, который выходит на трех языках, итальянском, английском и русском.

**Существенные изменения, которые повлияли на вашу компанию?**

Успех GI. MA Fashion Group в первую очередь зависит от уровня товарооборота, который всего за три года увеличился от нескольких сотен тысяч до 6 миллионов евро, от большого расширения рынка сбыта, в первую очередь в России.

Уже в 2011 году был зафиксирован рост ВВП на 4,8% и, наконец, открытие нового центра 2500 квадратных метров в Elpidio Porto Sant по производству и продаже товаров.

#### RAFFAELE GRECO

генеральный директор и учредитель GI.MA Fashion Group.

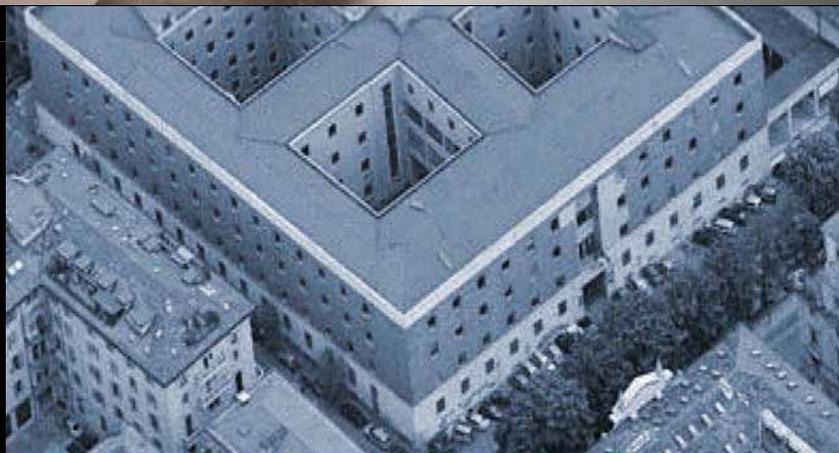
Родился в 1962 году имеет два высших образования дизайнер и экономист, начал свою творческую и коммерческую деятельность в 1990 году в Esquire в Сеуле, потом в Токио и наконец в Италии.

Гольфиста имеет гандикап 14, значится в гольф-клубе Сан-Вито Gaggiano, ежегодно организует Национальный гольф турнир Trophy Raffaele Greco и очень активен в области благотворительности и сбора средств, которые отправляет на солидарную деятельность

# RIZZETTI

Недвижимость

# R



## LARGO BELOTTI BORTOLO 3 VIA DELLO STATUTO 21

Обращайтесь по телефону в Италии

# +39 035 212562

**ПРОДАЖА В БЕРГАМО,**  
красивый городок Ломбардии,  
в 20 минутах от Милана.

В самом центре города, на  
улицах Белотти Бортоло 3 и  
Статутто 21, продаём два здания,  
принадлежащих полностью  
агентству по государственному  
имуществу.

ДАННЫЕ	БЕЛОТТИ	СТАТУТО
общая площадь	15.312	24.860
Общая арендная плата 2011	2.082.027,00	3.047.133,00
Эффект	24/12/2004	24/12/2004
Продолжительность	9+9	9+9





# Giovani Designer emergenti CHE SONO GIÀ UN MUST

di Giulia Bellida  
event fashion manager



**P**roenza Schouler, Jason Wu e Charlotte Olympia: ecco i nuovi nomi del *fashion system* che stanno diventando un vero e proprio punto di riferimento per tutte le donne amanti del mondo *glamour*. Tutti *designers* molto giovani, i primi due sono americani (o comunque americani acquisiti nel caso di Jason Wu che è originario taiwanese), mentre Charlotte Olympia è il brand creato da Charlotte Dellal, designer anglo-brasiliana.

Si distinguono tutti per uno stile particolarissimo e riconoscibile: Proenza Schouler soprattutto per le sue borse che brillano in eleganza e stile, Jason Wu per i suoi outfit, che spesso hanno vestito Michelle Obama ed altre celebrità, e Charlotte Olympia per le sue scarpe eccentriche ma allo stesso tempo chic.

Il brand PROENZA SCHOULER prese forma nel 1998 quando i due giovani McColough ed Hernandez realizzarono una collezione moda da presentare come tesi: l'intera collezione ebbe un tale successo che fu ac-



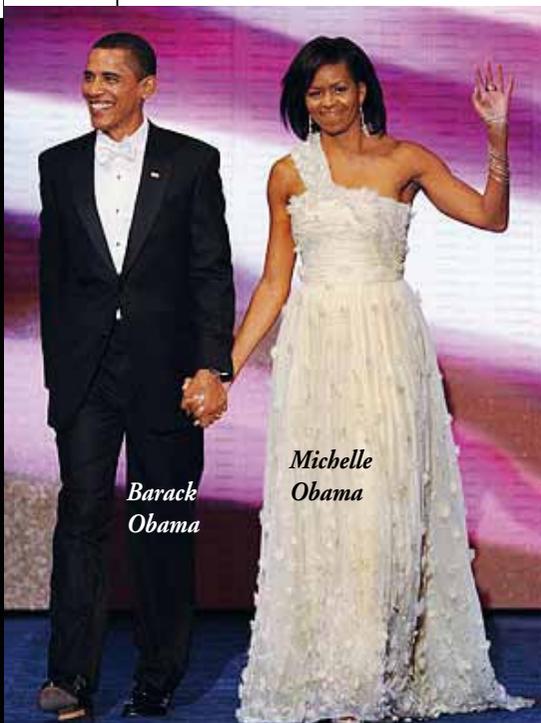
quistata interamente da Barneys New York, e fin dalla sua nascita Proenza Schouler ha ricevuto numerosi riconoscimenti. Una curiosità: il nome del marchio è stato creato unendo insieme i due nomi da non sposate delle madri dei due fondatori. A Milano le borse marchiate Proenza Schouler si possono trovare da Excelsior, il megastore del lusso appartenente al gruppo Coin.

JASON WU è un giovanissimo stilista taiwanese (classe 1982) che ora vive e lavora negli Stati Uniti. La sua prima collezione debuttò nel 2006 e solo due anni dopo vinse già un

premio. Tra le sue prime clienti illustri ricordiamo Ivana Trump e January Jones, ma la persona che senza dubbio ha maggiormente contribuito a lanciare l'omonimo brand è la first lady Michelle Obama, che in diverse occasioni ufficiali ha indossato le sue creazioni, compresi i festeggiamenti per l'elezione del marito

Barack Obama.

CHARLOTTE OLYMPIA è il brand calzaturiero creato nel 2006 dalla designer anglo-brasiliana Charlotte Dellal. Le sue calzature hanno come logo una ragnatela dorata sulla suola di ogni scarpa, ed in pochissimo tempo sono diventate il sogno di moltissime donne, grazie al loro stile unico e ricco di colori, dai tacchi a spillo altissimi e dai colorati plateau (che le rendono anche un po' più.. comode!). Le star hollywoodiane già le adorano e non perdono occasione mondana per sfoggiarle, prime fra tutte Gwyneth Paltrow, Beyoncé, Olivia Palermo, Kate Moss e Sarah Jessica Parker. Tra i best seller Charlotte Olympia ricordiamo le décolletées nere con plateau dorato, che sono già un must tra tutte le fashion blogger e... non solo!



Barack Obama

Michelle Obama





# VITTORIO GIULINI

## Moda con gusto



Foto di Stefano Merlini

LIOLÀ

**C**ome nasce professionalmente la sua carriera?

Devo subito premettere che, pur venendo da una famiglia legata alla nascita del settore tessile cotoniero in Italia, il mio destino professionale non era legato a questo ramo, bensì al **settore chimico**, in aderenza alla mia **laurea** e ad un'altra piccola attività di famiglia. Fresco di un'entusiasmante **Business School** in cui avevo imparato che **"i bilanci sono quasi sempre falsi, salvo i debiti che sono sempre veri"** mi sono ritrovato a dover gestire un'**azienda di abbigliamento** con **mille problemi** e, soprattutto, senza un'**identità di prodotto** e di **marchio**.

**Quali sono state le prime scelte strategiche?**

All'età di **26 anni** acquisto una piccola attività nel settore della maglieria. Questa è stata per

me una vera folgorazione, quasi come **Saulo** sulla via di **Damasco** aprivo gli occhi su una tecnologia in piena evoluzione, flessibile, moderna, opposta alla pesantezza della tessitura tradizionale. Finalmente avevo trovato un prodotto in cui credere. Mancava il marchio, ed ecco nascere **Liolà**.

**LIOLA: l'età dell'oro.**

Gli anni **70/80** sono stati per **Liolà anni d'oro**, anni in cui si è delineata la strategia di gestione che, pur in un contesto diverso, è valida ancora oggi:

- **prodotto unico**, diverso da quanto esiste sul mercato, grazie al controllo della filiera tecnologica dal filo al prodotto finito
- **100% Made in Italy** con scelte tese a proteggere l'occupazione

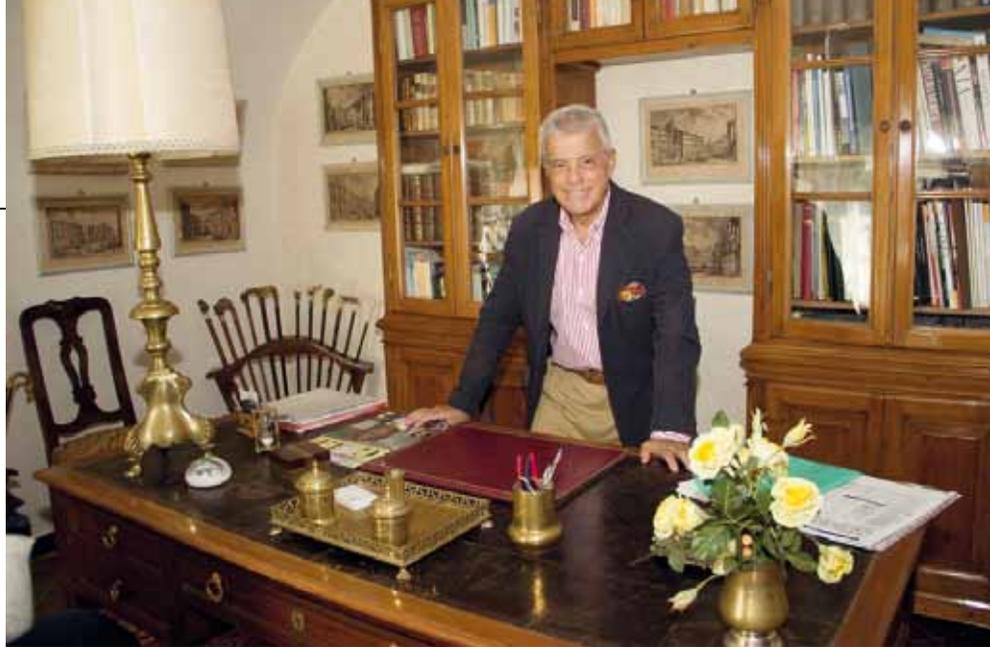
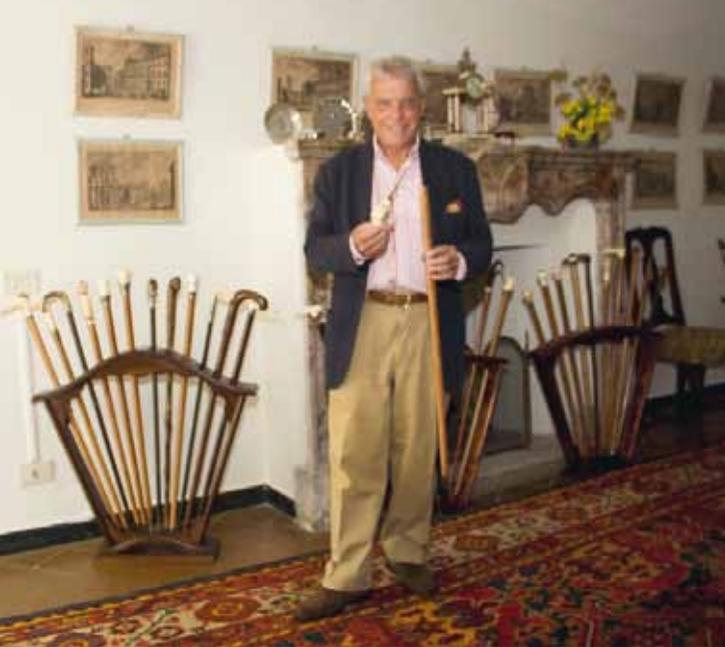
- **totale autonomia finanziaria** per poter sostenere senza problemi gli investimenti in tecnologia necessari.

**Mancava la distribuzione diretta dei prodotti, scelta delicata quella di aprire negozi monomarca, che sembrava allora un'impresa ad alto tasso di rischio.** E tale lo è stata, quando nel **1986** in un anno abbiamo aperto i primi **22 negozi** dei **130 attuali**, iniziando con molta umiltà ad imparare un nuovo mestiere.

**Dove nasce la passione di famiglia per il vino?**

Negli stessi anni in cui l'azienda apriva i negozi, la mia famiglia si stava interessando all'acquisto di un terreno agricolo nelle terre laziali, vicino a **Frascati**, da destinare a vigneto, che si è poi trasformato nella **Tenuta di Pietra Porzia**. Il de-

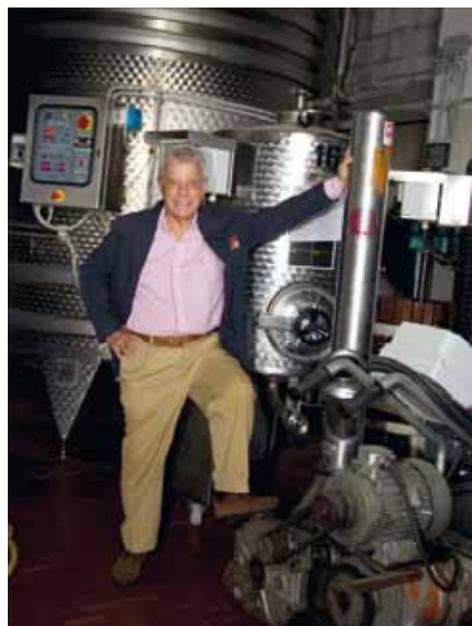




stino ci ha poi portati all'acquisto della **Tenuta La Marchesa a Gavi**, in **Piemonte**, arrivando così fra le due aziende a un totale di circa **100 ettari di vigneto** e una produzione di **800.000 bottiglie all'anno**. La scelta dirigenziale dell'azienda vinicola non è stata quella di affidarci ai tanti "guru del bicchiere" per avere recensioni o pubblicità, ma al contrario **abbiamo creduto nel Made in Italy** lasciando che l'architettura aziendale si inserisse armonicamente nel paesaggio italiano autoctono.

**Golf, vino e non solo...**

Il coronamento del progetto è stato l'apertura da pochi anni di **due agriturismi con 12 camere e ristorante in immobili d'epoca** per con-



dividere con tantissimi visitatori il fascino della campagna. Vicino alla **Tenuta La Marchesa** si può giocare presso il bellissimo **Golf Villa Carolina** o presso il nuovissimo **Colline del Gavi**, mentre vicino alla **Tenuta Pietra di Porzia** si può giocare a golf a **Fioranello** o nel suggestivo e "vulcanico" **Castelgandolfo**, ricordandosi di essere, in fondo, a due passi dalla **Capitale**.

**... e profumi inebrianti ...**

Se sul **Gavi** e sul **Frascati** si è già detto molto, più stimolante per noi è la sfida che stiamo affrontando sui **vini rossi** alla ricerca di vitigni autoctoni del territorio nell'espressione più genuina dei loro profumi non alterati in alcun modo dal legno delle barrique. Le nostre peculiarità sono l'impianto di **Albarossa a Gavi** e ancor più lo straordinario vitigno di **Frascati**, con sentore di cacao e di **frutta sotto spirito**. Le prime bottiglie stanno arrivando per l'annata **2012**.

**Liola in Confindustria. Come è stata questa esperienza?**

Gli anni '90 - 2000, erano periodi tranquilli in cui raccogliere i frutti di tanto lavoro e di mettersi anche al servizio del sistema industriale, un servizio stimolante perché non legato al potere o al danaro, ma solo al consenso. Sono stato **presidente di Sistema**

**Moda Italia** (l'Associazione degli Industriali del Tessile e della moda che fa capo a Confindustria) nel periodo più bello della sua storia: il surplus della **bilancia dei pagamenti** del settore era pari alla meccanica, i grandi stilisti e le **grandi imprese italiane** erano leader mondiali, il futuro sembrava più che roseo e quindi perfetto. **Restano i problemi di identità per una piccola media azienda stretta fra i colossi del lusso e del mercato di massa, i problemi di fiducia in una strategia in cui si crede ma che si deve confrontare sempre con il mercato**, ma tutto questo non incide sulle certezze di fondo e sul fatto che oggi più che mai è vero il fatto che la **"qualità di vita è comunque più importante della quantità di soldi"**.

Architetto **Andrea Alpini**  
Direttore *Itinerari Golfistici Culturali*  
*Enogastronomici*  
*Golf People Club Magazine*



**Vittorio Venturelli**  
Presidente **FoBo ADV**

**Maria Grazia Borelli**

**Stefano Masullo**



**Maria Grazia Borelli**

**Stefano Masullo**

**Vittorio Venturelli**



**Maria Grazia Borelli**

**Fotografia:**

Flavio Torre, *ritratti*,  
Stefano Merlini, *back stage*

**Make Up Artists:**

Chiara Picone,  
Natascia Langelli,  
Ines Meduri

**Hair Stylist:**

Antonio Romano MyHead  
Parrucchieri Oggiono

**Video Maker:**

Marco Ongania Emofilm

**Location:**

Via San Pietro all'Orto 6 Milano

**Abbigliamento:**

Mulligan & Co. Parma,  
*jeans e costumi da bagno push up*  
Milena Andrade Milano

**Calzature:**

GI.MA Fashion Group - Raffaele  
Greco Golf

**Intimo:**

Yuppidoll Brescia

**Partners:**

Elgon Cosmetics,  
Acqua Deeside,  
Osteria del Gambero Rosso Milano,  
Pinky Penta Point Milano,  
Penta Medical Center Milano,  
Radio Milan Inter,  
Tele Milano City,  
Amorosso Vini,  
Antoitalia

**Preziosi:**

Damiani Gioielli

**Profumi:**

Alpac Mille



**Mulligan & Co** nasce da una grande passione per l'abbigliamento Casual - Sportivo, con l'obiettivo di creare capi ergonomici e funzionali per ogni esigenza specifica.

Seguendo la passione per il Golf, ha realizzato una **linea di abbigliamento dedicata**, ricca di contenuti tecnici.

Inoltre **Mulligan & Co** offre un servizio di personalizzazione con stampa o ricamo del logo.

[www.mulliganeco.it](http://www.mulliganeco.it)

**Mulligan & Co** è presente sui Green con **Bioearth, Cristian Event, Golf People Club Magazine, GI.MA Fashion Group, Raffaele Greco Golf** e Ramada, partner d'eccellenza.



**MULLIGAN & CO**  
APPAREL AND GADGETS

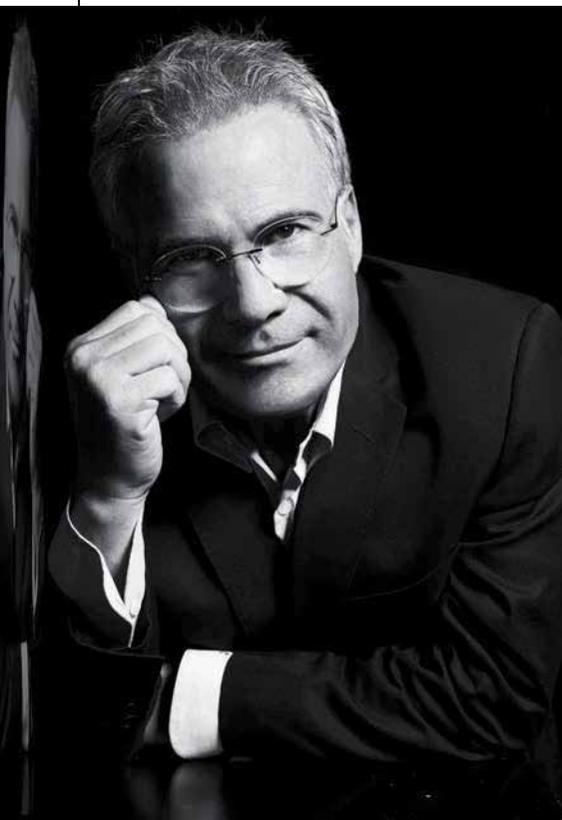
## Storia di una "Zolla"

Daniele Giolito © 2012



# Carlo Pignatelli

*Massima espressione di eleganza e sartorialità, Carlo Pignatelli interpreta il guardaroba del gentleman del XXI secolo con ricercatezza, all'insegna di un classicismo contemporaneo*



**C**arlo Pignatelli inizia a lavorare giovanissimo nelle "botteghe", dove apprende i segreti della sartorialità maschile di alto livello. Nel 1966 si trasferisce a Torino dove collabora con diversi atelier. Nel '68 apre la sua prima sartoria per una selezionatissima clientela altolocata per cui realizza capi su misura e nel 1973 inaugura l'atelier che porta il suo nome. Nel 1980, nell'esclusivo "Hotel Principi di Piemonte" a Torino, presenta la sua prima sfilata uomo-donna, dedicata soprattutto agli sposi e tre anni dopo inizia a collaborare con le case cinematografiche. Nel '93 Carlo Pignatelli approda, per la prima volta, a "Milano Collezioni Uomo": è l'inizio del processo di affermazione interna-

zionale del marchio. In seguito lo stilista apre boutique monomarca e showroom in tutto il mondo: **Europa, Asia, Africa**. Oggi, dopo oltre quarant'anni di successi strepitosi, il brand si estende a molte licenze: gioielli, fedi nuziali, bomboniere, cravatte, calzature, underwear, prêt-à-porter, abbigliamento bambino, prodotti per la casa e interior design. **La griffe si è inoltre estesa anche al mondo dello sport: lo stilista ha infatti disegnato le divise ufficiali di molte squadre di calcio.**

Un'eleganza senza tempo, l'elevata sartorialità basata sui principi cardine del **Made in Italy**, la ricerca dell'esclusività e la cura dei dettagli,

unite a un'inedita fusione tra innovazione e tradizione sono gli elementi che hanno decretato il successo internazionale di questo stilista. Con i suoi ricercatissimi e innovativi capi, di grande fascino, **Pignatelli** ha reinventato il concetto di abbigliamento da cerimonia adeguandolo al dinamismo del nostro tempo. **A lui si deve la paternità dell'alta moda uomo:** una vera rivoluzione in cui si dedica grande attenzione allo sposo, raffinato e glamour, capace di sbalordire esattamente come la sposa, in passato unica indiscussa protagonista della cerimonia nuziale. Stilista eclettico e visionario, **Carlo Pignatelli** ama sorprendere attraverso le sue splendide crea-

zioni capaci di esaltare la personalità di chi le indossa. Con lui la moda maschile si apre a nuovi orizzonti, lontano dai rigidi schemi di forme, tessuti e colori. **La classicità incontra la novità: il risultato è uno stile sofisticato e originale, dall'inesauribile modernità e dall'inconfondibile eleganza.**

Novità per il prossimo inverno è la linea "**Carlo Pignatelli**" con una collezione casualwear all'insegna di uno stile nuovo, in cui non si cerca il trend ma dove se ne crea uno personale.

La nascita della nuova label è caratterizzata da tradizione e modernità, le creazioni dall'animo



sartoriale, insito nel dna della maison, si uniscono a quell'afflato contemporaneo, in cui ogni dettaglio ha una storia da raccontare, che è un'esigenza imprescindibile per l'uomo moderno, attuale ed elegante al contempo.

*Fil rouge* dei modelli proposti nella collezione è il *lifestyle* torinese, da sempre *atout* della maison.

La collezione nasce, infatti, nel solco dell'understatement, tipico del capoluogo piemontese, e risente di influssi anglosassoni; le grandi dinastie, sinonimo di fascino e classe *evergreen*, protagoniste della scena e del costume del **XX secolo** – dai **Kennedy** agli **Agnelli** – ne caratterizzano il mood.

Seguendo l'evoluzione del gusto moderno, i *must have* del guardaroba del gentleman del **XXI secolo** vengono interpretati con ricercatezza – **l'abito, il blazer, il cappotto** – all'insegna di un **classicismo contemporaneo**.

Massima espressione di eleganza e sartorialità, il capospalla acquista un *côté* più sportivo presentandosi arricchito da finissaggi contro le intemperie e dal sapore tecnico, per una *sport couture* che strizza l'occhio alle discipline sportive sinonimo di aplomb e di classe.

#### Da dove trae ispirazione e come nascono le sue creazioni?

«Le ispirazioni vengono dai viaggi che faccio, dalla musica che ascolto ma soprattutto dai film di cui sono appassionato. Un abito deve emozionare, esaltare il giorno più bello; è così che il cliente rimane affascinato, tanto da optare per un capo piuttosto che un altro».

**Molti personaggi del mondo dello spettacolo di ieri e di oggi - come Marcello Mastroianni, Christian De Sica, Ezio Greggio e Albano - hanno scelto lo stile Pignatelli. Quale attore e quale attrice di Hollywood**

#### le piacerebbe vestire nel giorno del "sì"? Quale star interpreta meglio lo stile Pignatelli?

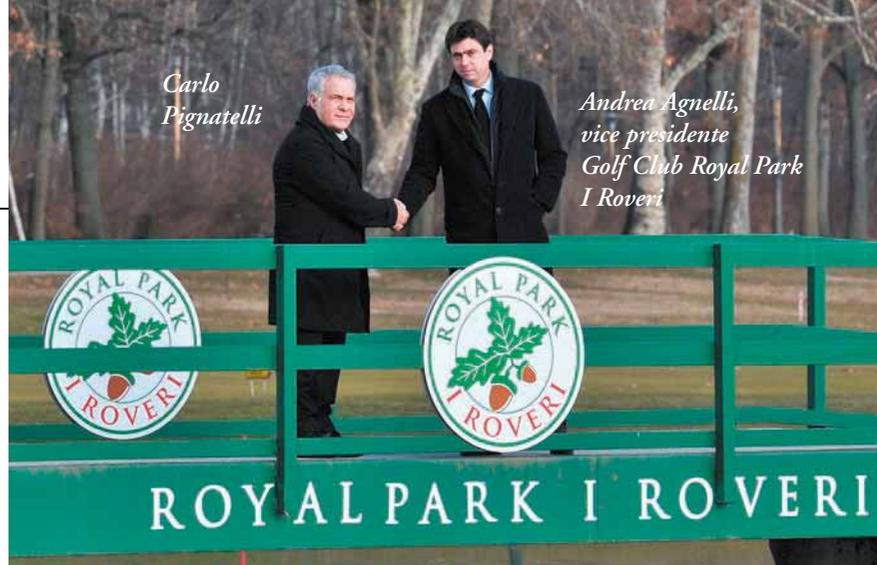
«Mi piacerebbe vestire **Penelope Cruz** o **Johnny Depp**. I personaggi che hanno indossato capi **Carlo Pignatelli** sono tanti, ma credo che per una questione di tempo e stima, senza far torto a nessuno, **Diego Abatantuono** sia un fedele rappresentante del mio stile».

#### Dai personaggi del mondo dello spettacolo a quello dello sport ed in particolar modo del calcio. Ci racconta com'è nata questa collaborazione?

Nasce tutto nel lontano **1995**, anno del mio storico sodalizio con la **Juventus**. In quella occasione ho portato in passerella, per la prima volta nella storia della moda, un fuoriclasse come **Antonio Cabrini** ed è stato un successo. Infatti ancora oggi disegno le divise ufficiali del club e dopo la **Juventus** ho collaborato con la **Nazionale Italiana di Calcio**, l'**Olympique Marsiglia**, il **Torino**, il **Watford**, il **Palermo** e la **Roma**. Ricordo con piacere il periodo in cui ho lavorato con **Gianluca Vialli** quando giocava nella **Juve** e poi come allenatore del **Watford**.

#### E la collaborazione con il golf club I Roveri ed Andrea Agnelli?

Da sempre apprezzo e stimo la famiglia **Agnelli** e grazie alla collaborazione con la **Juventus** sono rimasto in contatto oltre che con la società anche con la famiglia. Da qui l'approfondimento della conoscenza ed amicizia con **Andrea Agnelli** con



Carlo Pignatelli

Andrea Agnelli, vice presidente Golf Club Royal Park I Roveri

il quale abbiamo deciso di realizzare il progetto de **I Roveri**, di cui sono molto orgoglioso.

#### Dopo oltre quarant'anni di successi oggi il suo brand è apprezzato in Europa, Asia, Africa. Quali sono i progetti futuri di un marchio che ha già conquistato tutto il mondo?

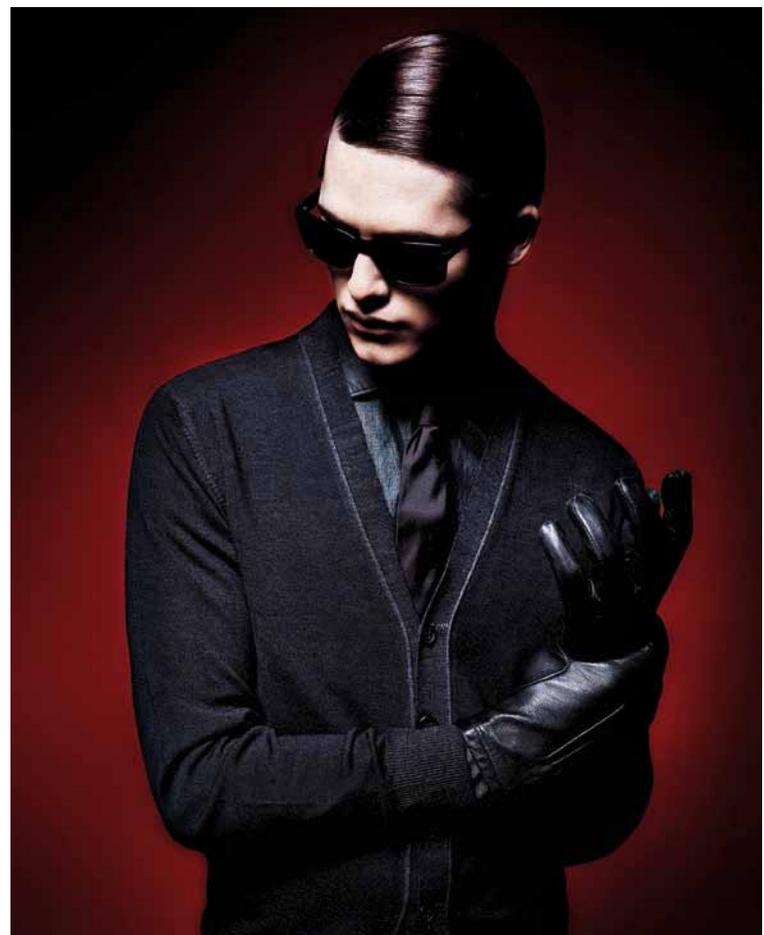
«Oltre a far apprezzare il nostro stile nelle parti del mondo non ancora coperte dalla griffe, ci impegneremo sempre più a migliorare il nostro servizio verso i clienti, affinché possano gradire e sentirsi tutelati dalla loro firma preferita».

#### I suoi preziosi capi rappresentano il simbolo del lusso e dell'Italian style. Pensa che l'alta qualità e l'eccellenza del Made in Italy siano in grado di vincere la crisi economica?

«Credo di sì. Il cliente che ci tiene e sa riconoscere un capo qualitativamente buono, non ci pensa due volte: **acquista solo Made in Italy, apprezzandolo sia per la manifattura che per il servizio**».

#### Che cos'è il "lusso" per Carlo Pignatelli?

«Per me il lusso è la facoltà di scegliere un prodotto per quello che vale e non per quanto che viene decantato. La qualità ha dei prezzi più alti, ma ciò viene ripagato dalla cura nei dettagli e dall'ottima manifattura».





# Penta Medical Center

---

S T U D I O A N T I A G E



Al Penta Medical Center ci prendiamo cura del tuo **equilibrio metabolico** con avanzate **tecniche di perfezionamento dell'aspetto**, senza tralasciare l'**equilibrio della mente**. Infatti, ti offriamo anche assistenza psicologica, consulting, coaching e molto altro ancora.

Telefona allo **02/33614477**

Oppure visita il nostro sito

[www.pentamedicalcenter.it](http://www.pentamedicalcenter.it)



Salsomaggiore Golf & Therme



Delia Confalonieri,  
Antonio Dell'Erba direttore  
Salsomaggiore Golf & Thermae

# Assomoda

...non solo moda

Foto di Stefano Merlini

**A**ssomoda nasce nel 1969 a Milano su iniziativa di un gruppo di pionieri dell'agenzia commerciale come siamo abituati a considerarla oggi.

Infatti in quel periodo ancora non aveva preso piede il "format showroom", vale a dire l'ufficio con area espositiva annessa, che caratterizza l'immagine dell'agente moderno. Quel gruppo di pionieri introdusse in Italia, importandola dagli Stati Uniti, una nuova modalità di interpretare il lavoro dell'agente di commercio: da venditore itinerante, o porgitore di prodotto, a titolare di uno showroom, nel quale ricevere i buyers e definire gli ordini di acquisto.

Contestualmente ad Assomoda i nostri precursori fondarono Milanovendemoda, la prima rassegna italiana del prêt-à-porter, e diedero vita ad una stagione gloriosa della nostra Associazione e della moda milanese, per la prima volta alla ribalta dopo i fatti della Sala Bianca di Firenze. Milanovendemoda esordì sotto il tendone di un circo, passò poi nei migliori alberghi cittadini ed infine approdò in fiera diventando punto di riferimento internazionale per l'abbigliamento

femminile. Ancora oggi, molto del prestigio di Assomoda deriva da quegli anni mitici, dove per entrare a far parte dell'Associazione

anche di aziende e giovani designers. Una nota importante è anche l'allargamento della sfera di rappresentanza associativa al mondo

dello sport e sportswear, per il quale è stato creato un apposito Dipartimento.

**I servizi offerti da Assomoda sono molteplici e finalizzati a creare supporto tecnico ed opportunità di business ai soci.** Tra essi una menzione particolare merita il servizio di ricerca partner, cioè le azioni svolte per favorire il contatto e l'eventuale sviluppo di una partnership commerciale tra le aziende e gli agenti/distributori.

Essendo tra le Associazioni costituenti di Confcommercio Milano, è in grado di estendere ai propri soci i servizi e le convenzioni che Confcommercio riserva alle imprese del terziario.

Le eccellenze di Assomoda sono almeno tre:

grande prestigio nazionale ed internazionale, è uno dei marchi più riconosciuti nel mondo; rappresenta la punta avanzata dei

Luciana Riva presidente  
Rossini Temporary



Stefano Masullo Rosalba Toraldo Massimo Costa

si doveva passare al vaglio di una Commissione di selezione.

Assomoda si muove come una classica Associazione di categoria promuovendo iniziative e servizi in grado di aiutare il percorso professionale ed imprenditoriale degli associati. La mission deriva dalla collocazione di Assomoda al centro della moda, dunque quella di svolgere un ruolo di anello di congiunzione tra produzione e distribuzione finale del prodotto. L'ottica di servizio e le finalità non lucrative definiscono le modalità operative dell'Associazione, una struttura a disposizione di agenti, distributori e, da poco,

mondo; rappresenta la punta avanzata dei grandi showrooms internazionali (circa 70), meta imprescindibile per tutti i compratori internazionali. È dunque di fatto l'Associazione di riferimento per il mondo degli showroom, che sono circa 850 nella sola città di Milano.

Rosalba Toraldo responsabile segreteria Assomoda,  
Massimo Costa segretario generale Assomoda, Delia  
Confalonieri direzione marketing International Golf  
Holding - Salsomaggiore Golf & Thermae





# METTERVI IN MOSTRA È IL NOSTRO MESTIERE



## CREATIVITÀ E PROGETTAZIONE

Lab Display è un'azienda con un sistema integrato di progettazione, produzione e vendita diretta di espositori, packaging e arredo pubblicitario per punti vendita.

La sinergia fra la fase di progettazione e quella produttiva ci rende una realtà completa ed efficiente, in grado di soddisfare velocemente ogni vostra esigenza. Qualità, design, innovazione e competitività sono caratteristiche che accompagnano Lab Display sul mercato a livello nazionale e internazionale.

Via della Tecnica, 7 - 21040 Origgio (Varese). Tel. 0296702159 r.a. Fax 0296739770



**LAB  
DISPLAY S.R.L.**

info@labdisplay.it - www.labdisplay.it

La città meneghina non è forse più capitale mondiale della moda, ma lo è degli showroom moda, che a **Milano** rappresentano la meta imprescindibile di tanti buyers internazionali, europei, giapponesi, americani e, nell'ultimo periodo, anche cinesi e russi.

**Anche i giovani designers, senza limiti di età, possono far parte di Assomoda.** E' stata una rivoluzione copernicana, nel corso del **2010**, che ha portato l'Associazione a dare spazio ai **giovani talenti del fashion**, i quali possono approcciare positivamente il mercato, attraverso il contatto con gli agenti/distributori. Sono circa **40 i designers associati**, alcuni dei quali provenienti dall'estero.

**Assomoda** e il dipartimento giovani stilisti facilitano la nascita di partnership commerciali favorendo l'incontro di designers e agenti/distributori.



*Roberto Badoni videoperatore Videostar TV, Roberta Legnani account executive Videostar TV*

te anche nel **Golf Club di Salsomaggiore**, **Assomoda organizza infatti "temporary store" riservati ai giovani designers, per consentire loro non solo l'esposizione dei prodotti ma anche la vendita al pubblico.**

Il **6 settembre**, in occasione della **Vogue's Fashion Night Out**, un gruppo di stilisti è stato ospitato nel **Temporary Store Spigatree**, nella centralissima **Via della Spiga di Milano**, nel cuore del quadrilatero della moda meneghina.

**Assotemporary** vanta oggi più di cento soci, circa **60 locations** nella città di

*Antonella Bussoleni, Maristella Colombo, designer del brand Marden Art con in mano bottiglia di vino Wine & Golf Azienda Agricola Faravelli.*



**Milano**, in altre grandi città italiane, e in alcune località di villeggiatura di particolare prestigio.

Anche i **temporary office**, meglio conosciuti come **business center**, fanno parte dell'**Associazione** e concorrono a fare di **Assotemporary l'Associazione** di riferimento per tutti i servizi commerciali caratterizzati dalla temporaneità, un tratto distintivo della società in cui viviamo dove **"tutto quanto è temporary"**.

**ASSOMODA**  
Corso Venezia 47/49 - 20122 Milano  
Tel. 02.7750363 - Fax 02.7750409  
[www.assomodaitalia.it](http://www.assomodaitalia.it)  
[assomoda@unione-milano.it](mailto:assomoda@unione-milano.it)



*Stefano Masullo, Massimo Costa, Michele Campanale, durante le riprese del programma televisivo Segreti, trasmesso dall'emittente televisiva Videostar TV*



*Antonio Dell'Erba direttore Salsomaggiore Golf & Thermae*

*Maria Grazia Borelli*

Alcuni brand emergenti hanno così avuto la possibilità di posizionarsi all'interno di importanti showroom, iniziando un percorso di crescita che li introduce nel mercato italiano ed anche in alcuni dei principali mercati esteri.

Per i giovani stilisti, **Assomoda** si avvale anche della collaborazione quotidiana con **Assotemporary**, l'**Associazione dei Temporary Shop, Showroom ed Office**, creata nel **2008** da **Massimo Costa** e **Paolo Comini**, per intercettare e dare un riconoscimento giuridico al fenomeno del temporary shop.

In alcune occasioni, tra le quali recentemen-



Foto di Alessandro Villa



# FRANCO PIRAS:

## *l'architetto del golf*

*Intervista a Franco Piras, amministratore delegato di GolfVacanze spa che gestisce il Golf Club Le Rovedine, da oltre 30 anni nel mondo del golf, con esperienze agonistiche e professionali a 360° è considerato in Italia come uno dei maggiori esperti del settore.*

**D**ottor Piras, quando ha cominciato a giocare a golf?

L'approccio con il golf è stato abbastanza casuale. Mio padre 35 anni fa divideva le sue attività tra Cagliari e Milano quando decise di trasferire tutta la famiglia pensando che avremmo avuto migliori opportunità formative e di lavoro. Mio zio che viveva già a Milano e giocava a golf ci spinse a provare. In quel periodo era in costruzione il Golf Le Rovedine e noi andammo a vivere in quella zona. All'epoca avevo 14 anni, dopo la scuola dedicavo il mio pomeriggio al golf. Pian piano abbandonai gli altri sport e mi dedicai completamente al golf.

**Quali altri sport ha praticato, e quali pratica tuttora?**

Come tutti giocavo a pallone e militavo nelle giovanili del Cagliari, mio padre però ha sempre cercato di incuriosirci e farci provare tutti gli sport per trovare quello più consono. Fino al termine dell'adolescenza ho praticato molti sport a livello agonistico... Alla fine ho trovato la mia dimensione nel golf fino a giocare in Nazionale negli anni 80. Negli ultimi dieci anni e il lavoro me lo consente faccio il possibile per andare a fare surf su qualche onda, ogni tanto vado in bici o nuoto e naturalmente gioco a golf con gli amici..

**Ci racconti del periodo in Nazionale.**

Un'esperienza formativa che auguro ad ogni giovane. Avevo 19 anni quando fu istituita dalla Federazione la

Scuola Nazionale di Golf a Roma, ero uno dei pochi giocatori scratch e fui selezionato per farne parte. Eravamo in otto, vivevamo a Roma al centro atleti dell'Acquacetosa, studiavamo all'università, ci allenavamo all'Olgiate durante l'inverno per poi partecipare durante la stagione agonistica ai vari campionati Nazionali e Internazionali. I miei compagni di squadra passati al professionismo hanno militato a lungo nel tour europeo ed ho avuto la fortuna di veder giocare per anni talenti incredibili come Olazabal e Montgomery. Io volevo fare il giocatore professionista e il pensiero di stare grazie al golf lontano da casa mi eccitava. Comprensibilmente è stato uno dei periodi più belli della mia vita: hai 20 anni, te ne vai da casa... nella città eterna. Ci allenavamo seriamente tutti i giorni ma non rinunciavamo nel tempo libero a vivere spensieratamente la nostra giovinezza.

**E quando è diventato una professione?**

Mio padre non ha mai sostenuto calorosamente l'opportunità che io diventassi un giocatore di golf, pensando che non dovesti fare un mestiere "legato alle mie mani". Rientrato a Milano mentre ancora studiavo per completare l'università si concretizzò la possibilità di rilevare la gestione del Golf Le Rovedine allora di sole nove buche. Fui quindi delegato a seguirne la ristrutturazione, ampliamento e gestione. Avevo 26 anni fu una grande manifestazione di fiducia da parte di mio padre nella quale riposi tanto entusiasmo per il fatto di poter trasformare la mia passione in un lavoro. Questa opportunità mi diede stimolo per avviare gli studi agronomici, il disegno e architettura golfistica. L'esperienza sul campo maturata in questi 20 anni sia in realizzazione che manutenzione e gestione, è stata fondamentale nella mia formazione professionale.

**Come si colloca Le Rovedine nel panorama golfistico nazionale?**

Le Rovedine per primo in Italia ha importato il concetto di "campo aperto", cioè un circolo nel quale per essere soci non è necessario acquistare una quota azionaria, ma soltanto pagare una quota associativa annua, o anche utilizzare giornalmente le strutture pagando per i servizi dei quali si usufruisce. In quegli anni eravamo l'unico percorso che era fuori dal sistema dei circoli "blasonati" nei quali anche solo prima di iniziare a giocare bisognava versare decine di milioni di lire per acquistare una quota ed accedere ai locali del Club. Al tempo i giocatori di golf erano pochi e lo stereotipo del golfista che ancora oggi limita lo sviluppo e allontana i neofiti era più che appropriato. Le Rovedine ha rotto gli schemi democratizzando il gioco, facendo diventare il golf "disponibile" contribuendo alla formazione di migliaia di giocatori nell'hinterland milanese. Ieri come oggi continuiamo a vivere il golf nell'ottica di sport più che di club, siamo un circolo informale, dinamico e innovativo. Recentemente abbiamo ampliato e rinnovato la Club House, ristrutturato e potenziato l'area didattica e realizzato una nuova area relax



Franco Piras

Saenuri Chon  
direttore Area  
Corea Golf  
People Club  
Magazine, Socia  
Golf Club le  
Rovedine

Nella Petych Senior  
Vice President e  
direttore Area Russia  
Golf People Club  
Magazine, Socia  
Golf Club le  
Rovedine



## Golf Club Le Rovedine

con piscina, solarium e ristoro a disposizione dei soci. Malgrado la congiuntura economica negativa continuiamo ad investire per cercare migliorare i servizi ed il percorso e quanto più conta, la soddisfazione dei soci.

### Tutti in famiglia giocano a Golf?

Tutti giochiamo, ognuno secondo la propria predisposizione e passione siamo ormai alla terza generazione golfistica, tra nonni figli coniugi e nipoti; tra i nostri figli nessuno ha manifestato grande passione, giocano e si divertono senza farne una ossessione, non li abbiamo

forzati, ma lasciati liberi di esprimersi secondo le proprie attitudini e aspirazioni. L'unica che è stata "forzata" a giocare a golf è mia moglie la quale ogni tanto mi ricorda che quando ci conoschemmo venticinque

anni fa le dissi "...il golf è la mia vita, se non ti piace e non giochi non possiamo sposarci". A quel tempo ha dimostrato grande amore cominciando a giocare ed oggi è ancora contenta di averlo fatto.

### Parliamo della sua professione di architetto di campi da golf

Nella vita non si improvvisa niente, c'è un detto "se hai un sogno, svegliati e perseguilo", così sto cercando di fare, un passo dopo l'altro con immutato impegno, consapevole che la strada non finisce mai. Ho avuto la fortuna di avere una buona predisposizione per il disegno, un pizzico di estro creativo, ma soprattutto una infinita passione per il gioco del golf e per la vita a contatto con la natura. Una profonda conoscenza del gioco, dei giocatori di ogni livello e della loro psiche, è fondamentale in un architetto di golf per cercare di conferire al campo oltre al valore tecnico ed estetico, anima e personalità. La realizzazione di un campo

da golf è un'operazione molto complessa, coinvolge innumerevoli professionalità, un buon architetto deve non solo avere creatività e visione artistica, ma anche una profonda conoscenza di ogni fase di realizzazione per affrontare nel rispetto dell'ambiente le caratteristiche univoche di ogni sito e far sì che il campo sia "un dono per la natura". Oggi sono Senior Member dell' EIGCA (European Institute of Golf Course Architect) e Associate Designer di Gary Player, un giocatore da leggenda. Sono soddisfazioni, non traguardi ma nuovi punti di partenza per cercare di migliorare. I campi da me

realizzati hanno un buon riscontro qualitativo, Le Rovedine, Is Molas, Villa Paradiso e Donnafugata sono apprezzati dai giocatori, la qual cosa mi riempie di gioia.

### Quali sono le tendenze, quali i suoi nuovi progetti?

Un famoso capo indiano oltre cent'anni fa disse "la terra non è un'eredità dei nostri padri ma un prestito dei nostri figli". Penso

sia nostro dovere proteggerla intervenendo per salvaguardarla e possibilmente migliorare l'ambiente. Le nuove tecnologie sono applicate per l'ottimizzazione e il risparmio idrico, per trovare nuove cultivar di erba più tolleranti agli stress e alla malattie, per scoprire principi attivi con i quali realizzare prodotti specifici più efficaci e con sempre minor impatto ambientale. La tecnologia applicata all'attrezzatura se da una parte gratifica l'ambizione dei giocatori che ambiscono a tirare la palla sempre più lontano, dall'altra rende necessari percorsi sempre più lunghi con un incremento di superficie di terra utilizzata e dei conseguenti costi di realizzazione e gestione. Dal punto di vista della tipologia dei percorsi che si realizzano, i nuovi campi sono essenzialmente destinati al supporto dell'attività turistica. Personalmente sto ultimando le semine di un nuovo campo in Sicilia, il San Leonardo Resort, e speriamo di partire a breve con i lavori a Massarosa, in Versilia. Come

Gary Player Design abbiamo in fase di avvio due progetti, Manzano Resort in Toscana e il nuovo percorso di Is Molas in Sardegna. Sono tutti progetti legati allo sviluppo turistico con importanti risvolti socio-economici, ma purtroppo la burocrazia italiana non da certezze, tempi e procedure variano in ogni Comune e Regione, gli interessi locali e gli equilibri politici spesso prevaricano gli aspetti tecnici. Questi aspetti scoraggiano gli investitori.

### In chiusura, come vede il futuro del golf in Italia?

In Italia sta cambiando l'approccio e lo stereotipo del golfista, le recenti gesta dei nostri campioni hanno creato uno spirito di emulazione tra i giovani che sono sempre più numerosi. L'ammissione del golf ai giochi Olimpici ne aumenterà enormemente la visibilità. Oggi c'è più consapevolezza di quanto il golf faccia bene alla salute, i "retired" sono una parte importante della popolazione golfistica e continuano a crescere. Anche la partecipazione femminile cresce, le donne hanno spesso più tempo degli uomini e vivono il golf con entusiasmo ed agonismo, a loro non piace sentirsi il sesso debole, possono cimentarsi e sconfiggere gli uomini e questo dà loro grande soddisfazione. Il gioco del golf ha cinquecento e più anni di storia, lo spirito del golf è insito nella natura dell'uomo e del suo rapporto con la natura, è sempre cresciuto e continuerà a crescere, al di là della congiuntura economica negativa di questi anni, penso positivamente e vedo nel medio periodo un futuro roseo.



Franco Piras

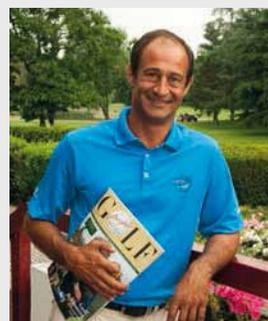
Gary Player

Davide Piras

**F**ranco Piras, classe 1962, è considerato oggi in Italia uno dei maggiori esperti del settore, fino a collaborare come Associated Designer con Gary Player.

Componente della Commissione Nuovi impianti e del Comitato Regionale Lombardo della F.I.G. fino al 2004, da 15 anni anni Presidente del Golf Club Mirasole e dal 2003 è membro affiliato dell'Associazione Italiana Architetti Campi Golf. Dal 2009 è cofondatore e Presidente Onorario ITA, Italian Turfgrass Association. Dal 2011 è Senior Member della E.I.G.C.A. European Institute of Golf Course Architect. L'attività professionale inizia nel 1989 al Golf Le Rovedine.

Si occupa del restyling del percorso e della realizzazione delle ulteriori 9 buche, dell'organizzazione nel '95 del 52° Open d'Italia e nel 2009 del 22° Ladies Italian Open.





## Circolo Golf Torino la Mandria:

# EMANUELE SESIA

**E**manuele Sesia. Ritratto sotto la quercia di Torino la Mandria.

Classe '92, il gioco del golf è la mia passione fin da bambino. Ho incominciato a giocare all'età di 8 anni grazie ai miei genitori, golfisti anche loro, presso lo storico **Golf Club Torino la Mandria**. Sin dall'inizio ho frequentato i corsi collettivi con i miei coetanei, poi a 11 anni ho preso il mio hcp di gioco: che soddisfazione! L'anno successivo ho partecipato al primo campionato italiano della mia categoria, e a 14 anni ho partecipato con la **Federazione Italiana Golf** al primo **Reid Trophy**, che è stata anche la mia prima trasferta all'estero. Oggi ritengo di essere un giocatore in erba molto fortunato. Qui, a la **Mandria**, ho la possibilità di allenarmi con **Edoardo Molinari** ed essere seguito dal mio coach, che è anche quello dei due fratelli, **Sergio Bertaina**. L'anno scorso ho finito la scuola superiore e mi sono diplomato in ragioneria nei tempi previsti nonostante le tante ore passate in campo. Questo è stato per me e per la mia famiglia un importante traguardo. Non ho molto tempo libero, dati

gli allenamenti assidui in campo e in palestra, ma quando posso ascolto tanta musica, e durante le vacanze al mare mi piace andare in barca a vela.

### Come si articola una tua giornata tipo?

La mie giornate tipo sono due: la prima di allenamento e la seconda di gara. La giornata di allenamento inizia alle 7.30, sveglia e colazione nutriente, poi via in auto a **Royal Park i Roveri** per una lunga sessione di palestra. A metà mattinata mi trasferisco al mio circolo, **Torino la Mandria**, per l'allenamento golfistico vero e proprio. **Putt e gioco corto al mattino**. Segue poi un pranzo light e poi sessioni di gioco lungo in campo pratica oppure in campo, a scelta tra le **36 buche** del mio circolo, per partite contro amici o professionisti.

La giornata di gara è invece molto più stressante. Qui la sveglia suona sempre a orari diversi, e a volte anche prima che sorga il sole. Di solito si arriva al campo due giorni prima della competizione, così da avere tempo di ambientarsi e di giocare il campo in ricogni-

zione per prendere appunti su come giocarlo durante le giornate di gara. Il colpo che pratico di più è il putt. **Passo tanto tempo sul green** per cercare di comprenderne meglio possibile la velocità, così che possa tirare meno colpi possibili nelle **18 buche** seguenti!

### Tornei vinti e tornei mancati di un soffio.

Nel 2010 ho vinto i **Campionati Italiani Medal under 18**, ed anche il **Gran Premio Città di Milano**. Vorrei anche citare, benché non sia trattato di una vittoria, quello che per me è un risultato importante: il **quarto posto**



nel prestigioso torneo **Under 18 Orange Bowl a Miami**. Il mio sogno, come quello di tutti i giocatori, è quello di vincere un Majors, e in particolare il **Masters ad Augusta**, competizione che ho visto nel 2010 e di cui mi hanno particolarmente impressionato l'atmosfera ed il clima unico che si respira.

**Qual è il campo più bello che hai giocato? E che vorresti giocare?**

Ho giocato in tantissimi campi belli in tutto il mondo, tra questi i miei preferiti sono **Soto Grande in Spagna** e **St Andrews in Scozia**, percorso che va giocato nel vento, ed io ho avuto la possibilità di giocare quel campo con tanto tanto vento. E' stato davvero fantastico.

**Golf Club Torino la Mandria: tre buche del cuore.**

**Il mio club credo sia uno dei posti più belli dove si possa giocare a golf.** La mia top three holes è la seguente:

**buca 3 del percorso blu**, lungo **par 4** dove non puoi sbagliare il tee shot per arrivare in apertura del leggero **dogleg** per vedere il **green**, ma non puoi andare neanche lungo altrimenti si finisce in **bunker**. Una volta piazzato il primo colpo si ha un secondo colpo al green di **140 metri**. La **buca 6 del percorso blu**, lunga e scenografica che porta in **Club House** e per finire la **buca 14 del percorso giallo**: uno spettacolare **par 3** con un **lago enorme** da sorvolare per attaccare l'asta. Al mio Circolo amo passare il tempo ed allenarmi. Il mio giro record in gara è stato di **64 colpi**. Ricordo di aver giocato bene quel giorno: **otto colpi sotto il par**.

**Da amateur a pro. Cosa cambierà per te quest'anno?**

Alla fine di quest'anno passerò professionista perdendo il mio status di dilettante. Affronterò con tanta voglia di fare e con il sorriso una nuova fase agonistica e professionale della mia vita. I tornei da pro sono agguerritissimi, una



vera battaglia con giocatori disposti a giocarsi tutto fino all'ultimo colpo. Il mio primo obiettivo sarà quello di riuscire a vincere tornei o piazzarmi nella parte alta della classifica così

che possa mantenermi giocando a golf. Sarà dura, ma ho preso questa decisione dopo **7 anni** di importanti gare dilettantistiche di caratura internazionale.

**Chi sono i tuoi riferimenti golfistici?**

I miei idoli in campo sono sicuramente **Chicco** e **Dodo Molinari**, mentre un giocatore che mi piace molto è sicuramente **Ernie Els**. Ammiro la sua facilità nell'eseguire lo swing e soprattutto il ritmo con cui lo esegue. Impossibile poi non citare **Tiger Woods!** Nel 2010 ho avuto la possibilità di vederlo praticare al **Practice Range di Augusta** durante il **Master**: sembra abbia un'aurea attorno a lui. E' stata un'esperienza indimenticabile poterlo ammirare mentre praticava.

Architetto **Andrea Alpini**  
Direttore Itinerari Golfistici Culturali  
Enogastronomici  
Golf People Club Magazine



CIRCOLI



# SANTA CLARA GOLF CLUB

*al Torneo Hispano Russian Golf & Tennis Tournament disputatosi al Santa Clara Golf Club di Marbella, Nella Petych si è classificata al primo posto della categoria femminile*

Nella Petych



**G**olf People Club Magazine è stata la prima ed unica rivista italiana ad essere nominata media partner ufficiale del prestigioso circuito internazionale di golf e tennis **Hispano Russian Golf & Tennis Tournament**, organizzato da **Marbella Luxury Events**, svoltosi dal 27 aprile al 5 maggio 2012 al **Santa Clara Golf Club di Marbella** e strutturato da una gara di golf disputatosi al **Santa Clara Golf Club di Marbella** e da un torneo di tennis svoltosi al **Puente Romano Hotel Tennis Club di Marbella**. Nella Petych, senior vice

president e Direttore Area Russia per **Golf People Club Magazine**, ha realizzato personalmente tale importante accordo partecipando direttamente alla manifestazione in rappresentanza dell'alta direzione della rivista e classificandosi addirittura al **primo posto** della categoria **femminile**, ricevendo il prestigioso trofeo conquistato durante una **suntuosa cena di gala** internazionale ad inviti riservati.

Tale occasione ha rappresentato una situazione unica per il panorama editoriale e il settore golfistico italiano, consolidando ulteriormente il ruolo istituzionale ed internazionale di **Golf People Club Magazine**, che grazie al proprio vertice direttivo, espressione di **12 diverse nazionalità**, è diventato il **punto di riferimento** in Italia degli operatori mondiali del golf.

**Golf People Club Magazine** ha operato in stretta collaborazione e sinergia con gli altri importanti soggetti coinvolti in qualità di patrocinatori, partner, media partner, sponsor e strutture aderenti quali: **Aeroflot Russian Airlines, Banco Sabadell, Chamber of Commerce and Industry of Russian Federation, Russian Golf Association, Asociacion de Empresarios**

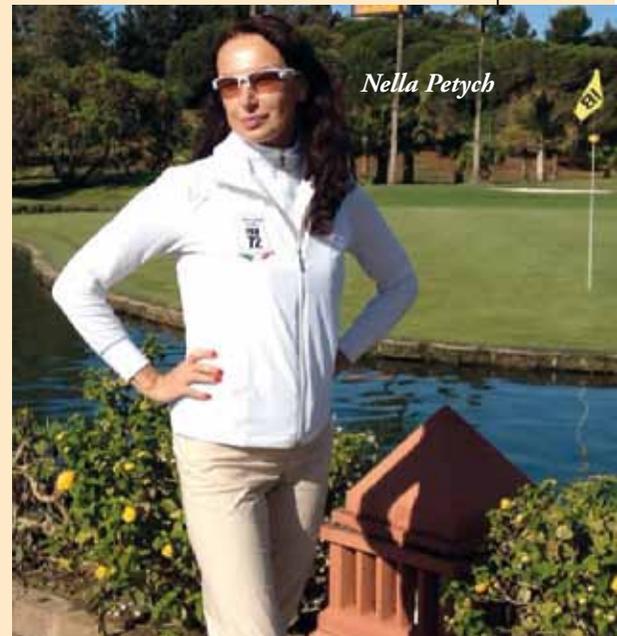


y **Profesionales CIT Marbella, Marbella Eye Properties, Siberian Energy, Marbella Tourism Office, Medin Center, Ramos Comunicaciones.**

**Hispano Russian Golf & Tennis Tournaments**, seconda edizione, è stata presentata in una conferenza stampa ufficiale tenutasi nella sede dell'organizzatore **Marbella Luxury Events** dove relatori sono stati **Angelese Munoz**, sindaco di **Marbella**, **Franck Sibille**, direttore generale **Puente Romano Hotel Tennis Club** e **Jose Luis Hernandez**, direttore Ente del Turismo di **Marbella**.



Nella Petych





# MR. Rolf: Golf & Real Estate vision

*Un vento soffia caldo e secco. Viene da ovest, dalle montagne rocciose. Porta con sé granelli minuscoli di sabbia rossa, che a tratti ti pungono il viso, come la neve ghiacciata d'inverno. Dirigo lo sguardo verso il Mare, anch'esso Rosso, ma per la presenza di un'alga che ne decreta il colore, e i miei occhi incontrano la silhouette del protagonista dell'intervista di oggi. Lui è tra i più grandi costruttori di Golf e Resort al mondo. Quando me lo presentano non mi danno molti dettagli. Mi dicono solamente che gli piace farsi chiamare Mr. Rolf, e quella che segue è la sua storia.*

**Q**uando è iniziata la tua attività nel Real Estate?

Ho iniziato questo business in **Europa nel 1979**. In quel periodo avevo appena finito gli studi universitari in fisica, e avevo molto tempo per giocare a golf, in ogni parte del mondo. Giocando, notavo che attorno ai campi da golf e lungo le buche del percorso c'era **moltissimo spazio verde libero**. Allora ho pensato ad alcuni soluzioni per sostenere i campi da golf attraverso interventi **immobiliari speculativi**. Da allora ho iniziato la mia attività di costruttore.

**Quali sono i club che ha contribuito a creare?**

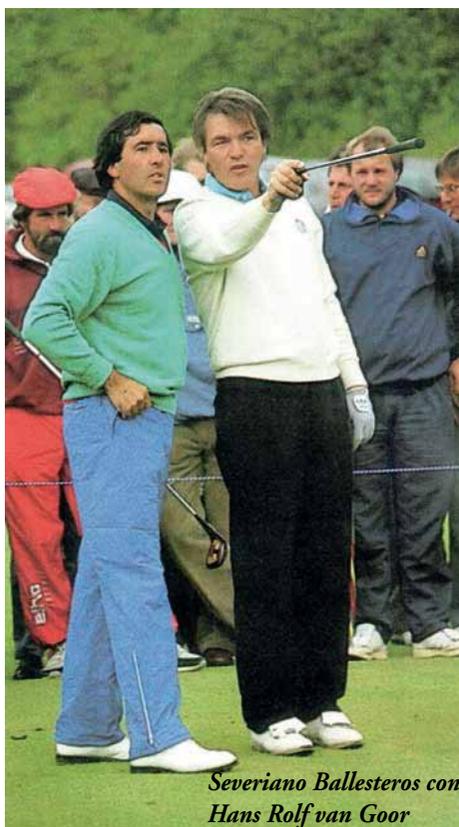
Nel **1984** ho costruito il **La Manna Club** in **Spagna**, uno dei miei primi interventi di **Real Estate** applicato al **golf**: ho costruito il percorso e poi il comparto immobiliare attorno ad esso. Dopo questo intervento ho realizzato diversi **golf club** in **Spagna, Francia, Austria, Florida e Arizona** negli USA.

**Quali stelle del golf hai incontrato?**

Il mio lavoro mi ha sempre dato la possibilità di **viaggiare molto** e conoscere importanti imprenditori di fama mondiale. Inoltre, grazie al mio lavoro di **sviluppatore di campi da golf**, ho avuto la possibilità di incontrare e giocare insieme alle celebrità del golf mondiale. Tra i miei migliori amici di green ricordo sempre con piacere: il campione tedesco **Bernard Langer**, i grandissimi **Jack Nicklaus e Gary Player**, ma soprattutto il più grande talento golfistico che il mondo abbia mai avuto, **Severiano Ballesteros**.

**Cosa ti ha spinto a muovere il tuo business dal mondo occidentale all'Egitto?**

Dal **1994 al 1998** sono stato direttore del De-



*Severiano Ballesteros con Hans Rolf van Goor*

sert **Mountain Golf Course in Arizona**, campo di proprietà della **Mobil Oil**, poi mi sono occupato di sviluppare progetti per il mercato europeo, e da qui il passo al **Nord Africa** è stato breve. **L'Africa del nord** offriva diversi anni fa molteplici possibilità di sviluppo e investimento. Così decisi di trasferirmi per cogliere questa opportunità. Oggi in **Egitto** sto sviluppando nuovi campi da golf in **Mar Rosso** e nuovi villaggi turistici ricchi di ogni comfort.

**Come ti rapporti con il golf oggi?**

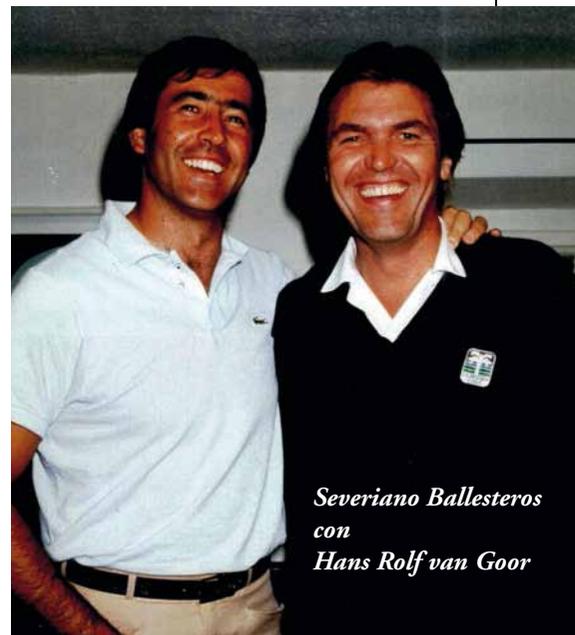
Giocare a golf è sempre per me un **vero piacere**. Cerco di giocare il più possibile, ma senza trascurare il **business**. Spesso le grandi firme del golf mondiale, quando disegnano i loro campi, chiamano la mia società per svolgere **attività di consulenza** esterna. Così ho il duplice piacere di poter

condividere con loro del **tempo libero** ma anche di **poter giocare** i campi prima che vengano inaugurati. Questo è per me fantastico.

**Quando ti vedremo in Italia?**

Ogni tanto vengo in Italia per incontrare alcuni clienti, per cui non è detto che non potremmo incontrarci su qualche green. Nel frattempo, però, consiglio a tutti i giocatori italiani di partecipare al torneo **Blue Jacket**, organizzato da **Marco Brunella**, con la media partnership di **Golf People Club Magazine**, di cui sono **co-sponsor**, e infatti ai migliori giocatori di ogni tappa il torneo regala un soggiorno presso uno dei fantastici **Hotel** da me costruiti. Spero quindi di vedervi numerosi qui in **Egitto**.

Architetto **Andrea Alpini**  
Direttore Itinerari Culturali  
Enogastronomici  
*Golf People Club Magazine*



*Severiano Ballesteros con Hans Rolf van Goor*

**Estate Alliance Building**  
**Hadaba Road - Hurgada - Red Sea**  
**Egypt**  
(+20) 65 345 13 07 - (+20) 10 029 08 484  
[www.estate-alliance.com](http://www.estate-alliance.com)





# EMILIO PALMIERO

Foto di  
Stefano Merlini

*Professionista, Tributarista e consulente di successo,  
titolare dello Studio Tributario Internazionale.*

*Di lui si dice:*

**“...AUDE, ANIME  
TEMPTA, PERAGE  
MANDATUM TUUM,  
INTREPIDA CONSTENT  
VERBA: QUI TIMIDE  
ROGAT DOCET NEGARE !**



Emilio Palmiero



so di **internazionalizzazione** che promuove lo sviluppo delle aziende sia in ambito **commerciale** che **finanziario** sul fronte delle politiche di raccolta e delle scelte di impiego dei capitali. La **variabile fiscale** influenza tale processo: le aziende che operano in campo internazionale possono quindi sfruttare lo strumento della **pianificazione fiscale** internazionale per **guadagnare** in **competitività**. In questa ottica le aziende che intendono entrare da protagonisti nel

**nazionale** garantendo trasparenza e affidabilità nei rapporti con la clientela. Lo Studio con sede in **Trento** avvalendosi di un **network di corrispondenti** e di **partnership professionali nazionali** ed esteri si propone con una struttura flessibile in grado di fornire al Cliente con la massima disponibilità e celerità un servizio personalizzato.

**Come è nata la sua passione per il Golf?**

Sono un uomo a cui piace lo sport in generale ma resto affascinato dal mondo del golf. **Trentino d'adozione** ma **“cittadino del mondo”**. Adoro **Londra**, la mia seconda casa, e appena i miei impegni me lo consentono scappo subito lì con la mia famiglia. Amo molto viaggiare, anche se **Trento** rimane la mia città preferita. La passione per il **Golf** entra a far parte della mia vita dal **2003**. Ho iniziato al **Garda Golf** di **Soiano** al lago, quasi per gioco per poi affermarmi con i tanti amici nel golf club sopra citato. **Cerco di conciliare costantemente i miei impegni di lavoro con la mia passione per il Golf e i viaggi.**

**“P**ensate pure al vostro business, a tutto il resto pensiamo noi”. Si ritrova in questa affermazione?

Riteniamo che questa frase ben sintetizzi lo spirito dei professionisti che hanno creato lo **Studio Tributario Internazionale**, associazione professionale il cui scopo si esplica nell'offrire, alle società italiane ed estere, servizi e soluzioni studiati e sviluppati **“su misura”** nell'ambito dell'**assistenza legale “corporate”** e **“M&A”**, del diritto societario e del **diritto tributario nazionale ed internazionale**.

L'attuale scenario economico vede aziende sempre più orientate a sfruttare al meglio le **interessanti potenzialità d'investimento in Stati esteri**, agevolate in ambito europeo dal processo di **armonizzazione fiscale** tra **Stati Membri** volto a raggiungere un coordinamento delle politiche estere in materia economica e in ambito fiscale. Di conseguenza, si assiste ad un **proces-**

mercato mondiale richiedono professionisti in grado di offrire una consulenza a tutto tondo. I soci fondatori dello **Studio Tributario Internazionale** vantano esperienze in rinomati studi professionali italiani ed esteri prevalentemente dedicati all'assistenza di importanti **gruppi multinazionali** e sulla base delle esperienze maturate sono in grado di valutare e rispondere al meglio alle esigenze sia delle aziende straniere sia di quelle che hanno il proprio **core business** in **Italia**, ma intendono avvalersi delle opportunità offerte dalle molteplici realtà economiche dei vari Paesi attraverso l'attività di **pianificazione fiscale**. **Professionalità, concretezza e dinamismo** contraddistinguono le figure che operano all'interno dello **Studio Tributario Inter-**





*in primo piano: Regina Salpagarova, Carlo Carozza.  
sulla sfondo, da sinistra: Ermanno Basilico, Rosi Pante, Maria  
Grazia Borelli, Dario Bartolini, Ivana Romanello, Bianca Maria  
Miola Vecelli, Stefano Masullo, Emilio Palmiero*

**Un professionista come Lei che siede in alcuni tra i più importanti Consigli di Amministrazione, come concilia la passione per il Golf con la professione?**

Circa **tre anni fa**, in seguito ad una operazione di scissione ho trasferito a **Latina** l'attività professionale e con due amici soci professionisti si gestisce lo **"Studio Tributario Internazionale"**, uno studio di consulenza fiscale e tributaria che supporta le aziende ed i clienti nella gestione finanziaria ordinaria e straordinaria. Attualmente nella sede di **Trento** siamo oltre **10 professionisti**, oltre a **cinque professionisti** nella sede di **Latina** tra avvocati e commercialisti a supporto di importanti società italiane ed europee attive in tutti i settori industriali. La mia specializzazione mi porta ad occuparmi del **diritto societario e tributario internazionale** ed assistiamo, inoltre, anche clienti, **persone fisiche**, nella gestione e protezione di **patrimoni familiari e imprenditoriali complessi** e nella **pianificazione di strutture patrimoniali e assetti societari ottimali**, anche **nell'ottica del passaggio generazionale** una fase molto delicata soprattutto per le PMI. La gestione di una "tax firm" di questo tipo comporta un grande impegno di tempo e di risorse. Siedo inoltre in diversi Cda, per i quali sono portato a spostarmi per tutta l'Italia. E' anche in queste occasioni che, tempo permettendo, corro in alcuni tra i **"green"** più belli e prestigiosi per cercare di migliorare il mio **handicap** (attuale **hcp 10**). **Sacca da golf e ferri sono sempre i miei compagni di viaggio**, (qualcuno ci definisce amanti).

**Anche Lei è un "Amateur" che programma le vacanze in funzione del Golf?**

Per un golfista è scontato. Sì, ovviamente! Cerco di ritagliarmi almeno una settimana durante l'anno fiscale per **"swingare"** alle **Mauritius** o più semplicemente in qualche bel green italiano. Ovviamente quando non sono a **Londra** o in

quali partecipo con il mio maestro ed amici ad alcune **"Clinic"** in giro per l'Europa.

**Che tipi di "green" preferisce. I Links? Oppure i campi storici italiani?**

Mi piacciono molto i Links, soprattutto: **Halmstad Golf Club, Barseback Golf & Country Club, Bro Hof Slott Golf Club, Falsterbro Golf Club e Ljunghusen Golf Club** in Svezia, che sono senza dubbio tra i più prestigiosi al mondo. Ovviamente in Italia il **Golf Club Garda Golf, l'Acqua Santa a Roma, Golf Club di Jesolo** dove normalmente gioco d'estate e che considero dal punto di vista paesaggistico uno di migliori, se non il migliore al mondo: **27 buche** tutte sul lago, vista mozzafiato. Infine il **Pevero Golf Club in Sardegna**, in cui in estate una puntatina è d'obbligo.

**Le piacerebbe unire il Golf alla sua professione?**

Mi piacerebbe **coinvolgere** i miei giovani **collaboratori**, i clienti e i **prospect** nel gioco del golf perché il **golf è un ottimo strumento di relazione ed il "green" un luogo ibrido sul quale possono nascere sinergie e importanti idee di business**. Inoltre il Golf è uno sport di **"etichetta"**, che aiuta a sapersi comportare e rispettare gli altri. Credo molto sulla professionalità mia e dei miei collaboratori. Sostengo infatti che l'accessorio più prezioso per un partner siano proprio loro, ossia degli ottimi professionisti. **In studio ho anche un piccolo putting green, e quando ho bisogno di ritrovare la concentrazione "putto" un po' e poi ritorno sulla missione da risolvere**. Grazie al Golf riesco a controllare ma allo stesso tempo a scaricare tutte le mie energie.

**Golf, professione e stile di vita dunque...**

Sì. Nel **2004** a seguito di un incontro tra amici al **Garda Golf** conosco il dott. **Carlo Carozza** patron di **International Golf Holding** e di

**Golf Media**, società che organizzano e gestiscono direttamente campi ed eventi e circuiti per gare di Golf a livello internazionale. Nasce sin da subito un feeling con l'amico Carlo per poi nei mesi successivi gradualmente assumere il **ruolo del professionista di riferimento per entrambe le società**. Negli anni cresce sempre di più il rappor-

to fiduciario tra le società e me e in particolare modo con il dott. **Carozza** con la conseguenza di seguire anche i suoi personali interessi. L'interesse comune per il golf e le complessità della gestione ci portano ad essere sempre uniti nelle scelte programmate ed ampiamente condivise da una politica che riguarda il +1 in bilancio, poi al resto ci penso io. **Carlo è un grande imprenditore: da 40 anni è presente sul mercato scegliendo me come partner di riferimento professionale**. Questo ha fatto sì che lui potesse occuparsi del mercato, ed io ho fatto del **golf** non solo una grande passione ma anche una **professione e uno stile di vita**.

**Come si vede "da grande"?**

Ringrazio per la domanda. Tante volte mi fermo a pensare che cosa farò da grande, sia per quanto riguarda la mia vita lavorativa e anche la mia vita personale, ma quando penso a cosa farò da grande nel lavoro, il mio sogno è quello di fare ciò che sono e svolgo oggi, perché amo molto il mio lavoro e penso mi possa dare tante altre soddisfazioni. Quando poi ci penso con più attenzione, mi rendo conto che per realizzare tutto ciò ringrazio immensamente **Dio in Gesù Cristo** per tutto ciò che fino ad oggi mi ha donato e ha fatto per me, e voglio ringraziare pubblicamente quei amici fratelli che mi sono sempre stati vicini, sostenendomi nelle mie difficoltà (**Daniele Pirrello, Ermanno Basilico, Alberto Soccodato, Enrico Garbari**), inoltre perché devo fare tesoro di tutte le esperienze pro-



fessionali e di vita. **Per una persona come me che è partita dal nulla, arrivare dove sono oggi con tutte le difficoltà e le prove che la vita ti mette davanti non è poco**. Spero vivamente di godermi sempre più la mia famiglia e di trasmettere ai miei "collaboratori" la passione per il lavoro che mi ha portato al successo.

**STUDIO TRIBUTARIO INTERNAZIONALE**

Via Marino Stenico 26  
30121 Trento

Tel. 0461.420703 - Fax 0461.429672

www.studiopalmiero.com

segreteria@studiopalmiero.com



*da sinistra: Marco Brunella, Ivana Romanello, Bianca Maria Miola Vecelli, Stefano Masullo, Emilio Palmiero, Carlo Carozza, Regina Salpagarova, Ermanno Basilico, Rosi Ponte, Maria Grazia Borelli, Dario Bartolini*

# ... basta avere OMBRELLA



Trattamento del vetro antipioggia e antisporco



**DOCTORGLASS**



VARESE

Via Valstagna, 1 Ang. Via Renè Vanetti  
Tel. 0332/334666 - varese@doctorglass.com

VARESE

Via Gasparotto, 113 - Tel. 0332/895085  
gasparotto.varese@doctorglass.com

BESOZZO

Via Trieste, 54 - Tel. 0332/770011  
besozzo@doctorglass.com

SESTO CALENDE

Via Manzoni, 51 - S.S. 33 del Sempione  
Tel. 0331/923602 - sesto.calende@doctorglass.com

LUINO

Via Gorizia snc - Tel. 0332/533611  
luino@doctorglass.com

## SICUREZZA

- aumenta la visibilità in caso di pioggia del 34%
- diminuisce i tempi di reazione
- (a 100 km riduce lo spazio di frenata di 28 mt)

## DURATA DEL TRATTAMENTO

- il prodotto ha efficacia per un minimo di 12 mesi o 20.000 km
- i prodotti detergenti non intaccano il trattamento

## VANTAGGI

- riduce l'adesione degli insetti e facilita la rimozione dello sporco
- aumenta la vita delle spazzole tergicristalli

Oltre i 60 Km/h la particolare idro-repellenza del prodotto riduce l'aderenza delle particelle d'acqua presente sulla superficie trattata favorendone lo scivolamento grazie all'impatto dell'aria fino alla totale eliminazione. Questa importante caratteristica viene maggiormente apprezzata da chi abitualmente percorre molti Km e ancora di più durante la guida notturna.

Il trattamento può essere applicato su tutti i vetri del veicolo. Per conoscere tutte le ultime novità potete collegarvi a [www.youtube.com/user/DOCTORGLASSVARESE](http://www.youtube.com/user/DOCTORGLASSVARESE)

## PREZZO RISERVATO AI LETTORI €35

valido per un trattamento  
da effettuare presso i centri

## DOCTORGLASS

sopra indicati.

Valore del trattamento €45



## Arona Golf Club

**E**ccoci qua, in uno dei miei circoli preferiti, l'AGC Arona Golf Club dove io e come sempre il mio socio Pier, oggi andiamo a giocare una classica **Stableford 3 cat.**

Incominciamo dalla comodità per raggiungere questo Golf Club, autostrada per **Gravellona** uscita a **Castelletto Ticino** e dopo aver pagato il pedaggio lo troviamo lungo lo svincolo autostradale che lo costeggia tutto, con il **dog leg** del **Par 5** della **8** e poco più avanti i battitori nuovi e vecchi della **9**, ma ne parleremo dopo....

Questo campo sta notevolmente cambiando, a breve saranno pronte la **nuova buca 1** un **nuovissimo par 3** con adiacente l'allungamento del campo pratica e come dicevamo prima la **nuovissima 9** che con il battitore arretrato diventerà un **Par 5** lungo **dog leg** a **destra** con **fuori limite** sempre sulla **destra** e la caratteristica **piantona centrale** a dividere il taglio del **fairway**.

Incominciamo dalla bellissima accoglienza del circolo, **Simone** e il **fratello** con le rispettive **Signore**, fanno di questo **Golf Club**, uno dei pochi ad **essere gestiti a totale conduzione familiare** e l'aria che si respira appena entrati e' come sentirsi **a casa propria**, dai sorrisi alla gentilezza alle **torte fatte in casa** e a tutte le spiegazioni del contesto, dal **futuro maneggio** che a breve sarà pronto alla **coltivazione di verdura biologica** per passare poi alla splendida struttura dell'agriturismo che sta nascendo dove verrà ricavata una foresteria con camere vista monti un ristorante e delle sale per ricevere gruppi di persone, il tutto nel più totale rispetto della natura, pannelli fotovoltaici e legno la fanno da padrona.

Bene....dopo i classici convenevoli di rito, parliamo un po' di questo campo....per cominciare non aspettatevi degli spogliatoi tecnologici o servizi in **marmo di Carrara**, all'AGC tutto è easy



sopra, da sinistra: **Roberto Privitera**, **Filippo Motta** editorialista *Il Mondo del Golf*, **Componente staff Progetto Scuola Federgolf**, **rappresentante Atleti Dilettanti Golf Club La Pinetina**, **Maria Grazia Borelli**

ma funzionale, qui non si viene per apparire ma per rilassarsi in mezzo alla natura e per giocare a golf, dove questo **9 buche** ti mette sempre alla prova.

**A me personalmente piacciono quasi tutte le buche, naturali con fuori limite quasi ovunque e acqua il che non guasta mai...**

Si comincia dalla **1 un Par 3** che a secondo del battitore varia dai **160 ai 175 metri**...lunga dritta con campo pratica sulla sinistra, fuori limite dietro green difeso molto bene e pista di rullaggio ultraleggeri sulla destra....si, avete letto bene, **pista di rullaggio** perché all'AGC si gioca a **golf** ma all'interno del percorso c'è un campo volo dove **aerei ed elicotteri decollano ed atterrano....uno spettacolo meraviglioso....**

Passiamo alla buca **2 bellissimo Par 4** in **salita green cieco dog leg** a **sinistra**, devi piazzare assolutamente palla nel piccolo **fairway** a metà buca e poi attaccare il **green** con il **secondo** dove se sei stato bravo con il primo colpo ti lasci un piantone sulla tua sinistra, se invece sei stato corto devi volare la pianta molto alta, e centrare il green che non è grandissimo e come sempre ben difeso ondulato e abbastanza veloce.

Passiamo alla **4 un Par 4 dog leg** a **destra**, puoi attaccarlo con il primo in green un **gran drive** sopra le piante, ma attenzione attorno al **green** c'è di tutto....**bunker, acqua, ruscelli** fuori limite e bosco.....!!!! Da provarci solo se lo score non ti chiede più nulla altrimenti un ferretto in fairway



**Roberto Privitera**, **Regina Salpagarova**, **Golf People Club House Salotto Borelli**

e un **52° di secondo** dove se sei bravo la metti in asta e attacchi per il birdie, altrimenti un par alla **4 va** più che bene....

Ed ora passiamo alla **buca 6**....secondo me una buca molto tecnica **Par 4 dog leg** a **destra**...sulle **secondo 9 battitore lungo**, devi piazzare palla sul primo tiro tra due boschi in una lingua di **fairway larga circa 25 metri** e se non fai almeno **200/210 metri scordati il par**....perché non arrivi ad un angolo di visuale da attaccare il green. Ma attenzione, se lo vedi il problema poi non è prenderlo il green ma se la bandiera è a **destra** e non metti la palla lì dove andrebbe messa, ti trovi un **putt** in salita di **6/7 metri** e....tanti auguri.... Per concludere questa, come sempre, meravigliosa giornata all'**Arona Golf Club** in compagnia del mio socio **Pier**, una meravigliosa **piadina** con **prosciutto** e brie e poi una fetta di **torta della casa**, da provare e assolutamente da non rinunciare come una tappa all'AGC se siete in zona non potete lasciarvi scappare questo meraviglioso tuffo tra natura golf e tanta tanta ospitalità.

**Roberto Privitera**  
Presidente *Il Birrificio di Gallarate*



**Il Birrificio di Gallarate**  
**Piazza Zaro, 1 - 21013 Gallarate**  
**Tel. 0331.791671**  
**www.ilbirrificiodigallarate.it**  
**ilbirrificiodigallarate@virgilio.it**



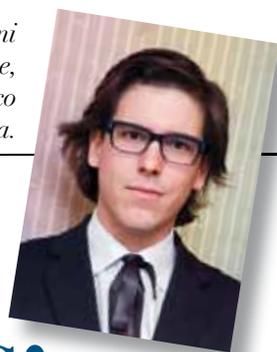


Foto di Stefano Merlini

# Romans Vainsteins: *velocità golfistica a due ruote*

“**Q**uel ramo del lago di **Como**, che volge a mezzogiorno, tra due catene non interrotte di monti, tutto a seni e a golfi, a seconda dello sporgere e del rientrare di quelli, vien quasi a un tratto, tra un promontorio a destra e un'ampia costiera dall'altra parte; e il ponte, che ivi congiunge le due rive par che renda ancor più sensibile all'occhio questa trasformazione e segni il punto in cui il lago cessa, e l'**Adda** ricomincia per ripigliar poi nome di lago dove le rive, allontanandosi di nuovo, lascian l'acqua distendersi e rallentarsi in nuovi golfi e in nuovi seni”. Chiunque sia nato dopo **Alessandro Manzoni** ha sentito, letto e studiato **queste bellissime righe** dello scrittore lombardo. In queste poche e memorabili battute si uniscono secoli di tradizioni e di fiumi d'inchiostro versati da molteplici studiosi manzoniani. Ma in **queste frasi** è racchiusa anche la più nota descrizione della cittadina di **Lecco**, sulle cui sponde oggi si trova anche l'omonimo **Golf Club**. Presso la cornice lariana, **Golf People Club Magazine** ha incontrato il pluripremiato campione di **ciclismo Ro-**



*Romans Vainsteins, ospite speciale ad Arte Golf a Garda Golf*

**mans Vainsteins**. Nato a **Riga**, in **Lettonia**, si è formato ciclistica mente lungo le strade di tutta Europa. Nel suo palmares vanta diversi titoli, ma il più importante è sicuramente **mondiale della prova in linea su strada nel 2000 a Plouay**.

### Quando hai scoperto il mondo del golf?

La **prima volta che ho giocato a golf** è stato in vacanza, nel 2001, era un periodo in cui mi stavo riposando e allenando per rientrare da un grave trauma che mi aveva inabilitato la spalla destra. Da quell'occasione in poi non più né praticato né giocato a golf per **otto lunghi anni**. In questo periodo non ho toccato nemmeno una volta un ferro. Nell'ottobre dell'anno **2009**, sono stato invitato ad un importante evento di beneficenza in cui si giocava anche una partita di golf. Siccome non volevo restare a guardare, ma volevo anche io scendere in campo ho ripreso a praticare. Da allora non ho più smesso di giocare, e ora il mio handicap è 10,1.

### Cosa ti affascina maggiormente del golf?

Per me che sono un ciclista abituato a sfidare centinaia di atleti contemporaneamente, fianco a fianco, gomito a gomito, la **cosa più affascinante**



**del golf è stare da soli, in silenzio. Nessuno da sfidare. Nessuno contro cui combattere. Nel golf ci sei solo tu e il campo: e basta.** Questo è per me emozionante e unico. Inoltre nel golf serve sempre un continuo autocontrollo e molta stabilità mentale. Un aspetto che trovo comune al ciclismo è il fatto che avere una strategia di gara sia fondamentale per poter ottenere grandi risultati in gara.

**Come concili oggi ciclismo, golf e vita privata?**

Il ciclismo è oggi per me un lontano ricordo, sono completamente estraneo alla pratica agonistica di quello che prima era la mia professione. Così oggi ho tempo di dividere la mia giornata tra golf e privata privata, in un perfetto mix di piacere e interessi da sviluppare. **Ora mi piacerebbe moltissimo che anche le mie figlie iniziassero a giocare a golf, così potremmo passare più tempo insieme, e poi potrebbero venire con me a giocare e vedere i più bei campi da golf al mondo.** Noi giocatori abbiamo un privilegio: quello di poter giocare il nostro sport preferito in alcuni degli angoli più belli della terra.

**Quali segreti dal mondo professionistico del ciclismo hai da svelare ai golfisti per consentirgli di fare un salto di qualità?**

Credo che i miei consigli da ciclista professionista ai golfisti amateur si potrebbero riassumere in queste parole chiave: **concentrazione, determinazione, saper vedere il proprio obiettivo.** E poi: **praticare, praticare, praticare...** infine consiglio a tutti di investire il proprio tempo e il proprio denaro in lezioni con il maestro invece che comprare ferri nuovi.

**Come superi i momenti in cui giochi male?**

I momenti difficili in campo sono tanti, e a volte se perdi la concentrazione, poi rischi di non riu-

scire più a portare a termine la partita. Quando arriva una crisi dello swing, non resta che stare calmi e cercare di fare il movimento come lo si è sempre fatto, senza cercare innovative soluzioni mai tentate prima. Appena la partita finisce ritorno in campo pratica e risolvo il problema da solo o con l'aiuto del maestro.

**Qual è il grado di soddisfazione golfistica richiesto da un Campione del Mondo di ciclismo?**

Personalmente sono molto soddisfatto dei risultati che ho raggiunto. In questi tre anni di gioco ho vinto diverse gare e sono arrivato a **10 di hcp**, ma sono convinto che posso fare ancora meglio.

**Quali doti ritieni debba avere un golfista per essere considerato di buon livello?**

La principale caratteristica che deve avere un giocatore di buon livello è la **fermezza mentale.** Un buon giocatore non perde la testa e la concentrazione mandando all'aria tutto quello che ha costruito fino a quel punto del match. Il buon golfista è capace di uscire da una situazione difficile senza perdere colpi, o comunque limitando i danni, avere fermezza mentale significa essere capaci di effettuare grandi recuperi.

**Cosa consiglieresti ad un giovane sportivo d'oggi, ciclismo o golf?**

Sinceramente ad un giovane d'oggi consiglieri di praticare contemporaneamente entrambi gli sport. **Il ciclismo ti aiuta di crescere molto bene fisicamente, forma e struttura gambe, schiena, cuore, polmoni, che sono poi le stesse caratteristiche di cui necessita anche un golfista.**

**Chi è il tuo giocatore di golf preferito?**

Il mio giocatore di golf preferito è **Tiger Woods**, lui rappresenta l'icona internazionale del golf



ed è ovunque riconosciuto nel mondo come in grande campione. L'altro mio golfista preferito è **Francesco Molinari**, lo stimo moltissimo, e mi piacerebbe poterlo incontrare e magari giocare insieme qualche buca sul suo percorso di casa: **Torino la Mandria.**

**Cosa ami del golf? E cosa invece non ti piace?**

Ciò che maggiormente amo del golf è l'ambiente raffinato ed elegante, posti bellissimi, club house e percorsi sempre diversi ed intriganti. **Mentre un aspetto che non mi piace del golf è il tono sostenuto e altezzoso che tiene certa gente in club house.** Questo rovina l'immagine del golf nel suo complesso.

**Qual è il campo più bello in cui hai giocato?**

Questa è una delle domande più difficili a cui rispondere. Di ogni campo ricordo un dettaglio o una buca che mi ha affascinato, finora non ho ancora girato così tanti campi da poter scegliere il più bello, ma i due campi italiani che maggiormente mi affasciano sono il **Golf Club Milano** e il **Golf Club Franciacorta.**

**Quale sogno golfistico vorresti si avverasse in futuro?**

Il mio più grande sogno nel cassetto sarebbe una volta nella vita partecipare a una **Pro-Am** con i migliori giocatori al mondo, magari all'**Old Course in Scozia**, oppure a **Pebble Beach in California.** Ma per quest'anno mi accontenterei già di vincere una gara del torneo **Mid-Amateur!**

Architetto **Andrea Alpini**  
Direttore Itinerari Golfistici Culturali  
Enogastronomici  
Golf People Club Magazine



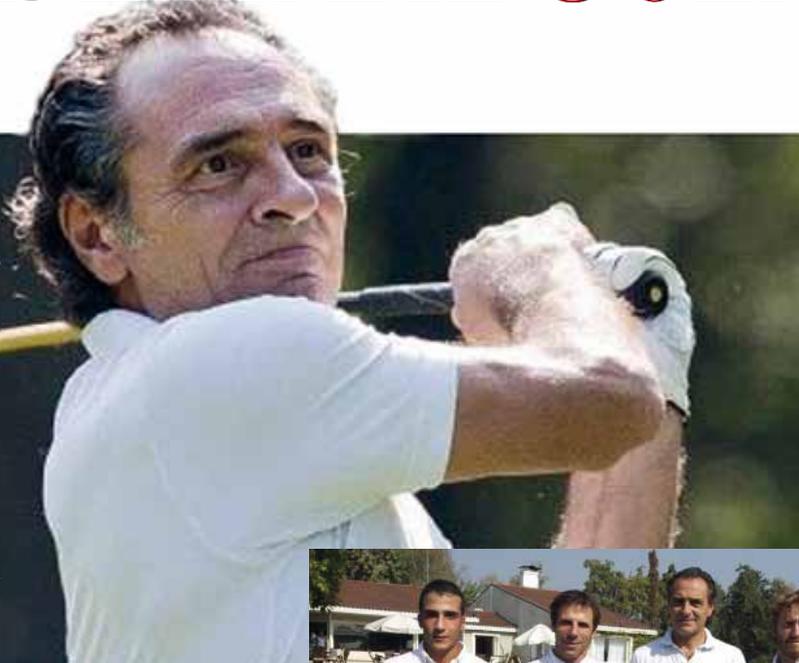
**Elena Gonciarova**

**Ivana Romanello**



# CESARE PRANDELLI E IL GOLF

*Ha rischiato di confezionare una delle sorprese più belle nella storia dello sport italiano. Far vincere all'Italia l'Europeo di calcio, proprio nel momento in cui sul nostro pallone non puntava nessuno. Ma lui, Cesare Prandelli, buon seminatore di saggezza e pazienza, cincinnato moderno, è stato più forte di veleni, scandali e polemiche, portando la nostra Nazionale a un passo dal successo... Che poi la finale sia stata un calvario, contro la Spagna a Kiev, è un altro discorso, perchè già averla conquistata è stato un miracolo, dopo aver battuto nei quarti l'Inghilterra ai rigori, e la Germania in semifinale, con la celebre doppietta dell'erculeo Balotelli.*



**G**ia. Cesare Prandelli, bresciano di Orzinuovi, 55 anni, che pochi conoscono come appassionato praticante golfista, che abbiamo modo di intervistare a Coverciano, sulle colline fiorentine, alla vigilia di una nuova sfida, per le qualificazioni ai mondiali di "Brasile 2014". Lui, maestro di diplomazia ed etica, bravo comunicatore, capace anche di scelte coraggiose. Come le tante esclusioni che un città deve fare...

**Nel golf, Prandelli, invece è solo con se stesso...**

Sì, e questo mi rende felice. Il golf mi piace perché, con legni e palline, a spazio per i campi, ritrovo anche me stesso. Cammino e penso, cammino e mi concentro. cammino e mi sento libero.

**Insomma, si disintossica...**

Anche. Benché io sia un tipo calmo, abbastanza tranquillo che cerca di sdrammatizzare tutto. Tanto da ricordare che, in fin dei conti, il calcio è solo un gioco...ma il golf mi è utile per togliermi tensioni e, al contempo rinnovare nuove sfide con me stesso. Gareggio con me e contro di me, e questo non è da tutti gli sport.

**Quando ha cominciato?**

Undici anni fa, quando Maurizio Zamparini, allora presidente del Venezia, mi esonerò dalla

guida tecnica della squadra.

**E ora dove gioca?**

Soprattutto a Poggio Medici, abitando a Firenze. Purtroppo non riesco a fare delle gare, perché la domenica sono impegnato a vedere partite e giocatori in giro per l'Italia. Confrontarmi con gli altri mi piacerebbe, senza dover per forza...vincere.

**Sui green le chiedono pareri calcistici? O perchè impiega in Nazionale Balotelli e non...Cassano?**

No, e questo è il bello del golf. Incontro medici, avvocati, architetti, impiegati e non si parla mai di calcio, ma solo di colpi e buche. Anche quando incontro altri allenatori di calcio, e questo è straordinario...insomma, ci isoliamo davvero.

**Il suo handicap?**

18. E spero di far meglio. Anche se il tempo a disposizione è quello che è...fra viaggi, riunioni e lavori di rappresentanza sono parecchio occupato, anche se la mia vita è cambiata passando da allenatore di club a città azzurro. Il tempo libero è maggiore, ma lo stress c'è lo stesso, elevatissimo, e concentrato.

**Il suo futuro?**

Nel giugno 2013 la Confederation Cup, in Brasile, che è una sorta di supertest in vista dei mondiali dell'anno dopo. Dove dobbiamo



Andrea e Gianfranco Zola, Cesare Prandelli, Federico Silva, editore Golf Today

cercare di qualificarci ad ogni costo. In fondo, siamo Vicecampioni d'Europa...poi si vedrà. Sono stato fortunato nel mio lavoro, e guidare la nazionale è un traguardo sognato da tutti. Certo che se avessi più tempo migliorerei ancora. Dove? sui campi da golf. **Quell'handicap è ancora troppo alto...**

Amedeo Gorla

**Cesare Prandelli, Gianfranco Zola** e il figlio **Andrea** hanno partecipato alla **Glebb&Metzger** - Francesco Molinari Golf Cup svoltasi Giovedì 29 Settembre 2011 al Circolo Golf Torino - La Mandria a cui hanno gareggiato anche altri personaggi del mondo dello sport, dell'imprenditoria, dello spettacolo e del giornalismo tra questi ultimi anche **Andrea Alpini** direttore itinerari culturali **Golf People Club Magazine**. L'evento si è concluso con una asta di beneficenza il cui ricavato è stato devoluto alla **Fondazione Cecilia Gilardi O.N.L.U.S.** Tra i cimeli in palio numerosi oggetti provenienti dalla partecipazione di **Francesco Molinari** alla **Ryder Cup** e allo **U.S. Open**. Inoltre, **Figg, Inter, Juve, Torino** e **Milan** hanno messo a disposizione palloni e magliette autografate.

a sinistra: Valter Castagnero, Segretario Golf Club Torino La Mandria, Francesco Molinari, Andrea Alpini direttore itinerari enogastronomici Golf People Club Magazine



Cesare Prandelli

Francesco Molinari



Foto Alberto Ramella



**ASSOCONSULENZA**  
Associazione Italiana Consulenti di Investimento  
A.D. 1996 - www.assoconsulenza.com  
info@assoconsulenza.eu



# La tutela dei patrimoni e il ruolo della consulenza finanziaria

Nell'articolo del numero precedente si è inquadrato il tema generale dell'attività di private banking nelle sue diverse configurazioni. In questa seconda nota l'obiettivo è di concentrare l'attenzione sull'offerta di tutela dei patrimoni come inquadrata dalla normativa comunitaria e sulle opportunità consentite dall'attività di consulenza finanziaria quale alternativa o complemento all'attività di sollecitazione del risparmio e a quella di distribuzione dei servizi finanziari.

Quest'ultima è garantita dal ruolo dei promotori finanziari e dallo sviluppo di servizi da parte delle banche commerciali e delle SIM. La prima invece ci riporta all'attività indipendente di brokeraggio, laddove il rapporto è diretto fra il consulente e il cliente, mentre la negoziazione degli investimenti e la scelta degli specifici "prodotti" è affidata ad un momento successivo.

In realtà sussiste ancora una certa confusione del risparmiatore nell'individuare correttamente i distinti ruoli. Il Promotore rappresenta una SIM mandante nei confronti dei clienti cui propone la gamma di prodotti distribuiti dal suo intermediario. Il Consulente Indipendente (un-tied) rappresenta i clienti nei confronti delle società operanti sul mercato verso le quali non ha alcun legame. Il consulente tied è di fatto un promotore operante su una gamma di prodotti adeguatamente vasta nel cui ambito sviluppa un ruolo consulenziale senza poter peraltro offrire nulla di cui non abbia un mandato. Il dipendente di una banca (anche private) ripropone il ruolo del promotore in un modello organizzativo ormai stabilmente orientato verso il cliente (retail, affluent, private).

Individuiamo per semplicità sei aree di maggiore interesse per il lettore tipo di questa rivista:

la consulenza nell'ampio settore della intermediazione mobiliare (cioè verso gli strumenti finanziari);

la consulenza successoria e fiscale per il patrimonio;

la consulenza per la gestione corrente e straordinaria del patrimonio immobiliare;

il business advisory per la clientela di matrice imprenditoriale;

il family business advisory per la clientela a forte struttura patrimoniale;

la consulenza in campo artistico e degli investimenti alternativi "decorrelati".

Il profilo più adeguato è quello della tutela del patrimonio arricchito di un premio adeguato per il rischio accettato al momento dell'at-



Giuseppe G. Santorsola

tivazione del rapporto (o successivamente modificato), sempre in ossequio alle vigenti regole comunitarie (la direttiva MiFID). Chiunque ambisse ad una forte crescita della propria ricchezza giocherebbe una partita difficile incongrua rispetto al mestiere di cui trattiamo e verso la quale bisognerebbe agire sempre con cautela. Sono ben conscio che le attese di molti sono diverse, ma è bene precisare con chiarezza che non si tratta di un campo professionalmente compatibile con la situazione dei mercati in qualsiasi condizione. Questi sono interpretabili come un campo da golf caratterizzato da un percorso variegato nel quale bisogna comportarsi con scelte diverse,

non sempre ripetibili. Ciascun giocatore ha un handicap con cui fronteggiarsi, dovuto alle mutevoli esigenze che caratterizzano la nostra vita nel suo ciclo. Ci sono molti alberi nel percorso, altrettanti bunker che ostacolano il percorso verso il traguardo e l'erba del terreno costituisce un ostacolo differenziato da interpretare con un consulente adatto per ogni situazione. Lo stesso percorso non è il medesimo anche se viene ripetuto più volte ed avventurarsi in campi non conosciuti costituisce un rischio affascinante per la novità, ma impervio perché non governato con l'esperienza.

Possiamo distinguere tre tipi di "players":

il risparmiatore, condizionato dai propri problemi contingenti, dagli imprevisti della vita quotidiana e dalla scarsa capacità di sopportare il ripetersi di difficoltà per le quali il suo patrimonio non è idoneo a garantirgli la sostenibilità continua delle diverse condizioni;

l'investitore, teso verso un risultato cui tendere senza farsi condizionare dalle tentazioni di singole opportunità non coerenti con l'obiettivo finale;

lo speculatore, orientato verso situazioni contingenti, che lo deviano da un obiettivo finale cui rinuncia per raccogliere le opportunità di volta in volta offerte; non punta ad un traguardo finale (il torneo) quanto a risultati parziali dei quali deve sentirsi soddisfatto anche se deviano dal puntare alla vittoria finale.

Nessuno può ottimizzare tutti e tre i ruoli senza correre il rischio di perdere l'opportunità di conseguire un risultato soddisfacente nel complesso. Molti soggetti tendono invece, purtroppo per loro, a modificare la propria posizione senza soddisfazione finale. Soffriamo quindi spesso di ingordigia, non sapendo accontentarci di quanto già abbiamo ottenuto. E' un peccato non ricompreso biblicamente tra quelli capitali, ma – forse – l'esperienza della finanza degli ultimi anni dovrebbe suggerirne l'estensione verso questo ottavo. Leggo tra l'altro nel testo dell'ultima enciclica di Benedetto XVI qualcosa in merito (Spe Salvi 2007). Più laicamente ne parlavano Henry Kissinger nel 2006 e Nouriel Roubini nel 2008.

# TORNEI

## Al Golf Club di Carimate, il trofeo Banca Generali

*Banca Generali, polo bancario italiano del gruppo Assicurazioni Generali, è una delle principali istituzioni finanziarie presenti nel panorama nazionale. Specializzata nella gestione del risparmio e nella pianificazione finanziaria la società triestina rappresenta una delle realtà a maggiore crescita e dinamismo in Italia in virtù di forti competenze dei propri consulenti e una gamma di offerta ai vertici del settore per completezza e specializzazione.*

Foto di Stefano Merlini

**A** avendo alle spalle un gruppo con una forte reputazione come le **Assicurazioni Generali**, con radici che risalgono al 1831 ed una storia costellata di successi che ne hanno fatto il **terzo operatore in Europa**, **Banca Generali** s'è sviluppata in oltre **10 anni** sul percorso tracciato dalla capogruppo all'insegna di valori come eccellenza e professionalità.

La Banca, sotto la guida dall'amministratore delegato **Piermario Motta**, ha ampliato la gamma di servizi per la clientela che può oggi beneficiare di operazioni tra le più competitive nel panorama na-



Stefania Mascheroni

Marco Tundo

Claudio Zago

zionale sui conti correnti, così come accedere alle migliori case internazionali d'investimento per la scelta della tutela dei propri risparmi; oppure affrontare con specialisti del settore determinate sfide e complessità derivanti dalla cura del patrimonio. La qualità delle risorse è uno dei fattori distintivi

della società, testimoniati peraltro dai numeri in forte crescita nella raccolta di risparmi che nei primi **6 mesi** dell'anno ha ampiamente superato il miliardo di euro. Un esempio delle professionalità esibite sono riscontrabili da figure come quella di **Claudio Zago, District Manager** per l'area di **Milano, Monza e Brianza**

Il manager, classe **1967**, laurea in **Scienze Finanziarie**, da oltre **20 anni** in questo settore prima con il gruppo creditizio **Banca Commerciale Italiana** diventato in seguito **Banca Intesa** e dal **2004** in **Banca Generali**, basa il proprio centro operativo nella sede di via **San Paolo** nel pieno centro di **Milano** a pochi passi dal **Duomo**.



Fabio Baselice

Roberta Venturini

Laura Rampazzo



Stefania  
Mascheroni

tivo si evince anche dalla scelta dei testimonial (**Alessandro Del Piero** e la campionessa di sci **Federica Brignone**) e dalla passione per il green. Proprio al golf viene dedicato un circuito tra i più esclusivi nel panorama nazionale con l'egida della Banca del Leone, e iniziative affini sono condotte in tutta Italia dai diversi responsabili d'area. Tornando al District **Claudio Zago**, solamente quest'anno sono già state organizzate nell'area di riferimento - **Lombardia** - 5 manifestazioni di eccellenza che hanno toccato prestigiosi circoli (**Golf Club Carimate - Como**, **Golf Club Le Robinie Solbiate Olona - Varese**, **Golf Club Ponte di Legno - Brescia**, **Golf Club Le Rovedine Noverasco di Opera - Milano**, **Golf Club Lecco - Lecco**).

La passione per il Golf trova riscontro tra molti interlocutori e clienti della banca che hanno così il modo di toccare con mano la cura nei dettagli dell'organizzazione e la professionalità dei consulenti negli aspetti relazionali.

Nel suo incarico manageriale coordina **50 professionisti** con un **portafoglio medio** tra i più elevati del settore. Solo nel primo semestre sono stati raccolti dai colleghi della sua squadra oltre **87 milioni** di euro di cui circa la metà nel comparto gestito/assicurativo.

Anche sul fronte del reclutamento di nuovi professionisti l'esempio di **Banca Generali** con una politica di eccellenza e grande esperienza nella selezione dei profili si mostra fortemente distintiva. Il contributo di **Zago** anche in questa direzione è esemplare. Dall'inizio di quest'anno è infatti riuscito ad inserire personalità di spicco nel settore come **Gianfranco Tovaglieri** e **Piero Rota** provenienti entrambi dal **Credit Suisse**, **Andrea Vio** da **Mps Private Banking**, **Daniela Bonelli** e **Marco Tundo** da **Intesa San Paolo Private Banking** con il secondo che si è peraltro messo in luce per l'elevata produttività e le dimensioni di portafoglio.

Oltre alle esperienze professionali e la professionalità dei manager sul campo è utile ricordare l'impegno di **Banca Generali** in ambito sociale. Ad esempio s'è da poco conclusa a Salerno la terza edizione di "**Banca Generali Un Campione Per Amico**", straordinario evento itinerante capace di far scendere nelle piazze italiane oltre **12 mila bambini** senza distinzione di abilità per provare un'esperienza fuori dal comune: farsi allenare per un giorno da campioni come **Adriano Panatta**, **Andrea Lucchetta**, **Jury Chechi** e

**Francesco Graziani**. Dietro alla manifestazione che quest'anno godeva del patrocinio del **Comitato Paralimpico**, la volontà di diffondere tra i più piccoli valori esemplari del mondo dello sport quali: **il rispetto degli altri, la determinazione, il senso di appartenenza e integrazione**.

La sensibilità della banca per il mondo spor-



Stefania  
Mascheroni

Marco  
Tundo

Claudio  
Zago

### Semestrale Banca Generali al 30 Giugno 2012:

- UTILE NETTO SEMESTRALE 67,3 MILIONI (+ 80 %)
- ricavi totali 177,1 milioni (+41%)
- raccolta netta 1.044 milioni (+ 80 %)
- masse totali 24,6 miliardi (+ 4%)
- SOLIDITA' PATRIMONIALE
- tier 1 capital ratio 12,5% (11 % a fine 2011)
- eccesso di capitale a 113 milioni (+27% da inizio anno)

### Banca Generali SpA

Via San Paolo 7 20121 Milano  
Tel . 02 801364 - Fax 02 809129

Via Gioacchino Rossini 44  
20831 Seregno -Monza e Brianza  
Tel 0362 328955 - Fax 0362 328957

[www.bancagenerali.it](http://www.bancagenerali.it)

*In un romantico cortile,  
nel centro di Varese,  
incontriamo il maestro  
dell'arte orafa*

Foto di Stefano Merlini

**Ivano Consoli**, classe 1961, sposato con un figlio di 19 anni, **Fabio**, studente all'Università di Lugano in **Ingegneria Meccanica** è un maestro **dell'Arte Orafa**. Infatti nel 1991, dopo una intensa esperienza professionale maturata al fianco del celebrato orafo Giulio Manfredi, in seno alla **Manfredi Gioielli**, realizza il proprio obiettivo di diventare un artista imprenditore fondando **C.R. Creazioni Gioielli**, struttura ubicata all'interno di un romantico cortile, nel pieno centro di Varese. **Ivano Consoli** non descrive il suo atelier come una gioielleria bensì come un **laboratorio orafa**, perché c'è differenza, afferma con grande trasporto e profondo sentimento, tra vendere gioielli e crearli; una passione questa che lo accompagna fin da quando, ragazzo, affascinato nel guardare **Marilyn Monroe** cantare "Diamonds are a girl's best friend", sentiva che questa sarebbe stata la sua strada.



# IVANO CONSOLI



Nel suo laboratorio **non effettua solo riparazioni, puliture, restauri di gioielli, modifiche e incastonature di pietre, ma ripropone soprattutto modi nuovi e originali** di mescolare pietre preziose con semplici corneiole, quarzi, topazi, in uno scenografico ma pur sobrio modo di produrre gioielli, come è possibile constatare guardando ed indossando la sua personale collezione di cinture e di accessori, vere e proprie opere d'arte. Anelli, bracciali, orecchini e collane sono spesso creati su misura per i clienti, in funzione delle proprie specifiche esigenze e non importa se si tratti di lavori importanti o piccole riparazioni, quel che conta

**è che anche con indosso un suo gioiello le clienti si sentano felici.**

**Ivano** collabora da numerosi anni disegnando e producendo gioielli per conto di stilisti ed aziende orafe di grande prestigio come **Versace, Cozza Gioielli, Olexport, Mica Auri, La Pepita**, lavorando sia per le linee italiane che estere.

Nell'ultimo periodo, grazie alla particolare capacità professionale sviluppata, ha iniziato anche a soddisfare, con estrema soddisfazione dei committenti, anche **richieste importanti di acquisto di lingotti d'oro fisici e di diamanti per investimento**, registrando nel corso dei primi mesi del 2012 un significativo incremento di tali richieste.

**Ivano** si è avvicinato alla disciplina golfistica non da giocatore ma come sponsor, grazie al coinvolgimento di un amico concittadino golfista, **Andrea Fisco** direttore Area Beneficenza & Celebrità Golf People Club Magazine nonché padre di **Alberto Fisco** futura promessa del Golf Giovanile Italiano, che è riuscito a convincere il mae-



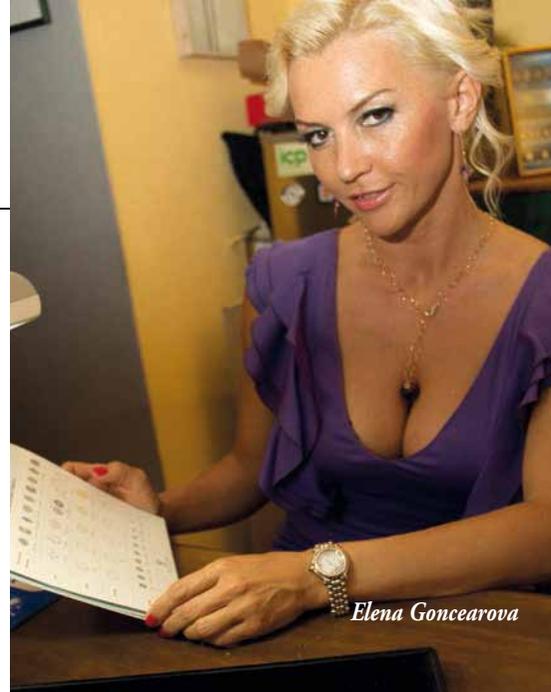
*Alberto Fisco*

stro orafa a mettere in palio un diamante quale premio per chi dovesse effettuare un **Hole in One** alla buca 8, rispettivamente del **Golf Club Le Robinie - Solbiate Olona** (Varese) e del **Golf Club dei Laghi - Travedona Monate** - (Varese) all'interno del circuito denominato **Blue Jacket Tour** fondato

e presieduto da **Marco Brunella** con la collaborazione di **Cristian Righi** presidente e fondatore **Cristian Events** e **Orange Jacket Tour** di cui **Golf People Club Magazine** è **media partner**.

La pietra messa in palio è stata selezionata ed individuata coinvolgendo un collega, ma prima di tutto un grande amico, **Remo Mondia**, fondatore nel 1987 a Gallarate della struttura **Mondia Gioielli** [www.mondia.it](http://www.mondia.it), insignito personalmente da **Philippe Daverio**, dell'ambito titolo di miglior **Orafo dell'Anno** nell'edizione del 2009 per la **qualità e l'originalità** dei suoi **manufatti**.

**Ivano Consoli** nel corso del 2012 in stretta sinergia con **Golf People Club Magazine** organizzerà nel proprio atelier di **Varese** dei momenti di incontro conviviale al fine di presentare le opere realizzate e proporre al pubblico i servizi offerti, inoltre sarà **ospite d'onore** agli esclusivi eventi in programma nel prossimo futuro che si svolgeranno nella splendida cornice di **Golf People Club House - Terrazza Borelli**.



*Elena Goncearova*



*Elena Goncearova*



*sopra, da sinistra: Ivano Consoli, Elena Goncearova, Maria Grazia Borelli,*



*Maria Grazia Borelli, Alberto Fisco*



*Elena Goncearova*



Il diamante protagonista dell'operazione Hole in One al Blue Jacket Tour presenta le seguenti caratteristiche riassunte nelle quattro C, Cut, Color, Clarity, Carat ovvero: **Taglio: Brillante - Colore: J - Purezza: SI 2 - Peso : 70 punti o carati.** Il valore commerciale della pietra è stimato sui 3.500 euro.

**C.R. Creazioni Gioielli di Consoli Ivano**  
Via Donizetti 7 21100 Varese Telefono 0332 241919 email : [consoli.ivano@libero.it](mailto:consoli.ivano@libero.it)



**daguas**  
indossare il benessere

**pelledacqua®**

Pelledacqua è un prodotto estremamente innovativo. Realizzato con una Lycra 190gr. che ha la caratteristica di estensibilità e di trazione tale da poterci permettere di costruire un modello unico con la vestibilità di quattro taglie. Pelledacqua rispetta il benessere e la salute del corpo, ponendo la massima attenzione nei minimi particolari.

Pelledacqua non è un costume monouso ma un vero e proprio capo d'abbigliamento per il benessere.



**Daguas è:  
Pelledacqua donna  
Pelledacqua uomo  
Telo pareo per sauna  
Infradito**

**Daguas**  
fax 0422.38.38.66  
cell. 339.89.127.95  
info@daguas.it - www.daguas.it

Foto di Lino Minniti



Arôme

# Concept Store Milano

www.aromegroup.it



**A**rôme Concept Store ubicato nel centro di Milano, in via Nino Bixio 1 all'angolo con viale Piave, in prossimità della fermata MM1 di porta Venezia e a due passi dall'Hotel Sheraton Diana Majestic, tre vetrine luminose è il luogo in cui — per definizione — si mescolano in modo eterogeneo gli aromi, i profumi, le miscele di stili e fusioni di tendenze in un ambiente raffinato ma estremamente accogliente con una libreria lounge insieme a componenti di arredo di famosi design, fashion, retrò, fiori.

**Spazio poliedrico ed accogliente punto di incontro per una clientela attenta ai particolari**, il cui obiettivo non è solo vendere oggetti particolari ma idee, stimolando i desideri e coccolare i sensi nel massimo del relax, cercando qualcosa che appaga tra le vetrine e gli scaffali. In questo particolare **Concept Store** viene infatti proposta un'esperienza di vita, di approfondimento, di esplorazione e di scoperta attraverso una pluralità di suggestioni, provenienti sia dalla varietà di prodotti esposti, sia dall'architettura stessa dell'ambiente, articolata su tre livelli, in un ambiente **grezzo chic ma trendy**.

**Arôme Concept Store** si frequenta per speri-



mentare con la personale sensibilità di ognuno, lo spirito dei tempi: assaporare l'insieme e scoprire quindi gli aromi, le spezie, i colori, i messaggi, le novità della moda, tea particolari, gli infusi, confetture di ogni tipo, una cantina di **vini, cioccolati e biscotti** di varie forme, **confetti dai gusti originali**.

**Stefania Petruccelli**, creatrice e animatrice dello spazio, offre un ambiente fusion con tocchi di splendide composizioni floreali nel quale è possibile rilassarsi e incontrare i propri amici, consultare riviste dedicate alla moda e al design, leggere libri tradizionali o **sull'iPad** o navigare in internet **Free Wi-Fi**.



*Nella foto: Bianca Maria Miola Vecelli, per il bagno di fine serata ad un esclusivo evento Golf People Club House - Terrazza Borelli indossa gli esclusivi ed unici costumi per sauna Pelledacqua by Daguas [www.daguas.it](http://www.daguas.it) venduti da Arôme Milano, Daniela Sandoni presidente Daguas, Maria Grazia Borelli.*

*Nella Petych, Bianca Maria Miola Vecelli, Elisa Maria*

*Maria Grazia Borelli, Elisa Maria*



"Affari d'oro e cuore grande" è il messaggio che sta a cuore a **Stefania Petruccelli**, che desidera impreziosire l'habitat o il guardaroba delle sue Clienti ma contemporaneamente aiutare chi opera nel sociale devolvendo una percentuale su ogni acquisto effettuato ad iniziative non profit. **Arôme Concept Store** offre anche alcuni servizi personalizzati: dalla **linea catering**, con raffinate **"mise en place"**, alla consulenza dello studio di progettazione interno, sempre disponibile per rinnovare e abbellire qualsiasi spazio; dalla consulenza di grafic design, che realizza qualsiasi materiale, dal biglietto di invito alle frasi per t-shirt e mille idee da realizzare insieme, alla pianificazione di cerimonie per matrimoni, e ospita anche presentazioni e workshop.



*a destra: Maria Grazia Borelli, Nella Petych, Bianca Maria Miola Vecelli*



**Arôme Concept Store**  
Via Nino Bixio, 1 - Milano  
Tel. 02.89054712 Fax 02 89054712  
email: [info@aromegroup.com](mailto:info@aromegroup.com)



*Elisa Maria Maria Grazia Borelli*

**UP** AND **UP**  
*casa*

veste di moda la tua casa



# MODAMICA

**C**arlo Scotti, amministratore unico Modamica, caro amico come lo zio Vincenzo Scotti, già ministro in ben otto Governi, in occasione della notte bianca di Vimodrone, ha organizzato una sfilata dove le modelle sono state vere donne, impegnate quali mogli, professioniste e madri, clienti storiche che hanno indossato i loro abiti utilizzati sia per la vita di

tutti i giorni sia in alcuni momenti importanti della loro vita.

Gli abiti, gli accessori e le scarpe indossati durante la sfilata sono stati acquistati direttamente nello show room Modamica di Vimodrone fondato e gestito da Carlo Scotti e dalla sua famiglia e sono stati scelti tra le collezioni realizzate dai più importanti stilisti e

produttori italiani quali: Rocco Barocco, Casadei, Class Cavalli, Roberto Cavalli, Gianfranco Ferrè, Ferrè Studio, John Galiano, Gattinoni, Gherardini, Les Copains, Moschino, Luciano Padovan, Via delle Perle, Pianura Studio, Roberta Scarpa, Scervino, Waggon Paris, Valentino, Gianni Versace, accessori e bijouteria Parure Milano.



*Daniela Vegetti, amministratore delegato Eidon srl, Anna Bitti, direttore generale Modamica, Pia Zingarelli*



*Lilia Toselli*



*Susy Zacheo*

*Eugenio Romeo, medico chirurgo specialista in Odontostomatologia, docente Università degli Studi di Milano*

**MODAMICA**  
Via San Remigio, 1  
20090 Vimodrone (MI)

Via Nino Bixio 1  
MILANO

Tel. 02.27409477  
Fax 02.27409477

www.modamica.com  
posta@modamica.com



*Daniela Vegetti, amministratore delegato Eidon srl*



*Carlo Scotti, amministratore unico Modamica, Anna Bitti, direttore generale Modamica*



*Emanuela Cordini*



*Pia Zingarelli*



*Laura Pedrini*



*Ottavia Ditroia, Eugenio Romeo medico chirurgo specialista in Odontostomatologia, docente Università degli Studi di Milano*



*Eugenio Romeo, medico chirurgo specialista in Odontostomatologia, docente Università degli Studi di Milano, Simone Bonfanti, direttore Modamica ed il figlio Gabriele, Anna Bitti, direttore generale Modamica, Carlo Scotti, amministratore unico Modamica, Enrica Scotti, direttore Modamica.*





SAINT TROPEZ



Via Appiani 5, 20121 Milano  
Ph: +39 02 91472825  
Fax: +39 02 36503737

Showroom:  
Via Cino del Duca 5, Milano  
Ph: +39 02 76008108

Flagship Store:  
5 Place de la Garonne, St Tropez  
Ph: +33 0494974485

info@mosaïque.it - www.mosaïque.it  
info@swamp.it - www.swamp.it  
www.facebook.com/mosaïquestropez



# ARMAN GOLAPYAN

“...passione  
per l'eccellenza”

**A**rman Golapyan è un mercante d'arte e imprenditore nel campo della moda nato a **Teheran**, in **Iran**, nel luglio 1967. Rimasto orfano del padre, **Gholom Hossein Golapyan**, una persona di grande fiducia dello **Scià**, quando aveva soltanto **7 anni**,

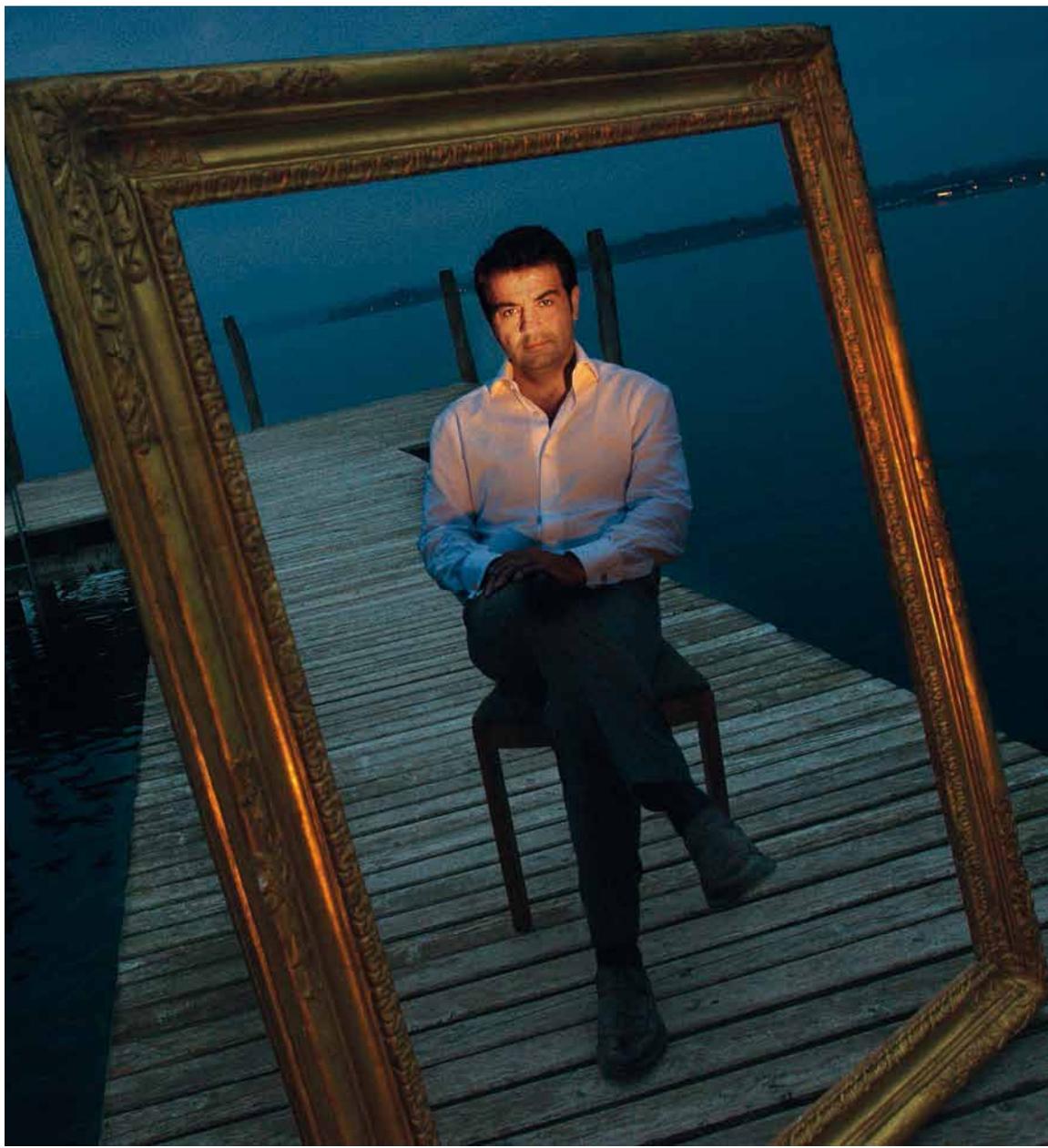
Arman fu costretto a lasciare il suo paese 4 anni dopo, quando la rivoluzione islamica capitanata dall'Ayatollah Khomeini costrinse **Reza Pahlevi** ad andare in esilio.

Sorte che toccò anche a quelli che erano stati vicini alla corte imperiale, visto che in patria molti furono quelli condannati a morte senza processi regolari. Nel **1979 Arman**, con la madre **Tahereh Makary**, si trova così in **Italia**, dove finisce gli studi. E proprio dalla madre eredita la grande passione per l'arte, tanto che ancora oggi dice. “Le adozioni che provo di fronte a un'opera d'arte sono il motore del mio lavoro e della mia passione”. All'inizio sono i **tappeti**, gli **arazzi** e i **tessuti** che attirano la sua attenzione. Ma non è solo l'idea del business ad attrarlo. “Mi affascinava e mi affascina l'idea di recuperare in **maniera artigianale** dei manufatti che vengono da **epoche diverse**, che hanno visto la storia”.

Qualche anno dopo sposta il suo interesse sui dipinti antichi, sempre con il desiderio di restaurarli e di riportarli al loro splendore originale. La sede principale è a **Lugano**, in **Svizzera**, poi in Inghilterra e a **Dubai**, negli **Emirati Arabi Uniti**. In seguito fonda, nel **2005**, la **succursale italiana**, a **Milano**, dell'**Arman Golapyan S.p.A.** Un'azienda che opera nel settore dei **quadri antichi**, ma che si espande verso il settore della **moda** e del **lusso**. Il suo nome diventa sinonimo di garanzia: infatti conosce e condivide tempo e denaro con molti nomi illustri nel mondo, pur mantenendo la discrezione e

la riservatezza. Viaggia di frequente per affari bilanciando l'amore per l'arte con l'intraprendenza del business, ma non disdegna passioni più fuggevoli, quali l'equitazione, le donne e i motori. Tutto questo, lo scorso anno si ferma; la guardia di **Finanza** lo arresta e comincia

il suo calvario con la giustizia. Così commenta: “**Il Pubblico Ministero nel mio caso ha confuso il derubato con il ladro, chi aveva subito un danno con chi lo aveva commesso. Ma credo che tra breve le cose ritroveranno il loro giusto posto e tutto tornerà come prima**, meglio di prima. L'amore per



il bello non è scomparso dentro di me e continuerò a cercarlo”.

#### Come definisce il bello?

“Il bello è sicuramente una forma astratta soggettiva, ma per chi lo vede è sicuramente una distinzione da tutto il resto... **Una stella che luccica che mi abbaglia e che io cerco di far vedere anche agli altri**”.

#### Cosa ricorda del suo paese natale?

“**La natura, l'archeologia e le grandi proprietà di famiglia, montagne, campi e fiumi.** In particolare un fiume che attraversava una montagna entrando in una grotta e che per me era una specie di posto magico”.



#### Oriente e Occidente: come convivono in lei? Cosa le ha lasciato l'Oriente e cosa le ha dato l'Occidente?

“Di orientale ho sicuramente il rispetto per i più anziani, per l'esperienza che hanno accumulato e che ti possono lasciare; di occidentale la trasgressione, in ogni sua forma”.

#### Come ha cominciato a interessarsi di arte?

“E' un impulso che ho sempre avuto dentro di me amplificato dalla complicità di mia madre”.

#### Lei ha girato molti Paesi e ha punti di visuale diversi: cos'ha di buono rispetto agli altri l'Italia e cosa ha in meno?

“Mi piace molto la **praticità e schiettezza** degli svizzeri e la **tenacia** degli americani, mi dispiace molto per la **burocrazia italiana** e mi colpisce in negativo la **mancanza di patriottismo**. Penso che **il problema principale dell'Italia è che... mancano gli italiani**. Perché secondo me gli italiani non hanno capito che l'Italia è una loro proprietà, che la devono amare, rispettare e proteggere. E di cui andare fieri. Negli **Stati Uniti** la gente reagisce al successo degli altri riconoscendone il merito. **In Italia invece il successo è considerato un'infermità, una malattia, una colpa, qualcosa per cui si dovrà essere puniti.** In Italia, come minimo, chi ha successo è cornuto; se non è cornuto,

arman golapyan



PASSIONE PER L'ECCELLENZA

[www.venividivici.us](http://www.venividivici.us)

è ladro'. Questo non sono io a dirlo, ma una grande giornalista e scrittrice italiana: **Oriana Fallaci**”.

#### Per fare il mercante d'arte, quali sono le qualità che ci vogliono?

“Cultura, fiuto, istinto e capacità imprenditoriali”.

di conseguenza la società in cui vive. Gente che non ha paura di mettersi in discussione e che per questo è pronta a crescere”.

#### La moda è stata per lei un arrivo “logico” dall'arte?

“Sì, perché la **moda è creatività e l'arte è creatività**: quindi la moda è arte se viene fatta con impegno e criterio e ha come scopo la ricerca del bello”.

#### Ogni anno a giugno lei festeggia con un evento la nascita di Rubens. Lo farà anche nel 2012?

“Certo. **Peter Paul Rubens** mi piace come artista, uomo, imprenditore, diplomatico e padre di famiglia, **sono un collezionista delle sue opere, e voglio festeggiare tutti gli anni il suo compleanno il 28 giugno, con la presentazione di alcuni suoi dipinti di mia proprietà**”.

#### Quanto la sua vicenda giudiziaria l'ha cambiata nel carattere?

“Non penso di essere cambiato, ci vuole ben altro per cambiarmi.... L'unica cosa di importante è che mi ha costretto a fermarmi e solo così ho potuto conoscere e riflettere sull'importanza di una donna speciale che mi completa e mi fa stare bene”.

#### Ci sono state persone che l'hanno sorpresa durante quest'ultimo periodo?

“Ho avuto sorprese positive e negative, tradimenti di alcuni amici e altruismo e amicizia da altri... fa parte della vita.. è stata un'esperienza molto importante che sicuramente mi ha reso più forte e che mi ha fatto crescere”.

#### Ha ancora fiducia nella giustizia, dopo aver provato sulla sua pelle che non sempre la giustizia è giusta?

“**Ho fiducia e rispetto nella Legge, ma non in quelli che fanno finta di applicarla.** La mia vicenda è diventato un fatto personale e non di giustizia... **Viviamo in un paese in cui ai Pubblici Ministeri interessa più apparire e fare notizia calpestando il prossimo più che ricercare la verità**”.



#### I cavalli esercitano da sempre una grande attrattiva su di lei: perché?

“E' un animale nobile, fiero, amante della libertà e poi è da sempre una passione di famiglia”.

#### Il due ottobre esordirà sul web un suo quotidiano “Veni Vidi Vici”: perché questo nome?

“L'ho scelto per la mia voglia di vincere, mi ha colpito l'ambizione di **Giulio Cesare** e la sua sicurezza. [www.venividivici.us](http://www.venividivici.us) è il grido che cresce in me prima e dopo ogni battaglia”.

#### Di cosa tratterà?

“Informazione, la giustizia, che troppo spesso per distrazione o malafede diventa ingiustizia italiana, moda, arte, cultura e verità nei secoli, tutto ciò che è bello, che merita di essere ricordato e non bisogna dimenticare. Realtà sane che hanno grande sostanza. Sicuramente non gossip di strada... Lo scopo è quello di far crescere la voglia di fare agli italiani e di non fare dimenticare il ruolo importante che l'Italia ha avuto nella storia, e il ruolo che deve avere ancora in futuro. Perché essere italiani non deve essere solo un piacere ma anche un dovere, una missione”.

#### A chi è rivolto?

“A un pubblico che vuole un mondo migliore, gente attiva che cerca di migliorare se stessa e

# EURO FLOW: LA GARANZIA DI RISULTATI CERTIFICATI

EURO FLOW per la gestione della qualità analitica nei Laboratori di analisi ematologiche.

**EURO FLOW**  
Innovation and Quality Assurance in Health Care

A garanzia del paziente, dell'istituzione e degli operatori, il più completo e articolato sistema di "External Quality Assessment" in ematologia, forte di oltre 10 anni di esperienza.

EURO FLOW S.r.l. Piazza Tranquillo Zerbi, 3 21047 Saronno (VA)  
Tel 02 96705425 - Fax: 02 96705209 - [www.euroflow.it](http://www.euroflow.it) - [info@euroflow.it](mailto:info@euroflow.it)



# Golf e disabilità

Per info e contatti:  
Corso Italia 11 - 20122 Milano  
info@alumnidirittosport.it  
www.alumnidirittosport.it

Lo scorso 9 settembre si sono conclusi a Londra i XIV Giochi Paralimpici estivi. Il Golf non risultava fra le 20 discipline sportive ammesse (non essendo, peraltro, disciplina olimpica. Lo sarà da Rio de Janeiro 2016). Si vuole, tuttavia, prendere spunto da questo avvenimento per approfondire le norme che regolano il rapporto tra Golf e Disabilità.

Nel 1998 nasceva l'Associazione Golfisti Italiani Disabili (A.G.I.D.). Il fine statutario era quello di promuovere iniziative culturali e sportive tese a diffondere il gioco del Golf come pratica sportiva orientata al coinvolgimento delle persone disabili. Nello stesso anno l'A.G.I.D. veniva aggregata alla F.I.G.

Nel 1999 l'A.G.I.D. entrava a far parte della European Disabled Golf Association (E.D.G.A.).

Nel 2004 l'Associazione diventava Federazione Italiana Golf Disabili (F.I.G.D.) ed entrava a far parte del Comitato Italiano Paralimpico (C.I.P.).

Per quanto concerne gli aspetti regolamentari, l'R&A Rules Limited e lo United States Golf Association hanno introdotto alcune modifiche alle regole del Golf con il chiaro obiettivo di consentire al giocatore di golf con disabilità di giocare alla pari (equitably) con un giocatore normodotato

o con una diversa disabilità. Queste modifiche delle regole trovano applicazione solo se introdotte nella singola gara dal Comitato di gara. Esse non si applicano automaticamente alle gare a cui partecipino dei golfisti disabili.

Per prima cosa si è proceduto a dividere i giocatori di golf con disabilità in cinque gruppi, ciascuno dei quali necessita di peculiari modifiche delle regole. I cinque gruppi sono i seguenti: 1) giocatori di golf non vedenti; 2) i giocatori

di golf amputati; 3) i giocatori di golf che necessitano di bastoni o stampelle; 4) i giocatori di golf che necessitano della sedia a rotelle; 5) i giocatori di golf mentalmente disabili.

Per i golfisti non vedenti viene introdotta la figura del "coach", il quale è una persona che assiste un giocatore di golf non vedente a prendere posizione sulla palla e ad allinearsi prima del colpo. Il "coach" ha lo stesso "status" del "caddie". Nulla vieta che il "coach" sia anche "caddie". Tuttavia il golfista non vedente può avere sia un "coach", sia un "caddie". Il golfista non vedente può, inoltre, toccare il terreno in un ostacolo con il bastone purché questo gesto non sia volto a testare il terreno o a migliorare la posizione della pallina.



Cesare Prandelli, ospite al Secondo Trofeo Nazionale di Golf Disabili Intellettivi svoltosi al Golf Club UNA Poggio dei Medici

zature, si applica l'eccezione n. 1 alla suddetta Regola 14-3. Altra questione che riguarda i giocatori che portano protesi agli arti inferiori è la loro incapacità di entrare o uscire dai "bunker". In questo caso si può applicare la Regola 28 (palla ingiocabile) senza ulteriori modifiche. Per i giocatori di golf che necessitano di bastoni o stampelle il primo problema appare quello di definire in cosa consista il prendere posizione sulla palla ("stance"), in particolare in presenza di un ostacolo inamovibile o di una condizione anomala del terreno. Prendere posizione sulla palla consiste nel fatto che il giocatore che usa un dispositivo ausiliario posiziona detto dispositivo e, se possibile, i suoi piedi per effettuare il colpo. Il dispositivo ausiliario è parte integrante dello "stance" del giocatore. Altro problema che si può presentare con i giocatori di golf che necessitano di bastoni o stampelle è l'interpretazione di ciò che si intenda per prendere

correttamente il proprio "stance". E' consentito a questi giocatori piegare e persino spezzare i rami di un albero o di un cespuglio in ordine al prendere correttamente il proprio "stance". Il Giocatore non può, tuttavia, deliberatamente trattenere dei rami che in modo da migliorare il proprio "stance", o "swing" o la linea di gioco.

Per i giocatori di golf che necessitano della sedia a rotelle valgono i medesimi principi adottati per i giocatori che necessitano di bastoni o stampelle. Si ritiene di mettere in evidenza solo alcuni aspetti particolari: la palla deve essere droppata dal giocatore stesso e non da altri (caddie o coach); la palla può essere piazzata non solo dal giocatore o dal suo compagno di gioco, ma anche da chi l'ha sollevata; la possibilità di droppare la palla, in presenza di un ostacolo d'acqua laterale e di particolari situazione, a quattro bastoni dal punto in cui la palla è entrata.

I giocatori di golf mentalmente disabili hanno bisogni individuali e relativi al grado di disabilità. In generale ove possibile si devono applicare le Regole utilizzate dai giocatori normodotati. Vengono, poi, introdotte due figure particolari: il coordinatore ("overseer") e il supervisore ("supervisor"). Il coordinatore viene nominato dal Comitato di gara e non viene assegnato ad un giocatore specifico. Il supervisore, invece, assiste un singolo giocatore perché possa applicare le regole e l'etichetta ed ha lo status di "caddie". Da ultimo alcune osservazioni in materia di vantaggio di gioco. Sul punto vi sono due questioni rilevanti. La prima concerne la impossibilità di applicare il sistema del vantaggio di gioco utilizzato per i giocatori normodotati ai giocatori golfisti con disabilità almeno sino a che non si trovi un accordo circa l'adattamento generale delle Regole del Golf. La seconda questione riguarda il tipo di vantaggio di gioco che dovrà essere assegnato al giocatore di golf disabile: regolare, provvisorio, locale o di un tipo non ancora determinato?

Ad ogni modo per chi volesse approfondire questi aspetti regolamentari si rimanda al sito ufficiale del R&A: [www.randa.org](http://www.randa.org) e al sito ufficiale della Federazione Italiana Golf Disabili: [www.federgolfdisabili.it](http://www.federgolfdisabili.it)





**daguas**  
indossare il benessere

# daguas *pelledacqua*

*...non chiamiamolo semplicemente "costume"*

**D**AGUAS, azienda giovane e creativa con l'obiettivo di soddisfare le nuove esigenze nate nel settore benessere, ha realizzato una linea di **indumenti studiati appositamente** per la situazione del relax in ambiente SPA.

In questo caso realizzando un **brevetto** unico ed esclusivo **studiato appositamente** per l'esigenza di dare una **protezione igienico-sanitaria** alla persona.

È nato così **PELLEDACQUA**, il costume per la sauna.

È **leggero, pratico, elegante e versatile**.

La proposta, realizzata per lui e per lei, è creata in taglia **unica** per vestire **più misure**, grazie all'applicazione di una **modellistica professionale di alta sartoria**, tenendo in considerazione tutte le **esigenze** che sono **emerse** durante le prove campione **nei centri sauna**.

È stato usato un **tessuto di elevate caratteristiche** di composizione, una **lycra 190gr.**, che ci **permette un'estensibilità di trazione** tale da garantire la costruzione di un modello unico con la **vestibilità di quattro taglie**.

**Altra caratteristica** identificativa di questo nuovo prodotto è l'**assenza totale di costrizioni elastiche**. In ogni **normale costume** da

mare o da piscina, **troviamo** nella costruzione gli **elastici di contenimento**, che hanno lo scopo di **dare una tenuta di vestibilità** al capo stesso ed una **resistenza alla trazione dell'acqua** svolgendo regolarmente il loro scopo cioè **l'essere usati** nelle **strutture** sportive per corsi di nuoto vari.

Nello **spazio benessere** però, l'**esigenza è diversa**. L'uso di un costume come indicato sopra, è **assolutamente sconsigliato e inadatto**; **nelle alte temperature la para elastica contenuta in costumi da mare o da piscina, si modifica chimicamente; si decompone perdendo man mano tutta la sua proprietà di trazione**.

Questo processo avviene **liberando** una **sostanza gassosa tossica e nociva** per l'**organismo umano**.

Svariate **ricerche scientifiche** eseguite in tal senso **dimostrano l'inadattabilità** d'uso di **questo accessorio di confezione**, nelle situazioni in cui è presente un'esposizione alle temperature elevate.

L'**assenza totale di para elastica in PELLE-DACQUA**, è data dal taglio a vivo eseguito a laser, in un particolare tessuto contenente un'e-

levata capacità di estensione.

**Questa nuova tecnica usata ci garantisce la massima trazione senza alcuna sfilacciatura.**





**PELLEDACQUA non è un costume monouso.**

Nasce per sostituire l'utilizzo dei costumi tradizionali e far fronte alla copertura igienico-sanitaria **indispensabile** in **ambiente benessere**. I ripetuti test di esposizione alle **alte temperature ed ai frequenti lavaggi**, hanno dimostrato un'elevata resistenza del capo; tutto questo **grazie all'utilizzo di un materiale di livello superiore**, garantito da un **marchio registrato** e presente nel settore abbigliamento da svariati anni, **la lycra**.

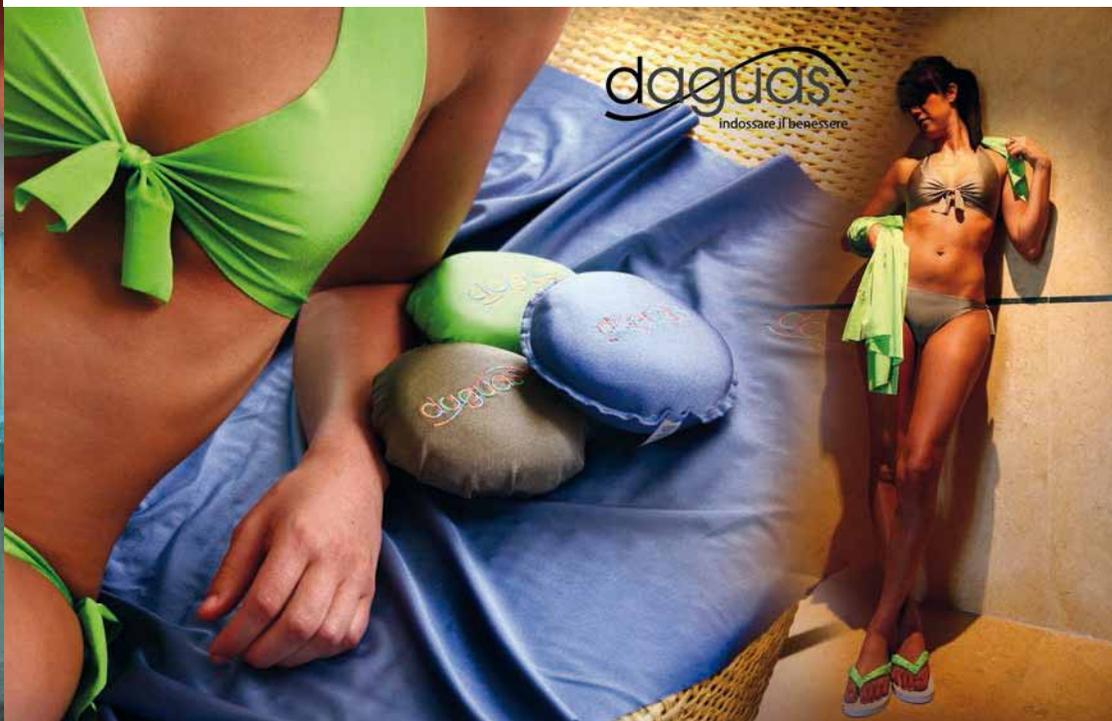
Per ultimo e non meno importante è il **prezzo di PELLEDACQUA**.

**DAGUAS è riuscita a mantenere un'alta qualità ad un prezzo accessibile**, sia a chi propone questa novità che al cliente finale.

**PELLEDACQUA è proposto ad hotel e strutture specializzate nel settore benessere-sauna**, senza obblighi di forniture con quantitativi elevati e possibilità di **personalizzazione del capo** con il proprio logo.



Pelledacqua è un prodotto Made in Italy, tutelato da marchio e modello comunitario, e marchio internazionale



**daguas**  
indossare il benessere

**Daguas**

fax 0422.38.38.66

cell. 339.89.127.95

info@daguas.it - www.daguas.it

Foto di Stefano Merlini  
e Alessandro Ombrato

Erika Faina,  
Maddalena  
Gamba,  
Cristina  
Cacciatore,  
Stefano  
Masullo



Claudio  
Chiappucci,  
Giulia  
Deamina



# radio MILAN INTER

**G**olf People Club Magazine, nel corso della stagione 2011-2012 ha registrato un **conclamato ed inaspettato grande successo di formato e di pubblico** con l'esclusivo programma radiofonico e televisivo, rigorosamente **in diretta**, dedicato ai golfisti e non, trasmesso dall'emittente **Radio Milan Inter e Più Blu Lombardia – Tele Milano, FM 96.100** e visibile su **Telemilano City** al canale **288** del **digitale terrestre**, ascoltabile anche

in **streaming** su **www.milaninterradio.tv**, condotto personalmente da **Stefano M. Masullo**, direttore responsabile, con la collaborazione di **Andrea Biandrino**, presidente **Golf People Club House - Osteria del Gambero Rosso** e la partecipazione delle **Golf Mate** della scuderia **IFT Italian Fashion Team**, in particolare di **Manuela Magistro** e di **Elena Galliano** conduttrici della sezione **Imperdibile**.



sopra in piedi: **Andrea Biandrino, Alessia Orlandi, Andrea Celentano, Malù Mpasimkatu, Elena Galliano, Aldo Castelnuovo, Stefano Masullo, Nadia Bengala**  
sedute: **Claudia Parini, Bianca Maria Miola Vecelli, Simona Gualtieri**



**Erika Farina, Cristina Cacciatore, Stella Roma, Maddalena Gamba**



sopra da sinistra: **Stefano Masullo, Petra Loreggian, Giovanna Villa, Mila Suarez, Flavio Torre, Andrea Biandrino, Giulia Marzulli, Nadia Fedornyak, Patrizio Comi** presidente **PFGolf Promotori Finanziari Golf**



**Elena Galliano, Sheyla Brusegan, Muryel Possenti, Vanessa Terzoli, Tiziano Gipponi, Debora Fumagalli, Alessia Orlandi**



**Petra Loreggian, Mila Suarez, Giulia Marzulli, Nadia Fedornyak**



sotto da sinistra: **Andrea Biandrino, Patrick Ray Pugliese, Elena Galliano**



**Nella Petych, Stefano Masullo, Claudio Chiappucci**



**Manuela Magistro**



a lato: **Andrea Biandrino, Andrea Visentini, Michele Maddaloni, Maria Teresa Ruta, Elena Galliano, Stefano Masullo**

**Elena Galliano, Patrick Ray Pugliese**





*Stefano Masullo, Andrea Biandrino, Elena Galliano*



*Alberto Pirovano, Riccardo Tagliabue, Diego Sala, Virginia Bruno, Erika Faina, Krystyna Szuminska, Stefano Masullo, Andrea Biandrino*



*sopra: Corrado Colombo, Flavio Torre, Mark Bellanca, Elena Galliano, Siria De Fazio, Enrica Saraniti, Luca Di Tolla, Michele Sessa, Roberto Manfredini*



*Andrea Alpini, Allegra Nasi, Stefano Masullo*



*a lato: Yulia Shesternikova, Franco Piras, Manuela Magistro, Nella Petych, Stefano Masullo*

*sotto: Elena Galliano, Andrea Biandrino, Siria De Fazio, Enrica Saraniti, Luca Di Tolla, Roberto Manfredini*



*Dario Bartolini, Elena Galliano*



*Yulia Shesternikova, Nella Petych, Elena Galliano*



*sopra: Nella Petych, Elena Galliano, Stefano Masullo, Andrea Biandrino, Leone di Lernia*



*a lato: Dario Bartolini, Marika Fruscio, Stefano Masullo*



*Elena Galliano, Giuseppe Germano, Enrica Saraniti, Valeria Nina Sardone, Andrea Celentano, Crystal Jones, Alessia Peraldo Eusebias, Nella Petych*



*Stefano Galli Nella Petych*



*sopra: Marika Fruscio, Sheila Brusegan, Dalila Kijakovich, Giulia Deamina, Terry Schiavo, Elena Galliano*

*sotto: Nadia Bengala, Bianca Maria Miola Vecelli, Noemi Elia, Angelo Manca, Nella Petych, Stefano Masullo*



*a lato: Terry Schiavo, Fabrizio Ferrari, Stefano Masullo, Andrea Biandrino, di spalle Marika Fruscio*





# SALUMERIA MINOLI DAL 1900

Via A. Pegoraro, 3 - 21013 Gallarate (VA)

Tel. 0331.793367 - 0331.798496

Fax 0331.784531

[www.minoli.it](http://www.minoli.it)

[info@minoli.it](mailto:info@minoli.it)



sopra da sinistra: Crystal Jones, Marilena Buono, Daniela Jasmine Baglio, Amorela Shyrtani, Stefano Masullo, Andrea Biandrino, Elena Galliano, Walter Galliano, Moreno Buccianti, Maurizio Pastore



Daniela Jasmine Baglio, Marilena Buono e Amorela Shyrtani

Foto di Stefano Merlini

# Gli Amici del Gambero Rosso

**O**steria del Gambero Rosso diretto e gestito fin dal 2001 da Agim Kurti, rappresenta al meglio il mix di pizzeria e ristorante molto diffuso a Milano. Il locale, che si trova a due passi dal Teatro Smeraldo, occupa il piano terra di un'antica casa milanese del '900, con eleganti colonne in granito. È arredato nello stile dell'epoca, con belle boiserie alle pareti. Le proposte della cucina riguardano la carne ed il pesce: dalla speciale chateaubriand, tagliate e fiorentine, alle grigliate miste e insalate di mare, ai fritti misti e scamponi al

cognac. Il ristorante è aperto sino all'una di notte, mentre la pizzeria, che ha in lista molte varietà di pizze, chiude alle due. Si bevono ottime birre e vini nazionali, dal Pinot Collio al Brunello di Montalcino, all'Aglianico del Vulture, alla Falanghina del Beneventano. Il locale può essere riservato per cene, colazioni di lavoro, compleanni e occasioni speciali.



[www.osteriagamberorosso.it](http://www.osteriagamberorosso.it),  
viale Pasubio 6 - Milano  
Tel 02.6571208 Fax 02 6571208  
email : [info@gamberorosso.it](mailto:info@gamberorosso.it)



Ivana Romanello



Elena Goncharova

a destra:  
Dalila Kijakovic,  
Terry Schiavo,  
Agim Kurti, e  
Fabrizio Ferrari



Agim Kurti

Maria Grazia Borelli



Agim Kurti

Dario Bartolini



Agim Kurti

Allegra Nasi

Andrea Alpini,  
Allegra Nasi,  
Stefano Masullo e  
Stefano Galli



sopra da sinistra: Ermanno Basilico, Ivana Romanello, Stefano Masullo, Allegra Nasi, Stefano Rocca, Stefano Galli, Yulia Shesternikova, Andrea Biandrino, Marco Borelli, Elena Goncharova, Rossano Rota, Dario Bartolini



Agim Kurti

Stefano Pucci



Agim Kurti

Ermanno Basilico

a destra: Giorgio Mastrota,  
Andrea Biandrino,  
Stefano Masullo e  
Stefano Galli



Agim Kurti

Yulia Shesternikova



Agim Kurti

Nella Petych

a destra: Dalila Kijakovic,  
Agostino Bergomi,  
Terry Schiavo e  
Agim Kurti



Passa da **ObiettivoDentale**



**il caffè lo offriamo noi!**

**Ti invitiamo**  
**sabato 10 novembre 2012**  
**all'inaugurazione dello studio di**  
**Pogliano Milanese (Mi)**  
**Via Morgagni, 40**  
**A tutti un controllo gratuito**  
**e un utilissimo regalo!**



**ObiettivoDentale**  
YOUR DENTIST



# OVERTRAINING

## Cos'è e come si manifesta

**I**l termine sovrallenamento è stato introdotto da **Hatfield (1988)** e sta ad indicare uno stato psico-fisico, nel quale l'atleta può venirsi a trovare, per eccessivo allenamento. Ci sono molte teorie sul perché si manifesti questa sindrome, ma sostanzialmente si tratta di un sovraccarico del sistema neuro muscolare da iperallenamento ed insufficiente riposo. Tutto ciò genera nel soggetto una notevole sensazione di fatica accompagnata da un calo delle prestazioni atletiche.

### SEGNI CLINICI DEL RISCHIO DI SOVRALLENAMENTO

- Diminuzione della capacità di prestazione
- Ridotta tolleranza ai carichi di allenamento
- Perdita di coordinazione
- Diminuita efficienza ed ampiezza del movimento
- Ridotta capacità di correggere gli errori tecnici
- Aumento della frequenza cardiaca e della ventilazione ad intensità sottomassimali
- Dolenza muscolare

### Parametri ematici

Il superallenamento di **tipo simpatico**, in cui incorrono soprattutto gli atleti che praticano sport di velocità, è caratterizzato da un'accreciuta secrezione di cortisolo, legata ad una ridotta sensibilità dei recettori dell'ippocampo al cortisolo medesimo con sottoregolazione del normale **feed-back** e ripetuta attivazione da stress dell'asse **ipotalamo-ipofisi-surrene**.

Il superallenamento di **tipo parasimpatico**, che si riscontra invece negli sport di resistenza, è caratterizzato da un esaurimento dell'asse



**ipofisi-surrene** con mancata risposta agli stimoli dell'ipoglicemia e dell'esercizio fisico, di cui sarebbe espressione una ridotta secrezione di cortisolo.

Uno dei suggerimenti che mi sento di fornire per non incorrere **nell'overtraining**, è quello di controllare che il nostro stato di acidosi non sia eccessivo, con un **banale esame del pH urinario** come illustrato nello schema qui riportato:

### valutazione pH urinario fisiologico

ore 6	acido
ore 9	alcalino
ore 12	acido
ore 15	alcalino
ore 18	acido

La valutazione viene effettuata con gli stick per l'urina che si reperiscono facilmente in farmacia. Se il **pH urinario** resta per acido per tutta la giornata, per due giorni consecutivi, oltre a modificare l'alimentazione con cibi tendenzialmente alcalini, come tutta la verdura e buona parte della frutta, è necessario integrare con prodotti basificanti, con una formula simile a quella del sotto indicato:

**Carbonato di calcio, bicarbonato di sodio, Carbonato di magnesio, Fosfato di sodio, Bicarbonato di potassio**

Contenuto per: 100 g di polvere

	1 cucchiaino da tè (4 g)	
• Sodio	9,4 g	376 mg
• Calcio	15,4 g	616 mg
• Potassio	1,5 g	60 mg
• Fosforo	0,67 g	26 mg
• Magnesio	5,8 g	232 mg

- 1 cucchiaino da assumersi alla sera prima di coricarsi con **200 cc di acqua naturale** oppure alla fine di ogni seduta di allenamento o della gara.

Sicuramente anche l'alimentazione ci può venire in aiuto nella prevenzione di queste problematiche, che se si dovessero ripetere nel tempo, possono essere all'origine dell'insorgenza di più o meno gravi infortuni muscolari o a dover interrompere una preparazione per qualche evento sportivo. Se quindi dobbiamo prestare attenzione, come è buona regola, all'eccessiva introduzione di **bevande zuccherate** dopo uno sforzo fisico per evitare l'aumento di **un'acidosi** già instauratasi, ricordiamoci che frutta e verdura sono per natura gli alimenti alcalinizzanti più a portata di mano dopo la nostra attività. Vediamo questo interessante elenco e teniamoci stretti questi cibi, in base anche ai nostri **gusti alimentari**, per tenerci in forma anche nel post allenamento.

### • ELENCO CIBI ALCALINIZZANTI:

(in ordine decrescente di potenza alcalinizzante)

**fichi, albicocche secche, spinaci, datteri, barbabietole, carote, sedano, lattuga, succo ananas, patate, albicocche, ananas intero, fragole, succo di pomodoro, ciliegie, banane, arance, pomodoro, cavolfiore, pesche, pompelmo, succo di limone, funghi, mela, pera, uva, latte, cipolle, piselli freschi.**

### • ELENCO CIBI ACIDIFICANTI:

(e quindi da evitare nel post-sforzo, in ordine decrescente di potenza acidificante)

**tuorlo d'uovo, ostriche, coniglio, prosciutto affumicato, carne di manzo, uovo intero, pollo, spaghetti, maccheroni, farina, sgombrò, riso, pane, cioccolato, formaggi, merluzzo.**

Alla fine poi di un allenamento così intenso, è anche necessario integrare i liquidi persi, ma soprattutto i sali minerali: è quindi importante trovare delle bevande che contengano il giusto mix di **sodio, potassio, magnesio**, glucosio e **fruttosio**. E allora se non vogliamo perderci nel ginepraio di offerte di bevande più o meno a buon mercato e più o meno efficaci, perché non prendere in considerazione di prepararsi una bevanda ad hoc, a seconda delle nostre esigenze? Di seguito, un suggerimento per una "pozione", da assumersi sia durante che dopo una gara in clima particolarmente umido e con temperature di media entità, come molto spesso succede per i golfisti.

### Integrazione Energetica liquida:

**Bevanda ipotonica al 5-8% in zuccheri**

**Preparazione: 1 L di acqua, 200 ml spremuta di agrumi o mele, 2 cucchiaini zucchero o miele (o maltodestrine), 1 g di sale da cucina** (da Dolci-Avaldi per Milan Academy)



*Elena Galliano, Francesco Avaldi  
nutrizionista Milan AC, Valeria Poggi  
Longostrevi fondatore Penta Medical Center e  
Pinky Penta Point, Andrea Biandrino*



# Penta Medical Center

S T U D I O A N T I A G E

**P**enta Medical Center attraverso il **qualificato staff medico** e l'elevato **contenuto di innovazione dell'approccio utilizzato** garantiscono al **cliente-paziente** i risultati più **soddisfacenti** in caso di richiesta di **ringiovanimento, dimagrimento, dietologia ed educazione alimentare, trattamenti di bellezza** legati allo stato di salute, **trattamenti antiaging, dermatologia equilibrio psicofisico e diagnostica innovativa.**

Penta Medical Center, fondato da **Valeria Poggi Longostrevi**, erede di una importante e nota famiglia di medici, ricerca quotidianamente lo sviluppo di tecniche e terapie per migliorare la qualità della vita dei propri pazienti fornendo le migliori soluzioni per conseguire l'ottimale **equilibrio metabolico, psicofisico ed estetico**, attraverso una consulenza qualificata e **personalizzata.**

Penta Medical Center sviluppa programmi di consulenza ed assistenza personalizzati utilizzando una diagnosi innovativa che attraverso dei sofisticati test eseguiti tramite un prelievo di sangue o salivare analizza i polimorfismi genetici che inducono invecchiamento cellulare e patologie cronico degenerative.

Le aree di attività sviluppate sono le seguenti: **Antiaging, Energia Biologica, Equilibrio Metabolico, Psicologia del Benessere, Bioingegneria Cosmeceutica, Medicina e Mini Chirurgia Estetica, Prodotti per Diete Proteiche.** Penta Medical Center annovera tra i propri assistiti anche **Stefano Masullo**, direttore **Golf People Club Magazine**, classe 1964, alto 185 centimetri con un peso di circa 90 chilogrammi, che per mantenere un ottimo **equilibrio psico fisico** si allena quotidianamente nelle discipline iniziate a praticare in gioventù, **arti marziali, atletica leggera, pugilato e shiatsu**, facendosi seguire attentamente ed in maniera personalizzata dalla dottoressa **Simona Nichetti**



sopra: **Cristiana Borghi, Giuseppe Callegari direttore commerciale Penta**

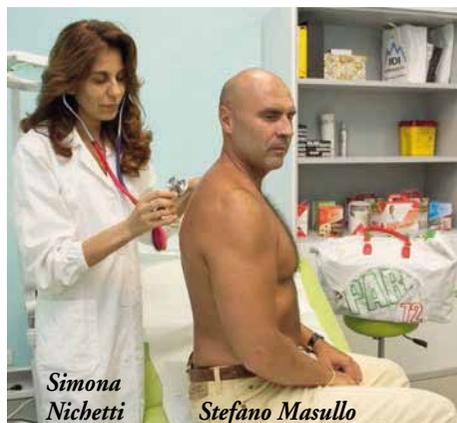


**Simona Nichetti**

**Alessandro Covacovich**



**Alessandro Covacovich, medico chirurgo esperto in Chirurgia Estetica, Cristiana Borghi**



**Simona Nichetti**

**Stefano Masullo**

**Stefano Masullo, Simona Nichetti, medico chirurgo esperto in Medicina Estetica e Nutrizionale, Cristiana Borghi, responsabile segreteria Penta Medical Center**

**ti, medico chirurgo e nutrizionista nonché responsabile operativo della struttura.**

L'intervento di **liposuzione** o **lipoaspirazione** non deve essere un rimedio per l'aumento di peso del paziente ma **deve essere considerato come un rimodellamento dopo la perdita di peso**; è fondamentale capire questo concetto per arrivare ad avere un risultato soddisfacente che perdurerà nel tempo. Quando il paziente è convinto di voler rientrare in un **peso forma** si può anche fare una visita dallo **specialista in chirurgia plastica** ma questo correttamente vi proporrà un iter da seguire in contemporanea con un dietologo che vi seguirà per un certo periodo sino a quando il peso corporeo non si stabilizzerà per almeno 6 mesi, allora sarete pronti per un intervento di **liposuzione** che vi rimodellerà con grande soddisfazione; quando invece gli accumuli di tessuto adiposo sono localizzati (esempio **addome**) si può eseguire direttamente l'intervento ricordandosi che è sempre un intervento chirurgico preceduto da esami completi per entrare in camera operatoria.

**Simona Nichetti, Stefano Masullo**





*Elena Dimitrova*



*Dalila Kijakovic*



*Cristiana Borghi, Giuseppe Callegari direttore commerciale Penta al Golf Club Ambrosiano*

*Simona Nichetti*



*Alessandro Covacovich*



Alessandro Covacovich è nato a Cagliari nel 1965, ha conseguito la Laurea in Medicina e Chirurgia presso l'Università degli Studi di Milano nel 1991, si è specializzato in Chirurgia Plastica Ricostruttiva ed estetica a Milano nel 1998, ha operato per otto anni circa presso il reparto di Chirurgia Plastica dell'Ospedale Niguarda presso la prima scuola dell'Università di Milano, per i successivi 12 anni ha operato come responsabile per la chirurgia plastica presso la casa di cura Igea in Milano; oggi si dedica alla attività di libero professionista

*Stella Roma*



*Daniele Massaro*



*Nella Petych, Maria Grazia Borelli, Andrea Fisco al Golf Club Le Robinie*

*Simona Nichetti, Cristiana Borghi*



*Andrea Biandrino, Elena Galliano*

Per info e contatti: **Penta Medical Center**  
Piazza Gramsci 8 - 20154 Milano - Tel. 02.34931634 - Fax 02.34931634  
info@pentamedicalcenter.it - www.pentamedicalcenter.it

**Pinky Penta Point**  
Piazza Gramsci 8 - 20154 Milano - Tel. 02.33614477r.a. - Fax 02.33614477  
info@pentapoint.it - www.pentapoint.it

## Il Centro Personal Trainer nella tua Club House

### Le 4 leggi di Luca G. Bottoni per la preparazione muscolare nel golfista

#### Legge n.2 Core Training

Esiste un vero sistema di appoggio per l'equilibrio funzionale, nel corpo umano, che è rappresentato da quella fascia centrale che include il complesso coxo-lombo-pelvico e che consente stabilità che promuove la reattività. Stiamo parlando del CORE, il corsetto muscolare che favorisce una miglior postura e le azioni dinamiche, elemento che negli ultimi anni ha assunto una marcata importanza nella preparazione fisica. Si parla perciò di CORE STABILITY quando l'esercizio è mirato al rinforzo di questa zona, esercizio che prescinde da età, peso e livello di forma fisica del soggetto, in quanto il CORE deve essere comunque sollecitato e condizionato in ogni caso. Per raggiungere questo obiettivo occorre quindi rinforzare e stabilizzare i muscoli del corsetto addominale, cioè: retto addominale – addominali obliqui – trasverso – muscoli paraspinali – quadrato dei lombi - pavimento pelvico. Il miglioramento del tono di questi muscoli, oltre a garantire un equilibrio funzionale, protegge attivamente il rachide lombare, quello che più spesso nel golfista risulta sofferente. Per allenare in maniera corretta il CORE, si deve partire dal presupposto che la necessità è quella di sensibilizzare, più che rinforzare, muscoli che sono spesso deboli, come il trasverso e gli obliqui, in quanto la forza di gravità e una scorretta postura tendono a renderli ipotonici. E' necessario perciò non tanto possedere muscoli forti quanto sviluppare la loro reattività e mantenerli propriocettivamente sollecitati. Saranno necessari almeno tre esercizi per altrettante serie ciascuno, suddivisi e mirati singolarmente ai muscoli principali del CORE, durante la seduta allenante, eseguiti subito dopo la parte di mobilità. In conclusione il CORE è definibile come il raccordo finalizzato alla stabilizzazione ma anche come elemento di link, cioè di trasferimento di forze dalla parte bassa alla parte alta del corpo. L'allenamento del CORE deve quindi contenere una combinazione di forza, flessibilità e controllo. L'allenamento deve essere, perciò di carattere funzionale.

Nella prossima uscita la legge n. 3

Buon allenamento  
Luca G. Bottoni  
Direttore Art Personal Trainer



# Cascina OVI



**C**ascina Ovi è un ristorante situato in una splendida cascina del 1300. Un'antica fucina abitata da giovani e intraprendenti chef che fondono la migliore tradizione gastronomica mediterranea con sapienti tocchi di novità. Durante la sua lunga storia la cascina è passata di mano a numerosi proprietari come l'Ospedale del Brolo (sec. XIV), la Scuola delle Quattro Marie (sec. XIV) il Cardinal Giovanni Paolo della Chiesa (sec. XVI) sino ad oggi quando, dopo un sapiente recupero, è diventata il "teatro" dell'attuale ristorante. Il ristorante si trova a Segrate (Milano) nelle

vicinanze dell'omonimo polo culturale cittadino in località Lavanderie, è disposto su tre livelli, due sale al pian terreno ed una, più piccola al piano di sopra, con circa 150 posti complessivamente a disposizione, cui si aggiunge, al piano interrato una cantina-enoteca (bellissima, da visitare!). L'accoglienza e il servizio sono ottimi, la carta dei vini è all'altezza, mentre la pasta, i dolci, il pane e la focaccia sono fatti in casa.



Maurizio Altamura



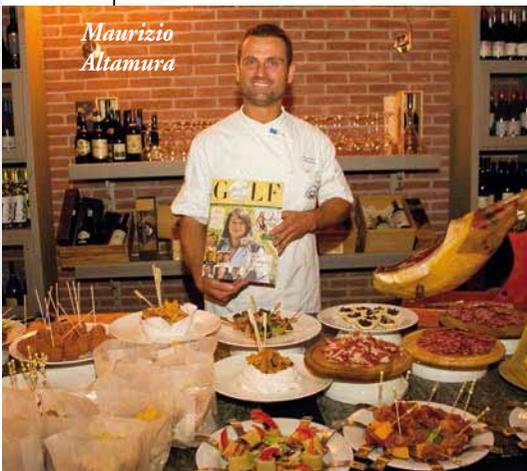
sopra da sinistra: Simona Grossi, Stefano Masullo, Bianca Maria Miola Vecelli, Maria Grazia Borelli, Maurizio Altamura, Paola Grossi

A mezzogiorno si può degustare un "business lunch", con prodotti di qualità e spesa contenuta (20 euro), alla sera, invece, quando la cascina, si veste in abito da sera, diventa ancora più seducente, con gli incantevoli dehors.

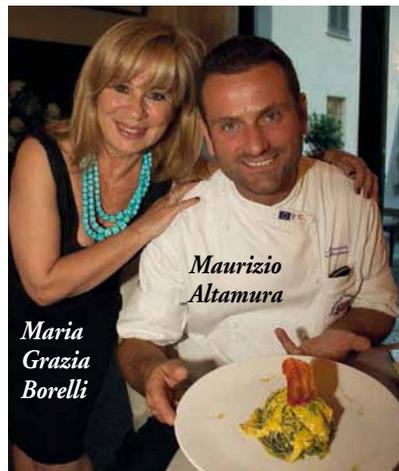
Da segnalare le chips di pane nero con rapette e molluschi, le piccole tartare guarnite, il bianco di calamari su crema di ceci. Da non perdere, fra i primi, la pasta alla norma scomposta con filetti di triglia, la chitarra lunga ai profumi del mare e lo straordinario riso con patate e cozze (da ordinare prima, non è in carta). E poi il cubotto di pescato con i carciofi e, ancora, le carni ed i brasati della tradizione. Squisiti i dolci.

**CASCINA OVI - Via Olgia, 11 - 20090 Segrate**  
Tel. 02.2139581 - Fax 02.21870367  
[www.cascinaovi.it](http://www.cascinaovi.it)

sotto da sinistra: Paola Grossi campione Green Holding SpA, Vincenzo Comini consigliere delegato Green Holding SpA, Bianca Maria Viola Vecelli, Stefano Masullo, Maurizio Altamura, Simona Grossi, consigliere Green Holding SpA



Maurizio Altamura



Maria Grazia Borelli





Scegli il ferro giusto,  
affidati ai sistemi  
di sicurezza  
**Surveye di FGS**

**Surveye. Alta tecnologia,  
esperienza e sicurezza,  
in un colpo solo.**



[www.surveye.com](http://www.surveye.com)

F.G.S. Brescia srl | Via Leonardo da Vinci, 8  
San Zeno Naviglio, BS | tel. 030 34 91 17

# LA NUOVA REALTA' TRA GOLF & BUSINESS

di Mauro Cervini - direttore Sede Roma Golf People Club Magazine

“ Non è necessario  
spegnere  
la luce altrui,  
affinchè  
la propria risplenda ”

**P**roprio in questo momento in cui la crisi sta mettendo a dura prova sul piano Economico e Sociale il nostro Paese traducendosi in un problema d'identità a tutti i livelli, ho deciso di fondare **EASYVERBOX & PARTNERS S.R.L.** Le mie precedenti esperienze sia nel mondo della **Finanza**, del **Real Estate** e **Industriale** che con ruoli via via crescenti mi hanno dato conoscenza delle regole e delle tendenze di quei Settori, hanno contribuito unitamente all'esplosione della crisi ad una profonda riflessione sulle future tendenze ed esigenze dell'Essere Umano. **EASYVERBOX & PARTNERS S.R.L.** nasce



Mauro Cervini

da una sintesi di esperienze professionali e da un profondo dialogo e confronto con tutti i componenti del mio Team, dei Soci e dei Partners storici". Una persona determinata può fare la differenza, un piccolo gruppo di persone determinate può cambiare il corso della storia".

Nello strutturare **EASYVERBOX & PARTNERS S.R.L.** oltre a curare tutti i dettagli, siamo partiti dalle nostre convinzioni riguardo le tendenze ed esigenze future dell'Uomo, a tal proposito sono emersi i punti che costituiscono ciò che noi chiamiamo **EASYVERBOX TRENDS** per il prossimo decennio:

1. Ci sarà un aumento della longevità ed a prescindere dall'età, dell'obesità.
2. La Middle Class costituirà circa il 50% della Popolazione Mondiale.
3. Nel mondo del lavoro nell'ambito di ogni professione saranno necessari nuovi concetti, metodologie, criteri innovativi e avranno maggiore spazio i creativi.
4. L'uomo si dedicherà maggiormente alla gestione del suo tempo libero.
5. Aumenterà la ricerca del Benessere psico-fisico per tutte le fasce sociali.
6. Ci sarà una riscoperta di Etica e Valori.
7. Si manifesterà l'esigenza che la Tecnologia diventi sempre più uno strumento al servizio

dell'Uomo e non il contrario.

8. Gli Investimenti con il venire meno delle vecchie regole del sistema bancario saranno più in linea con la Vita e l'Economia reale ma dovremo tenere conto della compatibilità con la salvaguardia in tutti i suoi aspetti del nostro Pianeta". Quando avranno inquinato l'ultimo fiume, abbattuto l'ultimo albero, preso l'ultimo bisonte, pescato l'ultimo pesce solo allora si accorgeranno di non poter mangiare il denaro accumulato nelle loro Banche"(Toro Seduto). **EASYVERBOX & PARTNERS S.R.L.** dall'uscita di questo numero di **GOLF PEOPLE**, si occuperà della **Direzione** della Sede di **Roma** con l'obiettivo di diffondere nel **Centro-Sud** la **conoscenza** del nostro **Magazine**.



Proprio quasi in concomitanza con la diffusione della rivista, **EASYVERBOX & PARTNERS S.R.L.** avrà completato la sua organizzazione che prevede tre principali segmenti di attività:

- 1) **Comunicazione, Produzione** ed **Editor** sviluppati sia direttamente che con dei **Media-Partners**.
- 2) **Partecipazioni** ed **Investimenti** diretti in particolare nei **Settori del Made in Italy, Tourism & Wellness, Food** e **New Media**.
- 3) Nell'ambito delle attività di **Consulenza** riguardanti il **Real Estate** turistico-alberghiero ed il **Tempo libero**, delle Attività di **Advisory** e del **Private Equity** **EASYVERBOX & PARTNERS S.R.L.**, le svolgerà con i suoi **Business Partners**.

**EASYVERBOX & PARTNERS S.R.L.:**  
"COMUNICARE PER REALIZZARE"

Sede: Via del Casale Strozzi,31

00195 Roma

Tel: 06/64525986-

e-mail: easyverbox@gmail.com



# BUSINI

Con il cuore  
nella pelle

*Golf People incontra Marco Busini,  
Amministratore di Busini srl, uno dei marchi  
più antichi del settore promozionale italiano.*



Marco Busini

**Q**uali sono le caratteristiche principali e vincenti che hanno permesso alla Sua Azienda di affermarsi sul mercato e di affrontare la crisi in atto?

Flessibilità e qualità. L'Azienda Busini si affaccia al mercato della pubblicità tramite oggetto già nel secondo dopo guerra, grazie alla geniale intuizione di mio padre Franco Busini e di suo fratello Renzo di creare dei biglietti d'auguri e dei calendari personalizzati per i propri amici e conoscenti, divenuti successivamente clienti. Un'idea nuova per l'Italia che fa sì che questa piccola attività di famiglia, cresciuta poi con una attività di pelletteria, si trasformi ben presto in una vera e propria azienda specializzata nel merchandising e nella produzione di oggetti per la pubblicità.

**L'attività è poi cresciuta con un'ampia diversificazione...**

Sì, ma il primo amore non si scorda mai e con mio padre, tuttora in attività, e insieme a mia cugina Lucia, lei pure Amministratore, si è deciso che la produzione di prodotti in pelle rimanga il fiore all'occhiello della nostra attività. Una gamma di oggetti esclusivi, tutti personalizzabili.

**Come è strutturata la Sua Azienda?**

Abbiamo trenta dipendenti, uno studio grafico interno in grado di produrre bozzetti e prove di stampa in tempi record, una presenza importante sul mercato italiano e da molti anni anche sul web

**“Le campagne pubblicitarie che utilizzano articoli promozionali aumentano in modo esponenziale il proprio successo: niente ti lega di più al cliente di un oggetto lasciato come omaggio”**

con il sito [www.busini.com](http://www.busini.com), che registra numeri altissimi e visitatori interessati: non c'è dubbio che il marchio Busini stia vivendo un periodo di solida affermazione e costante crescita.

**A differenza dell'andamento generale del mercato, il vostro trend è positivo. Qual è il segreto del successo?**

Siamo in grado di dare diversi servizi aggiuntivi ai nostri prodotti. Oltre ad un efficientissimo ufficio grafico, abbiamo all'interno tutte le attrezzature necessarie per coprire qualsiasi tipologia di stampa, persino i laser e quella digitale su grande formato. Nessuno dei nostri competitors ha tutti questi impianti al proprio interno come



Roberta Mori ordini e spedizioni,  
Tommaso Bisori responsabile commerciale

invece abbiamo noi.

**Per rivolgersi a Busini occorreranno però ordini significativi in termini di quantità...**

No, perchè tra i punti di forza di Busini spicca anche la possibilità di realizzare e personalizzare produzioni con micro-quantità. È un valore aggiunto che diamo ai nostri clienti - prosegue Marco Busini, che è stato Presidente per molti anni di Assoprom, l'associazione italiana di categoria. La possibilità di personalizzazioni estreme, e anche di quantitativi minimi, sono plus importanti che siamo in grado d'offrire a quanti si rivolgono a noi. Inoltre la certificazione ISO 9001-2001 testimonia il nostro costante





“ Molte sono le occasioni per lasciare un omaggio: una promozione, un evento aziendale, una festività ma anche un semplice gesto di ringraziamento. I vostri clienti apprezzeranno molto più di quanto voi stessi immaginate! ”

impegno in direzione della qualità complessiva. **Flessibilità e qualità, si diceva. Ma anche tradizione e tecniche di stampa evolute.**

Tutto va di pari passo e così l'azienda sia sempre in grado di rispondere alle esigenze dei clienti in tempi più stretti rispetto alla maggior parte dei concorrenti presenti sul mercato. Ovviamente il tutto senza dimenticare il primo amore... Con occhio al futuro, abbiamo attivato un servizio diretto di import dal Far East per le nuove e crescenti esigenze dei nostri clienti ed una joint-venture con la società iPromo [www.ipromo.it](http://www.ipromo.it)

a Milano, presieduta da Silvia Ghezzi, golfista, socia Green Golf Club Lainate, specializzata nella produzione di gonfiabili pubblicitari di qualsiasi dimensione e soluzioni per eventi e manifestazioni.

Insomma, un matrimonio perfetto tra passato e futuro.



Silvia Ghezzi



## SCHEDA AZIENDA

### I nostri clienti

Damiani gioielli, Banca IMI, DHL Supply Chain, WeBank, Celada, Computergross, MSC Le Navi, Materis Paints, Schroders, Angelini, Banfi, Antinori, Ricasoli, Mastroberardino, Cerved, Brunello Cucinelli, Monte dei Paschi.

### Chi siamo

L'Azienda opera nel settore della promozione e dei regali aziendali fin dal 1955 ed è certificata ISO 9001. Siamo nati pelletteri e produciamo da oltre mezzo secolo una nostra linea di Pelletteria Artigianale, spesso su misura per voi clienti.

### Prodotti

La nostra esperienza ci ha permesso di sviluppare competenze su tutte le fasi del processo: sviluppo del prodotto, approvvigionamento nei principali mercati del Far East ed Europei. Offriamo al nostro cliente efficienza nella scelta degli oggetti grazie ad una professionalità sviluppata da anni in tutti i mercati internazionali.

### Personalizzazione

Per questo, tra i pochissimi in Italia, disponiamo al nostro interno di un reparto grafico e di tutte le più innovative macchine di stampa, dalla serigrafia, alla tampografia, al laser CO2 e da metalli, al ricamo in HD, alla stampa digitale piccolo e grande formato, alla sublimazione. Tutte tecnologie avanzate, per garantire che il Vostro logo sia riprodotto in modo preciso ed accurato. Anche ad impatto ambientale Zero.

### Servizi

La gamma dei servizi correlati spazia dal packaging alla logistica, alla stampa delle card, al grande formato, fino al noleggio del laser per i vostri eventi. Quest'ultima chicca renderà indimenticabili le vostre iniziative.

### Rapidità

Abbiamo il nostro magazzino, i nostri grafici e il nostro reparto di stampa. I tempi di consegna sono per noi una sfida che vi invitiamo a raccogliere: la nostra flessibilità è la nostra carta vincente. E quando le tempistiche lo consentono, gestiamo direttamente le importazioni dai paesi produttori creando così un prodotto interamente personalizzato.

### Ambiente

La nostra collezione negli ultimi anni si è molto incrementata con gadget di materiali riciclati e riciclabili nell'ottica della massima tutela dell'ambiente. Tutti i nostri materiali e macchinari impiegati rispondono alle più severe norme di tutela dell'ambiente. Utilizziamo inoltre sistemi di marcatura e stampa ad impatto ambientale Zero: un valore altissimo per il vostro messaggio pubblicitario.



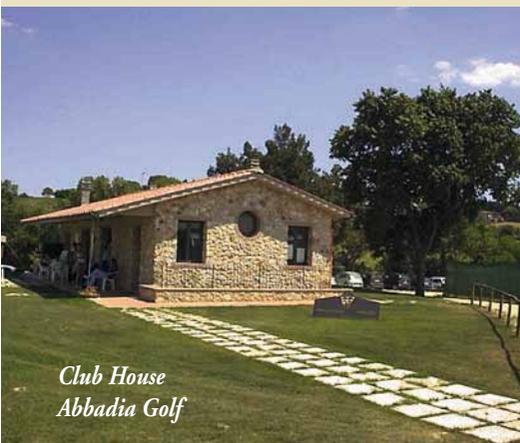
Staff

## Busini srl

oggetti e idee per la pubblicità

via Curiel, 5 - Colle di Val d'Elsa (SI) - Tel. 0577 929300 - Fax 0577 909003

[www.busini.com](http://www.busini.com) - [info@busini.com](mailto:info@busini.com)



Club House  
Abbadia Golf

## MARCO BUSINI e il Golf

Ho iniziato a calpestare l'erba a Punta Ala negli anni 80 ma sono diventato tesserato FIG all'Elba (Acquabona) nel 1990. Il vero amore sboccia quando sono stato coinvolto nella progettazione e realizzazione del "Circolo di Golf l'Abbadia" primo campo Promozionale Pubblico in Italia, a Colle Val d'Elsa, di cui sono stato presidente per i primi 10 anni. Durante questo periodo, oltre ad acquisire una notevole esperienza sulla gestione dei campi avvicinando centinaia di neofiti e frequentare la Federazione, ho iniziato a sviluppare business per la mia attività, iniziando la distribuzione di prodotti golfistici personalizzati (palline, teli, abbigliamento, accessori) destinati alle aziende sponsor di eventi e circuiti. Attualmente questo business è in forte crescita per la gamma di prodotti e servizi offerti: stampiamo palline a partire da 30 pezzi in 3 giorni!

Proprio perché questo business è in forte crescita, iPromo, consociata di Busini specializzata in strutture per eventi e manifestazioni, ha accettato la partnership con Golf People nel lancio dell'iniziativa Golf District Apulia, il primo polo golfistico in Puglia. E così le nostre mongolfiere hanno ravvivato il cielo nelle tappe del circuito "Eccellenza di Puglia", che ha esaltato non solo il golf, ma anche le proposte turistiche, culturali ed enogastronomiche della Regione, con un notevole successo di pubblico e un'ottima ricaduta di comunicazione anche per la nostra attività.



# BORMIO:

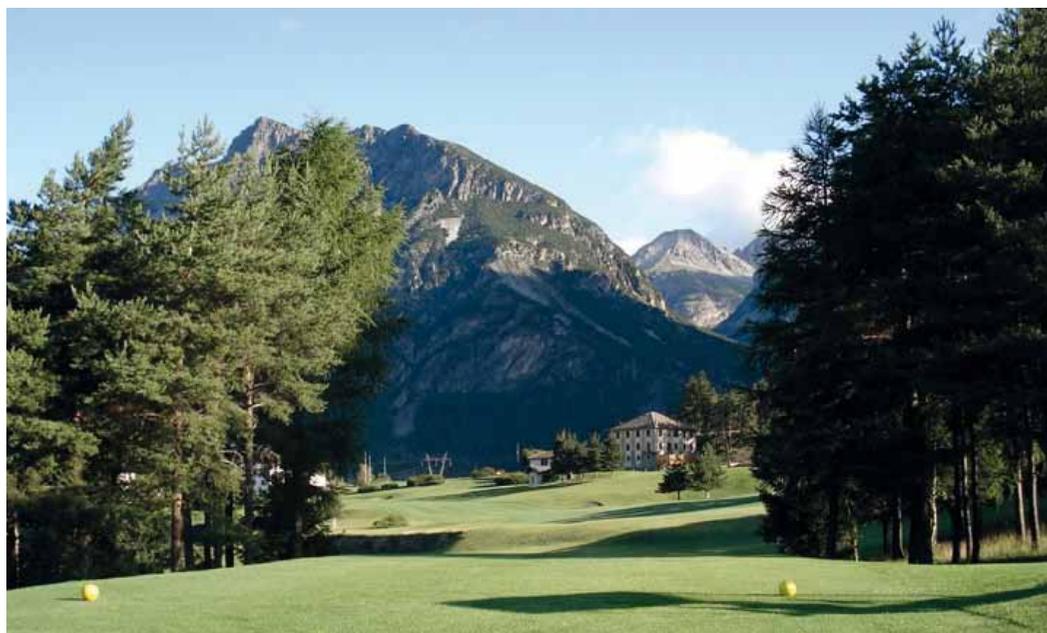
## *l'Eden delle Alpi Retiche*

**D**uecentosei chilometri è la distanza che separa Milano, capoluogo della **Lombardia**, da **Bormio**, paese dell'alta **Valtellina** capoluogo dell'omonima Contea situata a **1225 metri** sul livello marino e collocata all'interno di un catino montuoso di origine glaciale. La vetta più alta che si staglia allo sguardo è il **Reit**, cima che raggiunge quota **3075 metri**. A **Bormio** confluiscono le quattro valli circostanti: **Valdidentro**, che conduce in direzione di **Livigno**, percorsa dal torrente **Viola**; **Valfurva**, dove si trova la famosa località sciistica di **Santa Caterina**, che ha dato i natali alla campionessa olimpica **Deborah Compagnoni**; **Valle del Braulio**, che conduce alla vetta dello **Stelvio**, ghiacciaio e spartivento tra **Lombardia** e **Aldo Adige**. Lungo la Valle

del **Braulio** si raccolgono le segretissime erbe trasformate dal **Dottor Peloni**, farmacista bormino, nel rinomato amaro internazionale **Braulio**; conclude la **Valdisotto**, porzione montuosa che lambisce **Bormio** nella parte sud della **Contea**, attraversata dal fiume **Adda**, corso d'acqua che tocca anche alcune buche del **Circolo Golf Bormio**. Il **Circolo Golf Bormio** si trova presso la località Fornace all'inter-

no di verdi declivi e boschi di conifere. La presenza di due importantissimi impianti termali nelle vicinanze, i **Bagni Nuovi** e i **Bagni Vecchi**, ha permesso lo sviluppo e la crescita della più alta concentrazione di **Capelvenere** (*Adiantum capillus-veneris*) **d'Europa**. Ciò è avvenuto grazie alla confluenza delle acque delle vasche termali all'interno del fiume **Adda**. Il campo si compone di **9 buche** da gioco,

tutte diverse per conformazione, difficoltà e **posizione strategica** degli ostacoli, ma soprattutto per le diverse condizioni climatiche e ventose che attraversano il campo. Il vento è infatti quasi sempre presente nelle buche centrali del percorso,





Al lato opposto si trova invece un bellissimo tavolino fatto da corna di cervo, ai cui lati si affacciano due ampie poltrone in pelle che aspettano qualcuno che le scaldi. Quando entri ti viene spontaneo guardarti attorno ed osservare ciò che ti circonda. La realtà sembra incantata, ferma a qualche decennio fa, invece è il connubio del gusto raffinato di committenza e architetto, **Antonio Citterio**, che hanno creato questo angolo di paradiso nelle valli retiche: l'**Eden Hotel di Bormio**.

Dopo il check in si può scegliere se andare subito in una delle preziose suite della struttura, non vi sono semplici camere, oppure nella calda ed accogliente **SPA**, o ancora gustarsi un calice di



dove può davvero rendere difficoltosa la scelta del bastone da utilizzare per effettuare il colpo. Durante l'anno il circolo organizza diverse competizioni, ma una è DOC del luogo: **La Golf Marathon** di cui **Golf People Club Magazine** è **media partner**. Questa gara è stata ideata dal direttore del **Circolo**, **Luca Caspani**, ed è caratterizzata dalla sua durata, **54 buche** da giocare senza pausa, con formula stableford. Ovviamente non si può usare il **Golf Car**, ma solo carrello o sacca in spalla. La partenza shot-gun è fissata alle ore **6.00 del mattino**, con l'auspicio di concludere il gioco **12 ore dopo**, alle **18.00**, giusto in tempo per le premiazioni e il rinfresco offerto dai dagli sponsor. E dopo tanta fatica non vi è posto migliore per soggiornare, tra charme e relax, che presso l'**Eden Hotel di Bormio**. Ad accoglierci all'ingresso un'infilata di fotografie in bianco e nero, lungo la parete sinistra, ritrae sciatori con attrezzatura in legno avvolti in ampi maglioni di lana grossa.

Sforzato nella sala degustazioni, dove è d'obbligo lasciarsi avvolgere dal calore del vino e del legno delle pareti, mentre l'olfatto si inebria del profumo di resina.

Attorno a noi scorrono in continuazione fotografie di imprese eroiche compiute sulle piste bormine del **Ciuck**, oppure di gelati scalatori che, solitari, hanno conquistato le vette circostanti dello **Stelvio** come del **Gran Zebrù**. Dall'**Eden Hotel** si raggiunge il centro di **Bormio** in una manciata di passi, mentre in ancor meno tempo si arriva direttamente agli impianti sciistici di risalita. Non vi è posizione strategica migliore per vivere la contea bormina in tutte le sue sfumature. D'inverno l'hotel è immerso nella coltre nevosa, candida, che fa sembrare la struttura alberghiera uno chalet d'alta quota, ma con servizi lussuosi. Mentre d'estate l'hotel è immerso nella vegetazione, che rigogliosa ne esalta le caratteristiche tipologiche. Per gli amanti dello sport l'**Eden** è la

soluzione migliore: vicino alle piste da sci in inverno, e a pochi minuti d'auto dal campo da **Golf di Bormio**, in estate.

Soggiornare presso questa struttura di montagna di gran classe è un privilegio adatto ai migliori palati, a coloro che sanno apprezzare il gusto della vita, dello charme e del relax.

Le suite che compongono la parte ospitalizia sono di diverse metrature e tagli architettonici. Tutte dotate di ampie zone confort all'ingresso, si caratterizzano poi per la distribuzione interna. Alcune di esse affacciano verso il **Ciuck**, la montagna più alta che sovrasta **Bormio**, altre dispongono invece di un giardino privato, ed altre ancora volgono le ampie vetrate verso il **Frodolfo**, il torrente cittadino, mentre più in là lo sguardo può spaziare fino a **Combo**, il quartiere più antico della contea. Ogni suite è caratterizzata da un allestimento tradizionale montano, ma rivisitato secondo i canoni del gusto raffinato della committenza, che ha saputo guardare alla tradizione alberghiera di **Aspen**, intramontabile località di charme nelle Montagne Rocciose americane.

Lo sguardo è costantemente rapito dalla moltitudine di dettagli che compongono l'ambiente in cui si è immersi. In una fotografia in bianco e nero, appesa ad una delle pareti, prima di uscire dall'**Eden**, mi sembra di riconoscere **Carlo Mollino**. Architetto e scalatore torinese che, insieme a **Franco Albini**, ha donato al patrimonio architettonico italiano i migliori esempi di architettura alpina. Non sono sicuro sia lui la persona ritratta. Ma mi ricorda l'immagine di un suo vecchio libro, quando eroico si accingeva a raggiungere una vetta alpina. Ugualmente eroica è la mission dell'**Eden Hotel**. Essere all'altezza della tradizione innovando.

Architetto **Andrea Alpini**

*Direttore Itinerari Golfistici Culturali  
Enogastronomici - Golf People Club Magazine*





**Laura Mannino**

*Orati's photo design.com*

**Fotografia:**  
Flavio Torre, *ritratti*,  
Stefano Merlini, *back stage*

**Make Up Artists:**  
Chiara Picone,  
Nataschia Langelli,  
Ines Meduri

**Hair Stylist:**  
Antonio Romano MyHead  
Parrucchieri Oggiono

**Video Maker:**  
Marco Ongania Emofilm

**Location:**  
Via San Pietro all'Orto 6 Milano

**Abbigliamento:**  
Mulligan & Co. Parma,  
*jeans e costumi da bagno push up*  
Milena Andrade Milano

**Calzature:**  
GI.MA Fashion Group - Raffaele  
Greco Golf

**Intimo:**  
Yuppidoll Brescia

**Partners:**  
Elgon Cosmetics,  
Acqua Deeside,  
Osteria del Gambero Rosso Milano,  
Pinky Penta Point Milano,  
Penta Medical Center Milano,  
Radio Milan Inter,  
Tele Milano City,  
Amorosso Vini,  
Antoitalia

**Preziosi:**  
Damiani Gioielli

**Profumi:**  
Alpac Mille

**Mulligan & Co** nasce da una grande passione per l'abbigliamento Casual - Sportivo, con l'obiettivo di creare capi ergonomici e funzionali per ogni esigenza specifica.

Seguendo la passione per il Golf, ha realizzato una **linea di abbigliamento dedicata**, ricca di contenuti tecnici.

Inoltre **Mulligan & Co** offre un servizio di personalizzazione con stampa o ricamo del logo.

[www.mulliganeco.it](http://www.mulliganeco.it)

**Mulligan & Co** è presente sui Green con **Bioearth, Cristian Event, Golf People Club Magazine, GI.MA Fashioning Group, Raffaele Greco Golf** e Ramada, partner d'eccellenza.



**MULLIGAN & CO**  
APPAREL AND GADGETS

# THECA: ART ADVISORY & GALLERY

*L'Italia confina a nord con la Svizzera e l'Austria. Il pil di questi Paesi è noto sui libri scolastici italiani per essere basato sul settore primario, ma oggi questi Stati d'Oltralpe stanno impostando la loro crescita anche attraverso l'indotto culturale. Poco a nord di Varese e Como, varcato il confine di stato, si trova il Canton Ticino, regione della confederazione elvetica conosciuta a livello internazionale per il suo equilibrio di valorizzazione del patrimonio naturale e culturale, oltre che per la qualità della vita espressa dai suoi abitanti.*

*Il Canton Ticino ha intrapreso da qualche tempo un percorso virtuoso di consolidamento dell'arte contemporanea attraverso innovative strategie d'impresa. Da un lato è in atto la costruzione del LAC, il Museo di Arte Contemporanea di Lugano, che ospiterà preziose collezioni e mostre d'arte nei prossimi anni. Dall'altro lato, il Cantone si sta organizzando attraverso i Magazzini dell'arte, per diventare uno dei poli internazionali di custodia di opere di alto valore economico. Connubio questo che attirerà ancor più nella città di Lugano rilevanti flussi di collezionisti ed esperti d'arte. La Svizzera, si sa, è da sempre sinonimo di efficienza e sicurezza, e se a questi due aspetti si accostano anche fiducia e personalizzazione del servizio incontriamo Theca, un innovativo progetto di art advisory e galleria d'arte che sta vedendo la luce nel cuore del capoluogo di Cantone: Lugano.*



Simone Dulcis, *The drunken ship*, tecnica mista su tela, 50x50cm, 2011



Lea Karen Gramsdorff, *In fondo è un'esperienza umana*, tecnica mista su tela, 20x20cm, 2012



AKA B, *L'uomo sparato*, tecnica mista su tavola, 300x200cm, 2009



Gabriele Carù, *Untitled#16*, stampa fotografica, 60x60cm, 2012

## Perché "Theca"?

**Theca** è l'acronimo di B Theca in lingua italiana esprime il concetto di **protezione**, dal **greco** eredita la nozione del "**tramandare**", e dal latino quella del "**conservare**". Quando abbiamo trovato il nostro **brand image**, **Theca** appunto, ci è sembrato un nome che fosse in grado di anticipare i tre concetti fondamentali che sono alla base del nostro lavoro: proteggere, conservare e tramandare.

L'arte e la cultura si nutrono di queste necessità e lo stesso avviene nel mondo del mercato, ed il nostro intento è quello di unire con efficienza questi due business.

## Quali sono i servizi che caratterizzano Theca nel mondo dell'arte?

Theca offre servizi innovativi a collezionisti d'arte ed appassionati, svolge certificazioni d'arte e stime di collezioni ed organizza mostre con gli artisti che cura all'interno del proprio portafoglio. Theca ha due core business, art advisory e art gallery, indipendenti

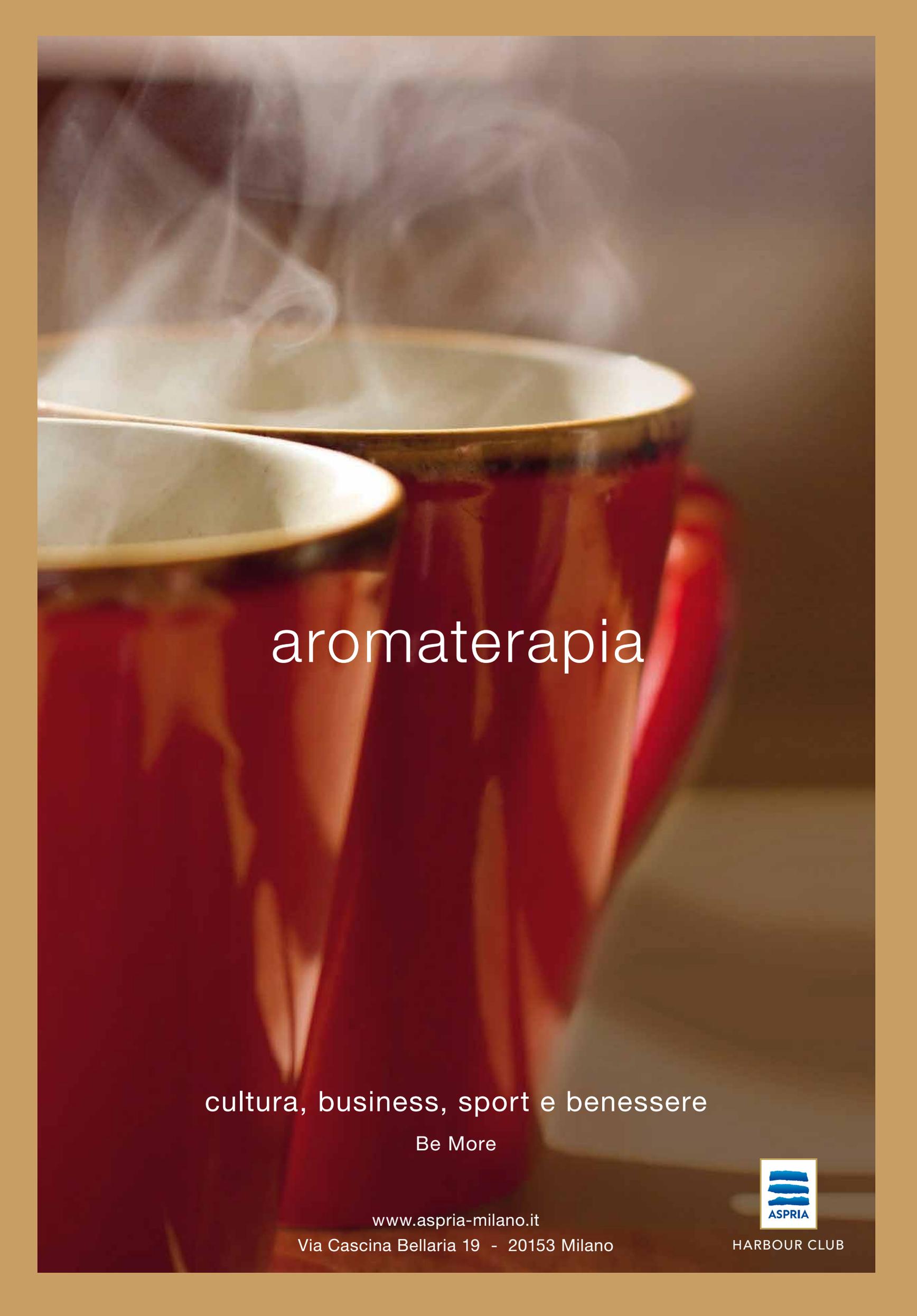
l'uno dall'altro, ma organizzati e diretti con gli stessi principi ordinatori: efficienza, efficacia e personalizzazione.

## Come si articola l'attività di Theca Gallery?

La nostra è una galleria d'arte a tutti gli effetti. Abbiamo un portafoglio di artisti contemporanei sia emergenti sia consolidati, che curiamo attraverso pubblicazioni e mostre. Stiamo pianificando l'attività espositiva in Italia e in Europa per il 2013, ed abbiamo in programma sia importanti esposizioni personali, sia alcune mostre collettive che ben rappresentino i percorsi curatoriali che stiamo sviluppando. Theca Gallery crede moltissimo nel posizionamento degli artisti all'interno di questi percorsi, volti a mettere in relazione tra di loro le diverse tematiche artistiche sviluppate dal direttore della Galleria.

## Dove si posiziona Theca all'interno del mondo dell'arte?

Ci collochiamo in un segmento di mercato molto particolare e anco-



# aromaterapia

cultura, business, sport e benessere

Be More

[www.aspria-milano.it](http://www.aspria-milano.it)

Via Cascina Bellaria 19 - 20153 Milano



HARBOUR CLUB

ra poco battuto dal mercato. Molte attività nate decenni fa sceglievano solo l'attività di **galleria** o di **art advisory**, ma oggi il mercato è molto più **dinamico** e **mutevole**, e per questo motivo abbiamo deciso di impostare **Theca** su questi due business, senza snaturare i rispettivi contenuti. Abbiamo una struttura in grado di seguire a tutto campo il collezionista ed allo stesso tempo l'appassionato d'arte, fornendogli tutti gli strumenti per una scelta consapevole. **Theca segue i suoi clienti durante tutto il percorso di avvicinamento all'opera d'arte, sia nella fasi che precedono l'acquisto sia nelle successive, come la certificazione, l'assicurazione, la conserva-**

**zione e la pianificazione successiva dei beni artistici.**

**Come si compone il vostro portafoglio artisti?**

Il portafoglio di **Theca** è composto da artisti contemporanei di due diverse provenienze: gli emergenti e i consolidati. Questa scelta è stata fatta per soddisfare le differenti esigenze dei collezionisti internazionali. Noi ricerchiamo e proponiamo valori che siano in grado di essere tramandati ai posteri. **Due aspetti caratterizzano i nostri artisti: uno li divide, ed è la fascia di prezzo, l'altro li accomuna: la qualità.** Quest'ultima è l'unica costante all'interno del mercato dell'arte.

[www.theca-art.com](http://www.theca-art.com)



*Pietro Albetti, Mattatoi I, olio su tela, 274x200cm, 2010*

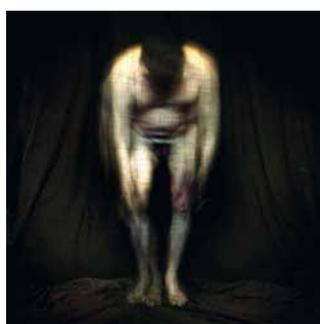


*Federico de Leonardis, La sacra famiglia, acciaio, 200x100x40cm, 2012*

*Debora Barnaba, Senza titolo, stampa fotografica, 30x45cm, 2012*



*Stefano Fanni, Abisso, stampa fotografica, 50x50cm, 2012*



*Claudia Scarsella, Desiderio di provare piacere di lui, collage, 38x59cm, 2010*



*Lorenzo Piovella, Preset#23, stampa fotografica, 27x40cm, 2010*



**«Kunst ist schön macht aber auch viel Arbeit»  
(L'arte è bella, ma comporta duro lavoro)**

Karl Valentin



### Chapter 1. The arrival

Lungo la costa del **Fife**, tra il **Fairmont St. Andrews Hotel** e il **Craik Golfing Society**, in posizione baricentrica tra i due, si trova uno tra i più bei campi da golf al mondo. È il **Kingsbarns Golf Links**, club progettato dall'architetto americano **Kyle Philipps** e magistralmente diretto da **Mr. Alan Hogg**. Imboccato il viale di raccordo tra la strada principale e la proprietà, con l'automobile si passa attraverso un'ampia distesa di erba folta e gialla che si piega al soffio deciso del vento. Il paesaggio è armonico e placido, e la vista oltre alla linea mossa dell'orizzonte può cogliere la verticalità delle linee del bosco che lambiscono il confine del **Kingsbarns Golf Links**. Il tempo di guardarsi attorno e lasciar sfilare il **Driving Range** sul lato sinistro, e gli pneumatici dell'auto si arrestano di fronte al **Concierge del Golf Club**. E' un signore alto, con barba e capelli bianchi. In mano stringe una cartolina con tutti i tee time di giornata. Il tempo di aprire la portiera e subito la sua voce impostata e profonda ti dà il benvenuto: "**Welcome Mr. Andrea Carlo at Kingsbarns Golf Links**". Il giocatore non deve far altro che entrare in Club House, cambiarsi d'abito per il gioco, guardare il fornito Pro Shop e poi andare sul putting green, ad aspettare il suo tee time. Nel mentre, lo staff del Golf Club ha provveduto alla registrazione del giocatore e a preparargli la sacca direttamente sul battitore

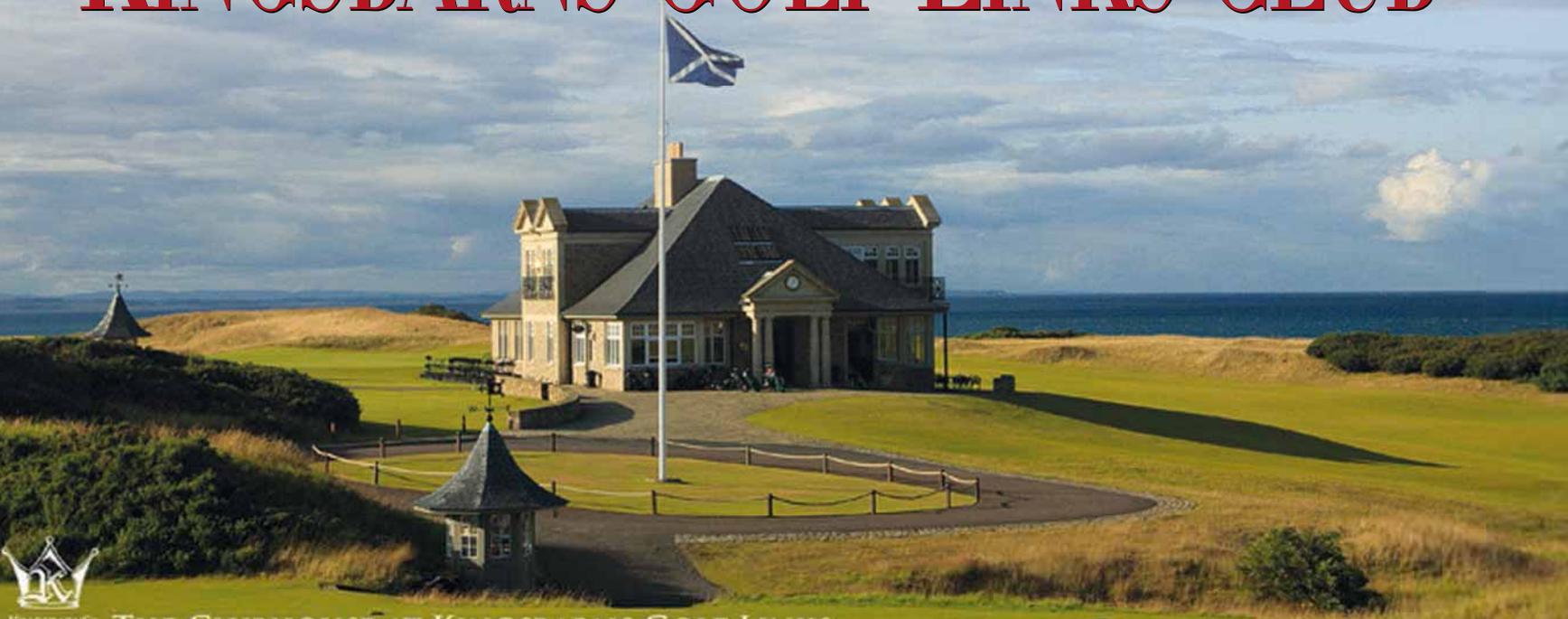
della **buca n.1**. Per i giocatori più esigenti il circolo mette a disposizione **caddy** e **fore caddy**, che oltre a cercare le palline sepolte nel possente **rough** controllano le linee del **putt**, che qui a volte sono chilometriche.

### Chapter 2. Light-Filled Spaces

In architettura si usa una particolare accezione linguistica e semantica per indicare la differenza tra spazi "aperti" e quelli che invece sono "conclusi", non chiusi, ma semplicemente delimitati. **Gli spazi conclusi in architettura sono spazi progettati dall'uomo o naturali, ma ben definiti rispetto al luogo circostante. Si dice che una delle principali differenze tra l'architettura romana e quella greca, stava nella tipologia di spazi progettati.** Gli antichi romani costruivano in modo centrifugo, ovvero dall'interno di una stanza verso il paesaggio esterno, così ritagliavano nel muro le loro aperture: porte e finestre. Gli antichi greci, più saggi e raffinati, impostavano le loro planimetrie secondo un criterio centripeto, ovvero portavano il paesaggio all'interno dell'architettura. A **Kingsbarns** vi sono **due tipi di spazi: il primo è uno spazio "inondato di luce", mentre il secondo è un paesaggio fatto d' "aria"**. Quando solchi la soglia della Club House, una luce intensa e carica di colori ti abbaglia. Questa filtra dalle sinuose vetrate che affacciano sul **fairway** della **buca 18**, e più in là, verso il **Mare del**

**Nord**. Appena varcato l'ingresso, pochi passi oltre, si trova a sinistra il Pro Shop, mentre a destra vi sono il lounge bar e le scale in legno che conducono al piano superiore, dove si trovano gli spogliatoi maschili e femminili. Lungo le scale di legno che conducono al livello superiore, noterai le pareti ricche di dipinti ad olio con scene golfistiche, il ritratto di **Old Tom Morris**, e una teca con preziosi legni e ferri dell'Ottocento, tutti rigorosamente con shaft in legno di quercia, che qui semplicemente chiamano "**Hickory Clubs**". **Entrare nello spogliatoio per noi amateurs è un po' come per un professionista entrare ad Augusta per il Master.** E' uno spettacolo che fa brillare gli occhi. Oltre agli armadietti e alla panche in legno, si trovano dei bellissimi divanetti con tavolini e riviste di golf. Se non fosse che si è prenotato un tee time si passerebbe volentieri il pomeriggio, aspettando il tramonto sul mare, a leggere storie di **Open Championship** guardando il **Links** e le creste bianche delle onde che si frantumano sulle scogliere. La vista di cui si gode vale il viaggio. Si è immersi in uno spazio "greco" dove non c'è distinzione tra esterno e interno, poiché lo spazio che noi abitiamo altro non è che un recinto separato dall'esterno attraverso una flebile lastra di vetro. Scendendo le scale, sistema nella tasca destra tee, guanto e palline. Raddrizzo la visiera in fronte, ora sono pronto per la mia battaglia. **Ma il golf a dire il vero è un gioco che non puoi vincere, ma solo giocare, trovando il tuo posto in campo.** Uscendo lo sguardo è rapito dalla linee acute dell'architettura della Club House.

# FIFE, SCOTLAND: KINGSBARNNS GOLF LINKS CLUB



L'ingresso è composto da un piccolo narcece fatto alla moda greca, timpano e colonne, che poco hanno da spartire con lo spiovente alto e profondo del tetto atto a convogliare le abbondanti piogge locali ai quattro angoli della copertura. **L'errore non è degli scozzesi, lo sappiamo, ma degli inglesi, che sul finire dell'Ottocento riscoprono l'architetto vicentino Andrea Palladio. Purtroppo non si sono limitati a studiarlo, ma hanno cercato di adattarlo al loro tempo, creando un melange architettonico poi passato alla storia come "palladianesimo";** ma se questo serve a far vivere la grandezza del nostro per i secoli a venire, allora anche questi frottage stilistici sono perdonati. Tuttavia la Club House è maestosa e ben integrata nel paesaggio circostante del campo da golf, tanto da sembrare che sia lì da sempre, e il Links altro non sia che una sua prosecuzione.

### Chapter 3. Air-Filled Spaces

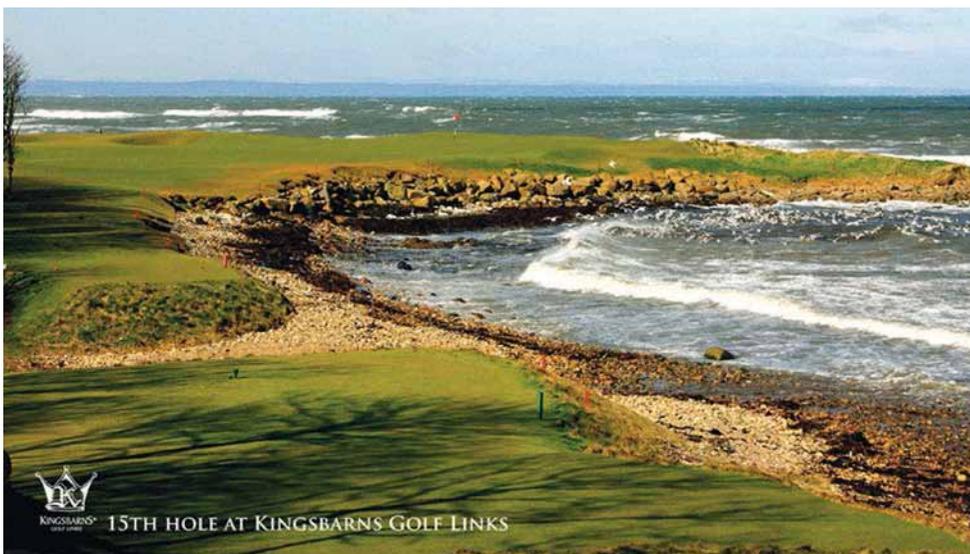
Oltre agli spazi percepiti dall'uomo come delimitati vi sono poi gli spazi "aerei", ovvero quelli che naturalmente ci circondano. Non tutto ciò che ci circonda è però percepito come spazio; uno spazio per essere tale deve dare all'uomo la sensazione di accoglierlo, di proteggerlo, e in certo senso di essere concluso, non sterminato e privo di una fine che la vista non può padroneggiare. **Kingsbarns** è uno di questi spazi. E' naturale, ampio, ma la vista è protetta, l'architetto ne ha progettato i coni prospettici e gli spazi, facendolo diventare un architettura di paesaggio in cui l'uomo trovi la sua dimensione, la sua scala, e si senta in rapporto con ciò che lo circonda. Posizionare la palla tra i battitori della **buca n.1** ti dà l'impressione di compiere un gesto epico, la natura ampia e selvaggia è pronta ad accoglierti ed affa-



scinarti. Dal momento in cui effettui il primo colpo sai che quella sarà una grande giornata, indipendentemente da come giocherai. L'importante a **Kingsbarns** è esserci.

### Chapter 4. The Challenge

La sfida inizia con il primo colpo, devi sapere dove posizionare la palla in **fairway**, dove poter sbagliare e dove invece devi assolutamente evitare di mandare la palla. **Kingsbarns** è un **links** moderno, in cui la mano dell'architetto pare essere stata guidata dalla natura nel modellare le ondulazioni e la tettonica del paesaggio. **Non vi è buca che sia un capolavoro di tecnica e di coni prospettici.** Ogni buca la puoi gioca-



re in modi diversi e sempre entusiasmanti. Le migliori riviste di golf al mondo hanno inserito il **Kingsbarns Golf Links** al **61° posto** tra i **Top 100 Golf Courses** al mondo. E' impossibile scegliere una buca ed eleggerla come la più bella, ognuna ha un sapore diverso, ognuna ti streggerà in modo differente. **Tra tutti i percorsi da golf costruiti negli ultimi cinquant'anni, Kingsbarns si classifica all'11° posto nel mondo, mentre a livello europeo questo percorso è il Re incontrastato da anni al primo posto.** Questo campo, nonostante esista da solo **dodici anni**, è in realtà una fenice nata sui fasti antichi di un ben più pic-

colo e raccolto campo a quattro buche, che qui sorgeva in riva al mare nel **1793**. Ricordo alla perfezione tutte le buche e tutti i colpi giocati, nonostante quel giorno piovesse e tirava vento come mai avessi visto in vita mia; ricordo con immenso piacere il par e il one putt rubato al campo sulla **buca n.12**, un lunghissimo **Par5** in riva la mare, dove **Eolo** soffia a gran polmoni e **Nettuno** lo in-

coraggia con spuma bianca delle onde che si infrangono sulla scogliera sottostante. L'odore del mare è forte e abbondante. Lo gusti in totalità, ti inebria l'olfatto e ti si avvinghia sulla pelle. Quando arrivi alla quindicesima buca, in una giornata come questa, sei stanco e spossato, ma quando vedi la meraviglia davanti agli occhi allora recuperi le forze che ti stavano abbandonando. **La buca n.15** è un capolavoro, un "masterpiece", una "mile stone" della storia del golf, e un po' di tutti noi, giocatori raminghi. Un green lungo, stretto e ondulato è aggrappato all'ultimo lembo di terra che entra nel **Mare del Nord**. E' tanto stretto da sembrare un **polder olandese**, ovvero una piccola por-

zione di terra inerbata sottratta alla salsedine del mare. La posizione di bandiera qui può variare il gioco di due o tre ferri, soprattutto se il vento soffia in senso contrario, da nord-est, e trasporta con sé un carico di acqua salata proveniente dal mare. Strappare la palla al vento, che la spinge verso il mare, e metterla in green, non in asta, è una soddisfazione che ti fa alzare le braccia al cielo. Quando arrivi alla **diciot-**

**tesima buca**, davanti a te non vedi il drappo rosso che indica la fine, poiché nascosto dietro un pot bunker, ma la vista e l'animo sono inorgogliati dalla grande bandiera crociata di **St. Andrew**, la bandiera di **Scotzia**. E' lì che devi mirare, è lì che ti senti tornato a casa.

### Chapter 5. The End

A **Kingsbarns** chiunque, seppur per un solo giorno, può sentirsi **Re di Scozia**.

Architetto **Andrea Alpini**  
Direttore Itinerari Golfistici Culturali  
Enogastronomici  
Golf People Club Magazine

### DETTAGLIO

Musica consigliata:

*Il mio mondo*, Con il passare del tempo  
Album, Umberto Bindi, West Record, 1972

Libro consigliato:

Louis I.Khan,  
*Statment of Architecture*, Zodiack, n.17,  
Milano 1967

# DOCTOR GLASS

*...e la passione per il Golf*

**E**manuele Canziani, classe 1972, residente a Legnano, imprenditore di successo, golfista dal 2008, iscritto al Golf Club Le Robinie di Solbiate Olona presieduto da Federico Brambilla, dotato di un hcp 16 è un tipico esempio di chi, praticando questa nobile disciplina ludico sportiva ha saputo coniugare con estrema soddisfazione **gioco, attività professionale, vita sentimentale ed amicizia**, il tutto nel pieno spirito del claim di **Golf People Club Magazine**, dove i golfisti si ritrovano per consolidare le conoscenze avviate sul Green.

**Emanuele Canziani** è il fondatore di una avviata azienda italiana leader nel settore della riparazione e sostituzione dei cristalli per auto-veicoli, **Doctor Glass - Vetri Besozzo srl**, che con i suoi **cinque punti** vendita posizionati strategicamente nei punti focali della provincia di Varese è una realtà consolidata da un decennio, avendo inaugurato a **Besozzo** nel 2002 la prima struttura a cui si sono affiancate nel 2005 **Varese**, nel 2009 **Sesto Calende** e nel 2011 **Luino** ed un secondo presidio a Varese, conta circa **15 qualificate risorse umane** impiegate che realizzano, con estrema soddisfazione da parte dei propri clienti, oltre **45.000**

interventi annui, che nonostante il trend attuale di mercato, è in **continua espansione** ed investe grandi risorse sul territorio e sulle persone della propria provincia.

Da quando è stata fondata nel 2002 l'azienda ha sempre avuto come obiettivi la risoluzione dei problemi dovuti alla **rottura dei cristalli** e parallelamente la **tutela del consumatore**

(cliente) e del **fornitore** (compagnie d'assicurazione), permettendo di godere della fiducia delle maggiori compagnie d'assicurazione e delle più importanti stazioni di noleggio auto e veicoli commerciali nazionali ed estere.

**DOCTOR GLASS - VETRI AUTO BESOZZO srl** è la prima azienda del settore certificata in qualità **ISO 9001**, ambiente **ISO 14001** e sicurezza **OHASAS 18001** e appartenente all' **APVA**, unica associazione di cate-



*Emanuele Canziani*

ria di professionisti vetri per auto riconosciuta a livello **EUROPEO** ([www.apva.it](http://www.apva.it)).

La passione per il golf contagia **Emanuele** via etere, infatti segue con **assiduità** le telecronache dei **grandi tornei** trasmesse nella seconda metà del 2000 su **SKY** commentate dal compianto **Mario Camicia**, indimenticabile prota-

*Sede Doctor Glass-Vetri Besozzo*



*Emanuele Canziani*

*Elena Gonciarova*



Armando Di Iorio  
responsabile Doctor Glass-Vetri  
Besozzo

gonista e voce storica del **Golf nazionale**, poi con la partecipazione ad una lontana edizione della **BIT Borsa Internazionale del Turismo a Milano** e con la visita allo stand del **Golf Club Le Robinie** scatta l'iscrizione e la pratica, coinvolgendo in questo nuovo percorso di vita, con entusiasmo e soddisfazione, la compagna

**Gabriella Mangoni**, attualmente non classificata.

Il **Golf** per **Emanuele** e **Gabriella** riveste un ruolo fondamentale nella loro vita personale e professionale, infatti, grazie alla frequentazione dei circoli italiani ed esteri, hanno creato sul green e consolidato successivamente al di fuori del golf un **profondo rapporto di amicizia** con almeno una **dozzina di giocatori**, coppie e singoli, tra i quali, in particolare, è doveroso oltre che un grande piacere citare **Marco Brunella**, amministratore **High Quality Life**, amministratore **BRM Meccanotessile**, ma

**Consulting, Lari Pellicceria, Plastofer.**

**Emanuele Canziani** ad oggi, risulta essere l'unico golfista in tutta l'organizzazione di titolari di officine a livello nazionale di **Doctor Glass**, che annovera oltre **180 centri specializzati** in Italia, un **call center** dedicato, **1030 in Europa** e **1990 unità mobili**, da segnalare e ed assolutamente degni di nota, i primi swing del direttore generale **Roberto Maggiolini**, ma soprattutto la massiccia, qualificata e focalizzata presenza di **Doctor Glass** nel settore del **Golf**, in passato in veste di sponsor del **Torneo Fondiaria SAI** e da **4 anni** invece come organizzatore, con estremo



da sinistra:  
Marco Brunella,  
Vanessa Ferruccio,  
Roberto Privitera,  
Maria Grazia  
Borelli, Emanuele  
Canziani



da sinistra:  
Roberto  
Esposito agente  
generale Allianz  
Assicurazioni  
Busto Arsizio,  
Massimo  
Tempesta  
presidente Plastofer, Elena Dimitrova,  
Dalila Kijakovich, Marco Brunella, Emanuele Canziani

soprattutto fondatore ed organizzatore del circuito golfistico denominato **Blue Jacket Tour**, che si disputa in 20 gare equamente suddivise tra il **Golf Club Le Robinie - Solbiate Olona** (Varese) e il **Golf Club dei Laghi - Travedona Monate** - (Varese) di cui **Doctor Glass - Vetri Besozzo srl** non poteva che essere uno degli **sponsor** insieme ad altre importanti aziende e **naturalmente Golf People Club Magazine** come **media partner**.

Blue Jacket Tour è realizzato grazie alla fattiva volontà in particolare di **Andrea Torres**, responsabile **Nestlé Waters**, **Fausto Mazzola**, managing director **Eurobica Corporate**, **Massimiliano Tempesta** managing director **Plastofer**, **Graziella Sestito** e **Salvatore Varano** amministratori **GSC Group**

successo, di **due propri circuiti** il **primo** denominato **Doctor Glass Golf Cup** composto da **18 gare** nei più prestigiosi circoli italiani con finale nazionale al **Golf Club Castello di Tolcinasco**, ed il **secondo**, realizzato in collaborazione con **AGA Associazione Golfisti Assicuratori**, strutturato su **13 tappe**, una finale nazionale al **Golf Club Il Molinetto** ed una gran finale al **Golf Club Bogogno**.

**DOCTOR  
IGLASS**

Doctor Glass - Vetri Besozzo srl  
Varese Via Valstagna, 1 angolo via Renè Vanetti  
Telefono 0332 334666  
varese@doctorglass.com

Varese Via Gasparotto, 113 - Telefono 0332 895085  
gasparotto.varese@doctorglass.com

Besozzo Via Trieste, 54 - Telefono 0332 770011  
besozzo@doctorglass.com

Sesto Calende Via Manzoni, 54 S.S. 33 del  
Sempione - Telefono 0332 923602  
sesto.calende@doctorglass.com

Luino Via Gorizia snc Telefono 0332 533611  
luino@doctorglass.com

Doctor Glass - www.doctorglass.com  
800 10 10 10



Emanuele  
Canziani

Elena  
Goncharova

*Cristian Righi,  
Elena Dimitrova,  
Andrea Milani*



*Marco Brunella, Chiara Rizzolo Art Director Moom Hotels, Giuseppe Lippolis direttore Moom Hotels*

# Blue Jacket



**G**olf People Club Magazine, media partner del circuito golfistico **Blue Jacket Tour**, sviluppatosi attraverso **20** gare, disputate alternativamente in soli due circoli lombardi, il **Golf Club Le Robinie** ed il **Golf Club dei Laghi**, partendo il giorno **22 Marzo 2012** dal **Golf Club Le Robinie** e terminando il giorno **24 - 25 Ottobre 2012** rispettivamente al **Golf Club dei Laghi** ed al **Golf Club Le Robinie** sviluppando così un percorso legato al territorio della **provincia di Varese**.

**Golf People Club Magazine** ha operato in stretta collaborazione e sinergia con gli altri importanti soggetti coinvolti in qualità di **patrocinatori, partner, media partner, sponsor e strutture aderenti quali: Albinea Canali, Alce Nera, Suzuki, High Quality Life, Meliconi, Auricchio, GSC Group Consulting, Farma**

**Ascensori, Famax, Maschio dei Cavalieri, Maui Gim, Eurobica Corporate, Nestlé Waters, S. Pellegrino, Ristorante Grotta Azzurra, Doctor Glass, Al Saraya, Premium Character Italia, Alicost, Delco, Alicom, Mulligan & Co., Il Birrifico di Gallarate, Estate Alliance of Egypt** ed ha potuto contare sulla fon-

damentale collaborazione di **Cristian Righi** e di **Marco Melli** partner **Cristian Events** [www.cristianevents.it](http://www.cristianevents.it) e sull'ospitalità del **MOOM Hotels** per le serate conviviali post partita.



*Marco Brunella  
Maria Grazia Borelli*

*a destra;  
Cristian Righi,  
Claudia Cozzi,  
Dalila Kijakovic*



*sopra, da sinistra:  
Dalila Kijakovic,  
Claudio Chiappucci,  
Federico Brambilla,  
Romans Vainstains  
Elena Dimitrova*



*Romans Vainstains  
Elena Dimitrova*

*Veronica Pirovano*



*sopra, da sinistra: Elena Dimitrova,  
Marcelina Iosub, Nausica Re*

*Claudio Chiappucci,  
Elena Dimitrova*



*Liana Volpi*





Federico Brambilla, Elena Dimitrova,  
Marco Brunella, Dalila Kijakovic

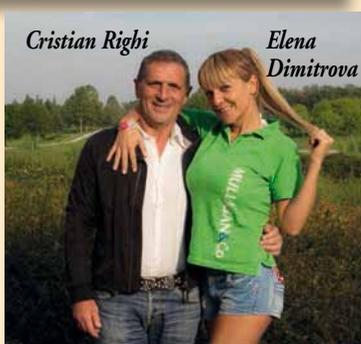


Elena  
Dimitrova



Elena Dimitrova

Roberto Privitera presidente Il Birrificcio  
di Gallarate, Manuela Magistro,  
Renzo Pisu presidente Jet Privati



Cristian Righi

Elena  
Dimitrova



Maurizio Dellantonio  
partner Pinky Point Milano



da sinistra: Marco Brunella, Federico Brambilla,  
Claudio Chiappucci, Ermanno Basilico,  
Dalila Kijakovic, Cristian Righi, Dario Bartolini,  
Elena Dimitrova



Liana Volpi, Manuela Magistro



Dario  
Zanco  
presidente  
Mulligan & Co.,  
Elena  
Dimitrova,  
Diego  
Reni



Romans  
Vainstains,  
Elena  
Dimitrova



Federico  
Brambilla,  
Elena  
Dimitrova



# CRISTINA PRO AM TOUR

**G**olf People Club Magazine, ha partecipato quale ospite speciale, invitato personalmente dai vertici direttivi della società **Global Sports**, in particolare da **Fabio Vasquali**, **Alessandro Benin** ed **Andrea Spaghi**, e svolgendo al contempo un **fondamentale ruolo di supporto media**, all'ultimo appuntamento della prestigiosa manifestazione golfistica denominata **Cristina Pro Am Tour 2012** svoltasi **Giovedì 5 Luglio 2012** nella splendida e suggestiva cornice del **Golf Club Milano di Monza**.

**Cristina Pro Am Tour 2012 non è solo una competizione golfistica a tappe** ma ogni appuntamento è un vero e proprio **evento**, giocatori, ospiti e sponsor infatti vivono il piacere di una vera e propria gara di **golf** arricchita da momenti di **socialità**, tra cui esclusive ce-



azienda leader nella ricerca sviluppo e realizzazione della **rubinetteria italiana** mentre gli altri prestigiosi partners che hanno sostenuto l'evento sono stati: **British Telecom**, **Euro Jackpot**, **Mg.Kvis**, **Peugeot**, **Ente Nazionale Tunisino per il Turismo**, **Garmin** e **Freixenet**.

ne di gala accompagnate dall'intrattenimento musicale a cura di **Umberto Smaila** e la sua band ed altre celebrità dello spettacolo come **Jo Squillo**.

**Madrina d'eccezione** per questa edizione 2012 è **Fiammetta Cicogna**.

**Title Sponsor del Tour 2012** è **CRISTINA**,



**Maria Grazia Borelli**

**Chiara Grosselli**  
direttore marketing  
**IBM Italia**

**Claudio Doverà**



**Fabio Vasquali**

**Maria Grazia Borelli**



**Maria Grazia Borelli**

**Umberto Smaila**



**Fabio Vasquali**

**Armando Borghi**

**Jo Squillo**

**Fiammetta Cicogna**

**Fiammetta Cicogna**



**Fiammetta Cicogna**





*Romans  
Vainsteins*



*Maria Grazia Borelli,  
Fiammetta Cicogna,  
Andrea Ruscica  
presidente Altea SpA,  
Alberto Cristina  
amministratore  
delegato Rubinetterie  
Cristina SpA, Stefano  
Masullo*



*Andrea  
Ruscica  
presidente  
Altea SpA,  
Fiammetta  
Cicogna*



*Maria  
Grazia  
Borelli*

*Fiammetta  
Cicogna*

*Armando Borghi presidente Golf Club  
Milano Monza, Stefano Masullo*



*Fabrizio Conforti, direttore  
Mulligan Milano, Stefano Masullo*



*Maria  
Grazia  
Borelli*

*Federico  
Cicogna*



*Armando  
Borghi*



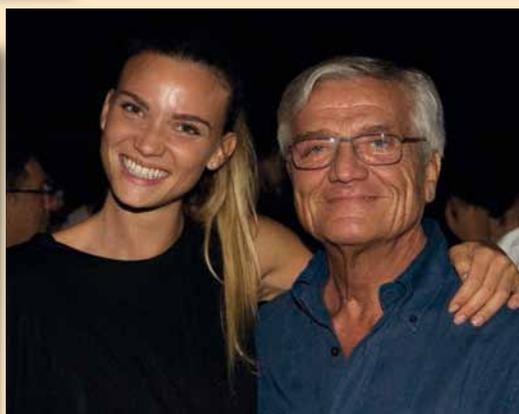
*Arnaldo  
Cocuzza  
direttore  
Golf Club  
Milano  
Monza*



*Fiammetta Cicogna con il padre,  
Luciano Fiammetta*



*Caterina De Francesco vocalist  
Smaila's, Maria Grazia Borelli*





# Arte&Golf - Garda Golf

**G**olf People Club Magazine, media partner del più esclusivo e prestigioso evento golfistico mondano, denominato **Arte & Golf Cup**, organizzato annualmente da **Adriano Vicini**, event manager, e da **Luca Bottoni**, direttore generale **Area Svizzera Golf People Club Magazine** svoltosi **Venerdì 13 luglio 2012** si è concluso con l'ennesimo eclatante successo, oltre **1.000 ospiti** presenti.

**Golf People** è stato media partner unitamente a **Corriere della Sera**, **Gazzetta dello Sport**, **Il Giornale**, **Libero**, **Corriere del Ticino**, **Radio Monte Carlo**, **Giornale di Brescia**, **Brescia Up**.

**Testimonial e Celebrità presenti:**

Cena esclusiva riservata ai vertici direttivi **Golf People** (15 invitati), celebrata personalmente da **Carlo Carozza**, patron **International Golf Corporation**, ed organizzata personalmente da **Emilio Palmiero**, fondatore **Studio Tributario Internazionale**, una delle maggiori realtà professionali del nord Italia.



*Alessandro Del Bufalo*

*Cristina Cacciatore  
IFT Italian Fashion Team*



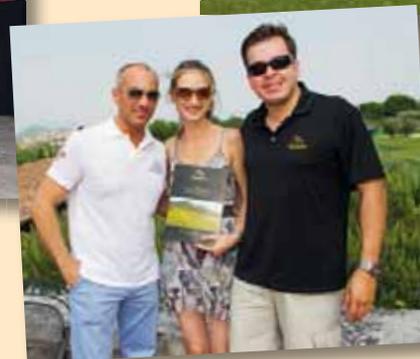
*Massimo De Luca giornalista RAI ed editorialista  
Golf & Turismo, Martin Edwards presidente  
Manchester United, Sara Ventura*



*Luca G. Bottoni,  
Regina Salpagarova*



*Genny Grassi, Cristina Cacciatore  
IFT Italian Fashion Team*



*Luca G. Bottoni, Sandra  
Cameroni, José Cameroni  
direttore Black Mountain  
Huabin Circolo Golfistico  
in Thailandia*

*sotto: Luca Della Torre account  
executive Callaway*



*Elena Gonciarova,  
Marco Brunella,  
Ivana Romanello*





Champagne  
Autreau

Marco Dal Fior  
presidente AIGI  
Associazione  
Italiana  
Giornalisti Golfisti  
editorialisti  
Il Mondo del  
Golf, Regina  
Salpargarova



sopra da sinistra: Alessandro Risulo presidente Cartujano, Elena  
Gonciarova, Fabio Galli, Alena Gutanu, Giorgio Padovan  
distributore Champagne Autreau, Luca Bottoni, Renzo Pisu



Sara Ventura,  
Regina Salpargarova



a destra:  
Regina  
Salpargarova  
Valentino  
Baronio  
gestore Garda  
Golf Resort



sopra: Fabio Galli,  
Paolo Frello, Regina  
Salpargarova, Giovanni  
Mastroddi, direttore  
relazioni esterne Golf  
Club Lugano



Ermanno Basilio, Carlo Carozza

a lato: Marco Brunella, Martin  
Edwards, Romans Vainsteins,  
Bianca Maria Miola Vecelli,  
Maria Grazia Borelli



Martin Edwards,  
Regina Salpargarova



Flavio Torre, Regina Salpargarova,  
Chiara Picone



Elena Gonciarova, Bianca Maria Miola Vecelli,  
Maria Grazia Borelli, Ivana Romanello,  
Regina Salpargarova



Massimo Caputi giornalista RAI,  
Dario Bartolini



Sara Ventura

sopra da sinistra: Dario Bartolini, Emilio  
Palmiero, Romans Vainsteins e la fidanzata  
Angela, Emanuele Canziani, Marco  
Brunella, Maria Beatrice D'Ascenzo

a lato da sinistra: Marco Brenno Mordonini  
direttore commerciale Gruppo Finelco - Radio  
Monte Carlo, Regina Salpargarova,  
Angelo Grissani, Elena Gonciarova,  
Giuseppe Aiello, Ivana Romanello





# COPPA CRISTANINI VIAGGI

Foto di Stefano Merlini

**G**olf People Club Magazine, ha partecipato quale media partner alla **Coppa Cristanini Viaggi**, svoltasi **Domenica 20 Maggio 2012** al **Golf Club Castelconturbia**.

**Ermanno Basilico** dottore commercialista e revisore ufficiale dei conti, managing partner Studio Interprofessionale Legale, Fiscale e Commerciale, Milano, Saronno, Lugano, consigliere Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Monza e presidente Comitato Scientifico Golf People Club Magazine, **Elena Goncearova** direttore Relazioni Esterne Golf People Club Magazine, **Lina Namaviciute** consigliere Comitato Scientifico Golf People Club Magazine, **Nella**

**Petych** senior vice president e direttore Area Russia Golf People Club Magazine, **Andrea Alpini** direttore Itinerari Enogastronomici, Culturali e Golfistici Golf People Club Magazine, e **Stefano Merlini** direttore Area Fotografia **Golf People Club Magazine**, hanno partecipato ufficialmente in rappresentanza dell'alta direzione della rivista distribuendo una copia dell'ultimo numero a tutti gli ospiti presenti.



*Giuseppe Michelucci, consigliere di amministrazione AB Capital e Gruppo Effegi*



*Lina Namaviciute, Nella Petych, Elena Goncearova*



*Lina Namaviciute, Sandro Cristanini, Elena Goncearova*



*Nella Petych, Andrea Alpini, Sandro Cristanini*



*Nella Petych*



*Nella Petych*



**Sandro Cristanini,**  
**Roberta Piateni**  
*senior sales  
manager Italia e  
Sud Europa The  
Leading Hotels of  
the World*



**Elena Gonciarova,**  
**Ermanno Basilio,**  
**Lina Namaviciute,**



**Luca Roccatagliata**  
*responsabile  
relazioni esterne  
Il Mondo del Golf*



**Roberto Borro direttore Golf  
Club Castelconturbia,**  
**Sandro Cristanini,**  
**Roberta Piateni**





Foto di Stefano Merlini



Maria Teresa Corvini presidente fondatore e proprietario Circolo di Campagna Zoate Golf Club

# Regionale Golf Lombardia

**G**olf People Club Magazine, media partner del primo circuito regionale italiano dedicato ai golfisti amatori denominato **Regionale Golf Lombardia 2012**, [www.regionalegolf Lombardia.it](http://www.regionalegolf Lombardia.it), organizzato da **Associazione Sportiva TWO Sport**, presieduta e fondata da **Riccardo Tagliabue**, vanta il patrocinio delle seguenti istituzioni **FIG Federazione Italiana Golf Comitato Regionale Lombardia**, **Regione Lombardia Assessorato allo Sport**, e di 10 Province Lombarde, **Bergamo, Brescia, Como, Cremona, Lecco, Monza e Brianza, Milano, Pavia, Varese e Sondrio** e si è articolato attraverso **28 gare**, partenza il **17 Marzo 2012** dal **Golf Club Villa d'Este** e termine il **22 Luglio 2012** al **Golf Club Vigevano** sviluppando così un

percorso enogastronomico e turistico molto importante ed attraente sia per i giocatori residenti che per quelli stranieri.

**Golf People Club Magazine** ha operato in stretta collaborazione e sinergia con gli altri importanti soggetti coinvolti in qualità di patrocinatori, partner, media partner, sponsor e strutture aderenti quali: **Ubi Banca Private Banking, Red Bull, Audi Pirola, Solar Green, Centro Odontoiatrico di Giannini & C., Fedeli, C Hotel & SPA, Mosquito Magnet, Suzuki, Sartoria by Biella, Bjorn Borg, Lorenzo Riva, Golf e non solo, Villa Poggio Salvi, Me Pa Assicurazioni, Is Arenas, Hobnob, Smiling Heart - Magica Cieme.**

Federica Capello e Olivia Gama





*Maria Teresa Corvini presidente Zoate Golf Club, Riccardo Tagliabue organizzatore presidente Regionale Golf Lombardia*



*Doriano Bianchini direttore Zoate Golf Club*



*Riccardo Tagliabue*



*da sinistra: Federica Capello, Doriano Bianchini, Maria Teresa Corvini, Riccardo Tagliabue*





# Carimate Fondazione Fibrosi Cistica

## Julius Bär

**G**olf People Club Magazine, media partner della gara di beneficenza organizzata dalla **Fondazione Fibrosi Cistica**, guidata da **Vittoriano Faganelli, Paolo Faganelli e Matteo Marzotto**, rispettivamente **presidente e vice presidenti**, che si è svolta **Giovedì 13 Giugno 2012** al Golf Club Carimate.

*Marino Bianco amministratore delegato Katana Europe*



*Paolo Vittadini amministratore delegato Golf US*



*Alberto Angelo Inzaghi presidente Società Immobiliare Golf Club Carimate*

*Stefano Cordero di Montezemolo direttore accademico ESE European School of Economics, Fabrizio Rindi presidente Julius Bär SIM SpA*



*Fabio Galli avvocato consigliere Golf Club Carimate*



*Paolo Faganelli*



*Il team di Alberto Angelo Inzaghi*





*Martina Venturini responsabile marketing ed eventi Julius Baer, Paolo Faganelli*



*Stefano Masullo Paolo Faganelli*



*Marco Villa titolare gioielleria Villa Milano, Paolo Faganelli*



*Vittoriano Faganelli Paolo Faganelli Leopoldo Faganelli*



*Paolo Faganelli, Stefano Cordero di Montezemolo, Vittoriano Faganelli*



*Walter Gorla segretario sportivo Golf Club Carimate, Giuseppe Crippa, presidente Golf Club Carimate*



*Paolo Vittadini*



*Stefano Valente direttore Julius Bär & C. Lugano*

*Giovanni Frigerio direttore generale Tech 4 Five SA,*

*Nicola Ravarini presidente Cierre Group*

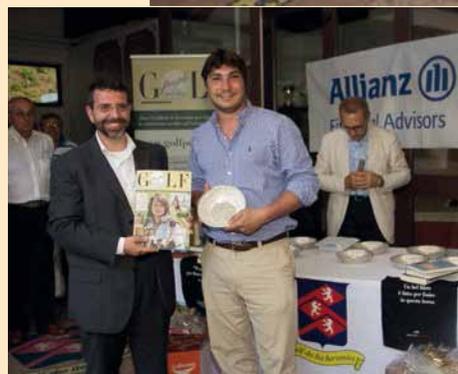
Foto di Stefano Merlini

**G**olf People Club Magazine, media partner del torneo **Golf Manager Associazione Italiana Manager Golfisti 2012**, circuito organizzato da **Vladimiro Sacchetti**, presidente dell'Associazione Italiana Manager Golfisti, snodatosi attraverso sette gare disputate in altrettanti prestigiosi circoli del nord italia: **Golf Club Molinetto, Golf Club Zoate, Golf Club Vigevano, La Pinetina, Golf Club Villa Carolina, Golf Club Castello di Tolcinasco; 2-6 Marzo gara di apertura Golf Club Opio Costa Azzurra e 11-18 Novembre gara di chiusura Golf Club Marrakech.**

**Golf People Club Magazine** ha operato in stretta collaborazione e sinergia con gli altri importanti soggetti coinvolti in qualità di patrocinatori, partner, media partner, sponsor e strutture aderenti quali: **Allianz Bank Financial Advisors, Gervasini, Carrozzeria Viscardi 1955, Galbusera, Mister Golf, Azienda Agricola Orlandi, Revello, Azienda Agricola Cascina Rossa, Tepa Sport, Factory Outlet.**



# ALDAI



**Allianz Bank  
Financial Advisor  
Via Burlamacchi 11  
20135 Milano  
Tel. 02.54122940  
Fax 02.54122941  
claudio.bolzani@allianzbank.it  
www.allianzbank.it**

*Marina Mazzeo, Claudio Bolzani*



*Vladimiro Sacchetti*



*Marina Mazzeo, Gianpiero Perotto*



*Luigi Vacchini*



*A lato, da sinistra: Claudio Bolzani, Vladimiro Sacchetti, Luigi Vacchini*



Foto di Stefano Merlini

# JET PRIVATI A GARDA GOLF

**Renzo Pisu**, comandante, fondatore ed azionista di riferimento, di **Jet Privati**, una nota compagnia di **aerotaxi**, il **primo e più utilizzato sito web in Italia** per trovare subito un aereo privato in affitto o noleggio al miglior prezzo d'Europa, ha partecipato a **Garda Golf** alla **Gara** denominata **Arte & Golf**, dando il privilegio a soli **9 ospiti vip** di sorvolare il circolo e la zona lacustre circostante per una particolare **escursione in elicottero** della durata di oltre **8 minuti**.

**Jet Privati** attualmente dispone della seguente flotta di aerotaxi e di elicotteri: Cessna Citation Mustang, Cessna Citation CJ2, Cessna Citation XLS / EXCEL, Dornier Jet 328 VIP Executive / Shuttle, Embraer Legacy BJ 600, Gulfstream

550, AS350 monoturбина (5 posti), AS 355N biturbina (5 posti), AS 365 N3 biturbina (7 posti), A109 Grand biturbina (5 posti).

**Jet Privati** ha fatto volare dirigenti ed im-

prenditori di **importanti aziende italiane e multinazionali world wide** ivi compresi anche **capi di stato**. **Jet Privati** opera direttamente dagli aeroporti di tutta Italia.

Per info e contatti  
Tel +39 800 911 744  
[www.jetprivati.it](http://www.jetprivati.it)  
[info@jetprivati.it](mailto:info@jetprivati.it)



sotto, da sinistra:  
*Luca Bottoni,  
Mery Fontana,  
Paolo Felicini,  
Monica Lira, Renzo Pisu*



sopra, da sinistra: *Peter Barzan, Elena Gonciarova,  
Maria Grazia Borelli, Paolo Felicini*

a lato:  
*Renzo Pisu,  
Comandante  
e Fondatore  
Jet Privati*

A lato, da sinistra: *Ivana Romanello,  
Peter Barzan, Elena Gonciarova,  
Luca Bottoni,  
Mery Fontana, Monica Lira,  
Jenny Grassi, Cristina Cacciatore,  
Renzo Pisu*



Nausica Re



Dalila Kijakovic

Fotografie di Flavio Torre

*abbigliamento intimo* collection 2012

[www.yuppidoll.com](http://www.yuppidoll.com)



## REGINA SALPAGAROVA

**Regina Salpagarova**, classe 1980, modella internazionale professionista greco russa ma ormai milanese di adozione, poliglotta, è alta **1 metro e 80**, indossa una fantastica taglia **41** con il **trio magico** di misure **96-63-96**, ha vinto la corona di **Miss Grecia 2000** e di **Miss Playmate 2002**, in Italia l'abbiamo vista indossare i panni di ballerina in "Show Gearl" su **Happy Chanel**, di ospite di **Piero Chiambretti** a "Markette" e di modella di bodypainting a "Scorie" ed a Striscia la Notizia.

Fidanzata con **Andrea Carollo**, classe 1982, laureando in **Scienze e Tecnologie del Fitness**, responsabile nazionale **Tisanoreica**, settore fitness e negozi sportivi di integrazione, personal coach delle più importanti dinastie imprenditoriali del **Veneto**.



Golf People Club House  
Salotto Borelli

### Garda Golf County Club

**Garda Golf County Club** include 27 buche disposte tra **Rocca di Manerba**, il **Castello di Soiano** e le colline Valtenesi, con viste panoramiche di straordinaria bellezza, si estende sopra una area di **110 ettari** e gli esperti lo considerano uno dei migliori percorsi costruiti negli ultimi **dieci anni**.

Il concetto di realizzare un campo da golf in **Valtenesi**, a pochi chilometri dal basso **Lago di Garda** che ne mitiga il clima, è frutto della capacità imprenditoriale e della lungimiranza di **Riccardo Pisa** e di **Giorgio Simonini** che, nel **1984**, intuirono le potenzialità dell'abbinamento tra un' iniziativa sportiva e una immobiliare.

Viene acquistata una tenuta unica, con vista sul lago e alcune vecchie cascate che possono servire da **Club House**, foresteria, appartamenti per i giocatori, della famiglia **Omodeo**, nota nei primi anni del **Novecento**, grazie al figlio **Angelo**, per aver condotto importanti ricerche scientifiche legate al tema dell'acqua.

Le prime **18 buche**, inaugurate il **28 giugno 1986**, furono progettate dalla **Golf & Gardens** e dallo Studio inglese **Cotton, Pennick, Steel & Partners**, nel **1990** viene inaugurato un nuovo percorso di 9 buche progettato da **Carlo Carozza**, di fatto **Garda Golf** è un campo di concezione anglo-italiana e l'aggiunta del nuovo percorso completa la struttura del progetto originario inglese.

I **tre percorsi da nove buche**, contraddistinti dai colori **rosso, bianco e giallo** presentano per il giocatore grandi attrattive sia dal punto di vista tecnico che paesaggistico.



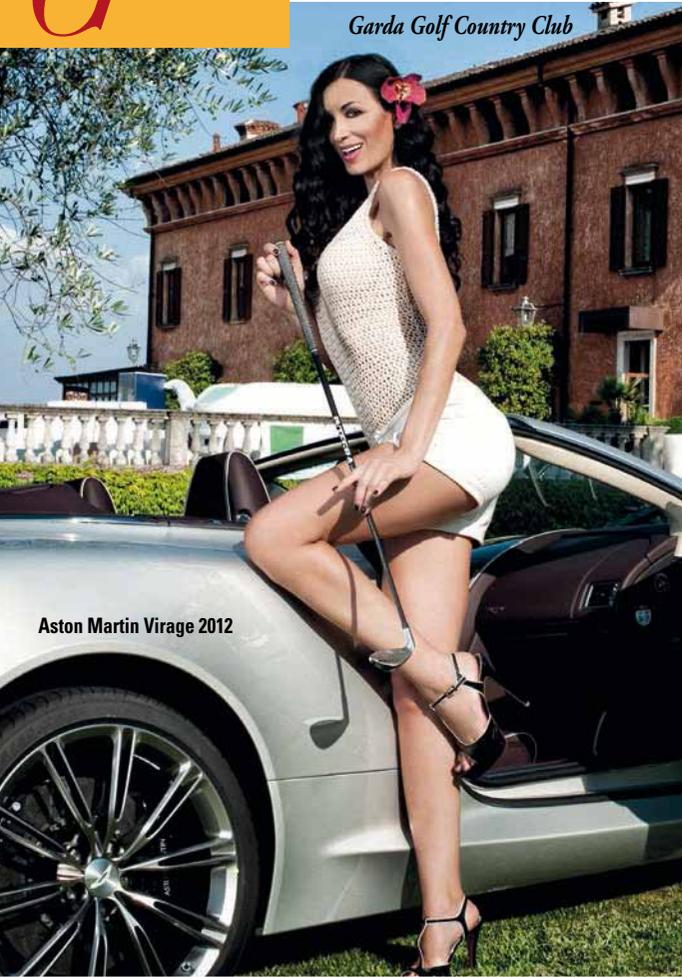
Garda Golf Country Club



Garda Golf Country Club

**Intimo:** Yuppiddoll Brescia - **Sacca:** Par 72 - **Abbigliamento:** Team HP Experience - Mulligan & Co. - **Calzature:** GI.MA Fashion Group - Raffaele Greco Golf - **Costumi:** Wagoon - **Catering:** Il Birrifico di Gallarate - Birra Ronzani - **Supporto Medico:** Penta Medical Center Milano - **Auto:** Aston Martin Virage 2012 Verona

*Garda Golf Country Club*



Aston Martin Virage 2012



*Golf People Club House  
Terrazza Borelli*



*Garda Golf Country Club*



*Golf People Club House  
Salotto Borelli*



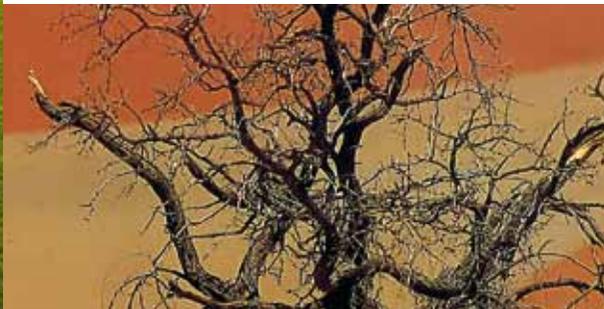
*Collega quotidianamente l'Europa con l'Africa Australe*



foto di Fabio Bozzani

**AIRCONSULT**

Via Adolfo Ravà, 106 - 00142 Roma - Tel. +39 06 54242541 - Fax +39 06 54242534/6 - E-mail: [airnamibia@airconsult.it](mailto:airnamibia@airconsult.it)



Think&Print - Roma - info@toprint.it - www.toprint.it

Namibia Tourism Board  
c/o Airconsult  
Via Adolfo Ravà, 106 - 00142 Roma  
Tel. +39 06 54242542 - Fax +39 06 54242534/6  
E-mail: [namibiatourism@airconsult.it](mailto:namibiatourism@airconsult.it)  
Internet: [www.namibiatourism.com.na](http://www.namibiatourism.com.na)



**Namibia**  
Endless horizons

# SCEGLI CHI HA SCELTO I MIGLIORI.

Con TEAM puoi sempre contare sulla professionalità dei Financial Advisors di Allianz Bank e di 11 grandi Società di Gestione. Le 11 squadre di professionisti sono in competizione tra loro con l'obiettivo di darti i migliori risultati.

## TEAM

**Allianz** 

Global Investors

 **CARMIGNAC**  
GESTION



**Invesco**

Morgan Stanley

P I M C O

**SWISS &  
GLOBAL**

ASSET MANAGEMENT

**BLACKROCK**



**J.P.Morgan**  
Asset Management



 **Schroders**

Per maggiori informazioni rivolgersi al Financial Advisor:

**Ivano Vasco**

**Centro di Promozione Finanziaria  
Allianz Bank Financial Advisors SpA  
Via Burlamacchi 11 - 20135 Milano  
Tel. 02 54 122 940 - Cell. 335 6752335  
ivano.vasco@allianzbank.it**

**Allianz. Soluzioni finanziarie dalla A alla Z.**

[www.allianzbank.it](http://www.allianzbank.it)

**Numero verde 800.100.800**

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. TEAM è la denominazione di una famiglia di 11 fondi interni della polizza Unit Linked Challenge, un prodotto assicurativo finanziario di Darta Saving Life Assurance Ltd. (una Compagna del Gruppo Allianz), reso disponibile ai Clienti di Allianz Bank Financial Advisors S.p.A. Prima dell'adesione leggere il Prospetto reperibile presso le filiali della banca, i centri di promozione finanziaria e sul sito [www.allianzbank.it](http://www.allianzbank.it).

"I migliori" è un'espressione giustificata dalle performance positive realizzate dai fondi interni della Polizza Unit Linked Challenge nel periodo 01/04/2009-31/08/2012 (Fonte dei dati: Bloomberg). I risultati passati non sono indicativi di quelli futuri.

**Allianz**  **Bank**  
Financial Advisors