

GOLF

people
CLUB
MAGAZINE

www.golfpeople.eu

Anno 3 - Numero 1

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

Sezione Roma

a cura di Mauro Cervini



Maurizio Pimpinella
Comitato Promotore
Banca Popolare
del Turismo



Benjamin Liberoff
Direttore Nazionale del Turismo
della Repubblica dell'Uruguay



Elisabetta Bertini



Luigi Santangelo



Guido Costamagna



Martina Di Luca



Raffaele Lener

Golf & Benessere



I protagonisti Nazionali

L'INTERVISTA

MARIAVITTORIA ANDRINI
MARIA CRISTINA MONTI
LAURA VALBONESI

— I FIORDALISI LADIES CLUB - FORLÌ —



Francesca Lukasik

Novità 2013

TROISOR

Brut - Rosé - Brut Millesimato Franciacorta DOCG



LUIGI MENSI
Le Due Querce
1978
FRANCIACORTA

www.cantinaleduequerce.it

Partner Ufficiale

**Audemars Piguet
Golf Trophy 2013**

Erica Nina

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

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

Art & Finance

Equity Solution



M&A



Consulting



Global



Due Diligence



Accuracy Difference

Art & Finance Equity Solution

Significa la capacità di perfezionare continuamente l'offerta di prodotti finanziari e assicurativi per fornire avanguardia nelle idee, esecuzione superiore e state-of-the-art in strumenti capaci di affrontare i mercati in continuo cambiamento.

- **Art & Finance Equity Solution** è un team di professionisti di consolidata esperienza, dedicati al raggiungimento degli obiettivi finanziari dei nostri Clienti, siano essi investitori istituzionali, società o privati.
- **La nostra responsabilità professionale** è fornire a ogni Cliente un ampio spettro di informazioni riguardanti tutte le opportunità d'investimento consigliato o le migliori soluzioni assicurative.
- **La nostra filosofia** è offrire consulenza "su misura" e attenzione individuale per ogni Cliente. La consulenza che diamo è indipendente, libera da secondi fini: in ultima analisi, le nostre soluzioni contribuiscono a garantire la sicurezza finanziaria e la pace della mente, perché la fiducia del Cliente si acquisisce solo con la sua soddisfazione.

Non è un caso se buona parte dei nuovi Clienti che si rivolgono a noi lo fanno su suggerimento di nostri Clienti esistenti con cui è forte la relazione di fiducia e di stimati professionisti.

www.artfinanceequitysolution.com

Email: info@internationalbanking.eu

SPAGNA

Tel. +34 91 1436622 – +34 91 3452776
Paseo de la Castellana 210 140-6
Madrid

LUSSEMBURGO

Tel. +352 20 88 09 77
24 av. Marie Therese
Luxembourg Ville



Marco Russo *Presidente e Fondatore*
Art & Finance Equity Solution SL
Socio e Azionista del Poggio
dei Medici Golf & Country Club
Resort - Scarperia - Firenze



Prudence Clark *Direttore Generale*
Art & Finance Equity Solution SL
Socia e Azionista del Poggio
dei Medici Golf & Country Club
Resort - Scarperia - Firenze



I protagonisti si raccontano

Comitato Editoriale
Senior Vice-President - Direttore Area Russia
Nella Petych - nella.petych@golfpeople.eu

Comitato Scientifico
Presidente onorario
Fabio Galli - avvocato
Presidente
Ermanno Basilio - dottore commercialista
ermanno.basilico@golfpeople.eu
Consiglieri
Francesco Avaldi - medico chirurgo
Mario Basilio - 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
Emilio Palmiero - avvocato tributarista internazionale
Ines Pindiuc - fotografa internazionale
Enrico Rivarossa - medico chirurgo
Giuseppe Santorsola - docente universitario
Fabrizio Zampieri - consulente finanza e investimenti

Club House
Presidente Golf People Club House
Maria Grazia Borelli - grazia.borelli@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 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 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 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

Web Master
Tony Ross - 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 Bottacchi 12 - 21016 Luino (VA)
http://www.lombardiaweb.com - info@lombardiaweb.com
Tel. (+39) 340/9892383 - Fax (+39) 0332/1801332

Anno 3 - Numero 1 - Periodicità Quadrimestrale
Registrazione Trib. di Milano n. 147 del 16/3/2011
Realizzazione FoBo ADV srl
Via Mac Mahon 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 Mahon 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 Mahon 50 - 20155 Milano

Rivista in distribuzione gratuita fino ad esaurimento scorte

pag. **12**



Benjamin Liberoff



I Fiordalisi Ladies Club

pag. **26**

pag. **24**



Elisabetta Bertini



pag. **28**

Martina Di Luca



pag. **31**

Maurizio Pimpinella

pag. **32**



Redazione Romana



pag. **40**

Luigi Santangelo



pag. **46**

Guerrina Lupo

SPECIALE ALIMENTAZIONE E BENESSERE

Gli integratori proteici
di Francesco Avaldi **53**

Morire mangiando al Ristorante
di Massimo Biale **55**

L'alimentazione del Golfista
di Yulia Shesternikova **57**

Come rendere di più?
di Gianromano Siviero **63**

Circoli e Tornei

pag. **18** Puntaldia Luxury Hotel & Golf Club

pag. **37** La Margherita Golf Club La Carmagnola

pag. **74** Il Mio Golf in Africa
Leisure Lodge Resort Diani Beach di Lea Pericoli

pag. **82** Molinetto Gima

pag. **84** Golf Lugano

pag. **86** Tolcinasco PF

pag. **88** La Pinetina Birrificio di Gallarate

pag. **90** Luvinata HP Experience

pag. **92** Arzaga Hyundai

Patrimoni - Finanza

Giuseppe G. Santorsola
Verifica del reddito,
fiscaltà e lotta all'evasione pag. 39

Gianluca Santacatterina
Investire in immobili all'estero
pag. 43



Life Style

Sartoria Dal Cuore, pag. 44 - Arôme, pag. 49 - Daguas. I benefici della sauna, pag. 60 - Fiat Open Lounge, pag. 64 - Italian Style Radio, pag. 66 - GI.MA-Isotta Fraschini, pag. 71 Golf'Us, pag. 71 - Gli amici del Gambero Rosso, pag. 77 - Salotto Borelli, pag. 78

Sociale - Cultura

L'evoluzione della specie
di Roberto Piccinelli
pag. 59



Focus sulla famigerata virgola,
di Antonella Carbone
pag. 67 -

LADIES & GENTLEMEN

a lato da sinistra: Yulia Shesternikova, Maria Grazia Borelli, Marco Boselli presidente Camera Nazionale della Moda Italiana, Stefano Masullo, Francesco Tarzia presidente Confezioni Tarzia



sopra: Maria Grazia Borelli, Achille Lineo Colombo Clerici presidente Assoedilizia, presidente Istituto Italo-Cinese, vice presidente Confedilizia, vice presidente Fondazione Vittorino Colombo



sopra a destra: Maria Grazia Borelli, principessa Diana Borromeo presidente Comitato Lombardia AIRC Associazione Italiana Ricerca sul Cancro, Guido Podestà presidente provincia di Milano



sopra: Golf People Clun Magazine media partner RP Friendly Object Retinite Pigmentosa Charity Eco organizzata da Paola Emilia Monachesi



sopra da sinistra: Emilio Fernández-Castaño console generale del Regno di Spagna, decano del Corpo Consolare di Milano, Gian Valerio Lombardi prefetto di Milano, Patrizia Signorini console generale onorario Repubblica di Lettonia, vice decano e segretario generale Corpo Consolare di Milano, Maria Grazia Borelli



sopra da sinistra: Maria Grazia Borelli, Kseniya Bondar, Yulia Shesternikova, Luca Rivelli presidente IKE Milano, Nausica Re



a fianco da sinistra: Saul K. Molabi console Generale del Sudafrica a Milano, Elizabeth Thabethe vice Ministro del Commercio e dell'Industria della Repubblica del Sudafrica, Maria Grazia Borelli, Yulia Shesternikova



sopra da sinistra: Ettore Marchetti architetto direttore responsabile AD-Architectural Digest, Marianna Tarchini, Sandro Tarchini presidente Tarchini Group, Fox Town e Resort Collina d'Oro Lugano



sopra da sinistra: di spalle Nicolò Bastianini, Benedetto Della Vedove senatore della Repubblica, Federica Monti figlia del presidente del Consiglio Mario Monti, Gianfranco Librandi deputato della Camera, amministratore delegato TCI SpA

sotto: Adriano Marchina direttore generale Cantina Le Due Querce, Regina Salpagarova



a lato: Bianca Maria Miola Vecelli, Luca Rivelli presidente IKE-Milano, Mario Giordano proprietario Ristorante La Grotta Azzurra Gallarate



a lato: Giorgia Tarchini direttore generale Tarchini Group, Fox Town e Resort Collina d'Oro Lugano



a lato: Antonio Belloli presidente Filati Artificiali SpA





sopra da sinistra: Maria Grazia Borelli, Ribana Szutor pittrice internazionale

a fianco:
Domenico Ottaviani amministratore delegato Mila Schön intervistato da Andrea Biandrino consigliere Comitato Scientifico Golf People Club Magazine



sopra da sinistra: Maria Grazia Borelli, Keren Arni account senior Attila & Co, Stefano Bolognini assessore alla Sicurezza, Protezione Civile e Turismo Provincia di Milano, Yulia Shesternikova, Stefano Masullo

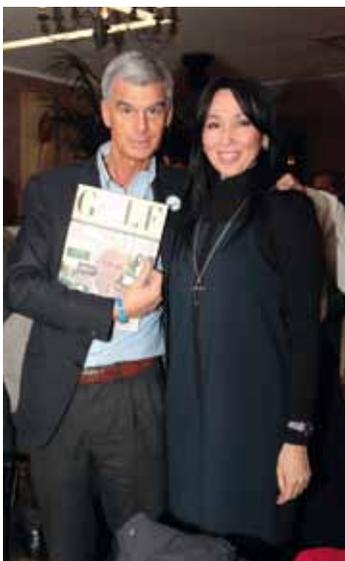
a lato da sinistra: Daniela Sandoni presidente Pelledacqua by Daguas, Emanuela Bagnasco direttore Resort Collina d'Oro Lugano



a destra: Valerio Tacchini fondatore Studio La Porta e Tacchini Notai Milano



sotto: Nicolò Bastianini partner Studio Legale Carnelutti 1898 coordinatore Italia Futura movimento presieduto da Luca Cordero di Montezemolo, Yulia Shesternikova



Le ragazze di IFT - Italian Fashion Team da sinistra a destra: Silvia Vitari, Alice Nicoletti, Erika Faina, Genny Grassi, Giulia Minetto



a fianco da sinistra: Gianfranco Librandi, Roberta Ricco, dottore commercialista revisore ufficiale dei conti, Carmine Abagnale consigliere Comune di Milano, Maria Grazia Borelli

di M. Beatrice D'Ascenzi

Ladies & Gentlemen



Programma Protezione Testimoni

Il golf è pieno di regole.

Lo sanno bene tutti i giocatori, soprattutto quelli che non le rispettano. Parlo dei furbacchioni che dichiarano meno colpi, pensando che gli altri non sappiano contare, oppure eseguono patetici giochi di prestigio, facendo scivolare dalla tasca una pallina nuova spacciandola per quella tirata oltre l'orizzonte e finita chissà dove...E pensare che il golf è l'unico sport in cui il giocatore è il primo arbitro di se stesso, avendo la facoltà di attribuirsi dei colpi di penalità per infrazioni che se lui non dichiarasse, non sarebbe possibile attribuirgli.

In realtà non è dei furbacchioni che voglio parlare, ma di quelli che assistono alle loro furbate facendo finta di niente. Capisco che "chi fa la spia non è figlio di Maria, né fratello di Gesù...", che ognuno di noi vuole solo giocare a golf e a nessuno interessa sollevare questioni imbarazzanti, dando dell'imbroglione ad un compagno di gioco, che magari è socio dello stesso circolo... tacere per quieto vivere, però, incoraggia il peccatore che ogni volta è sicuro di farla franca.

Che fare per fermare questo squallido fenomeno?

Quando mesi fa, per incentivare la partecipazione alle gare, è cambiata la regola ed è stato stabilito che i giocatori di 2° e 3° categoria possono decidere se "autovirgolarsi" o meno, la prima cosa che mi è venuta in mente è stata: "Ci siamo, niente più spauracchio della virgola, meno episodi di barbarie sui campi da golf!". Avendo, infatti, la possibilità di mantenere inalterato il proprio handicap di gioco, pur tirando più colpi del consentito, in teoria non ci sarebbe più "bisogno di imbrogliare", se non fosse per il fatto che il barare è, per chi ne è incline, un impulso difficile da controllare. L'ideale sarebbe, perciò, istituire un programma di protezione testimoni, per convincere tutti coloro che non denunciano per evitare situazioni spiacevoli, a segnalare i furbacchioni.

Lo so, è una provocazione, ma immaginate cosa accadrebbe se questo protocollo ideale prevedesse incentivi, riconoscimenti e tutela per coloro che assistono a episodi di scorrettezza in campo, così come si fa con coloro che trovano il coraggio di testimoniare contro le persone di malaffare. Sono certa che lo squallore di questo fenomeno sbiadirebbe. Il problema è che chi imbroglia continuerà a farlo, magari per scendere di hcp oppure per vincere una gara, un caffè o la Titleist Pro V1 degli avversari di gioco...chi lo fa non smetterà mai con un incentivo o con un condono, ma con una denuncia.

Il golf ha tante regole, ma la prima fra tutte è il rispetto per se stessi. E chi bara non ce l'ha.

Maria Beatrice D'Ascenzi



sopra: Cesare Castelbarco Albani console onorario del Lussemburgo Genova, presidente Carige Italia, consigliere di amministrazione Italiana Assicurazioni, Maria Grazia Borelli, Yulia Shesternikova

Sartoria
DALCUORE

NAPOLI - MILANO - TOKYO - SEUL

www.sartoriadalcuore.com



a sinistra
Xseniya
Bondar

a fianco da sinistra:
Diana Scrob, Yulia
Shesternikova,
Trois Or Cantina
Le Due Querce



IL GOLF PRIMA...



Dario Bartolini
Direttore Editoriale

Primo numero del 2013 e Golf People Club Magazine si riaffaccia alla sua numerosa platea con un ruolo sempre più definito da un'attività risultata molto intensa, anche durante questo lungo inverno.

12 Ottobre 2012
Salotto Borelli
Allianz Bank e Morgan Stanley
Economic Outlook

Tutta l'attività di relazioni esterne istituzionali si è sempre più ampliata nello spirito proprio di una visione diversa del nostro amato golf.

Qualcuno potrà pensare che soprattutto oggi, che siamo pieni di campioni, sia un peccato non parlare delle loro gesta sportive.

Noi invece ammiriamo i fratelli **Edoardo e Francesco Molinari, Matteo Manassero, Lorenzo Gagli** e tutto il plotone di ottimi giocatori che imperversano su vari tour, ma ci piace anche ricordare le radici della nostra passione golfistica, che si formò con società golfistiche per lo più legate a

logge di origine massonica, che amavano il buon vino, l'ottima tavola, condita di discorsi e convivialità tipiche dei gruppi sociali che cerca-

Osteria del Gambero Rosso

no la condivisione di comuni passioni, per dare importanza anche alle relazioni sociali.

30 Ottobre 2011
Osteria del Gambero Rosso
Director's B-Day

14 Novembre 2012
Fiat Open Lounge Finanza, Arte
& Enogastronomia

Il golf allora, aveva un'importanza secondaria, essendo pretesto per farsi venire l'appetito, la sete e fare qualche scommessa.

Nei documenti dei primi circoli di golf, a dire il vero assai scarsi data la segretezza



da sinistra: Petter Johannesen
console onorario Repubblica di
Namibia Bianca Maria Miola,
Stefano Masullo

delle logge, si leggono menu di quelle riunioni conviviali, altri invece contengono elaborati dibattiti sul menu della riunione in corso e di quella successiva..... e solo 10 parole sul golf.

Qualcuno ha persino criticato che nel medesimo spirito, Golf People Club Magazine desse rilevanza alle proprie riunioni proprio partendo dal menu e dall'importanza dei partecipanti conviviali.

24 Novembre 2012
Bollicine e Patanegra Salumificio
Minoli 1900 Gallarate

Vorrei citare a tal proposito, un riferimento storico di un menù dell'epoca:

“Due portate di montone, maiale in salamoia, un haggis (piatto tradizionale

scozzese composto da interiore di ovino e spezie cotte in interiore di montone); 12 bottiglie di whisky; 36 bottiglie di champagne”.

Questo pasto fu consumato da 27 soci nel maggio del 1833.



Il Birrifico
di Gallarate

Come si vede, non proprio una merenda leggera, ma mangiare e bere in quel modo, fu regola comune in quegli anni e al golf non veniva permesso di interferire.

Laconici i comunicati che annunciavano: “il gioco inizierà alle ore 10,00 in punto e la cena inizierà alle ore 04,00 del pomeriggio”.

3 Dicembre 2012
Osteria del Gambero Rosso
Accordo Isotta Fraschini

A dispetto, tuttavia, di questa propensione per la bella vita, non passò molto tempo che i soci svilupparono una forte passione per il golf, che cominciò ad avere così un posto predominante nelle attività di circolo, che è in fondo all'approccio moderno a cui Golf People Club Magazine si ispira.

17 Dicembre 2012
Osteria del Gambero Rosso
Vittorio Giulini e Raffaele Greco



Staff Ristorante la Grotta Azzurra
Cena Blue Jacket tour Salotto Borelli



WE BUILD YOUR FUTURE... ...A BETTER FUTURE !

Abbiamo creato un modello di architettura sostenibile, realizzato in tempi rapidi attraverso un processo di produzione ed assemblaggio industrializzato. Costruiremo in officina un elemento finito e pronto da collocare in opera, impianti compresi: un'architettura "plug and play", che combina alta qualità ed elevata flessibilità.



We created a new model of sustainable architecture, realized it in short times through an industrialized production and assembling process. We will build the finished modules in a plant, ready for the final delivery, devices included: a "plug and play" architecture, flexible in all its typologies.



Lugano * Milano * Doha



MH3 SOLUTIONS SA

Via Lucchini 8a 6900
Lugano (Switzerland)
info@mh3solutions.com
www.mh3solutions.com

C'è poi un altro argomento di grande attualità internazionale a cui ci stiamo interessando, visto che parte una squadra del **Blue Jacket Team** in collaborazione con **Golf People Club Magazine**, che andrà a giocare in **Argentina ed Uruguay**, mescolando perciò possibilità di **business**, con la **convivialità** ed il **cameratismo** instaurato con il golf.

20 Dicembre 2012
Salotto Borelli
Cena di Gala Prenatalizia

Si è vista anche durante la tornata elettorale la **sensibilità** che il Paese ha dedicato al **problema fiscale** ed alla **tassazione degli utili** di impresa e non è mistero per nessuno che **l'Europa**, in molti dei suoi Paesi, trovi in questo, un vincolo insormontabile allo sviluppo economico.

11 Gennaio 2013
Osteria del Gambero Rosso
Regina Salpagarova
Testimonial Isotta Fraschini

Molti dei Paesi che oggi offrono **opportunità di impresa con fiscalità ridotte**, sono, in alcuni casi, anche Paesi che **propongono quale cavallo di Troia, per attrarre imprenditori, manager ed investitori, l'approccio del turismo golfistico.**

Tanto per citare **l'Uruguay**, questo si inserisce oggi in un contesto sud-americano che, in termini di efficienza competitiva e prospettive di business, **diventa particolarmente allettante.**

A tutto ciò si unisce ovviamente il fatto che questi paesi hanno da offrire uno **stile di vita e bellezze naturali**, molto simili ai Paesi dell'area mediterranea con **campi da golf e strutture ricettive di primo ordine.** A sostegno di quanto stiamo dicendo, dal **2005** ad oggi, si sono registrate ben **296**

Cena Blue Jacket Tour Salotto Borelli



sopra da sinistra: Luca Bottoni, Elena Flaccadori, Stefano Masullo

reforme fiscali in 142 economie, come stilato dal rapporto annuale sulle fiscalità nel mondo.

Complessivamente la fiscalità in questi **8** anni si è alleggerita di circa **l'8%**, portando il carico fiscale sui profitti maturati ogni anno dalle imprese al **44,7%**, riducendo mediamente a **54 giorni** in tutto, il tempo per effettuare gli adempimenti.



Veronica Ghizlane Roukh, Trois Or Cantine Le Due Querce - Sacca Par 72

Guarda caso, un Paese come la **Turchia**, che negli ultimi anni ha portato sul mercato turistico un'offerta di primo ordine, dal **2004 ha ridotto dal 53% al 41,2% la pressione fiscale complessiva sulle imprese e tagliato del 5% al 14,5%** gli oneri sociali sul lavoro dipendente, istituendo nel **2012** un articolato sistema di esenzioni fiscali ed agevolazioni, **zone industriali**, vere e **proprie zone franche**, con l'**obiettivo di attrarre investimenti esteri.**

6 Febbraio 2013
Salotto Borelli Sponsorship
Blue Jacket Tour

In Italia il carico fiscale complessivo è il più alto d'Europa, pari al **68,3%** dei profitti commerciali (ma c'è chi dice che la pressione effettiva sia oltre il **70%**). In questo senso **non è facile** incontrare



Osteria del Gambero Rosso B-Day Director



Cena Blue Jacket Tour - Salotto Borelli

golfisti che dopo i loro viaggi, magari di vacanza all'estero, invece di parlarti della bellezza dei campi, ti illustrino gli **incentivi fiscali** di Paesi che offrono prospettive per le imprese ormai a noi sconosciute, ed in questo senso, **Golf People Club Magazine** con il **proprio team** composto da **13 nazionalità diverse** e con una esperienza professionale maturata ai più alti livelli internazionali nel settore finanziario ed istituzionale, **coprirà ancora una volta per primo ed unico strumento editoriale questa lacuna.**

Crediamo, e questo sarà un punto su cui ritornare, che il **golf attragga un turismo qualificato.** Occorre perciò che dietro a questa vetrina (quella italiana ha tutte le carte in regola per essere niente male) ci sia un Paese che **realmente attragga gli investimenti** e che **convinca**, non solo gli **stranieri a tornare**, ma anche i **nostri imprenditori a continuare ad investire.**

Il golf ci faccia capire questo semplice concetto: **"Qualunque player alla fine si dirige verso i campi migliori ai costi più convenienti e dove dietro c'è un servizio pronto ad accoglierlo".**

Dario Bartolini

Osteria del Gambero Rosso B-Day Director





Uruguay

*Un paese dove investire,
vivere, lavorare e giocare a golf*



L'Uruguay bagnato dall'Oceano Atlantico è incastonato tra Brasile ed Argentina, ma osservando attentamente la sua posizione geografica ci si accorge subito che tale territorio non è altro che la punta meridionale del Brasile, limitata dal fiume Uruguay e dal mare. Un confine puramente politico



sopra: Regina Salpagarova indossa la divisa ufficiale Blue Jacket Tour Uruguay prodotta da Ivy Oxford e Alberto Cappio amministratore delegato Ivy Oxford



divide così il Brasile, lo Stato più vasto del Sud America, dall'Uruguay, la seconda nazione più piccola del sub continente. Non bisogna stupirsi quindi se con queste connessioni il gioco del calcio rappresenti la princi-

a lato da sinistra: Marco Brunella fondatore e presidente Blue Jacket Tour, Alberto Cappio amministratore delegato Ivy Oxford, Diana Scrob indossa la divisa ufficiale Blue Jacket Tour Uruguay prodotta da Ivy Oxford, Aldo Castelnovo presidente Associazione di Commercio Italo-Uruguayana

pale passione sportiva nazionale ed a riprova di questo il Paese ha conquistato la **Coppa del Mondo** per ben due volte, nel 1930 e nel 1950. L'economia era in passato dipendente dall'agricoltura, ma grazie ad un importante lavoro istituzionale intrapreso dal Governo negli ultimi anni, ora la prima risorsa economica nazionale è il **turismo**, con oltre **3 milioni di arrivi** e **300.000 crocieristi** in transito a **Montevideo** ed a **Punta del Este**, ed in tale contesto il **golf** riveste un ruolo fondamentale per attirare visitatori di elevato livello socio economico da tutto il mondo.

L'**Uruguay** è un paese piccolo rispetto ai suoi vicini, ovvero all'**Argentina** e al **Brasile**. La sua capitale è **Montevideo**, fondata nel **1726**, molto tempo dopo la sua scoperta e per fermare l'espansionismo portoghese. L'**Uruguay**, con i suoi **187.000 kmq**, è esteso solamente quanto l'Italia settentrionale e centrale riunite assieme; il territorio è formato dalle ultime propaggini dell'altipiano brasiliano in forma di basse colline, dette «**cu-chillas**» cioè «**coltelli**» in spagnolo (anche se sono raramente creste acute). Sorvolando il territorio con l'aereo, esso appare dall'alto come un paesaggio ondulato da **rilievi morbidi** che quasi mai superano i **400 metri**: la massima cima è il **Pan de Azucar** (Pan di Zucchero) alto **m. 450**

Salvo che verso il **Brasile**, l'**Uruguay** è racchiuso tra il fiume **Uruguay**, che dà il nome al Paese e che per circa **450 km** lo divide dall'Argentina, e il **Rio de la Plata** (Fiume dell'Argento, in spagnolo) che non è propriamente un fiume, ma un **estuario** formato dall'unione dei fiumi **Paraná** e **Uruguay**; esso è lungo circa **300 km** e largo nel punto massimo più di **200**. L'unico fiume di una certa importanza, nell'interno da territorio, è il **Rio Negro** che, sbarrato da una diga, forma un grandissimo lago artificiale. La costa atlantica è una fascia piana occupata in buona parte da laghi costieri.

sotto da sinistra: **Marco Brunella** fondatore e presidente **Blue Jacket Tours**, **Regina Salpagarova**, **Aberto Cappio** amministratore delegato **Ivy Oxford**

Terra di grandi pianure, colline, prati e piccoli fiumi interni, rappresenta lo status perfetto per tutti coloro che vogliono godere di una vacanza che sia allo stesso momento culturale e rurale, avventurosa e basata sull'eco-turismo e per tutti coloro che, lungo le bellissime spiagge dell'Atlantico, vogliono abbracciare la teoria del dolce far niente.

La città fiore all'occhiello dell'Uruguay è senza ombra di dubbio **Punta del Este**, un centro che si anima in particolare durante l'inverno: è a gennaio infatti che si trasforma in un palcoscenico di celebrità internazionali che sono soliti godere di questo mese per recarsi in tale magica ed affascinante località. Innumerevoli sono le attrazioni che l'ambiente offre al turista, dalle **rovine precolombiane** alle bellissime **cascate**, dalle affascinanti **foreste** sino ai **ghiacciai**, ai **deserti**, alle **spiagge** e alle **piccole città costiere** quelle che attirano le personalità ricche e fa-



Marco De Maria direttore commerciale **Vega Golf**, **Regina Salpagarova**



da sinistra: **Benjamin Liberoff** direttore nazionale del Turismo della Repubblica dell'Uruguay, **Gustavo Alvaro Goyoaga** ambasciatore in Italia della Repubblica dell'Uruguay

mose e che si trasformano in **centri affollati** e **pieni di movida**, affascinanti e **dotati di spiagge da sogno**.

Tanti sono i modi di divertirsi in Uruguay a seconda dei gusti e del **budget** a disposi-

zione: si possono praticare sport acquatici o noleggiare uno **yacht**, visitare fattorie (e addirittura alloggiarvi) o ranch per vedere come si alleva il bestiame oppure come si coltiva il grano, riposarsi sulla spiaggia o nelle molti sorgenti termali e ancora visitare i siti coloniali.

L'**Uruguay** è inoltre una nazione nota in tutto il mondo per alcuni elementi

che la caratterizzano: in **primis** il **tango**, la musica tipica del posto di cui l'**Uruguay** rivendica all'Argentina la paternità, il calcio e il **Carnevale**, che si celebra con una festa popolare e unica fatta di manifestazione dall'impronta africana. Anche la Pasqua è molto sentita, in questa occasione è possibile assistere a party, rodei, **manifestazioni**, **degustazioni** di cucina tipica e tanto altro ancora.



sopra da sinistra: **Stefano Masullo**, **Aldo Castelnuovo** presidente Associazione di Commercio Italo-Uruguayana, **Roberto Kreisman** ministro dell'Industria, Energia e del settore minerario della Repubblica dell'Uruguay, **Gerardo Fernández Giglio** segretario generale Camera di Commercio Italiana in Uruguay, **Maria Grazia Borelli**



Scheda Paese

Infrastrutture e trasporti

Il Paese è collegato da una buona rete stradale che si estende per circa 50.000 km (la più densa dell'America Latina con 45 km di strada per ogni 1.000 kmq di superficie) e da una rete ferroviaria che si sviluppa per 1.640 km. Un'ulteriore via di comunicazione è costituita dal fiume Uruguay, navigabile per circa 300 km sino alla città di Salto. Il principale porto è quello di Montevideo, che opera anche come "Porto Libero". Il Paese, inoltre, attraverso il Porto di Nueva Palmira sul fiume Uruguay, è il punto finale dell'Idrovia Paraná-Paraguay Sud, che collega il Paese a Brasile, Paraguay, Bolivia e Argentina.

I principali aeroporti internazionali sono quelli di Punta del Este e di Carrasco (a 18 km da Montevideo), inaugurato di recente.

Sistema bancario

Il Paese rappresenta un centro finanziario di riferimento nel continente sudamericano non essendo previsto alcun controllo sui movimenti di capitale e, riconoscendo l'assoluto segreto bancario e la protezione degli investitori internazionali.

La **Banca Centrale dell'Uruguay**, istituto regolatore e supervisore del sistema, aderisce ai principi di **Basilea**. Il sistema bancario uruguayano è composto da **15 banche private, 6 istituti finanziari, 3 cooperative d'intermediazione finanziaria, 6 entità d'intermediazione finanziaria esterna ed amministratrici di consorzi che non si finanziano con il risparmio pubblico**. Le banche straniere, godendo dello stesso trattamento riservato per gli istituti locali, possono stabilire filiali nel Paese.

Legislazione societaria: previsti dalla L. 16.060, uffici di rappresentanza, filiali, joint venture. Le forme societarie più utilizzate dall'investitore straniero sono la **SRL** che opera senza restrizioni (numero massimo di soci pari a 50, capitale sociale fino a **euro 29.492**, responsabilità dei soci estesa per il capitale apportato, non utilizzabile per lo sviluppo di attività bancarie o assicurative), la **SA** il cui capitale è rappresentato da azioni per un minimo apporto di **euro 29.492** e responsabilità sociale per capitale apportato (distinguibili due tipologie, aperta con azioni quotate sul mercato, e chiusa), la sussidiaria o succursale.

Sistema fiscale

Dal 1.07.2007 in uso un nuovo sistema tributario che ha introdotto l'imposta sui redditi delle persone fisiche. Vigente il principio della fonte, in base al quale viene tassata solo la materia imponibile generata sul territorio nazionale. Le principali imposte sono: l'**Impuesto a las Rentas de las Actividades Económicas (IRAE)** con aliquota unica del **25%** gravante sui redditi prodotti tramite attività industriale e commerciale (anche per le succursali o sussidiarie di società straniere); l'**Impuesto al Patrimonio (IP)** che grava sulle imprese commerciali, industriali e agricole con aliquota dell'**1,5%**, del **2,8%** per banche e compagnie finanziarie, e del **1,5%** per altre persone giuridiche (le persone fisiche sono soggette all'**IP** con tassi progressivi dallo **0,7%** al **2,5%** applicate a partire da un reddito minimo di **euro 83.675**, prevista doppia per coniugati); l'**Impuesto Especifico Interno (IMESI)** Grava sulla prima

vendita effettuata dai produttori sull'importazione di determinate classi di beni (alcolici, tabacco, cosmetici) secondo tassi variabili; l'**Impuesto a la Renta de las Personas Físicas (IRPF)**.

Anno fiscale: 1 gennaio - 31 dicembre

Parchi industriali e zone franche

Parchi Industriali: L'installazione di parchi industriali in Uruguay è disciplinata dalla Legge n° **17.547 del 2002**.

Il Decreto 524 del 2005 dà incentivi fiscali, promuovendo l'attività di persone fisiche o giuridiche che vengono installati e siano contribuenti all'imposta sul reddito d'impresa (IRAE). Si mette in evidenza:

- **7 anni di esenzione** dall'imposta sul patrimonio in materia di beni installati o utilizzati esclusivamente nel parco.
- **Esenzione dalle tasse sulle importazioni di macchinari ed attrezzature**, non concorrenziale con l'industria nazionale.
- **Credito IVA**.

Decreto 455 del 2007 che regola la promozione e protezione degli investimenti prevede che, in caso di investimenti effettuati da parte degli utenti dei parchi industriali, il periodo massimo di **esenzione** dal **IRAE** può essere aumentata di **cinque anni**.

Zone Franche: **Presenti 9 zone franche (Colonia, Montevideo, Nueva Palmira, Rio Negro, Rivera, San José, Fray Bentos e Florida)** che godono di **esenzione totale da ogni imposta** (l'esenzione non si estende ai contribuenti e alla previdenza sociale, tranne per il personale straniero che può decidere di non effettuare apporti).



sopra da sinistra: Marco Brunella, Aldo Castelnovo presidente Associazione di Commercio Italo-Uruguayana, Benjamin Liberoff direttore nazionale del Turismo della Repubblica dell'Uruguay, Stefano Masullo

Aldo Castelnovo, presidente dell'Associazione di Commercio Italo-Uruguayana con Sede a Saronno, nasce a Montevideo, in Uruguay, da genitori di origine europea, padre italiano, e madre polacca, laureato in Economia e Commercio al Politecnico di Valencia di Spagna, poliglotta, parla perfettamente spagnolo, italiano, portoghese e inglese, ha intrapreso fin da subito la carriera imprenditoriale occupandosi di Import ed Export in particolare di prodotti alimentari dall'Europa al Sud America e viceversa.

L'A.C.I.U. collabora strettamente con la Camera di Commercio italiana in Uruguay, sinergia che permette di offrire ai suoi soci in Italia la migliore consulenza per intraprendere l'internazionalizzazione di una società italiana in Uruguay e viceversa, e il Mercosur del quale Montevideo è la capitale.

Aldo Castelnovo ricopre inoltre il ruolo di direttore Area Mercosur Golf People Club Magazine occupandosi dei rapporti con i cittadini uruguayani presenti sul territorio nazionale, sostenendo varie iniziative golfistiche, sviluppando il flusso turistico di golfisti uruguayani, brasiliani e argentini verso il territorio e i circoli italiani, organizzando itinerari enogastronomici turistici oltre che creare opportunità di scambi commerciali e affari tra operatori economici italiani ed imprenditori uruguayani, brasiliani ed argentini.





I campi da Golf in Uruguay

Golf Club di Uruguay

Club Tipo Privato
Uruguay Sede Servizi Golfport
Contact: www.cgu.com.uy
379 Artigas Boulevard
Punta Carretas
Montevideo, Uruguay.
Tel +598 27101721



Progettato da **Alister Mackenzie** e inaugurato nel 1930, dispone di 18 buche su 6.635 m. totali.

Il Club si trova sulla passeggiata che corre lungo la costa del Rio de la Plata. Ha una sua pubblicazione, chiamata *Golf Magazine*, che viene distribuita tra i membri del club, con informazioni che coprono tutti gli sport ed eventi sociali, culturali e commerciali.

Four Seasons Resort Carmelo Uruguay

Contact: www.fourseasons.com/carmelo/golf
Ruta 21, km 262,
Dpto. de Colonia, Uruguay
Tel +598 (4542) 9000,



E' questa la perfetta location se vorrete godere della vera campagna ondulata uruguaiana giocando in questo magnifico campo da golf di 18 buche par 72: i laghi, le zone paludose, la vegetazione autoctona, le erbe ornamentali, per i golfisti di tutti i livelli questo campo rappresenta una delle prove più pure e vere del Sud America.

Il percorso è stato progettato dal team internazionale di architetti di **American Golf Course**, progettazione LTDA, la società di design più prestigiosa del Sud America. Gli amanti del golf, sfidando i grandi laghi, potranno godere di dettagli preziosi come le migliori superfici agrostide del Sud Ecuador - che restano ad un'altezza di 3,2 mm (1/8 di pollice)- i migliori ibridi bermuda fairway, i bunker di sabbia bianca. Tutto progettato per un Golf indimenticabile.

Country Club Cantegril

Contact:
www.cantegril.org.uy
Avda. San Pablo S/N.



Il campo Country Club Cantegril 18 buche par 71, per uomini e donne, ha una lunghezza totale di 6416 metri e, curiosamente, si sviluppa tra tre aziende agricole.



Inaugurato nel 1947, il percorso disegnato da Lutero Koontz, con lavori di ristrutturazione successivi sui green e tee, è caratterizzato da un paesaggio collinare e pini marittimi. Ogni buca ha il proprio nome: la buca 17, par 3 di 169 metri, si chiama **Diablito**, con una montagna a sinistra e un bunker doppio a destra, ha la forma di un fagiolo verde; la buca 18, par 4 di 421 metri, è conosciuta come House ed ha una montagna a sinistra e di fronte il fairway, con la topografia ondulata e una splendida vista e di definizione.

Lake Golf Club

Contact : info@clubdellagogolf.com
Ruta Interbalnearia km. 116.5
Portezuelo - Punta del Este - Uruguay
Tel (598) 4257.8423 - 24
Fax: (598) 4257.9148



Arrivando dall'aeroporto internazionale, percorrendo una strada fiancheggiata da pini, in una terra di laghi e terme, ci accoglie con il fascino di una delle località più sofisticate e attraenti della costa atlantica il Lake Golf Club. E' stato inaugurato nel 1983, dispone di 20 buche e 7.065 metri totali.



segue →

Nome	Holes	Yard (total)	Anno d' inaugurazione	Località	Departamento	Sito web
Club de Golf del Uruguay	18	6.635	1930	Montevideo	Montevideo	www.cgu.com.uy
Club de Golf del Cerro	18	5.097	1905	Montevideo	Montevideo	www.cgcerro.com.uy
La Tahona Golf Club	18	6.504	1996	Lomas de Carrasco	Canelones	www.latahona.com.uy
Fray Bentos Golf Club	18	5.806	1928	Fray Bentos	Río Negro	
Four Seasons Golf Club	18	7.158	2000	Carmelo	Colonia	www.fourseasons.com/carmelo/golf
Real de San Carlos Village & Golf	13		2005	Colonia del Sacramento	Colonia	www.sheraton.com/colonia
Cantegril Country Club	18	6.368	1947	Punta del Este	Maldonado	www.cantegrilcountryclub.com.uy
Club del Lago Golf	20	7.065	1983	Portezuelo	Maldonado	www.lagogolf.com
La Barra Golf Club	18	6.346	1994	La Barra	Maldonado	
Altos del Arapey, Club de Golf y Hotel Termal	18		2010	Termas del Arapey	Salto	



Sheraton on the Park

Contact: www.sheraton.com/colonia
Continuación de la Rambla de las
Américas S/N
CP 70000
Tel +598/452 29000



Nella città di Colonia del Sacramento, dichiarata patrimonio dell'umanità, lungo la zona incantata del River Plate e nei pressi del Sheraton Colonia Golf & Spa Resort, si trova il campo da golf **Real de San Carlos Village & Golf** inaugurato nel 2005.

Il **Real de San Carlos Village & Golf** è un par 72, progettato dal rinomato e prestigioso **Emilio Serra**. Oltre 7180 mq di aspro paesaggio naturale di laghi e montagne che regala ad ogni giocatore i magnifici tramonti che caratterizzano Colonia.

Nella progettazione delle 18 buche, Serra è riuscito ad armonizzare l'imboschimento tipico del nativo luogo selvaggio con maestosi laghi interni e grazie alle ultime tecnologie per la manutenzione del campo, ha sviluppato un posto per giocare a golf che costituisce un piacere unico.

I green sono stati costruiti con scarichi secondo gli standard USGA, con una superficie media che raggiunge i 700 mq, il prato con la varietà di *Agrostis L93* rimane una sfida costante. Oltre a godere del magnifico scenario del **River Plate**, in un percorso impegnativo, il golfista del **Real Golf** ha a disposizione tutta una serie di tee di altezze diverse per ogni buca, assicurando così un gioco per le diverse abilità di gioco.

La Tahona Golf Club

Ruta Interbalnearia
Km. 23.900
Camino de los Horneros –
Ciudad de la Costa
Tel.: (+5982) 2 684 00 04
Fax.: (+5982) 2 68400 07



La Tahona è a soli 20 minuti da Montevideo e 5 dall'aeroporto internazionale di Carrasco Airport. A pochi metri dalla nuova rotta interbalnearia che collega Montevideo e Punta del Este, una posizione unica nella zona migliore dell'Uruguay.

Il **Golf Club Tahona** inaugurato nel 1996, il campo di 18 buche raggiunge 6.502 metri, comprende le strutture per il gioco Driving Range con aree per la pratica interni ed esterni. C'è anche un green molto ampio per Putting con diverse buche in uno scenario naturale rilassante.

Altos Del Arapey

e-mail: info@altosdelarapey.com

Il campo da golf **Altos del Arapey**, 18 buche par 73 per uomini e 72 per donne, è stato progettato dal **Dr. Ernesto Llovet** ed inaugurato nel 2010.

La lunghezza totale di 7.200 metri, prevede anche un campo pratica e una club house eccellente di grandi dimensioni. Inserito in un ambiente naturale, molto piacevole, animato da laghi generosi, il campo consente a tutti coloro che amano il golf di godere di momenti indimenticabili.



Club de Golf del Cerro, Montevideo

Contact: www.cgcerro.com.uy
gcerro@adinet.com.uy
Punta de Lobos S/N.
Tel (5982) 311 13 05 - Fax: (5982) 313 84 33



Realizzato tra il 1905 e il 1910, dispone di 18 buche in un grande campo con alberi - anche secolari - di varie specie e varie gradazioni di verde dove i giocatori godono non solo delle bellezze paradisiache del posto, ma soprattutto del terreno di gioco con pendenze naturali ed ottimo drenaggio che consente loro l'uso di corte anche nelle condizioni atmosferiche più avverse.



Fray Bentos Golf Club

Contact: info@altosdelarapey.com
Barrio Anglo, Fray Bentos
Ciudad de Fray Bentos,
Rio Negro 65000
Uruguay
Tel +598 4562-7224
Fax: +598 4532-3607



Il campo da golf è stato progettato dall'**Ing. Allister MacKenzie**, nel 1933.

Si tratta di un 9 buche par 71, con una lunghezza di 5.800 metri. Ha una topografia ondulata, con fairway larghi, custodito da alberi secolari, vanta anche numerose piante ornamentali che sono state inserite in anni più recenti.

È dotato di un putting green - campo pratica illuminato.

Ivy Oxford realizza la divisa Blue Jacket Tour Uruguay

Golf People Club Magazine, è la **prima ed unica rivista italiana** di settore a partecipare in qualità di **media partner ufficiale** al Blue Jacket Uruguay Tour.

Blue Jacket Uruguay Tour è una gara **intercontinentale** di **Golf & Business** promossa a livello istituzionale dal **Ministero del Turismo della Repubblica dell'Uruguay**, rappresentato dal direttore generale **Benjamin Liberoff**, dal **Comune di Maldonado – Punta del Este**, dal sindaco **Oscar de los Santos** e dalla **Agenzia del Turismo della Provincia di Varese**, dal direttore **Paola Del Vecchio** ed organizzata operativamente da **Blue Jacket Tour**,

www.bluejacket.it, circuito golfistico fondato e presieduto da **Marco Brunella**, imprenditore residente a **Vergiate** in collaborazione con la **Camera di Commercio italo-uruguayana** con sede a **Saronno**, presieduta da **Aldo Castelnovo** imprenditore italo – uruguayano nonché **direttore Area Uruguay Golf People Club Magazine**.

Blue Jacket Uruguay, è organizzata a **Punta de l'Este**, spettacolare località turistico residenziale internazionale, meta di **multi milionari di tutto il mondo**, all'interno del prestigioso circolo **Club del Lago**, unico circolo al

mondo ad avere un percorso di **18 buche più 2**, queste ultime sono state realizzate in seguito al fine di permettere ai giocatori di poter ammirare lo splendido panorama del lago.

Club del Lago è stato fondato oltre **30 anni fa** dal proprietario, il noto banchiere – imprenditore italiano **Umberto Ortolani** ed attualmente, dopo la sua scomparsa, è guidato dal fratello.

Blue Jacket Tour snoda il proprio percorso sportivo istituzionale tra golf e relazioni di affari con oltre **120 iscritti** equamente suddivisi tra imprenditori italiani ed uruguayani con formula di gioco **Medal**. I partecipanti inoltre indosseranno la divisa ufficiale della delegazione italiana, realizzata in edizione

limitata da **Ivy Oxford** <http://www.ivyoxford.it/>, prestigiosa Azienda Italiana leader nello sportswear.

Blue Jacket Tour, durante l'esclusiva cena di gala conclusiva, occasione in cui sarà reso omaggio alle eccellenze enogastronomiche



La divisa Ufficiale del Blue Jacket Tour Uruguay prodotta da Ivy Oxford

uruguayane, si congederà con il saluto ufficiale delle seguenti istituzioni presenti :

- Il Ministro del Turismo
- Il Ministro dell'Industria e delle Miniere
- Il Direttore generale del Turismo
- Il Direttore generale dell'Industria
- Il Presidente della Camera di Commercio Italiana in Uruguay
- Il Segretario Generale della Camera di Commercio Italiana in Uruguay
- Il Presidente della Banca Centrale dell'Uruguay
- Il Console Onorario Italiano a Punta dell'Este
- Il Presidente della società di intermediazione immobiliare di Punta dell'Este
- I Presidenti delle Banche Private in Uruguay

Gli imprenditori italiani della delegazione avranno modo di confrontarsi con i rappresentanti del Governo Uruguayano sia in questa sede ma soprattutto ed in maniera privata durante gli incontri personali organizzati e previsti durante la permanenza in loco .



sopra da sinistra: Andrea Cappio consigliere di amministrazione Ivy Oxford, Nausica Re, Alberto Cappio amministratore delegato Ivy Oxford, Yulia Shesternikova, Luca Rivelli presidente IKE Milano, Kseniya Bondar,



a lato da sinistra: Alberto Cappio, Andrea Cappio, Luigi Cappio



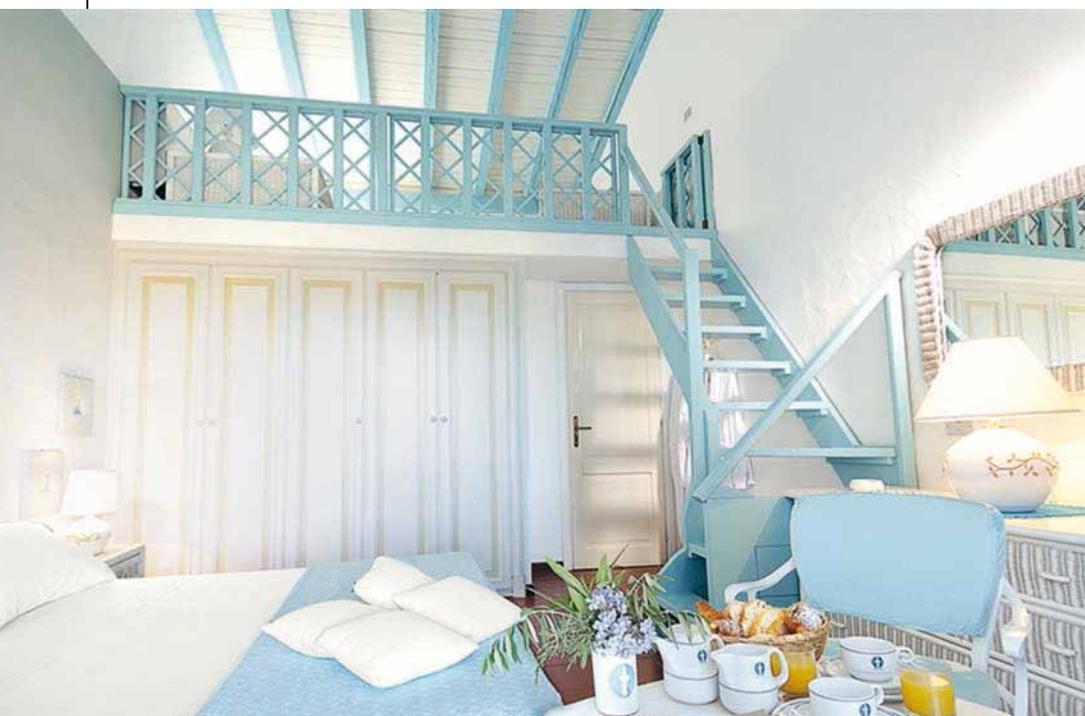
sopra da sinistra: Nausica Re, Yulia Shesternikova, Kseniya Bondar, Scarpe GI.MA Fashion, Orologi IKE Milano



da sinistra: Alberto Cappio, Yulia Shesternikova, Luigi Cappio, presidente e fondatore Ivy Oxford, Kseniya Bondar, Andrea Cappio, Nausica Re



PUNTALDIA LUXURY HOTEL & GOLF CLUB



*M*entre volteggi sopra **Olbia**, prima che il comandante imbocchi la pista di atterraggio, con lo sguardo puoi gustare tutti i toni di blu del fondale marino, apprezzare le spiagge bianche e rosee, e infine perdersi nello smeraldo della macchia mediterranea.

Una volta atterrato e recuperato il bagaglio, in pochi minuti di trasferimento automobilistico, arrivi nel paradiso incontaminato di Puntaaldia. Qui potrai immergerti in palmeti ed eleganti architetture rivestite di pietra a spacco.

Presso il **Puntaaldia Golf Resort** hanno sede un golf club a **9 buche**, interamente affacciato sul mare, un complesso residenziale ben integrato nell'ambiente di costa, una marina attrezzata per imbarcazioni di tutte le metrature e di ampio pescaggio, e infine il lussuoso hotel **Due Lune**. Quest'ultimo è davvero incantevole. Affacciato sul percorso da Golf, da ogni sua camera è visibile il mare. L'ingresso al Golf Club avviene per mezzo di un piccolo cancelletto in legno, su cui campeggia la scritta: **PUNTALDIA GOLF CLUB & HOTEL**. L'hotel **Due Lune**, magnificamente affacciato sull'isola di Tavolara offre oltre al campo da golf, una spiaggia privata, un lussuoso ristorante con pianista e camerieri in frac e papillon. Una terrazza bar, con telescopio, per esplorare il cosmo di notte ed infine un'ampia e confortevole piscina con servizio **SPA**.

A ciascuno la propria camera con vista. Complete di ogni comfort, curate nei dettagli, arredate con sobrietà e gusto. Ogni camera



del **Due Lune Resort Golf & Spa** crea un'atmosfera riservata e familiare per un soggiorno vacanza ancora più caldo e accogliente. Le camere sono tutte differenti tra loro per soddisfare gusti ed esigenze diverse, ma sono tutte dotate di una veranda per affacciarsi sulla macchia mediterranea, tipica di questa zona della Sardegna, per respirarne gli inconfondibili profumi e godere del panorama e dei tramonti mozzafiato della penisola di Puntaldia. Al mattino, dopo il risveglio, vi aspetta una deliziosa e ricca colazione con vista sullo splendido panorama della Sardegna orientale; è il buon risveglio che vi offre "**Le Caravelle**", il ristorante del **Due Lune Resort Golf & Spa** pronto a soddisfare i palati più esigenti grazie a una prelibata cucina. **Con un invi-**

tante buffet a pranzo e un'esclusiva ed elegante cena a lume di candela.

Al Due Lune sono molteplici le attività che si possono praticare durante la giornata, dal relax a bordo piscina a quello più solitario in riva al mare, nella bianca spiaggia privata riservata ai soli clienti dell'hotel. Per gli amanti dello sport si può fare **snorkeling**, oppure andare in **barca a vela** o motore e soprattutto **giocare a golf** sul bellissimo campo **links 9 buche del resort.**

Una volta che l'attrezzatura è pronta, basta incamminarsi verso il tee della **buca 1, par4 di 253metri in leggera salita**, e allo sguardo del golfista si apre un'incantevole vista mozzafiato sul mare. I toni di azzurro, verde e blu



THECA GALLERY

GOLF TOURNAMENT 2013



19 MAGGIO
GOLF CLUB ASOLO

09 GIUGNO
GOLF CLUB VENEZIA

06 LUGLIO
GOLF CLUB "LUVINATE" VARESE

11 LUGLIO
GOLF CLUB BOLOGNA

07 SETTEMBRE
GOLF CLUB TORINO la MANDRIA

WINE PARTNER

ARTISTI

MEDIA PARTNER



Gabriele Carù
Claudia Scarsella



FORMULA di GIOCO

PREMI per CATEGORIA

18 BUCHE STABLEFORD
2 categorie di gioco
0-36 hcp maschile
0-36 hcp femminile

1°-2° netto Argento
1° lordo Opera d'arte
1° senior
Nearest to the pin
Driving Contest

www.theca-art.com



oltremare si amalgamano con il rosa delle rocce granitiche che dal putting green scendono verso la spiaggia che lambisce il campo. Per chi ama puttare è un luogo da sogno dove so-stare a lungo.

Lo scenario è meraviglioso: palme a contornare il piccolo green protetto da bunker, rocce granitiche miste a vegetazione bassa sul lato sinistro della buca, facciate vetrate e di pietra rossa a spacco a delinearne il limite destro. Il vento qui soffia da tutte le direzioni, e cambia direzione a seconda dell'ora della giornata in cui si gioca. Un velo si salsedine si appoggia al volto, rendendo le labbra salate, e affascinando ulteriormente il gioco. **La mente già posiziona il primo colpo nelle buche della "memoria", quelle per intenderci che si raccontano ad amici e golfistici.** Giocare a Puntaldia lascia questa piacevole sensazione di impresa mista a tradizione.

La **buca 7** è la **signature hole** del percorso. Il lato sinistro è delimitato per una parte dal fuori limite, che poi gradualmente si trasforma in folto rough. Il lato destro è meraviglioso, incantevole, fantastico. Scegliete voi il superlativo che meglio rappresenti le vo-

stre emozioni quando giocherete la buca. Un lungo periplo frastagliato di rocce granitiche parte dal **fairway** per gettarsi a mare, dove i flutti delle onde si infrangono con assidua frequenza. **Finito il giro la pelle è salata, il riso amaro, gli occhi lucidi, ma non si sa se a causa della salsedine portata dal vento o dalla commozione davanti a siffatta bellezza.**

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



DETTAGLIO

Musica consigliata:
I tuoi occhi sono pieni di sale,
Rino Gaetano,
Ingresso libero, 1974

Libro consigliato:
Uberto Bonetti Futurista:
viaggio in Sardegna,
Paolo Piquerdu, Edizioni ISRE, 2009



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

+39 02 78 11 47
via San Pietro all'Orto 6 - Milano - info@sanpietroallorto6.it

I CAMPI DA GOLF IN SARDEGNA



TANKA GOLF CLUB

Il **Tanka Golf Club**, percorso di rara bellezza disegnato da **Luigi Rota Caremoli**, uno dei più noti progettisti italiani, è inserito in un contesto naturale, dove il profumo di salsedine si mescola ai profumi della macchia mediterranea che si sviluppa sulla costa di **Villasimius** denominata, non a caso, la **Polinesia del Mediterraneo**.

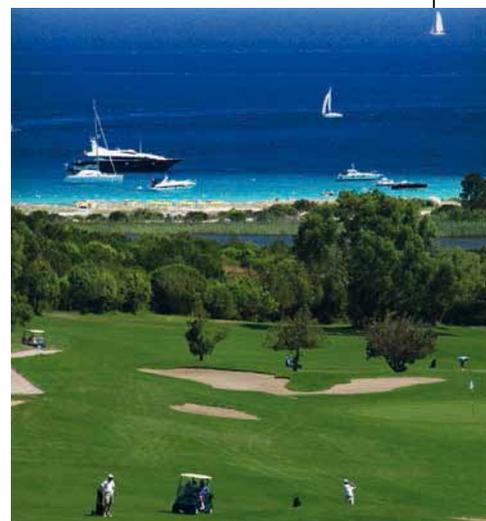
Il percorso, premiato nel 2007 come miglior innovativo campo da golf si snoda su un'area di circa 40 ettari con vista sull'area marina protetta di **Capo Carbonara**. Il par 70 e i 5418 mt di lunghezza non devono trarre in inganno i giocatori, immaginando un campo semplice, da affrontare con leggerezza, anzi, tecnica, precisione e concentrazione sono i tre must per affrontare con il giusto spirito il percorso; fanno da contorno un campo pratica con dodici postazioni coperte e quindici scoperte, affiancato da uno splendido putting green; entrambi sono coperti da impianto di illuminazione, permettendo divertenti sfide in notturna. Dopo il golf c'è la possibilità di rilassarsi nella **Spa** dell'adiacente **Tanka Village**, lo splendido Resort del gruppo **Atahotels**, oppure di dedicarsi alle svariate attività ludico-sportive che il Resort mette a disposizione dei suoi ospiti.

PEVERO GOLF CLUB

Il **Pevero Golf Club**, progettato nel 1967, venne inaugurato nel 1972 e per anni è stato un segreto gelosamente custodito poiché è uno dei più bei campi al mondo. È veramente un luogo magico; con i suoi stagni naturali tra le rocce, un sottobosco profumato di ginepro, mirto e corbezzolo, il **Pevero** è il percorso più pittoresco e sicuramente uno dei più richiesti in cui si possa mai avere il piacere di giocare. Come paesaggio ogni buca è diversa dall'altra. Ogni punto di arrivo o di partenza diventa, per il giocatore in attesa di giocare, un panorama da ammirare. Dal tee della buca 4, attorniato dalle rocce levigate dal vento, si intravedono oltre il **Golfo del Pevero** i rilievi della **Corsica**: una suggestiva emozione da portare nel cuore. L'unico rischio per i giocatori è di sbagliare un tiro perché la vista e il panorama circostante sono talmente belli e suggestivi da distrarre l'attenzione anche del giocatore più concentrato e preparato. Il **Consorzio** costituito dall'**Aga Khan** fece partecipare **Robert Trent Jones Snr** alla costruzione di un intrigante tracciato tra il **Golfo del Pevero** e la baia di **Cala di Volpe** sin dal progetto iniziale.

Il **Pevero Golf Club** è oggi di proprietà del fondo **Sovrano del Qatar**, inoltre nel lontano 1978 si è svolto l'**Open d' Italia 1978** con la vittoria del Sud-Africano **Dale Hayes**.

Il campo, tra i più esclusivi al mondo è stato molte volte nella **Top 50** dei migliori campi d'Europa.



IS MOLAS

Il campo da Golf di **Is Molas** è uno dei più famosi in Italia, ed è da più di trent'anni punto di riferimento per questo sport in Sardegna. Grazie alla vicinanza del mare e alla protezione delle colline

circostanti la località di **Is Molas** gode di un microclima unico, mite e particolarmente favorevole al golf tutto l'anno. Il campo da golf di **Is Molas** è stato uno dei primi in Sardegna e con le sue **ventisette buche** è il più grande dell'isola. Le diciotto buche del campo da campionato sono nate dalla collaborazione fra lo studio **Cotton, Pennink & Partners** e **Piero Mancinelli**. I green e i bunker hanno ampiezza e taglio di stile americano, i fairways perdonano lo slice. Il campo da campionato di **Is Molas** è considerato uno dei campi più tecnici e spettacolari non solo d'Italia, ma di tutto il Mediterraneo; ha ospitato molte competizioni prestigiose fra cui **quattro Open d'Italia** ed un **European Volvo Master**. Le nove buche del percorso giallo, le più impegnative da giocare, hanno la firma di **Franco Piras**, referente in Italia della **Gary Player Design**. La presenza, lungo il percorso, di tutte le specie tipiche della flora spontanea della Sardegna e della macchia mediterranea fanno del Golf **Is Molas** un bellissimo giardino con vista mare.



IS ARENAS

Is Arenas, situato nella costa occidentale della Sardegna, al centro del Mediterraneo, sorge all'interno di una vasta pineta, che si affaccia su un litorale sabbioso di oltre 5 km. Il percorso è stato disegnato dai celebri architetti statunitensi **Von Hagge, Smelek e Baril**, che hanno inserito le 18 buche all'interno delle dune naturali caratteristiche della zona, creando in tal modo uno dei campi più spettacolari d'Europa sia dal punto di vista tecnico sia naturalistico. Giocando a **Is Arenas** avrete, inoltre, la possibilità di conoscere la storia, la tradizione e la cultura di una zona incontaminata ed ancora poco conosciuta, ma soprattutto di poter gustare l'ottima cucina sarda e i pregiati vini locali.





Elisabetta Bertini

Dopo la laurea alla Florida Atlantic University, Elisabetta Bertini è rientrata in Italia, e ha iniziato a dedicarsi a tempo pieno al golf sotto la supervisione del maestro Brando Tommasi della Blue Team Golf Academy, presso il Golf Club Castello di Tolcinasco.

La sua giornata tipo? Inizia di solito alle 7 con una bella colazione. Dopodiché si avvia verso il golf, dove ha inizio la sua sessione con gioco lungo in campo pratica. Segue una pratica di gioco corto tra bunker, colpi a correre e gioco corto dai 90 metri in giù.



Atlantic University. Ho fatto parte della squadra golfistica dell'università ed ho partecipato alla maggior parte delle gare del circuito universitario **Sun Belt**. Mi sono laureata a **maggio 2011 in Economia Internazionale e Finanza**. Dopo la laurea ho deciso di rientrare in Italia, ed ho iniziato a dedicarmi a tempo pieno al golf, sotto la supervisione del maestro **Brando Tommasi della Blue Team Golf Academy**, presso il **Golf Club Castello di Tolcinasco**.

Come si articola una tua giornata tipo?

La mia giornata di allenamento **inizia di solito** alle 7 con una bella colazione. Dopodiché mi avvio verso il golf, dove inizio la mia sessione con **gioco lungo** in campo pratica. Segue una pratica di **gioco corto** tra bunker, colpi a correre, e gioco corto dai **90 metri** in giù. Dopo pranzo, cerco sempre di giocare in campo con

altri giocatori di livello simile o superiore al mio. Verso sera, mi trasferisco dal mio preparatore atletico, **Domenico Consolazio**, per una sessione in palestra.

Durante le gare la giornata è invece molto diversa, la sveglia è sempre ad orari diversi e bisogna sapersi adattare. Di solito mi alzo almeno due ore e mezza prima dell'orario di partenza e sono al golf un'ora prima in modo tale da avere abbastanza tempo per praticare un po'. Cerco di puttare il più possibile prima di iniziare la gara per capire la velocità dei green su cui dovrò giocare, perché il putt è il colpo più importante nel gioco.

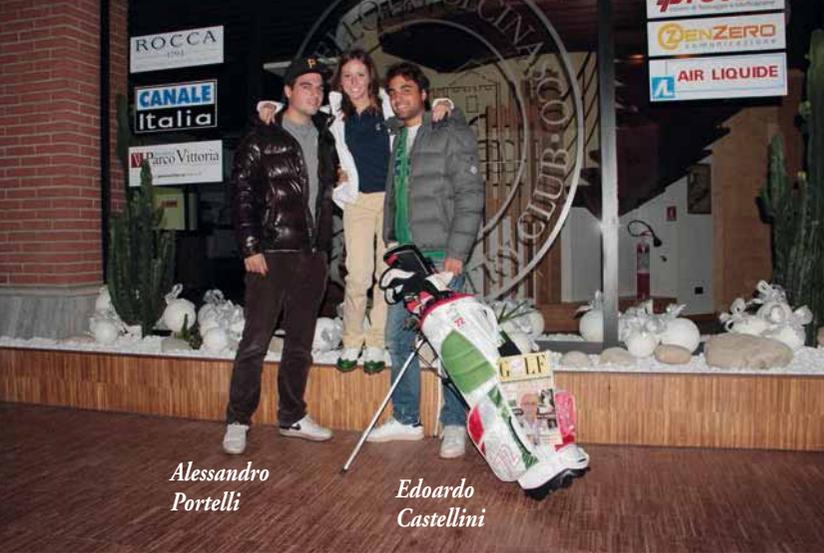
Tornei vinti e tornei mancati di un soffio.

Nel 2012 ho vinto i **Campionati Italiani Medal** e la **Targa D'Oro**, gara che ho vinto sia nel **2011** che nel **2010**. La gara probabilmente di

Sono **Elisabetta Bertini**, nata a **Torino** il **25 marzo 1989**. Ho iniziato a giocare a golf all'età di 7 anni, presso il circolo **Golf Margara**. Fin da piccola ho fatto parte del club dei giovani, partecipando a garette di putt e di 9 buche con i miei amici. All'età di **12 anni** ho preso l'**hcp** e tra i **14 e i 18 anni** ho partecipato a numerose gare giovanili in **Italia** e negli **Stati Uniti**. Nel **2007** mi sono trasferita a **Boca Raton in Florida** per proseguire i miei studi alla **Florida**



*Elisabetta Bertini
indossa scarpe **GLMA Fashion Group SpA**,
pantaloni e sacca **Par72**,
maglia e giubbotto
Mulligan&Co.*



Alessandro Portelli

Edoardo Castellini



cui mi è dispiaciuto mancare per un soffio nel **2012**, è il **Campionato Internazionale d'Italia**. Purtroppo ho perso al secondo turno, con la mia rivale Laura Lonardi, poi vincitrice del campionato, contro cui mi sono battuta per il podio numerose volte durante l'anno, per esempio alla **Coppa d'Oro Città di Roma**. Il mio sogno più grande, sarebbe poter giocare sul **Ladies European Tour** e partecipare alla **Solheim Cup**, sogno a cui, passo dopo passo, sto lavorando. Infatti con l'inizio dell'anno, dopo la **Qualifying School** del dicembre **2012**, sono diventata **Professionista**.

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

Ho avuto la fortuna di poter giocare su moltissimi campi in tutto il mondo e trovare il mio preferito è sicuramente una scelta ardua. Probabilmente quello più spettacolare sia dal punto di vista scenografico che come difficoltà è il **Jim McLean Signature Golf Course a Miami**. L'ho trovato estremamente complesso e particolarmente bello nello stesso tempo. È stata un'espe-

rienza eccezionale. Un altro campo su cui avrei desiderio di giocare è **St Andrews in Scozia**. Avere la possibilità di giocare su questo campo spettacolare sarebbe per me molto gratificante.

Golf Club Castello di Tolcinasco: tre buche del cuore.

Castello di Tolcinasco penso sia il posto migliore per allenarsi nel nord d'Italia. Le mie top 3 buche sono le seguenti: **buca 2 del percorso giallo**, un lungo **par 4** dritto con qualche bunker sull'atterraggio del tee shot. Piazzato il primo

colpo, ci si trova ad avere un colpo sui **130-140 metri**, dove si ha un lago immenso davanti e alla destra del green. **La buca 9 del percorso blu, par 4, dogleg a sinistra** con lago che costeggia tutta la parte sinistra della buca, dall'inizio del **fairway** al **green** e per finire la **buca 3** del percorso rosso: **par 4**, piuttosto dritto con un ruscello che attraversa la buca prima del green.

Chi sono i tuoi riferimenti golfistici?

Ci sono alcuni professionisti e professioniste che ritengo essere i miei riferimenti. Sicuramen-

te **Diana Luna**, la prima italiana a partecipare alla **Solheim Cup**; **Ian Poulter**, per la sua tenacia in gara, come abbiamo potuto vedere nella **Ryder Cup del 2012** e ovviamente, come quasi per tutti i golfisti, **Tiger Woods**.



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



Elisabetta Bertini con Roberto Carità direttore Golf Club Castello di Tolcinasco

“I Fiordalisi Ladies Club” di Forlì: una storia, una tradizione, uno stile

L'attuale “I Fiordalisi Ladies Club” è nato una decina di anni fa, nell'aia della residenza di campagna contigua al percorso dell'omonimo golf club. Allora il golf, nel circondario forlivese, era veramente agli albori e, attorno a poche buche, si erano radunati gli appassionati di questo sport abituati, fino a quel momento, a giocare in campi lontani da casa. “Eravamo uno sparuto numero di golfiste – racconta **Matilde Portolani**, una delle fondatrici – e ci eravamo abituate a passare qui molte giornate. Diventò così consuetudine, nei pomeriggi del giovedì, portare ognuna qualche leccornia e consumare una bella merenda all'ombra dell'ippocastano. **Quella golosa abitu-**

dine diventò ben presto un appuntamento fisso e, fra un té e una fetta di torta, nacque l'idea di dar vita ad un club vero e proprio dedicato e gestito solo dalle signore”.

Ci vollero un po' di stagioni prima di riuscire a mettere a punto lo statuto che decretava ufficialmente la nascita de “**I Fiordalisi Ladies Club**”. Un'associazione formata da una **cinquantina** di golfiste, sorta con lo scopo di “**far conoscere e sviluppare lo spirito golfistico e agevolare la pratica del golf fra tutte le Signore, promuovere attività ricreative e favorire contatti e scambi con giocatrici di altri Circoli**”.

Fedeli agli scopi che si erano prefissi i **Comitati**



Ladies, che si sono via via succeduti alla guida del sodalizio, hanno sempre organizzato, rigorosamente di giovedì - ben presto divenuto giorno dedicato “**Ladies**” - gare di golf, approfondendo altresì ogni sforzo per raccogliere fondi da destinare a scopi benefici, con particolare attenzione per i bimbi indigenti o ospitati in case famiglia.

GOLF CLUB I FIORDALISI - FORLÌ

I Golf Club Fiordalisi si trova a **Forlì**, a ridosso del fiume Ronco, in una zona umida di notevole bellezza. Si tratta di un **nove buche** letteralmente costruito intorno all'acqua che entra in gioco in numerosi punti e che caratterizza addirittura la necessaria pratica pre-gara: il **driving range** del circolo non dà infatti su un verde prato, ma domina l'ampia distesa di un laghetto naturale lungo oltre duecento metri: si usano palline speciali (peraltro perfettamente regolamentari) e l'effetto novità è assicurato. Il percorso è vario e divertente e si snoda fra scorci paesaggistici impareggiabili come quello che si gode dalla **buca 6**, un **par 4** in discesa dal cui **tee** di partenza si domina il colle di **Bertinoro**. In linea con l'ospitalità che contraddistingue i romagnoli, adiacente alla club-house, sorge un buon ristorante, per piacevoli soste eno-gastronomiche una volta finite le “fatiche” golfistiche.

Il Comitato Direttivo. da sinistra: Mariavittoria Andrini, Maria Cristina Monti, Laura Valbonesi - foto di Carolina Martines





Mariavittoria Andrini, autore della guida "52 Domeniche di Golf"

L'attuale Comitato direttivo in carica per il biennio 2013/2014, eletto da circa cinquanta golfiste, è formato da tre **dinamiche ed entusiaste ladies**: **Maria Cristina Monti (Presidente)**, **Mariavittoria Andrini** e **Laura Valbonesi**. Insieme hanno messo a punto il "Primo Circuito Ladies" del golf club **I Fiordalisi**: un torneo con 12 gare in calendario, che si svolgerà **dal 21 marzo al 17 ottobre**. Il programma è inoltre integrato da diversi appuntamenti di carattere ricreativo e culturale, a cui possono partecipare anche ospiti non soci del circolo, secondo una scelta condivisa con la Direzione. **Ora l'ulteriore obiettivo che si sono prefisse le Ladies forlivesi, è quello di organizzare scambi e confronti golfistici con altri Club tutti al femminile, sorti nei Circoli presenti nel territorio nazionale.** Per questo motivo, e più in generale per avere più visibilità e condividere la passione golfistica, hanno aperto una pagina **Facebook** che, in poche settimane, ha raggiunto oltre **mille contatti**.

"Frequento il Golf I Fiordalisi sin dalla sua nascita - racconta il **Presidente Giampaolo Radice** - e sin da allora esiste un gruppo Ladies. Le Ladies del Golf Club I Fiordalisi hanno una storia, una tradizione, uno stile. Hanno saputo nel tempo, come gruppo, con fatica e con merito, conquistarsi un posto di rilievo e di considerazione nel contesto associativo diventando indiscutibilmente

Mariavittoria Andrini, componente del Consiglio Direttivo, è una giornalista che ha realizzato **"52 Domeniche di Golf in Emilia Romagna"** (Ed. In Magazine), la prima guida che riunisce in un unico volume **golf, turismo ed enogastronomia**. La guida raccoglie i **23 Club** della regione affiliati alla **Federazione Italiana Golf** e li descrive in maniera dettagliata, mostrando la mappa del campo, gli score, i servizi offerti e le buche più belle, complete dei consigli di gioco dei maestri del Golf Club di riferimento. La vera novità, però, sta nell'accostamento golf-turismo, un binomio sempre più solido negli ultimi anni. L'autrice non si è limitata a realizzare un prodotto specifico per il giocatore di golf, ma ha dedicato grande attenzione a tutta la sua famiglia facendo, di questa guida, un ottimo alleato per gli accompagnatori, che trovano tra le sue pagine molti spunti **turistici ed enogastronomici**.



Buca 6 con vista panoramica su Bertinoro

te un elemento importante e sicuramente di riferimento. **Non potrei immaginare il nostro Circolo senza le Ladies.** Al nuovo Consiglio Direttivo, al quale abbiamo già visto esprimere efficienza ed efficacia, auguro un mandato ricco di soddisfazioni, di autentica collaborazione e di ogni possibile successo organizzativo e golfistico".

Mail: ladiesgolf.forli@gmail.com
Facebook: Ladiesgolf Ifiordalisi



campo pratica sul lago



*Giampaolo Radice,
presidente
Golf Club
I Fiordalisi*



Boscolo Hotel B4 Padova

Boscolo Group opera nel settore turistico da oltre trent'anni.

Fondato a Venezia nel 1978 Boscolo Group è cresciuto fino a diventare operatore di livello internazionale mantenendo la propria identità italiana

Boscolo Group rappresenta non solo una delle più prestigiose imprese del nostro paese, ma anche l'ambasciatore più apprezzato dello stile e della qualità italiana nel mondo.



Ingresso B4 Padova

da rosse paratie frangisole. Il **B4 Net** è concepito in base alle esigenze e alle necessità degli ospiti, per riceverli in un ambiente non solamente raffinato ed elegante, ma anche confortevole ed emozionale.

Proprio in base a questa filosofia si è scelto di realizzare un numero minore di stanze, ma più ampie, **lumino**se ed

accoglienti, caratterizzate da **elevatissimi standard di comfort**. Il **B4 Net** conta **135 stanze**, di cui **97 standard**, **36 junior suite** e **2 suite**. Per tutte le soluzioni la **climatizzazione** è **diversificata**, con la possibilità di avere indifferentemente caldo o freddo in ogni camera; **l'insonorizzazione** è superiore agli standard di legge e la **luce** è garantita

Design minimale, spazi ampi ed accoglienti, soluzioni architettoniche d'avanguardia e poi tanta, tanta luce: tutto questo è **B4 Padova**. Fortemente **innovativo** e **orientato** all'individualità del cliente, il **B4 Padova** è la **sintesi** perfetta fra **tecnologia**, **stile** e **arte dell'ospitalità** che da sempre caratterizza il **Gruppo Boscolo**.

Assolutamente prestigiosa la sede che ospita l'albergo, ovvero l'altissima **North East Tower di Padova est. 84 metri di acciaio, ferro e vetro** in una struttura architettonica d'avanguardia, che sale avvitandosi su sé stessa, protetta

da ampie superfici vetrate e da corpi illuminanti integrati nell'arredo. **Dettaglio chic le docce a vista, caratterizzate da due pareti trasparenti che permettono di godere del panorama mozzafiato della città nella più totale privacy.**

Fiore all'occhiello dell'hotel sono le **camere a tema**, pensate con l'idea di offrire un'ospitalità su misura, personalizzata a seconda delle esigenze di chi la stanza la vive davvero.

La **donna manager**, costretta a fermarsi spesso fuori per lavoro, trova nella **Camera Lady** tutto ciò che può farla sentire coccolata, quasi a casa: dal phon professionale alla piastra per



sopra da sinistra: Maritza Escobar, Genson Bezzerra, Elizaveta Lujansky, Hermal Brami, Martina Di Luca, Diego Corradin, Silvia Teatini



a lato da sinistra:
Massimo Biale chef
titolare Ristorante
Ai Navigli Padova,
Martina Di Luca,
Maria Grazia Borelli,
Stefano Masullo, Yulia
Shesternikova

B4 Padova
35129 Padova, Italy
Via San Marco 11/A
Tel. +39 049 7810444
Fax +39 049 7810400
www.boscolohotel.com



Martina Di Luca

Maria Grazia Borelli

capelli, dagli accessori per unghie al set monodose per la pulizia e l'idratazione del viso.

Per le **coppie con bimbi** c'è la **Stanza Family**, dotata di album da disegno e pennarelli per i piccoli artisti, ceste colme di giocattoli e peluches, tappeti sui quali gattonare e radioline per l'ascolto a distanza dei neonati.

Dedicata agli innamorati, la camera **Romantic** nasce invece per fare da sottofondo a serate speciali a base di champagne e fragole, cioccolatini e piccole dolcezze. Queste ed altre leccornie sono a disposizione nella Camera Gourmet, che coccola i suoi ospiti buongustai con prelibatezze à la carte.

Gli **amanti del wellness** possono mantenere il proprio allenamento direttamente in stanza, nella più completa privacy. La camera **Fitness** è infatti dotata di vere e proprie macchine da palestra, un tapis roulant, una cyclette, una panca pesi, tappetino per lo stretching e lettore dvd con lezioni di ginnastica.

Il benessere non si ferma però in camera da letto: il **B4 Padova** dispone anche di una palestra arredata con le attrezzature **Technogym**, a disposizione degli ospiti.

Il piano terra dell'hotel è invece interamente dedicato al ristorante, luminosissimo ed accogliente, caratterizzato da una perfetta armonia fra i toni della pietra, del rovere chiaro e dell'acciaio.

La filosofia di base è quella di unire il piacere del gusto a quello dello sguardo.

Insomma, il B4 Padova, come tutti i Boscolo Hotels, risponde alle esigenze di tutti, che si tratti di viaggi di lavoro o piacere.



Martina Di Luca

Boscolo Hotels opera nell'industria alberghiera attraverso hotel di prestigio in importanti città d'arte italiane ed europee e centri d'affari; ad oggi gli hotel gestiti sono **18, a 4 e 5 stelle**, attraverso due società controllate, la **BH4 e LA BH5**, costituite per guidare le due diverse linee di prodotto.

Tutti gli alberghi, destinati ad una clientela di alto livello, sono ispirati allo stile tipicamente italiano nell'eleganza e nella cortesia e possono considerarsi **ambasciatori del life-style italiano** nel mondo.

Gli hotel Boscolo si distinguono per un management e una filosofia di gestione che puntano sull'alta qualità del servizio e sulla massima efficienza e flessibilità.

Il **B4 Milano di Via Stephenson** conferma la strategia di crescita nel segmento dei **4 stelle**. Infatti offre un'ampia ricettività di camere, con **260 camere dinamiche** e fresche a conferma di uno standard di un mondo alberghiero in continua evoluzione e un'ampia ricettività congressuale, dove organizzare meeting, congressi e convegni fino a 500 persone. E' l'unione tra alti standard qualitativi e comfort che rende la catena alberghiera **Boscolo Hotels** la scelta migliore per tutti.



Martina Di Luca

Yulia Shesternikova

Maria Grazia Borelli



Martina Di Luca

Yulia Shesternikova



Martina Di Luca

Martina Di Luca, General Manager dell' Hotel B4 Padova.

Classe 1977, nata a Padova, ha conseguito gli studi linguistici.

Da oltre 13 anni nel campo alberghiero, ha alle spalle una solida esperienza maturata in realtà di primo piano quali Accor.

Ha iniziato a lavorare nel mondo alberghiero nel 1999 per la catena Accor, nell'allora 4 stelle Hotel Ibis Padova.

In 8 anni trascorsi in Accor, facendo esperienza negli hotel della catena di Verona e Milano, apprende i segreti dell'ospitalità e dimostra di essere tagliata per questo lavoro.

Nel 2007 accetta la sfida proposita dalla Famiglia Boscolo di aprire il primo B4 Hotel a Padova. Ne segue quindi lo start-up portando l'hotel all'apertura nel giugno 2008.

In questi 4 anni ha avuto la possibilità di sperimentare la direzione in altri hotel della catena, come al Boscolo Grand Hotel Trento e all'estero al Boscolo Plaza di Nizza.

Oggi è alla guida di un'imponente struttura di 135 camere e 6 sale riunioni, che è il punto di riferimento della città di Padova.

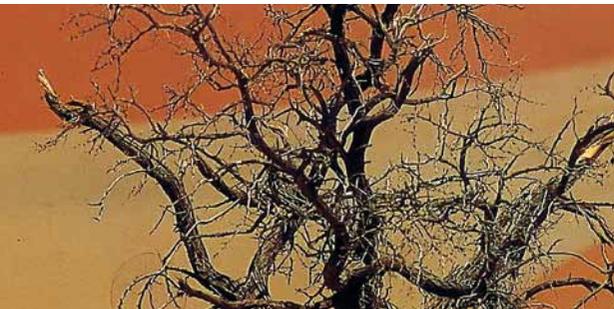
Collega quotidianamente l'Europa con l'Africa Australe



foto di Fabio Bozzani



Via Adolfo Ravà, 106 - 00142 Roma - Tel. +39 06 54242541 - Fax +39 06 54242534/6 - E-mail: 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
 Internet: www.namibiatourism.com.na



Namibia
 Endless horizons

Una Banca per il Turismo:

di Lucia Zoppi

DAL PROGETTO ALLA REALTÀ

La Banca Popolare del Turismo nasce con la mission di sviluppare ed erogare servizi e prodotti creditizi, finanziari, assicurativi e di pagamento innovativi, costruiti e sviluppati specificatamente per soddisfare le singole necessità dei diversi segmenti del settore del turismo ed il relativo indotto.

“Oggi”, spiega **Maurizio Pimpinella**, Presidente del Comitato Promotore, “bisogni, opportunità e carenze dal lato dell’offerta di credito e servizi bancari sono immutati: il mondo del travel necessita di interlocutori finanziari adeguati e preparati.

Il **posizionamento strategico** della costituenda **Banca Popolare del Turismo** nasce dalla convinzione che la situazione nella quale versa il turismo nel nostro Paese abbia bisogno di una maggiore circolazione di idee, di nuove competenze, di un supporto più attivo da parte del settore creditizio allo sviluppo, una maggiore sensibilità alle specifiche esigenze dei diversi segmenti del settore attraverso l’offerta mirata di prodotti e servizi finanziari e assicurativi, e di un ruolo degli Enti pubblici diverso da quello del passato.”

La **mission** della costituenda **Banca Popolare del Turismo** può essere sintetizzata nello slogan “**Partiamo da te**”. In base a tale slogan la Banca non soltanto si propone di soddisfare specifiche esigenze attraverso l’erogazione di servizi mirati e personalizzati, ma essa stessa, oltre a svolgere un ruolo di depositaria e custode della ricchezza aziendale e personale, può diventare il luogo di incontro fra domanda ed offerta sia per le attività fra aziende (**B2B**) o fra le aziende ed i consumatori finali (**B2C**). Il fatto che una transazione avvenga all’interno di un’ “arena”

promossa dalla Banca garantisce a chi vende la certezza della solvibilità del compratore, ed al compratore la certezza e solidità dell’offerta.

Il modello operativo

La relazione tra

Aureliano Gentilini

tuale tra industria del turismo e settore bancario rimane ancorata a modelli tradizionali quantitativi e statici di valutazione delle iniziative imprenditoriali e di offerta di servizi.

Come chiarisce **Daide Rosi**, membro del Consiglio Direttivo del Comitato Promotore,



Daide Rosi e Maurizio Pimpinella

re, “esiste la necessità, cui la costituenda Banca Popolare del Turismo intende fornire risposte adeguate, di avere un nuovo interlocutore per la gestione ordinaria e straordinaria, che sia in grado di comprendere appieno i modelli di business della Travel Industry. Allo stesso tempo, si rende necessaria una revisione del sistema complesso di garanzie poste in essere nei vari segmenti del settore del turismo.

La costituenda **Banca Popolare del Turismo** si propone di rivoluzionare la fase di intermediazione nel circuito dei pagamenti del settore: la Banca del Turismo come gestore del flusso fra le fasi della filiera, con conseguente possibilità di forti risparmi sulle commissioni interbancarie”.

Il focus dell’offerta di servizi della **Banca Popolare del Turismo** è rivolto al settore del turismo ed il relativo indotto, attraverso canali

di **remote** e **virtual banking**, con proposte di ampliamento, innovazione e personalizzazione della gamma di prodotti e servizi offerti dal canale bancario tradizionale, ponendo come prioritario l’obiettivo di fidelizzazione del target di clientela business e retail.

“In sintesi”, spiega **Aureliano Gentilini**, membro del Consiglio Direttivo del Comitato Promotore, “la costituenda **Banca Popolare del Turismo** si propone di soddisfare i bisogni di pagamento, finanziamento, investimento ed assicurazione dei diversi segmenti di operatività del settore del turismo. Questo si materializza non soltanto nell’offerta di prodotti e servizi bancari tradizionali che si concretano nelle varie forme di raccolta del risparmio ed esercizio del credito ma anche nell’erogazione di servizi e prodotti innovativi. Inoltre, la costituenda **Banca Popolare del Turismo** si propone di divenire un punto di incontro tra domanda ed offerta di iniziative imprenditoriali e di business che facciano affidamento al segmento del **Venture Capital**, spesso sollecitato su piani industriali non adeguatamente compresi”.

Scheda Tecnica

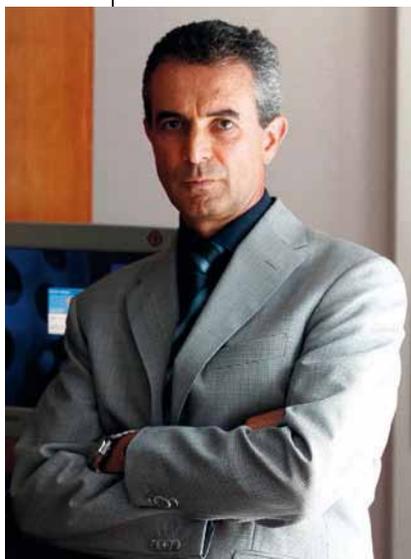
L’11 ottobre 2012 ha preso avvio l’**Offerta Pubblica di sottoscrizione (OPS)** del capitale sociale della costituenda Banca Popolare del Turismo.

L’autorizzazione da parte della **Consob**, che è giunta in un periodo complesso per il mondo finanziario e per quello del turismo, testimonia la solidità del progetto costitutivo e del relativo piano industriale della costituenda banca, nonché la comprovata professionalità dei soci promotori.

Il numero totale delle azioni offerte è compreso tra un minimo di **3.400**, pari ad un importo complessivo del capitale sociale di euro **8.500.000,00** ed un massimo di **4.800** pari ad un importo complessivo del capitale sociale pari ad euro **12.000.000,00**. La quota minima di sottoscrizione è di n. 1 (una) azione, del valore nominale di euro **2.500,00**.

Per informazioni relative all’offerta pubblica di sottoscrizione e su come diventare soci visitare il sito web del Comitato Promotore **www.comitatopromotorebancapopolaredelturismo.it**

Stefano Masullo, all’interno del Comitato Promotore per la costituzione della **Banca Popolare del Turismo**, è stato nominato responsabile per l’area Turismo Sportivo di **Alta Gamma** e Lusso durante l’Assemblea ordinaria del **12 Dicembre 2012**



GOUPIL



I veicoli elettrici da trasporto e lavoro Goupil, sono silenziosi, versatili, facili da guidare ed adatti per utilizzi che richiedono frequenti fermate in luoghi poco agevoli come i centri storici, le zone residenziali, le strutture turistiche, i parchi e i golf club, le strutture aeroportuali, civili o commerciali, così come in aree interne pubbliche o private.

Goupil offre una gamma su misura con più di 25 configurazioni specifiche ed una capacità di carico fino a 700 kg. Fra gli utilizzi: la manutenzione di spazi verdi, la pulizia delle strade, la disinfestazione, la manutenzione di siti industriali, la logistica e i trasporti, per citare solo alcuni esempi.

ECOLOGICO

100%
ELETTRICO

ECONOMICO

100 Km
2,00 EURO

AUTONOMIA

100 Km
CON UNA CARICA



Exelentia s.r.l. - Importatore Goupil per l'Italia

Via Portuense, 1555 - 00148 - Roma (Commercity) - Isola L35

www.polarisvillage.it - goupil@polarisvillage.it - tel: +39 06602072777 - fax: +39 06602072799

Easyverbox

*Comunicazione, Investimenti, Consulenza
e Internazionalizzazione in un'unica realtà.*

Easyverbox è nata dall'unione di **Managers** della **Finanza**, del **Real Estate** e della **Consulenza** con uomini dei **Media** e della **Comunicazione** al fine di dare vita ad una innovativa **Piattaforma** operativa il cui **Progetto** si pone l'obiettivo di rispondere alle attuali esigenze dei professionisti e delle aziende. Easyverbox ha come mission di diventare di riferimento, partner e consulente in **4 ambiti specifici** che solo in apparenza sono indipendenti: **Comunicazione, Investimenti, Advisory e Internazionalizzazione.**

Le aziende oggi si ritrovano ad avere risposte alle loro necessità in queste segmenti, sordinate, dispendiose, inefficaci. Soluzioni proposte da chi vede solo il micro trascurando il macro.

Easyverbox disponendo di una sua autonomia e grazie al proprio network composto da eccellenze in questi settori, riesce a proporre soluzioni integrate e mirate.

Parliamo infatti di **Comunicazione Integra-**



easyverbox
&
partners

ta non di semplice marketing o advertising: dal dialogo interno fatto da **Uomini** della **Comunicazione** e del **Management** arrivano soluzioni innovative, sinergiche ed efficaci: il massimo risultato con il minimo sforzo.

Ci proponiamo di **investire** nell'ambito del **Made in Italy**, del **Tourism & Wellness**, del **Food** e dei **New Media**, aree da noi identifi-

cate come trainanti nel medio/lungo periodo, partecipando direttamente alla nascita e allo sviluppo di Nuove Aziende.

L'Attività di **Advisory** mira poi a soddisfare con le importanti competenze interne del **Management** unitamente anche all'ausilio dei **Business Partners** le molteplici esigenze: dall'analisi strategica allo sviluppo di reti vendita, dalla corporate finance all'individuazione di equity partners.

L'**Internazionalizzazione** riveste in questo momento storico un aspetto fondamentale. L'opportunità di proporsi correttamente sui mercati mondiali con un'efficace strategia. Qui **Easyverbox** mette a disposizione il proprio metodo basato su competenze locali in diverse regioni del globo: dalla Cina che richiede sempre più presenze qualificate in loco al **Brasile**, all'**India** ed al **Medio Oriente.**

Easyverbox **Comunicare per Realizzare** per far sì che dall'idea si passi efficacemente all'azione.

Easyverbox

Redazione Romana
Golf People Club Magazine

Per essere presenti sulla rivista e
per le Vostre esigenze inerenti
alle nostre aree di intervento:

Easyverbox & Partners Srl
Via del Casale Strozzi, 31
00195 Roma
Tel. +39 06 64525986

www.easyverbox.com
info@easyverbox.com



Comunicare per Realizzare



Playa Nueva Romana

Un'offerta immobiliare imbattibile per gli amanti del golf.

Se siete alla ricerca di un paradiso ai Caraibi, non c'è posto più bello e più economico della **Repubblica Dominicana**, che da sempre offre un **mercato immobiliare ad alta redditività**.

Playa Nueva Romana non è solo un posto affascinante con hotels, ville, appartamenti, negozi e 2 campi da golf tra natura e mare... è soprattutto **certezza dell'incremento del Vostro investimento** immobiliare anche con la messa a reddito negli eventuali periodi di non utilizzo. Con il **contratto di gestione** dell'immobile "**Rentability Program**" possiamo garantire il **rendimento annuo del 5%** al netto dei costi di gestione, lasciando la piena disponibilità al proprietario dell'immobile per 2 mesi l'anno.

Playa Nueva Romana è un **complesso residenziale** circondato da 1532 ettari di bosco e piantagioni di cocco, che ospitano il nostro maestoso **campo da golf a 18 buche**, con 4 buche fronte mare... a soli 20 minuti dall'aeroporto internazionale de La Romana.

Playa Nueva Romana ha anche un **9 buche**, par 3 executive che sfiderà i migliori giocatori di golf con i suoi maestosi green, fairway stretti e trappole di sabbia.



Repubblica Dominicana – nominata "**Golf Destination of the Year per i Caraibi e l'America Latina**" dall'Associazione Internazionale dei Tour Operator di Golf (IAGTO).

LAVORIAMO DIRETTAMENTE CON I MIGLIORI COSTRUTTORI PER ASSICURARCI LE PROPRIETÀ MIGLIORI AL PREZZO DI MERCATO PIÙ EQUO



Per informazioni, contatta direttamente
Gianluca Santacatterina
mob ph +39 348.4513200
twitter: @gsantacatterina
e-mail: gsantacatterina@me.com

**ASSOLUTA SICUREZZA:
OGNI CONTRATTO DI COMPRA-VENDITA
VIENE STIPULATO
PRESSO IL CONSOLATO
DELLA REPUBBLICA DOMINICANA DI MILANO,
A GARANZIA CHE L'IMMOBILE NON ABBA
GRAVAMI IPOTECARI** !



Avvocato, Professore e Golfista!

Raffaele Lener

Sempre più anche gli accademici si fanno prendere dalla passione per il Golf. Un caso è quello di **Raffaele Lener**, noto **Avvocato e Professore Ordinario di Diritto Commerciale e Diritto dei Mercati Finanziari nell'Università Romana di Tor Vergata e alla Luiss**.

Raffaele, che è da circa quindici anni uno dei più conosciuti partner italiani dello Studio Legale Internazionale Freshfields, è anche un buon amico e uno dei componenti dell'Advisory Board di Easyverbox & Partners s.r.l.

Come si trova, fra tanti impegni il tempo per giocare a Golf?

In effetti non è semplice. Solo la passione per uno sport bellissimo e distensivo può spingerti a cercare spazi la mattina molto presto o, nella bella stagione, la sera tardi, prima o dopo giornate normalmente convulse. Devo dire peraltro che il golf poi ti ripaga in pieno, concedendoti momenti davvero molto belli.

Dove giochi di solito?

Al **Parco di Roma**, di cui sono **Socio**, o, d'estate, al Conero, vicino al mio rifugio estivo. Mi piace però girare e vedere posti nuovi, in Italia e all'estero, cercando campi belli in posti

che meritino di essere visitati. Spesso parto, pure per lavoro, con la sacca al seguito, anche se molte volte non riesco a usarla ed è solo un bagaglio in più... **Non sono invece un giocatore da circolo, che passa i week-end a fare gare e garette. Ne faccio, naturalmente, ma solo se mi stimolano in modo particolare.**

Hai qualcuno che consideri come il "Tuo" Maestro?

Direi **Riccardo Vaira**, bravissimo maestro e amico da tanti anni. E giurista di formazione, con cui è anche possibile scherzare di temi legali mentre si gioca.

E mentre giochi riesci a dimenticare l'attuale fase di crisi economica italiana e mondiale?

Non sempre. La crisi che attraversiamo è pesante e richiederà sacrifici e un grande impegno per diversi anni ancora. Ma il Golf riesce spesso a farti staccare da tutto. **Soprattutto se hai compagni di gioco piacevoli, come per fortuna mi capita normalmente.** Il compagno di gioco va scelto con attenzione, secondo me.

A proposito, dal tuo osservatorio speciale, cosa pensi delle difficoltà del Mercato Finanziario e Bancario Italiano?

Ci sono. Inutile negarlo. Ma non sono molto diverse da quelle che incontrano altri sistemi europei o quello americano. Va recuperata la fiducia degli investitori e anche dei nostri partner esteri. **Le Banche devono non solo essere rafforzate patrimonialmente, ma devono rapidamente ricominciare a sostenere un'Economia oggi debole.** È giusto però dire che, a partire dalla fine degli anni novanta, la qualità della nostra legislazione si è molto affinata e oggi, almeno dal punto di vista regolamentare, abbiamo un Mercato che funziona. Naturalmente, la qualità della regolamentazione non è di per sé sola garanzia di buon funzionamento.

Ricordo che ti sei occupato, in particolare, di diverse Banche e Compagnie di Assicurazioni in difficoltà. Da queste esperienze si possono trarre suggerimenti per la crisi attuale?

È vero, ho seguito e seguo tuttora molti intermediari in difficoltà. Sono stato anche **Com-**



missario Straordinario o Liquidatore di diverse **Banche e Compagnie di Assicurazione**, oltre ad essere stato uno dei Commissari **Liquidatori dell'Efim** per circa **dieci anni**. Non credo però di poter trarre da queste esperienze suggerimenti particolari: le motivazioni di queste crisi erano infatti molto diverse: da errori strategici o casi di cattiva gestione, a dimensioni troppo piccole del business, anche a motivazioni di carattere Politico Internazionale (penso alle difficoltà della **Banca Iraniana Sepah** o della **italo-libica Ubae**). Forse solo la crisi dell'ultima Banca che ho seguito l'anno scorso, la milanese **Banca Network**, trova le sue radici nell'improvvisa contrazione del Mercato e nello sfortunato momento in cui l'iniziativa è partita.

Torniamo al Golf. Riesci a coinvolgere anche la tua famiglia nella passione golfistica?

Mio figlio **Roberto Angelo** ha cominciato a giocare con passione. La mia figlia più piccola, **Sofia**, aveva cominciato ma poi ha smesso, spero temporaneamente. Mia moglie **Roberta** resiste ... ma mi auguro di convincerla prima o poi.



Sotheby's

New York
Contemporary Art Auction
march 7, 2013



Nunziante

"Progetto per un viaggio ancora possibile"
olio su tela / oil on canvas, cm 100x120



Il Chirurgo sul Green

Guido Costamagna

Quando è nata la sua passione per il Golf?

L'ho ereditata da mio fratello minore Claudio, già banchiere d'affari di Goldman Sachs, che peraltro nel frattempo ha smesso di giocare!

Come concilia la sua vita in perenne viaggio per il mondo con la sua anima golfista?

Purtroppo le occasioni per giocare sul campo del mio Circolo sono poche perché spesso durante il week-end sono in giro per il mondo. Cerco però, durante i miei viaggi e quando possibile, di ritagliarmi uno spazio e andare a giocare. Ho avuto così la possibilità di divertirmi in diversi paesi del mondo: **Stati Uniti, Argentina, Cina, Malesia, Australia, Indonesia**".

Da Professore Ordinario di Chirurgia definirebbe il golf una buona terapia?

Un'ottima terapia per la testa: quando giochi ti dimentichi di tutto e il cervello lascia da parte le preoccupazioni lavorative. L'unico problema è che la pallina va sempre dove vuole lei e non dove vorresti tu!

Non lasciatevi ingannare dalla lunghezza ufficiale del campo: alla fine delle 18 buche, procedendo a zig-zag come spesso succede, i chilometri fatti sono quasi il doppio! **Quindi il golf fa bene anche al fisico.**

Qual è secondo lei la terapia per la sanità italiana che sta attraversando un periodo veramente difficile visti i tagli conseguenti alla crisi economica?

La Sanità, grazie allo sviluppo tecnologico e ai farmaci sempre più efficaci ma anche più cari, costa sempre di più. Il nostro sistema sta diventando insostenibile. Se da una parte è giusto tagliare le strutture inefficienti (e ce ne sono purtroppo tante) dall'altra penso che sia necessario intervenire con riforme strutturali: dovremo sempre di più contribuire, in proporzione al reddito, alle spese sanitarie ottenendo eventualmente in cambio degli sgravi fiscali. Solo il controllo e la tracciabilità riporterebbe questo Paese ad una dimensione sociale più equa e, se posso permettermi un paragone, più eticamente corretta.

Lei dieci anni fa ha fondato il Centro Europeo per la Formazione in Endoscopia. Qual è il bilancio ad oggi e come procede la formazione dei giovani?

Il bilancio dell'**European Endoscopy Training Center (EETC)** è senz'altro molto positivo. Sono state organizzate decine di Corsi brevi (2-3 giorni) su le tecniche endoscopiche di base e avanzate per discenti provenienti da tutto il mondo. Inoltre, diverse decine di medici, anch'essi provenienti dai cinque continenti, hanno ricevuto una formazione avanzata in endoscopia digestiva permanendo presso di noi per lunghi periodi di 6 mesi - 1 anno. La nostra attività continua anche in periodo



di crisi perché, senza alcuna falsa modestia, il nostro Centro è considerato un'eccellenza a livello mondiale.

Che consigli darebbe ad un giovane che voglia oggi intraprendere la sua difficile professione?

Prima di tutto, avere tanta pazienza, perché la strada è lunga, ma anche tanto entusiasmo, dedizione e curiosità. I giovani devono essere curiosi, perché la ricerca clinica deve essere, a mio avviso, parte integrante della formazione professionale. In secondo luogo, scegliersi dei buoni Maestri, che abbiano voglia di trasmettere il loro sapere.

Torniamo al golf, cosa insegna nella vita la pratica del golf?

Credo che insegni soprattutto, come molti altri sport, a stare coi piedi per terra, consci dei propri limiti, ma proprio per questo con la voglia di superarli e migliorare sempre.



SPAZIO SHOP & EVENT

TEMPORARY SHOP – SHOW ROOM – EVENT SPACE
MILANO



- Per ampliare la propria rete commerciale
- Per guadagnare anche durante le vacanze
- Per recuperare più velocemente cash flow di merce in magazzino
- Per aumentare i guadagni vendendo direttamente il proprio prodotto

Apri il tuo temporary shop a **Milano, via Scarpa 9** (zona C.so Vercelli)



Contatta:
Guerrina Lupo
Tel. +39 338 9098927
e-mail: info@guerrinalupo.com
www.guerrinalupo.com
Skype: guerrinalupo1





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



Verifica del reddito, fiscalità e lotta all'evasione

Numerosi provvedimenti del 2012 hanno modificato la **disciplina fiscale** con particolare riferimento al controllo e contrasto di fenomeni di evasione ed irregolarità nei comportamenti dei contribuenti. Oltre all'inasprimento di imposte, tasse e accise esistenti e all'introduzione di nuovi tributi (anche in sostituzione di quelli vigenti), si sono modificati l'impianto dell'accertamento e il criterio di analisi preventiva del reddito e del patrimonio.

Potenzialmente una rivoluzione (ancora da specificare tramite circolari ministeriali) che si dipanerà nel tempo impattando su scelte, preferenze e convenienze di spesa, consumo, risparmio e soluzioni successive.

In aggiunta, numerosi patrimoni e redditi sono percossi oggi ed in futuro da tributi di natura patrimoniale (casa e investimenti finanziari) con il **rischio di diminuirne** gli stock piuttosto che **aumentare i flussi** per l'**Agenzia delle Entrate** e potrebbero abbandonare la residenza nazionale con documento ad ampio raggio sull'economia italiana. Il beneficio netto potrebbe essere marginale quando non negativo.

Per chiarezza, ridurre l'evasione è indispensabile (dal **15 al 30%** del **PIL** a seconda delle stime), le imposte riducono fabbisogno e debito essendo il livello delle prestazioni sociali italiane cospicuo (anche se non sempre efficace) ed evadere è un reato amministrativo o penale a seconda delle soglie (**30.000€**).

La legislazione vigente (**DPR 78/2010**) prevede lo **"spesometro"** e il **"reddito-metro"** per la verifica delle spese e delle entrate e il **"redditest"**, quale autovalutazione della congruenza da parte di ciascun contribuente.

Soprattutto il secondo appare di dubbia efficacia in quanto benchmark per elusori, erosori ed evasori per cautelarsi nei propri comportamenti, mentre è di dubbia efficacia nell'individuare chi costantemente si sottrae alla corretta determinazione del proprio reddito.

Il modello non coglie il comportamento di molte famiglie e di singoli che, attraverso

intestazioni distribuite nell'ambito familiare e presso terzi, hanno, in tempi non più oggetto di accertamento, costituito proprietà ed intestazioni non congrue con i redditi dei nominativi oggi intestatari, o situazioni ora non più conformi agli strumenti di accertamento in vigore.

Il modello attuale, in sostanza, colpisce soggetti **"visibili"** al fisco e consente il per-



petuarsi di situazioni quantomeno di opacità o sconosciute.

Sorge l'esigenza, eticamente discutibile o quantomeno sottoponibile a critiche, di intervenire a **due livelli, separando i comportamenti del passato e quelli adottati dal momento in cui la nuova norma entrerà in vigore**. I primi inciderebbero in modo distortivo sui nominativi già noti e consentirebbero ad altri comportamenti ulteriormente evasivi ed elusivi.

Una percentuale rilevante dei contribuenti ha comportamenti corretti, spesso obbligati dai vincoli imposti ai loro sostituti di imposta e attualmente compresi dalle

aliquote e dalla loro sommatoria complessiva, superiori alla capacità di resistenza finanziaria (e talvolta patrimoniale) dei soggetti. La restante quota è invece scorretta, appropriandosi di quote del reddito lordo per netto. **Ricordiamo per sintesi che non versare contributi o trattenute è un reato penale per danno al terzo, non versare l'IVA a debito è un furto in quanto incassata per conto dello Stato, mentre non pagare i propri tributi è un reato connesso ai volumi, tendente al comportamento infedele, ma ravvedibile in modo "operoso" con conseguente sanatoria.**

Abusando di un termine oggi impopolare è necessario valutare l'ipotesi di una soluzione distortiva e contestata in merito al passato (**condono?**), congiunta peraltro con una struttura della disciplina del tutto differente ex-nunc. Questo profilo è stato carente in tutte le soluzioni adottate finora. L'attuale impianto dell'accertamento consente azioni incisive, qualora inserite in un diverso processo di gestione della politica tributaria.

E' nota a tutti la nozione del porre **"le mani in tasca"** tramite i tributi. Sono vere entrambe le posizioni: lo Stato opera in tal senso colpendo soggetti deboli con l'introduzione di catene di percussione continuative, ma gli evasori hanno lo stesso comportamento, imponendo allo Stato prelievi a terzi, in assenza della loro contribuzione. Il complesso delle entrate fiscali e la proporzione rispetto al **PIL** sono **"adeguate" ma mal distribuite**. L'occhio con le quali ciascuno osserva la situazione è scorretto o strabico perché non riconosce (Stato e cittadini) le proprie colpe e le ribalta sulla controparte. Chi può avere il coraggio politico di correggere questa anomalia? **Le forze politiche attualmente perseguono ciascuna un comportamento affine ai propri interessi e la lotta politica è fortemente incentrata sul tema tributario, ma nessuna alleanza ha una visione completa adeguata alla prospettiva.**

Allianz  Bank Financial Advisors
Migliori Silvio Executive Manager
Santangelo Luigi Business Manager
FINANCIAL ADVISOR
Bellaria Luca Borroni Mario Chiappa Daniele
Garavaglia Sergio Losa Maurizio Meraviglia Marco
Miramondi Claudio Montalbano Marcello Pisoni Angela
Tumolo Massimiliano

Luigi Santangelo

Business Manager
Socio Allianz Advisors Academy



Luigi Santangelo, classe 1969, dopo un'importante esperienza professionale ultra ventennale maturata nell'area **Titoli e Borsa** con particolare specializzazione nella **Pianificazione Finanziaria e Patrimoniale** della clientela privata benestante, all'interno di importanti istituti di credito, nel 2000, in seguito all'iscrizione all'**Albo dei Promotori Finanziari** previo superamento con estremo successo del relativo esame, intraprende la libera professione di **Financial Advisors** presso un gruppo bancario tradizionale dove però la collaborazione si interrompe a causa di **evidenti ed inconciliabili divergenze operative dettate sostanzialmente da un costante conflitto di interessi nei confronti ed a svantaggio dei singoli investitori.**

Dal **Settembre 2000** entra a far parte dell'organizzazione italiana di **Allianz**

di Lucia Zoppi

SA colosso internazionalmente riconosciuto tra i principali protagonisti del settore assicurativo e della gestione del risparmio, forte di oltre **2 mila miliardi di dollari**, dove attualmente ricopre il ruolo di **business manager** del gruppo basato a Legnano, formato da **18 colleghi professionisti** con un **portafoglio globale** superiore ai **500 milioni di euro**.

Allianz Bank Financial Advisors è la banca multicanale del **Gruppo Allianz** in Italia, una realtà solida e in costante crescita: con una Rete di circa **1.800 Financial Advisors**, presenti in modo capillare sul territorio, la Banca è in grado di rispondere a qualunque esigenza della clientela privata.

In particolare **Allianz Bank Financial Advisors** è in grado di offrire soluzioni **"top quality"** per la gestione del risparmio: infatti, oltre alle competenze e alle



Luigi Santangelo



da sinistra: Luca Bellaria, Paolo della Vedova, Marcello Accursio Montalbano, Sergio Garavaglia, Paolo Venali, Luigi Santangelo, Angela Pisoni, Massimiliano Tumolo, Marco Meraviglia, Daniele Chiappa

capacità di gestione di **Allianz Global Investors**, la società di asset management del Gruppo, i **Financial Advisors di Allianz Bank** hanno a disposizione i migliori gestori di patrimoni al mondo quali: **Carmignac, Pimco, Blackrock, JPMorgan, Morgan Stanley, Pictet e molti altri.**

La qualità delle risorse umane è uno dei fattori distintivi della società, testimoniati peraltro dai numeri in forte crescita nella



Luigi Santangelo,

corso del 2013, in funzione della passione per la disciplina del Golf che trova un notevole riscontro tra molti interlocutori e clienti della banca, strutturerà tutta una serie di appuntamenti nei circoli della zona, grazie alla vicinanza con il noto Golf Club Le Robinie di Busto Arsizio, dove gli ospiti avranno l'occasione di toccare con mano la cura dei dettagli dell'organizzazione e la professionalità dei Financial Advisors negli aspetti relazionali, gustando raffinati percorsi enogastronomici, il tutto documentato sia a livello cartaceo, video ed internet dai componenti della redazione di Golf People Club Magazine.

raccolta dei risparmi ed un esempio delle professionalità esibite sono riscontrabili da figure come quella di Luigi Santangelo che nel corso del 2012, focalizzato su una precisa strategia di reclutamento, basata su criteri di eccellenza e di grande esperienza nella selezione dei profili che si è mostrata fortemente distintiva e foriera di soddisfazioni, infatti è stata realizzata una raccolta netta di circa 70 milioni di euro, l'inserimento di 8 nuovi professionisti ed un incremento pari al 20% del portafoglio gestito.

Luigi Santangelo conta attualmente su una squadra affiatata e motivata composta in particolare dai seguenti operatori: Paolo Vanoli, Luca Parmigiani, Angela Pisoni, Sergio Garavaglia, provenienti tutti dal Credito Artigiano, Luca Bellaria da Intesa San Paolo, Mario Borroni, Marco Garavaglia, Marcello Accursio Montalbano, dalla Banca di Legnano, Paolo Della Vedova, da Unicredit, Daniele Chiappa, da Banco Poste, Massimiliano Tumolo, Claudio Miramondi e Marco Meraviglia con importanti esperienze dirigenziali in prestigiose aziende industriali nel settore amministrativo commerciale.

Allianz Bank Financial Advisors è molto attiva nell'impegno sociale, culturale, relazionale, sportivo e nell'educazione finanziaria, in particolare attraverso l'orga-

nizzazione di Forum e la sponsorizzazione di eventi e manifestazioni.

Luigi Santangelo ed il suo gruppo, nel

sotto, da sinistra: Paolo Venali, Luigi Santangelo, Cristina Re, Angela Pisoni.



Cristina Re

Massimiliano Tomolo

Marcello Accursio Montalbano

Allianz Bank Financial Advisors
 Corso Sempione 169
 20025 Legnano (MI)
 Tel. 0331.441141 - Fax 0331.442401
 luigi.santangelo@allianzbank.it

Jessica De Sousa

**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

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

Gianluca Santacatterina

il professionista che aiuta ad investire in immobili all'estero

Luxury & Tourism, di cui è fondatore, è una delle prime Agenzie Immobiliari Italiane specializzata nella vendita degli immobili all'estero. I consulenti di **Luxury and Tourism** (Agenti Immobiliari, Avvocati, Commercialisti) individuano le zone del mondo dove conviene investire in immobili consigliando poi al cliente - in base alle aspettative dello stesso - l'area geografica dove destinare i risparmi. **Luxury and Tourism** è in grado di soddisfare le esigenze del piccolo risparmiatore e dell'investitore istituzionale.

Chi è Gianluca Santacatterina?

Nasco in provincia di Vicenza 45 anni fa e mi trasferisco a Milano 4 anni fa. Sono padre di 3 bellissime bambine.

Ama definirsi "agente immobiliare con il trolley". In che senso?

Perché il mio orizzonte spazia sull'estero. Nel 2006 - anno di costituzione di **L&T srl** - di cui sono socio fondatore e amministratore unico - inizio a dedicarmi esclusivamente alla vendita di immobili all'estero.

Dapprima con il Mar Rosso per passare poi a Miami e alla Florida in genere, quindi alla Repubblica Dominicana.

Dal 2012 divento partner per l'estero del network "**L'immobiliare.com**" della famiglia **Grimaldi**.

Lo scorso mese sottoscrivo un accordo con la società **H4S** - leader nella commercializzazione e costruzione di immobili in Repubblica Dominicana.

In questo contesto, ci sono ancora opportunità di investimento immobiliare per i lettori-golfisti?

Certamente e ancora una volta menziono la **Repubblica Dominicana** e la recente nomina a "Golf Destination of the Year per i Caraibi e l'America Latina" dall'Associazione Internazionale dei Tour Operator di Golf (IAGTO). Sono convinto che i lettori condivideranno l'assegnazione del premio alla Rep. Dominicana grazie alla bellezza dei campi da golf.

Oggi nel Paese il settore immobiliare è veramente in fermento: americani, europei soprattutto francesi, spagnoli e inglesi **stanno pesantemente investendo nell'acquisto di immobili nella splendida isola caraibica**.

È possibile acquistare appartamenti o ville a prezzi interessantissimi che - grazie al piano di "Rentability Program" - consente **redditività annue fino all'8%**.

L'accordo con **H4S** mi permetterà di far conoscere con ancora maggior chiarezza ai cittadini italiani le opportunità di investimento immobiliare.



Ed è proprio sulla chiarezza e la trasparenza che abbiamo iniziato a gettare le basi del nostro lavoro: infatti ogni contratto di compravendita verrà stipulato presso il **Consolato della Repubblica Dominicana di Milano** il quale si costituirà di fatto - previa verifiche ovviamente - **garante affinché l'immobile non abbia gravami ipotecari**.



Luxury & Tourism
L&T
Luxury & Tourism

Progetti in corso?

Uno dei progetti sicuramente più interessanti dal punto di vista "golfistico-immobiliare" è il



Playa Nueva Romana che ci vede peraltro unici broker italiani autorizzati alla commercializzazione nel nostro Paese. Ville, Ville Bifamiliari e Appartamenti potranno soddisfare ogni esigenza. E poi 2 campi da Golf: a giugno sarà pronto il 9 buche e a dicembre il 18.

Non dimentichiamo anche la **località di Sosua** dove possiamo proporre Ville unifamiliari con piscina privata all'interno di Resort con ogni servizio **a partire da euro 150.000**.

Degno di menzione anche il **Progetto "Gran Paradise" a Playa Dorada**: appartamenti, piscine, ristoranti e un Campo da Golf disegnato da Robert Trent Jones. Possibilità di utilizzare l'unità per due settimane in alta stagione e 6 in bassa avendo rendita annua pari all'8% sul capitale investito.

E al di fuori di progetti già ben definiti, perché rivolgersi a L&T?

Perché ci proponiamo come i "Taylor Made" degli immobili all'estero: costruiamo su misura l'investimento immobiliare all'estero sulla base delle esigenze e aspettative del cliente.

Sappiamo che ha in serbo due importanti notizie per gli amici golfisti...

Absolutamente sì! Stiamo organizzando per il mese di **giugno** il "**Dominican Day**" manifestazione che vedrà come iniziativa principale una **Gara di Golf probabilmente in un Club Veneto**.

E soprattutto invitiamo e ospitiamo i lettori di Golf People per 3 giorni al Punta Cana Resort (27 Buche), dove potranno scoprire le meravigliose ville del "Complesso Arrecife" affacciate direttamente sul Green.

L&T srl
Viale Vittorio Veneto, 32 - Milano

Tel. +39 02 954205363
+39 348.4513200

info@luxuryandtourism.com
www.luxuryandtourism.com





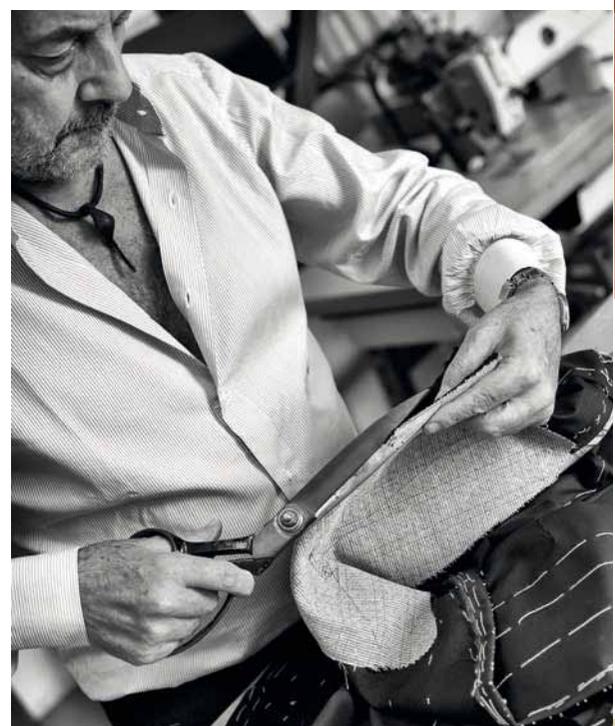
Sartoria Dalcuore

l'alta moda artigianale italiana esportata in tutto il mondo

Forte di un mercato che si espande ormai non solo a tutta l'Europa ma anche al Giappone, all'Australia, alla Corea e agli Emirati Arabi, Luigi Dalcuore è ormai un maestro del ben vestire maschile universalmente riconosciuto con alle spalle un'azienda solida e dinamica. Affiancato dalla figlia Cristina per la gestione amministrativa e da Damiano Annunziato per il lato marketing, lo stilista partenopeo è reduce infatti da un trunk - show in Giappone e Corea, dove ha avuto modo di incontrare numerosi dei suoi clienti più prestigiosi di quell'area nonché di stringere importanti partnership commerciali per la realizzazione di capi nell'impero del Sol Levante e non solo.

Napoli conquista l'Oriente. Come ha fatto?

Sarebbe giusto dire il contrario, perché sono i giapponesi che sono stati capaci di conquistare me e ad invitarmi a questi tour che sono davvero interessanti, soprattutto in un momento in cui l'Italia attraversa un periodo di crisi in cui il capo di lusso non è certo un bisogno primario. L'entusiasmo dimostrato da certi clienti già storici del mio atelier unito alla curiosità per i nuovi mercati ha fatto sì che nascessero delle collaborazioni stimolanti, e del resto il cliente giapponese è un uomo attento ai dettagli e proprio per questo apprezza i nostri capi che sono interamente realizzati a mano.



Che genere di moda ha proposto in Giappone e Corea?

Lo stile napoletano, che non cambia al cambiare dell'emisfero perché è il Made in Naples che piace come simbolo distintivo di raffinatezza. Come novità, casomai, ho portato con me le ultime novità di tessuti, stoffe di altissima qualità che hanno incontrato il gusto dei nipponici.

Ogni artista ha la sua fonte di ispirazione. La sua?

L'arte in quanto tale. Sono sempre stato un grande appassionato ed all'interno del mio atelier conservo numerose opere di pittori di cui ho subito riconosciuto l'estro in tempi non sospetti e che oggi sono nomi illustri del panorama artistico. Del resto, per creare delle tendenze bisogna capire della storia del costume, dell'arte e delle sue molteplici sfaccettature. Solo così puoi essere creativo, innovare. Altrimenti ti limiterai sempre a replicare le idee altrui.





Dagli Emirati Arabi all'Australia, dalla Corea al Giappone, tutto il jet – set mondiale impazzisce per le creazioni sartoriali di Luigi Dalcuore, maestro napoletano dell'eleganza che dal suo atelier di Palazzo San Teodoro, alla Riviera di Chiaia, conquista i gentlemen più raffinati ed esigenti. Da oltre quarant'anni interprete di quello "stile napoletano" che per i cultori dell'abbigliamento rappresenta un modo di essere lontani dalle mode passeggere, Dalcuore è un artista del capospalla, apprezzato sia per la precisione del taglio che per la creatività del disegno di un prodotto di cui cura ogni fase di lavorazione con la dedizione di un padre. Assistito dalla figlia Cristina e da Damiano Annunziato per le pubbliche relazioni e gli aspetti manageriali di un'azienda divenuta ormai internazionale, lo stilista accoglie i suoi clienti nel cuore della vita modaiola cittadina per affrontare innanzitutto una riflessione sulla personalità di chi poi indosserà i capi. Ed è proprio per questo che ogni abito è realizzato davvero per gratificare quanti ormai considerano l'atelier un luogo di svago. Luigi Dalcuore ancora oggi impugna di persona metro, forbici, gesso, ago, filo e ditale, gli ingredienti di una ricetta immutata da secoli, ma sempre moderna ed attuale. I suoi capispalla hanno qualcosa in più: la sintesi di quanto egli stesso ha avuto modo di esperire nei suoi numerosi viaggi in giro per l'Europa all'inizio della carriera. La nuova giacca, da allora, è stata sempre più richiesta tanto da valergli tra i suoi stessi colleghi una notorietà dovuta alla sua palese ambizione di non sottostare alle regole del comune senso della moda.



Che effetto fa essere così amato all'estero?

E' gratificante da un punto di vista lavorativo, ma soprattutto personale. Mi piace pensare che con il mio lavoro sto dando visibilità non solo al mio marchio ma anche alla mia città, a quella Napoli che lavora e che produce e che può

vantare una storia ed una tradizione che poche altre realtà nel mondo potrebbero mai uguagliare.

Da qui anche la scelta del nuovo testimonial?

Salvio Simeoli, l'attore napoletano protagonista di numerose fiction di successo da "Un posto al sole" a "La squadra" ed "Incantesimo" fino alla recente "Il restauratore", ha interpretato alla perfezione la nuova collezione. Lui del resto rappresenta Napoli in pellicole di successo, televisive e cinematografiche, ed è stato divertente vederlo posare al fianco di mia figlia **Cristina** per il fotografo di moda **Roberto Manetta** nella sede stessa del mio atelier di **Napoli**.

Un sogno nel cassetto?

Far conoscere la vera sartoria napoletana in tutto il mondo, e partecipare così allo sviluppo di un settore che da solo può garantire occupazione a tantissimi giovani, non solo per via diretta ma anche per via indiretta. Si pensi già all'indotto creato da quelli che in atelier chiamiamo i "Dalcuore Tour", ovvero le visite alla città da parte di clienti stranieri che investono quanto risparmiato trattando direttamente con noi per una vacanza nel **Golfo**.

E come intende realizzarlo?

Oggi è diventato facilissimo raggiungere utenti anche di località remote o

appartenenti a fasce sociali apparentemente irraggiungibili. L'importante è saper fare leva sulle giuste emozioni. Per questo ci siamo decisi recentemente ad un restyling del nostro sito internet, che naturalmente è anche in inglese, e devo dire che già solo in seguito a questa banale attività di comunicazione abbiamo visto moltiplicarsi le richieste di informazioni da parte di clienti stranieri. **Del resto, quando il prodotto vale, la domanda arriva sempre.**



Puoi trovare Dalcuore a:

• **Napoli**
Atelier Dalcuore
Palazzo San Teodoro, Via Riviera di Chiaia 281

• **Milano**
Showroom Dormeuil
Via Savona 97

• **Seul**
Boutique VilladelCorea
19 sungbuk-dong
sungbuk-gu

• **Tokyo**
Boutique Beams
Boutique L'Antico Guardaroba
2-5-8 Jinguame Shibuya-ku

Prossime aperture:
Abu Dhabi - Los Angeles - Shanghai

www.sartoriadalcuore.com
info@sartoriadalcuore.com
Tel. +39 0817645785

Sartoria
DALCUORE
NAPOLI - MILANO - TOKYO - SEUL

Temporary Shop: la rivoluzione commerciale

*Guerrina Lupo, fashion expert, ci parla del fenomeno dei temporary shop.
Un nuovo modo di fare shopping per i Clienti e un nuovo approccio di
marketing per le Aziende.*

di Lucia Zoppi

*Guerrina Lupo
presidente Spazio Shop Event,
consigliere Assotemporary ed
Assomoda*



Abbiamo incontrato **Guerrina Lupo**, titolare dello spazio "Shop & Event" di **Via Scarpa 9**, in zona **Vercelli**, un'area della "tranquilla e borghese" **Milano**, molto ben frequentata da clienti della zona e non solo, in una posizione strategica per ogni tipo di acquisto e per la raggiungibilità, appena al di fuori del ristretto Centro della città e dall'area C.

Cos'è il Temporary Shop Event Space?

E' la vera rivoluzione commerciale: una location in affitto temporaneo con la fruizione di una pluralità di servizi amministrativi e commerciali inclusi.

Cosa si può fare in un Temporary Shop

SPAZIO SHOP & EVENT

Event Space?

Una molteplicità di attività, a partire dalla vendita dei propri prodotti.

Inoltre si possono testare nuove e diverse fasce di consumatori finali, presentare la nuova collezione come in un proprio showroom, anticipare con speciali eventi nuovi prodotti, affacciarsi a nuovi mercati, delocalizzare l'Azienda

e prodotti in altra area o zona nell'ambito della stessa città, acquisire nuovi ordini, gestire le rimanenze di magazzino ai migliori prezzi di mercato, avere il vantaggio di non stocarle.

Nello spazio Shop&Event si possono organizzare anniversari pubblici e/o privati, momenti speciali aziendali, con una visibilità sia del marchio, sia del prodotto dell'Azienda.

Le spese per chi volesse intraprendere la strada del temporary shop sono ragionevoli?

In base all'esperienza degli eventi già svolti e delle statistiche di mercato, **conoscendo a monte il costo dell'operazione, l'Azienda investe consapevolmente, senza ulteriori rischi di spese impreviste con un'immediata visibilità e pubblicità, offrendo molteplici**

**Chi è Guerrina Lupo
Fashion Expert
National & International**

Componente dei Consigli Direttivi di Assomoda Italia, Moda & Sport e Assotemporary;
Esperienza pluriennale nel settore Fashion e Design;
Consulente amministrativa e commerciale;
Esperta nella gestione delle risorse Aziendali, nell'aumento fatturati, nell'ampliamento mercati e nella creazione e gestione reti vendita;
Distributrice di marchi abbigliamento e accessori nazionali ed esteri;
Ricerca di nuovi talenti emergenti nel settore della moda;
Organizzatrice di eventi anche in co-marketing;
Architetto di progetti di comunicazione e innovazione commerciale;
Consulente per la ricerca, pianificazione e gestione di Spazi per Temporary shop/showroom/event space.

servizi, e acquisendo nuovi clienti. Ma soprattutto rientra dell'investimento attraverso le vendite che durante il periodo di esposizione può effettuare e continuando a vendere e guadagnare con il suo stesso prodotto.

Inoltre, chi sceglie questa modalità commerciale si libera di tantissimi impegni, anche amministrativi...

Absolutamente sì! Rientrano nel pacchetto tutta una serie di obblighi tra cui posso elencare:
-registrazione contratto e trafilè burocratiche;
-pubblicità;
-allestimento;
-pulizia;
-reclutamento e gestione del personale;
-utenze energia elettrica e telefonica (pos e internet per l'attività nel punto vendita);



-gestione carico/scarico magazzino;
-gestione custode service, ecc.
E non dimentichiamo che se si condivide lo spazio con altre Società, si riduce il costo del Contratto di Temporary.

A chi si rivolge il Temporary Shop?

La tipologia dei fruitori è molto ampia. E' una soluzione intelligente per tutte le aziende commerciali, artigianali e di servizio. Ma anche istituzioni, associazioni o liberi professionisti possono trovare utile avere un proprio spazio di contatto e di visibilità per un tempo predeterminato.



**Spazio Shop Events
Milano, via Scarpa 9
(zona C.so Vercelli)
Contact: Guerrina Lupo
Tel. +39 338 9098927
e-mail: info@guerrinalupo.com
www.guerrinalupo.com
Skype: guerrinalupo1**



SPAZIO SHOP & EVENT

Location in via Scarpa 9 (zona Corso Vercelli) a Milano, con superficie commerciale di 80 mq divisi in due ampi locali paralleli e con due porte vetrine su strada.
Questa impostazione permette di ospitare contemporaneamente diverse Aziende anche con entrate separate, oppure usufruire dell'intero SPAZIO con una facilità di allestimento e disallestimento e con la possibilità di utilizzare tutti gli 80 mq come superficie marketing/commerciale.
Magazzino disponibile per lo stoccaggio delle merci e la gestione dei materiali di allestimento. Lo stesso magazzino, essendo un monolocale, si presta anche come ufficio privato per riunioni riservate.

Alcuni Servizi Erogati:

- Licenza per ogni tipologia di servizi e prodotti, incluso Food e Drink
- Registratore di cassa con reparti dedicati
- POS dedicato, Area WiFi
- Assicurazione rischi/terzi ed incendi
- Personale di vendita
- Personale per la gestione degli allestimenti e disallestimenti
- Allestimenti di base
- Contratti di consumi energetici sempre attivi
- Attività di marketing e commerciale ed organizzazione eventi
- Gestione delle vendite e del magazzino
- Comunicazione e ufficio stampa
- Mailing list



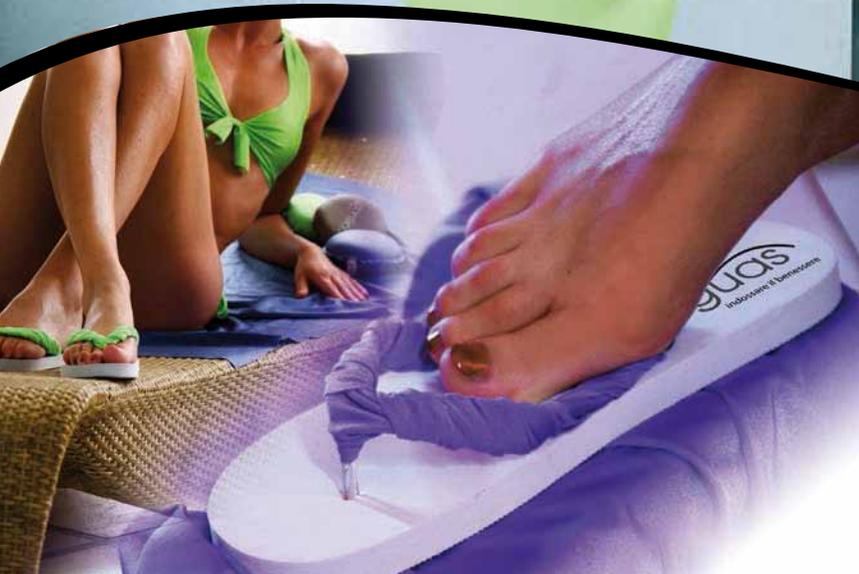
Inoltre, attraverso questa Temporary Retail Experience si potrà usufruire della pluriennale esperienza della sua Titolare Guerrina Lupo, Fashion expert e talent scout, al fine di strutturare lo start up di Aziende o New Designer.

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



Yulia Shesternikova

Arôme Concept Store Milano

www.aromegroup.it

di Lucia Zoppi



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 spe-

*a fianco: costumi per sauna e SPA
Pelledacqua by Daguas*

sotto: prodotti oleari Gelsomora

rimentare la moderna sinestesia dei sensi con la propria personale sensibilità: nello 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**.

"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, non dimenticando chi opera nel sociale devolvendo una percentuale su ogni acquisto effettuato ad iniziative non profit.



Arôme Concept Store 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 gli **aromi**, si fondono i **profumi**, si creano le **miscele di stili e fusioni di tendenze** in un **ambiente raffinato**, ma estremamente accogliente. Una libreria lounge insieme a componenti di arredo di famosi design, fashion, retrò, fiori danno vita ad uno **spazio poliedrico accogliente, punto di incontro per una clientela attenta ai particolari**. L'obiettivo non è solo vendere oggetti particolari, ma idee, stimolando i desideri e accarezzando i sensi nel massimo del relax, cercando qualcosa che ci appaghi tra le vetrine e gli scaffali. In questo particolare **Concept Store** viene infatti suggerita un'esperienza di vita, di approfondimento, di esplorazione e di scoperta attraverso una



Kseniya Bondar

Arôme Concept Store offre anche 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 **graphic 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.



Yulia Shesternikova



Arôme Concept Store
Via Nino Bixio, 1 - Milano
Tel. 02.89054712
Fax 02 89054712
email: info@aromegroup.com



Ballerini Chiambretti



Modelle



Luna Voce



Claudio Chiappucci



Jerry Calà



Mary Carbone



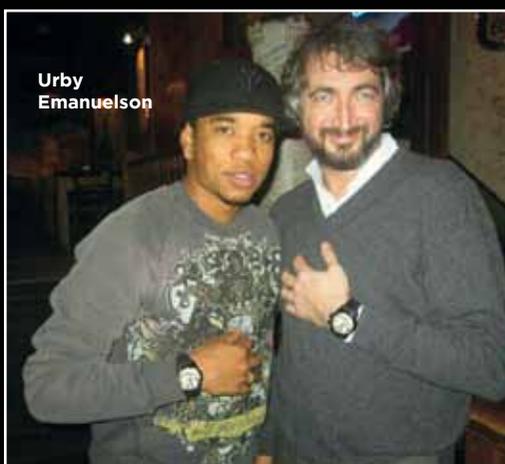
Franco Neri



I K E[®]
M I L A N O

watches
jewells

Real Time International s.r.l.
Via di Vittorio, 70 - 20026 - Novate Milanese (MI) Italy
Tel. +39 02 36533692 - Fax: +39 02 36534972
www.ike-milano.com - info@ike-milano.com
sito e-commerce: www.lovingwatches.com



Il Centro Personal Trainer nella tua Club House

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

Legge n.3 Forza Specifica

La Forza muscolare è la capacità che possiede il muscolo di esercitare la massima forza di contrazione contro un carico. L'allenamento per incrementare la Forza consiste in esercizi a carico periodico crescente, senza dimenticare alcune regole utili all'ottenimento di migliori risultati e a prevenire spiacevoli traumi e infiammazioni. Nel Golf la forza sviluppata richiede padronanza e coordinazione dei gesti e movimenti su piani diversi nello spazio. Livelli di forza superiore vi permetteranno una maggiore accelerazione alla mazza per far diventare il vostro swing vincente, senza esaurirvi nel corso delle 18 buche. Molta importanza deve essere data al miglioramento della coordinazione intermuscolare, la capacità di far interagire in modo ottimale i vari muscoli interessati nel gesto, e al potenziamento di quei muscoli che stabilizzano una parte del corpo (legge n.2 core training per il tronco), permettendo ad un'altra parte del corpo (generalmente gli arti) di esercitare forza. Nella corretta pianificazione degli allenamenti bisogna sempre dedicare dei periodi di potenziamento delle strutture tendinee e dei legamenti. Senza mai tralasciare l'importanza di allenare il corpo come un unico sistema muscolare inscindibile, si alleneranno i movimenti e non i singoli muscoli. Si porrà comunque particolare attenzione su dei muscoli specifici, particolarmente vocati a questo gesto atletico, i muscoli Deltoidi "spalle" e i muscoli Dorsali. E' importante quindi allenare questi muscoli i quali vi permetteranno di esprimere maggior forza e sicurezza nei movimenti. Verranno privilegiati gli esercizi a carico naturale, con i pesi liberi e attrezzi, che creano instabilità e adattamento più specifico al Golf, rispetto alle macchine che con il loro movimento guidato limiterebbero il risultato di adattamento alla Forza specifica dato dall'instabilità.

Nella prossima uscita la legge n.4 Cardio

Buon allenamento
Luca G. Bottoni
Direttore Art Personal Trainer





Gli integratori proteici

Vorrei affrontare oggi un argomento particolarmente delicato, perché oggetto di numerosi "misunderstanding" quando viene proposto ad atleti non professionisti oppure ad atleti che non fanno sport di forza: gli **integratori proteici**.

In commercio, infatti, esistono numerosissimi prodotti finalizzati all'integrazione di proteine riservati ad atleti di potenza come **wrestlers, sollevatori di peso e body builders**. In questi sport una dieta ricca di proteine costituisce infatti un presupposto essenziale per garantire la massima crescita muscolare.

Ma perché allora parlare di integratori proteici in uno sport come il golf, dove l'elasticità è invece la componente più importante?

Le proteine sono alla base della nostra muscolatura, sono i mattoni che ci permettono di essere performanti: uno **swing potente** è anche dato da un buon **tono muscolare**, tanto degli **addominali** quanto dei **muscoli dorsali**.

Negli integratori proteici la percentuale calorica fornita dalle proteine deve essere dominante rispetto a quella fornita dagli altri nutrienti in essi contenuti. In commercio, poi esistono integratori di proteine arricchiti con vitamina **B6** che grazie alla sua azione favorisce la metabolizzazione degli aminoacidi.

Quindi la domanda sorge spontanea: gli integratori di proteine sono utili in uno sport come il golf?

Gli integratori proteici vengono utilizzati con lo scopo di aumentare la massa muscolare: ipotesi scientificamente provata, tanto che la dose giornaliera di proteine consigliata per questi atleti si aggira tra il **grammo e mezzo** ed i **due grammi** per ogni **Kg di peso corporeo** (contro gli **1-1,2 g** consigliati per la popolazione normale).

Un atleta di ottanta chilogrammi normopeso avrebbe pertanto bisogno di circa 120-160 grammi di proteine al giorno.

Una simile quota proteica è essenziale per fronteggiare il continuo turnover proteico e per coadiuvare l'azione stimolante dell'esercizio fisico sulla sintesi di **ormoni anabolici** (GH, testosterone ed IGF-1).

Una dieta però **eccessivamente ricca di proteine**

di origine animale è correlata ad un aumento dell'incidenza di alcune forme tumorali come il cancro al colon. Tale relazione è dovuta in parte ai metodi di cottura e di conservazione utilizzati ed in parte al suo contenuto di grassi saturi ("il potere cancerogeno" maggiore è attribuito ai tagli più grassi di carne "rossa" mentre è decisamente inferiore per pesce e carni bianche). Vista in quest'ottica un'integrazione di proteine attraverso supplementi dietetici è particolarmente salutare poiché evita un eccessivo ricorso a fonti proteiche animali.

Quindi, uno spuntino a base di frutta e di un integratore proteico dopo una partita impegnativa di golf è più salutare rispetto ad un panino preparato con carne conservata (spesso



ricca, oltre che di grassi saturi, anche di nitriti e nitrati).

Numerosi sono poi i vantaggi degli integratori proteici: comodità di preparazione, assunzione e conservazione; buona digeribilità; possibilità di aumentare la quantità di proteine nella dieta contenendo l'assunzione di colesterolo e grassi saturi.

E' necessario però prestare attenzione, perché se assunti in dosi elevate ed abbinati ad una dieta già naturalmente iperproteica gli integratori di proteine, nella migliore dell'ipotesi, vengono impiegati soltanto in parte per aumentare la massa muscolare mentre una quota significativa viene "sprecata" per far fronte ad un eventuale deficit calorico o per essere accumulata sottoforma di tessuto adiposo di riserva.

Dato che nel nostro organismo non esistono depositi di proteine, l'eccesso proteico viene trasformato in grassi di deposito e le scorie eliminate attraverso la via renale, con inutile sovraccarico di questo organo che deve depurare il nostro organismo dagli acidi prodotti durante il processo di degradazione delle proteine introdotte.

Un prolungato utilizzo di questi integratori proteici, abbinato ad una dieta iperproteica può inoltre causare problemi metabolici importanti, come la perdita di calcio.

Inoltre, la metabolizzazione delle proteine richiede molti liquidi (quasi due volte di più che la metabolizzazione dei carboidrati e dei grassi) e può portare a disidratazione soprattutto se abbinata a pratica sportiva in ambienti caldi. Proprio per la loro tendenza a richiamare acqua, gli integratori di proteine possono causare crampi addominali e diarrea. Il consiglio è quindi quello di aumentare l'introduzione di liquidi, quando si decide di utilizzare questi prodotti.

Vanno ovviamente evitate assunzioni di integratori di proteine poco prima o durante l'esercizio (specie se aerobico di lunga durata) per evitare il dirottamento di flussi ematici verso l'apparato digerente.

A questo punto, è necessario scegliere l'integratore migliore, da utilizzare ovviamente dopo l'allenamento in associazione a carboidrati a medio ed alto indice glicemico per scatenare in questo modo una forte risposta insulinica, aumentando l'ingresso di aminoacidi nelle cellule muscolari.

Quindi, il **valore biologico (VB)** di una proteina è un parametro molto importante che ci indica la quantità di azoto effettivamente assorbito ed utilizzato al netto delle perdite (urinarie, fecali, cutanee ecc.). Una proteina che possiede un perfetto equilibrio tra aminoacidi assorbiti e tra aminoacidi ritenuti ha un valore biologico di **100** (maggiore è tale valore e maggiore è la qualità proteica). La proteina di riferimento è quella dell'uovo che presenta un **VB pari al 100%**

Valore biologico (VB)

- PROTEINE DEL SIERO DEL LATTE >100
- PROTEINE DELL'UOVO 100
- PROTEINE DEL LATTE >90
- PROTEINE DELLA CASEINA <80
- PROTEINE DELLA SOIA <75
- PROTEINE DEL GRANO <55

Le caseine:

nonostante la scarsa percentuale di aminoacidi ramificati queste proteine hanno il pregio di essere metabolizzate lentamente garantendo un rilascio graduale degli aminoacidi in essi contenute.

Le proteine della soia:

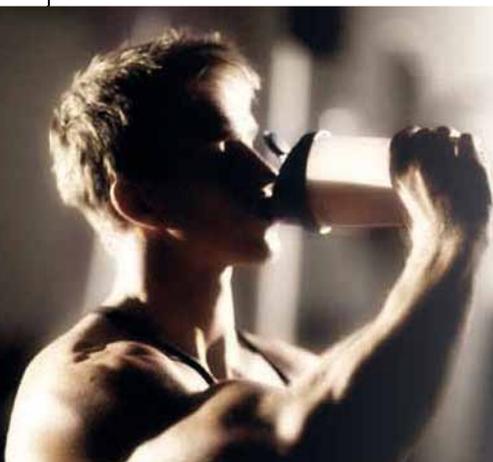
hanno un basso valore biologico, ma grazie al buon contenuto in glutammina, arginina e isoflavoni (sostanze con attività estrogenosimile in grado di prevenire cancro alla mammella, ipercolesterolemia ed utili per attenuare la sindrome climaterica) sono una valida alternativa alle tradizionali proteine del siero, soprattutto per chi segue una dieta vegetariana

Le proteine del grano:

come le proteine della soia sono ricche di glutammina ma troppo povere di lisina, un aminoacido essenziale

Le proteine dell'uovo:

hanno un ottimo spettro amminoacidico ma il loro costo elevato fa sì che vengano spesso sostituite con integratori di proteine del siero, molto più economici e dalla qualità altrettanto elevata.





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



Foto e servizio di Yulia Shesternikova visionabile al link www.golfpeople.eu/p=50986

Ristorante Ai Navigli
Riviera Tiso, 11 - Padova
35122 Padova
Tel. 049-8364060 - Fax 049-8364060
ainavigli@tiscali.it
www.ainavigli.com

Morire mangiando al Ristorante

In questo primo numero comincerei dall'argomento più ostico ma più attuale e di cui, essendo titolato a farlo, posso parlare con cognizione di causa:

le **allergie alimentari**: queste sconosciute, o perlomeno, abusate.

Abusate perché capita molte volte che i miei collaboratori di sala arrivino in cucina con l'ordinazione del tavolo e mi dicano: "attento Massimo che al tavolo 4 c'è un signore allergico"...

Si ma, benedetto signore del tavolo 4, vogliamo spiegare a cosa sei allergico? A quel punto intervegno sempre io al tavolo per porre, visto che sono da alcuni anni lo Chef di riferimento di **Food Allergy Italia**, le domande base, ovvero:

Lei è allergico o intollerante? Se allergico, ha con sé il farmaco salvavita? Sa per certo a cosa è allergico? Si tratta di allergia leggera o allergia grave, ovvero, la contaminazione aerea le provoca allergia? E via discorrendo... e si scopre poi che il signore del tavolo 4 non voleva l'aglio solo per un fatto di galanteria verso la compagna di cena....

Purtroppo, e non tutti lo sanno, compresi tanti ristoratori anche stellati, con l'allergia alimentare si MUORE....

L'allergia alimentare si differenzia dagli altri tipi di allergia perché l'ingestione, anche in quantità piccolissima dell'alimento "sbagliato" può essere LETALE.

Quando l'allergia alimentare coinvolge due o tre alimenti (per esempio latte e uovo, latte - uovo - grano), la ricerca di prodotti sostitutivi si complica enormemente rendendo estremamente difficile il mantenimento di una dieta rigorosa.

Bisogna informare il personale del Ristorante del problema e della necessità di avere un trattamento di riguardo. Tutto lo staff, sia di sala che di cucina deve essere consapevole che per evitare ingestioni accidentali di allergeni è necessario leggere sempre le etichette molto attentamente prima di far uso di cibi preconfezionati, perché potrebbero riportare diciture incomplete o elencare cibi in modo tecnico o scientifico, quindi poco comprensibili. **Gli ingredienti di un prodotto alimentare possono cambiare senza alcun preavviso del produttore e solo la professionalità di uno Chef preparato può salvare una vita.**

La manipolazione del cibo per un soggetto

Interni del Ristorante Ai Navigli

allergico richiede, infatti, molte attenzioni e comporta la necessità di adottare particolari norme igienico-sanitarie e scrupolose precauzioni procedurali durante l'allestimento del pasto.

La reazione allergica è una reazione immunitaria a sostanze normalmente innocue che il nostro corpo in determinati momenti comincia a percepire come pericolose. L'intolleranza invece è dovuta ad una carenza enzimatica (tipico esempio è l'intolleranza al lattosio dovuta alla carenza dell'enzima lattasi) o a meccanismi farmacologici o tossici.

Alle persone con allergie alimentari molto gravi, il contatto anche solo della bocca con piccole quantità di cibo può causare bruciore, rigonfiamento della lingua, edema (gonfiore) della gola che può portare al soffocamento, vomito, orticaria, pomfi diffusi, respiro affannoso e sibilante (asma), calo della pressione arteriosa e collasso cardiocircolatorio.

Questa reazione è detta di anafilassi o shock anafilattico può portare ad esiti gravi come la morte.

L'allergia alimentare colpisce il **6/8%** dei **bambini** ed il **2%** della **popolazione adulta** senza distinzione di razza.

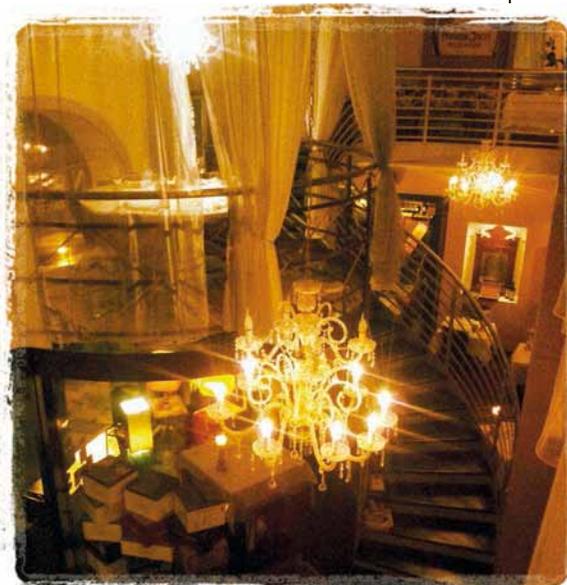
Anche se ogni cibo può essere un potenziale allergene per l'organismo, si è visto che nel 90% dei casi le reazioni allergiche sono causate da:

Latte, Uovo, Grano, Arachidi Noci o Nocciole, Soia, Pesce, Crostacei, Molluschi, Semi di Sesamo, Frutta, Verdura, Senape o Additivi.

In caso di reazione allergica grave, **l'iniezione di adrenalina rappresenta il trattamento di prima scelta.** Essa è infatti in grado di inibire il rilascio dei mediatori responsabili dell'infiammazione dalle **mast cellule** e dai **basofili** e **inibisce direttamente la vasodilatazione, l'edema e la broncoostrizione.**

L'adrenalina deve essere somministrata alla comparsa dei sintomi come voce roca, nausea, vomito e quando si manifestano i sintomi di difficoltà respiratoria, respiro sibilante e/o collasso.

Gli antistaminici non possono essere considerati sostituti dell'adrenalina anche se possono aiutare



a contrastare l'orticaria e gli altri sintomi connessi alla reazione di anafilassi.

Una reazione di anafilassi generalmente può essere **monofasica** o **bifasica**.

Nel primo caso si ha una progressione rapida e prolungata dei sintomi; nel secondo caso, le manifestazioni iniziali sono seguite da un periodo - che può durare anche due ore - relativamente privo di sintomi per poi arrivare a ipotensione, problemi respiratori o entrambi.

Se dopo somministrazione di adrenalina si ha la risoluzione completa dei sintomi è comunque importante trasportare il paziente all'ospedale più vicino dove potrà essere adeguatamente monitorato per un periodo che varia dalle tre alle sei ore.

Interni del Ristorante Ai Navigli



da sinistra: Caterina Prearo De Vecchi presidente Golf Club Ca' della Nave, Luisa Fortuny stilista internazionale, Erica Ceccarello direzione Officine Bano, Massimo Biale, Maria Grazia Borelli

Massimo Biale è nato a Savona il 20 febbraio 1966 ed è Chef Patron del Ristorante AI NAVIGLI di Padova, Consigliere Provincia di Padova della Federazione Italiana Cuochi, Membro attivo della Chaîne des Rôtisseurs, Chef di Food Allergy Italia ed è l'ideatore di "Tuo per Un Giorno" e diventi Chef nel Suo Ristorante....

Per eventuali domande o consigli potete scrivere a Chef Massimo Biale - email: info@golfpeople.eu



Passa da **ObiettivoDentale**



il caffè lo offriamo noi!

**A tutti un controllo gratuito
e un utilissimo regalo**

**Pogliano Milanese (Mi)
Via Morgagni, 40**



ObiettivoDentale
YOUR DENTIST



L'alimentazione del golfista



Dal momento che una gara di golf dura in media **4 o 5 ore**, è necessaria un'**alimentazione corretta** ma anche **ben distribuita**. I pasti della giornata golfistica devono essere ripartiti e composti in modo che il giocatore, dall'inizio alla fine del percorso, si senta in pieno benessere, e non accusi fatica e, caso più grave non vada incontro ad ipoglicemia.

Non sono consigliati pasti copiosi e pesanti; bisogna prevedere spuntini con barrette energetiche e bevande per il reintegro dei liquidi perduti (**in una giornata ventosa di sole la disidratazione può essere di 500-600 ml/ora**); la disidratazione riduce notevolmente l'efficienza muscolare.

La dieta del golfista in attività comprende il 15% di proteine, 25% di lipidi, 60% di carboidrati, con una decisiva preponderanza dei polisaccaridi (riso, pasta, pane integrale, patate) su mono e disaccaridi. Gli alimenti devono garantire le dosi raccomandate di oligo-elementi.

A seconda dell'orario di partenza e del numero di buche (18 o 9) il golfista dovrà valutare una **strategia di alimentazione e di reidratazione**.

Aspettando la competizione, si possono prendere delle piccole razioni di zuccheri complessi, ad esempio in fruttosio (frutta) e si

consiglia di **bere acqua ogni**

30 minuti. Bisogna stare

attenti agli zuccheri

rapidi (**in partico-**

colare al glu-

cosio), che non

devono essere

presi prima del-

la prova per non

ritrovarsi nella fase

ipoglicemica che

avviene rapidamente

dopo un'iperglicemia. Ciò

non è da tenere in considerazione se l'ultimo pasto era ricco in zuccheri complessi. **La miglior**

formula è quella di diluire del succo di mela e acqua (50 e 50) e utilizzare questa bevanda prima della prova perché è ricca in glucosio e fruttosio

I rifornimenti:

Sono indispensabili se la prova dura più di 90 minuti, si consiglia una bevanda zuccherata (**glucosio+saccarosio+fruttosio in una quan-**

tità di circa 60-80 g/l) e

leggermente salata, ov-

vero isotonica e quindi

facilmente assimilabi-

le dall'organismo: ciò

permette l'utilizzo di

questa energia 20 minuti dopo l'introduzione. Si consiglia di aumentare lo zucchero 5100 g/l) se la temperatura ambiente è bassa. **Si consiglia di bere regolarmente ogni 10-15 minuti una bibita - se possibile - a 15°C perché l'assorbimento sia ideale. Il glucosio ed il saccarosio sono assorbiti direttamente dal muscolo durante lo sforzo: il fruttosio invece è utilizzato dal fegato per risintetizzare il glicogeno. Un metodo più semplice è bere del succo d'uva diluito con acqua (50 e 50) al quale viene aggiunto un pizzico di sale.**

Il recupero :

Nella fase di recupero, conviene rinnovare in fretta lo stock di glicogeno. **Si consiglia di bere ogni 15 minuti una bibita ricca in fruttosio e glucosio per le prime 4 ore.** Ciò verrà assorbito in fretta in quanto l'insulina nel sangue è molto presente dopo la prova sportiva. Come alimenti, si inizierà con degli zuccheri semplici per rimpiazzarli con degli zuccheri più complessi. Per



lo sportivo che ha praticato uno sport di forza, l'apporto di proteine non deve tuttavia superare il 35% dell'apporto calorico totale, privilegiando sempre le proteine animali o vegetali, che hanno una qualità nutrizionale inferiore. In teoria non si dovrebbero superare i 2 gr. di

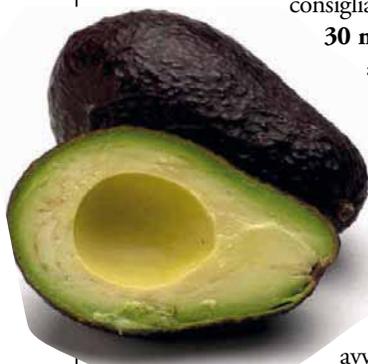


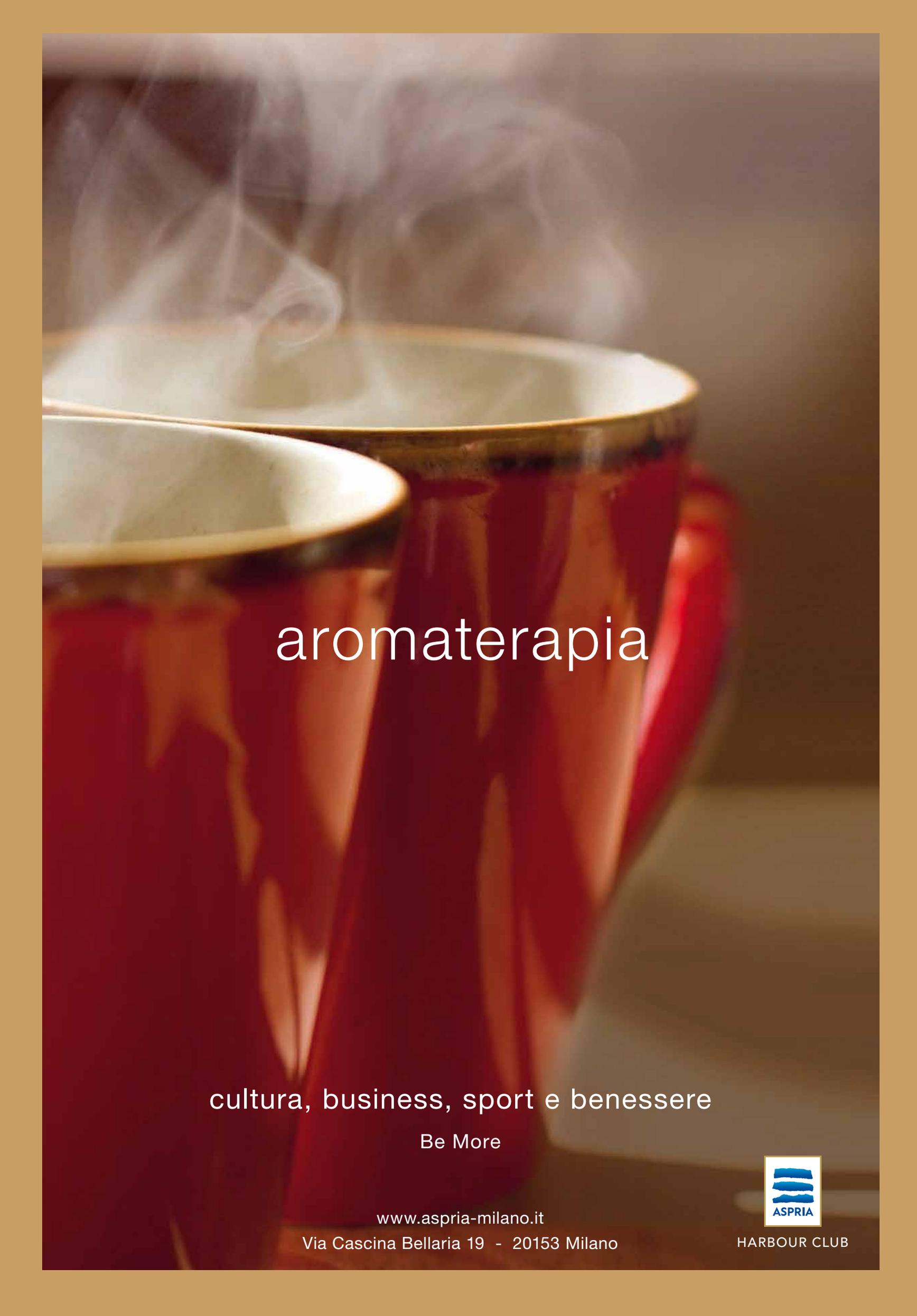
proteine per chilo di peso corporeo al giorno. L'apporto dovuto ai supplementi proteici (polveri iperproteiche) non dovrebbero superare 1 gr. di proteine per chilo e per giorno, e max 60 gr al giorno in totale (per non andare incontro ad un problema di assorbimento). Nessuna prova scientifica ha permesso di mostrare che alcuni aminoacidi siano più suscettibili di altri nel permettere una sintesi proteica muscolare (**raccomandazione del 18 giugno 1997 del CEDAP**). L'eccesso incontrollato di apporto di proteine comporta una trasformazione in acidi grassi di riserva, in urea ed ammoniaca di cui è ben conosciuta la tossicità e comporta anche una perdita di calcio nelle urine. **Per concludere, l'apporto di proteine necessita una idratazione ottimale, sempre superiore al litro e mezzo di acqua al giorno.** Per gli sportivi che si allenano in altitudine (**in ipossia**) è necessaria una buona idratazione associata ad un supplemento in antiossidanti (**in particolare vitamina A,C,E**) e in proteine.



L'alimentazione del golfista in 10 punti

- 1) Evitare la caffeina (caffè, cola...) e l'alcol, soprattutto in prossimità di una gara. Entrambe le sostanze sono diuretiche e possono causare una perdita di liquidi, influenzando negativamente sul rendimento. Il caffè provoca, inoltre, un eccesso di stimolazioni al cervello e ai muscoli e può far perdere il completo controllo dello swing. Un eccessivo consumo di alcol può, invece, incidere negativamente sulla coordinazione.
- 2) Evitare di mangiare grandi quantità di cibo nelle due ore che precedono la gara. I processi di digestione richiedono un afflusso di sangue che, in questo modo, viene sottratto alla concentrazione e alle prestazioni fisiche. Consumare, piuttosto, un pasto dalle tre alle due ore prima di giocare.
- 3) Non saltare i pasti. I golfisti necessitano di un rilascio di energia lento e graduale per affrontare le lunghe ore di gioco: piccoli pasti aiuteranno a innalzare il metabolismo.
- 4) Fare 5 o 6 piccoli pasti nell'arco della giornata.
- 5) Bere molta acqua: almeno 8/10 bicchieri ogni giorno. Bere anche durante la gara per mantenere l'idratazione, soprattutto nei mesi più caldi.
- 6) Combinare carboidrati, proteine e grassi in modo equilibrato ad ogni pasto.
- 7) Durante il gioco, è meglio portare con sé uno snack e non fermarsi a mangiare alla buvette.
- 8) Evitare cibi molto elaborati e ricchi di zuccheri perché tendono a causare picchi di zuccheri che si esauriscono in fretta, lasciando posto alla fatica.
- 9) Non assaggiare nuovi cibi proprio prima di una gara, ma consumare quelli che già si conoscono e che si è certi di tollerare bene.
- 10) Preferire pasti semplici: frutta, barrette energetiche o un po' di frutta secca saranno più che sufficienti per dare sostegno durante la gara.





aromaterapia

cultura, business, sport e benessere

Be More

www.aspria-milano.it

Via Cascina Bellaria 19 - 20153 Milano



HARBOUR CLUB



Foto di Stefano Merlini e Yulia Shesternikova

L'evoluzione della specie

C'era una volta lo stabilimento balneare da frequentare solo e soltanto per crogiolarsi al sole, fare il bagno e rilassarsi sulla sedia a sdraio. **Dimenticatevelo.** Adesso, lo stazionamento on the beach prevede mercatini etnici, reading poetici, palestra, aperitivi musicali, biblioteche, vasche per idromassaggio, gioco del golf sulla sabbia e balli notturni con lettini utilizzati come cubi da discoteca. E c'era una volta l'agriturismo dell'entroterra, quello da scegliere per assaporare la pace dei campi, mostrare ai bambini galline e oche, comprare prodotti naturali e sperimentare il trekking. **Resettatevi.** Ora, campagne e cascine sono la sede ideale per seminari di cucina macrobiotica, giri in mongolfiera, lezioni di yoga, musica live di matrice etno-jazz e menu afrodisiaci. Bastano questi due esempi per spiegare quanto il mondo del loisir stia cambiando, tanto nelle strutture quanto nelle aspettative della gente. Ovvio, quindi, che una rivoluzione di siffatta portata, iniziata quindici anni fa, fosse destinata a modificare, anzi a sconvolgere il fin troppo tranquillo tran tran del microcosmo golfistico, il cui processo evolutivo prende le mosse, con la consueta calma olimpica, nel 2007 quando, nella mia annuale Guida al Piacere e al Divertimento, giunta ormai quest'anno alla sedicesima edizione, testimoniai la lenta avanzata ed il clamoroso successo dei ristoranti con vista sul green. Questi si apprestavano a rubare spazio e attenzioni ai locali dotati di vedute panoramiche su mare, lago e monti. Cà Daffan di Arzignano (VI), Tavernetta al Castello di Capriva del Friuli (GO) e Spaccasassi di Sirolo (AN) si rivelarono gli apripista di un nuovo trend, al pari del Riviera Golf Resort di San Giovanni in Marignano (RN), prima struttura a credere contemporaneamente in ristorante, spa, design modernista e party danzanti al chiar di luna. Grazie ai magnifici 4, il grande pubblico poté esaudire la sempiterna voglia di varcare la soglia e godersi appieno, anche se per poche ore, l'innegabile fascino di strutture da sempre riservate a pochi eletti. **Nonostante le avvisaglie fossero ottime, l'apertura dei campi da golf al mondo non è però proseguita nella maniera rapida ed efficace che sarebbe stato lecito attendersi.** Molte, troppe sono state le strutture che hanno pensato bene di rimanere chiuse in sé stesse, senza adeguarsi al fluire non solo delle mode, ma anche degli usi e consumi della società moderna. Nemmeno a farlo apposta, sono proprio quelle le strutture che,

al momento, più stanno pagando in termine di arretratezza, scarso appeal e totale impreparazione dinanzi alla crisi economica. A tenere botta ed a navigare a vele spiegate sono i circoli dotati di club house open source, in grado di riprendere le fila di un trend avviato oltre un lustro fa. Le feste del Ca' della Nave di Martellago (VE) e gli eventi del Villa Airoidi di Palermo ne sono un esempio, ma un ulteriore segnale positivo arriva dal fatto che una vecchia volpe delle piste da ballo, quel Puccio Gallo che diede vita allo storico Sesto Senso di



Cena riservata Arte&Golf Garda Golf Country Club. Da sinistra: Marco Brunella, Ivana Romanello, Bianca Maria Miola Vecelli, Stefano Masullo, Emilio Palmiero, Carlo Carozza, Regina Salpagarova, Ermanno Basilio, Rosi Panté, Maria Grazia Borelli, Dario Bartolini

Desenzano, abbia scelto il Borgo Machedto Golf Country Club, anch'esso di Desenzano (BS), per ospitare la sua ridiscesa in campo con il progetto Dolce Vita, one night del venerdì notte. Non di soli dj può vivere una club house, però. Sarebbe sbagliato pensarlo, perché ogni circolo ha la propria storia, posizione, configurazione ed attitudine. Del resto, tante sono le carte da giocare per entrare davvero nel Terzo Millennio: le filosofie vitali, gli appuntamenti seriali, le



sopra da sinistra: Luisa Fortuny stilista internazionale, Caterina Prearo De Vecchi presidente Golf Club Cà della Neve, Stefano Masullo, Maria Grazia Borelli, Andrea Micalizzi, assessore al verde Comune di Padova, Massimo Biale chef titolare Ai Navigli Padova, Yulia Shesternikova, Luca Bano direttore Officine Bano, Erica Ceccarello direzione Officine Bano

manifestazioni e gli eventi da privilegiare vanno scelti a seconda di precise strategie societarie. Che possono tener conto di pubblico, sponsor e media in proporzioni differenti, a seconda delle varie esigenze. **Da queste pagine lanceremo trend, suggeriremo idee, segnaleremo iniziative à la page, recensiremo ristoranti, fino a farne una guida ad hoc e bacchetteremo senza alcun timore e con rigorosa severità le strutture refrattarie al nuovo.** Spazieremo dalle iniziative di successo alle cucine imbarazzanti, dai centri benessere ad alto tasso di relax ai barman che non sanno fare un drink come Dio comanda, dagli staff affiatati ai titolari refrattari... Perché c'è tutto un mondo intorno al golf giocato! **Stay tuned.**





I BENEFICI DELLA SAUNA



GRANDI RISULTATI IN BREVE TEMPO

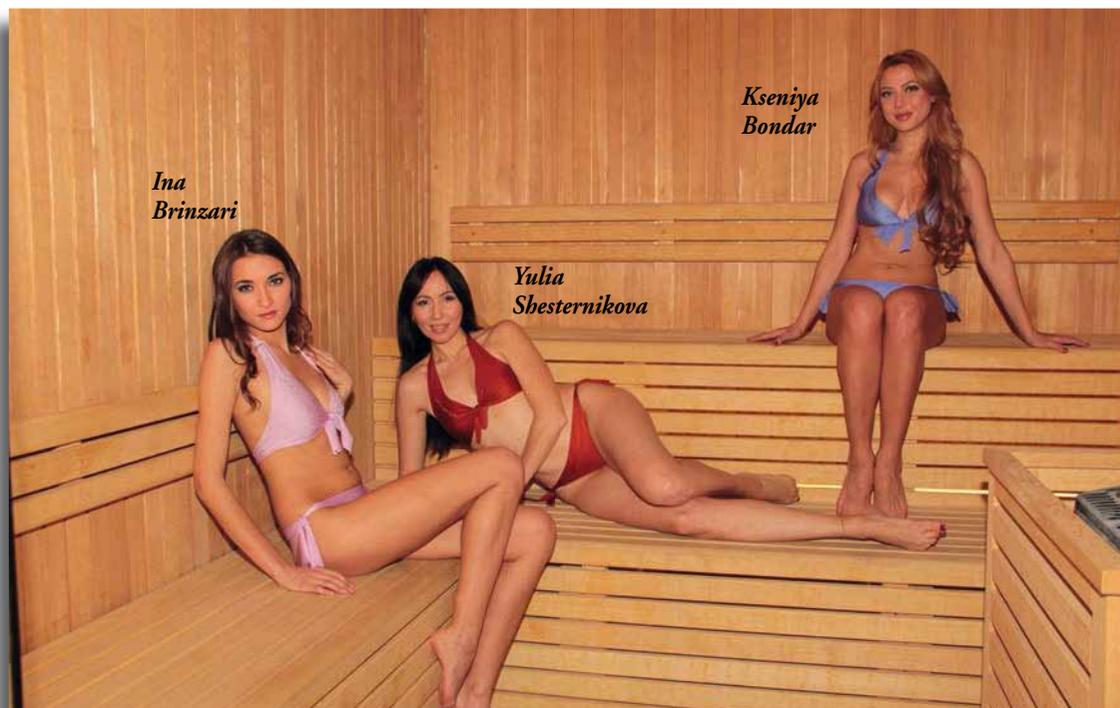
Da un'analisi statistica risulta che Daguas, in soli 30 mesi, ha moltiplicato più di 5 volte il volume di visibilità dei suoi utenti nel web.

Tutto questo grazie al costante impegno e alla passione che di giorno in giorno ci permettono di farvi conoscere i nostri prodotti.

La sauna disintossica in profondità, quindi rende la pelle luminosa e trasparente ed i tessuti maggiormente elastici. Il bagno di calore, inoltre, favorisce il rilassamento e aiuta il sonno notturno. Infine, vengono migliorate la circolazione sanguigna e linfatica e aumenta la attività della pelle, dei tessuti e delle ghiandole. In pratica la sauna equivale ad una profonda pulizia di tutto

il corpo e rende la pelle maggiormente resistente agli agenti atmosferici, dal freddo al caldo, dal vento allo smog. **Non esiste un momento adatto per fare un bagno di vapore; è comunque indispensabile, per godere dei benefici, avere tempo per farlo bene e con calma.** Per quanto riguarda il mangiare, è più che sufficiente uno spuntino leggero con yogurt e frutta. Una tisana calda, bevuta prima di iniziare la sauna, aiuta a sudare. Al termine del trattamento è opportuno calmare la sete con succhi, tisane ed acqua, evitando ovviamente le bevande alcoliche. **Prima di**

entrare nella sauna è opportuno farsi una doccia, insaponandosi bene con il sapone. Questo consente di preparare la pelle con i pori ben aperti e facilita il rilassamento di tutto il corpo. **I TEMPI CONSIGLIATI** solitamente, perché una sauna sia efficace, servono un paio di passaggi. La temperatura sufficiente per una buona traspirazione deve raggiungere almeno **gli 80°**. E' opportuno che il primo passaggio non superi i **dieci minuti**, anzi, le prime volte è meglio evitare il vapore perché l'aria, diventata improvvisamente calda e umida, potrebbe infastidire: in questo





caso basta non versare acqua sulle pietre della stufa. Per evitare giramenti di testa, prima di uscire ci si deve alzare dalla panchina molto lentamente. Una volta usciti dalla sauna, si fa una doccia con acqua fredda (il getto deve essere dolce) che riporti a livelli normali la temperatura corporea. Viene, poi, il momento del riposo: avvolti in un accappatoio o con l'aiuto di coperte, ci si stende sul lettino. Questo tempo, non più di quindici minuti, può essere impiegato anche per schiacciare un sonnellino. Si torna, infine, nella sauna per il secondo passaggio (circa altri dieci minuti) stando attenti a ripetere i medesimi accorgimenti. Al termine la pelle sarà più morbida ed elastica: un buon latte vegetale (una crema idratante a base di erbe) potrà concludere il trattamento. **BERE È IMPORTANTE** con il sudore, nella sauna si disperdono i liquidi corporei e i sali minerali. Diventa quindi fondamentale reintegrare quanto perso. Sono messe al bando le bevande zuccherate, stimolanti e, soprattutto, quelle alcoliche, non solo durante, ma anche prima e dopo la sauna. Tra le bibite indicate ci sono acqua non gasata, tisane di lampone, malva, ortica, tiglio, succhi di frutta o di verdura. Il momento più indicato per bere è, comunque, dopo la sauna. **EFFETTI BENEFICI** non esiste una statistica che rileva i benefici psichici della sauna, tuttavia, pressoché univocamente si sostiene che dopo un bagno si provano rilassamento psico-fisico, diminuzione di ansia, e sensazione di energia. L'abbondante sudorazione provocata dalla sauna elimina circa un litro d'acqua e pulisce a fondo la pelle, rimuovendo impurità e sostanze tossiche. È evidente, però, che la perdita di liquidi va reintegrata al termine bevendo tisane e succhi di frut-

ta. **La sauna, dunque, non «fa» dimagrire, ma certamente contribuisce a migliorare ricambio e metabolismo** - Gli effetti benefici della sauna intervengono anche su cuore, sulla circolazione, sulla pelle e sulla respirazione e migliorano la resistenza alle infezioni, quali sinusiti, raffreddori ed influenze. **CONTROINDICAZIONI PER LA SAUNA**, è bene che le persone che soffrono di ipertensione, di affezioni polmonari o cardia-

Sopra, da sinistra: Alberto Limonta maestro di Golf Salsomaggiore, Ina Brinzari, Daniela Sandoni fondatore e presidente Daguas, Kseniya Bondar, Yulia Shesternikova.

che e di problemi circolatori evitino la sauna. Tuttavia, per i neofiti, è sempre opportuno chiedere consiglio al proprio medico di fiducia prima di iniziare il trattamento con i bagni di calore.



Intimo: Yuppi Doll, Costumi: Daguas, Scarpe: GI.MA. Fashion Group SpA, Pantaloni: Par72, Polo, giubbotti, cappellini: Mulligan & Co, Orologi: IKE Milano

Yulia Shesternikova, Kseniya Bondar e Ina Brinzari, seguite da Alberto Limonta, PGA, Maestro Federale di Golf per ben 2 volte Campione Italiano a squadre con il Golf Club Villa d'Este, hanno trascorso una splendida giornata di golf e relax indossando i costumi Pelledacqua by Daguas, l'abbigliamento sportivo Mulligan & Co e Par 72, l'intimo Yuppi Doll e le calzature GI.MA Fashion Group SpA nel centro benessere del Ramada Plaza di Milano firmato da Angelo Caroli, calcando un putting green di 7 buche in erba artificiale, il primo ed unico a Milano, firmato da Nicklaus Design e costruito da Brilliant 8.



daguas
indossare il benessere

Daguas

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

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 - info@euroflow.it

Performance...

Come rendere di più?

Yulia Shesternikova intervista Gianromano Siviero

Potevo fare di più! Quante volte finita una gara ci siamo detti questa frase?

Quante volte abbiamo avuto la netta sensazione di non aver dato il 100%?

Il problema primario di chi pratica sport, dall'amatore al professionista, è da sempre quello di migliorare la propria prestazione, di dare il massimo di cui si dispone.

"Avrei dovuto metterci più energia!!"

Ma dove recuperare l'energia che avremmo dovuto mettere in più?

I giornali sono pieni di notizie su atleti che ricorrono ad artefici chimici, a sostanze dopanti, ignorando le pesanti **ripercussioni** su **organismo** e **salute**.

Ma allora come si può aumentare la propria prestazione salvaguardando la salute?

Il più delle volte l'energia che ci serve è già dentro di noi ma inutilizzata.

Lo studio di terapie energetiche, e la pratica di molti sport mi ha portato a creare il **Riequilibrio Energetico Globale (R.E.G.)**.

Il **R.E.G.** si prefigge di migliorare in modo naturale, ed estremamente personalizzato, il benessere psicofisico dell'atleta consentendogli di **performare al 100% delle proprie possibilità**.

Personalizzato?

Certo, ogni individuo è unico e irripetibile, e come tale va trattato.

Parlaci meglio del "R.E.G."

Il **R.E.G.** affonda le sue origini in consolidate quanto innovative ricerche in campo ingegneristico e di biologia molecolare.

Esse hanno dimostrato l'esistenza di **veri e propri campi elettromagnetici che costituiscono e regolano il nostro organismo e la nostra esistenza**.

Entrando in contatto con elementi perturbanti, tali campi possono subire alterazioni e spostamenti, influenzando il nostro **BEN-ESSERE**.

Attraverso studi, e ricerche personali, ho ampliato questi concetti, rendendoli applicabili al mondo dello sport, con protocolli specifici.

Come agisce?

Quotidianamente subiamo aggressioni di diversa natura: stress, smog, telefonini, alimentazione scorretta, emozioni, etc, il **nostro corpo reagisce attraverso il sistema energetico cercando di ristabilire l'equilibrio**.

Quando l'intensità dell'aggressione è troppo elevata o prolungata nel tempo, si creano dei veri e propri spostamenti dei nostri campi energetici.

Tali spostamenti necessitano di una compensazione, come la nostra auto quando la convergenza viene alterata e per andare dritti ci troviamo a guidare con il volante storto.

Una sorta di muro contenitivo che, per arginare il problema, necessita dell'impiego costante di una parte della nostra energia.

Perché è importante?

Pensate al nostro corpo come a un computer sul quale apriamo continuamente programmi. Il risul-



sopra Yulia Shesternikova e Gianromano Siviero

tato sarà un rallentamento delle nostre funzioni, la mente si confonde, le nostre risorse si disperdono, performare al massimo livello diventa impossibile.

Il **Riequilibrio Energetico Globale** identifica le aree alterate e provvede con opportuni interventi ad annullare le compensazioni che il nostro corpo ha dovuto mettere in atto, ad abbattere i muri. In questo modo le energie che prima erano bloccate, tornano ad essere disponibili per altri impieghi.

Quali sono i benefici per l'atleta?

I miglioramenti sino ad oggi riscontrati in **atleti di diverse discipline** trattati con il **REG** sono stati:

Miglioramento della forza fisica, derivante dalla ottimizzazione del flusso energetico, miglioramenti oggettivi di salti, velocità, rotazione, lanci, rapidità e precisione di esecuzione.

Miglioramento della concentrazione: la mente viene maggiormente irrorata e questo porta a una capacità analitica superiore.

Maggiore resistenza allo stress, sia nei confronti della vita quotidiana, sia dovuta a carichi di allenamento, stress da competizione, paura del pubblico o della gara.

Recupero consente recuperi più rapidi tra una competizione e l'altra. Ottimizza la gestione di problematiche derivanti da sforzo muscolare e affaticamento generale, mantenendo il corpo più reattivo.

Flessibilità: Il trattamento è interdisciplinare, si integra perfettamente con eventuali programmi specifici di alimentazione, preparazione fisica o psicologica già presenti, senza alterarli o prevaricarli, ma potenziandone gli effetti.

Controindicazioni?

Nessuna controindicazione! La tecnica non è invasiva! Si agisce unicamente sulla dimensione energetica e con rimedi naturali. Per eventuali patologie conclamate consiglio un consulto medico.

Chi lo deve fare?

Dall'amatore al professionista di fama mondiale riequilibrare costantemente le proprie energie è indispensabile per **ottimizzare la prestazione**. **Un atleta avrà la possibilità di esprimersi sempre al 100% delle proprie potenzialità psicofisiche**, cosa che in una situazione normale, o solo con l'allenamento, raramente avviene. Tutto questo salvaguardando la propria salute e il proprio ben-essere.

Quindi solo gli sportivi?

Absolutamente no! In egual misura chiunque voglia migliorare la propria **QUALITÀ DI VITA** può rivolgersi con fiducia a questa tecnica.

Ogni giorno la nostra energia ci mette in condizione di creare miliardi di connessioni cellulari, neuronali, muscolari, di muoverci, parlare, di fare sport, di farci sentire vivi e in salute, ecco perché è indispensabile ottimizzarla attraverso il **Riequilibrio Energetico Globale**.

Gianromano Siviero è masso-terapeuta, naturopata bioenergetico, operatore di tecniche di massaggio orientale, shiatsu terapeuta, massaggiatore abilitato F.I.G.C., laureando in scienze motorie, ricercatore in campo sportivo, esperto nel riequilibrio energetico, allenatore FIPAV, 2° dan karate. dopo 20 anni di studi sul sistema energetico dell'uomo e aver praticato tantissimi sport, nel 2000 ha integrato le sue molteplici esperienze creando il Personal Trainer Energetico (P.T.E.), figura indispensabile all'atleta per performare al 100% delle proprie possibilità. Per informazioni: gianromano.siviero@tiscali.it - cell. 3463056527

a lato: Federico Greco GLMA Fashion Group SpA, premio Serena Fumaria direttore marketing Bjorn Borg

Foto di Lino Minniti



sotto da sinistra: Luca Rivelli presidente e fondatore IKE Milano, premio Nicola Di Lisa



Fiat Open Lounge Allianz Bank SpA

Golf People Club Magazine, ha concluso la stagione 2012 realizzando un esclusivo e prestigioso evento riservato agli **inserzionisti** ed ai **partner commerciali** della struttura, al fine di **sviluppare relazioni personali e professionali**.

Finanza, Golf, Arte & Enogastronomia, una serata caratterizzata da eleganza e raffinatezza, organizzata in partnership con **Allianz Bank Financial Advisors SpA** ed in particolare con

il gruppo di **Rho** guidato da **Ivano Vasco**, un salotto, dove **oltre 400 ospiti**, espressione della **migliore borghesia e nobiltà milanese**, nella cornice del **Fiat Open Lounge**, hanno potuto assaporare un sopraffino percorso enogastronomico curato da **Minoli**, salumieri di **Gallarate dal 1900**, divertirsi con una ricca estrazione di elevatissimo livello qualitativo, salutati ed accolti dai membri di **Pictet & Cie**, banchieri privati svizzeri dal **1805**.



sopra da sinistra: Luca Giardello country manager Warstein Italia, due ospiti di Warstein Italia, Silvia Serpelloni brand manager Warstein Italia

a lato da sinistra: Elena Dimitrova, Regina Salpagarova Top model internazionale Golf Mate di copertina, Nella Petych, Nausica Re imprenditore e Golf Mate Blue Jacket



sopra: Regina Salpagarova



a lato: Cristina Bolzonella vincitrice di un lingotto d'oro, Luca Mercatali consigliere delegato BMPI Banco metalli Prezioni per investimenti SpA



a lato: Ospite vincitrice scarpe su misura GLMA Fashion Group



a lato: Matilde Calamai scrittrice, attrice, presentatrice televisiva prima GolfMate di copertina del numero uno di Golf People Club Magazine

sotto da sinistra: Andrea Benagiano presidente Pasta Benagiano, Pamela Banguera modella e Golf Mate, Stefano Masullo, Saverio Buttigione direttore editoriale Slow Economy



a lato: Ospite vincitrice bigiotteria Parure





a sinistra: Giancarlo Savinelli presidente Par 72, Regina Salpagarova, Andrea Carollo direttore generale Tisanoreica



sotto da sinistra: Edith Mayerhofer, Marco Ricordini direttore Golf&Country Valcurone, Aldo Invitti di Conca, Dario Bartolini, Stefano Masullo, Bianca Maria Miola Vecelli

sopra da sinistra: Regina Salpagarova, Maria Grazia Borelli, Attilio Posa amministratore delegato StampaSud SpA, Saverio Buttiglione direttore editoriale Slow Economy



sotto da sinistra: Maria Grazia Borelli, Bianca Maria Miola Vecelli, Matilde Calamai, Stefano Masullo, Ivano Vasco, Marco Ferro head of investment advisor Picket & Cie



Marco Brunella

Sonia Castelli



Valentina Bartolini vincitrice di un orologio Orologi IKE Milano

a sinistra: Elisabetta Bertini golfista professionista vincitrice sacca PAR 72



sopra: Stefano Lorato amministratore delegato Kielima Capital con la moglie



Lilia Tosetti

Daniela Zingaretti Pia Vegetti

Stefano Galli direttore commerciale PAR72

Nausica Re



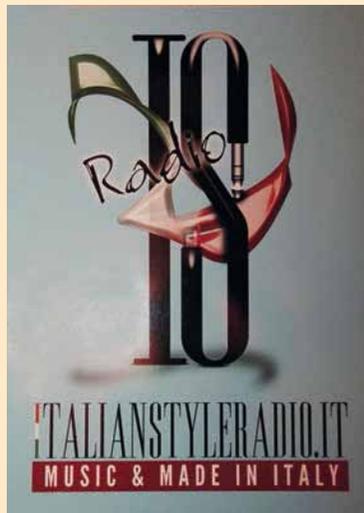
sotto da sinistra: Bianca Maria Miola Vecelli, Matilde Calamai, Aldo Invitti di Conca consigliere Golf Club Monticello, Stefano Masullo, Ivano Vasco manager Allianz Bank SpA



a sinistra: Roberto Jonghi Lavarini, contessa Pinina Garavaglia



Golf People Club Magazine, ha consolidato il consueto eclatante successo di **gradimento** e di **ascolti**, registrando tra le **21:00 e le 23:00** il picco massimo di ascolti della giornata, oltre **7.000 accessi** da tutto il mondo, con la trasmissione denominata **Club House – Non Solo Golf**, un **nuovissimo format** di informazione ed intrattenimento, unico e particolare per il **panorama italiano**, dedicato al **golf**, all'**enogastronomia**, al **turismo**, alla **cultura** ed alle **bellezze femminili**, tutto **Made in Italy**, trasmesso ogni **Lunedì**, rigorosamente in diretta dalle **21:00 alle 23:00** dall'**emittente radiofonica internet** ascoltabile in streaming all'indirizzo web **www.italianstyle radio.it**, fondata da **Gianni Manuel**, e condotto insieme a **Stefano Masullo**,



www.italianstyleradio.it

Dario Bartolini, **Yulia Shesternikova**, **Marco Borelli**, imprenditore ed in passato disc jockey di successo insieme a **J AX** fondatore e leader del gruppo **Articolo 31**, **Maria Grazia Borelli**, **Marco Brunella** presidente, fondatore ed organizzatore **Blue Jacket Tour** circuito golfistico nazionale **Blue Jacket Tour**.



sopra da sinistra: **Nausica Re**, **Mario Giordano**, **Gianni Manuel**, **Marco Borelli**, **Dario Bartolini**, **Marco Brunella**

sotto da sinistra: **Gianni Manuel**, **Marco Brunella**



sopra: **Yulia Shesternikova**, **Stefano Masullo**, **Gianni Manuel**

sotto: **Marco Borelli**, **Nausica Re**



sopra da sinistra: **Gianni Manuel**, **Marco Borelli**, **Mario Giordano**, **Nausica Re**, **Marco Brunella**, **Dario Bartolini**



sopra da sinistra: **Stefano Masullo**, **Gianni Manuel**, **Patrizia Missagia**

sotto da sinistra: **Nausica Re**, **Marco Brunella**, **Dario Bartolini**, **Gianni Manuel**, **Alice Curzi**, **Stefano Masullo**



Nausica Re, **Gianni Manuel**



Nausica Re, **Marco Brunella**



a lato: **Yulia Shesternikova**, **Stefano Masullo**





Focus sulla famigerata “virgola”

ovvero: la diversa disciplina delle regole del vantaggio di gioco (handicap) a confronto

Con l'inizio della nuova stagione di golf è arrivata un'importante novità: il **Consiglio Federale** ha deciso di reintrodurre la possibilità per alcune categorie di giocatori di dichiarare lo *score non valido* ai fini della variazione dell'*handicap* in aumento (la famigerata quanto temuta “virgola”). **Pertanto, a partire dal 1 gennaio 2013 i giocatori che vorranno “non prendere la virgola” al momento della consegna dello score dovranno scrivere in modo ben visibile sullo stesso la sigla NV (No Virgola).**

Quanto sopra è consentito esclusivamente per risultati inferiori alla “zona neutra”, mentre in caso di risultati che comportino una riduzione di *handicap*, questa verrà sempre applicata.

La facoltà di “non prendere la virgola” non è concessa:

- a tutti i giocatori juniores (Under 18) in ogni tipo di gara;
- ai giocatori con *EGA exact handicap* pari o inferiore a 11,5;
- a tutti i partecipanti (indipendentemente da età e *handicap*) alle gare di Attività Agonistica ed alle altre gare previste in Normativa Tecnica (Campionati Nazionali ed Internazionali, Gare Nazionali, Ufficiali e Federali) nonché alle Gare con Patrocinio Federale e i Campionati Regionali, Individuali e a Squadre.

Ma quali sono esattamente le norme che regolano l'*handicap* e le sue variazioni? Quale Ente ha predisposto queste regole?

In Italia si applicano le regole stabilite dalla **EUROPEAN GOLF ASSOCIATION** (www.ega-golf.ch), un'associazione fondata in **Lussemburgo il 20 novembre 1937** avente come scopo fondante l'osservanza delle Regole del Golf e dello “Status” del dilettante. Fanno parte dell'EGA unicamente le Associazioni di Dilettanti e le Federazioni.

Nel corso dell'Assemblea generale tenutasi nel mese di ottobre del 1994, le Federazioni nazionali decisero all'unanimità che la **EGA** dovesse dotarsi di un proprio Comitato che si occupasse delle regole dell'*handicap*. Nel gennaio del 1995 il Comitato esecutivo dell'EGA costituì l'**EGA Handicapping and Course Rating Committee (H&CRC)**, il cui scopo principale era quello di regolamentare l'*handicap* attraverso un sistema di regole che potesse essere utilizzato dai mem-

bri dell'EGA in futuro. Ci vollero diversi anni prima che tutte le informazioni fossero raccolte, ma, finalmente, il 1° gennaio del 2000 fu introdotto .

Questo sistema si basa su tre punti fondamentali: 1) il “*Course and Slope Rating System*” elaborato dalla United States Golf Association (USGA); 2) la sezione III del CONGU **Handicapping System** (UHS); 3) il sistema *Stableford* per il calcolo dei colpi.

L'obiettivo principale di questo sistema di calcolo del vantaggio di gioco è quello di attribuire ad



ogni giocatore un proprio *handicap* (definito “*exact handicap*”) che calcolato unitamente alla difficoltà di ciascun percorso di golf (*Course and Slope Rating System*) dà come risultato finale l'*handicap* effettivo di gioco di ciascun giocatore su un determinato percorso.

Lo scopo di tutto ciò è di evitare che giocatori affiliati ad un circolo con un percorso di golf “difficile” abbiano un *handicap* di gioco alto e, quindi, siano avvantaggiati allorché si trovino a giocare su campi “facili” e, viceversa, giocatori abituati a giocare su campi “facili”, avendo un *handicap* basso, si trovino in difficoltà allorché gareggiano su percorsi “difficili”.

Il 1° aprile del 2003 fu adottato anche in Italia l'EGA handicap system. (Sistema dei vantaggi EGA).

La maggior parte delle Federazioni europee ha introdotto le regole dell'EGA per regolamentare l'*handicap*. Costituiscono una **importante eccezione le Federazioni del Regno Unito e dell'Irlanda (England Golf, Ireland Men, Ireland Women, Scotland Men, Scotland Women, Wales Men and Women, Ladies Golf Union e la R&A).**

Queste Federazioni, infatti, applicano il sistema previsto dal “**Council of National Golf Unions (CONGU)**” (www.congu.com). Questa Associazione ha sviluppato un proprio sistema, il “**CONGU handicapping system**”, denominato **Unified Handicapping System (UHS).**

Questo sistema, che era in vigore in Italia sino al 31 marzo del 2003, non prevede il cosiddetto “*exact handicap*” da calcolare, come abbiamo visto, con il *Course and Slope Rating System* al fine di ottenere il vantaggio di gioco da utilizzare da ciascun giocatore sui singoli percorsi. In sostanza questo sistema **NON** attribuisce ad ogni percorso un coefficiente di difficoltà, il *Course and Slope Rating System* appunto, e, quindi, **ogni giocatore si trova a giocare il proprio handicap su qualunque percorso a prescindere dalla difficoltà dello stesso.**

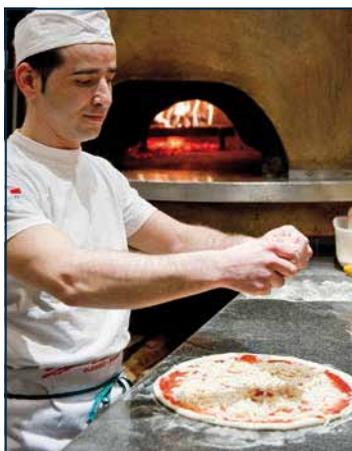
Il sistema adottato dalla Federazione statunitense (USGA) è basato sui medesimi principi di calcolo adottati dall'EGA. Più precisamente questa Federazione è stata la prima, sul finire degli anni '80 del secolo scorso, ad adottare il concetto del “*Course and Slope Rating System*” che unitamente all’*exact handicap*” permette di determinare il reale vantaggio di gioco di ciascun giocatore sui singoli percorsi.

La Federazione di golf del Sud Africa (South African Golf Association) ha elaborato un proprio sistema di calcolo del vantaggio di gioco, il “South African golf handicapping System for Men and Women.

Si può dire che questo sistema si avvicina molto allo UHS elaborato dal CONGU. Non è previsto, infatti, l’*exact handicap*” né il “*Course and Slope Rating System*” per i singoli percorsi.

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

Ristorante GROTTA AZZURRA Pizzeria



SPECIALITA' MARINARE - FORNO A LEGNA

LOCALE CLIMATIZZATO - CHIUSO IL MARTEDI'

21013 GALLARATE (VA) - Viale Milano, 55 - Tel. 0331.795.181
www.grottazzurra.eu - e-mail: info@grottazzurra.eu

GI.MA FASHION GROUP

Siglato accordo strategico con Isotta Fraschini Milano per sviluppare attraverso contratti di licenza una linea di prodotti di abbigliamento, calzature ed accessori inizialmente riservati al settore del golf e in seguito al total look maschile e femminile.

Valentino Spadafora, presidente **Isotta Fraschini Milano srl**, ha sottoscritto l'accordo, durante una cena organizzata al noto ristorante **Osteria del Gambero Rosso di Milano**, unitamente a **Mario D'Angelo**, amministratore delegato **FOBO ADV srl**, Agenzia di Pubblicità e società editrice della rivista **Golf People Club Magazine**, mentre la responsabilità operativa strategica del progetto è stata affidata, per la parte industriale, a **Raffaele Greco**, amministratore delegato e co-fondatore del gruppo industriale **GI.MA Fashion Group SpA** attivo con le licenze di prestigiose griffe - quali **Coveri, Alessandro Dell'Acqua, Gai Mattiolo e Gattinoni** - nelle calzature di lusso e da golf. L'area delle relazioni istituzionali e del marketing strategico è stata demandata a **Stefano Masullo**, direttore responsabile **Golf People Club Magazine**.

da sinistra a destra: Valentino Spadafora, presidente Isotta Fraschini Milano srl, Roberto Repetto, partner Studio Associato Dottori Commercialisti & Revisori "Repetto&Associati" e consulente GI.MA Fashion Group SpA, Raffaele Greco amministratore delegato GI.MA Fashion Group SpA, Federico Greco direzione commerciale GI.MA Fashion Group SpA, Stefano Masullo



da sinistra a destra: Mario D'Angelo amministratore delegato FOBO ADV srl, Raffaele Greco amministratore delegato GI.MA Fashion Group SpA, Agim Kurti direttore Gambero Rosso, Valentino Spadafora, presidente Isotta Fraschini Milano srl



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

Raffaele Greco socio fondatore e amministratore delegato GI.MA Fashion Group SpA, Maria Grazia Borelli presidente Golf People Club House - Terrazza Borelli, Valentino Spadafora



La storia di *Isotta Fraschini*

Un brand che parte da lontano

Isotta Fraschini, fondata a **Milano** nel **1900** ad opera di **Cesare Isotta** e dei fratelli **Vincenzo, Oreste ed Antonio Fraschini** crearono la fabbrica di auto di lusso più importante della storia moderna: principi, duchi, maharaja, zar, i potenti della terra erano in fila per possedere un'auto personalizzata ed esclusiva, un'opera d'arte, una diversa dall'altra.

Nel **1906** venne inaugurata, sempre a **Milano**, la sede del loro stabilimento in **via Monterosa 79** e nel **1908** una **Isotta Fraschini** vinse la **Targa Florio**. Tra i piloti, si annoverano **Alfieri Maserati ed Enzo Ferrari**.

Isotta Fraschini è un marchio italiano storicamente noto soprattutto per la produzione di automobili tra le più lussuose e prestigiose della storia. In particolare nel **1919 la Tipo 8**, fu la prima automobile ad avere un motore ad **otto cilindri** costruito in serie che divenne la massima espressione di eleganza in fatto di autoveicoli, oltre ad essere l'auto più desiderata al mondo, con un costo di circa **500.000 Lire** trovò mercato specialmente negli **Stati Uniti**.

Isotta Fraschini nei primi anni **Venti** veniva guidata da personalità come **Rodolfo Valentino o Gabriele d'Annunzio**, e il suo valore di status symbol è citato in film come **Viale del Tramonto**.



Golf Club Sant'Anna

A UN DRIVE DAL MARE

Quando d'inverno i campi da golf della pianura padana sono gelati e inviolabili, tanto che la palla rimbalza sui green, c'è solo un posto dove andare a giocare con clima mite, niente nebbia, ma scaldati dal tepore del sole invernale: la **Liguria**. Lingua di terra che si lascia il freddo alle spalle e si riscalda con il calore imprigionato dal mare durante l'estate. Queste condizioni climatiche permettono ai campi da golf di essere sempre in ottima forma anche nei mesi più rigidi di dicembre, gennaio e febbraio. L'erba dei fairway non gela mai, e quella dei green è invece sempre rasata e in ottime condizioni così da permettere alla palla di avere un buon rotolo. **La Liguria, tra ponente e levante presenta diversi campi da golf tra cui scegliere, a 9 o 18 buche.** Il percorso più strategico e facilmente raggiungibile da **Piemonte, Lombardia ed Emilia Romagna** è sicuramente la struttura del Sant'Anna Golf, a due passi da **Genova**, proprio sopra il comune di **Arenzano**. La struttura è composta da campo da **18 buche**, una lussuoso club house con



terrazza che guarda la valle del golf, una piccola foresteria di 4 confortevoli camere e poi la zona benessere. In fase di costruzione è la piscina all'aperto, che sarà pronta per la stagione estiva. **Il Circolo oltre alla parte sportiva si compone di un buon numero di residenze progettate dal celebre architetto Marco Zanuso.** Per chi volesse una casa al golf, con vista mare e percorso 18 buche questa è l'occasione giusta. Le soluzioni architettoniche scelte si rifanno ai borghi liguri tradizionali, creando un'armonia con l'ambiente circostante attraverso gli elementi tipici dell'architettura locale. L'uso di materiali tradizionali (come l'ardesia per le coperture e il cocciopesto per gli intonaci), e

l'adozione di sistemi costruttivi eco-compatibili armonizzano gli spazi abitativi con il contesto. Il campo si gioca sia attraverso l'utilizzo di golf cart che a piedi. Oggi infatti sono in fase di sviluppo e realizzazione dei percorsi aerei che congiungono i dislivelli tra le buche, rendendo maggiormente confortevole il gioco per chi va sacca in spalla. **Le 18 buche del Sant'Anna Golf sono firmate dal progettista americano Robert Von Hagge, lo stesso che ha progettato le famose 36 buche del circolo novarese Golf Club Bogogno.** Il percorso è un **par 72** di oltre **seimila metri**, il cui disegno delle buche è ritagliato tra laghi e fiumi e la costa della montagna ligure, creando un paesaggio unico e caratteristico. La presenza di diversi battitori rende il percorso modulabile per difficoltà di gioco. **La nuova direzione di Marco Lucchesi ha portato alcune modifiche al percorso rendendolo più semplice e giocabile di quanto non lo fosse in passato.** Il percorso di golf prende il nome da una chiesetta dedicata a **Sant'Anna** che si trova nei paraggi della struttura. La superficie del complesso di occupa un'area di circa **65 ettari**. La bellezza dei paesaggi della costa e dell'entroterra fanno di questo luogo non solo un polo d'attrazione sportivo, ma anche una meta d'elezione per tutti coloro che desiderano coniugare sport e relax, natura e cultura a un drive dal mare.



sta americano Robert Von Hagge, lo stesso che ha progettato le famose 36 buche del circolo novarese Golf Club Bogogno. Il percorso è un **par 72** di oltre **seimila metri**, il cui disegno delle buche è ritagliato tra laghi e fiumi e la costa della montagna ligure, creando un paesaggio unico e caratteristico. La presenza di diversi battitori rende il percorso modulabile per difficoltà di gioco. **La nuova direzione di Marco Lucchesi ha portato alcune modifiche al percorso rendendolo più semplice e giocabile di quanto non lo fosse in passato.** Il percorso di golf prende il nome da una chiesetta dedicata a **Sant'Anna** che si trova nei paraggi della struttura. La superficie del complesso di occupa un'area di circa **65 ettari**. La bellezza dei paesaggi della costa e dell'entroterra fanno di questo luogo non solo un polo d'attrazione sportivo, ma anche una meta d'elezione per tutti coloro che desiderano coniugare sport e relax, natura e cultura a un drive dal mare.



A MICI DI GOLF PEOPLE

Golf'Us

a lato da sinistra: Yulia Shesternikova, Enrico Canavesi Golf'Us SpA Milano, Regina Salpagarova



Yulia Shesternikova

sopra da sinistra: Yulia Shesternikova, Luca Bergnacchini consigliere Delegato Golf'Us SpA Milano, Regina Salpagarova

a lato: Regina Salpagarova, Andrea Carollo

Golf People Club Magazine, ha voluto salutare gli amici di **Golf Us SpA**, www.golf-us.com, la più grande organizzazione specializzata nella vendita di prodotti per il golf in Europa continentale con **40 punti vendita**, **20 megastore** e **47 pro-shop dislocati in Italia, Francia, Spagna e Germania**, fondata a Milano nel **1987** e guidata dai coniugi **Paolo e Mavi Vittadini** e da **Luca Bergnacchini**, durante una simpatica visita a sorpresa, nel mega store ubicato in via **Gallarate 221 a Milano** dove, accolti con grande amicizia e cortesia da **Luca Bergnacchini** e dal suo staff, sono stati realizzati alcuni

simpatici scatti fotografici avendo come protagonisti **Andrea Carollo**, personal coach delle celebrità italiane e consulente delle più importanti dinastie industriali del Nord Est, **Regina Salpagarova**, top model internazionale, già **Miss Grecia 2000** e **Miss Playmate 2002**, **Golf Mate** protagonista della copertina di **Golf People Club Magazine**, **Yulia Shesternikova**, giornalista investigativa internazionale professionista, direttore **Area Siberia Golf People Club Magazine** nonché direttore responsabile www.1channel.it, **Kseniya Bondar**, direzione relazioni esterne **Golf People Club Magazine**.



a lato da sinistra: Luca Bergnacchini, Giovanni Giustolisi Golf'Us SpA Milano, Regina Salpagarova

a lato: Luca Bergnacchini, Regina Salpagarova



sotto da sinistra: Yulia Shesternikova, Giovanni Giustolisi Golf'Us SpA Milano, Regina Salpagarova

a lato: Enrico Canavesi Golf'Us Milano, Regina Salpagarova

Yulia Shesternikova



Kseniya Bondar

Regina Salpagarova

Golf'Us SpA
via Gallarate, 221
20151 Milano
Tel. 02.380991 - Fax 02.30575000
www.golf-us.com
info@golf-us.com

Cristanini Viaggi 

**La passione
che nasce
per i viaggi
e per lo sport
è la stessa
passione
che rappresenta
uno stile di vita!**





È MARE E RELAX...



“Cristanini Viaggi” vuole essere il consulente di viaggio di riferimento per famiglie ed imprese con capacità propositiva, gestionale e di qualità del servizio che si rapportano ai più alti standard di mercato. Garantire un continuo miglioramento dei servizi offerti, assicurando la massima professionalità ed efficienza in uno scenario altamente competitivo:



È BENESSERE...

QUESTA È LA NOSTRA FILOSOFIA!

È nostro assoluto impegno:

- * garantire la qualità dei prodotti e dei servizi offerti.
- * assicurare e massimizzare la soddisfazione dei nostri clienti.
- * garantire la continua innovazione delle nostre proposte, utilizzando un approccio pro-attivo nel trovare nuove soluzioni.
- * tendere al raggiungimento dell'eccellenza nella dedizione ai nostri clienti.
- * offrire ai nostri clienti una consulenza globale al fine di individuare le soluzioni più adeguate che meglio soddisfano le loro esigenze, privilegiando la metodologia di lavoro in partnership.



È EMOZIONE...



È PROFESSIONALITÀ...



È SPORT...

**Per info CRISTANINI VIAGGI - Sandro +39 338.34.22.339
tel. +39 (0) 321 499361 - info@cristaniniviaggi.it
www.cristaniniviaggi.it**





IL MIO GOLF IN AFRICA

Leisure Lodge Resort Diani Beach

di Lea Pericoli

Ho trascorso la mia giovinezza tra **Etiopia, Eritrea, Kenya e Somalia**. Erano i tempi delle colonie. Ho studiato al **Loreto Convent** di **Nairobi**, allora occupata dagli inglesi. Contagiata dal "maldafrica" ho persino scritto un libro in cui racconto il mio amore per quel mondo scomparso che oggi, a mio avviso, sopravvive soltanto nella bellezza della natura e nell'ultimo soffio di vento che ad ogni tramonto accompagna il sole che si inabissa dietro un orizzonte rosso come il fuoco.

Ogni anno salgo con batticuore su un aereo che mi riporta in quelle terre lontane, così diverse da come le ricordo io. Vado al **Leisure Lodge and Golf Resort di Diani Beach**, complesso alberghiero che a un'ora di auto da **Mombasa** si estende lungo una chilometrica spiaggia di candida sabbia delineata da lunghi filari di palme. Un luogo a giusta ragione considerato tra i più belli del **Kenya**.

La storia del Leisure Lodge nasce grazie a **Benzimra**, un gentiluomo scozzese che si fece costruire una villa di stile coloniale, im-

mersa in un giardino pieno di fiori: da una parte la recinzione coperta da piante di buganvillea e siepi di gelsomino, dall'altra la spiaggia lunga 21 km.

La bella casa prima venne allargata per ospitare gli amici, poi arricchita da una dependance. Tutto questo accadeva negli **Anni Settanta**, momento in cui il turismo in **Africa Orientale** cambiò faccia. I viaggi sui **Jet** e sulle **Navi Crociera** riservati a pochi privilegiati vennero sostituiti dal trasporto in classe economica. L'era dei charter trasformò



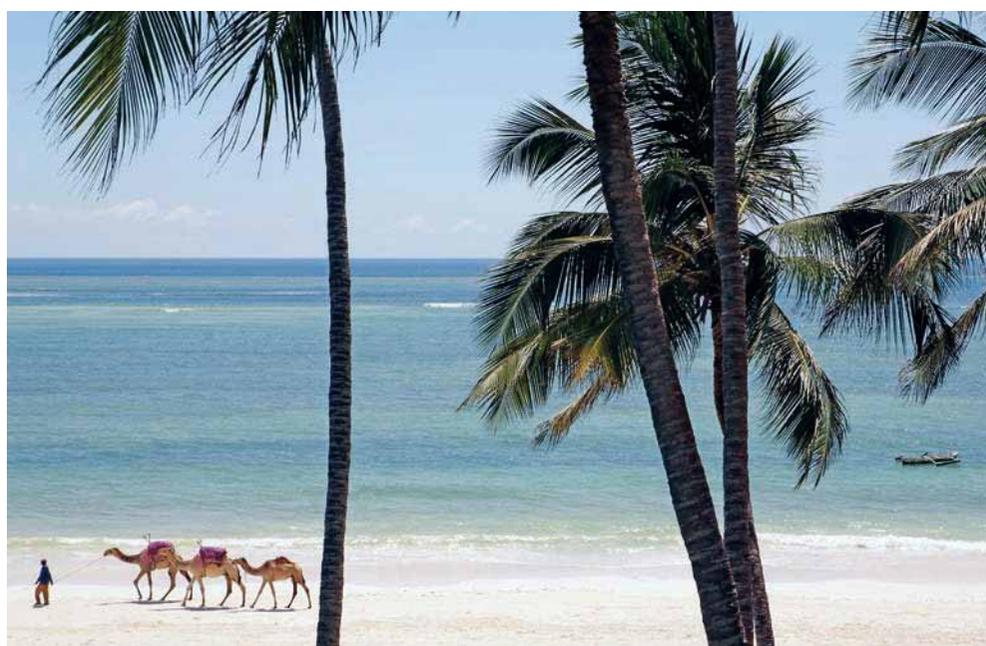


il sogno africano in un turismo di massa, di conseguenza il **Leisure Lodge** divenne un albergo al quale furono destinati 292 acri per la costruzione di un **Golf**. Il **2 febbraio del 1972 Kenyatta, l'uomo che aveva liberato il paese dal colonialismo, inaugurò la nuova struttura.**

A questo punto nella storia del Leisure Lodge entrò in scena il personaggio che avrebbe fatto la fortuna dell'Albergo, **Wilhelm Meister**, un tedesco con gli occhi chiari e i capelli grigi, che ancora oggi tutti ricordano con grande riconoscenza.

Fu Meister a progettare un sogno che divenne il suo Must: "**The 18 Hole Championship Golf Course.**" Furono creati due laghi artificiali: Lake Wilhelm che i golfisti devono volare al **par 3** della **quindici**. E il **Crocodile Lake**, in onore dei coccodrilli che vi abitavano alla **buca 18**.

Purtroppo il Dr. Meister, colpito da un cancro, dovette abbandonare l'Africa per curare



la malattia che gli avrebbe impedito di coronare il sogno della sua vita: giocare sul quel magnifico percorso sull'**Oceano Indiano**.

Oggi, sulla prima buca, gli ospiti possono leggere il suo nome iscritto su una targa ai piedi di un immenso baobab. **Su quel campo ha imparato a giocare Giulia Molinaro, la giovane golfista italiana, che sta crescendo sul Circuito Americano.**

Non mi ritengo certo un'esperta di golf, ma sono molto appassionata. So che i green del Leisure Lodge non sono quelli irlandesi e che alle volte anche il fairway è piuttosto arido perché il sole crea tanti problemi persino alla **Kicuju Grass**.

Tuttavia le vicende politiche e la mano dell'uomo, che di disastri ne ha fatti tanti, non sono ancora riusciti a danneggiare la natura.

Io che al Leisure Lodge ritorno ogni anno posso assicurarvi che il tuffo del sole quando si inabissa dietro l'orizzonte al tramonto accompagnato dall'ultimo soffio di vento è ancora capace di riscaldarmi l'anima.

In quel momento infuocato e carico di nostalgia mi ricompare il mondo che ho amato ahimè... tanti... probabilmente troppi, anni fa!



Fotografia:

Flavio Torre, ritratti,
Stefano Merlini, back stage

Make Up Artists:

Chiara Picone,
Nataschia Langelli,
Ines Meduri

Hair Stylist:

Antonio Romano MyHead
Parrucchieri Uggiono

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

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

Gli Amici del Gambero Rosso

Osteria del Gambero Rosso diretta e gestita 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.



Raffaele Greco presidente GI.MA Fashion Group, Yulia Shbesternikova



sopra da sinistra: Vittorio Giulini, Maria Grazia Borelli, Raffaele Greco, Roberto Repetto, Federico Greco, Yulia Shbesternikova, Marco Rizzo, Stefano Masullo



sopra da sinistra: Vittorio Giulini presidente Liolà Group SpA, Raffaele Greco presidente GI.MA Fashion Group SpA



sotto: Agim Kurti e lo staff dell'Osteria del Gambero Rosso insieme a Yulia Shbesternikova



sopra da sinistra: Regina Salpagarova, Andrea Carollo, Raffaele Greco, Claudia Ricotti, Roberto Repetto, Stefano Galli, Maria Grazia Borelli, Yulia Shbesternikova



a lato da sinistra: Stefano Galli, Regina Salpagarova, Raffaele Greco, Maria Grazia Borelli, Kseniya Bondar, Yulia Shbesternikova, Andrea Carollo

a lato da sinistra: Stefano Galli, Francesco Tarzia, Raffaele Greco, Andrea Carollo, Stefano Masullo, Maria Grazia Borelli, Regina Salpagarova, Yulia Shbesternikova, Roberto Repetto, Claudia Ricotti



www.osteriagamberorosso.it,
viale Pasubio 6 - Milano
Tel 02.6571208 Fax 02 6571208
email : info@gamberorosso.it

Foto di Lino Minniti

Servizio video di Yulia Shesternikova visionabile
al link www.golfpeople.eu/?p=49078

SALOTTO BORELLI



sopra da sinistra: Diana Scrob,
Marco Brunella, Nausica Re



La copertina del
Calendario Blue Jacket

Golf People Club Magazine, in occasione delle festività natalizie, ha organizzato una esclusiva cena riservata ai componenti della direzione della rivista, svoltasi nella sede privata di Golf People Club House - Salotto Borelli, rigorosamente come prevede il cerimoniale delle migliori tradizioni internazionali, indossando l'abito da sera, a tutti i presenti è stato omaggiato, in assoluta anteprema, una copia del 18 Holes Golf Course Fashion Calendar.



a lato da sinistra: Diana Scrob,
Elena Goncharova,
Maria Grazia Borelli,
Nella Petych, Nausica Re



Golf People Club House - Salotto Borelli



Stefano Masullo,
Bianca Maria
Miola Vecelli



a lato: Dario Bartolini,
Kseniya Bondar,
Yulia Shesternikova



sopra, da sinistra: Diana Scrob, Andrea
Alpini, Marco Brunella presidente Blue
Jacket Tour, Nausica Re, Francesco Tarzia
presidente Confezioni Tarzia

a lato: Dario
Bartolini
e Stefano
Masullo
mostrano una
bottiglia di
Oxydiana della
produzione
privata di
Luca Bottoni,
direttore
generale
Svizzera Golf
People Club
Magazine





sopra da sinistra: Stefano Masullo, Bianca Maria Miola Vecelli, Dario Bartolini

a lato da sinistra: Nausica Re, Diana Scrob



sotto da sinistra: Maria Grazia Borelli, Aldo Invitti di Conca consigliere Golf Club Monticello, Kseniya Bondar, Dario Bartolini



Elena Goncharova



sopra da sinistra: Lina Namaviciute, Marco Brunella, Nella Petych



a sinistra: Dario Bartolini, Elena Goncharova



Stefano Masullo, Bianca Maria Miola Vecelli



Le tre protagoniste del Calendario Blue Jacket, da sinistra: Yulia Shesternikova, Diana Scrob, Nausica Re

a lato da sinistra: Diana Scrob, Nausica Re, Marco Brunella, Yulia Shesternikova, Kseniya Bondar





ALPACMILLE

PACKAGING & FILLINGS

Da 30 anni leader
nella realizzazione,
produzione, riempimento e
confezionamento
di profumi di classe.



La Margherita

Golf Club CARMAGNOLA

GOLF CLUB



LA MARGHERITA



Eccoci qua, oggi io e il mio socio **Pier**, andiamo a fare un giretto in **Piemonte**, precisamente a **Carmagnola**, a giocare una **quattro palle**, comune del hinterland torinese, molto conosciuto per i suoi peperoni (onestamente non lo sapevo) talmente buoni, dicono i miei amici, **da fare una festa patronale all'insegna dell'ortaggio, ove per una settimana intera lo si mangia e lo si compra in tutte le sue forme e sapori.**

La sagra è ai primi di Settembre e dicono sia imperdibile....ovviamente ci andremo....

Bene, dopo aver doverosamente parlato del peperone, parliamo del golf e precisamente del **Golf Club La Margherita.**

Quasi a nascondersi tra le colline verdeggianti di **Carmagnola** c'è questo tracciato disegnato da **Marco Croze** e **Giorgio Ferraris** che a parer mio hanno fatto un ottimo lavoro: **buche piane, cieche, dog-lag alto basso e basso alto, acqua, boschi e alpi sullo sfondo**, insomma **Royal Park ok la Mandria** anche, ma questo tracciato con green veramente belli e curati, malgrado avesse appena diluviato, ondeggianti spesso su più livelli, fanno di questo campo un ottimo banco di prova per i golfisti alla ricerca

di emozioni e colpi che mettono alla prova, con una sequenza finale della **15-16-17-18** che se non giocate con la giusta attenzione fanno precipitare lo score verso il basso in maniera drastica....

Una vera particolarità è che **la Margherita**, confina con i **Girasoli**, altro bellissimo campo di cui parleremo la prossima volta, ed è quasi **pazzesco come questi due campi facenti parte dello stesso comprensorio, ma divisi dalle recinzione e da due diverse proprietà, non siano uniti....pensate un 36 buche da campionato alla portata di tutti. Fantastico!**

Ora parliamo un po' della club house e di tutto ciò che circonda il tracciato. L'accoglienza è ottima con **Antonio** che è veramente una persona gentile e preparata, il **pro-shop** carino e abbastanza attrezzato e il **driving-range** curato e tenuto molto bene, come il **putting green** e l'area approcci....**per il resto no....non ci siamo. Gli spogliatoi non sono per nulla attrezzati né curati, il bar con la relativa zona adiacente fa molto circolino e poco Golf Club e poi la manutenzione del ciotolato esterno come dei posteggi, non all'altezza**, peccato, e lo dico veramente dispiaciuto, questo è un bellissi-

mo campo tenuto e curato ma con dei piccoli interventi mirati e curati al contesto, potrebbe veramente diventare un ottimo polo golfistico alternativo ai nostri sacri Torinesi.

Roberto Privitera
Presidente de 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



MOLINETTO GIMA

Golf People Club Magazine, ha partecipato quale media partner ufficiale al Trofeo **GI.MA Fashion Group SpA - Raffaele Greco Golf** svoltosi al **Circolo Golfistico Molinetto Country Club**.

GI.MA Fashion Group SpA realtà industriale internazionale, attraverso l'opera dei suoi fondatori, **Raffaele Greco** e **Luciano Martino**, è riconosciuta come uno dei leader nel mercato delle calzature di elevato livello qualitativo, sia per il design che per la fattura, in particolare, **da oltre 30 anni**, con estremo successo e soddisfazione da parte dei committenti, tutte primarie firme dello **star system** della moda, riveste un fondamentale ed insostituibile ruolo di advisor nella progettazione, realizzazione e produzione di modelli originali.

GI.MA Fashion Group SpA guidata dall'amministratore delegato, **Raffaele Greco**, grande appassionato e giocatore di Golf, vanta la propria direzione generale ed il relativo ufficio stile nel distretto industriale dell'eccellenza calzaturiera italiana, **Parabiago**, mentre l'ufficio tecnico e quello produttivo sono posizionati in una altra zona nota in tutto il mondo per la produzione di scarpe **Made in Italy, Porto Sant'Elpidio**, gli stabilimenti

sono dislocati anche in **Portogallo, Spagna e Romania**.

GI.MA Fashion Group SpA è una realtà aziendale in continua evoluzione e sviluppo, strutturata ma con una forte **impronta artigianale**, incentrata sulla qualità e sulla **personalizzazione** dei progetti e dei relativi **prodotti** con l'obiettivo di incrementare le partnership operative con ulteriori prestigiosi fashion brand, italiani ed esteri, rispetto a quelli attualmente in essere: **Enrico Coveri, Alessandro Dell'Acqua e Gai Mattiolo**.



Marisa Crescenzi consigliere e tesoriere Golf Country Club Molinetto, Stella Roma direttore operativo Obiettivo Dentale - Pogliano Milanese



Marisa Crescenzi consigliere e tesoriere Golf & Country Club Molinetto



da sinistra: Gaudenzio Bonomini direttore Golf Country Club Molinetto, Marisa Crescenzi consigliere e tesoriere Golf & Country Club Molinetto, Stella Roma direttore operativo Obiettivo Dentale - Pogliano Milanese



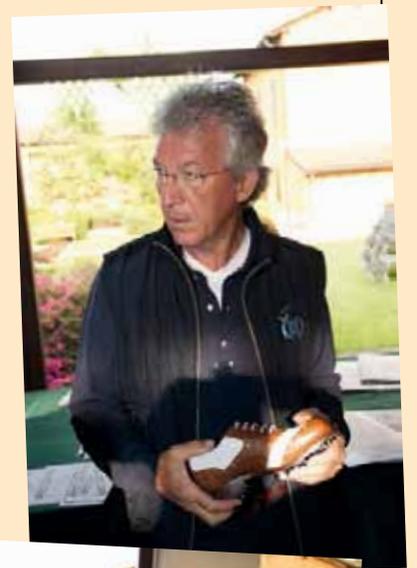


Stella Roma

Luciano Martino



*Raffaele Greco,
presidente GI.MA
Fashion Group*



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
cinzia@gimafashiongroup.it



Luciano Martino

Stella Roma



Foto di Lino Minniti

GOLF LUGANO



Golf People Club Magazine, media partner ufficiale del circuito internazionale di golf Gran Premio Città di Lugano, ha partecipato alla gara finale svoltasi Venerdì 21 Settembre 2012 al **Golf Club Lugano di Magliaso** conclusasi con una cena di gala, esclusiva e riservata, al **Casinò di Lugano**.

Il circuito internazionale di **golf Gran Premio Città di Lugano**, organizzato in collaborazione con il **Casinò di Lugano** è stato lanciato nel 2005 in Spagna e nel corso degli anni è stato esteso a percorsi situati in **Portogallo, Cina, Argentina, Germania e Italia**. Il circuito internazionale di golf **Gran Premio Città di Lugano**, rappresenta per la terza cit-

tà **elvetica una piattaforma di collaborazione fondamentale a livello internazionale**, infatti non è un semplice evento sportivo ma anche un modo per far conoscere **Lugano** all'estero e creare delle **importanti relazioni** con le città estere. Quest'anno, **giunto alla settima edizione**, si è completato con **9 tappe italiane** entrando in contatto con oltre **1.500 giocatori del Circuito Golf & Business del Nord Italia** e promuovendo così **Lugano** e la sua economia all'interno di un tessuto urbano industriale di

notevole rilevanza attraverso azioni di direct marketing.

Golf People Club Magazine con questa ennesima operazione transfrontaliera, **che rappresenta una situazione unica per il panorama editoriale ed il settore golfistico italiano**, consolida sempre di più la propria **vocazione internazionale ed istituzionale** ma soprattutto il ruolo di **punto di riferimento in Italia degli operatori mondiali del golf**.



sotto, da sinistra: Maria Grazia Borelli, Luca Bottoni e Bianca Maria Miola Vecelli



sopra: Bianca Maria Miola Vecelli, Guido Brioschi presidente Golf Club Lugano, Stefano Masullo



sotto: Bianca Maria Miola Vecelli e Guido Franceschetti





sopra: Maria Grazia Borelli e Piero Fack amministratore delegato XL Team



sopra, da sinistra: Renato Pedrini responsabile Circuito Golf Club Lugano, Ferruccio Hunternaer presidente Consiglio Comunale Lugano



sopra, da sinistra: Luca Bottoni direttore Area Svizzera Golf People Club Magazine, Domenico Chirico direttore Ristorante La Perla Casinò di Lugano, Elena Goncarova direttore Relazioni Estere Golf People Club Magazine



sopra: Sandra Camerani e José Camerani direttore Black Mountain Huabin Circolo Golfistico in Thailandia



sotto, da sinistra: Guido Brioschi presidente Golf Club Lugano, Claudio Gianinazzi direttore ufficio comunicazione Città di Lugano, Renato Pedrini responsabile Circuito Città di Lugano



sopra: Andrea Maggi vice presidente XL Team



A fianco: Bianca Maria Miola Vecelli, Stefano Masullo

A fianco: Maria Grazia Borelli, Abeil Pereira direttore Ristorante Golf Club Magliano



a fianco, da sinistra: Guido Franceschetti, Diego Corsini, Roberto Taddei, Maurizio Vidi, Maria Grazia Borelli, Roberto Pangrazzi, Bianca Maria Miola Vecelli, Danilo Macrino



sotto: Stefano Masullo, Attilio Zorzan

sotto: Bianca Maria Miola Vecelli, Stefano Masullo

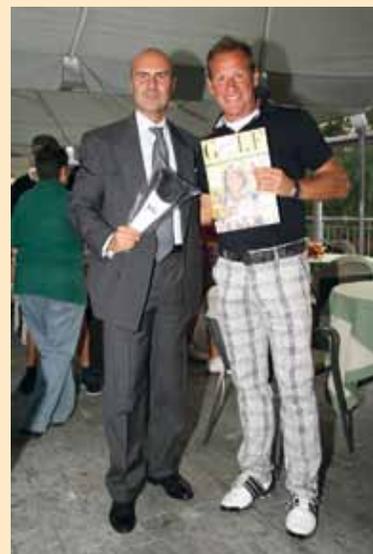


Foto di Stefano Merlini



TOLCINASCO PF

Golf People Club Magazine, presente quale ospite speciale ad una tappa del torneo **PF GOLF Associazione Promotori Finanziari Golfisti 2012**, circuito organizzato da **Patrizio Comi**, fondatore e presidente dell'associazione **PF Golf**, che si è snodata attraverso sei gare disputatesi in altrettanti prestigiosi circoli del nord Italia: **Golf Club Tolcinasco, Golf Club Margara, Golf Club Molinetto, Golf Club Asolo, Golf Club Ca' degli Ulivi, Golf Club Gherarso.**

Golf People Club Magazine grazie al proprio riconosciuto ruolo di **leadership** ed alle **consolidate relazioni istituzionali in essere sia a livello nazionale che internazionale** ha interagito in stretta collaborazione e sinergia con gli altri importanti soggetti coinvolti in qualità di patrocinatori, partner, media partner, sponsor e strutture aderenti quali: **VG Sicav, VG asset Management, Diaman Sicav, TS Investing, Il Mondo del Golf, Sofia SGR, Ishares.**



sopra: Nella Petych e Dario Bartolini



sotto da sinistra: Nella Petych, direttore area Russia Golf People Club Magazine, Dario Bartolini e Maria Grazia Borelli presidente Golf People Club House Terrazza Borelli



a lato da sinistra: Giuseppe Perna consigliere PF Golf, senior advisor Marzotto SIM Spa, Patrizio Comi Presidente PF Golf senior advisor Sofia SGR SpA, Franco Frezza vice presidente Golf Club Castello di Tolcinasco, Nicola Vedani segretario sportivo Golf Club Castello di Tolcinasco



a lato, da sinistra: Gianluca Rossi direttore VGAsset Management SA, Edi Grzunov relationship manager VG Asset Management SA Lugano



a sinistra: Maria Grazia Borelli, Giuseppe Perna, Dario Bartolini direttore editoriale Golf People Club Magazine



PF Golf
www.pfgolf.it
 Via Mazzini 48 - 24148 Bergamo
 presidente: Patrizio Comi
patriziocomi@pfgolf.it



sopra da sinistra: Alessandra Corradini presidente commissione sportiva PF Golf, Patrizio Comi presidente PF Golf senior advisor Sofia SGR SpA, Stefano Masullo, Vilsa Antonio Crippa presidente Golf Club Montecampione, Tiziana Menabò, Edi Grzunov relationship manager VG Asset Management SA Lugano, Gianluca Rossi direttore VG Asset Management SA Lugano

Foto di Stefano Merlini



La Pinetina

Il Birrificio di Gallarate Golf Trophy Tour 2012

Golf People Club Magazine, media partner ufficiale del circuito denominato **Il Birrificio di Gallarate Golf Trophy Tour 2012**, sponsorizzato da Il Birrificio di Gallarate, www.ilbirrificiodigallarate.it ed organizzato dal fondatore **Roberto Privitera**, si è snodato attraverso venti gare su tutto il territorio nazionale in

alcuni tra i più importanti e prestigiosi circoli italiani quali: **Golf Club Ugolino, Golf Club Alpino di Stresa, Golf Club Il Pevero, Golf Club Castello della Bastardina, Golf Club Varese Luvinata, Golf Club Circolo la Margherita, Golf Club Ambrosiano, Golf Club Rimini Verucchio, Golf Club Adriatic, Golf**

Club Asiago, Golf Club La Pinetina, Golf Club Chervò, Castelgandolfo Golf Country Club, Golf Club L'Albenza, Golf & Country Club Tolcinasco, Golf Club Lecco, Argentario Golf Resort & SpA, Golf Club & Resort Picciolo Castiglione, Arona Golf Club, Golf Club Courmayeur et Grandes Jorassesha.



sopra da sinistra: **Simone Laureti Golf Club La Pinetina, Casimito Molteni vice presidente Golf Club La Pinetina, Roberto Privitera**



sotto da sinistra: **Pierangelo Masperi, Roberto Privitera e Claudia Cozzi**



a fianco: **Pierangelo Masperi e Claudia Cozzi**





qui sopra: Roberto Privitera con Casimiro Molteni vice presidente Golf Club La Pinetina



a lato da sinistra: Roberto Privitera presidente Il Birrificcio di Gallarate, Filippo Motta editorialista Il Mondo del Golf, componente Staff Progetto Scuola FIG Federazione Italiana Golf, rappresentante Atleti Dilettanti Golf Club La Pinetina, Maria Grazia Borelli



a lato: Roberto Privitera presidente Il Birrificcio di Gallarate con Roberto Tavecchia presidente Golf Club Le Rovedine





LUVINATE HP EXPERIENCE

Golf People Club Magazine, media partner della seconda edizione del torneo **Heavy Project Italian Golf Experience**, circuito organizzato da **Nicola Grassetto** presidente **Nes Communication**, per conto di **Italservice SpA** azienda italiana multibrand dell'abbigliamento con marchi quali **Met**, **Cycle**, **Nolita Ra-Re**, e dal 2011 nel mondo del golf con la linea **HP Golf Experience Golf** in collaborazione con **Golf'Us**, leader europeo dei megashop di abbigliamento sportivo e golfistico

con **70 negozi in Europa**, fondato da **Mavie** e **Paolo Vittadini** con la partecipazione di **Luca Bergnacchini** attraverso **tredici gare** disputate in altrettanti prestigiosi circoli: **Golf Club Verona**, **Conero Golf Club**, **Parco di Roma Golf & Country Club**, **Golf Club Lignano**, **Golf Club Padova**, **Giugno Circolo Golf Venezia**, **Riva dei Tessali Hotel & Golf Resort**, **Golf Club Varese**, **Golf Club Rapallo**, **Castello di Tolcinasco Golf & Country Club**, **Golf Club Albarella**.



Elena Goncarova e Giorgio Mastrotta



Elena Goncarova e Julia Shbesternikova ritratte durante il backstage sulla terrazza Borelli per la realizzazione di una campagna pubblicitaria



Nicola Grassetto presidente Next Communication, Stefano Masullo, Elena Goncarova direzione relazioni estere Golf People Club Magazine



Elena Goncarova



Elena Goncarova e Giancarlo Savinelli, presidente PAR 72



Silvio Conconi Executive vice presidente Golf & Turismo



Luca Castellan Brand Manager Corum Italia





*Paolo Vittadini
presidente
Golf 'Us,
Maurizio Perugini
presidente Golf
Club Luvinata,
Nicola Grassetto*



*Marco Brunella
presidente Blue
Jacket Tour, Nicola
Grassetto*



*Carlo Givaldi direttore
e segretario sportivo
Golf Club Luvinata,
Maurizio Perugini
presidente Golf Club
Luvinata, Nicola
Grassetto presidente
Nes Communication,*



Foto di Lino Minniti

ARZAGA HYUNDAI

Golf People Club Magazine, ha partecipato quale ospite speciale su invito personale di **Carlo E. Sabbatini**, direttore **Relazioni Pubbliche Hyundai Motor Company Italy**, alla finale nazionale del prestigioso circuito **Hyundai Golf Cup 2012**, svoltasi Lunedì 15 Ottobre 2012, nella splendida cornice del Pa-

lazzo **Arzaga Hotel & Golf Resort**. **Dario Bartolini**, direttore editoriale **Golf People Club Magazine**, nonché campione italiano dei giornalisti golfisti per cinque anni consecutivi, ha gareggiato insieme alla figlia **Valentina**.



Stefano Cazzetta vice direttore Gazzetta dello Sport, Maria Grazia Borelli



sopra: Maria Grazia Borelli, Dario Bartolini, Stefano Masullo, Ornella Pappalardo, Valentina Bartolini



sopra, da sinistra: Giuseppe Delai fleet network manager Hyundai Motor Company Italy, Carlo E. Sabbatini direttore relazioni pubbliche Hyundai Motor Company Italia, Sunny Kim-Seong presidente e amministratore delegato Hyundai Motor Company Italia, Dimitri Liacos event marketing supervisor Hyundai Motor Company Italia, Kor Jerome Yin marketing coordinator Hyundai Motor Company Italia.



Carlo E. Sabbatini, Maria Grazia Borelli



sopra: Dario Bartolini direttore editoriale Golf People Club Magazine, Sunny Kim Seong Nam presidente e amministratore delegato Hyundai Motor Company Italia



a destra: Ornella Pappalardo GolfGirl, Dimitri Liacos event marketing supervisor Hyundai Motor Company Italia



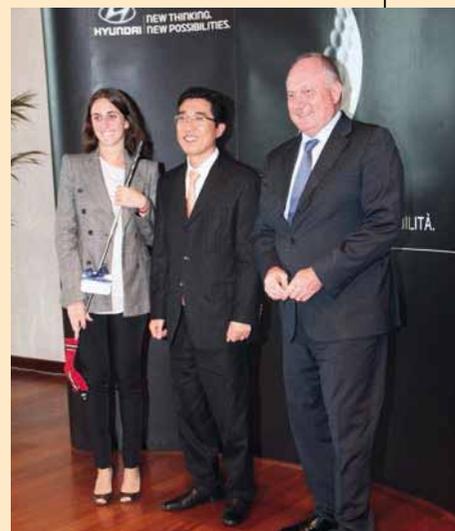
a sinistra: Carlo E. Sabbatini, Ornella Pappalardo Golf Girl



In questa carrellata di immagini, assieme ai vincitori delle varie categorie, vediamo Sunny Kim Seong Nam presidente e amministratore delegato Hyundai Motor Company Italia assieme a Michele Pani direttore di Palazzo Arzaga Hotel SPA e Golf Resort



sopra: Maria Grazia Borelli, Sunny Kim-Seong Nam presidente Hyundai Motor Company Italia, Valentina Bartolini, Dario Bartolini, Stefano Masullo, Carlo E. Sabbatini



Calendario Blue Jacket

18 Holes Golf Course Fashion Calendar, è il **primo ed unico calendario golfistico al mondo di 18 mesi**, quante sono le buche di un campo, e nasce da un'idea originale di **Marco Brunella**. La progettazione e lo sviluppo finale sono stati curati da un gruppo di **professionisti della società FOBO ADV srl, www.fobo.it**, storica **agenzia di comunicazione, pubblicità e marketing a servizio completo**, fondata a **Milano nel 1972, nonché editore di Golf People Club Magazine**.

Donne e golf è un binomio che va acquistando di anno in anno sempre più spazio ed importanza, proprio per questo è stato realizzato **Fashion Calendar 18 Holes Golf Course**, un calendario particolare, su misura, avendo come protagoniste donne reali, golfiste e non, che vivono però il golf ed il circolo come stile di vita.

18 Holes Golf Course Fashion Calendar offre un insieme di immagini esclusive ed eleganti realizzate nello splendido percorso del **Golf Club Le Rovedine**, sede del **52esimo Open di Italia**, presieduto da **Paolo**

Piras, protagonista della copertina del **numero quattro di Golf People Club Magazine** e diretto da **Franco Piras**.

18 Holes Golf Course Fashion Calendar è dedicato in prima battuta alle **ladies golfiste** ma anche e soprattutto a chi, **non golfista, frequenta e vive i circoli di golf** ed è fortemente interessato a questo universo, accomunato in particolare da alcuni interessi quali la **moda, il benessere, la bellezza, la salute, i viaggi e l'enogastronomia**.

18 Holes Golf Course Fashion Calendar avrà, com'è naturale che sia, una **cadenza annuale** ed una **tiratura limitata**, in soli **1.000 esemplari numerati**, che non verranno posti in commercio, ma regalati, in modo esclusivo ed **insindacabile dagli autori**, ad un **ristretto e selezionato novero di operatori economici ed istituzionali italiani ed esteri attivi nel golf e non**, che nel corso dell'anno trascorso si siano **distinti per le proprie capacità e per i traguardi raggiunti**.



Flavio Torre
fotografo
ufficiale del
Calendario

da sinistra: Pia Zingarelli,
Daniela Vegetti,
Ottavia Ditroia,
Lilia Toselli



Anna Betti
direttore generale
Modamica



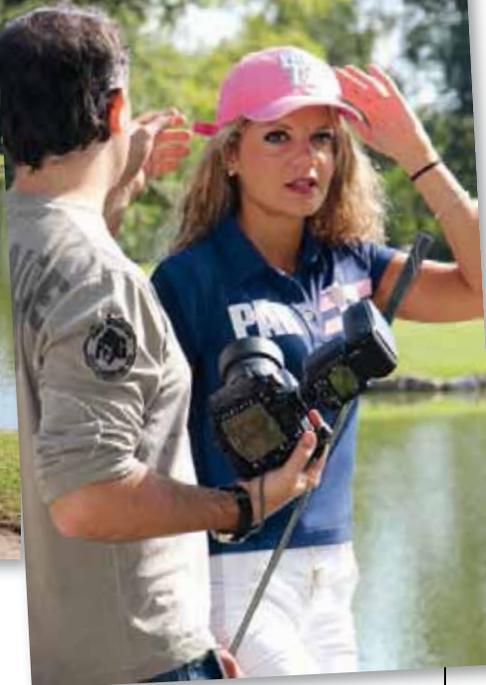
Diana Scrob

Yulia Shbesternikova

Nausica Re



Richard
Lissoni
segretario
Golf Club
le Rovedine



*Sabrina Corno
assistente del
presidente PAR72*



*Daniela Sandoni
presidente
Pelledacqua
by Daguas*

A woman with long dark hair, wearing a white lace bra and matching lace underwear, is standing on a wooden staircase. She is holding a golf club in her right hand. The staircase has a dark wood handrail and blue metal balusters. In the background, another person is partially visible, also wearing white lace. A white golf bag with a red interior is on the stairs, and a magazine is visible inside it.

Regina Salpagarova

Fotografie di Flavio Torre - Location Salotto Borelli

yuppiDoll®
made in italy

abbigliamento intimo collection 2013

www.yuppidoll.com



FRANCESCA LUKASIK

FRANCESCA LUKASIK, fotomodella, International Playmate e Showgirl italiana, nasce a Schio (VI) il 4 gennaio 1987. La sua carriera inizia nel 2002 partecipando a vari concorsi di bellezza tra cui Miss Universo Italia, Miss Mondo Italia e ambasciatrice di Miss Eleganza Veneto per il concorso "La più bella del Mondo 2004".

Nell'aprile 2009 conquista il titolo di Playmate per il mensile Playboy Italia e a seguire Playboy Singapore, Messico, Romania, Repubblica Ceca, Spagna e Colombia. Arriva a essere Playmate 2009 per il Team di MotoGP LCR HONDA.

Realizza 9 calendari cartacei per varie aziende internazionali come Vega Tyres e Simoni Racing riscuotendo molto successo e, il calendario De Nardi edizione 2012, in collaborazione con il noto fotografo Enrico Ricciardi Sexy anni '70 dove interpreta Laura Antonelli.

Approda alla BMW Motorrad come ombrellina ufficiale per le tre gare italiane della Superbike. Presenta i mondiali di pattinaggio Veneto, Miss Muretto Alassio Veneto, ed è stata testimonial per gli accessori "Billionaire". In televisione partecipa a "la Pupa e il Secchione il Ritorno", e per "Sfide" di Rai 3. Unica Playmate Italiana nell'official calendar Playboy.





Circolo Golf Vicenza

Situato ai piedi delle dolci colline che circondano la città, il **Golf Club Vicenza** rappresenta un paradiso naturale a pochi minuti di distanza dal centro di Vicenza, città di grande rilievo artistico ed economico. L'antico castello degli **Scola-Camerini** con lo sfondo dei castelli di **Giulietta e Romeo**, la splendida dimora patrizia dei **Loschi-Zileri**, affrescata dal **Tiepolo**, sono la cornice di questo campo da golf. Il circolo è nato per impulso di un imprenditore, **Bruno Cielo**, con una grande passione per il golf e l'idea che sicuramente questo bellissimo sport avrebbe rappresentato sempre di più un momento di relax per coloro che vivono e lavorano nel traffico metropolitano. Queste convinzioni furono la base da cui iniziò nel **1988** la magnifica avventura che portò alla creazione del percorso di gioco e della Club House.



Francesco Francia Foto® francescofranc



Francesco Francia Foto® francescofranc



Cristiano Cielo
direttore Golf Club Vicenza

unica concessione
per
PADOVA - VICENZA
ROVIGO - VENEZIA

Triatti Futuro





BOSCOLO
HOTELS

Cinque stelle si nasce.

Boscolo Exedra Roma

Boscolo Palace Roma

Boscolo Aleph Roma

Boscolo Milano

Boscolo Venezia

Boscolo Exedra Nice

Boscolo Prague

Boscolo Budapest

Boscolo Bari

Italian hospitality in the world.

www.boscolohotels.com

Toll free numbers +800 809 980 99 - 800 253 878



FONDATA



NEL 1900

GOLF, FASHION AND MORE...

IL NUOVO STILE ISOTTA FRASCHINI RISCRIVE GLI ELEMENTI
DEL CODICE ESTETICO IN MODO INCONFONDIBILE.

LINEA GOLF: ABBIGLIAMENTO, CALZATURE, ACCESSORI.

IL TOTAL LOOK RIGOROSAMENTE MADE IN ITALY.

UN VIAGGIO VERSO LA BELLEZZA, NON VINCOLATA AL TEMPO.

ISOTTA FRASCHINI MILANO – LA LEGGENDA DIVENUTA MITO
È IL NUOVO GUSTO PRECISO E RICONOSCIBILE SCELTO DA GOLF PEOPLE
PER CHI AMA INDOSSARE L'ECCELLENZA NELLA QUALITÀ.

www.isottafraschini.com

www.golfpeople.eu



Isotta Fraschini

MILANO