

# GOLF



www.golfpeople.eu

Anno I - Numero 2

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

## Golf & Arte

*I protagonisti Nazionali*

L'INTERVISTA  
FEDERICO BRAMBILLA  
— GOLF CLUB LE ROBINIE —



*Federico Brambilla  
presidente Golf Club  
"Le Robinie"  
Solbiate Olona (VA)*



## Speciale Polo

*HAND IN CAP*

*Francesco  
Pellegrino:  
tra Polo e Golf*



# IL PIACERE SALE QUANDO NON SCENDE A COMPROMESSI.

La nuova BMW Serie 7 è puro piacere di guidare, anche grazie a BMW xDrive, il sistema di trazione integrale intelligente che ripartisce in modo variabile la trazione tra le ruote anteriori e posteriori. Oggi anche il motore 740d xDrive unisce i vantaggi della trazione integrale al prestigio di BMW Serie 7. Massima governabilità e dinamicità, su qualunque terreno e in qualsiasi condizione climatica.

## IL PIACERE È BMW SERIE 7 xDRIVE.

**BMW EfficientDynamics**  
Meno emissioni. Più piacere di guidare.

BMW Financial Services: la più avanzata realtà nei servizi finanziari. BMW e **Castrol**. Incontro al vertice della tecnologia. Consumi (dalla motorizzazione 730d alla 760Li) ciclo urbano/extraurbano/misto (litri/100km): da 9,0/5,5/6,8 a 18,9/9,6/13,0 ed emissioni CO<sub>2</sub> (g/km): da 178 a 303.



BMW Serie 7



www.bmw.it

Piacere di guidare

**IN QUESTO NUMERO**

**Comitato Editoriale**  
Presidente  
**Ernesto Carpintieri** - ernesto.carpintieri@golfpeople.eu  
Senior Vice-President - Direttore Area Russia  
**Nella Petych** - nella.petych@golfpeople.eu  
**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 Recensioni Tecniche  
**Dario Bartolini** - dario.bartolini@golfpeople.eu  
Direttore Itinerari Golfistici  
**Andrea Alpini** - andrea.alpini@golfpeople.eu  
Direttore Area Scientifica  
**Alessandra Bussi Moratti**  
alessandra.bussi.moratti@golfpeople.eu  
Direttore Recensioni Automotive  
**Mirko Crescimone** - mirko.crescimone@golfpeople.eu  
Direttore Area Sud Est Asiatico  
**Saenuri Chon** - saenuri.chon@golfpeople.eu  
Direttore Area Est Europa  
**Erika Benedek** - erika.benedek@golfpeople.eu  
Direttore Relazioni Istituzionali  
**Rocco Monaco** - rocco.monaco@golfpeople.eu  
Direttore Relazioni Internazionali  
**Vito A. Chirenti** - vito.chirenti@golfpeople.eu  
Direttore Fotografia  
**Stefano Merlini** - stefano.merlini@golfpeople.eu  
Direzione Area Finanza e Investimenti  
**Lorenzo Fanti** - lorenzo.fanti@golfpeople.eu  
Direzione Internazionale Area Cultura  
**Alberto Zucchi** - alberto.zucchi@golfpeople.eu  
Direzione Commerciale Sud Italia  
**Giuseppe Germano** - giuseppe.germano@golfpeople.eu  
Direzione Marketing Area Centro Italia  
**Anna Vinci** - anna.vinci@golfpeople.eu  
Direzione Commerciale e Sviluppo  
**Gianni Ciucci** - gianni.ciucci@golfpeople.eu  
Direttore Generale  
**Mario D'Angelo** - mario.dangelo@golfpeople.eu  
Web Master  
**Nina Bertuzzi** - redazione@golfpeople.eu

**Collaborazioni Esterne**  
**Mattia Merolle** - mattia.merolle@golfpeople.eu  
**Cristina Taccani** - cristina.taccani@golfpeople.eu  
**Maria Beatrice D'Ascenzo** - maria.beatrice.dascenzo@golfpeople.eu  
**Vera Agosti** - vera.agosti@golfpeople.eu  
**Federico Freda** - info@golfpeople.eu  
**Cristina Pica** - info@golfpeople.eu

**Redazione di Roma**  
Via Sebino 11 - 00199 Roma  
Tel. 06-8848094  
Fax 06-8414531  
info@golfpeople.eu

**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  
**Antonio Lerda** - antonio.lerda@golfpeople.eu  
lerda@tedoforo.it  
**Concessionaria Pubblicità Digitale Claudio Ricci**  
Via Principe Eugenio, 25 - 20155 Milano  
Tel. 02-36567808 - 338-3460866  
caudio.ricci@digital-adv.it  
claudio.ricci@golfpeople.eu

**Anno 1 - Numero 2 - Periodicità Trimestrale**  
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 e direzione artistica: 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  
Tel. +39 02.34.537.274 r.a.

## Contenuti

Luglio 2011



### I protagonisti si raccontano



pag. 8  
**Federico Brambilla**



pag. 11  
**Andrea Polo**

pag. 12  
**Sergio Dompè**



pag. 21  
**Davide Lodi Rizzini**

pag. 15  
**Federico Squassi**



pag. 18  
**Paolo Vittadini**



pag. 26  
**Ruggiero Benedini**



pag. 23  
**Federica Torti**



pag. 25  
**Domenico Angiolella**



pag. 33  
**Paolo Mariola**

pag. 28  
**Stefano Faita**



pag. 30  
**Alberto Crespi**



### Circoli e Tornei

pag. 35 **Itinerari Culturali Golfistici**

pag. 39 **Italian Golf Tour 2011**

pag. 41 **SPECIALE POLO HAND IN CAP**

### Golfando

Nella Petych plays with... GIUSEPPE DE LORENZO



pag. 48

### Life Style

Gima Fashion Group, Lario Bergauto, Mostre & Arte di Vera Agosti, Gigart, Dorian Cara, Key Frame TV, ArtNetWorth, Turismo - Holiday in Mallorca



pag. 50

### Patrimoni - Finanza

Alessandro Gasbarre, Bonomo-Trust, Fabrizio Brasili, Marco Frigeri, Ezio Poinelli

pag. 71

### Sociale - Salute - Hobby



Rinowa, Nicola Sorrentino, Antonio Petriccione, AIDOS, EWGA - CERIF

pag. 77



Andrea B. Del Greco  
Docente  
Accademia di  
Brescia

Michelangelo Pistoletto  
Presidente  
Città dell'arte  
Fondazione  
Pistoletto



Annalisa Sambin



Da sinistra: Robert Sagramati, Manager Bello e Italiano Nardi, Fiorella Moro, Manager Bello e Italiano Nardi, Cristina Fugali Account Edifis SpA



Cristiano Cielo direttore Golf Club Vicenza



Marco Fantì,  
direttore  
regola-  
mentazione e  
adempimenti  
istituzionali  
Mediaset

# CARI AMICI E CONSOCI

**“ Non ho mai sperimentato che il denaro da solo possa o mettere insieme gente capace o tenerla assieme. Io penso che sia tutta questione di accettare o no una sfida. ”**  
(Harvey S. Firestone)

Per il mio stile personale, non quello professionale, l'editoriale di apertura di questo numero potrebbe limitarsi esclusivamente alla significativa citazione riportata in apertura, in quanto esprime esattamente lo spirito che ha caratterizzato, caratterizza e, volendo l'Altissimo, caratterizzerà anche in futuro questa pubblicazione: **le persone, la gente, the people** o, in riferimento alla nostra cultura millenaria che tutta l'umanità ci invidia, **gens, gentis, hominis, multitudo, natio**. Dedicherò queste pagine iniziali a tutti coloro che, animati da passione e/o da interesse, personale e professionale, sentimento quest'ultimo assolutamente legittimo che deve essere sempre espresso e motivare qualsiasi attività, hanno collaborato all'avvio di Golf People Club Magazine, ai quali verrà riser-

Andrea Daviddi  
direttore vendite mercato Italia

vata una doverosa galleria fotografica.

Uno dei film leggenda che ben si associa all'aforisma sopracitato e che reputo, personalmente, un capolavoro per il recondito significato e messaggio subliminale che trasmette agli animi più raffinati, e cioè per come l'uomo possa essere capace di agire con motivazioni inizialmente materiali ma che poi operi per valori superiori, quali amicizia, lealtà, libertà, giustizia, arrivando a sacrificare persino la propria stessa vita è **Il Mucchio Selvaggio**, titolo originale **The Wild Bunch**, diretto da **Sam Peckinpah**. Vorrei citare anche altre pellicole altrettanto meritevoli ed aventi lo stesso comune denominatore quali, **Quella Sporca Dozzina**, **Dove Osano le Aquile**, **Quella Ultima Sporca Meta**, **Bastardi Senza Gloria**, **Il Miglio Verde**, che ogni volta che rivedo mi fanno riflettere molto sul senso delle cose, della vita e delle persone.

Io mi riconosco totalmente e profondamente, sia a livello individuale che nello sviluppo delle attività aziendali nelle quali ho collaborato e lavoro attualmente, nella frase di **Harvey Samuel Firestone**, fondatore della **Firestone Tire and Rubber Company**, uno dei primi produttori mondiali di pneumatici. Ho ritrovato tale animo anche nell'Anno Domini 1999 quando, risultando uno dei più giovani in assoluto a livello nazionale, sono stato ordinato, direttamente dal **Gran Maestro**, cardinale **Carlo Furno**, Cavaliere dell'Ordine Equestre del Santo Sepolcro di Gerusalemme.

Tale Ordine, fondato nel 1099 da **Goffredo di Buglione**, è di subcollazione pontificia e direttamente dipendente dalla Santa Sede, dotato di personalità giuridica canonica e civile; E' la sola istituzione laicale della Santa Sede ed è incaricata di sopperire alle necessità del Patriarcato Latino di Gerusalemme e di sostenere le attività ed iniziative a favore della presenza cristiana in Terra Santa; il Patriarcato ha quindi come principale fonte contributiva istituzionale le oblazioni erogate dai Cavalieri e dalle Dame dell'Ordine.

Emilio Zanetti presidente UBI Banca  
past president Golf Club Bergamo L'Albenza  
e la moglie

Un'altra poesia, che considero da sempre un capolavoro per l'educazione ed il messaggio intrinseco contenuto e che si ricollega perfettamente, creando così un percorso logico a questo discorso, è quella scritta nel 1910 da **Rudyard Kipling** indirizzata al figlio con l'obiettivo di insegnargli la distinzione tra bene e male: il titolo del poema è "Se".

Prima di lasciare definitivamente spazio alle immagini dei **Golf Club** e della nostra **Club House**, mi permetto di segnalare che la mia educazione e formazione sono state imperniata su questi concetti, avendo potuto contare sul privilegio di importanti **Maestri di Vita**, gesuiti, ebrei ed orientali, dai quali ho tratto l'insegnamento di possedere sempre **Equilibrio, Ordine, Armonia**, avendo come faro e punto di riferimento fisso la locuzione **Mens Sana in Corpore Sano**, rinvenibile nella **Decima Satira di Decimo Giunio Giovenale**, tutta volta a mostrare la vanità dei valori o dei beni (ricchezza, fama, onore?) che gli uomini cercano con ogni mezzo di ottenere; solo il sapiente vero si rende conto che tutto ciò è effimero e, talvolta, anche dannoso. Nell'intenzione del Poeta, l'uomo non dovrebbe aspirare che a **due beni** soltanto, la **santità dell'anima** e la **salute del corpo**: queste dovrebbero essere le uniche richieste da rivol-

Bianca Maria Miola Vecelli



Rosangela Borsa  
Dirigente  
a riposo



gere alla divinità, che, sottolinea il Poeta, più dell'uomo sa di cosa l'uomo stesso ha bisogno. Un personale e pubblico ringraziamento va indirizzato a **Maria Grazia Borelli**, presidente **Golf People Club House**, nonchè splendida persona che, seguendo l'insegnamento di **Harvey S. Firestone**, organizza ogni mese, partendo dallo scorso maggio fino al prossimo settembre, all'interno della propria residenza privata, nella terrazza ubicata al dodicesimo piano di una importante realizzazione architettonica che sorge in una rinomata zona residenziale di Milano, esclusive serate riservate ad un novero di soli **200 ospiti**, selezionati tra illustri e prestigiosi rappresentanti dei seguenti settori: **industria, finanza, università, professionisti, sport, arte, cultura, giornalismo, moda, spettacolo, sociale, solidarietà, commercio, politica, istituzioni, diplomazia, confessioni religiose**, che avranno il piacere di poter degustare prelibatezze enogastronomiche gentilmente offerte dai più importanti produttori a livello nazionale e trascorrere così piacevoli serate in un ambiente raffinato, elegante di elevato livello socio culturale, approfondendo argomenti di estremo interesse intellettuale e di pregnante attualità.

**Golf People Club Magazine**, tenendo fede alla propria filosofia dedicata alla gente ed al proprio claim, che recita "dove i golfisti si ritrovano per consolidare le conoscenze avviate sul Green e sulla Rete", a partire da questo numero dedicherà una sezione speciale al gioco del Polo, (tutti i giocatori di Polo sono golfisti), poichè svolgerà un prestigioso ruolo di supporto media agli **European Play Offs della IX Edizione del World Polo Championships**, che per la prima volta si svolgeranno in Italia nella splendida cornice di **Villa a**

**Sesta Polo Club**, ubicata in Toscana nella zona del **Chianti** in località **Ripaltella - Pietraviva** in provincia di **Siena**, di proprietà del banchiere italo svizzero **Riccardo Tattoni**, un caro amico personale del sottoscritto, con il quale ho avuto il piacere di collaborare con successo per oltre un lustro, avendo gestito la direzione relazioni esterne ed istituzionali di **Société Bancaire Privée**, banca privata da lui fondata insieme alla famiglia **Menarini**, con sede a **Ginevra** e quotata alla **Borsa Valori di Zurigo**.

**Golf People Club Magazine** contribuirà con il proprio supporto a sviluppare tale prestigiosa ed unica manifestazione sportiva e sociale, nella quale saranno attese circa **10.000 presenze** nei **dieci giorni** di programmazione, ospiti importanti come **autorità, jet set internazionale, intellettuali, artisti, banchieri, professionisti, industriali, cioè tutti i lettori abituali della rivista**.

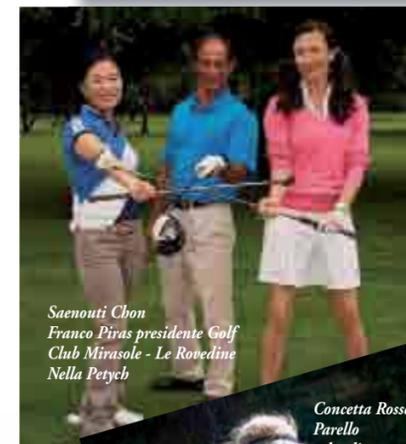
Infine un doveroso ricordo e tributo al fraterno amico **Gianfranco Chierici, Maestro di Vita**, scomparso improvvisamente nel **2003**: un vero nobile, non solo per l'effettivo blasone, quanto per l'essere un signore di altri tempi, dotato di una **vastissima cultura** e di una **grandissima umiltà**, che esprimeva nel dialogare con tutti correntemente e correttamente in **21 lingue, banchiere ed imprenditore** nonchè consulente di ben due amministrazioni presidenziali negli **Stati Uniti**.

Con stima ed amicizia, e con l'augurio ed il piacere di poter continuare a conoscere personalmente ogni nostro lettore.

Stefano M. Masullo



Cristina Fugali,  
Lorenzo Ungari  
presidente Orvafi Arezzo



Saenouti Chon  
Franco Piras presidente Golf Club Mirasole - Le Rowedine Nella Perych

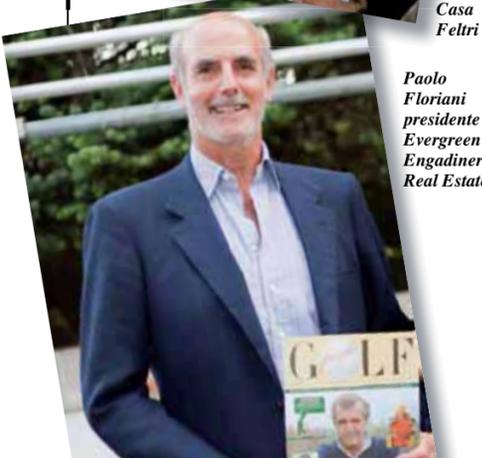


Paola Cielo  
account  
Edifis SpA

Cristina Fugali  
account Edifis SpA



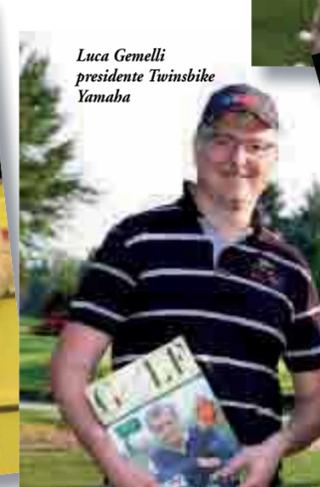
Laura Feltri  
presidente  
Casa Feltri



Paolo Floriani  
presidente  
Evergreen  
Engadiner  
Real Estate



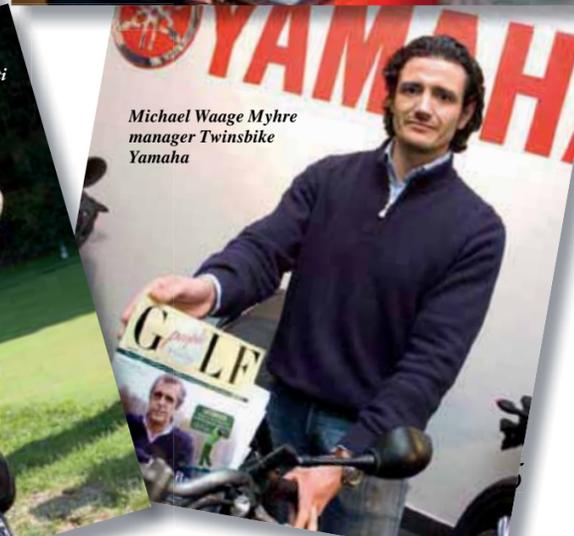
Marcello Belotti  
direttore  
Gruppo  
Anna



Luca Gemelli  
presidente Twinsbike  
Yamaha



Concetta Rossetti  
Parello  
sales director  
Destinations



Michael Waage Myhre  
manager Twinsbike  
Yamaha

# SQUADRA SI NASCE



Come affermato, da sempre, dal direttore responsabile **Stefano Masullo** e ripreso addirittura nel claim della testata, **la nostra non è una rivista di golf, bensì uno strumento di comunicazione di interessi e passioni personali dei golfisti**, ed in tal senso questa missione è stata perseguita, in quanto anche questo secondo appuntamento editoriale risulta caratterizzato da importanti personaggi e dalle loro passioni.

La copertina si apre con un'intervista a **Federico Brambilla**, presidente de **Le Robinie Golf & Resort**, che dalla passione per il golf ha tratto una sfida imprenditoriale tra le più importanti in Italia, e che ci racconta come il Golf Club, di cui è proprietario, rappresenti una visione imprenditoriale dalla quale trarre spunto per gestire un circolo di golf.

Come sempre le idee più semplici sono quelle che appaiono come le più innovative.

Abbiamo poi una coppia, nella vita e nella professione, che del golf hanno fatto una passione personale ed una attività imprenditoriale di grande successo, non solo in Italia ma a livello internazionale, **Mavie Bini** e **Paolo Vittadini**, che con il loro megashop, **Golf'Us**, hanno in realtà permesso una diffusione economica dei materiali e delle attrezzature, indispensabile per poter sviluppare questo sport (o questo gioco) tra i tanti adepti che vi si affacciano.

Ci sono poi elencate gare, iniziative e circoli che magari con la scusa della **Coppa Fragola**, riescono a raccogliere fondi e a creare un giro di solidarietà utile al sociale ed ai più bisognosi.

**Nella Petych**, senior vice president della nostra testata, nonché **direttore Area Russia**, ottima golfista ed affascinante donna, inaugura, con la dovuta grazia e femminilità, una innovativa rubrica: interviste personali ad amanti del golf protagonisti nei vari settori della società civile, realizzate durante una partita giocata in uno dei più bei circoli italiani. Il primo fortunato è **Giuseppe de Lorenzo**, banchiere di affari, che nel magico contesto del **Golf Club Barlassina**, insieme ad **Akim Hassan**, PGA, noto ed apprezzato **Maestro di Golf**, nonché opinionista di questa testata, riesce a catturare quella frase e quello spirito un po' maschile che vogliamo sottolineare: gli uomini vorrebbero più donne sui green.

"**Cherchez la Femme**" quindi, un tema su cui potremmo ritornare visto che se relazioni e passioni saranno il nostro argomento, questo mi sembra sicuramente un aspetto da approfondire con ironia e soprattutto chiedendo alle nostre lettrici e giocatrici che cosa ne pensano. A tal proposito è con estremo piacere poter annunciare che proprio su questo numero ospitiamo la prima intervista istituzionale di presentazione del progetto **EWGA Italy Executive Women Golf Association**, curato, guarda caso, proprio da tre imprenditrici appassionate golfiste, molto apprezzate e conosciute da anni nei circoli italiani per la loro brillante attività di gestione ed organizzazione di eventi: **Orsola Marchi**, presidente, **Chiara Cappon**, vice presidente e **Titina Fabris**, consigliere.

La sezione dedicata alla cura del patrimonio familiare ed aziendale vede l'inaugurazione, in collaborazione con un prestigioso partner accademico ed istituzionale come **CERIF Centro Ricerca sulle Imprese di Famiglia Università Cattolica del Sacro Cuore**, di una speciale ed unica sezione dedicata alle dinastie imprenditoriali amanti di questa disciplina. Inoltre, particolare enfasi ed attenzione è stata riservata al settore dell'arte non solo dal punto di vista culturale, ma anche quale importante ed unica opportunità di investimento, che allo stato attuale risulta essere uno dei settori non solo in tenuta ma in forte sviluppo, nonostante la perdurante crisi economica e finanziaria.

Abbiamo poi dedicato alcune pagine centrali al **Polo**, poichè come magistralmente descritto - con momenti di grande emozione - dal già capitano della nazionale italiana e vincitore di ben due titoli mondiali, **Francesco Pellegrino**, è disciplina contigua per spirito e per contesto a quello del golf. Inoltre le manifestazioni sportive, se pur rare, sono sempre di grande livello internazionale e con forti contenuti agonistici.

Infine due parole sul pezzo che il sottoscritto ha scritto assieme alla giornalista romana **Maria Beatrice D'Ascenzi** a **Palma di Maiorca** e che si propone come una visione alternativa ma completa per chi, senza finti compromessi, durante le proprie vacanze vuole essenzialmente giocare a golf, rendendosi però conto del territorio e delle opportunità turistiche, culturali ed enogastronomiche più classiche, senza ovviamente sconfinare nel territorio di competenza di un altro amico ed editorialista deputato proprio a trattare di questi argomenti, **Andrea Alpini**, architetto e persona di grande cultura che nella propria rubrica **Wunderkammer Voyage**, la camera delle rarità e delle prelibatezze di viaggio, illustra un'affascinante giornata trascorsa in **Liguria** al **Circolo Golf e Tennis Rapallo**.

Aspetti di notevole rilevanza per un golfista e non solo sono poi gli aspetti legati alla salute, psicologica e fisica, trattati magistralmente da due illustri luminari **Alessandra Bussi Moratti**, psicologa e docente a Roma e **Nicola Sorrentino**, dietologo e docente a Pavia, unitamente ad **Antonio Petriccione**, osteopata e fisiatra molto conosciuto e consultato da golfisti (e non solo) un po' arrugginiti nelle giunture.

Infine, di fondamentale importanza nel **Golf** come nel **Polo** è il rispetto delle regole, quindi in queste pagine l'amico **Davide Lodi Rizzini**, giudice arbitro - nonché responsabile del settore giovanile del **Golf Club Castell'Arquato**, affronta, nel suo consueto appuntamento, il comportamento da mantenere in campo e nel gioco.

**Obiettivo presente e futuro sarà quello di sviluppare servizi di reportage internazionali in tutti i numeri e sviluppare partnership con gli oltre 30 milioni di golfisti nel mondo.**

Insieme alle altre rubriche e pezzi che fanno parte di questo secondo numero, si infoltisce sempre di più la nostra community e gli argomenti di discussione.

Prima di congedarmi vorrei annunciare ufficialmente la nascita di una nuova squadra golfistica che a partire dalla prossima stagione calcherà i green per giocare e diffondere sempre più la passione per questa disciplina, coniugando sport e solidarietà: si tratta del **Golf People Club Magazine Team**, composto dal sottoscritto e dagli amici e colleghi **Nella Petych** e **Andrea Alpini**, che indosserà l'abbigliamento fornito da **Par72** e le scarpe su misura realizzate da **Raffaele Greco Golf**.

Buona lettura ed arrivederci al prossimo momento di incontro.

**Dario Bartolini**

*Direttore Recensioni Tecniche*

**PAR  
72**

SPORTSWEAR

www.par72.it

Ieri hanno giocato a golf.  
(Non usano SunFree.)



**SUN FREE.  
IL TESSUTO CHE  
ABBRONZA.**

By PAR72



La prima grande idea che non lascia il segno.

Permette di abbronzarsi anche al di sotto della polo. Funziona come filtro solare di media protezione bloccando i più dannosi raggi U.V.B. e permettendo solo agli U.V.A. di penetrare al di sotto del tessuto. Indossata la sua leggerezza permette una freschezza ineguagliabile.

# LA DEMOCRATIZZAZIONE DEL GOLF

**Signor Brambilla, cominciamo con il parlare della Sua storia umana e professionale.**

Sono nato nel 1940, da una famiglia modesta ma lavoratrice. Ho imparato presto cos'è il lavoro: all'età di 11 anni lavoravo in un negozio di tessuti. Ho iniziato come garzone, poi ho fatto il commesso. I clienti erano incuriositi ed ammirati da questo ragazzino che analizzava e sceglieva le stoffe. Ero intraprendente e determinato, e dal nulla sono riuscito ad emergere rapidamente.

**Da garzone undicenne a imprenditore...**

A 20 anni mi licenziai dal negozio e decisi di aprir-

**13.500 metri quadrati e 100 dipendenti.** Risultato: dopo qualche difficoltà iniziale ci fu un vero e proprio boom, al di là di ogni più rosea previsione. Il successo fu tale che un sabato dovetti chiudere a metà pomeriggio perché lo spazio non riusciva più a contenere il flusso di clienti. Un vero fenomeno, di cui scrissero i giornali di tutta Italia. Oggi i centri commerciali **City Garments** sono più di uno e continuano ad avere molto successo. Una bella vittoria, dopo tanto lavoro. Ora, da qualche mese, ho lasciato l'azienda a mio figlio.

**Lei è il Presidente del Golf Club Le Robinie.**

cuperare in breve tempo. Parallelamente alla passione per il gioco, scoprii il golf come business: c'era anzitutto da intervenire con determinazione per la cura del campo, ma volevo rendere **Le Robinie** un luogo aperto tutta la settimana, per tutto l'anno. Con appartamenti, hotel, piscina, palestra, sauna: un posto sempre vivo, insomma. Volevo poi intraprendere una nuova linea associativa. L'idea che avevo in mente era nel contempo semplice quanto coraggiosa: il golf doveva essere alla portata di tutti, tutti dovevano potere far parte di un mondo fino ad allora considerato per pochi. Niente esclusività, "scegliamo una formula diver-

*Federico Brambilla, 71 anni, bustocco, imprenditore di grande successo nel settore abbigliamento e calzature. La sua passione per il golf lo ha portato non solo a rilevare il Golf Club Le Robinie ad un passo dal fallimento, ma a trasformarne concettualmente la vita sociale, inseguendo un obiettivo tanto chiaro quanto coraggioso: il golf alla portata di tutti.*

re, assieme a mio fratello e ad un socio, un piccolo magazzino di tessuti. Lì **lavoravo, mangiavo e dormivo**: c'era molto da fare, ma volevo farmi una posizione e sapevo lavorare sodo. E' stata dura, ma col tempo siamo cresciuti. Nel frattempo, mi feci una famiglia e acquistai il terreno per la nostra casa. **A 29 anni** mi sentivo pronto per il grande salto: la mia volontà era quella di creare un centro commerciale di abbigliamento e calzature. Io ero fortemente determinato, ma sentivo addosso la sfiducia degli altri: quando intrapresi il progetto, ormai quasi quarant'anni fa, nessuno mi credeva e venni praticamente preso per pazzo. Mi sentivo un cavaliere solitario. Ho superato importanti rischi imprenditoriali, tirando dritto per la mia strada, non ascoltando chi mi consigliava di lasciare stare e nel **1974** aprii il grande magazzino **City Garments**: il primo in Italia a proporre abbigliamento su larga scala, che contava su uno spazio di

**Quando ha avuto inizio il Suo interesse per il golf?**

Nel **1992** acquistai un appartamento all'interno del circolo con l'Iva agevolata al 4%. I miei figli mi regalarono un quota d'iscrizione al Club e, cominciando a prendere lezioni, mi sono appassionato immediatamente al golf. Per il circolo, però, era un momento difficile ed era a forte rischio di fallimento. **Nel 1994** decisi di subentrare alla vecchia proprietà accollandomi anche i debiti e impedendo così il fallimento. Pagai i creditori e rilevai le quote dei **200 soci** per la cifra di **90 milioni di lire** ciascuno, diventando l'unico referente.

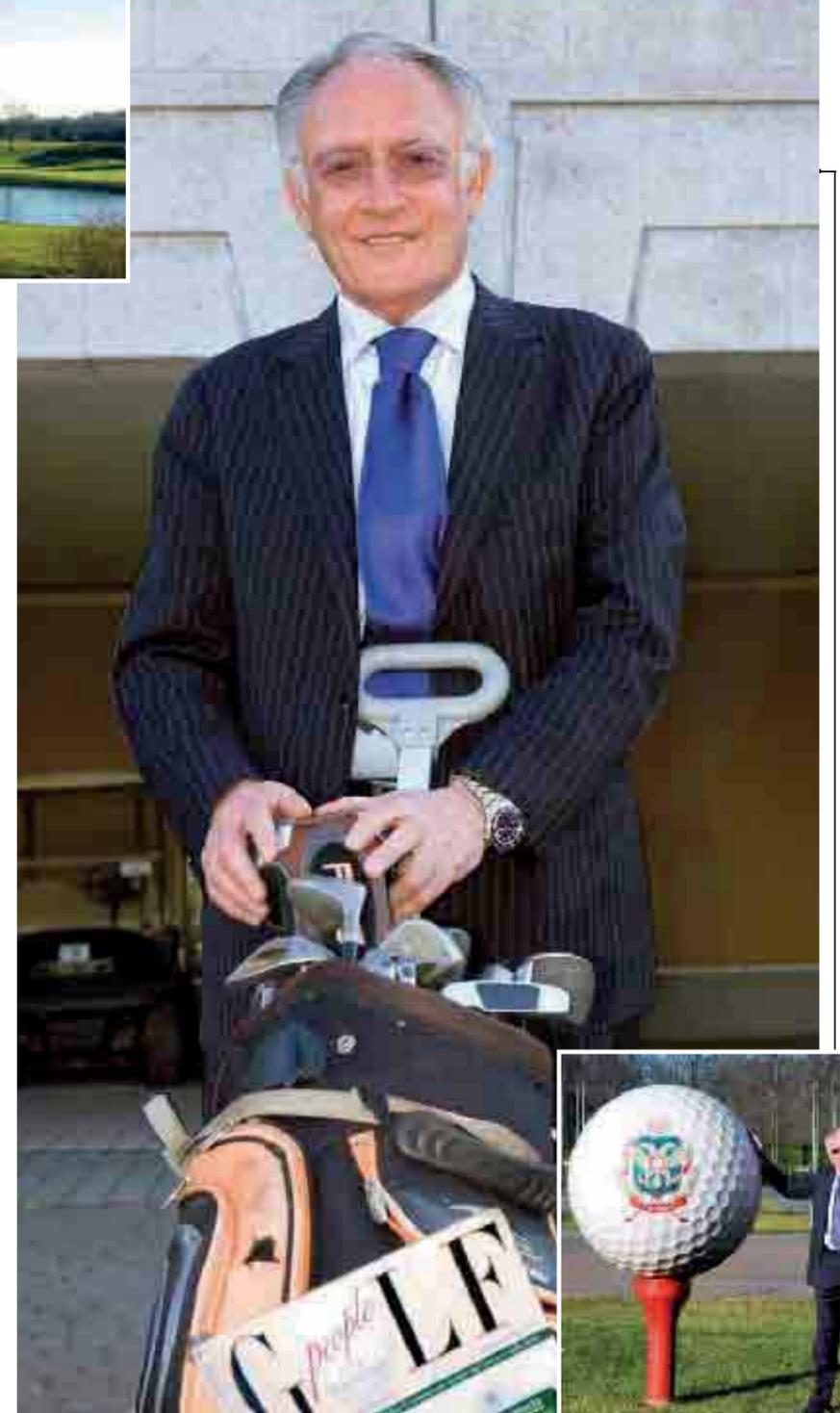
**A quanto ammontavano le perdite del Club?**

Le perdite erano ingenti, ma sono riuscito a re-

sa", mi dicevo. Una sorta di "democratizzazione" del golf. Una cosa assolutamente inconcepibile, al tempo, per l'ambiente dei Golf Club. Ho aperto a tutti anche il nostro ottimo ristorante, dalle cui vetrine si ammira un campo spettacolare.

**Parliamo appunto del campo, riconosciuto come uno dei più belli in Italia e non solo...**

Il grande **Jack Nicklaus**, uno dei più grandi giocatori di tutti i tempi e autore di un centinaio di campi da golf nel mondo (ma in Italia ha lavorato solo con noi), venne qui e si trovò davanti i circa **70 ettari** pianeggianti destinati al campo e disegnò il percorso a **18 buche**. Nicklaus ha creato avvallamenti, diversi ostacoli d'acqua e sabbia, bunker a terrazze con laghi posti lateralmente rispetto al percorso. Un progetto geniale. Al mio arrivo mi sono trovato davanti ad un capolavoro. E' un campo impegnativo, sul quale è possibile giocare a tutti i livelli e dove tutti i golfisti,



dal dilettante al professionista, si possono trovare a proprio agio. In sintonia con lo spirito che mi anima e con l'impronta di eccellenza che volevo dare al campo, ho adottato un sistema innovativo per l'Italia: quello di dotare tutti i giocatori di una borraccia di sabbia per riparare i divot (cioè le zolle di erba sollevate dal ferro che colpisce la palla). Questo sistema l'ho notato negli Stati Uniti ed ho subito introdotto l'idea qui al Club. L'educazione dei giocatori è importante, anche perché più il golfista rispetta le regole e contribuisce alla qualità del campo, più giocherà su un percorso eccellente. Decisi anche di costruire un pitch and putt di 18 buche, due putting green, un driving range di 250 metri con 18 postazioni coperte ed illuminate. Poi abbiamo un putting course, per invitare la gente ad avvicinarsi a questo gioco bellissimo e non elitario come si pensa.

**La buca più bella del campo?**

La **4**, anche esteticamente è **spettacolare**. Il lago è a destra rispetto al primo colpo. Sulla linea del secondo colpo si trova, ed è l'unico in Europa, un complesso di bunkers molto profondi. Una decina di anni fa Golf Magazine ha riconosciuto la buca **4** come una delle **500 migliori buche al mondo**.

**Che handicap deve avere un giocatore per accedere al green?**

Deve avere handicap **36**. I non classificati hanno però accesso al campo pitch and putt.

**Quanti soci conta oggi Le Robinie?**

Circa mille, e c'è un incremento annuo. Poi, con una certa soddisfazione, posso dire che l'età media dei nostri soci è mediamente bassa. Quattro anni fa siamo arrivati ad essere il circolo con più iscritti in Italia, circa **1500**. In quell'occasione è stata fatta una scelta che ci fa onore, era stata proposta una formula di "tesseramento libero" che ha avuto un successo strepitoso e ci ha dato grande soddisfazione; formula che poi, giustamente, la Federazione ha voluto fare propria.

**E riguardo alle tariffe?**

Ci sono ovviamente diverse soluzioni. Si va dai **270 euro** ai **1.150 euro**.

**Ci parli del club sotto il punto di vista del real estate, l'abbinare il gioco sul green con la possibilità di abitare praticamente a ridosso del campo.** Parallelamente alla ricostruzione del green, dun-

que a metà degli anni '90, ho trasformato un antico cascinale in una struttura Golf & Resort: 100 unità abitative suddivise tra 30 camere e 70 appartamenti monolocali, bilocali e trilocali.

**Piccola curiosità: sono molti i volti noti tra i golfisti che frequentano Le Robinie? A quali categorie appartengono?**

Sì, sono diversi. Anzitutto gli sportivi professionisti, come ad esempio la signora Lea Pericoli, tennista di chiara fama che ci onora spesso della sua presenza, giocatori o ex giocatori del Milan (**Tassotti, Massaro, Van Basten, Donadoni, Shevchenko, Kakà**), ex sciatori come **Paolo De Chiesa** e **Piero Gros**, nazionali di basket e nuoto. Poi imprenditori come **Paolo Ligresti**, personalità del mondo della politica come **Carlo Scognamiglio**. Sarebbe un lungo elenco, sono persone che ci inorgogliscono

no con la loro presenza.

**Signor Brambilla, concludiamo parlando del futuro de Le Robinie. Progetti in cantiere?**

L'obiettivo primario rimane quello di avvicinare sempre più persone al golf. In Italia, con i nostri **100.000 iscritti**, siamo ancora costretti a guardare con invidia il numero di golfisti di altre Nazioni.

Ad esempio, la mia volontà è portare qui più giocatori provenienti dai Paesi nordici, ovviamente sfruttando il vicino aeroporto di Malpensa. Ancora oggi sono determinato ad essere innovativo nelle scelte che prendo e sono ancora tanti i progetti che ho in mente per il Club che, con mia moglie, porto avanti ancora con passione, come tutto quello che ho fatto nella mia vita. Del resto, dietro ogni passione c'è sempre una storia...



*Andrea Milani, primo da sinistra, private banker Banca Popolare di Vicenza, e membro Comitato Editoriale Golf People, Federico Brambilla e Onelio Onofrio Francioso, presidente onorario Comitato Editoriale Golf People*



**FG Visual Communication** s.a.s



*...lo swing vincente per il tuo allestimento*



**FG Visual Communication** s.a.s

allestimenti vetrine - stand - display - striscioni  
stampa digitale - decorazione automezzi - insegne  
vendita e noleggio materiale d'allestimento

Via Isonzo, 18 - 20812 Limbiate (MB) ITALY

Tel. Fax. +39 02 99682146

e-mail: info@fgviscom.it - www.fgviscom.it

**P**ROTAGONISTI

*I golfisti si raccontano*

# Andrea Polo



carico la gestione di una importante agenzia di consulenza nel centro di Milano con all'interno una decina di promotori finanziari. Sin dall'inizio è stato chiaro che i promotori avevano la necessità di visitare ogni giorno nuovi Clienti a cui proporre le loro soluzioni di investimento... attività che non riuscivano ad organizzarsi autonomamente... allora abbiamo allestito un mini call center con **4 operatrici per fissare gli appuntamenti**. Ricordo

*L'Amministratore Unico della "Fabbrica degli Appuntamenti" ci racconta la Sua storia e di come con la Sua società può aiutare le aziende italiane ad uscire prima dalla crisi affiancandole nella ricerca di nuovi potenziali Clienti...*

**P**artiamo dai suoi inizi, gli studi, la strada da Lei percorsa fino ad oggi... Sono nato a Milano nel 1974, dove ancora oggi vivo con mia moglie e mio figlio. Mi sono diplomato al **Liceo Scientifico** e mentre studiavo giurisprudenza ho iniziato a lavorare come assistente di un importante consulente finanziario di Milano, che opera ancora oggi per una importante banca che mi ha insegnato la passione per l'attività imprenditoriale e soprattutto per quella di vendita con la V maiuscola...

**Quindi una passione per la finanza...**

Sì... ma soprattutto una passione per le vendite! In quegli anni avevo in mente di fare anche io il consulente finanziario: mi attirava molto l'ambiente della finanza milanese, l'idea di aiutare gli altri a gestire i loro patrimoni... trovare ogni giorno nuovi Clienti... interessere relazioni...

**E poi cosa è successo?**

E' successo che alla fine del **2001** il consulente finanziario per cui lavoravo ha preso in

ancora i nomi del primo quartetto: **Barbara** (che lavora ancora con noi dopo oltre 10 anni), **Simona, Donatella e Stefania**. Sin dall'inizio abbiamo impostato la nostra attività di fissazione di appuntamenti cercando di privilegiare la qualità dell'appuntamento... volevamo garantire ai nostri promotori incontri in cui era possibile sedersi di fronte ad un potenziale Cliente e condurre la trattativa commerciale... a vendere ovviamente ci dovevano pensare loro! **L'attività andò bene, tanto che altre agenzie su Milano ci chiesero di utilizzare i nostri servizi... poi, oltre le agenzie della stessa banca, hanno iniziato a cercarci altri istituti di credito... e lì la mia vita è cambiata...**

**In che senso?**

Nel senso che da consulente finanziario in pectore mi sono ritrovato ad inventarmi imprenditore nel settore dei call center... **ricevammo molte richieste spontanee di consulenti finanziari che volevano diventare nostri Clienti**, ed abbiamo iniziato ad espandere

il call center da **4 ad 8** postazioni e poi a **12**... ricordo che i primi computer li andai a comprare da un rivenditore di pc usati pagandoli poche centinaia di euro... l'attività cresceva e si espandeva sempre nell'ambito bancario e finanziario con nuove commesse ogni giorno... da lì è venuta l'idea di aprire il mercato anche ad altre aziende, non solo le banche ed i promotori finanziari, e quindi iniziammo a fissare appuntamenti per le compagnie telefoniche, le agenzie di pubblicità, gli installatori di macchinette per il caffè, per chi si occupava di forniture per ufficio e moltissime altre categorie.

**Chi è stato il suo primo Cliente non bancario?**

Lo ricordo come se fosse oggi: era un importante imprenditore nel settore delle forniture per ufficio... gli fissavamo appuntamenti per **8 venditori**... era di **Piacenza**, gli abbiamo fornito appuntamenti per molto tempo. E lo ricordo ancora con grande affetto... era anche un buon golfista "in erba"...

**E Lei invece... gioca a Golf?**

Anch'io sono un golfista, nato e cresciuto in uno dei campi più tecnici del nord Italia, il **Golf Club Ambrosiano**. Chi lo conosce saprà quanti ostacoli d'acqua ci sono... anni di lezioni alla corte di **Jason Lewis** ed **Antonello Bovari**, a mio modesto parere i due migliori maestri d'Italia... ho preso l'handicap, ed ho anche vinto un po' di gare all'interno del circolo... le coppe le ho ancora qui nel mio ufficio. E ne vado fierissimo!

**Il ricordo golfistico più bello?**

Mattino presto: io e 4 amici alla buca 4 del **Golf Club Petersberg in Sud Tirolo**... nel silenzio più assoluto si sentono cantare solo gli uccellini, la luce filtra tra le fronde del bosco... sono sul tee... e a 150 metri da noi attraversa il fairway un bellissimo cerbiatto... una grandissima emozione.



Il servizio continua sul sito [www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)

Per informazioni e contatti:  
andrea.polo@promotop.it - Tel. 02.30356974

**P**residente, quale posto ha avuto e ha nella sua vita lo sport?

Lo sport è una disciplina di vita che coniuga il senso dell'eccellenza e della competizione con il lavoro di squadra svolto con le persone che ti affiancano per raggiungere il traguardo prefissato. In un giovane i valori dello sport, il rispetto per l'avversario, il senso dello sforzo, la voglia di fare sempre meglio, possono influire molto sullo sviluppo di una personalità positiva e di una mentalità vincente.

**Che influenza ha avuto su di lei, per la sua crescita personale e anche professionale, la cultura del suo ambiente di provenienza?**

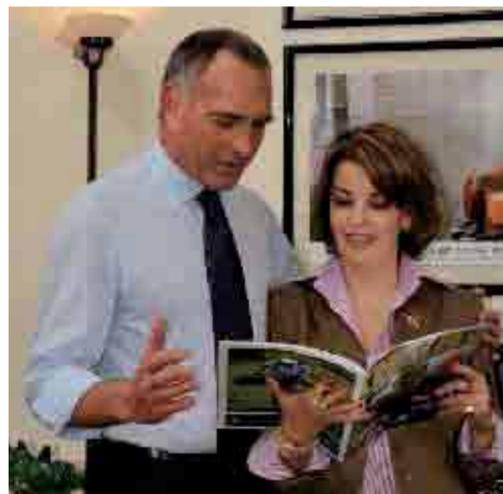
Senza dubbio, una parte di noi si afferma in maniera autonoma - e questo dipende dal DNA - ma un ruolo rilevante lo gioca l'ambiente in cui si vive e le persone con le quali si entra in contatto, a cominciare ovviamente dai propri genitori. Per

ce, ma senza smarrire la memoria delle difficoltà passate, perché anche queste insegnano a vivere. Se non impariamo a gestirle, convivendoci, i problemi tenderanno a ingigantirsi.

**E l'ingresso in particolare dei suoi genitori sia dal punto di vista affettivo che professionale?**

L'ingresso dei miei? È stato forte: a mio padre devo tanto, direi tutto, dal punto di vista lavorativo. Non sarei quello che sono senza il tempo che mi ha dedicato, senza tutto quello che ha fatto per me. A mia madre devo riconoscenza per l'affetto che mi ha sempre dimostrato e con il quale mi ha sempre accolto quando uscivo malconco dalle prove della vita che inevitabilmente caratterizzano l'adolescenza. A lei devo anche il senso vero dell'unità della famiglia.

**A proposito di genitorialità, parlando di lei come padre quali valori cerca di trasmettere ai**



*Alessandra Bussi Moratti ha intervistato per Golf People Sergio Dompè, Presidente Dompè Farmaceutici e Presidente di Farminindustria*

*Sono convinto che il lavoro nel settore farmaceutico sia uno dei più belli al mondo, e che per realizzarne compiutamente i presupposti si ha la necessità di consegnare agli altri un contributo reale*

me è determinante formarsi sui principi trasmessi e avere poi la possibilità di ridefinirli creando così un proprio setting di valori personali. Nel mio caso devo molto ai miei genitori e, come spesso accade, alle persone con le quali ho condiviso progetti professionali importanti.

**E la cultura degli ambienti da lei frequentati successivamente alla famiglia di origine?**

Un po' meno. Ognuno di noi è portato per necessità, per curiosità, per esigenze lavorative a frequentare ambienti diversi. E anzi, i giovani non dovrebbero farsi intimorire da queste diversità che possono rappresentare una ricchezza, se si ha l'intelligenza, direi quasi il software, per comprenderle. Frequentare ambienti "sbagliati" può influire negativamente soprattutto sugli adolescenti, che hanno una personalità in via di definizione e che più facilmente si possono trovare in difficoltà. Penso al mondo della droga o a quelli dove la pura apparenza spinge verso l'effimero. Credo che una delle preoccupazioni più grandi per un genitore, almeno per quanto mi riguarda, sia quella di cercare di assicurare ai propri figli una vita basata su una sana formazione e al tempo stesso, per rimanere in ambito farmaceutico, con una sorta di vaccinazione che consenta di affrontare situazioni delicate e complesse. A mia figlia maggiore dico spesso che le auguro una vita molto serena e felici

**suoi figli per il loro sviluppo sia personale sia lavorativo?**

Gli stessi valori che sono stati trasmessi a me. Con una differenza: mentre io rispettavo mio padre ma non vi era tra noi un rapporto di piena confidenza, le mie figlie si sentono libere, spesso e volentieri, di prendermi in giro. È un modo scanzonato di vivere l'essere padre. Non solo devo incassare rapidamente ma reagire subito per evita-

re la sequenza di battute al vetriolo. A me sembra che i padri siano diventati un po' più materni e le madri un po' più paterne, per l'esigenza che hanno molte donne di coniugare la propria crescita personale e lavorativa con l'educazione dei figli. E questo va bene, anche perché i papà delle generazioni precedenti - al di là dell'affetto e amore che avevano certamente per la famiglia - erano più severi e distanti dai loro figli.



**Come definirebbe il suo carattere?**

Ho un carattere flessibile anche se determinato, che mi ha permesso di affrontare i vari momenti della vita e di trovare la mia strada. Ci sono riuscito anche grazie alla fortuna, senza dimenticare l'esperienza che, come insegnava mio padre, è la somma di tutte le "fregature" che uno prende nella vita. Quello che conta, in sostanza, è mettere i ragazzi in condizione di non avere paura di parlare con i genitori nella consapevolezza che non si è mai sufficientemente preparati a discutere con loro.

**Dal punto di vista operativo, quali sono attualmente i suoi interessi e le sue iniziative preminenti?**

Sono convinto che il lavoro nel settore farmaceutico sia uno dei più belli al mondo, e che per realizzarne compiutamente i presupposti si ha la necessità di consegnare agli altri un contributo reale. Papà è mancato di vecchiaia, la mamma per un tumore. Ma oltre a questo - come tutti - ho vissuto e vivo a contatto diretto con la sofferenza delle persone, che naturalmente lascia un segno molto profondo. Spero che insieme a quanto già fatto da mio nonno e da mio padre anche io sia riuscito - e

riesca ancora - a dare qualche contributo per migliorare la Salute delle persone. Il mio impegno, attualmente, è mirato soprattutto sulle malattie rare: ci sono grandi possibilità per la cura dei pazienti dal punto di vista scientifico ed economico. Pur di raggiungere un risultato importante in quest'area sarei personalmente disponibile a dimezzare i guadagni.

Concludo, dopo ben 6 anni, la mia esperienza da **Presidente di Farminindustria**. Per me è stato un grande privilegio poter rappresentare il settore. L'ho fatto con entusiasmo, con orgoglio e con riconoscenza per gli Associati che mi hanno conferito questo onore. Anche nel lavoro privilegio l'incontro diretto con le persone che spero intuiscono sempre che credo davvero in quello che faccio. Solo così sarà più facile perdonarmi i successi mancati.

**Quali trasformazioni tra quelle già in corso, ad esempio l'internazionalizzazione, avranno il più grande impatto nell'assetto futuro della produzione industriale farmaceutica?**

Oggi c'è un'importante riorganizzazione per raggiungere un'integrazione molto più forte tra i diversi stadi della produzione dei farmaci: dalla

ricerca all'informazione medico scientifica. Gli azionisti pretendono una maggiore concentrazione sui fattori reali di competitività e hanno bisogno di un rapporto convincente costo/prestazione. L'internazionalizzazione per il nostro settore non è un tema nuovo, perché da sempre la produzione e la vendita di un farmaco hanno un respiro internazionale, anche per questioni di tipo regolatorio.

**Infine Presidente, quale messaggio le farebbe particolarmente piacere lasciare ai nostri lettori, anche considerando come il gioco del golf stia vivendo una fase di grande espansione nel nostro Paese?**

Tutte le cose belle, e lo sport indubbiamente è tra queste, dovrebbero promuovere sempre iniziative di carattere sociale. Per me, ad esempio, è importante aiutare la **Fondazione Theodora** dedicata a bambini affetti da gravi patologie. Il Prof. **Bruno Marelli**, che ha come passione il golf, organizza vari tornei per la raccolta fondi a favore della Fondazione. Voglio ricordare infine il contributo di **Franco Chimenti**, presidente della Federazione Italiana Golf, con le sue belle manifestazioni, alle quali partecipo con piacere.



#### L'immobiliare secondo noi.

Conosciuti e stimati per la competenza e la professionalità con cui lavoriamo, dal 1990 offriamo un accurato servizio di consulenza e di intermediazione nel settore degli immobili di prestigio. Sin dagli inizi, ci siamo distinti per la facilità di comunicazione con la nostra clientela, stabilendo con quest'ultima un'intesa profonda e costruttiva. Da qui nasce la nostra capacità di interpretare i desideri e le esigenze del cliente, o offrendogli sempre la certezza di un investimento sicuro, in termini economici e di qualità della vita.

#### Sviluppare tutte le potenzialità.

La nostra filosofia di vendita e di comportamento si basa sulla concretezza e sulla trasparenza, nonché sulla ricerca della massima valorizzazione dell'investimento. Infatti, sia nel caso di capitale da investire o di un immobile da vendere, il nostro impegno si orienta sul massimizzare il potenziale di vendita o di acquisto. Consapevoli dell'esclusività dei servizi che siamo in grado di offrire, puntiamo fortemente sull'unicità e sulla particolarità delle nostre proposte, certi di saper rispondere alle richieste del cliente, anche il più esigente.

#### Obiettivi concreti.

Il nostro team è composto da abili professionisti che possono contare su un'efficace rete di contatti e di conoscenze, anche in altre strutture appartenenti al settore, utili a cogliere le opportunità più interessanti proposte dal mercato. Sappiamo bene che l'acquisto di un immobile non rappresenta solo un semplice investimento ma una scelta per il futuro. Per questo, ci poniamo come sicuro punto di riferimento per i nostri clienti, garantendo loro la più completa assistenza anche nelle fasi che esulano dall'acquisto -come l'assolvere le formalità burocratiche e notari- e in quelle successive alla vendita.

#### Nuove frontiere.

Siamo sempre attenti alle tendenze e alle innovazioni, ecco perchè abbiamo creduto per primi all'applicazione della tecnologia QR per smartphone. Un rapido e valido servizio di supporto alla vendita.



## La differenza la vedi.

**RIZZETTI**  
IMMOBILIARE S.R.L.

# P

**ROTAGONISTI**

## Intervista a Federico Squassi



*Federico Squassi è un avvocato civilista ultrasessantenne, esperto giuslavorista con frequenti incursioni anche nella concorrenza sleale e nella proprietà industriale. Presidente della TEMI, l'associazione che riunisce gli avvocati, notai e magistrati italiani.*

**D**ottor Squassi, lei è arrivato al golf solo una ventina di anni fa. Come?

Con un gruppo di cari amici, in gran parte ex pariniani, prendemmo in affitto una volta la settimana una palestra per tornare a giocare a basket. Esperienza sconsiderata, per l'età e la mancanza di allenamento. Avevo anche comprato delle scarpe ultra tecnologiche che non scivolavano di un millimetro sul duro parquet. Io mi sfasciai un ginocchio e ci infortunammo quasi tutti, chi alla caviglia, chi alla schiena. Dopo una complessa operazione ed una lunga

rieducazione abbandonai sia tennis che vela e mi lanciai sul golf. Un amore a prima vista, fortissimo. Confesso che ogni tanto "bigiavo" per andare a giocare durante la settimana. Ricordo una trattativa a Verona nella quale chiedevo agli increduli veronesi di fissare le riunioni di primo mattino, così a mezzogiorno ero a Sommacampagna a giocare. Una vergogna!

**Chi l'ha portata al golf?**

Il solito compagno di scuola che aveva cominciato prima. In realtà uno dei problemi del golf tuttora esistenti è che, se non hai qualcuno che gioca in famiglia, a stento sai cos'è il golf ed anzi

pensi che sia un gioco da anziani, un po' snob e per nulla atletico.

Mio padre non giocava a golf per cui ho perso la possibilità di diventare scratch, che sicuramente avrei avuto se avessi iniziato a 12-13 anni... almeno credo.

Però, pur avendo cominciato tardi, non posso lamentarmi: per una gara ho giocato 9 di handicap e ora sono a 14 e sento che con più tempo e meno stress potrei scendere di due o tre colpi.

**Dove gioca e quali sono i suoi campi preferiti?**

RIZZETTI  
IMMOBILIARE S.R.L.

R

ALTRO CHE FINANZA CREATIVA.  
SOLIDI INVESTIMENTI.

## Vendita BERGAMO

Centralissimo due interi palazzi  
terra-cielo totalmente locati  
dall'Agenzia del Demanio.

DATI IN SINTESI	BELOTTI	STATUTO
Superficie lorda (mq)	15.312	24.860
Canone complessivo 2011 (€)	2.082.027,00	3.047.133,00
Decorrenza	24/12/2004	24/12/2004
Durata	9+9	9+9

Vendesi interi stabili  
in esclusiva concessa da



LARGO BELOTTI BORTOLO 3  
VIA DELLO STATUTO 21

Parlane con noi.  
**035 212562**

PROTAGONISTI

## Federico Squassi

paio di campi (**Hossegor e Chiberta**) vicino a **Biarritz** dove, all'inizio degli anni '80, quando ancora ero agli inizi, **Sean Connery** mi fece passare in un par 3 e mi disse "bien joué" quando infilai un birdie sotto gli occhi suoi e del suo team. Fantastico!

### E TEMI, è un impegno gravoso o un piacere?

TEMI è una storica e prestigiosa associazione che accoglie gli avvocati, i notai ed i magistrati golfisti. Mi è entrata nel sangue, fin da quando mi sono iscritto, ed a poco a poco ho iniziato a contribuire alla organizzazione delle sue gare e dei suoi eventi fino a che mi hanno chiesto di tradurre il mio lavoro in una presidenza che ho accettato. All'inizio ho un po' sofferto ma poi, gara dopo gara, la macchina ha cominciato a funzionare e a dare soddisfazioni.

Il mio proposito è cercare di trasferire le mie esperienze positive di golf e di viaggio a tutti i soci. La mia massima soddisfazione è portare le nostre gare e il nostro gruppo nei posti che amo.

Non è sempre facile, ma a novembre ho avuto la grande gioia di veder coronato da un grande successo una iniziativa che mi preoccupava molto: un breve viaggio di quattro giorni a Tozeur, nel deserto tunisino, dove ero stato due anni prima. Non era un viaggio facile, posto nuovo, campo acerbo, niente mare... come ad **Agadir** o a **Port El Kantauoi**. Poteva non piacere, ma abbiamo avuto **60 persone** entusiaste che volevano perfino tornarci. Indimenticabile la cena nelle dune del deserto, con una deliziosa danzatrice del ventre. Ora chissà quando si potrà andarci di nuovo.

### E come coniuga golf e professione?

Non mischio mai le due cose. Mi piace pensare solo alla gara ed al mio gioco e non piegare l'evento a fini promozionali. Poi non ho mai creduto più di tanto alle relazioni alimentate da frequentazioni non squisitamente professionali. Ammetto di non essere all'avanguardia su questo tema, e sconto ancora il pudore e la discrezione a cui mi abituò mio padre, anche lui avvocato.

Circa la convivenza di golf e lavoro devo dire che questo è sicuramente uno sport che fa bene alla professione, in quanto concede della pause di stacco mentale che liberano e riposano la mente. Solo timonare la barca a vela nelle gare

di triangolo mi scaricava più del golf. L'impiego di tempo richiesto dal golf non è indifferente ma, se non sono in trasferta in campi lontani, a Castelconturbia mi sveglio presto e dedico al lavoro almeno 3-4 ore al giorno durante il week end.

### I colpi preferiti?

Direi di distinguere tra quelli che eseguo meglio e quelli che mi danno più soddisfazione. Quelli più efficaci, che mi riescono meglio, sono curiosamente i colpi più corti e quelli più lunghi. Non temo gli approcci a bandiere corte, né il legno dal prato.

Invece ho meno continuità con i ferri medio lunghi e, forse per questo, i colpi che mi danno più soddisfazione sono proprio quelli al green con i ferri lunghi. Vedere la palla volare verso la bandiera e fermarsi lì vicino, magari manifestando un accento di backspin, è una vera libidine.

### Altre passioni?

Devo dire che per mia fortuna il lavoro è sempre stato ed è sempre una vera e propria passione.

Il golf, poi, non lascia molto spazio per coltivare altri interessi.

Amo molto la fotografia, i viaggi e la cucina. Mi domina la curiosità di vedere e visitare non tanto musei o pinacoteche, quanto città, piazze, valli e passi.

Ho sempre con me un apparecchio fotografico e conosco osterie e ristoranti dappertutto. Stavo per scrivere una guida dal titolo improprio "**Preture e Tratture**" e poi una delle tante riforme della Giustizia mi ha tolto le Preture. Peccato! Comunque sono rimasti quegli itinerari selvaggi, con annesso esperienze di trattoria, cui intendo riferirmi con il neologismo "tratture".



Federico Squassi, presidente TEMI con Saenuri Chon, direttore Area Sud-Est Asiatico Golf People.

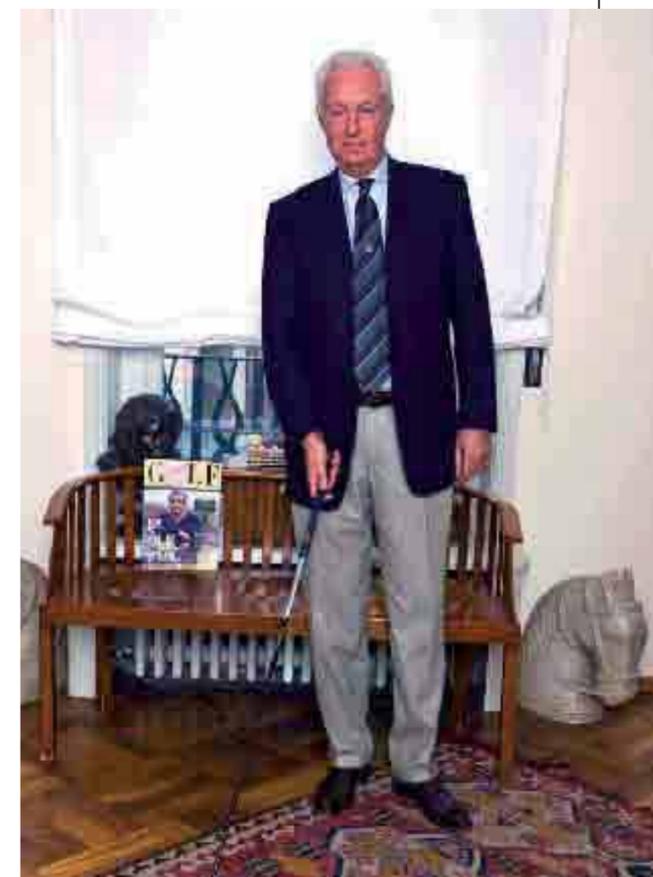
Sono socio a **Castelconturbia**, dove ho comprato una casa molto amata anche da mia moglie e dalla nostra cagnolina. Una casa dove viviamo almeno **100 giorni** all'anno.

Amo molto il mio club e la zona circostante. Boschi e campagne ancora molto naturali, circondati dalle montagne, pieni di animali. D'inverno uno dei miei passatempi preferiti è fotografare i caprioli, fuori e dentro il campo.

E' un percorso che non stanca mai. Le buche sono tutte diverse tra loro e dotate di marcata personalità. Bisognerebbe dare loro un nome, buca per buca, come fanno, mi pare, in Irlanda.

Sono però anche fondatore del **Golf Club Bogogno**, che amo in eguale misura: in questo sono sempre stato "bipartisan". Avere **63 buche**, tutte belle, in **10 chilometri** è una vera meraviglia. Peccato che non si sia mai realizzata un'intensa sinergia tra i due circoli, da me sempre auspicata. Non posso dire di aver girato il mondo del golf e, sinceramente, rispetto ogni campo. Quelli che più mi sono piaciuti sono **Valderrama**, **Le Chateau al Four Seasons di Fayence**, **Is Arenas** nell'oristanese, dove mi vanto di aver portato fin dal suo inizio decine e decine di persone, **Puntaldia**, corto ma difficilissimo con il vento, e un

*Il mio proposito è cercare di trasferire le mie esperienze positive di golf e di viaggio a tutti i soci. La mia massima soddisfazione è portare le nostre gare e il nostro gruppo nei posti che amo.*



## Intervista a Paolo Vittadini

*Paolo Vittadini è titolare con la moglie Mavie Vittadini Guidi di Golf House S.p.A. - Golf'US, la catena di negozi numero uno in Europa per la vendita di attrezzatura da golf*

**D**ott. Vittadini, quando ha avuto inizio la storia di Golf House?

Nel 1987, da un'iniziativa di mia moglie Mavie, che all'epoca lavorava in una società di revisione. Il mondo del golf ci appassionava entrambi, anche se allora la diffusione del gioco, in Italia, era davvero agli inizi: nel Paese i giocatori erano meno di ventimila. Mavie era una sciatrice ed era in contatto con Salomon, la quale in quegli anni comprò TaylorMade, nota azienda produttrice di attrezzatura da golf. Abbinando la passione golfistica con le conoscenze del settore creammo la società, che inizialmente si occupava della vendita all'ingrosso dei prodotti legati al golf in

**In quali città, precisamente?**

I primi furono aperti a Barcellona e a Parigi, ai quali si aggiunsero poi punti vendita a Tolosa, Bordeaux, Cannes, Marsiglia, Lione... E in Spagna operammo allo stesso modo, ovvero individuammo aree geografiche nelle quali la popolazione di golfisti fosse superiore ai 10.000 giocatori e aprimmo i nostri negozi. Piano piano siamo cresciuti, divenendo la prima realtà per la vendita di attrezzature per il golf in Europa Continentale.

**Quanto fatturate?**

30 milioni di euro annui, e tre anni fa abbiamo cominciato ad avvicinarci al mercato tedesco, che tanto per capirci è grande poco meno del mercato sud europeo (Portogallo, Spagna, Francia ed Italia).

**A livello mondiale, quanto rappresenta in percentuale il mercato europeo di attrezzatura da golf?**

Circa il 15%, con il solo mercato inglese che

### Federico Freda

L'approccio con la fotografia di Federico Freda avviene più o meno all'età di 16 anni, quando trova in un vecchio scatolone la reflex analogica comprata dalla madre nel '75. Incuriosito dalla meccanica di quella Nikon, si iscrive ad un corso di base per fotografia a pellicola, imparando non senza qualche difficoltà a padroneggiare le basi tecniche. Continuando a scattare su cellulosa, Freda fa pratica per i due anni successivi. Completati gli studi classici, si trasferisce a New York dove vivrà per qualche tempo, affiancando nel ruolo di primo assistente un noto ritrattista newyorkese, Jordan Matter, dal quale imparerà la fotografia in luce naturale. Nel frattempo si converte alla fotografia digitale, rimanendo però fedele a Nikon. Tornato in Italia, ottiene un colloquio con Oliviero Toscani, e diventa suo secondo assistente. Collabora con Toscani per circa tre mesi, poi per vari motivi si trasferisce a Milano, dove vive attualmente, lavorando per Milano Studio Digital, e rivestendo il ruolo di assistente per diverse grosse campagne pubblicitarie come Pin-Up (ph. Vincent Peters), Bulgari (ph. Fabrizio Ferri), Gioia (ph. Paul Empson). Tra i suoi progetti "Volto di Strada", un reportage di sei mesi realizzato a New York, "Art for Artist's Sake" in cui immortala diversi generi di artisti al lavoro, "Fuori Luogo" un'alienazione del concetto di inadeguatezza dei giovani nella società di oggi, e in fase di realizzazione "Stereotipi e nuove tendenze", un reportage urbano sui trends della Milano giovane del nuovo decennio.

Italia, fondamentalmente attrezzatura da gioco. Fin da subito iniziammo a dedicarci anche alla gestione dei punti vendita siti presso i circoli golfistici. Nell'87 cominciammo con il Golf di Biella, un campo storico; successivamente, nel 1991, si decise di vendere la società di distribuzione per concentrarci sulla vendita al dettaglio. Aprimmo il primo punto vendita a Milano, che offriva non solo attrezzatura da golf ma anche abbigliamento e in seguito, nel '96, si decise di iniziare ad operare all'estero: in Italia il settore continuava ad essere ben lontano dalle aspettative di sviluppo di una decina d'anni prima, al contrario di quello che era avvenuto in altre nazioni d'Europa come la Svezia, la Germania, la Francia. Nel nostro Paese c'erano i campi da golf, era il numero dei giocatori a continuare ad essere esiguo.

**Quali Paesi sceglieste?**

Decidemmo di rivolgerci ad altri mercati "meteorologicamente" simili a quello italiano, come quello spagnolo; evitammo di entrare in situazioni al di fuori della nostra portata, come ad esempio il mercato inglese o svedese dove, vista la differenza climatica, l'assortimento dei prodotti necessari era completamente diverso. Nel 1996, dunque, aprimmo i nostri negozi in Spagna e Francia.

incarna ben la metà di questa percentuale. I più grossi mercati mondiali per il settore sono ovviamente quello americano, che è circa la metà del mercato globale, e quello giapponese con il 15%. Nel resto del mondo, quello del Sud Africa è un mercato importante, come del resto quello sudcoreano.

**Quanto ha influito la crisi sulle vendite delle attrezzature?**

Sicuramente molto. Dal settembre 2008 si sono iniziate ad avvertire pesanti ripercussioni riguardo alla vendita, ovviamente più delle attrezzature che dell'abbigliamento: per un golfista non è certo necessario cambiare i ferri tutti gli anni. Inoltre, il mercato online ha cominciato ad essere più presente ed aggressivo riguardo ai falsi: nel mondo di internet c'è una fortissima presenza di prodotti contraffatti, marchiati con i brand più importanti; inizialmente, anni fa, erano venduti a prezzi assolutamente non credibili ma oggi, più "intelligentemente", hanno alzato i prezzi di prodotti falsi fatti benissimo, diventando più credibili. Sono in molti quelli che abboccano. Questo è permesso anche dal fatto che è difficile giocare a golf, ed è complicato, almeno per un golfista "comune", capire se il bastone con cui si sta giocando sia buono o meno. È un problema molto grosso, che i marchi stanno tentando di affrontare attraverso il controllo sulle fonti produttive. Quanto a noi, in questo periodo di crisi abbiamo riportato un calo di vendita di attrezzature del 30%. Ora ci stiamo un po' riprendendo, ma è sicuramente una situazione ancora molto fragile.

**Quindi c'è comunque una certa ripresa...**

Sì, abbastanza recente, nella seconda parte dello scorso anno, anche se è avvenuta una ricaduta nel periodo natalizio e in quello dei saldi: la corsa al saldo, all'outlet, al discount sta mettendo in difficoltà il commercio in generale.



L'intervista a Paolo Vittadini e gentile signora prosegue su:  
[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)



Annalisa Sambin, Golfmate di questo numero è la protagonista del servizio ambientato nel megastore di Golf'US - Via Gallarate 221, Milano, realizzato da Federico Freda. Make Up Artist: Claudia Tito - Stylist: Elena Queirolo e Benedetta Danzi



Paolo Vittadini e Mavie Vittadini

**CAVALLINI**  
viticoltori dal 1919

**WWW.CAVALLINI1919.IT**

Viticoltori dal 1919 in Oltrepò Pavese

Via Mazzolino 16 - 27050 Corvino San Quirico (PV)

**P**ROTAGONISTI

Regole del Gioco

# GIOCO LENTO !?!?

*No... io bradipo, tu bradipi, egli bradipa...*

di Davide Lodi Rizzini

*Cari Birdie, Par e Bogey, bentornati!!!*

Mi rivolgo a coloro i quali, pur avendo letto la mia premessa sulle regole nel numero precedente, impertentiti curiosano nuovamente fra le righe, forse timorosi di trovare qualche notizia relativa ad infrazioni nelle quali sono inconsapevolmente incappati.

Dato che non sarebbe giusto deluderli, questa volta parleremo della "Regola" più infranta durante le gare di circolo, quella relativa alla velocità del gioco (**Reg. 6-7 Ritardo Ingiustificato; Gioco Lento**). Interi trattati sono stati scritti e c'è addirittura chi dice che si tratta della "piaga" di questo gioco, ma le scene alle quali si può assistere durante i week end sui campi da golf sono sempre le solite, con qualche variante dai toni a dir poco coloriti e simpatici. Prima di cominciare, è doveroso però fare una premessa che non deve essere un'attenuante o giustificare chi si rivede negli atteggiamenti che analizzeremo di seguito, ma che ci permette di delineare l'identikit del golfista dei nostri tempi: spesso imprenditore, o comunque con molti impegni e incarichi di responsabilità, sempre di corsa, con viaggi di lavoro, orari sballati, pasti veloci, e-mail, telefonate, una moglie o un marito, uno o più figli, cane, gatto, mutuo, scadenze, insomma... chi più ne ha più ne metta. In sostanza, un concentrato di vita talmente stressata che sul tee della buca 1 (dove puntualmente arriva

all'ultimo istante) si traduce in un bel "mollatemi, oggi voglio proprio rilassarmi". E qui la prima domanda sorge spontanea: ma se costui voleva rilassarsi, perché mai ha scelto un gioco che prevede che la pallina vada spesso dove non vorrebbe costringendolo a passare buona parte del proprio tempo a cercarla tra foglie e rovi?

Tralasciamo i quesiti irrisolti dando spazio al libero arbitrio e passiamo a qualche momento di vita golfistica vera, ricordando alcuni principi base riportati sul libro delle regole: **"I giocatori dovrebbero giocare con un buon passo e senza ritardo ingiustificato", "E' responsabilità di un gruppo mantenere la distanza con il gruppo che precede, invitando il gruppo che segue a passare se è evidente che è più veloce" e "Tra il termine di una buca e la successiva area di partenza i giocatori devono evitare perdite di tempo"**.

Quello che si vede invece troppo spesso sui campi da golf sono i gruppi di golfisti che, finita la buca, continuano ad occuparla mentre ricostruiscono i colpi effettuati, quasi come **Sherlock Holmes** quando è concentrato a risolvere un difficile caso di omicidio, e magari con le sacche ancora davanti al green anziché già verso la buca successiva.

Oppure quei giocatori che perdono diverse buche rispetto a chi li precede, ma che pur di non fare passare il team che li segue sciorinano una serie di scuse al **Marshall** di turno tipo:

"Abbiamo aspettato anche noi tutte le buche", "Non siamo noi che siamo lenti, sono loro che sono veloci" o ancora "Per forza, loro hanno il cart!" e via discorrendo.

Concludiamo con i team ai quali invece capita il golfista ultra-concentrato; quello che prima di ogni tiro possiede non una routine, ma le routine di almeno quattro o cinque professionisti messi insieme e che studia talmente i green e le pendenze da ogni angolazione da assumere posizioni tipo **Matrix**, nella famosa scena dove i protagonisti evitano i proiettili.

Bene, se vi siete rivisti in alcuni degli atteggiamenti descritti (ve ne sono molti altri, ma è meglio sorvolare), mi permetto di consigliare alcuni semplici suggerimenti: aumentate il passo fra un colpo e l'altro e durante i trasferimenti, segnate i colpi fatti alla buca precedente solo dopo aver tirato dalla buca successiva (dove conviene presentarsi già con tee, pallina, guanto e bastone necessario), studiate i green mentre approciano o puttano gli altri golfisti (senza però disturbarli), ma soprattutto non dimenticate che essere lenti non vuol dire essere dei cattivi giocatori, ma che si può incorrere in richiami ufficiali, colpi di penalità e squalifiche e che tali sanzioni vanno accettate.

Dimenticavo il passaggio (e non sosta) alla buvette!!! Durante una gara "domenicale", come Marshall, ho personalmente assistito ad una telefonata da parte di un team che dal **tee della 8 ordinava 4 piatti di pasta all'amatriciana con 4 bicchieri di rosso da consumare fra la 9 e la 10, mentre guardavano la partenza di un Gran Premio di Formula Uno**. Non ci crederete ma alla mia domanda: **"Signori, non vi sembra di esagerare e rallentare il gioco?"** hanno risposto, continuando a guardare il televisore: **"Non siamo noi che siamo lenti, sono loro che sono veloci"**.

Davide Lodi Rizzini

*Davide Lodi Rizzini, Diploma in Informatica Industriale e 15 anni di attività commerciale nel settore della pubblicità editoriale; dal 1999 Personal Financial Banker con il Monte dei Paschi di Siena. Cresciuto come golfista presso il campo pratica CTL 3 di Carnate in Brianza (2004), attualmente impegnato tutti i week end come Rules Official e con il Club dei Giovani, al Golf Club Castell'Arquato (Piacenza).*



# C LUB HOUSE

Grande successo, oltre 200 prestigiosi ospiti presenti all'esclusiva festa svoltasi alla Terrazza Borelli, residenza privata di Maria Grazia Borelli, presidente Golf People Club House, rassegna video visionabile ai seguenti link:

<http://www.youtube.com/watch?v=HMZbstgRbM0>  
<http://www.youtube.com/watch?v=0v2PKVLaF24>



Paolo Spadacini



Giorgio Mastrotta e Grazia Borelli



Terrazza Borelli Golf People Club House



Giancarlo Savinelli

Stefano Galli

Fotografie di Stefano Merlini. Video e montaggio: Giordana Callegari e Keyframe.tv

## P ROTAGONISTI

## Intervista a Federica Torti

Pubblichiamo l'intervista all'autrice e conduttrice televisiva Federica Torti, nella quale si racconta a 360 gradi in un servizio che svela diversi interessanti aspetti della sua carriera e vita privata. Quando entro in casa è seduta ad una piccola scrivania con il computer aperto. "Scusami - dice - ma devo proprio mandare questa e-mail". Quando si alza per raggiungermi sul divano, tenendo in mano una tazza di caffè, ne apro per dare una sbirciata al suo look, aspetto sul quale voglio porle qualche domanda. Ecco i dettagli: Federica indossa un elegante completo nero con dei leggings che scendono a sigaretta su un paio di boots molto alla moda. I capelli sono raccolti. Semplicemente elegante. Le spiego che la nostra intervista sarà un po' diversa dalle solite, e le si illuminano gli occhi.



# SEMPLICEMENTE ELEGANTE

**F**in dall'inizio della tua carriera, si può dire da subito, è arrivato il piccolo schermo, che ti ha vista protagonista anche in trasmissioni sportive. A riguardo, quanto ha influito l'esordio sulle tv locali con Fulvio Collovati per la tua competenza calcistica?

Ho sempre amato il calcio ed ho sempre apprezzato il bel gioco e, grazie a Fulvio, ho avuto anche un buon insegnante.

**Parliamo del tuo ultimo lavoro come autrice e conduttrice del Magazine "Yacht & Sail", in onda su Sky 430.**

E' stato un lavoro da me fortemente voluto, data la mia passione per il mare, per la navigazione... saranno le mie origini genovesi! La cosa per me davvero importante è non limitarmi a riferire agli spettatori le ultime news nautiche, ma anche metterci un po' del mio e... sembra che ci sia riuscita!

**Ci puoi parlare del tuo rapporto con la vela?**

Una volta, ricordo, ero alla guida di una meravigliosa goletta a tre alberi, e facevo finta di portare il timone. Ad un certo punto la barca ha perso il vento, e muovendo il timone sono riuscita a far gonfiare le vele e ho recuperato il vento. Una sensazione indescrivibile.

**Pensi che trascorrerai a vela le prossime vacanze?**

Non parlerei solo di vacanza. Vorrei riuscire a coniugare la vela e la barca con la vita, il lavoro e la vacanza.

**A questo punto ti immagino in una traversata in mezzo al mare con il BlackBerry, sempre connessa. Come stiamo a tecnologia?**

Sto studiando il nuovo layout per il mio sito, sono presente su **Twitter** e **Facebook**. Ma niente dipendenze. "Twitto" ogni tanto, ma solo se ho qualcosa da dire, non è certo un impegno. Mentre Facebook mi fa paura, dovrebbe essere un minimo arginato perché è facile venirme inghiottiti. Sono consapevole che quando mando un messaggio su questi canali d'informazione sto condividendo un pensiero, una parte della mia vita, dunque cerco sempre di

restare entro certi limiti.

**Queste tue risposte denotano un carattere forte e determinato. Quanto incide sul lavoro questo tuo modo di essere?**

Molto, ti fa essere un interprete vero, potente. Aiuta poco, invece, se parliamo di scalata al successo come è intesa in questo Paese, fatto di alti coronamenti al potente in voga o al politico di turno. Io sono una persona integra e forse questo mi ha penalizzato. Alla fine, però, quando mi si dà una macchina da presa, un palcoscenico, un ruolo, io mi riscatto perché in fondo è il talento che parla e che viene fuori.

**So che sei anche un'appassionata di golf. Quando è scattata la molla che ti ha portato ad interessarti di questo sport meraviglioso?**

Alcuni miei amici di Bologna possiedono il **Golf Club Casalunga**, e mi hanno sempre parlato di questo sport bellissimo. Poi, un giorno, sono andata a trovarli e lì mi sono appassionata davvero tanto.

**Se fossi stato un caddie, a chi porteresti o avresti portato la sacca?**

Beh, ai tanti golfisti che ci hanno e continuano a farci appassionare. Tiger Woods e Ernie Els su tutti.

**Come sarebbe composto il tuo team ideale in una gara di golf?**

Difficile da dire, però sicuramente vorrei avere intorno a me persone simpatiche che amano veramente questo sport.

**Se tu fossi una golfista professionista chi vorresti essere?**

Prima cercherei d'incominciare con le nozioni base...

**Ci puoi dire qual è il segreto per essere sempre in forma come te? Dal web apprendiamo che fai tantissimo sport e che segui un'alimentazione sana, nascondi forse qualche altro segreto? Ma soprattutto, sai dirci dove si trova la forza d'animo per resistere alla Nutella?**

Quanti complimenti, grazie davvero. Per prima co-

sa devo molto ai geni di famiglia. Seguo una buona dieta di base, cercando sempre di bere molta acqua. Ma soprattutto sono molto vicina alla mia famiglia e ai miei amici: dò importanza alle relazioni, questo mi fa essere felice e credo che la felicità sia il più grande segreto della bellezza. Per quanto riguarda la Nutella... chi dice che ci rinunciò?

**Hai sempre un look così impeccabile. Io direi che tu, più che indossare gli abiti, li interpreti con una raffinatezza ed un'eleganza uniche in tutte le situazioni... ti faccio quindi una domanda: come vivi il rapporto con la moda? I tuoi abiti li scegli tu personalmente o ti fai consigliare da qualcuno?**

E' un po' una combinazione delle due cose. Quando sono impegnata durante le registrazioni mi faccio aiutare da uno stylist, ma per il resto mi arrangio. Mi piace molto la moda, vado alle sfilate, cerco di seguire i nuovi trend ma cerco di non diventarne schiava.



E' nato **ARÔME** CONCEPT STORE



J'ADORE LE CONCEPT STORE!

Il concept store più ricco e trendy della città: non si vendono solo oggetti ma anche idee, progetti e servizi. Un nuovo living contemporaneo realizzato su tre livelli di raffinato ambiente "grosso chic" con tentazioni di strenuo shopping a cui sarà difficile resistere, dalla maglietta firmata all'idea regalo che non avrete mai visto.



**ARÔME** CONCEPT STORE

Un ambiente rilassante e accogliente dove non si entra solo per comprare ma si approda per trovare nuovi stili di tendenza.



Via Nino Bixio 1  
 Ang. Viale Piave  
 0289954772  
 aromegroup@hotmail.it  
 www.aromegroup.com

# C LUB HOUSE

Grande successo, con oltre 200 prestigiosi ospiti presenti all'esclusiva festa svoltasi alla Terrazza Borelli, residenza privata di Maria Grazia Borelli, presidente Golf People Club House. La rassegna video è visionabile ai seguenti link:

<http://www.youtube.com/watch?v=HMZbstgRbM0>  
<http://www.youtube.com/watch?v=0v2PKVLaF24>



Fotografie di Stefano Merlini. Video e montaggio: Giordana Callegari e Keyframe.tv

# P ROTAGONISTI

*I professionisti si raccontano*

# Domenico Angiolella

*Classe '59, Bocconiano, manager bancario con 25 anni di esperienza nel settore delle gestioni del risparmio, Socio A.i.a.f. (Associazione italiana degli analisti finanziari), attualmente "private banker" di Monte dei Paschi di Siena. Golf People Club Magazine lo ha incontrato presso gli uffici della sede milanese di MPS.*

**D**ott. Angiolella, ci parli della Sua formazione professionale.

Mi sono laureato in Economia e Commercio presso l'Università Bocconi nel 1984 e sono entrato nell'Ufficio Studi di Sefimeta, società del Gruppo Ferruzzi, dove sono rimasto per due anni. Dopodiché, per due anni sono stato broker per la sede milanese di Merrill Lynch. In seguito, dall'88 al '92 ho lavorato in Lussemburgo per il Banco di Roma come Operatore Sala Cambi e Operatore Mercato Euro Bond (trading proprietà e intermediazione). Nel biennio '92-'94 ho ricoperto il mio primo incarico gestionale, come Responsabile linee di gestione Mercati Esteri, presso una commissionaria milanese, attività che ho poi proseguito fino a inizio 2009 lavorando per Sim e Banche come Gestore di linee di investimento azionarie e obbligazionarie. Dopo la crisi del 2009 sono uscito dal circuito istituzionale e sono diventato "imprenditore di me stesso"... ho dapprima lavorato a tempo pieno per la società di consulenza da me creata nel 2005 (A.D.&C. Finance) e poi, strutturata e consolidata nella sua organizzazione questa struttura, ho deciso di entrare in una rete bancaria per mettere a frutto l'esperienza e le conoscenze acquisite nella mia attività professionale. La crisi perdurante dei mercati, le continue lamentele di gran parte degli investitori, sono state per me uno stimolo a intraprendere una nuova carriera come "private banker" perché ritengo che, nonostante le difficoltà di questo mercato, esistano strumenti e modalità per ben operare con buoni rendimenti per i clienti; ho quindi ritenuto fondamentale poter lavorare in una rete multibrand, senza conflitti di interesse, che mi permettesse di essere "CONSULENTE" a 360 gradi del proprio cliente... MONTE DEI PASCHI DI SIENA mi è sembrata la scelta migliore, i Private appartengono alla rete ma sostanzialmente sono dei Consulenti al servizio del cliente. Ho deciso perciò di mettere al servizio del cliente persona fisica le conoscenze e l'esperienza acquisite lavorando all'interno di strutture istituzionali.

**Quali sono stati i motivi di questa scelta professionale?**

Come dicevo, sono stato gestore per molto tempo ma non credo molto alle capacità di analisi dei gestori, nel senso che le trovo molto ridotte; penso invece che, in funzione della buona gestione degli asset del cliente, sia fondamentale il ruolo del consulente o private banker. I mercati in questi ultimi 20 anni sono cambiati molto, sono più volatili, le crisi sono molto più ricorrenti e quindi è diventato fondamentale per il cliente avere un consulente che, fuori dalla logica della gestione settoriale (azioni, obbligazioni, immobili, opere d'arte...), abbia una visione di insieme e coordini la gestione dei prodotti affidati a "specialist"... insomma ritengo che il ruolo del private sia come quello di un regista che sceglie per la buona riuscita del suo film i migliori attori e i migliori tecnici. Il mercato finanziario è drasticamente cambiato negli ultimi 20 anni, oltre ad essere un unico mercato globale è anche notevolmente più veloce rispetto

al passato. Come si suol dire "si naviga a vista", e prevedere le condizioni di mercato con i mezzi di analisi utilizzati dai più può essere "tragicamente pericoloso". Diventa quindi fondamentale evitare di fare previsioni, fare scelte spesso contrarianti, cioè diverse rispetto al mercato, coinvolgere il cliente nelle scelte, educarlo a vivere l'investimento mobiliare in maniera più razionale, capire che quando i prezzi sono bassi bisogna comprare, vedere quindi i movimenti di ribasso come un'opportunità. La psicologia dell'investitore porta invece a vendere quando i mercati scendono e a comprare quando i prezzi sono alti. Esattamente l'opposto di cosa bisognerebbe fare: un buon consulente nei momenti di crisi dovrebbe invece tranquillizzare i clienti e prospettare le opportunità esistenti a questi livelli di

prezzo. Infatti, al culmine della crisi del 2008/09, ho consigliato ai clienti di finanziarsi sfruttando il binomio prezzi bassi e tassi bassi.

**Cosa fa nel Suo tempo libero? Le piace lo sport?**

Mi piace il calcio, sono un acceso interista, ma non gioco più per problemi ad un ginocchio; amo la montagna e lo sci, in estate cerco di ritrovare energia e forza nell'adorata Puglia, terra dei miei genitori, ogni tanto mi concedo qualche giorno in barca a vela (che noleggiamo) con i soliti vecchi amici. Ho cominciato a giocare a golf, ma purtroppo non ho molto tempo per dedicarmi come vorrei a questo sport, che apprezzo per la possibilità che ti dà di stare a contatto con la natura. Una gara ti può portare via anche una giornata, e tra lavoro e famiglia. Comunque con il mio amico Patrizio Greco sono socio di una piccola società che importa attrezzatura da golf, (You Golf), lui si che è un vero appassionato! Nel poco tempo che il lavoro mi lascia cerco di mantenermi in forma facendo palestra. Che levatacce la mattina per sentirsi un po' meglio fisicamente e incontrare i soliti amici prima che aprano i mercati: difficile se non impossibile perdere le abitudini acquisite e consolidate facendo prima il trader e poi il gestore.

Non avendo molto tempo per me stesso e la famiglia, negli ultimi anni ho dovuto malvolentieri abbandonare la frequentazione del mio club Lions "Loggia dei Mercanti", di cui sono uno dei soci fondatori. Continuo però a esserne parte attiva offrendo il mio sostegno alle iniziative e ai service gestiti dal club.

Per informazioni e contatti: domenico.angiolella@fastwebnet.it Tel. 02.62086579



Domenico Angiolella, ritratto negli uffici della sede milanese di MPS

È nato **ARÔME** RESTAURANT & BISTROT LOUNGE BAR



IL RISTORANTE DOVE I PROFUMI SI FANNO GUSTARE!

Immagina un posto dove la cucina regionale si sposa perfettamente con le spezie più profumate. Immagina un posto dove i sapori della tradizione si nutrono di creatività.

Via Foggiaro 9 ang. Viale Montenero  
 Cell 345 715279  
[www.aromebistrot.com](http://www.aromebistrot.com)  
[info@aromebistrot.com](mailto:info@aromebistrot.com)

**ARÔME** RESTAURANT & BISTROT LOUNGE BAR

Per provare l'arte di un grande Chef  
 Per un business lunch  
 Per una cena raffinata  
 Per degustare vini e sizziosi piatti  
 Per un aperitivo ostriche e champagne



Lun - Ven.  
 Pranzo: 12:00 - 14:00  
 Cena: 20:00 - 23:00  
 Sabato: 20:00 - 23:00  
 Domenica Chiuso

# Intervista a Ruggero Benedini

*Golf People ha incontrato Ruggero Benedini, amministratore unico di Technomind e di Progetto Grano, rotariano e golfista. Il Rotary Club Milano Leonardo da Vinci, di cui è tesoriere e past-president, organizza ogni anno una gara di golf al Golf Club La Pinetina, finalizzato a raccogliere fondi per iniziative benefiche*

**D**ottor Benedini, quando è iniziata la sua esperienza rotariana?

Sono entrato nel mondo Rotary "tardi" (al contrario di mio fratello Riccardo non ho fatto parte dei Rotaract, il "settore giovanile" rotariano), nel 2003. Mio padre e l'altro mio fratello Marco erano già rotariani da cinque anni. Al Rotary Club Milano Leonardo da Vinci mi sono stati presto affidati dei ruoli, ad esempio appena entrato sono diventato tesoriere, e lo sono ancora oggi. Oltre che past president. Io e mio fratello Riccardo, fondatore del Club, insieme ad altre persone abbiamo fatto un bel lavoro. Comunemente, infatti, si pensa che il Rotary sia un posto dove persone di una certa età si ritrovano a mangiare e parlare, mentre il nostro club ha un'importante caratteristica: sicuramente in Lombardia, e probabilmente in tutta Italia, è il Rotary con l'età media dei soci più bassa, intorno ai 52 anni. Abbiamo almeno venti soci che hanno meno di 45 anni e diversi soci tra i 30 e i 35. Questo ha portato molto entusiasmo.

**Quali sono le principali attività del vostro Club?**

Teniamo appuntamenti conviviali, su argomenti importanti, organizziamo eventi con ospiti, possiamo invitare un cabarettista come un ministro o un grosso scienziato, eccetera. La vita del Rotary è molto semplice, teniamo tre conviviali al mese, più un lunch, al quale partecipa un relatore che viene a parlare degli argomenti più disparati.

**Qual è il fine di un Rotary Club?**

Quello di raccogliere denaro per poter operare nei services. Ogni club rotariano ha dei propri services o ha dei services distrettuali o addirittura internazionali. Il nostro service attuale è dedicato al terremoto in Giappone; chiaramente, quando avviene una catastrofe come questa i Rotary intervengono, e quasi sempre per primi



perché il meccanismo attraverso il quale operiamo è molto veloce. Molti fondi, poi, sono destinati all'Africa, dove diversi Club, tra i quali il nostro, hanno contribuito alla costruzione di molti pozzi d'acqua; e il Rotary è l'associazione che, dieci anni fa, ha di fatto debellato la poliomelite in tutto il Continente africano attraverso il programma PolioPlus. Noi partecipiamo a questi progetti distrettuali semplicemente erogando dei fondi. Noi del Rotary Club Milano Leonardo da Vinci abbiamo due services fondamentali: il primo è dedicato alla Scuola di Ballo del Teatro La Scala: il nostro club si vanta di avere dato la prima Borsa di Studio a Roberto Bolle. Attenzione, noi non seguiamo il Teatro La Scala, bensì sosteniamo la sua Scuola di Ballo e di conseguenza gli allievi: oramai da quattro anni abbiamo cominciato ad occuparci e seguire una giovane promessa della danza, Amanda Mata, una ragazza di origine albanese, bravissima ma che non avrebbe potuto continuare a frequentare la Scuola di Ballo perché la sua famiglia non ha i mezzi necessari per sostenere le spese. Noi, avendo buoni rapporti con la

Scuola, abbiamo deciso di sostenerla pagando il 50% della retta, mentre il restante 50% viene coperto da un'altra associazione. Questa ragazza è stata presente tra l'altro alla Pinetina per il Settimo Trofeo Rotary Club Milano Leonardo da Vinci di golf, accompagnata dalla sua insegnante.

**Quanti anni aveva Amanda quando avete cominciato a seguirla?**

13 anni, ora sta per compierne 17. Vive nel pensionato della Scuola di Ballo e ora si sta per diplomare alla Scuola di Ballo, è al suo ultimo anno. Per noi è motivo di grossa soddisfazione, perché è una ragazza di grandissime capacità, e che senza il nostro intervento non sarebbe davvero riuscita a finire gli studi.

**Seguite la Scuola anche sotto altri aspetti?**

La seguiamo in generale, organizziamo manifestazioni insieme a loro, siamo presenti il giorno dei diplomi, allo spettacolo di fine anno, cerchiamo di raccogliere più fondi possibili, perché la Scuola è, insieme a quella di Londra e quella di Mosca, la più prestigiosa in Europa e in assoluto in tutto il mondo.

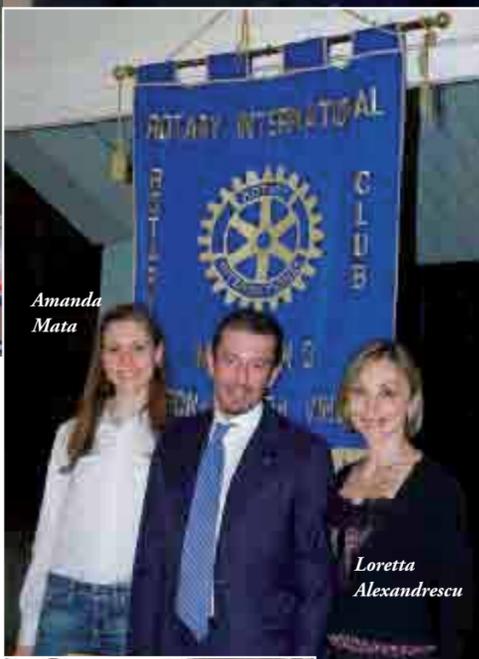
L'intervista a Ruggero Benedini prosegue su: [www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)



Roberto Tavecchio presidente Golf Club La Pinetina, socio onorario Rotary Club Milano Leonardo da Vinci

Marco Benedini, presidente Rotary Club Leonardo da Vinci

Ruggero Benedini, past president Rotary Club Leonardo da Vinci e fondatore del trofeo



Amanda Mata

Loretta Alexandrescu



Vitaliano Noventa



Lodovico Grandi, vice presidente Associazione Italiana Rotariani Golfisti

Katia Maino



**IL PREMIO:** Glass Academy nasce il 30/01/2008 a seguito della cessazione dell'attività da parte del maestro Giorgio Berlini detto anche "l'Uomo trasparente". Michele Ghio suo allievo, depositario della sua arte, ne prosegue l'attività nel laboratorio di via Watt, 5 - Milano, permettendoci di godere delle trasparenze, dei riflessi di luce che le sue opere sprigionano. Michele parte con spirito innovativo e con obiettivi importanti, tra cui la creazione di una scuola. Collabora con designer ed architetti ed è in grado di realizzare le opere più diverse, oggetti, vetrate, sculture varie. Le sue vele restano comunque il suo marchio di fabbrica. Glass Academy

Via Giacomo Watt, 5  
20143 Milano (MI)



## Intervista a Stefano Faita

**D**ott. Faita, come ha costruito tutto questo?

Il mio percorso è stato intenso ed importante; ha avuto inizio nel periodo dei Mondiali di calcio del '90, quando ho cominciato a lavorare come geometra di cantiere per un'azienda leader nel settore delle **Ferrovie dello Stato**, gestendo oltre **100 operai**. Quel momento è stato particolarmente impegnativo per le responsabilità, per gli orari, per la pericolosità del lavoro e l'attenzione alla sicurezza, ma è stata anche un'esperienza fondamentale per il mio futuro, contraddistinta da una forte determinazione e voglia di crescere.

**Cosa ha spinto Stefano Faita a Milano?**

Quando il mio datore di lavoro si è interessato alle **Canne Fumarie** e ha deciso di realizzare un'attività nel Nord Italia, ha scelto di affidare questa impresa al migliore tra i suoi tecnici: comincia così la mia esperienza a Milano. Di lì a poco è

Nonostante il successo, lo spirito innovativo non si è fermato e ho viaggiato molto per l'Europa alla ricerca di prodotti d'avanguardia: la ricerca delle soluzioni resterà il costante e maggior punto di forza di **Gruppo Faita**. L'azienda, intanto, ottiene l'esclusiva di due prodotti nel mondo edile: la canna fumaria con guaina termoindurente e una delle linee di vita più innovative presenti sul mercato europeo.

**Questa primavera c'è stata la seconda grande svolta della sua carriera. In cosa consiste?**

Ho deciso, insieme ai miei soci, di accorpate tutti i servizi in due nuove uniche realtà: **Prodomina** e **Ese**. **PRODOMINA** si articola in divisioni strategiche: **Safety Solution** per le **Linee di Vita** e i **Lavori in Corda**; **Chimney Division** per le videoispezioni e messa a norma delle **Canne Fumarie**; **Maintenance Unit** per la manutenzione ordinaria e straordinaria degli immobili. La divisione **Prodomina Events & Communication**, poi, si occupa di marketing e organizzazione eventi. Lo staff tecnico è composto da geometri, ingegneri, periti industriali di alto livello, competenti, esperti e costantemente aggiornati attraverso corsi di formazione specifici. Tra i prodotti più innovativi,



*Stefano Faita, imprenditore di successo di origine romana, con la sua Azienda specializzata in facility management è oggi il principale punto di riferimento per gli Amministratori di condominio della Lombardia.*

emersa la voglia di creare un'attività tutta mia, ed è nata Teknoambiente. La nuova impresa si avvicina al mondo del condominio, un mondo complesso, caratterizzato da più attori che si confrontano e hanno esigenze differenti. L'azienda **GRUPPO FAITA** è subito decollata con i miei nuovi due soci **Emanuele Taccone** e **Valentino Guerini** e, per soddisfare le sempre maggiori esigenze della clientela, sono nate le altre società: **Teknoprogetti** per i servizi, la verifica e la progettazione, **Costruendo**, per la manutenzione ordinaria e straordinaria e **Sicurline**, per il collocamento dei sistemi anticaduta e i lavori in corda.

il **Pluviale Antiladro**, che ha già quattro diversi brevetti e uscirà in prima produzione nei prossimi due mesi. L'altra realtà è **ESE**, organismo abilitato dal **Ministero dello Sviluppo** che gestisce tutte le problematiche legate al condominio (sicurezza, amianto, ascensori). Uno dei prodotti all'avanguardia di ESE è l'**Archiviazione Ottica**, che ha l'obiettivo di facilitare il lavoro degli studi amministrativi, eliminando l'ingombro del cartaceo.

**Quanto è importante per Lei la formazione?**

Il mio desiderio è sempre stato quello di fornire al mondo del condominio un valore aggiunto, senza limitarmi a vendere un servizio all'Amministratore; da qui nasce la promozione di corsi, incontri legati alla crescita, alla formazione, non solo tecnico-normativa, ma professionale, sia per l'Amministratore che per il suo staff: nasce così **Best Training** (PNL, gestione voce, gestione tempo, negoziazione), grazie alla collaborazione di **Gianfranco Fasan** e **Anthony Smith**.

**L'Anaci è stata fondamentale per la sua carriera professionale. Lo è stata anche per la sua crescita personale?**

Durante la mia attività imprenditoriale mi sono legato al mondo del condominio e all'**ANACI** (**Associazione Nazionale Amministratori Condominiali e Immobiliari**), che ho supportato attivamente promuovendo le principali iniziative: nel 2008 è nato il premio alla carriera **Anaci-Gruppo Faita**, poi **Premio Polis**, confluito in **Expocondominio** nel 2011, la prima fiera del settore in Italia. Alcuni personaggi sono stati per me un vero e proprio punto di riferimento; nel tempo si sono creati forti legami di amicizia, collaborazione e stima reciproca: ricordo **Luciana Quattrini**, **Dario Guazzoni**, l'avv. **Eugenio Correale**, ma anche **Giulio Benedetti**, **Agostino Lombardi**, **Carlo Moritz**, **Pietro Membri** e il grande amico **Erminio Alloni**.

**Quali sono le sue passioni e cosa fa nel tempo libero?**

La mia passione più grande è la famiglia, mia moglie e i miei tre figli; mi interessa anche la Storia, in particolare quella del grande **Napoleone**. Mi coinvolge tutto ciò che riguarda la crescita personale. Nel tempo libero, oltre al **golf**, pratico per hobby le **arti marziali**, in particolare il **kravmaga**.

**Com'è nato il suo interesse per il golf e quali sono i progetti per il futuro? Cos'è la Building Manager Golf Association di cui Lei stesso è presidente?**

Il golf è da sempre per me una passione: la mia famiglia gestiva un'attività di **minigolf**, dove io stesso lavoravo nel periodo estivo già a 14 anni,

intraprendendo la mia prima attività di gestione dell'impresa e dei tornei. Dieci anni fa, poi, ho intrapreso un anno di campo pratica golf. Sull'onda dei progetti di espansione e innovazione, oggi nasce la **Building Manager Golf Association**, la prima **Associazione in Italia che riunisce sul campo da golf i principali imprenditori del mondo immobiliare che amano questo sport e l'ambiente raffinato che si sviluppa intorno a quest'ultimo**. Il mondo Condominio può trarre una grande opportunità dal gioco del golf, perché è un gioco bellissimo, che si svolge in un contesto di relax, è un'occasione per staccare da una routine frenetica, e permette di fare incontri importanti. Invito chiunque ad avvicinarsi a questo sport, anche solo per partecipare agli incontri: il golf è notoriamente prediletto da un target elegante ed esclusivo. **L'associazione organizza momenti di business, di confronto culturale, di incontri strategici per gli imprenditori. Tra le iniziative non mancano raffinati aperitivi e lussuose cene di gala riservate ad ospiti d'élite, attentamente selezionati, e a personaggi di spicco del mondo degli affari.**

Camilla Biondi



**I**ng. Crespi, perché Sofia SGR ha deciso di partecipare come co-sponsor all'iniziativa di PR Comunicazione?

L'evento, organizzato da PR Comunicazione, si è tenuto in uno dei circoli golfistici più esclusivi nella zona di Milano, la cornice ideale per lanciare la nostra nuova campagna di comunicazione basata sul cliente e sui suoi bisogni. Il mondo delle banche e della finanza, tradizionalmente, comunica i suoi servizi con campagne pubblicitarie spesso molto costose, che provano a rafforzare nei potenziali clienti l'immagine della Banca. Il ritorno di questi investimenti in comunicazione è solitamente molto basso, ed ha l'intento di radicare la conoscenza del marchio piuttosto che incrementare la percezione della qualità dei servizi proposti. Dopo queste campagne il cliente non comprende in che modo la Banca possa andare incontro alle sue personali esigenze. Noi operiamo nel **private banking**, dove la personalizzazione e il servizio da offrire al singolo cliente sono la base del modello operativo. Sofia SGR ha deciso di crescere, presentandosi ai suoi potenziali clienti senza operazioni di branding, bensì investendo direttamente sul cliente, che decide di affidarsi alla consulenza

*Sofia SGR, società di gestione patrimoniale indipendente in partnership con PR Comunicazione, agenzia di marketing e comunicazione integrata e La Verdi, fondazione Orchestra Sinfonica e Coro Sinfonico di Milano Giuseppe Verdi, hanno deciso di sponsorizzare presso il Castello di Tolcinasco Golf & Country Club una gara golfistica.*

*La gara, che si è svolta il 26 giugno, è stata molto particolare poiché i golfisti sono stati accolti in club house dalle note di un quartetto d'archi de La Verdi.*

*Il progetto organizzato da PR Comunicazione è partito dalla volontà di creare un evento sotto il segno dello sport come momento di piacevole aggregazione, e Sofia SGR ha voluto aderirvi per lanciare la sua campagna di comunicazione. Golf People Club Magazine è stato media partner dell'evento, e il direttore responsabile Stefano M. Masullo è stato ospite speciale della gara. Abbiamo incontrato presso gli uffici di Milano il Presidente, l'ing. Alberto Crespi, per capire le ragioni di questa iniziativa.*

*Davide Bevacqua  
direttore generale  
Sofia SGR*



za operativa di Sofia. Noi offriamo un servizio intangibile, che solo dopo la sua fruizione può essere valutato dal cliente. Vogliamo permettere ai nostri clienti di ottenere immediatamente un primo vantaggio avvalendosi della nostra consulenza operativa attraverso un **welcome gift**. **A quel cliente che decide di avvalersi del nostro servizio di consulenza o di gestione patrimoniale sarà riconosciuto un regalo legato al mondo del Golf.**

**In cosa Sofia SGR è diversa rispetto ai suoi competitors?**

**Sofia SGR è una realtà totalmente indipendente, che si sostanzia non solo per il fatto di non avere alcun legame con il mondo bancario ed assicurativo, ma anche per il fatto di adottare un modello di Consulenza che garantisce una gestione nel totale interesse dei nostri Clienti.**

Il modello di Sofia SGR prevede infatti che il Cliente conferisca una delega ad un soggetto totalmente indipendente (**Sofia SGR**) a gestire i patrimoni depositati presso un conto corrente scelto dal Cliente e a lui intestato. In questo modo al Cliente viene garantita una gestione altamente professionale, personalizzata in base ai suoi specifici obiettivi, priva di quei conflitti di interesse che sono normalmente presenti nel

sistema Bancario, a condizioni di negoziazione tipicamente riservate ad istituzionali e con la massima sicurezza e trasparenza che solo una propria Banca può mettere a disposizione.

**Come sarà organizzata la giornata del 26 giugno?**

La gara del 26 sarà una gara **Stableford** suddivisa in **tre categorie**, aperta anche agli NC. Al rientro in club house al tavolo della consegna degli score i giocatori saranno accolti dalle hostess con un aperitivo offerto dal **Marchesato degli Aleramici**. Per poter ritirare i gadget e prenotare le immagini del primo tee shot i giocatori dovranno lasciare i loro dati. Nei giorni seguenti alla gara **Perna**, nostro Advisor, fisserà un appuntamento per consegnare loro un cofanetto con la foto del flight e del primo tee shot. L'idea di partecipare alla gara del 26 è partita proprio da **Giuseppe Perna**, socio del circolo.

## Sofia SGR

**Dott. Perna, com'è nata l'idea?**

Al Tolcinasco sia noi soci che la direzione siamo molto attivi per creare momenti di aggregazione. **L'idea di unire lo sport con la musica mi è sembrata un'opportunità perfetta per comunicare ai soci del mio circolo l'idea innovativa di Sofia SGR.** In qualità di Advisor di Sofia, il mio compito principale è quello di comprendere i bisogni dei miei clienti, tradurlo in obiettivi finanziari e comunicarli al mio team di gestione perché questi dati possano essere tradotti in decisioni operative. Compiuto questo passo, durante il monitoraggio devo verificare che gli obiettivi non siano cambiati nel tempo e devo gestire il rapporto cliente-mercato. Quando giochiamo a golf a volte capita di sapere esattamente quello che dovremmo fare, ma le emozioni ci impediscono di prendere la decisione più corretta. **Sarebbe meglio avere al nostro fianco il nostro professionista, il nostro maestro per evitare di commettere un errore dettato solo dall'emozione.** Partendo da questa riflessione, ritengo che il golf sia un ottimo spunto per comprendere la ragione principale che dovrebbe spingere chiunque ad avvalersi di un professionista per raggiungere i propri obiettivi finanziari.



*Alberto Crespi,  
presidente Sofia  
SGR*

# VHERNIER

"UN ANELLO PER SALVARE UNA PICCOLA VITA"

Anello Pirouette argento e oro rosa,  
serie limitata 1.000 pezzi,  
Euro 970.

L'acquisto di ogni anello  
permetterà di devolvere 450 euro, pari al costo di un'operazione chirurgica,  
all'ospedale pediatrico N.P.H. St. Damien ad Haiti.  
Disponibile nei negozi Vhernier e su prenotazione a [info@vhernier.it](mailto:info@vhernier.it),  
o al numero +39 02 77331560.



**P**ROTAGONISTI

Intervista a Paolo Mariola



*Torinese, socio fondatore e National Director di BNI Italia da novembre 2003. Dopo la laurea in Economia e Commercio nel 1983, l'esperienza manageriale di Paolo Mariola inizia in Andersen Consulting (ora Accenture), in cui ha ricoperto ruoli crescenti nell'ambito della gestione dei processi organizzativi e informatici del settore assicurativo e finanziario. Nel 1994 passa a ricoprire cariche dirigenziali dapprima in Aurora Assicurazioni, come Responsabile Organizzazione e Sistemi Informativi e, successivamente, in Mediobanca come Responsabile della Struttura Integrata Servizi (Organizzazione, Sistemi informativi, Back office e Servizi Generali). Nel 2001 diventa Vice President di Cap Gemini Ernst & Young Italia, coordinando la Business Unit "Financial services e Pubblica Amministrazione" e, nel 2003, entra nel Gruppo Blue Team, specializzato nei servizi di Consulenza organizzativa e Information technology, come Socio e Responsabile del Settore di mercato dei Servizi finanziari e assicurativi.*

**D**ott. Mariola, dopo anni da dirigente di livello ha deciso di passare ad un'esperienza imprenditoriale. Ci parli di questa scelta. Dopo un'ottima annata per **Ernst & Young Italia**, dove ricopro il ruolo di coordinatore della Business Unit "Financial services e Pubblica Amministrazione", all'interno dell'azienda sono cambiati alcuni riferimenti, a partire dall'amministratore delegato, con l'arrivo di una persona molto brava nel suo lavoro ma poco adatto al mercato italiano. C'erano diversità di vedute, d'altronde quando si deve condurre una struttura imponente o credi nelle cose che dici o è meglio non dirle, e se non le dici non puoi nemmeno conservare certi ruoli aziendali; per cui sono stato il primo degli otto manager di livello top ad uscire. Mi sono trovato nel classico momento riflessivo in cui ti vuoi fermare, fare i tuoi bilanci e chiederti in qual modo intendi proseguire. E ho realizzato di sentirmi maturo per l'esperienza imprenditoriale: sono sempre stato dirigente di livello, in importanti strutture, ma non avevo mai avuto la responsabilità "globale" di quello che facevo.

**Aveva voglia di creare qualcosa di "Suo", insomma...**

Esattamente. Ho avuto la fortuna di reincontrare alcuni miei ex-colleghi di **Accenture**, che nel frattempo avevano dato vita alla società **Blue Sof Consulting** del **Gruppo Blue Team**, con sede a **Torino** e ufficio a **Milano** non presidiato: ho colto subito l'occasione di occuparmi dell'ufficio milanese, fondando nel luglio 2003 la società **BTSolutions**, della quale sono diventato amministratore e che nel Gruppo seguiva il mercato finanziario-assicurativo. A me sarebbe piaciuto molto anche creare un franchising: solo pochi mesi dopo avere cominciato il nuovo lavoro mi chiama un altro ex-collega di Accenture e mi dice: "Paolo, un'occasione da non perdere: ho scoperto **BNI**". In pratica, questa società di origine americana di sviluppo franchising stava cercando il **National Director per l'Italia**.

L'intervista a Paolo Mariola prosegue su:  
[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)





HARBOUR CLUB



energy for life

Rialimenta le tue energie nel club più esclusivo della città.

Due piscine olimpioniche esterna ed interna, sedici campi da tennis, fitness, campo pratica golf, spa con area trattamenti e oasi termale, ristorante con terrazza, sale riunioni, creche, attività per bambini.

Harbour Club soddisfa le esigenze di tutti.

Via C. Bellaria 19 - 20153 Milano - 02.452861  
www.harbourclub.it

CIRCOLI

Wunderkammer voyage: la camera delle rarità e delle prelibatezze di viaggio.

Architetto Andrea Alpini  
Direttore Itinerari Culturali Golfistici Golf People  
Club Magazine,  
componente, insieme a Nella Petych e Dario Bartolini,  
del Team golfistico ufficiale della Rivista.

## PORTOFINO mon amour: tra Rapallo e Camogli.

Schiocca la gomera e stridono le cime mentre il marinaio in pantaloni blu lasca poco alla volta il fiocco che si gonfia nella burrasca. Ariel soffia, e Nettuno imbeve le onde di creste bianche con tutta la sua presenza. La nostra polena ondeggia ed apre in due il mare, fiera e svettante nel blu come la Vittoria di Samotracia, mentre facciamo ritorno all'amata fermezza della terra. Quando avvisto la Lanterna capisco di essere tornato a casa, a Genova. Sul lato di dritta della nave, intagliato nel legno del fasciame, spicca il nome a caratteri blu della nostra imbarcazione: Nostra Signora del Buon Viaggio. Dello stesso colore, ma più liso dalla salsedine e dal lavoro, sono i pantaloni dei miei marinai. Bleu de Gènes, come viene chiamato gergalmente questo capo d'abbigliamento dai confinanti francesi, prodotto presso la città di Nîmes. Con questo indumento ha solcato il mare anche Cristoforo Colombo, quando partì alla scoperta delle Americhe nel 1492, e qualche secolo dopo anche da Giuseppe Garibaldi, quando la sera del 5 maggio 1859 partì dallo scoglio di Quarto con le due navi Piemonte e Lombardo alla volta di Marsala. Oggi è una giornata nuvolosa e, per la prima volta dopo diversi anni, indosso i Blue Denim. Mi dirigo sfrecciando lungo il Monferrato al di là del Turchino, spartitubi tra Piemonte e Liguria, valicato il Col

di Tenda, un fresco sole primaverile inonda la riviera ligure. Punto il cofano dell'automobile in direzione di Levante, oltrepasso il Polcevera sul suo maestoso viadotto, pochi docili tornanti ed arrivo a Rapallo, ridente paese del Golfo del Tigullio. Quando sono a poca a distanza dall'omonimo Golf Club abbasso la capote della mia vettura lasciandomi le turbolenze autostradali alle spalle, e un vento secco invade l'abitacolo inebriando i miei sensi a pieni polmoni. All'ingresso campeggia una scritta a lettere metalliche con il nome del club, a sinistra l'elegante araldica color blu, rosso e bianco.



Circolo Golf e Tennis Rapallo all'intestazione, al di sotto una corona contornata da fini rami di ulivo che si intrecciano per accogliere il nucleo centrale ove si trovano due leoni alati ed eretti, recanti in mano, o per meglio dire nelle zampe, due lance. Passata la guardianeria si arriva alla Club House. Un edificio razionali-

### MIRABILIA

Lettura consigliata: Il Mediterraneo, Fernand Braudel, Bompiani, 2007  
Musica: Le Pleiadi, Marinai profeti e balene Album, Vinicio Capossela, La Cùpa-Warner, 2011



sta, color ocra, sovrastato da una signorile torre dell'orologio che rintocca e scandisce il tempo del Golf.

Spingo verso l'interno un cancello in ferro battuto che affaccia su una corte pressoché quadrata, a ricordare gli impluvium delle case patrizie degli antichi romani. Gli interni del Club sono raffinati e semplici al contempo. Vecchi bastoni da golf e floreali carte da parati arricchiscono le pareti delle sale conviviali, poco oltre si trova invece la sala per il gioco delle carte, interamente rivestita in legno e conclusa con piccoli tavolini a tappezzeria verde e paralumi all'angolo per illuminare le partite a carte dei soci. Il primissimo approccio con il percorso da golf lo si ha uscendo nel dehors, ove è possibile consumare il pasto durante la stagione meno fredda. Tavoli con lunghe tovaglie bianche stanno dirimpetto al putting green, cinto da fiori che regalano ai sensi colori e profumi, mentre sotto gli arbusti più grandi trovano riparo alcune anatre selvatiche, che nascondono il capo tra le calde piume del dorso per proteggersi dal vento che spirava oggi. Solcato il tee shoot, piazza palla tra i battitori. La prima buca è un corto par4 di 260 metri con un green abbastanza ampio protetto dai bunker sottostanti. Ai lati docili mound contornano visivamente l'area dell'asta, mentre sopra di essa la vegetazione ad alto fusto lascia trasparire la vicinanza della città con gli ultimi insediamenti urbani degli anni ottanta. Scorrono poi le buche successive, fino alla buca n.4 dove incontriamo il primo par3 del percorso. Battitori su diversi livelli, partenza dall'alto e green in basso: qui il vento può influire notevolmente sulla scelta del bastone da giocare a seconda della posizione di bandiera.



Il servizio  
prosegue su:  
www.golfpeople.eu





Giorgio Perolari presidente Golf Club Bergamo l'Albenza



Nella Petych



**l'Albenza**

7 Maggio 2011  
BMW Golf Cup International Golf Club Bergamo l'Albenza



Gualtiero Dapri



Nadia Toppino



Alessandra Favero



Michele Barbati direttore Green Club Lainate



Gerardo Gentile

**Lainate Rho**



Carlo Cavallini

Dodicesimo Torneo  
Lions Club Rho Scuola Cani  
Guida per non vedenti. Green Club Lainate



Paolo Faganelli Vittorio Faganelli Fabrizio Rindi



Marco Villa Umberto Verga Alberto Rocca

**carimate**

15 Giugno 2011  
Torneo Fondazione  
Fibrosi Cistica - Julius Baer  
Golf Club Carimate



Gian Paolo Bardelli

Fabrizio Rindi Paolo Faganelli



Paolo Caimano

Silvio Tomatis



Michele Carbone



22 maggio 2011  
Dodicesimo Torneo  
Lions Club Lainate  
Green Club Lainate

**Lainate**



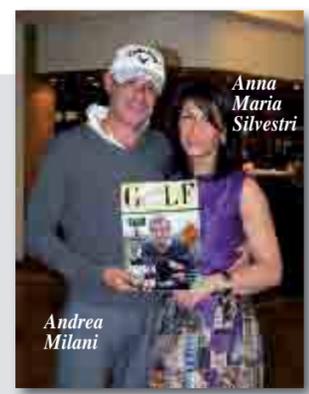
Danizia Zucchella



Grazia Borelli



Dante Immobiliare



Anna Maria Silvestri

Andrea Milani



**solbiate olona**

7 Aprile 2011  
Golf Club Le Robinie -  
Solbiate Olona  
II Torneo Banca Popolare  
di Vicenza



Carmine Di Paolo

Gianluca Talito





**PRODOMINA**<sup>®</sup>  
PROFESSIONAL PARTNER



Viale Delle Industrie, 8/6 - 20090 Settala (MI) - Tel: 02/9589422  
www.prodomina.eu

TORNEI

# Italian Golf Tour 2011

*Intervista a Roberto Gualdi,  
Presidente di Teamitalia ed  
organizzatore del circuito  
Italian Golf Tour*



## LE ULTIME DATE DEL CIRCUITO

DATE	GOLF CLUB
31 LUGLIO	GOLF CLUB L'ALBENZA (BG)
23 OTTOBRE	GOLF CLUB VARESE (VA)

specifica dei partners che di anno in anno ci affiancano.

**Qual è il tratto distintivo che caratterizza il Tour?**

L'Italian Golf Tour è un grande circuito amatoriale, dedicato a tutti gli appassionati del golf ed ai professionisti. Per noi è come l'occasione ideale per allontanarsi qualche ora dallo stress della quotidianità, permettendo così ai golfisti e ai loro "accompagnatori" di trasformare ogni gara in un momento di intenso relax, per merito anche delle eleganti strutture che ci ospitano.

**Sempre più numerosi sono i giocatori stranieri desiderosi di conoscere nuovi percorsi; in questo senso, la Lombardia si colloca senza dubbio tra i primi posti per la quantità e qualità dell'offerta.**

E' nostra volontà avvicinare sempre di più il mondo del golf a quello del turismo: secondo noi si tratta infatti di un'importante sinergia, che un territorio come il nostro deve valorizzare, dedichiamo molta attenzione anche ai partner che ci accompagnano.

**Quest'anno, in particolare, la Opel...**

Sì, siamo molto felici di aver attivato questa collaborazione con Opel, che ha coinvolto i Concessionari delle Province toccate dall'Italian Golf Tour. Ad ogni tappa i nostri partecipanti hanno la possibilità di vedere e toccare con mano i modelli più interessanti proposti dal brand tedesco. Una collaborazione nuova che sta andando molto bene, come accade praticamente sempre quando abbiamo l'occasione di collaborare con partner importanti e di questo calibro.

**Golf People Club Magazine è Media Partner ufficiale della manifestazione.**



Il servizio continua sul sito  
[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)

**R**oberto Gualdi, Responsabile dell'agenzia di comunicazione Teamitalia, ci parli anzitutto della sua professione...

Teamitalia nasce nel 1980, dall'incontro di persone che hanno maturato una lunga esperienza nel binomio progettazione e gestione di grandi eventi e produzione di audiovisivi e servizi multimediali. Un "gemellaggio" che ha fin da subito prodotto importanti risultati nel campo della comunicazione aziendale, e non solo! Infatti, i clienti hanno da subito trovato in Teamitalia un'azienda in grado di fornire una visione d'insieme dei vari aspetti della comunicazione, e di conseguen-

za proporre soluzioni sempre innovative che impiegano in modo originale tutte le risorse mediatiche e tecnologiche più avanzate.

**L'agenzia nasce dunque da una sua idea e ispirazione?**

Direi di sì, mi sono posto fin da subito l'obiettivo di inserirci nel panorama della comunicazione ritagliandoci un ruolo particolare rispetto alle altre agenzie. Noi eravamo in grado di esaltare gli aspetti che contraddistinguono in modo forte e distintivo un determinato prodotto, piuttosto che una determinata azienda, avvalendoci non solo dei mezzi tradizionali di comunicazione, ma mettendo in campo tutte le nostre professionalità nel settore della comunicazione tradizionale, nel settore dell'organizzazione di eventi e nel settore multimediale dell'audiovisivo.

**E da questa "fucina" di idee e produttività che è Teamitalia è nato anche il circuito Italian Golf Tour, ben sette anni fa...**

Per quanto riguarda l'Italian Golf Tour, da buon golfista, non potevo rinunciare ad organizzare un Circuito di Golf, soprattutto conoscendo ed avendo sperimentato personalmente la qualità e la bellezza dei golf club lombardi. Abbiamo iniziato collaborando con i golf club bergamaschi e delle province limitrofe, ma ben presto abbiamo allargato il nostro campo d'azione in Lombardia in generale, ed abbiamo gestito anche tappe in tutta Italia, su richiesta





**EWGA**  
EWGA - ITALY

Golf & Ladies. Handmade in Italy.

# SPECIALE POLO

A cura di: *Andrea Alpini, Direttore Itinerari  
Golfistici Culturali Enogastronomici*

Servizio fotografico di *Alessandro Villa*

## HAND in CAP

### Francesco Pellegrino: tra Polo e Golf

*L'espressione "hand in cap", la cui traduzione italiana è "mano nel cappello", trae le sue origini da un gioco d'azzardo irlandese, una specie di lotteria: il fortunato che estraeva dal cappello il numero vincente era tenuto ad offrire un premio di consolazione agli altri scommettitori meno favoriti dalla sorte. Oggi nel gergo sportivo la parola "handicap" indica una regola del gioco che, per compensare disparità e disuguaglianze, attribuisce a ciascuno dei contendenti vantaggi e svantaggi differenziati a seconda delle loro qualità.*

*Nel Polo, così come avviene nel Golf, ogni giocatore ha un handicap di gioco che ne delinea l'abilità in campo. Abbiamo incontrato per voi Francesco Pellegrino, classe 1927, due volte Campione del Mondo di Polo sulla Neve, nonché golfista, in un particolareggiato ritratto letterario tra Milano e il Circolo Golf Alpino di Stresa.*



*Andrea Alpini*

Entra a far parte del mondo **EWGA ITALY** ...

... diventa una di **noi!!**

Visita il sito [www.ewgaitaly.it](http://www.ewgaitaly.it) e per maggiori informazioni contatta la segreteria EWGA ITALY

Email [segreteria@ewgaitaly.it](mailto:segreteria@ewgaitaly.it) | Info Line +39 340 3314635



*Francesco Pellegrino*

#### **osa significa cavalcare?**

Andare a cavallo è stato per me prima un lavoro che una passione. All'età di diciassette anni sono entrato all'**Accademia Militare di Milano** presso la **Caserma Santa Barbara**, nel compartimento **Artiglieria a Cavallo**; l'equitazione era una delle discipline sportive obbligatorie previste dai corsi dell'accademia Ufficiali In SPE (**Servizio Permanente Effettivo**). Cavalcare è la chiave di lettura della mia vita. Il mio segno zodiacale è quello dei **Gemelli**, essendo nato nel mese di giugno, per cui come tutti i nati sotto questo segno ho sempre avuto un grande spirito nel provare cose nuove. Così ho passato in rassegna tutte le discipline dell'equitazione, dal salto ostacoli al dressage fino al gioco del **Polo**, sport che ho praticato per sette anni della mia vita.

# SPECIALE POLO

Cavalcare significa per me praticare un'attività sportiva sana, a contatto con la natura, unita al connubio di eleganza, classe e raffinatezza.

## Com'è stata la sua formazione accademica militare?

Ho frequentato la **Scuola Ufficiali dell'Accademia** per due anni, fino al compimento del mio diciannovesimo anno di età, quando sono stato nominato sottotenente di artiglieria ed assegnato, per mia grande fortuna, al **Reggimento Artiglieria a Cavallo (Voloire)**. Successivamente il comando ha deciso, in virtù delle mie spiccate doti di cavaliere, di mandarmi presso l'**Accademia Militare di Equitazione di Passo Corese**, presso **Rieti**, dove tra gli istruttori vi era anche l'allora capitano di cavalleria **Piero D'Inzeo**. Lì, lo Stato decise di affidarmi un cavallo di agevolezza, per competere ai più alti livelli nazionali ed internazionali ippici. Sono rimasto in Artiglieria a cavallo per quindici anni fino all'età di trentaquattro, quando ho lasciato l'Arma per dedicarmi alla professione di Dottore Commercialista, pur sempre mantenendo un piede nelle staffe, comprando cavalli purosangue e continuando a gareggiare.

## Quali discipline ha praticato da professionista a cavallo?

Le discipline che ho praticato vanno dal salto ostacoli al dressage, passando per il completo, il cross country e le corse a **Merano**, dove ho gareggiato per un mese di seguito. Lì tenevo il mio cavallo presso il compartimento militare **Savoia Cavalleria**, poiché ero ancora un ufficiale in servizio.

## Quali sono i migliori risultati agonistici che ha ottenuto?

Il miglior risultato che ho ottenuto nelle competizioni di Salto ostacoli è stata la vittoria, a Como, di una gara di potenza, competizione di rilevanza internazionale, ed un quarto posto alla **Competizione Internazionale di Jesolo**, dove riuscii a battere, seppur per una sola penalità presa sull'identico ostacolo, il cavaliere ed amico **Raimondo d'Inzeo**, che in quell'occasione montava lo stesso cavallo con cui nello stesso anno aveva vinto il Campionato del Mondo di salto ad ostacoli. I più piacevoli risultati agonistici li ho ottenuti nella disciplina tecnica del dressage, nella quale mi sono classificato per ben due volte sul terzo gradino del podio, ricevendo la medaglia di bronzo ai **Campionati Italiani**.

## Com'è nato il suo interessamento al dressage?

La mia grande passione per il dressage è nata durante il mio viaggio di nozze, in Dani-

marca, dove si stavano disputando le gare di dressage del Campionato del Mondo. Sono stato folgorato dall'eleganza e dal portamento conferito dal cavaliere al cavallo, così decisi di dedicarmi a questa specialità.



## Quali sono stati i risultati agonistici nella specialità?

Nel 1978 ho vinto la medaglia d'oro ai **Campionati Regionali Lombardi**, mentre l'anno seguente non riuscii a salire sul gradino più alto del podio, fermandomi al secondo posto. Alcuni anni dopo, nel 1981, ho vinto la medaglia di bronzo ai **Campionati Italiani di Dressage**, competizione nella quale mi ero già qualificato precedentemente terzo alcuni anni prima, nel 1978. Negli anni seguenti ho avuto l'onore di partecipare in qualità di primo italiano ai **Campionati Europei** della specialità.

## Com'è nata la passione per il gioco del polo?

Anzitutto sono sempre stato affascinato dall'aura mitologica che avvolge le origini di questo gioco, così all'età di 57 anni, dopo quarant'anni passati in sella a equini di ogni razza, decisi che era ora di provare a cimentarsi nell'ultima disciplina equestre che mancava al mio palmarès sportivo. Un giorno chiamai in Federazione e chiesi dove potevo prendere lezioni sulla tecnica dell'uso della mazza, poiché il cavallo per me non aveva più segreti.

Mi venne indicato il Polo Club di Monza, dove vi era l'unico circolo da gioco di tutta **Milano e Lombardia**. Qui la scuola era tenuta da professionisti argentini che insegnavano questa disciplina sportiva. Quando ho preso lezioni, gli argentini mi insegnarono dapprima le regole del gioco, e poi la padronanza della mazza e dei colpi: dovevo solo imparare a giocare la palla.

## Quanto ha influito la padronanza del cavallo nella sua attività da polista?

Avendo cavalcato sin da giovane ad alti livelli agonistici, avevo sviluppato un'ottima padronanza del cavallo, tecnica che mi permetteva di giocare nel ruolo di difensore ed indossare la maglia numero 4 della squadra. Molti giocatori di polo, anche professionisti, si trovavano in difficoltà a battermi sul campo, proprio per via della mia velocità e padronanza dei movimenti rapidi in poco spazio.

## Come era organizzato il gioco del Polo in Italia quando ha iniziato a giocare?

In Italia vi erano solamente due campi da gioco: il **Roma Polo Club**, nato agli inizi degli anni Trenta, ed il **Campo di Monza** all'interno del **Parco della Villa Reale**. Poi negli anni Ottanta è nato il **Club dell'Argentario**, in **Toscana**. A Monza noi giocavamo all'interno del campo dell'anello di galoppo, ma siccome il Club era in affitto sui terreni di proprietà comunale, non avevamo a disposizione i permessi per organizzare importanti gare politiche. Così, dopo due anni che giocavo, tutti i soci del Club decisero di formare due nuovi Polo Club: un primo gruppo guidato dal gentleman **Galantino** si trasferì ad **Annone Brianza**, presso **Lecco**, dove diedero vita all'**Ambrosiano Polo Club La Pincia**. Un secondo gruppo, capitanato da me, si diresse a **Cascina Bornago**, presso **Cameri**, al

confine tra **Lombardia e Piemonte**. Qui su una porzione del grande possedimento terriero del **Conte Toriani**, demmo vita ad un circolo di altissimo livello, che oggi comprende ben tre campi da Polo, un percorso per il Completo ed uno per la caccia alla volpe.

## La caccia alla volpe era una sua passione...

Sì, da ufficiale ero inviato a partecipare alla caccia a cavallo, poi quando ho lasciato il servizio sono divenuto membro dell'**Associazione Milanese Caccia a Cavallo**. In seno all'organizzazione ogni anno era bandito un **Challenge di Cross** riservato agli ufficiali, gara che ho vinto per tre anni consecutivi, detenendone poi il trofeo.

## Il nome della sua squadra di Polo era "Voloire", in onore delle "Batterie a cavallo" che hanno fatto le tre Guerre di indipendenza in Italia. Come è nata l'idea?

Essendo io un ufficiale della Caserma Santa Barbara di Milano, ove ha sede la guarnigione delle "Batterie a Cavallo", il cui patrono è appunto **Santa Barbara**, mi sembrava corretto completare la mia carriera cavalleresca, di origine militare, dando il nome alla mia squadra di polo con l'appellativo con cui è chiamato il battaglione. I colori dell'arma sono giallo e rosso, che sono poi i colori che ho adottato anche io per la squadra. Il nome "Voloire" deriva dal dialetto piemontese, quando i contadini locali vedevano le cariche dell'artiglieria a cavallo partire al galoppo nella pianura padana. L'assonanza con l'agonismo espresso durante un match di Polo mi ha dato l'idea di utilizzare questo appellativo per descrivere l'atmosfera battagliera delle mazze da gioco del mio team.

## Qual è stata la vittoria più bella che ha ottenuto in ambito polistico?

Le vittorie più belle sono state sicuramente quattro: il campionato del **Mondo** vinto a **Saint Moritz in Svizzera negli anni 1991**



e 1992, la vittoria ottenuta a **Cortina, sul Lago ghiacciato di Misurina, sempre nel 1991, dove il titolo in palio era quello del Campionato Internazionale di Polo sulla neve**. La primissima vittoria ottenuta con la mia squadra di polo resta però quella del 1988, quando ci siamo aggiudicati il **Campionato Nazionale Italiano**.

## Come era l'atmosfera in Engadina? E sulle Dolomiti?

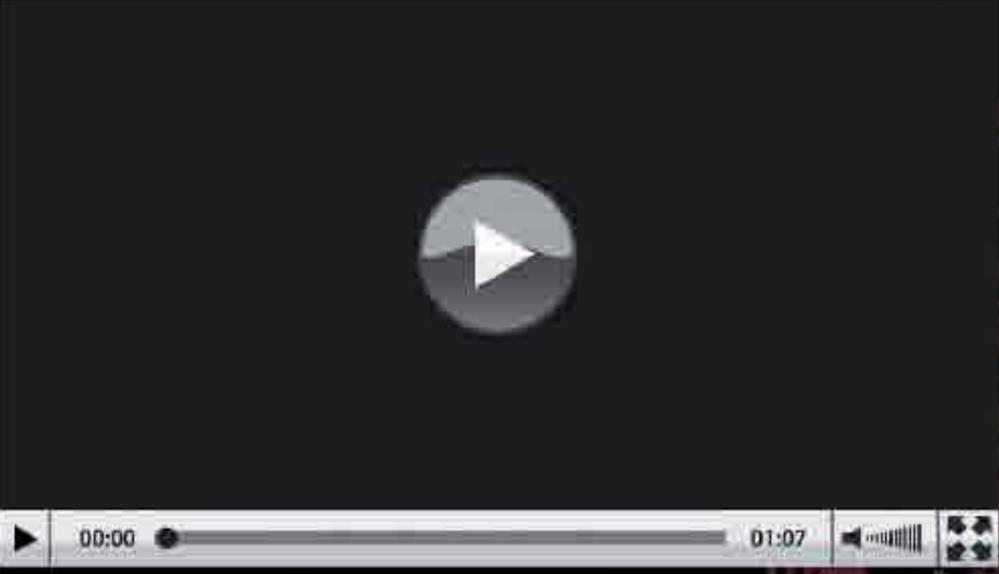
E' stato bellissimo ed emozionante. A **Saint Moritz** ricordo che in quei giorni aveva nevicato, l'atmosfera era incantata. Sulle Dolomiti avevamo avuto invece problemi con il troppo ghiaccio sul campo da polo, il che rendeva impossibile il galoppo. Fu quindi un'edizione giocata con precauzione, procedendo ad un trotto andante. In **Svizzera** vi furono invece limitazioni al numero di cavalli: essendovi non più di settantadue box disponibili nelle vicinanze, ed essendovi sei squadre che parteciparono al **Campionato Mondiale**, ogni cavaliere non poteva portare più di **tre cavalli** per sé, limitando il numero complessivo di equini per squadra a **dodici elementi**. Il

campo dove si disputò il Campionato era però di dimensioni minori rispetto ad uno tradizionale, per cui i cavalli erano meno sottoposti a stress e stanchezza.

## Potrebbe raccontare qualche aneddoto sul ferrare i cavalli quando giocava sulla neve?

I due campionati che ho vinto sono stati disputati entrambi in inverno. Sono stati disputati su laghi ghiacciati, in cui lo spessore della lastra di ghiaccio era di circa un metro, e sopra di essa era lavorato uno spessore di cinquanta centimetri di neve battuta. I cavalli galopavano quindi sulla neve, che era compatta ma morbida allo stesso tempo. La ferratura era dunque eseguita in un modo particolare, per evitare che nello spazio concavo sotto lo zoccolo si formasse una palla di neve che dava instabilità alla cavalcata, così da rendere insicuro l'animale ed il suo cavaliere. A contatto con lo zoccolo del cavallo era sistemato una patella in cuoio, che ne seguiva la forma, poi sopra di esso veniva posizionato il ferro che era successivamente fissato saldamente. La ferratura era poi completata lateralmente con piccole zanche artigianate, che conferivano maggior presa sulla neve.





## KeyFrame Showreel 2011

Our new videos in one minute montage

Watch this video on YouTube main page

Leave a comment

16.387 views

### Documentaries



### Entertainment Shows



### Viral Spot & Videos



### Events



# SPECIALE POLO

## Dove ha giocato a Polo, oltre che in Svizzera ed Italia?

Uno dei posti più belli dove ho giocato è stato in **Francia**, a **Bordeaux**, presso un antico Châteaux, con annessa tenuta vinicola. Per un mese abbiamo disputato match: un torneo a settimana. Il proprietario della tenuta era appassionato di polo, aveva organizzato un torneo per cinque squadre internazionali. Parteciparono la delegazione italiana, quella francese, svizzera, tedesca ed una indiana, nella quale giocava il **Maharaja di Jaipur**. Io ero **Capitano** della squadra Italiana, che ha **vinto ben tre tornei su quattro giocati**. Il quarto torneo è stato vinto dalla squadra locale francese, ma con un uomo della mia squadra.

## Ha mai ricoperto cariche istituzionali nel mondo dell'equitazione?

Sì certo, sono stato **Presidente del Polo Club di Cameri** per diversi anni, poi ho lasciato l'incarico quando ho smesso di giocare a polo e sono tornato a dedicarmi al dressage. Ad oggi sono invece **Presidente Onorario del Centro Ippico Lombardo (CIL) a Milano**, presso San Siro, dopo essere stato presidente in carica per due mandati in anni diversi. Inoltre, sono stato fondatore e presidente del **Gruppo Italiano Dressage** per molti anni.

## Quando ha iniziato a giocare a golf?

La passione del golf è nata a **settantadue anni**, quando andare a cavallo era ormai **troppo rischioso**, e volevo continuare a vivere la natura attraverso uno sport intenso e **praticato da gentleman**.

## Quali similitudini vede tra il polo ed il golf?

Le prime due **similitudini** sono lampanti: en-

trambi sono sport che si giocano con un **bastone** ed una **palla**; mentre nel polo bisogna fare goal tra due pali che costituiscono la porta, nel golf bisogna imbucare la propria palla in un foro dalle dimensioni di circa dieci centimetri. Entrambi richiedono una notevole capacità di concentrazione e precisione nella scelta di gioco della linea della palla. Poi sono entrambe discipline che fondano la propria essenza sportiva **sull'etichetta** e sul **rispetto delle regole di gioco, del campo e dell'avversario**. Non da ultimo, il fatto che polo e golf si giocano entrambi con un **handicap**, sistema parametrico che permette democraticamente di far giocare insieme un professionista ed un dilettante. In **Argentina** poi, dove nascono i migliori talenti polistici, molto spesso nelle tenute in cui si **gioca a polo si trovano anche i campi da golf**, e qui i **giocatori dei due sport condividono spogliatoi e Club House**, rendendo l'atmosfera sportiva densa e carica di storia.

## Il golf, il polo ed il rugby sono tutti sport di matrice anglosassone. Queste tre discipline sportive hanno almeno diversi elementi in comune che le caratterizzano, tra cui: linea della palla, fair play e "terzo tempo".

La prima regola del polo afferma che non si può tagliare la **linea di gioco** ad un giocatore, infrazione grave che comporta una severa penalità. Inoltre, la linea di gioco della palla è una precisa scelta di gioco che compie il polista per andare a segno, così nel golf, il giocatore sceglie con cura ed attenzione la linea di gioco che vuole esprimere nella buca per imbucare la propria palla con il minor numero di colpi possibili. Nel **rugby avviene lo stesso**, quando la squadra decide la linea



di gioco per segnare la meta, procedendo con precisi schemi che prevedono passaggi all'indietro per procedere in avanti verso l'H della squadra avversaria. **Essendo tutti e tre sport anglosassoni, il fair play è alla base delle regole di gioco: rispetto del campo e dell'avversario ne fanno caratteristiche che rendono questi sport unici ed amati da tutti, sia che li pratichino sia che li conoscano solo accennatamente.** Infine, il "terzo tempo" è il termine con cui oggi si definisce il **saluto d'onore** che rende la squadra vincitrice alla squadra sconfitta al termine di un match di rugby. I vincenti si dispongono in linea ed accolgono gli sconfitti stringendone le mani. Nel polo avviene lo stesso, solo che i cavalieri restano a cavallo, formando una linea lungo la quale scorre la squadra perdente. Nel golf, sport che pratico da alcuni anni, alla fine delle **18 buche**, dove anche l'ultimo putt è stato imbucato e la bandiera rimessa a dimora, **ci si toglie la visiera e si stringe la mano al proprio avversario, complimentandosi con lui per il piacevole tempo condiviso** durante il match appena concluso.

our page  
is much more than  
one page.

[www.youtube.com/keyframeshowcase](http://www.youtube.com/keyframeshowcase)





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



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



# BELLA SFIDA PER I 40 ANNI!

*Giuseppe de Lorenzo è Partner della merchant bank La Centrale Merchant, appartenente al Gruppo La Centrale Finanziaria Generale S.p.A. Si occupa della gestione di operazioni di M&A (merger and acquisition), collocamenti azionari e investimenti di private equity. Ottimista per natura e realista per esperienza, lancia un appello a tutte le ragazze e donne italiane (e non): iniziate a giocare a golf!*



*Giuseppe de Lorenzo, partner La Centrale Merchant - Gruppo La Centrale Finanziaria S.p.A.*

**G**iuseppe, come golfista sono dell'opinione che il golf significhi "Sfida Totale". Anche tu la pensi così? Ti piace godere di ogni miglioramento ottenuto grazie alle tue capacità?

Il golf è davvero una sfida, soprattutto mentale. E questo è ciò che mi affascina maggiormente, giocare a golf significa ricercare un equilibrio mentale e trasmetterlo al corpo, che non è altro che l'esecutore finale. Ogni colpo ben giocato è una grande soddisfazione, ti porta al settimo cielo, ma quando giochi male devi saper reagire subito e con grande tenacia. **Il golf è un po' come la vita, mai arrendersi di fronte ai disagi.**

**Come sei arrivato a conoscere questo gioco? E i tuoi primi passi nel mondo del golf?**

Tutto è nato per caso, ho visto in televisione gli

**Open** e mi sono detto "Ma perché io non potrei fare meglio di loro?". Tutto sembrava così facile, poi alla prima lezione ho capito che era un percorso molto complicato e che richiedeva grande sforzo mentale, e da quel momento è nata la sfida con me stesso.

**Secondo te quali opportunità può offrire il golf, al di là del gioco?**

Tantissime opportunità, sia sociali che ludiche. Giochi in campi e location meravigliose e incontri persone con cui socializzi immediatamente, è quasi come appartenere ad un club esclusivo, una sorta di "lobby del golf". Poi, il fatto che sul green **ogni giorno è un giorno nuovo, tutto riparte da zero e devi sempre confermare le tue qualità, non esistono "ren-**

*Akim Hassan, PGA, Maestro Golf Club Barlassina, Country Club editorialista Golf People. Nella Petych, Senior Vice-President Golf People, componente del Team golfistico ufficiale della Rivista*



**dite" o scorciatoie.** Se non dai il meglio di te non c'è niente da fare, la pallina resta dov'è e tu sei "out".

**Matteo Manassero ha affermato: il golf non è vecchio, non è noioso, non è fuori dal tempo. Cosa puoi dire in merito, dopo un anno trascorso ad imparare a giocare?**

Che il golf è un gioco assolutamente divertente e stimolante. Non direi proprio, come purtroppo molti pensano, che si tratti di uno sport "per vecchi", anzi. Ogni anno sempre più giovani si avvicinano al green. Poi, lo sforzo fisico non è da poco, soprattutto per elasticità ed equilibrio posturale nel set up.

**Hai un fratello gemello, Ferruccio. Si dice che i gemelli abbiano le stesse passioni, anche lui ama il golf?**

No, per niente! Lui ama la bici. A me tocca swingare e a lui pedalare.

**Ogni anno festeggiate il compleanno a Capri con tanti ospiti Vip italiani, come mai questa abitudine?**

È solo un party di compleanno con gli amici. Ormai una tradizione quasi decennale. Mi fa piacere invitare gente proveniente da tutto il mondo ad ammirare la bellezza di Capri, un'isola magica, unica al mondo. Sin da bambino ci andavo in vacanza d'estate e adesso, pur vivendo a Milano da 20 anni, quando posso ci vado volentieri. Certo, un campo da golf con vista sui famosi faraglioni sarebbe il massimo, ma penso non ci sarebbe spazio!

**In Italia il record degli Open d'Italia disputati è detenuto dal Club Villa d'Este con 12 edizioni, cosa pensi di quel campo? Quale golf club sceglieresti per diventarne socio?**

Purtroppo non ho mai giocato a Villa d'Este, anche se tutti ne parlano benissimo. Spero di poterci andare presto. Vivo a Milano e gioco spesso al Barlassina Golf Club, ci sono tanti amici soci e il campo è tenuto benissimo. Comunque il primo campo dove ho giocato è stato il San Domenico Golf in Puglia, dei miei amici Viola e Aldo Melpignano, anche lì è fantastico. A proposito, penso di averci la-

sciato almeno **7-10 palline** finite nell'acqua, ma spero presto di tornarci e, stavolta, di non perderne altre!

**In Italia il campo numero uno, disegnato dall'inglese John Morrison nel 1958, è quel-**

*Simona Musocchi, personal trainer di Giuseppe de Lorenzo*



*Lavoro come personal trainer da 25 anni, e da 11 al Caroli Health Club di Milano. Ho allenato e alleno personaggi noti, ed è una grande sod-*

**Cosa mangi e bevi durante la partita? Per esempio, io sono dell'opinione che non si debba mangiare niente durante la gara, così tutti gli organi sono liberi e aiutano a concentrarsi.** Gli americani esagerano sempre, però ho giocato a Miami e devo dire che gps e menu sono divertenti, del resto il golf in USA è uno degli sport più diffusi ed è praticato da decenni. Personalmente, durante la partita bevo tanta acqua e mangio un paio di banane. Dopodiché, mega sosta d'obbligo alla club house!

**Sono circa 32.000 i campi da golf nel mondo. Un golfista viaggia molto per trovare nuove sfide; su quali campi ti piacerebbe giocare all'estero?**

Il mio sogno è giocare al campo più antico al mondo, dove è nato il golf, il St. Andrews, ma mi hanno detto che ci vuole almeno un handicap 20, quindi devo ancora lavorare...

**Gentlemen only, ladies forbidden... alla fine del Settecento la massoneria scozzese pose**

*disfazione vedere i risultati ottenuti nel tempo dai miei clienti. Giuseppe, ad esempio, gioca a golf da un anno e ha deciso di allenarsi con me tre mesi fa per migliorare la sua forma fisica e, di conseguenza, il suo gioco. Ci alleniamo 2-3 volte la settimana in palestra e ogni tanto all'aperto, basandoci su esercizi che aumentano la flessibilità, la forza e la resistenza. Il segreto di un buon allenamento è la combinazione di forza e flessibilità, evitando un eccessivo sviluppo della massa muscolare e concentrando il nostro lavoro su avambracci, polsi e mani. Ma dedichiamo tanto tempo anche al rinforzo di dorso, fianchi e gambe. Queste ultime sono il fondamento dello swing, e offrono resistenza alla torsione della parte superiore del corpo. Gran parte del tempo è dedicato al corpo libero, allo stretching. Mi piace utilizzare anche la parete kinesis che, a mio giudizio, è un bellissimo strumento di lavoro per raggiungere in modo migliore i nostri obiettivi. Da quando ci siamo dedicati alla preparazione atletica, Giuseppe riporta grandi miglioramenti in flessibilità e resistenza muscolare, che lo portano a mantenere alta la concentrazione per tutte le 18 buche.*

**Io di Biella, che domina con 7 nomination nei campi top d'eccellenza (assieme a Castelconturbia, Bogogno, ecc...). Per te cosa significa "campo top d'eccellenza", cosa deve avere di speciale per essere qualificato in tal modo?**

Riguardo ai green, sono soprattutto due le cose che mi appassionano: i campi sull'acqua ed i fairways stretti e in discesa.

**Negli Stati Uniti, sempre più spesso, i cart sono dotati di sistemi gps che propongono anche menu che suggeriscono al giocatore cosa mangiare e il momento migliore per nutrirsi durante il percorso, consumando poi il cibo senza nemmeno scendere dal cart. Cosa ne pensi?**

una regola che include anche le signore al gioco del golf. Anche oggi questa "discriminazione" si nota nella differenza di montepremi tra uomini e donne in occasione dei tornei americani. **Cosa ne pensi? Quale "tocco" danno le donne sul campo e nei club house misti?** Basta prendere spunto dal tennis. Le tenniste sono super competitive e molto spesso le finali femminili sono più divertenti di quelle maschili.

L'intervista a Giuseppe De Lorenzo prosegue su:  
[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)

# GIMA Fashion Group stregata DAL GOLF

*La nota azienda del Fashion entra nel mondo del Golf*

*Il mondo del golf ha affascinato anche una tra le più note aziende del fashion: con il marchio "Raffaele Greco" un altro brand entra a far parte dello sport più nobile ed elegante. Golf People Club Magazine ha intervistato il cofondatore e titolare dell'azienda.*

## Raffaele Greco, ci parli della GIMA Fashion Group...

L'azienda è nata e si è sviluppata basandosi sull'esperienza trentennale dei suoi fondatori, Luciano Martino ed io. Abbiamo sempre operato nel mondo della moda con risultati sempre crescenti e contraddistinti da valori che riteniamo imprescindibili: serietà e professionalità.

GIMA opera nel settore della moda e collabora con i migliori marchi del settore, occupandosi prevalentemente del mondo della calzatura e della sua evoluzione; nel tempo siamo diventati un'azienda leader ed esclusiva, che si avvale di più sedi operative a seconda dei gruppi di lavoro.

## Cosa vi attrae del golf in particolare?

Siamo stati sempre due persone molto sportive, che hanno praticato diverse discipline tranne il golf; abbiamo dunque deciso di scoprire questo mondo a noi ancora sconosciu-

to, ma in evidente evoluzione soprattutto nel numero di praticanti.

Così da qualche anno ci siamo avvicinati al golf come giocatori e frequentando circoli, pro shop, addetti ai lavori, scoprendo un mondo che ci ha da subito affascinato. Professionalmente, abbiamo inoltre voluto approfondire il concetto di calzatura da golf.

## Fashion e golf: qual è il connubio?

Innanzitutto abbiamo cercato di studiare il "golfista" in quanto tale; successivamente ci siamo resi conto della mancanza sul mercato di una calzatura sì tecnica, ma dal gusto fashion e che oltre ad avere requisiti altamente tecnici potesse abbracciare quei contenuti di tendenza dettati da materiali e colori alternativi che si specchiassero in ciascuna persona, a secondo della propria personalità. E' nata così l'idea di un prodotto personalizzato e fatto su misura.



Luciano Martino e Raffaele Greco

## Parliamo dunque del vostro prodotto...

Possiamo affermare che la nostra è una calzatura tecnica, studiata e realizzata per adattarsi molto bene a tutti i piedi e alle loro diverse conformazioni; per questo motivo sono stati studiati appositi sottopiedi che fungono da plantari: ve ne sono di tre tipi, e il cliente può scegliere a seconda delle proprie esigenze. E' una calzatura in pelle con fondo cuoio

idrorepellente testata e certificata, molto confortevole e costruita con una speciale tecnica che si identifica più propriamente con il nome "Goodyear"

## Quali sono i vostri programmi ed obiettivi in un momento economico decisamente difficile come questo?

GIMA Fashion Group è una società in continuo sviluppo e continua crescita perché questa vuole essere la nostra strategia, in quanto rispecchia la nostra filosofia; per questo cerchiamo di essere attenti al mercato in generale, consci del fatto che solo una buona programmazione può portare ai risultati che ci siamo prefissi. Abbiamo strutturato la nostra azienda con gruppi di lavoro coesi ed efficaci, che operano in parte nella nostra sede di Parabiago ed in parte in quella di Civitanova Marche. Lo studio Repetto, che si occupa di consulenza amministrativa e del lavoro, è un nostro partner che ha il compito di monitorare giornalmente la parte economica ed amministrativa con analisi sempre aggiornate.

Da pochi giorni abbiamo aperto il primo negozio monomarca col nome "SHANGRI LA". Nei programmi aziendali rientrano poi l'apertura di altri negozi nei prossimi due anni e l'acquisizione di brand di moda in licenza.

## Avete in programma anche il lancio di un vostro "Total Look"?

E' un progetto che ci affascina, ma bisogna rimanere coi piedi per terra; sono operazioni importanti ed ambiziose che richiedono investimenti e programmazioni molto



Claudio Chiappucci e la figlia



particolari. Desideriamo sempre operare con la massima perfezione, e quando riterremo di essere pronti si potrà prendere in esame anche questa nuova avventura.

## Qual è la vostra Vision?

Il nostro prodotto è visibile presso i circoli di golf dove allestiamo appositi gazebo, all'interno dei quali la clientela può

provare e scegliere il prodotto che vuole realizzare nella taglia e colore che preferisce; sponsorizziamo il circuito Italian Major organizzato dall'International Golf, e a breve sarà pronto il nuovo sito internet. Inoltre tutto quanto esposto all'interno dei gazebo può essere visionato nel nostro ufficio di Parabiago, dove un nostro collaboratore può fornire tutte le informazioni desiderate.

In conclusione, vorremmo evidenziare l'importanza del progetto "calzature da golf", che ci sta particolarmente a cuore e che vorremmo sviluppare avvalendoci dell'apporto di testimonial importanti, con i quali abbiamo preso contatto e con i quali speriamo di stringere prolifici rapporti.



Lo Staff operativo al completo di GIMA Fashion Group





**Bello e Italiano Customer service**  
Tel. +39 0575 959635 Fax +39 0575 949669  
sales@belloeitaliano.it www.belloeitaliano.it

# Life Style MOTORI

a cura di Mirko Crescimone



# BMW 640i

*Lecco, città ricca di atmosfera, è stata lo scenario perfetto per l'occasione della nostra prova della nuova BMW Serie 6 Cabrio. Questo modello è il fiore all'occhiello della casa bavarese, un autentico concentrato di design e tecnologia che dimostra come i sogni a volte possono trasformarsi in realtà. La nuova Serie 6 Cabrio è un modello alto di gamma e rappresenta l'eccellenza di BMW. Il nuovo design è accattivante, con linee più leggere e dinamiche.*

## IL MOTORE

Twin Power Turbo

La nuova **Bmw Serie 6 Cabrio** è equipaggiata con un motore a sei cilindri in linea che abbinata il turbocompressore **TwinScroll** all'iniezione diretta di benzina dal comando variabile delle valvole Valvetronic, che minimizza le perdite da strozzamento durante le fasi di cambio così da influenzare positivamente sia il rendimento del propulsore che l'andamento di coppia. Il propulsore da **3,0 litri** eroga una potenza di massima di **235 kW/320 CV** a un regime di **5800 g/min** e una coppia massima di **450 Newtonmetri**, disponibile tra i **1300 e i 4500 g/min** e questo permette alla BMW 640i Cabrio di accelerare da **0 a 100 km/h in 5,7 secondi**. La velocità massima viene limitata dall'elettronica a **250 km/h** e il consumo medio di carburante è di **7,9 litri per 100 chilometri**. Il motore della nuova Bmw Serie 6 Cabrio è equipag-



giato di serie con un cambio automatico a otto rapporti. Il **Driving Dynamic Control**, con il quale è equipaggiata la nuova Serie 6, consente di tarare il telaio secondo quattro modalità di guida selezionabili: Normal, Comfort, Sport e Sport+ per i più ambiziosi.

## GLI INTERNI

Il livello delle finiture è davvero di alto livello: un rivestimento in pelle con cuciture a contrasto che caratterizza tutto il cruscotto, gli inserti in alluminio ed il trattamento lucido del tunnel stesso meritano di essere citati. Rispetto alla versione precedente, la nuova **BMW Serie 6 Cabrio** è più lunga di **7,4 centimetri (4,89 metri)**, più larga di **3,9 (1,89 metri)** e alta **0,9 centimetri in più (1,36 metri)**. Il passo è aumentato fino a **2,85 metri**. E' stato anche ampliato lo spazio dei sedili posteriori e il bagagliaio offre una capacità di carico pari a **300**



litri con la capote ripiegata o **350 litri**. Quest'ultima è stata realizzata in tessuto ed è azionata da un dispositivo elettrico con struttura a pinne verticali. Si apre e

si chiude automaticamente; per l'apertura richiede **19 secondi** e per la **chiusura 24**. Si può aprire e chiudere fino alla velocità di **40 km/h**.

## LA NOSTRA PROVA SU STRADA

La prova della nuova BMW Serie 6 Cabrio inizia lungo le strade del lungolago, circondati dalla sua splendida atmosfera. Azionando l'interruttore di accensione cominciamo ad apprezzarne il sound metallico che il sei cilindri in linea scatena. Diamo gas ed il propulsore si presenta molto vivace, rabbioso e dinamico; la progressione che quest'ultimo genera è potente e continua, il suo sound metallico pieno ci permette di godere appieno questa cabrio. Azioniamo il Driving Dynamic Control in modalità Sport+, dove acceleratore, sterzo, suono e assetto diventano reattivi in maniera evidente, e subito ci accorgiamo che in stato di sovrasterzo di potenza dobbiamo ricorrere alle contromisure tenendo a bada i **320 cavalli**.

## I PREZZI

Per realizzare questo sogno occorre partire da **87.000 a 93.650 euro** per l'allestimento Futura, che offre in più **Integral Active Steering**, sensori di parcheggio, luci adattive, navigatore **Professional** con schermo da **10,2"** e sistema **Bluetooth**.

Un ringraziamento particolare a Graziano Innocenti direttore Bmw Lario Bergaudo città di Lecco, per il test drive della vettura.





**Bello e Italiano Customer Service**

Tel. +39-0575 959 635 Fax +39-0575 949669 e-mail: sales@belloeitaliano.it website: www.belloeitaliano.it



*Life Style*  
**L** MOTORI

# Golf People Club Magazine

## a scuola di guida sicura con Lario Bergauto



FRANCIACORTA – Grandi emozioni martedì 17 Maggio all'autodromo di Franciacorta. Lario Bergauto, concessionaria BMW, attraverso il suo referente di spicco il direttore marketing Gualtiero Dapri ha organizzato una giornata full immersion dedicata alla sicurezza stradale. Lo scopo della BMW Driving Academy è quello di valorizzare i partecipanti per essere dei bravi



Mirko Crescimone, classe 1982, una laurea in Scienze Assicurative conseguita all'Università ISFOA di Lugano ed un successivo master di perfezionamento Assoconsulenza per Consulenti di Investimento e corsi di qualificazione alla Scuola di Specializzazione in Tecnica Peritale e in materia di Infortunistica Stradale, Valutazione e Stima di Veicoli d'Epoca, Procedura CID, Procedura di Conciliazione Sinistri RC Auto, Ricostruzione e Simulazione Animata degli Incidenti Stradali. Iscritto al Collegio Lombardo Periti Esperti e Consulenti,

automobilisti, trasmettendo le capacità tecniche adeguate per cavarsela nel migliore dei modi in situazioni difficili, che molto più spesso di quanto si possa immaginare sono pronte a mettere a rischio la vita. La giornata si apre con una breve lezione di teoria: parte del discorso è incentrato sulla sicurezza, che prima di tutto passa dalla corretta posizione di guida. Importantissima la posizione delle mani sul volante, che deve essere rigorosamente quella delle 9.15 sia per la facilità di manovra, sia perché è quella più sicura per le ossa delle braccia ed efficacia del "cuscino" in caso di apertura dell'airbag. **Altra cosa non scontata è che bisogna SEMPRE guardare dove si vuole andare.** Imparate le nozioni basilari, saliamo a bordo dove gli istruttori di guida ci regalano l'emozione di rivivere direttamente su strada le diverse situazioni di pericolo che si possono presentare ogni giorno.

Si comincia pilotando la **Bmw Serie 123d**, effettuando manovre di sottosterzo su fondo con scarsa aderenza (bagnato) per poi passare al sovrasterzo di potenza sempre su fondo bagnato con la **serie 330i**. Successivamente, su pista, ci viene insegnato il modo corretto per rimediare al controllo della vettura effettuando slalom e slalom pendolo, sovrasterzi con scarsa aderenza attraverso degli ausili chiamati "skid car" installati sull'asse posteriore del veicolo, i quali anche a bassa velocità permettono di abituarsi sia alla manovra di controsterzo che alla tecnica di

controsterzata più idonea. Una volta imparati i meccanismi principali, l'istruttore ci regala tre giri di pista al fine di verificare se tutte le manovre insegnate siano state recepite rammentandoci sempre che le automobili, seppur equipaggiate con dispositivi elettronici di sicurezza che aiutano il guidatore in situazioni difficili, nella vita di ogni giorno **devono essere sempre pilotate con la testa e senza mai pensare di essere in pista, senza spingere il veicolo oltre i propri limiti.**

Il nostro parere è a dir poco positivo, sia per l'efficienza di questo corso sia per l'organizzazione dello staff anche per quanto riguarda la parte catering e la preparazione dei piloti; consigliamo a chiunque possiede una vettura, specie Bmw di categoria, o chi ha intenzione di acquistarla, di frequentare questa scuola che ben insegnerà a conoscere i limiti e l'eccellenza della vostra supercar.



Gualtiero Dapri, direttore marketing Lario Bergauto S.p.A. insieme ad alcuni suoi istruttori di guida.



svolge una intensa attività di Consulente Automobilistico. Collabora abitualmente come professionista incaricato di stilare rapporti valutativi, in particolare nell'area avarie meccaniche, valorizzazione commerciale e patrimoniale di autoveicoli e motoveicoli d'epoca, danni su veicoli, perizie estimative su fine leasing, controllo telematico e gestione diretta del sinistro con carrozzerie convenzionate, con importanti e prestigiose realtà multinazionali attive nel settore finanziario, assicurativo, bancario ed industriale.

# GIAMPAOLO ABBONDIO

Golf People Club Magazine intervista  
il proprietario della Galleria Pack di Milano  
e Fondatore della Giampaolo Abbondio Associati SIM S.p.A.

**Giampaolo Abbondio** nasce a Milano nel 1966. Per alcuni anni cerca la sua strada, che pare inizialmente indirizzata alle **finanze e agli affari**. Così è, ma a un certo punto l'incontro galeotto, la folgorazione sulla strada di Damasco: scopre l'arte e apre una galleria, oggi tra le più interessanti della città.

**Vera Agosti: La Galleria Pack si trova nel bellissimo Foro Buonaparte, al numero 60, vicino a Brera, lo storico quartiere degli artisti. 10 anni di fervente attività e di collaborazioni con grandi artisti contemporanei. Come lavora? Come prende le Sue decisioni?**

Giampaolo Abbondio: I miei collaboratori svolgono un ruolo importantissimo, Gianmaria Conti, il direttore, è davvero un mio organo vitale. Da quando però non c'è più il mio socio Luigi De Ambrogio, con il quale avevo aperto la galleria nel 2001, decido da solo. Se un artista propone una ricerca interessante e vera, lo contatto direttamente.

Alle volte invece le situazioni si sviluppano per caso, grazie alla fortuna. Per esempio al **Miart** c'era **Andres Serrano** che si aggirava per gli stand e notò la mia artista cubana **Maria Magdalena Campos-Pons**. Decise così di proporci una collaborazione e realizzò un lavoro specifico per il mio spazio. Marco Neri invece mi è stato consigliato da **Robert Gligorov**. Uso molto Facebook, che ritengo uno strumento di lavoro eccezionale. Spesso comunico così con gli artisti che sono connessi.

*10 anni di Galleria Pack: un'avventura sempre emozionante, un continuo work in progress. Intervistiamo il suo artefice per fare il punto della situazione, soffermandoci non solo sulla realtà milanese, ma anche su quella nazionale, in corrispondenza dell'evento della 54esima Biennale di Venezia.*

**A proposito di Marco Neri... Ora è in corso la sua personale, che, come mi ha detto, è un modo di ripensare la Biennale. Come ha trovato questa edizione 2011?**

Premetto che ci devo tornare, l'ho visitata velocemente. La mostra della **Curiger** mi sembra inutile, potrebbe trovarsi da qualunque altra parte. Mentre girare tra i padiglioni nazionali è sempre una scoperta. I Paesi compiono scelte forti, ho visto Israele, il Giappone...

Per quanto riguarda **Vittorio Sgarbi** credo che il progetto sia interessante, ma avrebbe dovuto lavorarci maggiormente; così è stata un'opportunità sprecata, un'occasione persa, una boutade. Sgarbi ha realizzato un quadro perfetto della situazione italiana, come se fosse lui il miglior artista, non come un critico o un curatore.

**Quale ritiene debba essere il ruolo di una galleria d'arte**



Giampaolo Abbondio

**contemporanea oggi?**

Una galleria deve sapere cogliere i cambiamenti. Dev'essere un foglio bianco sul quale l'artista possa imprimere ed esprimere il suo lavoro. L'artista deve occuparsi sia della creazione, sia della promozione. Purtroppo negli ultimi 10 anni il mercato è diventato sempre più preponderante, più importante dell'arte stessa...

**Giampaolo è un broker, anche se ora si occupa a tempo pieno della galleria. In base alle Sue conoscenze finanziarie e in base alla Sua esperienza di gallerista, cosa ci dice della crisi economico-finanziaria attuale?**

La crisi è gravissima, si sente, probabilmente stiamo toccando il fondo ora, prima dell'estate.

**Quali sono secondo Lei le gallerie che godono di maggiore influenza oggi in Italia? Quelle più di tendenza, che sostengono i giovani artisti?**

Il concetto di arte di tendenza non mi appartiene, l'arte non è fatta per essere consumata, per seguire le mode. Posso indicare alcune gallerie che fanno una buona ricerca, come **C2 Interference a Roma, Federico Luger Gallery a Milano, 1000eventi gallery**, Ciocca arte contemporanea, **Artiaco e Mazzoli**...

**Quale consiglio darebbe a un giovane che volesse aprire una galleria d'arte contemporanea?**

Gli suggerirei di cambiare idea, è difficile e nel breve termine si è in perdita.

# Visto per voi

**ARCIMBOLDO**

Palazzo Reale, Milano - dal 10 febbraio al 22 maggio 2011

300 opere e 11 sale per presentare uno spaccato dell'arte e della cultura del '500 milanese

Giuseppe Arcimboldo non era un genio, come forse questa entusiastica mostra avrebbe potuto farci pensare. Eppure è stato un artista fortunato, che ha giocato tante carte vincenti, sapendo raccogliere e interpretare il meglio della sua epoca. E proprio la suggestione di quel periodo, il 1500, ha voluto far rivivere l'esposizione nella ricchezza seducente dell'allestimento, per dimostrare come Arcimboldo fosse legato a Milano e al suo tempo. Ecco allora i disegni di Leonardo da Vinci e preziosi arazzi, armature, gioielli in oro e argento...

Soltanto la fine del percorso espositivo è stato dedicato all'opera dell'Arcimboldo, ovvero i bozzetti per le scenografie e i costumi delle feste di corte, i disegni naturalistici e i pannelli delle vetrate del Duomo di Milano, ideati e realizzati insieme al padre Biagio e le celebri Teste: Le Stagioni e alcuni ritratti. Per Le Stagioni, in particolare, si ipotizza per la prima volta che siano state create a Milano.

Ma chi era Giuseppe Arcimboldo o Arcimboldi (Milano, 1526-1593)? L'artista si firmava nell'uno e nell'altro modo indifferentemente e ciò vale ad accrescere l'incognita. L'origine del cognome è certamente germanica e il casato risale ai tempi di Carlo Magno, attraverso la persona di Saitfrid Arcimboldi. Giuseppe, figlio di Biagio, pittore presso la "Veneranda Fabbrica del Duomo", inizia la sua attività artistica presso la bottega paterna. Lavora per la cattedrale di Milano e in seguito per quelle di Monza e Como, acquistando grande fama. Ammirato da tutti, forse anche per le sue Teste cui lavorava già a Milano, nel 1562 viene chiamato da Massimiliano II d'Asburgo a Vienna e in seguito a Praga. Poi Arcimboldo cade nell'oblio. Sarà il Novecento a riscoprire l'estro, l'inventiva, la carica dirompente delle sue forme allucinate e surreali.

Le opere più famose sono ritratti ma da molti vengono letti come caricature o nature morte. Gli studiosi da sempre ne cercano i significati profondi, misteriosi e persino esoterici; il pubblico ne sorride alla ricerca dei vari frutti, fiori, animali, che formano parti dei volti. Arcimboldo a Palazzo Reale è piaciuto anche ai bambini. La mostra dedicava una parte anche alla pittura ridicola, genere particolarmente fecondo in Lombardia, tra cui il bibliotecario e il giurista di Arcimboldo, e alcuni disegni grotteschi di Melzi, Lomazzo, Procaccini.



**GIUSEPPE ARCIMBOLDO**  
*Priapo (Ortolano)*, 1590 circa  
olio su tavola; 35,8x24,2 cm - Cremona,  
Museo Civico Ala Ponzzone (inv. 211)

**GIUSEPPE ARCIMBOLDO**  
*Vertunno*  
(Ritratto di Rodolfo II), 1590  
olio su tavola; 68x56 cm  
Castello di Skokloster,  
Svezia (inv. 11615)



**L'ALTRA FACCIA**

*Autoritratti contemporanei*

Gallerie dei Gerosolimitani, Perugia - dal 28 maggio al 25 settembre 2011

Diceva Oscar Wilde che in ogni ritratto l'artista dipinge se stesso più che il modello, e nello stesso tempo non vede mai le cose come realmente sono. Nell'antica cornice delle Gallerie dei Gerosolimitani, a Perugia, l'aforisma dello scrittore irlandese si fa più che mai realtà.

Rob Smeets riunisce 27 artisti italiani e olandesi per proporci una selezione di autoritratti da non perdere. Nomi noti, che si sono guardati allo specchio, per consentire alla loro anima di uscire allo scoperto, presentandoci il loro lato più intimo, per far emergere appunto l'altra faccia dell'artista. Indiscussa l'abilità tecnica, che certamente soddisfa ogni tipo di visitatore, anche il più esigente. Dipinti e sculture (Giuseppe Bergomi, nell'oro della sua doccia, Claudia Marchetti, decisamente pop, Livio Scarpella, neobarocco); tanto colore e sfumature più cupe; sguardi seri, pensosi e sorrisi ammiccanti, complici. Subito dopo la varietà, le differenze stilistiche, i confronti culturali, che fanno di questa esposizione una rassegna preziosa, strumento di indagine privilegiato sull'arte del presente.

Spesso l'artista si concentra solo sulla sua rappresentazione (Philip Akkerman, come un Cristo con la corona di spine; Pieter Pander, schietto e sincero di fronte all'osservatore; Karel Buskes, stanco e rassegnato; Hermann Markard, stralunato; Neil Moore, in posa da divo; Jaap Roose, nudo e morso da una tarantola; Rein Pol, ritratto in uno specchio anonimo e asettico; Fokko Timersma, nell'ombra, guarda dall'alto in basso; Andrea Martinelli, dallo sguardo



**LIVIO SCARPELLA**  
*Out of the hart, autoritratto*,  
Datato 2011, Ceramica - 60x50x30  
cm, Base 110x55x35

penetrante e magnetico, come un antico vate; Giorgio Forattini, dal naso a matita per disegnare i vizi e le virtù degli Italiani; Federico Guida, allo specchio, con gli occhi sbarrati e una parrucca rossa e fluente). Altre volte l'autoritratto è inserito all'interno di un'ambientazione verosimile: Adelchi-Riccardo Mantovani, sgridato dalla suora che gli tira le orecchie; Alessandro Papetti, nell'intimità della sua stanza da bagno; Massimo Pulini, sdraiato sul sofà con il cane; Dorian Scazzosi, che si specchia nell'acqua appoggiandosi al bordo della vasca; Piet Sebens, nel suo studio, tra sculture etniche. Oppure l'immagine appare visionaria, metafisica (Gerrit Wijnngaarden, nell'oscurità e nella quiete di un ampio paesaggio; Agostino Arrivabene, illuminato dalla luce divina, al collo il simbolico corallo rosso; Tullio Pericoli, perso nella materia grezza delle colline; Lorenzo Fonda, in un astratto collage; Arnout van Albada, che tiene in mano un'ostria aperta; Peter van Poppel, nascosto a dipingere sotto la coltre del mondo). Solo di Dennis Møgelgaard e Marco Mazzoni non possiamo scorgere il viso. Il primo ci gira volutamente le spalle in un paesaggio invernale, coperto di neve; il secondo, come di consueto, ha il viso bianco della carta circondato dai fiori e dagli uccelli, gli elementi degli antichi riti naturalistici.

**ADELCHI RICCARDO MANTOVANI**  
*Doppio autoritratto con suora*,  
firmato e datato 2011, olio su tavola, 34x40 cm



# GIGART CONTINUA LA SUA CRESCITA

*Società leader nell'Art Finance*

**L** mondo delle imprese, della finanza e più in generale dell'economia, ha scoperto l'arte. Ormai tutti i giornali economici dedicano uno spazio crescente ad articoli e rubriche che si occupano del binomio arte ed economia. Arte intesa come investimento sicuro, lento ma crescente e comunque svincolato dall'andamento delle borse. In questo segmento si pone **Gigart**, azienda leader nell'**Art Finance**, specializzata nell'offerta globale di servizi e prodotti. **Gigart** si rivolge a banche, assicurazioni, collezionisti, fondazioni, istituzioni finanziarie; a tutti coloro, insomma, che sono interessati al mondo dell'arte e che vogliono affidarsi ad un partner il cui nome sia garanzia di serietà, competenza, passione. Il team di esperti della società, della quale è presidente **Danilo Gigante**, fornisce servizi per ricerche storico-artistiche, compilazione di expertise, stime e verifiche di autenticità, analisi tecnico-scientifiche, redazione di condition report. Un know-how unico nel mercato, frutto di un monitoraggio costante sia dal



Danilo Gigante, presidente di Gigart Art Finance

punto di vista artistico che da quello economico-finanziario, consente a **Gigart** di affiancare collezionisti ed appassionati in ogni fase della loro scelta, dalla gestione di prestiti delle opere dei suoi collezionisti in mostra a banche e musei (a questo proposito va segnalata

la prossima partnership con un importante museo del Veneto, (ndr), alla creazione di cataloghi. **Gigart**, ancora, è in grado di ideare e sviluppare progetti complessi per le aziende che operano nel campo dell'arte e della finan-

za o per le società extrasettore che desiderano usare l'arte come leva di marketing o per assolvere la propria spinta al mecenatismo. Si occupa poi della vendita di opere uniche di autori già affermati nel panorama nazionale o internazionale o di multipli d'arte; inoltre, attraverso le consociate **Gigart Finance** (mutui, leasing, prestiti) e **Gigart Real Estate** (settore immobiliare), individua prodotti assicurativi specifici per il collezionismo e cura l'acquisto di opere con la formula del leasing, della personalizzazione e della rateizzazione degli investimenti. Gli ultimi due anni sono stati caratterizzati da una serie di iniziative istituzionali, vedi la mostra di **Maurizio Biondi** (Museo di Soncino), l'esclusiva mondiale per la distribuzione del "Cavallino Ferrari" e di "Renaissance of Towers", monumento dedicato alla tragedia dell'undici settembre dell'artista **Helidon Xhixha** che sarà collocato a **New York**; grazie a **Nerone**, altro artista della scuderia **Gigart**, "Premio Metropolitan Museum" di **New York**, è stato realizzato un "museo a cielo

aperto", con più di 50 installazioni dedicato al piccolo **Tommaso Onofri**: in quell'occasione **Danilo Gigante**, conoscendo i genitori, decise di sostenere l'associazione "Tommy nel Cuore" devolvendo una percentuale delle vendite dello stesso maestro, il quale a breve parteciperà ad un film prodotto da **RAI International** sul grande pittore **Ligabue**, essendo stato per quindici anni il suo autista prima di iniziare a dipingere. Una serie di scelte giuste (**Fabrizio Trotta**, **Miro Persolja**, **Ludmilla Radchenko**, **Nerone**, **Giuliano Grittini**, **Helidon Xhixha**, **Maurizio Biondi**, artisti che riserveranno sicuramente grandi sorprese, e il già affermatissimo **Mimmo Rotella**), che ha portato i collezionisti **Gigart** ad avere un patrimonio sempre crescente e un prodotto finanziario (dopo l'avvento dei fondi d'investimento nel mondo dell'arte), portando il concetto della "Unit Linked": un prodotto assicurativo/finanziario che offre prodotti d'investimento a partire da **100.000 euro**, con dei plafond da **2.000.000** di euro che decorrono ogni **90 giorni** con cadenza trimestrale per un massimo di quattro emissioni all'anno. Un collezionista avrà l'opportunità, con soli **100.000** euro, di avere un potere economico e contrattuale di **2 milioni di euro** (ad esempio: **20 persone che investono 100.000** euro chiudono un plafond

da **2.000.000 di euro**). In questo modo la società ha un forte potere contrattuale con i più grandi mercati del mondo, abbattendo fortemente il costo dei prezzi e spalmando l'utile sui collezionisti che acquistano il prodotto. **Gigart** vi garantisce una selezione di opere uniche di artisti contemporanei in forte rialzo, con un minimo di sette pezzi unici, fino ad un massimo di dieci; una mostra specializzata delle opere della durata di sette giorni in uno degli atelier più rinomati d'Italia con sede a **Milano**, con rispettivo catalogo della collezione e l'intervento di un noto critico d'arte. Visti i risultati, il presidente **Danilo Gigante**, ex promotore finanziario di **Banca Bipop Carire**, **Gruppo Unicredit**, a soli **38 anni** ha creato una realtà importante nel panorama dell'arte contemporanea italiana. Quest'anno **Gigart** ha consolidato fortemente la sua



Marilyn Monroe in un'opera di Mimmo Rotella



11 Settembre. Renaissance of Towers. Un'opera di Helidon Xhixha

leadership assumendo vesti istituzionali, con il successo ottenuto dalla mostra organizzata al **Teatro alla Scala di Milano**, dove ha esposto le opere dei suoi artisti; entrando a **Palazzo Reale di Milano** con la mostra "Ultimo Atto d'Amore", di **Mimmo Rotella** e **Alda Merini**, organizzata con il patrocinio della **Regione Lombardia** e del **Comune di Milano**; creando partnership con **Castello Pozzi**, **Spirale Milano** e **Swisse Stellige**. Inoltre, si sono previste due importanti novità per il mercato: un prodotto innovativo destinato ai collezionisti che acquistano un'opera dai **5.000 euro** in su con un reddito garantito del **3% l'anno** per la durata di **cinque anni** con la formula del "diritto di prestito", ovvero mettendo a disposizione l'opera per mostre ed eventi; l'esclusiva ai privati del certificato della **Swiss Stellige** in partnership con la zecca svizzera, iniziativa che sicuramente rivoluzionerà il mondo dell'arte contemporanea per l'autenticità e l'antiriciclaggio di opere false, aumentandone il valore.

# Soldi?

Monetizza la tua azienda.  
Investitori esteri sono disponibili  
ad acquistare subito la tua attività  
al miglior prezzo.



## Acquistiamo aziende e attività commerciali.

La **Mito Aziende** è la Società operativa di un Gruppo di investitori esteri che desiderano acquistare attività imprenditoriali in Italia. Ha sede a Milano ma opera su tutto il territorio nazionale. La valutazione dell'azienda viene effettuata da nostri tecnici attraverso documentazioni, visite, valutazioni dell'efficienza, collocazione nel mercato dei prodotti.

Vengono prese in considerazione preferibilmente aziende e attività commerciali che siano aperte e perfettamente operative.

La nostra esperienza ci permette di offrire altri **servizi qualificanti**, che possono essere decisivi in certi contesti della vita aziendale:

- ricerca nuovi soci
- finanziamenti
- ristrutturazioni aziendali
- assistenza per entrare in mercati emergenti, come la Cina, l'India e il Brasile
- compravendita immobili di pregio.

**MITO** srl  
Via Boscovich, 61 - 20124 Milano  
info@mitoaziende.com  
[www.mitoaziende.com](http://www.mitoaziende.com)

800 472266

**MITO AZIENDE**

**UIC**  
Albo Mediatori Creditizi n° 229

**Risposte immediate e soluzioni finanziarie.**

*Life Style*  
**L** MOSTRE & ARTE

# DORIAN CARA

**D**ott. Cara, quale attinenza è possibile individuare tra il golf e la storia dell'arte? E' un paragone azzardato, ma trovo che sia efficace: "la ricerca storico-artistica è come andare in buca". Scoprire, valorizzare e rendere fruibile l'arte nascosta è sempre un momento esaltante, è centrare un obiettivo mirato, anche se lontano e magari non immediatamente visibile, ma del quale si intuisce la posizione. La ricerca scientifica è fatta da passi diversi, non sempre immediati, ma raggiungibili con costanza, pazienza e precisione. Il golf ha le medesime peculiarità. La soddisfazione avviene con la palla in buca, il green è momento di riflessione, analisi e ricerca.

**Quanto è importante la conoscenza del patrimonio culturale?**

Mi permetto di fare un ulteriore raffronto con il golf. Il raffinato manto del green è comparabile a quel vasto ed eterogeneo mondo dei beni culturali fatto di innumerevoli steli d'erba, importanti da curare costantemente perché ti permettono di far scivolare la sfera con successo. Questo immenso patrimonio, e con questo definisco non solo le collezioni d'arte, ma anche i beni documentari, demo-antropologici o etnografici, dovrebbe

essere tutelato e valorizzato e il primo passo è la catalogazione, ovvero la documentazione dell'esistente, che ha valore di arricchimento culturale per il presente e lascio per le generazioni future.

**In che modo, in base alla sua esperienza, è importante agire per conservare questo immenso patrimonio?**

Mi sembra quasi doveroso riproporre un terzo parallelismo con il golf. Come la cura per l'attrezzatura o ancor più per la armonia del green, in cui ogni stelo è importante perché insieme a tutti gli altri innumerevoli steli costituisce la base su cui passeggiare, così il patrimonio culturale è fondamentale tappeto, base e sostegno, per l'intera comunità. Indagare il patrimonio culturale, in tutte le sue forme, pubbliche o private, è imprescindibile elemento di successo per chi gioca, ma anche per chi assiste, e quindi è meritevole di essere conservato, tramandato, promosso: una vera palla in buca, per tutti!

Ecco che, sempre attento a questi aspetti legati alla conservazione e alla valorizzazione dei beni culturali, insieme a due partner professionali, **Orizzonti RE**, società che propone una diversificata gamma di servizi nel settore del Real Estate ed **Hemera Ventures**, realtà attenta al **Luxury & Life Style Real Estate**, ho concepito una stretta collaborazione in qualità di **Art Advisor**, proponendo una serie di servizi legati al mondo dell'arte: dalla catalogazione di collezioni d'arte alla digitalizzazione di documenti antichi, dalla cura di volumi d'arte alle campagne fotografiche, dalle consulenze legislative e sui restauri all'organizzazione di eventi culturali.



**C**ritico e storico d'arte milanese, Dorian Cara si è laureato all'Università Cattolica del Sacro Cuore, specializzandosi in legislazione nazionale ed internazionale dei beni culturali nel medesimo ateneo. Nel 1997 ha iniziato un'attività di collaborazione e consulenza con il Comando Carabinieri Tutela Patrimonio Culturale.

Da due decenni conduce specifici progetti di catalogazione e valorizzazione dei beni culturali, a partire dall'inventariazione storico-artistica di interi territori diocesani (Bergamo, Vigevano, Pavia, Milano, Como, Torino, Asti, Brescia, Mondovì), alla ricerca in alcuni musei (Lodi, Crema, Savona) o al contributo nell'allestimento (Museo Adriano Bernareggi di Bergamo), sino alla catalogazione di opere d'arte e ricerca per istituzioni bancarie (Unicredit, Banca Intesa, Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria), comuni (Seregno e Carimate), enti pubblici e per numerosi collezionisti privati. Contestualmente all'approfondimento sull'arte bizantina del bacino mediterraneo e dell'area balcanica, con una specifica conoscenza per le icone veneto-cretesi, ha curato diversi progetti espositivi inerenti l'arte contemporanea, in particolare la materia riciclata, i robes trouvés, e la grafica, contribuendo anche attraverso progetti legati alle nuove tecnologie, due su tutti: il sistema di browserizzazione catalogica e inventariazione di parte della fototeca dell'ISAL (Istituto per la Storia dell'Arte Lombarda) di Cesano Maderno, in collaborazione con EPSON Italia, e la progettazione, con diverse società informatiche di Firenze e Bergamo, di piattaforme utili alla gestione e valorizzazione di beni culturali e digitalizzazione con scanner planetari ad altissima definizione di preziosi documenti antichi (codice Atlantico di Leonardo all'Ambrosiana di Milano) e importanti archivi fotografici. Numerose le pubblicazioni e le mostre d'arte che ha realizzato e a cui ha contribuito.

Per contatti: [www.orizzonti-re.com](http://www.orizzonti-re.com)  
[dcara@orizzonti-re.com](mailto:dcara@orizzonti-re.com)





## Il corpo... e la mente!

Le ottiche Tokina si adattano perfettamente alla tua reflex Canon o Nikon, conservando tutti gli automatismi e addirittura migliorandone le prestazioni. E tu lo sai: **la qualità delle tue foto dipende soprattutto dalla qualità dell'obiettivo.**

Gruppi ottici di **qualità superlativa** e **grande luminosità**, trattamenti antiriflesso ottimizzati per le esigenze dei sensori digitali, **soluzioni avanzate** come l'esclusiva ghiera di messa a fuoco a frizione **"One Touch"**, che permette di passare in un attimo dalla messa a fuoco automatica a quella manuale senza intervenire sui controlli del corpo macchina, il limitatore di messa a fuoco, che rende molto **più rapida la messa a fuoco** sugli obiettivi macro: queste alcune delle caratteristiche e **funzioni intelligenti** dei Tokina.

per saperne di più

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

Tel. 055.6461541

IL PRIMO  
ZOOM  
FISH-EYE



### AT-X 10-17 mm

Apertura massima: f/3,5-4,5  
Copertura immagine: DX (sensore formato APS-C)  
Schema ottico: Fish-Eye 10 lenti in 8 gruppi  
Distanza minima di messa a fuoco: 14cm  
Angolo di campo: 180° - 100°  
Messa a fuoco: Interna (IF)  
Peso: 350 g  
Nikon AF-D  
Canon EOS

### AT-X 11-16 mm

Apertura massima: f/2,8 (fissa)  
Copertura immagine: DX (sensore formato APS-C)  
Schema ottico: 13 lenti in 11 gruppi  
Distanza minima di messa a fuoco: 30cm  
Angolo di campo: 104° - 82°  
Messa a fuoco: Interna (IF)  
Peso: 560 g  
Nikon AF-D  
Sony (alpha)

### AT-X 12-24 mm II

Apertura massima: f/4,0 (fissa)  
Copertura immagine: DX (sensore formato APS-C)  
Schema ottico: 13 lenti in 11 gruppi  
Distanza minima di messa a fuoco: 30cm  
Angolo di campo: 99° - 61°  
Messa a fuoco: Interna (IF)  
Peso: 540 g  
Nikon AF-D  
Canon EOS

### AT-X 16-28 mm

Apertura massima: f/2,8 (fissa)  
Copertura immagine: FX (Full Frame 24x36mm)  
Schema ottico: 15 lenti in 9 gruppi  
Distanza minima di messa a fuoco: 28cm  
Angolo di campo: 107,11° - 76,87°  
Messa a fuoco: interna (IF)  
Peso: 950 g  
Nikon AF-D  
Canon EOS

### AT-X 16,5-135 mm

Apertura massima: f/3,5-5,6  
Copertura immagine: DX (sensore formato APS-C)  
Schema ottico: 15 lenti in 9 gruppi  
Distanza minima di messa a fuoco: 50cm  
Angolo di campo: 81° - 12°  
Peso: 610g  
Nikon AF-D  
Canon EOS

### AT-X 35 mm MACRO

Apertura massima: f/2,8 (fissa)  
Copertura immagine: DX (sensore formato APS-C)  
Schema ottico: 9 lenti in 8 gruppi  
Distanza minima di messa a fuoco: 14cm  
Angolo di campo: 43°  
Peso: 340g  
Nikon AF-D  
Canon EOS

### AT-X 100 mm MACRO

Apertura massima: f/2,8 (fissa)  
Copertura immagine: FX (Full Frame 24x36mm)  
Schema ottico: 9 lenti in 8 gruppi  
Distanza minima di messa a fuoco: 30cm  
Angolo di campo: 24° 30'  
Peso: 540g  
Nikon AF-D  
Canon EOS

# Tokina

Una scelta intelligente per la tua reflex digitale.

Life Style  
MOSTRE & ARTE

# UN ALTRO MODO DI VEDERE LA TV

di Pier Davide Pogliani Motta



*KeyFrame è una casa di produzione decisamente atipica: basta entrare nei loro uffici in cui ogni stanza è di un colore diverso e ci si sente subito a proprio agio. Dopo avermi fatto accomodare in Sala Rossa, l'intervista si è rapidamente trasformata in una chiacchierata in cui mi hanno raccontato la loro storia e i loro progetti.*

**Voi venite da una lunga esperienza nel cinema, pubblicità e televisione: perché avete scelto il web?**

Perché è molto più versatile dei media tradizionali: non hai limiti geografici, né è legato a orari di messa in onda o tempi di programmazione. Tutto quello che realizziamo va online in Alta Definizione con lo stesso standard del digitale terrestre; noi portiamo alti standard tecnici e qualitativi sul web.

**Però la gente non è abituata a rilassarsi davanti al monitor del computer: vuole il televisore.** Ormai non c'è più differenza, tutti i sistemi sono integrati: qualsiasi televisore ormai è predisposto per la navigazione in internet. Sono da pochi anni entrate nel mercato le prime generazioni nate (e non solo cresciute) con il computer in casa: non ce ne vorranno ancora molti perché arrivano quelle nate con internet.

**È un fatto, però, che la pubblicità tradizionale su internet non funziona.**

Stiamo sperimentando con successo diverse declinazioni di contenuti sponsorizzati: produciamo **OvalBin**, un programma sul Rugby sponsorizzato da una marca di abbigliamento sportivo; per il lancio di un'automobile abbiamo realizzato la diretta web a **6 telecamere di due concerti rock, a Roma e Milano**; per altri clienti abbiamo creato contenuti o documentati eventi che potevano essere visualizzati su una pagina interamente sponsorizzata. La pubblicità diventa non invasiva, addirittura virtuosa: lo sponsor è chi ti permette di vedere i contenuti che ti interessano.

**Detta così, il principio sembra molto semplice.** In effetti lo è: hai un media a costo zero e distribuzione mondiale, e puoi utilizzarlo per diffondere i

*"Quando ci chiedono di raccontare il nostro lavoro, cala il silenzio: buio completo. Poi partono i titoli di testa. Scrivere quello che facciamo non è interessante: il nostro lavoro non va letto, va visto. Questo, forse, è uno dei motivi per i quali il nostro sito web è ancora in costruzione: c'è solo il collegamento al nostro canale Youtube, dove possiamo raccontare senza scrivere.*

*Quello che facciamo si può riassumere in due parole: produzione audiovisiva. Il senso generale del nostro lavoro è quello di organizzare, il fine particolare quello di raccontare attraverso le immagini: che si tratti di film, documentari, spot pubblicitari o eventi in diretta, è solo una questione di linguaggio, di vestire il prodotto nel modo adatto all'occasione, ma la sostanza non cambia".*

tuoi contenuti; la vera difficoltà è come far sapere che nel mare magnum del web ci sono i tuoi contenuti: in questo noi siamo molto bravi, ma non abbiamo mai raccontato il nostro segreto.

**E come fate a convincere gli sponsor?**

Con i numeri: il web ti permette di rilevare delle statistiche estremamente dettagliate in termini di numero di visualizzazioni, geolocalizzazione, distribuzione della popolazione per fasce di età, e molte altre informazioni: per quanto possano essere non del tutto precise, sono sicuramente più attendibili dei rilevamenti auditel.

**Quindi il futuro sarà solo contenuti di intrattenimento sponsorizzati?**

Tutt'altro: con la diffusione via web ha ripreso vigore il mercato del video istituzionale o educativo: molte aziende vi ricorrono per corsi di aggiornamento o per raccontare la propria attività. Anche in questo caso vengono abbattuti i costi di distribuzione, un tempo rappresentati dalla stampa e spedizione dei DVD; inoltre qualsiasi aggiornamento può essere fatto per tutti i clienti o gli utenti in tempi incredibilmente rapidi.

**In ogni caso, tutto rivolto al web...**

Non esclusivamente, ma sicuramente come pun-

to di partenza. Il nostro caso più eclatante è stato il documentario sul motociclismo realizzato per un piccolo costruttore milanese sull'**Isola di Man**: ha partecipato a 8 festival internazionali ed è stato premiato **in 5**; è stato distribuito attraverso uno dei siti di riferimento del mondo motociclistico, è uscito in DVD allegato ad una rivista di settore e all'inizio di Giugno è iniziata la messa in onda sulla **TV satellitare**.

**Non abbiamo parlato di golf: piacere o lavoro?**

Tutte e due. Per uno di noi - ma non diciamo chi - è iniziato come piacere tanti anni fa; negli ultimi anni si sono create le occasioni per mettere in campo le nostre competenze su una serie di circuiti golfistici nazionali portando, in certe occasioni, qualcosa in più della tradizionale documentazione fotografica. **Da poco tempo stiamo lavorando ad un format incentrato sul golf**, ma siamo ancora in fase di costruzione del progetto ed è prematuro anche solo accennarne.

**Mi dite almeno che handicap gioca il golfista fra voi?**

Sulla **carta 10**, ma ormai bastano a stento per le prime **9 buche**.  
Per informazioni e contatti: [pfato@hotmail.com](mailto:pfato@hotmail.com)



COMING SOON

Nel prossimo numero tra gli altri saranno presenti con esclusive interviste: Paolo Piras, storia di copertina, fondatore, presidente di GolfVacanze e del Golf Club Le Rovedine

Famiglia Cavallini Azienda Agricola Flli Cavallini 1919

Simone Avogadro di Vigliano Diplomatic Representative United Nations

Angelo Caroli, presidente e fondatore Angelo Caroli Health Club e Nella Petych

Luca Zaccagnini chief manager nord Italia MPS Divisione Promozione Finanziaria

Nadia Toppino presidente Lions Club Rho

Enrico Gerosa autore del volume Golf in Oratorio assieme ad alcuni allievi dell'omonima associazione

Giorgio Dall'Olio presidente Commercialisti Golfisti

Mario Marchesi past president Commercialisti Golfisti

Davide Pelusi amministratore delegato Morningstar Italia

Franco Piras amministratore delegato GolfVacanze e Golf Course Architect

Paolo Caimano presidente Elgon Cosmetics

Andrea Oddi presidente Rotariani Golfisti

Life Style MOSTRE & ARTE

# ARTNETWORTH

LA GESTIONE E L'INVESTIMENTO NEL SETTORE ARTISTICO

**A**rtNetWorth, società leader nella gestione e nell'investimento nel settore artistico, si pone come principale obiettivo l'intervento a livello strategico nel mondo dell'arte al fine di contribuire ad accrescere la conoscenza e le opportunità di privati, aziende ed istituzioni attraverso l'applicazione di competenze e procedure fortemente sviluppate in ambienti finanziari ed economici.

Grazie alla sua struttura pluridisciplinare, ArtNetWorth opera utilizzando specifiche prassi di business management, ideando progetti e soluzioni innovative. ANW, che si rivela indispensabile all'aggiornamento e all'evoluzione del sistema dell'arte, agisce a livello strategico e operativo per favorire gli scambi economici e garantire l'oggettività delle operazioni per il migliore rendimento degli investimenti e degli obiettivi affidati.

ArtNetWorth offre diversi servizi:

**Valutazione e certificazione di opere d'arte.** La certificazione ANW, unico documento riconosciuto in grado di attestare l'autenticità ed il fair value di un'opera, è fondamentale per conoscere il valore reale di ciò che si possiede ed accrescere il grado di trasparenza del mercato. (vedi box)

**Consulenza nell'investimento nel settore dell'arte.** L'attività di acquisto ed investimento è predisposta al fine di offrire ai clienti la possibilità di diversificare i propri investimenti attraverso l'acquisto ponderato di opere d'arte, ed assecondare, al tempo stesso, le passioni individuali con la massima oggettività e competenza. Per facilitare l'acquisto, minimizzando i fattori di rischio impliciti, ArtNetWorth ha creato il Portfolio ANW, un'accurata selezione di opere basata sulle peculiarità artistiche e su

Confrontare l'opera con opere comparabili per soggetto, periodo o autore è molto importante per ottenere una stima accurata.

Lo stato di conservazione di un'opera è fondamentale per attestare il suo valore: per questo ArtNetWorth, attraverso la sua rete di esperti, stila il condition report in cui viene attribuito un punteggio da 1 (scarso) a 4 (ottimo) all'opera.

Il possibile incremento di valore dell'opera è influenzato dalla provenienza dell'opera, dalla sua presenza in mostre di valore internazionale e dalla sua pubblicazione su cataloghi o studi di particolare rilevanza.

Il retro dell'opera reca spesso la firma dell'autore che deve essere analizzata e certificata per attestare l'autenticità, che non è garantita dall'expertise di una galleria o dalla presenza dell'opera in un catalogo.

parametri economico-finanziari, quali fair value, volatilità delle quotazioni e performance di investimento. Il Portfolio si pone come valida alternativa ai canali di distribuzione tradizionali con l'obiettivo di collegare il mercato dell'arte ad una clientela appassionata d'arte ma resta ad investire a causa della poca conoscenza dei circuiti e dei meccanismi del mondo dell'arte contemporanea.

**Consulenza nella vendita di opere d'arte.** L'attività di vendita si propone di guidare il cliente attraverso i meccanismi tradizionali di compravendita del mercato dell'arte e di esplorare la pos-

sibilità di una transazione tra soggetti privati al fine di massimizzare i risultati.

**Elaborazione ed implementazione di strategie di comunicazione e marketing per aziende.** ANW propone ai suoi clienti piani di comunicazione e marketing finalizzati al consolidamento del brand attraverso il settore dell'arte. Data l'importanza di acquisire valore aggiunto in termini di responsabilità sociale per le aziende, la comunicazione attraverso il mondo dell'arte può rappresentare una leva strategica fondamentale ed un potente propulsore a favore delle relazioni con gli stakeholders.

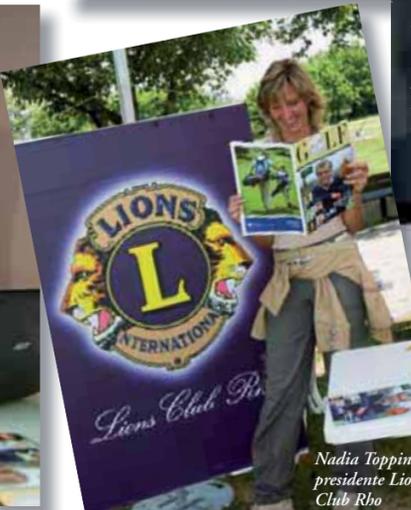
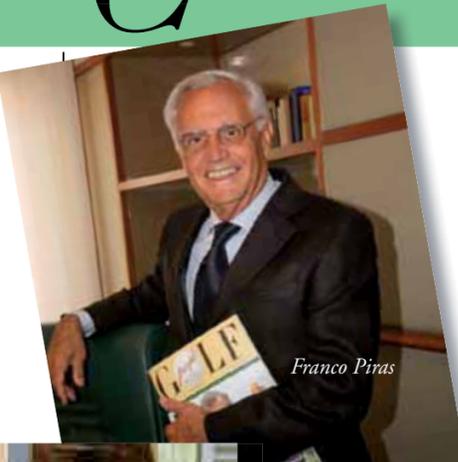
## "Certificazione ArtNetWorth"

La certificazione ArtNetWorth è l'unico documento riconosciuto a livello internazionale in grado di attestare il fair value e l'autenticità di un'opera d'arte. Il modello ha ottenuto, infatti, il riconoscimento da parte del Ministero per i Beni e le Attività Culturali (MIBAC), è conforme ai principi contabili IAS, ha conseguito l'attestazione secondo gli Standard ISAE 3000 emessi dall'International Federation of Accountants (IFAC) ed è riconosciuto dalle maggiori compagnie di assicurazione internazionali. Inoltre, la verifica circa l'effettiva esecuzione dei controlli sulle procedure viene attestata da PricewaterhouseCoopers.

Il modello sviluppato da ANW prevede il calcolo del valore di un'opera d'arte (fair value) attraverso la media ponderata di tre specifiche stime dedotte da differenti fonti di valutazione cui viene attribuito un peso differente: media ponderata delle stime relative ad aste osservate negli ultimi 5 anni per opere dello stesso autore e/o della stessa tipologia; valore attribuito da almeno un esperto; valore rappresentante l'andamento del mercato primario.

Il risultato così ottenuto viene corretto attraverso l'utilizzo di coefficienti di sensibilità con l'obiettivo di eliminare le impurità presenti nel mercato: fondamentali a stimare il fair value di un'opera sono, infatti, lo stato di conservazione dell'opera, gli aspetti psicologici/soggettivi legati al soggetto, all'opera o all'autore e il potenziale incremento del valore dell'opera nel tempo.

Certificare un'opera d'arte è fondamentale per attestare l'autenticità e conoscere il valore reale dell'opera posseduta, ma anche per garantire trasparenza ed informazione al mercato dei beni artistici attraverso l'operato di un attore super partes rispetto alle logiche commerciali, quale ArtNetWorth.



# HOLIDAY IN MALLORCA



Se sei un golfista viaggiatore e turista, non puoi perderti **Maiorca**. Su un territorio di **3.640 km<sup>2</sup>**, ci sono **24 campi da golf**, città, paesini e località da visitare a cominciare da Palma che è la città principale, spiagge e scogliere, sulle quali goderti un mare stupendo, ristoranti e bar dove gustare cucina locale e gastronomia di qualità, senza rischiare di prosciugare la carta di credito per saldare il conto.

Come tutti i golfisti viaggiatori e turisti, stabiliamo di giocare ogni giorno un campo diverso e poi di visitare una località nuova, avendo come obiettivo quello di raggiungere i quattro capi più estremi dell'isola. Per questo ci rivolgiamo all'**Ufficio del Turismo Spagnolo**, con sede a **Milano**, che ci fornisce una lista di campi, diversi tra loro, per avere un'idea di cosa può trovare il golfista che sbarca a **Maiorca** per le sue vacanze.

Il primo giorno iniziamo a giocare in casa, mettendo la pallina sul tee-shot della **buca 1** del percorso **West** del **Marriot Son Antem**.

Questo campo è inserito nel contesto del **Resort Marriot** e oltre ai due campi, dispone anche di una bellissima zona pratica e di tutti i servizi del caso.

Il **West Course** è un campo di circa **6.300 metri** dai tee di campionato, mentre dai gialli misura poco più di **5.900 metri** per gli uomini e **5.000 metri** per le donne.

La bellezza di questo campo è che le buche, alcune volte in apparenza molto strette, lasciano giocare più di quanto non sembrerebbe il giocatore medio, ma se nel complesso si intuisce subito che questo è un campo nato per il turista medio, modificando la posizione delle bandiere ed il livello di ampiezza dei ferri, può diventare un challenge di livello internazionale.

Molto bella è sicuramente la **buca 18** che non è solo la più difficile del campo, ma assomiglia per molti versi a quel genere di buca che si vede nei tornei maggiori del circuito americano.

Un'ampia curva verso sinistra dove piazzare un buon drive è un'impresa complicata, lasciandosi poi un secondo colpo con l'acqua sempre a sinistra fino al green.

Bellissima è la **buca 4**: apparentemente in salita dove anche i giocatori potenti devono comunque

calibrare con cura il drive, per non avere poi una palla ingiocabile sul secondo colpo.

Complessivamente tutti belli i **par 3**.

Se proprio dobbiamo trovare un difetto, direi solo che molte buche da un punto di vista visivo si assomigliano, ma detto questo, questo è il campo che vi farà divertire fin dalla prima volta che lo giocherete.

Il nostro primo giorno lo dedichiamo alla parte vecchia di Palma, città turistica attrezzata per le sue spiagge (**S'Arenal** la più famosa), divertimenti e vita notturna. Da non perdere anche la **Cattedrale di Santa Maria**, detta **La Seu** in stile gotico, famosa per il suo rosone di **12 metri**, uno dei più grandi al mondo per diametro. Incantevole il centro storico, piccolo, raccolto e attraversato da viuzze piene di locali, bar e ristoranti. Tra i tanti, la **"Boveda" (Carrer Boteria, 3)** il locale più in voga, dove si possono gustare tapas, salumi e cucina spagnola. Un altro posto da non perdere è l'**"Abaco" (Carrer San Joan, 1)** uno stravagante bar che si trova all'interno di un suggestivo palazzo rinascimentale. Entrando vi sembrerà di essere capitati in un Salotto del '600, un po' kitsch, con ceste di frutta per terra, candelabri, divani di broccato rosso e musica da camera. L'atmosfera è molto tranquilla, niente a che vedere con quella dell'esterno.

Il secondo giorno eccoci pronti di buon'ora alla partenza del secondo campo del **Son Antem**, il percorso **East**.

Questo è un campo che pur situato nel medesimo **Resort Marriot**, è completamente differente e ci ha incuriosito il fatto che fosse il percorso pre-



ferito dai soci di **Son Antem**. In effetti ci siamo accorti che questo percorso è sicuramente dotato di maggiore personalità, rispetto al **West**, anche se più vecchio e tecnicamente meno moderno. Entrambi sono opera del disegno di **Francisco Lopez Segales**, ma mentre l'**East** era evidentemente pensato per compiacere una clientela ristretta, il **West** è stato creato nell'ottica di una clientela più turistica ed allargata.

Ci sono molte buche che pur non essendo di grande lunghezza, richiedono però tattica e precisione come per esempio la **buca 4** o la **buca 12**, dove se non si gioca in maniera prudente, è impossibile tirare al green con il secondo colpo.

In un campo così caratterizzato, l'**handicap 1** del campo la **numero 15**, risulta caratterizzata solo per la distanza e la potenza nel raggiungere con il secondo colpo il green, anche se visivamente non risulta così difficile e non risulta essere nemmeno la più lunga del campo, ma evidentemente il gioco del vento ed un avant green piuttosto morbido, fanno il resto.

Dopo aver deposto i ferri ed i bastoni, nel pomeriggio decidiamo l'itinerario della gita del giorno: **Cap De Ses Salines**, la punta più meridionale dell'isola. E partiamo. Ci dirigiamo verso la città di Lluçmajor e poi giù verso **S'Estanyol**. Il paesaggio circostante è meraviglioso, sembra la campagna toscana, con ulivi, alberi da frutta, cipressi e casolari in pietra. La strada che percorriamo è stretta ma perfetta e circondata da entrambi i lati da un muretto di pietre, che si stende per chilometri. Presto ci rendiamo conto che tutti i poderi sono recintati con muri di pietre perfettamente incastrate. Quasi dei monumenti. Inoltre realizziamo che girare per **Maiorca** è facile, la viabilità

è scorrevole, regolata da rotonde piene di segnaletiche.

Arrivati a **S'Estanyol**, un villaggio di pescatori, percorriamo un breve tratto di costa fino ad un altro villaggio, la **Rapita**, dove individuiamo **"C'an Pep"**, un ristorante sul mare consigliatoci dal servizio clienti del **Marriot**. Qui ci ritorneremo per cena. Proseguiamo la nostra strada dirigendoci verso **Ses Salines** e poi giù fino al **Capo Sud**. Arriviamo dove c'è il faro, camminiamo per pochi metri verso il mare, attraverso la macchia mediterranea, quando si apre di fronte a noi uno spettacolo mozzafiato: sulla scogliera intorno al faro una miriade di totem fatti di pietre, diversi tra loro per altezze e forma, ma tutti vicini. Sembrano tanti piccoli fari, segnali di presenze lasciati da chi arriva su questo fazzoletto di mondo e lascia un segno, come un rito per non dimenticare la magia del posto. La tentazione è irresistibile e anche noi componiamo il nostro totem di pietra. Poi ci dirigiamo di nuova verso la **Rapita da C'an Pep**. **C'an Pep** è il tipo di ristorante spagnolo in cui ti vorresti sempre trovare. Semplice da non metterti in imbarazzo, ma curato nel servizio e con una qualità di cibo eccellente che oltretutto rapportato al prezzo ti fanno capire che sei nel posto giusto. "Pescado, pescado!", pesce freschissimo cucinato nel modo più semplice condito con verdure e olio di oliva; Vina del Mar, il vino bianco: difficile fare meglio.

Il terzo giorno di vacanza decidiamo di fare i turisti e lasciamo le sacche a casa. Ci dirigiamo verso la parte nord-est dell'isola. Destinazione: la cittadina di **Santa Maria**, sulla strada tra **Palma** e **Inca**. Ogni domenica c'è un magnifico mercato di fiori, frutta, verdura, formaggi, salumi, carne, vino, artigianato e ogni sorta di prodotto locale. Si vendono anche animali. Uno spettacolo da non perdere. All'inizio Santa Maria sembra una cittadina del Far West, silenziosa e deserta. Pian piano che ci incamminiamo verso la piazza centrale, iniziamo a sentire il vociare sempre più forte del mercato: l'atmosfera è allegra, i profumi forti, dovunque le urla imbonitrici dei gestori del banchi che declamano la loro merce e la offrono per piccole degustazioni. Molte persone camminano mangiando fette di pane con la "sobrassada", un salume di carne di maiale, paprika e sale. Noi non ci sentiamo ancora pronti per uno spuntino di

questo calibro e ripieghiamo su pane, formaggio e frutta secca. Ogni domenica c'è anche uno spettacolo diverso di artisti di strada. Noi abbiamo assistito all'esibizione di un gruppo di giovani percussionisti che suonavano tamburi di varia grandezza. Compriamo formaggio, prosciutto **"Patanegra"**, pane di grano duro all'uva, pomodori, frutta e la **"Ensaïmada"**, un dolce fatto con il lardo di maiale. La sera niente ristorante, ceneremo con i prodotti del mercato di **Santa Maria**. Continuiamo il nostro giro, la seconda tappa della giornata è **Valldemossa**, una graziosa cittadina incastonata sulle montagne, divenuta famosa per essere stata nel **1838** il rifugio del pianista **Frederic Chopin** e della sua compagna la scrittrice **Amantine Dupin**, in arte **George Sand**, fuggiti da Parigi per lo scandalo che suscitò la loro relazione. I due affittarono una piccola parte del Monastero della città, dove trascorsero un solo anno a causa del peggioramento della salute di Chopin, dopodiché furono costretti a rientrare a Parigi. Sulla piazza c'è un busto di bronzo intitolato al celebre pianista e tradizione vuole che porti fortuna toccargli il naso. La nostra gita continua verso nord attraverso le strade ritagliate sulla **Sierra De Tramontana**. Arriviamo a **Port De Soller**, una piccola città a picco sul mare con un porto protetto da un promontorio ad uncino, dove l'aperitivo ci sta benissimo.

Il tee-time del quarto giorno è previsto al **Golf Puntirò**, vicino a **Palma**, sulla strada per **Sineu**. Questo campo è un disegno di **Jack Nicklaus**, situato vicinissimo alla città di Palma. Qui il driving range è ampio e spazioso ed è sicuramente piacevole passare sedute di pratica in allenamento, perché ha tutti gli spazi necessari per veder volare correttamente ed in piano la propria pallina. Il campo è di grande levatura tecnica ed è stato fatto sfruttando appieno quelle che erano le caratteristiche naturali del terreno.

Inoltre, dopo qualche anno ha perso quella perfezione negli erbaggi e questo lo ha reso ancora più bello e più spagnolo.

Inoltre lungo il percorso: nella **buca 7** e nella **buca 8** e tra la **buca 15** e tra la **buca 16**, due buche dove **Jack Nicklaus** ha creato veramente dei colpi-sfida a volare l'acqua che sono di grande divertimento per tutti i golfisti.

In questo campo preparatevi ad esibire il vostro

gioco migliore nei bunker.

Durante la nostra visita ci ha fatto piacere notare che i green erano veramente preparati per la fama del campo.

La **Sierra De Tramontana** ci ha veramente affascinato e così scegliamo un'altra meta per raggiungere il capo nord di **Maiorca**, **Cap De Formentor**. Sulla strada ci fermiamo al **Monastero di Lluch**, nella parte dell'isola dove le montagne sono più alte (**Puig Maior** svetta su tutte con i suoi **1.445 metri**). Con nostra sorpresa constatiamo che anche questa zona è piena di ciclisti, che oltre ad attraversare in lungo ed in largo **Maiorca**, si arrampicano per chilometri su salite ripide e piene di tornanti. Dei veri fenomeni! Come tutti i luoghi di preghiera e ritiro spirituale, il monastero è isolato, ma vale la pena arrivarci perché hai l'esatta percezione di sentirti fuori dal mondo. Proseguiamo verso est in direzione di **Pollanca**. Lungo la strada ci fermiamo a **Formentor**, una terrazza panoramica in cima alla scogliera, alta e a strapiombo sul mare, da dove si gode una vista stupenda. Anche qui ciclisti super-eroi! La strada che porta al faro è piena di curve, ma a costo di imbottirsi di Xamamina vale la pena arrivarci. Da lì si può ammirare un orizzonte praticamente a 360° sul mare.

Nuovo giorno, nuova vacanza è il **Real Golf De Bendinat**, a ovest di Palma.

E' un golf di tradizione, nella zona di **Andraxt**, che si sviluppa all'interno di una zona ampiamente urbanizzata. In questo senso ci viene da dire che questo è un classico golf spagnolo, tutto sali e scendi, con le buche incastrate in funzione di un territorio che non sembrava potesse contenerlo. Disegnato da **Martin Hawtree** il campo ha solo due tipi di standard, i gialli ed i rossi. **Caballeros** e **Se oras**.

**Par 70** di **5.660 metri** per gli uomini e **4.990** per le donne, ma non pensate di trovare un campo: più le buche vi sembreranno corte più in realtà sarete obbligati a giocare i vostri colpi migliori, in quanto per il tipo di conformazione della buca,





## Chiamaci subito

per richiedere la visita di un nostro  
consulente a domicilio

089.303224

# GIGART

## ART FINANCE

### investi nell'Arte

Scopri come investire nell'arte con la formula del "diritto di prestito"  
e guadagna il 3% di utile all'anno per i primi 5 anni.



Danilo Gigante  
Presidente di Gigart Art Finance

Gigart Art Finance continua la sua crescita. Dopo le varie mostre nei musei e le sue importanti partnership Swiss Stellage, Castello Pozzi, Spirale Milano, apre un ufficio all'interno della banca BCC di Aquara per consulenze alla clientela della stessa.

Dopo il successo della mostra al Teatro Alla Scala di Milano, dove ha fatto esporre le opere dei suoi collezionisti, entra a Palazzo Reale di Milano con la mostra "Ultimo atto d'amore" di Mimmo Rotella e Alda Merini con il patrocinio della Regione Lombardia e del Comune di Milano.

Le due novità per il mercato del 2011 sono: un prodotto innovativo per i collezionisti che investono comprando un'opera dai 5000 euro in su con un reddito garantito del 3% all'anno, per la durata di 5 anni con la formula del "diritto di prestito", cioè mettendo a disposizione l'opera per mostre ed eventi, prodotto già affermato nei mercati anglosassoni, e l'esclusiva ai privati del certificato della Swiss Stellage in partnership con la zecca svizzera che sicuramente rivoluzionerà il mondo dell'arte contemporanea per l'autenticità e l'antiriciclaggio di opere false, aumentandone anche il valore.



## Life Style TURISMO

È molte volte impossibile giocare il drive. Molti tee-shot sono appositamente studiati per essere giocati con legnetti o ferri, pena l'impossibilità di tirare il secondo colpo. Questo fa sì che nonostante alcune buche appaiono sullo score come corte, in realtà vi troverete anche con dei ferri lunghi da giocare al green. Eccellente l'atmosfera della Club House, dove si percepisce la tradizione e l'amore dei soci per un buon servizio.

Siamo a ovest di **Palma** e vale la pena andarsi a godere il tramonto sul mare. Così ci dirigiamo verso **Port De Andratx**, una cittadina con un piccolo porto protetto da un promontorio. Anche qui ristoranti e bar sul mare e odore di salsedine. Ma Port De Andratx non è la punta più a ovest di **Maiorca**. Bisogna arrivare a **Sant'Elm**, dove di fronte c'è un'isoletta con un altro faro. **Sant'Elm** è un villaggio disposto su una baia meravigliosa dal mare color smeraldo. Appena arrivati lasciamo la macchina al parcheggio ed iniziamo a passeggiare. Siamo affamati e ci hanno segnalato un ristorante dal nome buffo "**Cala Lonills**". Lo troviamo ma è chiuso, peccato! È una terrazza sul mare sicuramente aperta durante il periodo estivo. Ne cerchiamo un altro, camminiamo lungo il corso pedonale e annusiamo i profumi provenienti dai vari ristoranti. Uno fra tutti ci ispira di più. Si chiama "**Na Caracola**" e oltre al cibo ottimo propone una terrazza con tramonto sul mare da commuovere anche i meno romantici. Ricordatevi di chiedere sempre i piatti del giorno: sono di solito i più "**Mallorchini**" con sapori e freschezza speciali oltretutto serviti e presentati con cura. Andateci senz'altro in una sera in cui volete fare pace con il mondo: vi sembrerà possibile.

Penultimo giorno da golfisti viaggiatori e turisti. Partenza prenotata alle ore 10 dalla **buca 10** del **Son Gual Golf Club**.

**Son Gual** merita un discorso a parte. Questo è un vero e proprio "campon": disegnato da **Thomas Himmer** e voluto fortemente dal suo attuale proprietario e costruttore **Adam Pamer** e subito inserito nella lista dei migliori campi d'Europa. La leggenda narra che il signor Pamer volendo giocare la sua partita di golf durante le vacanze, avesse difficoltà a trovare tee-time e abbia pensato perciò di trasformare un'esigenza personale in un grosso investimento. Qui tutto è super: il campo pratico con green diversi per le varie distanze, una academy super attrezzata, una club house veramente elegante ed imponente. Il campo poi è veramente stupendo e quando cominciamo le 18 buche abbiamo in mano: strokesaver del campo, score card e in più card dove oltre a tutti i green misurati, la posizione delle bandiere viene menzionata giornalmente la velocità dei green! Qui è impossibile fare una classifica delle singole buche, perché sono davvero una più bella dell'altra, l'unica cosa che possiamo dirvi è che le buche più

sono corte più vi sembrerà difficile mettere la palla in asta. Per il resto ci sono tee per tutti i gusti: **black** da 6621 metri, **white** da 6257, **yellow** da 5983, **green** da 5745, **blue** da 5475 e **red** da 4961, impossibile non trovare quello giusto per ognuno. Alla fine delle 18 buche ci siamo concessi un break gastronomico al ristorante della club house che oltre a piatti gourmand è dotato di una cantina di vini davvero importante. Se avete voglia di premiarvi, ordinate una paella.

Che dire: una giornata super! Non spaventatevi dal prezzo del green fee: **135 euro**, li vale senz'altro tutti, soprattutto nell'ottica di passarci l'intera giornata. Se comprate il green fee in rete o nell'ambito di pacchetti golf, **Son Gual** risulta sicuramente più abbordabile.

Tardo pomeriggio trascorso a **Palma**, stavolta a **Plaza Maior** e vie limitrofe dello shopping: **Avenguida Sant Miguel**, **Rambla Dels Ducs**, **Avenguida Jaume**. Ovunque negozi di ogni genere, è piacevole anche solo passeggiare, visto che le vie sono pedonali oppure dotate di marciapiedi spaziosi e per lo più alberati.

L'ultimo giorno lo trascorriamo sul campo da **Son Termens**, vicino alla cittadina di **Santa Maria**. Questo è un campo sicuramente particolare pieno di saliscendi, più vicino ad un'escursione in montagna che ad un giro convenzionale di golf ed infatti per la prima volta abbiamo ceduto e lo abbiamo giocato in cart. Due cose vi rimarranno senz'altro impresse: la bellezza mozzafiato di certi scorci e la presenza costante di animali allo stato brado liberi per il campo. Caprette di montagna, non a caso. Non fatevi ingannare dalle prime due buche che potrebbero darvi l'illusione del campetto, perché proseguendo dovrete giocare i vostri colpi migliori per raggiungere i green. Disegnato dallo studio **Harris** e da **Josè Rodriguez** questo **par 70** di **5582** dai **bianchi**, **5282** dai **gialli**, **4912** dai **blu** e **4510** dai **rossi** noi lo abbiamo soprannominato "campo con vista". Una menzione particolare merita il ristorante che a dispetto di una semplicità disarmante offre piatti di grande qualità gastronomica: è bastato il polpo in tempura per farci capire che aria tirasse in cucina. La presentazione dei piatti sicuramente al di sopra del livello dei prezzi che a noi sono sembrati veramente economici.

Oggi ultimo giorno di vacanza, lo dedichiamo al quarto dei punti estremi di **Maiorca**: **Cap De Pera**, estremo capo ad est. La prendiamo un po' alla larga e dal Golf Club ci dirigiamo verso **Alcudia**, sulla costa nord-est. La città è uno dei centri turistici principali di Maiorca con i suoi **9 chilometri di spiaggia**, la riserva naturale di **S'Albufera**, molto popolare per i praticanti del bird-watching, ed il parco acquatico **Hidropark**. Andiamo anche a dare una sbirciatina al Golf Club di **Alcanada**, una vera meraviglia, assolu-



tamente da giocare la prossima volta a **Maiorca**. Scendendo verso sud, le località di mare che si susseguono sulla spiaggia chilometrica e la pineta che costeggia il lungo mare fanno pensare alla nostra riviera adriatica, anche se (senza offesa!) qui il mare ha il colore del mare.

Anche qui centinaia di ciclisti pedalatori solitari o in gruppo, che macinano chilometri insinuandosi in ogni sentiero ciclabile.

La strada per **Cap De Pera** passa per **Artà**, una cittadina dell'entroterra maiorchino famosa per la sua famosa antica chiesa, alla quale si arriva salendo più di **200 gradini** e dalla quale si gode la vista della città e del verde dell'isola. Se **Maiorca** è molto frequentata da tedeschi, **Artà** è la città con il maggior numero di negozi, bar e ristoranti da loro aperti e gestiti una volta trasferiti in pianta stabile a **Maiorca**.

Arriviamo a **Cap De Pera** sul mare, anche qui c'è un faro, ma difficile da raggiungere. Gironzoliamo per la cittadina e compriamo un gelato in una gelateria italiana.

Si sta facendo tardi bisogna rientrare a casa per fare le valigie perché domani si parte. Sulla strada di ritorno da **Artà** verso **Menacor**, ci sono altri campi da golf: **Cap De Pera Golf**, **Canyamel Golf**, **Son Severa** e **Pula Golf**...

Una vacanza perciò dal respiro internazionale dove, nelle relazioni che il golf promuove, c'è una profonda atmosfera europea, direi la strada scelta da **Golf People** per i propri lettori.

2BD

Dario Bartolini - Maria Beatrice D'Ascenzi





**HdB Srl** una società di brokeraggio assicurativo specializzata in tutto quello che riguarda il mondo della nautica, compreso contratti per i Cantieri e per le Marine, che collabora con le primarie Compagnie internazionali qualificate nel settore.



**HdB Srl**  
Via XXV Aprile 8/16  
16123 Genova  
Telefono: +39 010 2530389  
Fax: +39 010 2530397  
www.hdbonline.it  
info@hdbonline.it



**PATRIMONI  
FINANZA**

## UN ASSICURATORE PER LA VITA

*Alessandro Gasbarre  
Senior Life Planner  
Corporate Business Specialist*



**Partirei proprio da quest'ultimo fattore, la MDRT... di che si tratta?**

E' un network indipendente, fondato nel 1927, che raggruppa i migliori consulenti assicurativi a livello internazionale. I criteri per l'accesso alla MDRT non riguardano unicamente la raccolta premi effettuata, ma richiedono anche il rispetto di un rigoroso codice etico, alti standard di competenza professionale, ed il perpetuarsi dei risultati per poterne rimanere membri. Scopo dell'Associazione è favorire lo sviluppo professionale ed etico, la competenza tecnica e le prestazioni di vendita attraverso programmi di formazione e motivazionali esclusivi. Essere membro della MDRT è sinonimo di garanzia per Compagnie, intermediari e clienti. Soprattutto per questi ultimi, l'appartenenza alla MDRT è un valore aggiunto importante, perché permette loro di riporre la propria fiducia in un consulente le cui qualità sono "certificate" da un'organizzazione riconosciuta a livello internazionale.

**Si potrebbe quindi affermare che sia conveniente essere seguito da un consulente con tali competenze. Può identificare cosa si intende con il concetto di protezione in termini assicurativi?**

Per parlare di protezione è indispensabile dare un valore ai rischi nel breve, medio e lungo periodo, sia in ambito privato che imprenditoriale. Ogni persona possiede valori di varia natura, sia affettiva che economica. Facciamo un esempio pratico: se un uomo di **40 anni** riesce a garantire un determinato reddito grazie alla sua attività - ad

esempio **50.000 euro lordi annui** - e decide di ritirarsi dal lavoro all'età di **65 anni**, quindi tra altri **25**, il suo valore economico "in fieri" può essere stimato in **1.250.000 euro!!!** Desidero sottolineare che questo è un mero esempio e non comprende tutte le varianti da valutare, ma credo sia significativo per capire che, se a questa persona dovesse accadere un "incidente" che compromettesse la sua capacità lavorativa per i successivi **25 anni**, il suo valore economico **andrebbe irrimediabilmente perso!** Nella vita si corrono sempre dei rischi; si tratta di valutare quali rischi posso permettermi di tenere per me, quali posso rischiare di far correre ai miei cari o ai miei soci in affari e quali invece è opportuno che "trasferisca" a terzi.

**Come vede la realtà italiana sotto questo aspetto?**

La Protezione rappresenta una bella sfida, ma anche grande opportunità in un Paese quale il nostro, tradizionalmente "sotto assicurato", dove sia gli italiani che le stesse Imprese faticano a modificare il proprio atteggiamento nei confronti della protezione e del trasferimento del rischio. **Circa il 95% dell'intera raccolta premi ramo vita riguarda prodotti di investimento/risparmio, e si continua a percepire l'assicurazione come un puro costo senza il contrattare di alcun beneficio tangibile.**

Nello svolgimento della mia attività ho il privilegio di intervistare una media di **8/10** persone nuove la settimana; questo il quadro che ne riporto: circa **l'80%** possiede o dice di possedere una

o più assicurazioni sulla vita. Sorprendente: circa il **20%** ne è completamente scoperto, generalmente per mancata offerta ma anche qualcuno, ahimè, per **scelta personale!** Purtroppo, pochi sanno dirmi qualcosa in più dell'entità del premio versato: c'è poca consapevolezza della natura dei contratti, della loro durata e dei capitali assicurati. Ancor meno vi è la percezione dell'effettivo collegamento ad una analisi dettagliata dei bisogni. Molti prodotti sono standard e generalizzati.

**In che modo lei affronta tali situazioni?**

**Le necessità per il futuro sono diverse ed individuali.** Ognuno di noi ha le proprie necessità, risorse diverse su cui poter contare, aspettative differenti per la propria famiglia e anche un modo diverso di considerare le emergenze. Per questo motivo le risposte assicurative devono assolutamente essere personalizzate. Non esiste un prodotto che possa essere assolutamente adeguato per due persone: da ciò discende la necessità di una approfondita analisi delle situazioni e dei bisogni personali.

**E perché mai lei ritiene fondamentale dotarsi di tali strumenti?**

Una adeguata protezione è alla base di ogni sereno sviluppo. Credo che tutti possano permettersela: il premio è proporzionale al rischio ed il rischio al reddito. Una attenta soluzione non impoverisce mai le casse di nessuno, anzi, è la base per la costruzione di patrimoni solidi e duraturi. Certo, il prodotto senza l'uomo non può sostenere le variabili che il tempo produce. **Affidarsi ad un valido consulente è sinonimo di garanzia nel tempo.**

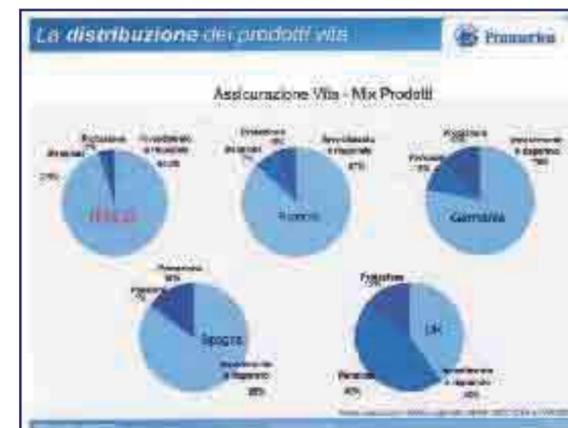
**Lei detiene da ben 13 anni un monomandato in Pramerica. Cosa dice di questa Società?**

**Pramerica Life** è la Compagnia assicurativa ramo vita del gruppo statunitense **Prudential Financial Inc (PFI)\***. Fondata nel **1875**, PFI è una delle poche istituzioni americane che possono vantare oltre **130 anni** di esperienza. Con un totale di **784 miliardi di dollari** di patrimonio gestito (al **31 dicembre 2010**), PFI opera in oltre **30 Paesi** nel mondo, con oltre **3.250 miliardi** di polizze vita in essere e circa **50 milioni** di clienti istituzionali ed individuali. E' un partner ideale, che unisce ad un portafoglio prodotti ampio ed estremamente flessibile, la continua attenzione all'aspetto formativo/professionale dei propri professionisti e una mission completamente fondata sulla centralità del cliente.

*\* Prudential Financial, Inc. degli Stati Uniti non ha alcun legame con Prudential Plc, del Regno Unito (UK)*

**Soluzioni/prodotti/persone, un tris significativo di eccellenze a disposizione del cittadino.**

**Come potersi mettere in contatto?**  
Semplicemente attraverso una mail:  
Alessandro.gasbarre@pramerica.it.



**CELADA**  
MACCHINE UTENSILI

presenta

FONDAZIONE  
VIALLI E MAURO  
**GOLF CUP**

VIII EDIZIONE

La pro-am d'eccezione  
nella quale si sfidano  
fenomeni del golf,  
stelle del calcio &  
personaggi del mondo  
imprenditoriale.



FONDAZIONE VIALLI E MAURO  
PER LA RICERCA E LO SPORT  
ONLUS

Royal Park I Roveri - Torino  
Royal Park I Roveri - Torino

**5 SETTEMBRE 2011**

per informazioni sulle modalità di partecipazione

tel. +39.011.19862405 [segreteria@fondazionevialliemauro.com](mailto:segreteria@fondazionevialliemauro.com)

Il ricavato sarà utilizzato per finanziare la ricerca sul Cancro e sulla Sclerosi Laterale Amiotrofica.

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

**P**ATRIMONI  
FINANZA

## IL FONDO PATRIMONIALE E LA SUA DISCIPLINA TRIBUTARIA

Il fondo patrimoniale rientra tra gli strumenti che il nostro legislatore ha posto a disposizione dei coniugi, con la riforma del diritto di famiglia del 1975 (**Legge 15 maggio 1975, n. 151**), per costituire una dotazione patrimoniale vincolata al soddisfacimento delle esigenze della famiglia. Tale istituto, disciplinato dagli **art. 167** e s del codice civile, rappresenta la derivazione diretta del previgente istituto del "patrimonio familiare", contemplato dall'**art. 177 c.c.** nella versione anteriore alla citata riforma.

**Può essere costituito da uno o da entrambi i coniugi, o da un terzo, al fine di soddisfare i bisogni della famiglia**, obiettivo che viene raggiunto attraverso i frutti provenienti dall'impiego dei beni costituenti il fondo. In questo modo i coniugi danno vita ad un patrimonio autonomo e separato e i beni conferiti sono espressamente destinati ad sostenere oneri matrimoniali. Si può pensare a una moderna forma di "dote matrimoniale", costituita allo scopo di garantire la stabilità economica e patrimoniale della famiglia.

Il **Codice Civile**, allo scopo di tutelare la consistenza di un patrimonio espressamente costituito per fronteggiare le esigenze della vita familiare, **esclude (art. 170)** l'esecuzione sui **beni del fondo patrimoniale e sui relativi frutti relativamente a quei debiti che il creditore conosceva essere stati contratti per finalità estranee ai bisogni della famiglia** (si pensi, ad esempio, alle obbligazioni contratte dal coniuge in relazione alla propria attività imprenditoriale o di lavoro autonomo, o anche ai debiti accesi per far fronte a mere esigenze voluttuarie o per meri intenti speculativi). Un'ulteriore garanzia è prevista dall'**art. 2647 C.C.**, con la previsione dell'obbligo di trascrizione dell'atto costitutivo del fondo patrimoniale per quanto riguarda i conferimenti di beni immobili, a pena di inopponibilità ai terzi dell'eccezione di appartenenza del bene al fondo patrimoniale familiare.

Il fondo patrimoniale dà esclusivamente origine a un autonomo patrimonio di scopo e non ad un nuovo soggetto di diritto. **La proprietà dei beni conferiti nel fondo spetta ai coniugi ovvero al solo coniuge che ha costituito il fondo riservandosi l'esclusiva proprietà dei beni conferiti.**

Il negozio istitutivo del fondo patrimoniale può essere stipulato nella forma di un **atto inter vivos** e, limitatamente al caso di costituzione ad opera di un terzo, anche sotto forma di disposizione testamentaria. Sia per l'atto di costituzione che per l'accettazione del fondo patrimoniale, viene richiesta la presenza dell'atto pubblico.

**La cessazione del fondo patrimoniale si verifica esclusivamente in seguito al divorzio tra i coniugi o all'annullamento del vincolo matrimoniale, ma se sono presenti figli minori il fondo dura, in ogni caso, fino a quando essi abbiano compiuto la maggiore età**, con facoltà per il giudice di attribuire ai figli una quota in godimento o in proprietà dei beni del fondo stesso.

Per l'amministrazione del fondo, **l'art. 168, U.C. C.C.**, rinvia alle norme sulla comunione legale, in modo che sia, in ogni caso, garantita la par condicio tra i coniugi, con la particolarità che, alla luce dell'espressa destinazione dei beni al soddisfacimento dei bisogni familiari, sono posti limiti all'alienazione, come pure alla cessazione del fondo, più stringenti che in materia di comunione dei beni. A meno che non sia stato espressamente consentito nel negozio istitutivo, è **vietata l'alienazione, la consegna in pegno o, comunque, l'assoggettamento a vincoli dei beni del fondo**, senza il consenso di entrambi i coniugi e, se vi sono figli minori, senza l'autorizzazione del giudice (**art. 169 C.C.**).

Ai fini delle imposte sui redditi (**I.R.P.E.F.**) i profili fiscali del fondo patrimoniale rilevano

per l'attività di gestione dei beni conferiti e per i risultati di tale gestione, che **possono essere considerati redditi imponibili.**

La norma tributaria (**l'art. 4, comma 1, lett. b) del Testo Unico delle Imposte sui Redditi**), al fine dell'identificazione dei soggetti passivi d'imposta, **non riconosce alcun rilievo all'effettiva titolarità della proprietà dei beni costituenti il fondo patrimoniale, stabilendo, quale presunzione assoluta, che i frutti scaturenti dall'amministrazione del fondo spettano, in egual misura, a entrambi i coniugi.** L'assoluta irrilevanza dell'esatta titolarità dei diritti reali sui beni del fondo patrimoniale deriva dalla natura stessa dell'istituto che costituisce un patrimonio separato da quello del soggetto costituente, individuato dal vincolo di destinazione cui risultano assoggettati i beni che lo compongono. Soggetti passivi d'imposta risultano, pertanto, i coniugi, essendo essi stessi i soggetti cui, per legge, spetta l'amministrazione del patrimonio del fondo, indipendentemente dalla concreta ripartizione della proprietà fra gli stessi (che, peraltro, ben può non spettare a nessuno dei due, come avviene nell'ipotesi in cui i coniugi abbiano accettato l'istituzione di un fondo patrimoniale operata in loro favore da un terzo).



Il servizio continua sul sito  
[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)



### Giovanni Bonomo

Avvocato e consulente di imprese televisive, autore di pubblicazioni giuridiche in materia di diritto d'autore, ha contribuito da ultimo al volume *La televisione digitale: temi e problemi*, Commentario al D. Lgs. 177/05 T.U. della Radiotelevisione, a cura di V. Zeno-Zencovich, E. Poddighe e A. Frignani, Giuffrè ed., con il commento all'art. 39 "Disposizioni sulle sponsorizzazioni" e il commento all'art. 40 "Disposizioni sulle teledite" (reperibili anche in *Il Diritto di Autore* n. 3 - 2006 p. 326 - 358 con il titolo *Sponsorizzazioni e teledite nel nuovo codice della radiotelevisione*). Nell'opera *I circuiti nazionali nel panorama dell'emittenza radiotelevisiva*, edita dalla Rivista di giustizia amministrativa Lombardia (1989), curò insieme al padre avv. Aldo Bonomo ([www.aldobonomo.it](http://www.aldobonomo.it)) la rassegna di giurisprudenza sui collegamenti funzionali tra emittenti radiotelevisive private, raccogliendo tutte le sentenze, anche precedenti alla legge 10/85, favorevoli alla tesi della legittimità delle programmazioni nazionali preventivamente registrate sulla base del principio di libera e insindacabile scelta dei programmi e degli orari. Fu un'opera di grande utilità per la dottrina e gli studiosi della materia, orientando il legislatore al successivo riconoscimento dell'intercommissione strutturale e quindi dell'emittenza privata nazionale. Ha fondato nel settembre 2007 il Centro Culturale Candide, intitolato a Voltaire e all'etica laica, sede di vernissage e punto di incontro di artisti, scrittori, esponenti della cultura. Giornalista pubblicista, collabora con riviste letterarie e sulle arti marziali.

# Il mercato si chiede: Promotore o Consulente?



## O entrambi. Con le Gestioni Patrimoniali di Sofia Sgr i vantaggi di uno, le opportunità dell'altro.

Al passo con i grandi cambiamenti del settore, Sofia Sgr lancia un nuovo ed esclusivo servizio mirato a supportare una nuova professionalità, in grado di coniugare l'attività di consulenza generica con quella di collocamento e assistenza. Una nuova opportunità per tutte le reti che puntano con decisione sulla figura del Promotore come riferimento centrale della relazione con il Cliente, risolvendo il conflitto di interesse fra le varie classi di investimento.

### La nostra filosofia

Sofia Sgr è una realtà **indipendente**, completamente libera da conflitti di interesse e senza legami con il sistema bancario e assicurativo.

Sofia Sgr crede nella **semplicità** quale valore portante:  
• della gamma prodotti – 4 linee di gestione organizzate per profilo di rischio, un fondo obbligazionario;  
• nell'operatività – modulare, gestione degli ordini, rapporto con la Società e i Gestori.

Sofia Sgr considera la **personalizzazione** un elemento determinante per la gestione della sua Clientela: prodotti, servizi e relazioni fortemente improntati su risposte flessibili secondo le esigenze e caratterizzati da attenzione e cura del dettaglio: valori tipici del Made in Italy.

www.sofiasgr.it info@sofiasgr.it 334 5949231

### Le nostre peculiarità

**Gestioni su misura:** Sofia Sgr propone un servizio innovativo di Gestione Patrimoniale "su misura" che consente di combinare in modo efficiente le esigenze della Clientela, opportunamente raccolte dal Promotore Finanziario, con le politiche dei Gestori.

**Gestioni presso terzi:** Sofia Sgr consente la gestione degli asset del Cliente mantenendoli presso la sua Banca di riferimento senza doverli necessariamente trasferire.

**Consulenza generica:** Sofia Sgr mette a disposizione un modello integrato ed efficiente di consulenza generica, attraverso un ufficio studi, formazione operativa e piattaforma gestionale di alto livello.

Cambiare si può.

# Sofia SGR

# PATRIMONI FINANZA

## Fabrizio Brasili

**ott. Brasili, perchè avete aperto un ufficio di consulenza patrimoniale in provincia di Milano?**

Perché sentivamo l'esigenza, insieme ad altri professionisti nel settore finanziario, di creare un punto di riferimento per gli investitori diverso da un normale sportello bancario o dal Promotore Finanziario, soprattutto in provincia di Milano.

**E cosa vi differenzia da un classico punto bancario o da un PF?**

Beh, la principale differenza è che noi siamo **Consulenti Finanziari Indipendenti**, "Fee Only", ovvero consulenza a parcella, senza la gestione fisica dei capitali, associati e certificati da **Assoconsulenza** ([www.assoconsulenza.com](http://www.assoconsulenza.com))

**Dunque fate concorrenza a banche, assicurazioni e promotori finanziari?**

Absolutamente no! Assistiamo i nostri clienti nelle loro esigenze bancarie, assicurative e d'investimento e spesso li accompagniamo presso i loro intermediari.

**In cosa consiste in dettaglio la vostra attività?**

Oltre alla consulenza diretta ai clienti, ovvero l'analisi dei loro portafogli esistenti con un check-up completo delle loro esigenze d'investimento, così come per coloro che non hanno allocato i loro patrimoni, redigiamo giornalmente e settimanalmente delle lettere finanziarie che forniscono scenari di mercato e suggerimenti operativi su determinati strumenti che il nostro ufficio studi analizza quotidianamente. **Tutto ciò è utile anche a coloro che, seguendo questa nostra "bussola finanziaria", volessero continuare a gestire autonomamente il proprio portafoglio o farlo con la propria banca di riferimento.**

**Come siete attrezzati e quali strumenti utilizzate per il vostro ufficio studi?**

Siamo dotati di un sistema informativo che alimenta quotidianamente la nostra base dati con le serie storiche dei prezzi dei vari titoli. Successiva-

mente, secondo le specifiche sui dati macroeconomici forniti dal nostro ufficio, ci avvaliamo di uno specifico software che analizza tali dati producendo, secondo le nostre previsioni, vari scenari e strategie.

**E queste notizie vengono rese pubbliche nella vostra lettera finanziaria? Come fanno gli utenti a riceverla?**

Sì, alcune di queste notizie sono riportate sulla nostra lettera finanziaria che viene pubblicata sul sito di un nostro Partner, ossia **Trend-Online** ([www.trend-online.com/ribaudoconsulting](http://www.trend-online.com/ribaudoconsulting)), mentre altre news vengono rese disponibili presso l'ufficio studi.

**Giunti a questo punto entriamo un poco più nel dettaglio. Cosa consigliereste agli investitori, a partire da ora fino a settembre bypassando l'estate?**

Già da tempo stiamo allertando i nostri lettori che ci seguono su Trend-Online, così come i nostri clienti che ci onorano della loro visita presso il nostro studio per ricomporre, o creare ex novo, un portafoglio "estivo", a guardare con attenzione il torrente impetuoso della finanza estiva. Riconfermiamo la nostra predisposizione ad avere in portafoglio titoli americani ed europei con basso beta e volatilità, ovvero titoli come **Enel, Generali, Eni, Mediaset, DT Telekom, Siemens, E.ON, RWE, France Telecom, Vivendi, Carrefour, Intel e Microsoft**.

Seconda considerazione, titoli con cedola medio-alta che comunque possono essere gestiti incassando o non incassando la cedola (in questo ultimo caso vendendo il titolo il giorno prima dello stacco

e ricomprandolo il giorno dopo); proprio i titoli esteri saranno i principali protagonisti di questa ultima tecnica, poiché in questo modo si evita una doppia imposizione fiscale (attualmente **12.50 Italia + il 26,00% estero**). Per gestire nel modo più appropriato questo portafoglio è consigliabile vendere delle opzioni Call OTM (**Out of The Money**) con scadenza mensile o ancor meglio trimestrale e, in base al grado di liquidità e rischio, vendere la quantità equivalente o la metà in opzioni Put, sempre OTM (**Out of The Money**). La parte azionaria prenderà fra il **50%/60%** del portafoglio mentre il resto, per una percentuale del **20%/30%** potrebbe essere allocato in liquidità a breve/medio termine, vincolata e non con banche e una parte in obbligazioni ad alta cedola, a tasso variabile, come per esempio l'emissione **RBS 8% EURIBOR** con scadenza **2020**.

Per mettere più pepe al portafoglio una piccola parte, al massimo il 5%, potrà essere investita su titoli di piccola/media capitalizzazione, principalmente industriali e rivolti all'export, come **Campari, Piaggio, Danieli rnc, TOD'S, Stefanel, Brembo, InterPump**, con un outsider che si può collocare fra le due tipologie di azionari, ovvero il titolo **FIAT/EXOR** nella versione **rnc**.

Ancora un **5% -10%**, al massimo, può essere distribuito fra un ETC collegato all'**argento fisico** (ETC Physical Silver) in euro, qualora raggiungesse un supporto in area **22,00/22,50**, ed il restante (**non oltre il 5%**) che può essere utilizzato per **collezionare opere d'arte contemporanee**. Con questo portafoglio attendiamo il prossimo autunno, quando si potranno verosimilmente toccare tangibilmente i risultati ottenuti.

*Da sinistra, Francesco Paolo Ribaudo, Mirko Crescimone, Paola Ribaudo, il direttore di Golf People Club Magazine Stefano M. Masullo, Fabrizio Brasili e Andrea Scotoni*



*Ribaudo Consulting è una struttura professionale fondata da noti professionisti e docenti universitari, che ha come principale riferimento piccole e medie imprese, istituti di credito, compagnie di assicurazioni, privati investitori, liberi professionisti e singoli imprenditori ed è specializzata nelle seguenti aree di intervento: pianificazione patrimoniale e fiscale, marketing e comunicazione aziendale e finanziaria, finanza ed organizzazione di impresa, strategie finanziarie e di investimento, analisi tecnica e macroeconomica, valutazioni e certificazioni, investimenti in arte ed immobiliari, mediazione creditizia e finanziaria, consulenza ed intermediazione assicurativa, perizie e stime immobiliari. Golf People Club Magazine ha intervistato il Presidente Onorario della società.*

# ORIZZONTI RE

*Marco Frigeri*

opo una Laurea in Economia e Commercio all'Università Cattolica del Sacro Cuore, un Master al Politecnico di Milano sulla gestione integrata di edifici-patrimoni immobiliari ho tracciato il mio percorso professionale in società di consulenza ed advisory e successivamente anche di intermediazione, nazionali ed internazionali.

Negli ultimi tempi ho maturato alcune convinzioni che hanno cambiato la mia vita professionale, affacciandomi al mondo imprenditoriale, componendo quindi la formula attuale di **Orizzonti RE**.

Mi sono infatti reso conto, lavorando con i partners professionali di **Orizzonti RE**, che i **Clienti "Private"** o i cosiddetti **High Net Worth Individuals**, per usare termini del settore bancario, hanno sempre più necessità di contributi specialistici per migliorare la conoscenza e le potenzialità del proprio patrimonio (**real estate portfolio** o **collezione artistica**), potendo integrare la gestione di queste asset class in ottiche più tipiche del settore finanziario, quindi analizzandone le performance mediante indici e verificandone il valore ed il rischio con cadenza almeno semestrale.

Questi soggetti, hanno una visione delle strategie di lungo periodo per la gestione del proprio patrimonio in linea generale molto nitida, ci segnalano però l'esigenza di contributi esperti per identificare i punti di miglioramento o di riposizionamento per massimizzare i propri ri-

sultati o per tornare a conseguire i propri fini. I clienti più curiosi e attenti alla loro ricchezza non attendono l'insorgere di una emergenza operativa, bensì ci chiedono sempre più spesso una overview preliminare del loro patrimonio finalizzata a creare conoscenza più approfondita. Per loro conoscenza è già sinonimo di ricchezza.

Nella maggior parte dei casi, già durante tali analisi preliminari, il Cliente scopre caratteristiche del proprio patrimonio o di possibilità di valorizzarlo che aprono scenari inaspettati fino a poco prima.

Proprio per tale ragione, sempre più spesso un'altra caratteristica che ci chiedono come professionisti è una particolare flessibilità nel riposizionare il nostro intervento rispetto al brief iniziale, sempre però nell'ottica del perseguimento dei loro interessi e della loro vision di gestione attiva del patrimonio.

**Faccio un esempio nel concreto di poche settimane fa:** un Cliente ci ha richiesto un'overview del portafoglio immobiliare per valutare un possibile intervento di ridefinizione delle politiche di gestione dell'aspetto locativo di alcune importanti proprietà, considerati gli asset principali del patrimonio, ma ci siamo resi subito conto che alcuni immobili,

se opportunamente riqualificati e ridefiniti commercialmente, potevano creare con un investimento tutto sommato contenuto, una ricchezza molto più grande di quanto non avesse generato il richiesto turnover dei tenant. Arrivo quindi a definire la nostra formula, a questo punto non più tanto segreta: i Clienti non ci chiedono più semplicemente di essere consulenti, parola che infatti finora non ho mai usato per **Orizzonti RE**, ci chiedono un ruolo di partners nella valorizzazione dei loro assets. Ci chiedono quindi di creare per loro nuovo valore.

In generale, nella maggior parte dei casi infatti i Clienti con i quali dialoghiamo hanno già investito in numerose consulenze negli anni pre-crisi, oggi vogliono soluzioni.

**Ecco perché Orizzonti RE:** come per andare lontano dobbiamo guardare avanti, alzando gli occhi con una visione d'insieme e di lungo raggio, allo stesso modo, per poter definire le strategie di gestione di un **patrimonio immobiliare** o di una **collezione artistica** è necessaria lungimiranza nelle prospettive del mercato ed una visione di insieme degli asset e delle diverse asset class in portafoglio.

**Orizzonti RE** nasce nel settore **Real Estate** e, grazie a due partnership strategiche, estende la propria gamma di servizi all'**Art Advisory** con il **Dott. Dorian Cara**, un riconosciuto storico e critico d'Arte ed al comparto del **Luxury & Life Style Real Estate** con **Hemera Ventures**.



## MARCO FRIGERI

Partner e fondatore di Orizzonti Real Estate con pluriennale esperienza nel settore, ha collaborato con primarie società italiane ed internazionali quali Gruppo Gestioni Arcotecnica, Ernst & Young Financial & Business Advisors Real Estate Dept, Colliers International, Gruppo Gabetti ed ultimamente si è dedicato allo start up di nuove realtà imprenditoriali focalizzate in particolare sui servizi di consulenza ed intermediazione dedicati ad investitori istituzionali e nell'advisory boutique per operazioni di sviluppo immobiliare.

Si focalizza ed approfondisce negli anni una vasta gamma di tematiche spaziando dalla consulenza gestionale e tecnica di grandi patrimoni immobiliari in particolare per gli Enti Pubblici, alle pre-analisi per lo start up di fondi immobiliari ad apporto, alle tematiche di valutazione immobiliare e fairness opinions sia di singoli assets sia di grandi patrimoni anche in occasione di spin off o fusioni societarie (BPL, Lloyd Adriatico, Generali, Gruppo Zunino ecc), alla valutazione e studio di fattibilità di progetti di sviluppo immobiliare e riqualificazione urbana.

L'ultimo importante focus è relativo all'intermediazione immobiliare sia in ambito "Agency" che in quello "Investment" in tutti i comparti real estate.

Laureato in Economia e Commercio presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano consegue il Master in Facility Management: la gestione integrata della proprietà immobiliare, presso il D.I.TEC. del Politecnico di Milano nel 1998.

Per contatti: [www.orizzonti-re.com](http://www.orizzonti-re.com) - [mfrigeri@orizzonti-re.com](mailto:mfrigeri@orizzonti-re.com)



Foto di Davide Cerati - [www.cerati.it](http://www.cerati.it)

# RINOWA

*Intervista a  
Gaetano Scalisi*

*Rinowa nasce nel 1999 per iniziativa di Gaetano Scalisi. La missione aziendale viene da subito ben sintetizzata nel messaggio presente sin dal primo catalogo Rinowa: "Scegliamo il meglio con competenza".*

**ignor Scalisi, ci parli della sua azienda...**

**Rinowa** è costituita da un gruppo di persone affiatate, la cui competenza è maturata in anni di impegno nel settore fotografico da parte del suo fondatore, attraverso precedenti esperienze imprenditoriali di successo ed avendo ricoperto la carica di direttore vendite per l'Italia di importanti aziende di distribuzione di primari marchi fotografici (**Olympus** e **Pentax**), e da parte di tutti i nostri collaboratori.

**Qual è stato il primo marchio importante che avete distribuito?**

Cullmann, in esclusiva per l'Italia: una storica azienda tedesca di treppiedi e borse fotografiche. Successivamente, l'attività di ricerca di prodotti di alta qualità ha portato all'acquisizione della distribuzione, sempre in esclusiva, di Minox, fotocamere e binocoli; Nissin flashes; Benro, treppiedi e borse; Optech, cinghie ed accessori in neoprene; Micnova, accessori; **MATIN**, accessori; **Rehberg**, borse; **Hoya**, filtri; **LS Lighting System**, illuminatori **LED**; **Pixel HK**, sistemi di controllo a distanza per reflex digitali; **Tokina**, obiettivi.

**Dunque, accessori fotografici di ogni tipo...**

Sì, da quelli più classici fino ai più originali ed avanzati, presentando un ampio ventaglio di soluzioni dedicate sia al foto-amatore che al professionista. Privilegiando da sempre la qualità sulla quantità, **Rinowa** è totalmente focalizzata nella selezione e nella commercializzazione di prodotti fotografici di elevato valore tecnico. La conseguenza di questa scelta strategica è la presenza esclusiva del prodotto presso i rivenditori specializzati, gli unici in possesso della competenza tecnica necessaria ad illustrare ed a gestire correttamente questo tipo di prodotti. Oggi siamo partner di circa **600 negozi di fotografia** specializzati in **tutta Italia**, e partecipiamo attivamente a numerose manifestazioni finalizzate alla promozione dei propri prodotti. Curiamo in maniera seria, rapida e puntuale tutta l'assistenza post-vendita, da sempre un punto di forza ed un'importante leva di marketing della nostra attività.

**Infine, ci parli brevemente di lei e della sua storia professionale.**

Sono un toscano di origini siciliane di **66**

anni, sposato e con **due figli** di cui uno, **Alessandro**, attualmente lavora con me in azienda.

**Con che ruolo?**

E' Responsabile dell'Ufficio Commerciale e Amministrativo.

**Lei quando ha cominciato a lavorare nel settore? Con quali aziende?**

Ho cominciato all'inizio degli anni '70, a Milano, in un'azienda che vendeva prodotti della Olympus. Successivamente ho fatto una breve esperienza in una piccola azienda, creata da me, che si occupava dell'importazione di articoli fotografici. Sono poi entrato in **API**, azienda fiorentina di **120 persone** che fatturava più di **cento miliardi delle vecchie lire**: vi sono rimasto fino al suo fallimento, causato da perdite di rappresentanza di marchi come ad esempio **Ray Ban**, che da solo rappresentava circa **30 miliardi di fatturato**... Allora ho iniziato la mia attività in proprio, con **Rinowa**, andando a vendere i prodotti dai miei clienti storici, creandomi un portfolio di piccoli marchi per finire, dieci anni dopo la fondazione dell'azienda, ai marchi attuali.

# QUESTO NON È UN GOMITOLO.

Ma è il punto di partenza per aiutare una donna nepalese ad avviare una piccola impresa.

Per aiutare le donne del Sud del mondo non basta dire. Bisogna fare, dare, donare. Ecco perché Donne per lo Sviluppo - AIDOS ha aperto in Nepal un Centro Servizi per la micro impresa femminile. Solo così le donne capofamiglia potranno diventare autonome e ottenere un reddito dignitoso per sé e per i propri figli. Dal 1981 AIDOS lavora per i diritti, la dignità, la libertà di scelta e il benessere delle donne.

Scopri tutte le nostre iniziative, e come sostenerle, visitando il sito [www.aidos.it](http://www.aidos.it)

**AIDOS**  
ASSOCIAZIONE ITALIANA  
DONNE PER LO SVILUPPO

CON IL TUO AIUTO  
NASCERANNO  
400 NUOVE  
IMPRENDITRICI.  
E UN FUTURO  
DIVERSO  
PER LE DONNE  
DI KATHMANDU.

**P**ATRIMONI  
REAL ESTATE

Intervista a Ezio Poinelli

## Golf & Hospitality

**Q**ual è il suo rapporto con il golf?

Devo rivelarle che non sono un vero golfista, ho giocato occasionalmente ma non ho ancora trovato il tempo di dedicarmi seriamente. **Con il campo da golf ho un rapporto professionale ed una passione indiretta, nel senso che molto spesso me ne occupo all'interno del mio lavoro, che è anche una delle mie passioni.**

**Lei da molti anni si occupa di consulenza nei settori hospitality & leisure, qual è stata la sua esperienza?**

Ho lavorato sia in società di consulenza internazionali che in società di sviluppo e gestione di hotels e resorts tra **Europa, Caraibi, America Latina e Sud Africa**. Dal 2010 sono in HVS, società specializzata **nell'hospitality**, che ha vari dipartimenti, con professionisti che si occupano di supportare i propri clienti nello sviluppo di **hotels e resorts**, di valutazioni alberghiere, ricerca di gestori, **Investment Banking** - transazioni, ricerca di investitori e finanziamenti - **Asset Management, Hotels Operations**. Abbiamo inoltre team specializzati in **Shared Ownership, Executive Search, Interior Design, Gaming, Centri Congressi, Arene e Impianti Sportivi, etc.** Non da ultimo, è presente anche un team dedicato al golf, che dal 2004 ha portato a termine innumerevoli incarichi in tutti i principali Paesi europei, inclusa l'Italia, e nel mondo.

**Progetti recenti inerenti al golf di cui si è occupato?**

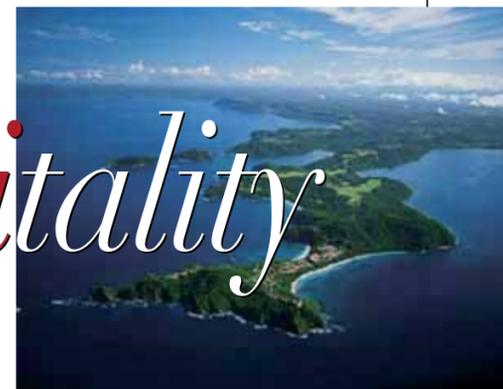
Poco prima di entrare in HVS ho seguito due progetti di resort: **Kilada Hills-Porto Heli**, complesso in fase di realizzazione nel Peloponneso, in Grecia, da parte di **Dolphin Capital Partners**, con campo progettato da **Jack Nicklaus**, e lo studio di fattibilità e **Master Plan** per un **Boutique Resort** alle **Isole Canarie**, che vedrà la luce nei prossimi anni, con campo disegnato da **Gary Player** e con il progetto



*Ezio Poinelli, è il responsabile per lo sviluppo di HVS in Italia, la principale organizzazione di consulenza e servizi per il settore hotels e hospitality al mondo, da poco sbarcata nel nostro Paese.*

*Laureato in Economia e Commercio, dopo un'esperienza nell'azienda di famiglia ed il Master in Economia del Turismo conseguito all'Università Bocconi di Milano, ha iniziato la sua carriera nel 1996 come associato in Investment & Tourism Consulting e, in seguito, come advisor in REVA (Real Estate Value Advisors), società di consulenza specializzata in ambito finanziario-immobiliare.*

*Dal 2000 ha operato in Ernst & Young Financial Business Advisors (Milano), dove è rimasto per 6 anni, fino a diventare Director e Responsabile dei settori Real Estate e Hospitality. È stato poi Head of Southern Europe di Northcourse Advisory Services (Madrid), il braccio consulenziale e real estate di Wyndham Worldwide, uno dei più grandi gruppi nel settore hospitality nel mondo e, quindi, responsabile Espansione e Sviluppo Internazionale di Compañía de Las Islas Occidentales (Canary Islands), una holding impegnata nello sviluppo di small luxury resorts. È stato socio fondatore di Hemera Ventures, advisory boutique specializzata nei settori leisure, luxury real estate ed hospitality al servizio della clientela private, con partnership in Italia con Orizzonti RE. Attualmente è responsabile per lo sviluppo in Italia di HVS International, la principale organizzazione al mondo di consulenza e servizi per il settore hospitality con più di 30 uffici in vari Paesi, 400 professionisti specializzati e più di 2000 incarichi svolti ogni anno. [www.hvs.com](http://www.hvs.com); [epoinelli@hvs.com](mailto:epoinelli@hvs.com).*



architettonico di **Norman Foster e Associati**. Attualmente sto lavorando ad un progetto di resort con campo **18 buche** nel nord della **Sardegna** ed un altro con **27 buche**, **3 hotel** ed una **second home residential community** nel nord-est del **Brasile**.

**Qual è il ruolo del golf all'interno di un progetto di resort?**

**Il golf, pur non essendo il motore finanziario per uno sviluppo, è un driver economico fondamentale, e gioca un ruolo critico nel posizionamento di ogni progetto.** In alcune situazioni (sempre meno, in realtà) può essere esso stesso fonte di ricavi, ma più in generale il suo ruolo si gioca al di fuori degli aspetti gestionali. **Il campo da golf, infatti, trasferisce valore alla componente real estate del progetto (secondo case, alberghi, shared ownership), in termini di incremento dei prezzi di vendita, velocità di assorbimento, tassi di occupazione e tariffe camere.** Il golf fornisce al progetto un "cache" molto vario, social status, ricreazione, lifestyle, proiezione internazionale, effetto scenico, organizzazione degli spazi, possibilità di integrare porzioni di territorio diversamente poco fruibili, protezione ambientale, eccetera, che poche altre amenities possono fornire. **I campi da golf devono essere concepiti con attenzione, in funzione di quelli che sono gli obiettivi che ne guidano la realizzazione e la sua funzione rispetto all'eventuale componente real estate.**



L'intervista continua sul sito [www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)

# I SEGRETI DEL BENESSERE

## Golf e alimentazione, tutto quello che dobbiamo sapere

*Il prof. Nicola Sorrentino, di origini napoletane, è nato nel 1954 ed è residente a Milano, dove svolge la sua attività professionale come Dietologo e Idroclimatologo. Si è laureato in Medicina e Chirurgia presso l'Università degli Studi di Milano nel 1981, specializzandosi in Scienza dell'Alimentazione e Dietetica nel 1985 ed in Idrologia, Climatologia e Talassoterapia nel 1989. Docente universitario di Dietologia in associazione alla Crenoterapia presso la Scuola di Specializzazione in Idrologia Medica dell'Università degli Studi di Pavia, è attualmente Direttore del Dipartimento di Scienze della Vita presso l'Università Europea per il Turismo di Tirana. Il prof. Nicola Sorrentino è relatore in numerosi convegni scientifici. Ha pubblicato libri, opuscoli ed articoli di carattere sia scientifico che divulgativo. Partecipa a numerosissime trasmissioni televisive e radiofoniche.*

**La redazione di Golf People Club Magazine incontra il Professor Nicola Sorrentino nel suo studio, in pieno centro storico a Milano.**

**Prof. Sorrentino, Lei è noto come "il dietologo dei vip", nutrizionista di fiducia di molti personaggi famosi del mondo dello spettacolo, dell'informazione, del fashion e della politica: che rapporto ha con questa sua immagine di "medico alla moda", e qual è l'immagine che Lei ha di sé come professionista?**

Al di là dell'immagine di "medico alla moda", la fiducia dei miei pazienti è stata acquisita dopo anni di studi e sacrifici. Mi interpellano per

qualsiasi problema medico, non solo per quelli strettamente inerenti alla mia specializzazione. Molte volte mi chiedono in quale palestra andare per tenersi in forma o il nome di un personal trainer di mia fiducia. Senza contare coloro che vogliono sapere da me il nome di un ristorante dove poter andare a mangiare sano. **Un bravo dietologo è anche un buon medico**, e proprio per questo non mi sento sminuito dall'immagine di "medico alla moda", perché con il passare del tempo credo di essere diventato un "classico". Parlando seriamente, bisogna capire che con **l'alimentazione non si scherza!** Da essa dipende il giusto accrescimento, l'efficienza lavorativa, la resistenza alle malattie, la qualità e la durata stessa della vita.

**Diversi anni fa, per la precisione nel 1994, ha scritto con Aldo Negrisoni e Guido Brugnoli un libro dedicato al golf: GOLF PER UNA MIGLIORE QUALITÀ DELLA VITA, dedicando una sezione alla corretta dieta della giornata golfistica. Già quasi 20 anni fa prevedeva che questo sport sarebbe diventato di moda o semplicemente voleva migliorare le proprie prestazioni come golfista?**

Entrambe le cose (sorride, ndr), l'alimentazione è importante per tutti, ma per chi pratica sport diventa **fondamentale per incrementare le prestazioni e non vanificare l'impegno**. Tutte le persone che mangiano più del dovuto, anche se si sottopongono a sforzi fisici, ingrassano. Spesso si sbaglia nell'assumere più calorie del necessario: ecco perché si può ingrassare anche svolgendo sport. Altre volte si assumono poche calorie o cibi sbagliati, avendo così un calo di rendimento. L'impegno metabolico - energetico del golf è sicuramente diverso nei due fondamentali mo-

menti prestativi che esso richiede: l'esecuzione del colpo per mandare la pallina in buca e l'azione di camminare per trasferirsi durante il percorso, **dunque sforzo anaerobico per sferrare i diversi colpi e impegno di natura aerobica**. Se si vuole che il proprio fisico e la mente siano sempre "in forma", l'alimentazione rappresenta una variabile fondamentale. Il mangiare sano, in modo corretto, determina il miglior benessere e la migliore efficienza psico-fisica.

**Come fornire il corretto apporto energetico per soddisfare alla perfezione il suddetto dualismo?**

Il dispendio calorico del golfista è **lungo, continuo e diviso tra mente e corpo**; di conseguenza, occorre nutrire alla perfezione il suddetto dualismo. Il calo glicemico, quindi di zuccheri nel sangue e sali minerali è la maggior causa di una difettosa performance sportiva, con conseguente rallentamento dei riflessi neuromuscolari, povertà nel coordinamento di alcune azioni. Infatti lo swing può perdere energia, ritmo e precisione con risultati spesso negativi e non raramente disastrosi.

**Qual è, secondo Lei, l'alimentazione più adatta per presentarsi in forma sul green e giocare al meglio, tenuto conto che una gara di golf dura in media 4 o 5 ore?**

Lo scopo è quello di dare al golfista consigli per una razionale ripartizione dei pasti durante le giornate trascorse su un campo di golf, prima, durante e dopo una partita. Questi consigli non intendono interferire nelle abituali modalità dietetiche, ma non si deve escludere che favorevoli esperienze inducano il **golfista ad introdurre qualche variazione alla dieta di tutti i giorni**. Un'alimentazione sana deve essere costituita dal 15-20% di proteine, dal 25%-30% di lipidi e dal 55-60% di carboidrati. **Non devono difettare le vitamine**, in particolare del gruppo B e C. Importante è poi difendersi dalla disidratazione, che in giornate soleggiate e calde o addirittura afose provoca una cospicua perdita di acqua e un precoce ed intenso affaticamento: un muscolo disidratato perde il 40% della sua potenziale efficienza. Alcuni sali quali il sodio ed il potassio, ma anche calcio, magnesio, ferro, ecc. risultano fondamentali nelle dosi raccomandate. Secondo l'orario di partenza e del numero di buche, il golfista dovrà **valutare una strategia di alimentazione e di reidratazione**. Se la partenza è fissata al mattino tra le 9 e le 10,30, occorre fare colazione almeno un'ora prima con **caffè o the leggeri**, latte parzialmente scremato o yogurt, fette biscottate, marmellata o miele, cereali, una spremuta di agrumi poco zuccherata o macedonia di frutta fresca. Poi, un frutto da portare nella sacca. Se la partenza è prevista nel **pomeriggio**, il pranzo deve essere consumato almeno **2 ore prima** ed è preferibile consumare un piatto di pasta con verdure ed olio extra vergine di oliva a crudo, o riso parboiled condito con pomodoro fresco e parmigiano o con altro condimento di verdure, evitando fritti e soffritti, alcool e bevande troppo zuccherate. La pasta è buona, sana e digeribile, fa bene e non fa ingrassare, sono semmai i condimenti a rendere quest'alimento un cibo ingrassante, **ma se abbinata alle verdure o legumi fornisce il giusto apporto nutrizionale,**



ovviamente affamati e consumano un pasto troppo abbondante. In sintesi, sono da evitare pasti esageratamente pesanti o abbondanti che prevedano una lunga e faticosa digestione, come ad esempio fritti e soffritti. Vanno privilegiati zuccheri semplici e carboidrati complessi per ricavarne energia nelle ore successive.

**Praticare il golf può essere una soluzione per chi ha problemi alimentari, tenuto conto che l'elemento**

**psicologico gioca un ruolo fondamentale e che alla concentrazione di ogni colpo si unisce spesso un piacevole scenario naturale?**

Spesso il golfista ha la fortuna di praticare questo sport in posti meravigliosi; ciò contribuisce a creare uno stato di **benessere psico-fisico**, ma da solo non basta a ridurre il problema di un soggetto in eccesso di peso o con problemi alimentari. Le corrette abitudini alimentari fanno parte del programma di allenamento. La dieta va **"cucita su misura" e personalizzata** tenendo conto l'età del soggetto, il sesso, il peso corporeo, il genere di attività lavorativa ed il tipo di allenamento praticato. Un'attività fisica regolare ed un adeguato apporto energetico concorrono a far raggiungere e mantenere un peso corporeo ottimale.

**Abbiamo appreso che alimentarsi correttamente vuol dire star meglio fisicamente, aver miglior concentrazione, miglior precisione nei colpi e riduce al minimo la stanchezza mentale: il golf è uno sport che consiglia a tutti?**

Tra i vantaggi della pratica del golf vi è sicuramente il fatto che si pratica all'aria aperta. Secondo alcune ricerche giocare a golf farebbe bene al cuore, tale sport infatti apporta evidenti benefici all'attività cardiocircolatoria. Il golf ha effetti benefici al pari di qualsiasi altro sport, aumenta la tonicità muscolare ed associato ad una corretta alimentazione e a uno stile di vita sano **migliora il sistema cardiovascolare**. Ritengo che ogni golfista, a prescindere dall'età anagrafica, compreso i "senior", grazie ad un'alimentazione più razionale e meglio rispondente alle individuali esigenze biologiche possa valorizzare le proprie capacità, svolgendo regolarmente un'attività salutare per il corpo e gratificante per lo spirito. **Prima di congedarci ringraziamo il Prof. Sorrentino per i preziosi consigli, non potendo tralasciare un particolare importante: gli occhi azzurri del famoso dietologo, oggi misteriosamente tendono al "green".**

**Cristina Taccani**

Per info: nicolasorrentino@nicolasorrentino.it  
Tel. 02 76020878



## GOLF E DISFUNZIONI VERTEBRALI

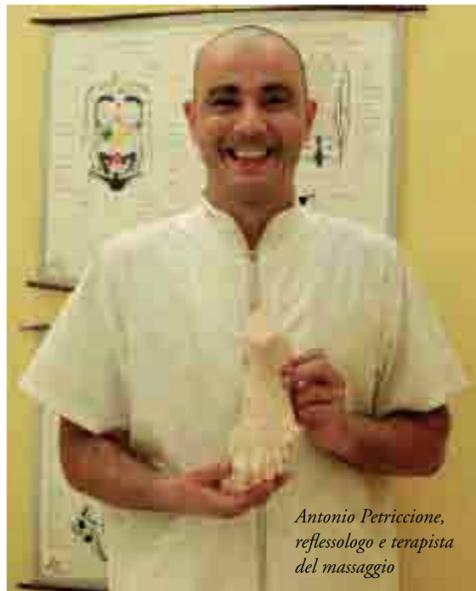
*Il golfista, o in generale chiunque pratichi altri sport come la corsa o il tennis, può facilmente accusare disturbi fisici che ne limitino fortemente le prestazioni. Golf People Magazine ha incontrato Antonio Petriccione, 39 anni, riflessologo e terapeuta del massaggio, nella sede del centro benessere "Pensiero Alternativo" di Milano, del quale è proprietario, per parlare delle tecniche terapeutiche per curare le disfunzioni della colonna vertebrale.*

Antonio Petriccione, nell'intervista pubblicata nel numero scorso, tra le altre cose, ci diceva che tra i suoi clienti ci sono molti golfisti. Quali sono i disturbi fisici più frequenti che lamentano?

Disturbi e asimmetrie collegate al movimento delle parti strutturali e funzionali del sistema muscolare e scheletrico, come dorsalgie, pubalgie... Solitamente nessuno di loro ha i muscoli "in ordine": sia per l'attività fisica che svolgono, che per l'atteggiamento posturale, o per la vita sedentaria che possono condurre... sono tutti fattori che incidono significativamente sulla catena muscolare.

In questi casi quali sono le parti del corpo maggiormente colpite da disfunzioni?

Il tratto lombare, ad esempio. Quando parliamo di lombalgia parliamo di un processo doloroso a carico della parte bassa della schiena, ovvero quella che corrisponde alle vertebre lombari. La colonna vertebrale è composta da 7 vertebre cervicali, 12 dorsali, 5 lombari e 5 sacrali fuse tra loro, e un numero che varia da 2 a 5 coccigee (anche queste fuse in un unico osso). La schiena presenta delle curve, che le danno elasticità e resistenza. E' chiaro che bisogna anzitutto valutare la primarietà delle disfunzioni: possono essere sacro-iliaco e iliaco-sacrale; a questo punto, nella mia analisi pre-trattamento io valuto lo stato dell'intero rachide, dunque non solo lombare ma anche dorsale e cervicale. Se il cliente ha un carico forte riguardante il tratto dorsale, denota automaticamente maggiore sensibilità a livello cervicale e nelle braccia: i muscoli che non hanno un'estensione completa restringono i movimenti fisiologici. Se il golfista lamenta tensioni al trapezio o allo sterno mastoideo che limitano il movimento "alare" delle scapole, subisce di conseguenza una diminuzione della sua potenziale rotazione motoria.



Antonio Petriccione, riflessologo e terapeuta del massaggio

Quali tecniche utilizza per le terapie?

L'ascolto della fascia muscolare e le tecniche ad energia muscolare risolvono questi problemi, perché si tratta di muscoli piccoli, difficili da curare ed allenare con semplici esercizi in palestra: in questo caso, l'osteopatia ha le carte vincenti per curare al meglio i disturbi sopracitati. La parte dorsale, per natura, tende alla cifosi, ovvero una curvatura della colonna vertebrale con concavità anteriore che causa una maggiore apertura dei dischi vertebrali, sia posteriormente che anteriormente; in questo caso, con tecniche ed esercizi mirati sia in estensione che in flessione della parte interessata il cliente trae benefici, sentendo anche come semplice sensazione la propria schiena più dritta. Tengo sempre a sottolineare, però, che di fronte a problematiche davvero gravi io non posso fare alcunché.

Ci parli degli esercizi...

Sono esercizi mirati sull'ascolto della fascia muscolare, per constatare fino a dove può estendersi: il corpo percepisce sempre la guarigione, e con questa tecnica si porta ossigeno nel muscolo. Non si valuta solo una disfunzione dorsale, ma anche diaframmatica, dunque del respiro.

Una valutazione globale della cassa toracica, insomma.

Sì, per capire la primarietà della disfunzione, stabilendo se è dorsale o costale. Bisogna poi includere nell'esame uno dei muscoli più importanti, ovvero la cupola diaframmatica, attraverso la quale si può capire se il paziente respira solo con il costato o con la parte alta della cassa toracica. L'epitrochite, una forma di entesopatia simile alla epicondilita (gomito del tennista), ma molto più rara, è la classica disfunzione di cui soffre il golfista; l'osteopatia serve a ripristinare i muscoli affetti dal problema. Anche in questo caso, io lavoro prima con esercizi sul tratto dorsale, dopodiché lavoro sul braccio, ovvero l'arto che sente il dolore causato dal disturbo, ma questo è sempre secondario: certo, bisogna lavorare per eliminare il dolore, ma si deve soprattutto valutare, attraverso un esame sulle catene muscolari, da dove esso deriva; ad esempio, posso avvertire un dolore sul petto, ma questo può anche dipendere da una vertebra costale, ed è da lì che comincio a lavorare, gli esercizi per alleviare il fastidio al petto vengono solo successivamente.

Quanto tempo dura la terapia in questione?

Sono previsti 10 incontri, un paio di volte la settimana. Già dalla quinta-sesta seduta il paziente comincia ad avvertire i primi miglioramenti. Anzi, nel caso dei golfisti, in particolare, abbiamo avuto risultati eccellenti. Certo, come per tutte le cure, bisogna avere pazienza.

Per informazioni e contatti: info@ilpensieroalternativo.it - Tel. 02.39449537

## AIDOS sul campo... (anche da golf!)

È partita in questi mesi una Campagna di sensibilizzazione di AIDOS, a firma di McCannErickson Italia, che durerà almeno fino all'autunno 2011 e che vede protagoniste due grandi artiste: Ambra Angiolini e Irene Grandi. Quest'anno si festeggiano i trent'anni di AIDOS. È dal 1981 che AIDOS lavora per i diritti, la dignità e la libertà di scelta con e per le donne del Sud del mondo. Abbiamo iniziato a festeggiare gettando luce attraverso le testimonial su due grandi ambiti del nostro lavoro: la salute materna con Ambra Angiolini e l'empowerment economico con Irene Grandi.



Due ambiti che hanno ancora bisogno di un grande sostegno sia di visibilità che economico. Perché?

Se pensiamo alla salute materna e di conseguenza alla mortalità legata alla gravidanza e al parto i dati sono ancora sconcertanti. Ogni giorno circa 1.000 donne muoiono per cause legate alla gravidanza o al parto: annualmente si perdono oltre 350.000 vite. Molte di queste donne sono adolescenti tra i 15 e i 19 anni. Anche i neonati corrono grandi rischi di morire nel primo anno di vita. Per quanto riguarda l'empowerment economico delle donne nel Sud del mondo, la realtà è altrettanto dura. La maggior parte delle donne ha poche, o spesso inesistenti, possibilità di accedere ai servizi di supporto alle piccole imprese per due ordini di motivi: da una parte, le donne non hanno né la preparazione né i mezzi per accedere a tali servizi; dall'altra, non hanno la piena consapevolezza e/o la possibilità di esercitare i loro diritti.

Qual è la risposta di AIDOS a questi problemi?

AIDOS è scesa in campo basandosi sulle esperienze condotte in Italia e ha creato i "Centri per la salute delle donne" presenti oggi in Burkina Faso, nella Striscia di Gaza, in Giordania, Siria, Nepal, Venezuela e Argentina e gli "Incubatori per l'imprenditoria femminile" a Gaza e Gerico, in Giordania, Nepal e Siria, mentre in Burkina Faso ha sostenuto la formazione e il rafforzamento di una cooperativa di donne. Nei Centri per la salute delle donne si forniscono servizi ginecologici primari, assistenza prima, durante e dopo il parto, consulenza per la pianificazione familiare, servizi di contraccezione moderna, prevenzione dei tumori del seno e dell'utero, visite pediatriche e vaccinazioni al neonato nel primo anno di vita e servizi per la menopausa. Ogni anno i vari Centri danno assistenza a più di 80.000 donne e ragazze. Negli Incubatori di impresa si sostiene la creazione di micro o piccole imprese femminili o si assistono le imprenditrici già operanti nello sviluppo della propria impresa. Abbiamo ormai moltissime storie di successo: in Siria un gruppo di donne ha vinto una gara del Four Seasons Hotel di Damasco per la fornitura di 350 copriletto ricamati. In Nepal, Mana Devi Maharjan si è specializzata nella produzione di manufatti in feltro ed è entrata in contatto con due importanti buyers: uno britannico e uno nepalese. E gli affari le vanno benissimo. E per fare tutto ciò siamo scese anche nei campi da golf.

In che senso?

È inutile nascondere che per mantenere attivi questi progetti c'è bisogno di sostegno finanziario e tra i Golf Club abbiamo sempre trovato persone generose e disponibili. Dal 2009 il Golf Club di Albarella devolve una parte delle quote di iscrizione dell'AIDOS Cup ai nostri progetti. Siamo state anche ospiti del Golf Club di Valsanzibio e del Golf Club-Argentario. Anche la vostra rivista, Golf People Club Magazine, è stata molto generosa con AIDOS dedicandoci vari spazi di visibilità. Noi ci aspettiamo che la collaborazione continui, anche perché ci divertiamo sempre molto tra i golfisti.

Perché è così importante sostenere un progetto?

Perché le donne sono la chiave per lo sviluppo sociale ed economico del loro Paese, e salvando la loro vita e dando loro la possibilità di un guadagno sicuro, portiamo beneficio anche ai loro figli e alla loro comunità.

Per contribuire ai progetti di AIDOS tutte le indicazioni su: <http://www.aidos.it/ita/campagne/index.php?idPagina=863>



In occasione del 55° anniversario della fondazione  
di Casa Sollievo della Sofferenza



FONDAZIONE  
**CASA SOLLIEVO DELLA  
SOFFERENZA**  
OPERA DI SAN PIO DA PIETRELCINA  
SAN GIOVANNI ROTONDO

## IO L'HO GIÀ FATTO, FALLO ANCHE TU. ADOTTA UNA CELLULA.

**Raoul Bova sostiene Adotta Una Cellula**, la campagna di informazione e raccolta fondi promossa dall'IRCCS Casa Sollievo della Sofferenza Opera di San Pio da Pietrelcina in collaborazione con l'Associazione Neurothon, la Fondazione Cellule Staminali e la Diocesi di Terni, Narni e Amelia. La Campagna vuole sostenere la ricerca sulle cellule staminali cerebrali per la cura delle malattie neurodegenerative, come la **SLA - Sclerosi Laterale Amiotrofica**, la **Sclerosi multipla**, il morbo di **Alzheimer**, per le quali attualmente non esiste una terapia.

### LA RICERCA HA BISOGNO DI FONDI, HA BISOGNO DI TE.

#### Aiuta la ricerca

- chiamando il numero verde **800 011 011**
- con il **5x1000 CF 00138660717** a Casa Sollievo della Sofferenza (NELLA CASELLA RISERVATA ALLA "RICERCA SANITARIA")
- collegandoti al sito **www.adottaunacellula.org** per effettuare una donazione

**ADOTTA  
UNACELLULA**

aiuta la ricerca sulle cellule staminali per le malattie neurodegenerative

[www.adottaunacellula.org](http://www.adottaunacellula.org)

**S**OCIALE  
ASSOCIAZIONI

## Il golf è sempre più donna

### Golf e donne, quale il punto di incontro?

Il golf, oltre ad essere il più bel gioco del mondo è anche una filosofia di vita, dove umiltà, lealtà, rispetto, sfida, tenacia e passione sono valori che ben si sposano con l'emisfero femminile. Ecco quindi che sempre più donne si avvicinano a questa disciplina, che non è solo sportiva ma anche stile di vita!

### Perché un team al femminile?

Promoteam nasce dall'incontro di tre passionarie golfiste che hanno unito esperienze professionali diverse per creare una struttura che si presenta sul mercato con proposte innovative. Indubbiamente una squadra di donne, per la sua stessa natura, offre potenzialità maggiori rispetto alle agenzie tradizionali, potendo unire alti livelli di know-how a caratteristiche tipicamente femminili.

**Cosa vuol dire oggi lavorare nel mondo del golf?** Significa innanzitutto amare questo sport, condividere il suo spirito e trasferirlo nel back office di un golf club o di un evento. **In Italia il golf è ancora molto giovane e pertanto c'è ancora molto da fare.** Sicuramente richiede delle competenze specifiche non solo di conoscenza del gioco ma anche di **marketing**, di **turismo**, di

internazionalizzazione, insieme a creatività, innovazione e tecnologia.

### Voi siete donne che lavorano e anche golfiste, perché EWGA Italy?

Promoteam, proprio per la sua composizione tutta al femminile, si è da sempre impegnata a dedicare eventi legati al golf nel mondo "donna". La possibilità di creare un **networking internazionale al femminile** ci ha fatto cogliere con entusiasmo questa opportunità. Come ben sai l'aspetto sportivo del gioco è universale, ma noi volevamo qualcosa che non fosse solo golf, bensì interamente dedicato all'essere donna.

### Ma cos'è Ewga?

Si tratta della più grande associazione mondiale di donne golfiste. Nata nel 1991 in America per avvicinare le donne al gioco del golf, crea opportunità di relazioni, che il golf tradizionalmente ha sempre offerto agli uomini. Negli ultimi 15 anni EWGA ha aperto oltre 120 filiali nel mondo raggiungendo oltre 75.000 donne golfiste ([www.ewgaitaly.it](http://www.ewgaitaly.it)). Inoltre ci teniamo a precisare che EWGA ha un forte impegno nel sociale.

### E in Italia qual è la vostra strategia?

Sicuramente i numeri sono diversi rispetto all'America, ma le premesse ci sono anche nel nostro Paese. Le donne stanno scoprendo il golf, e in genere la parola "golf" si sta legando sempre di più al concetto dello star bene, di dedicare del tempo per se stessi in ambienti "sicuri e nel rispetto della natura", e con una serie di servizi per la per-

sona. Noi vogliamo esprimere questi concetti nei nostri eventi affinché si possa raggiungere un pubblico molto ampio, sia in termini di giocatrici o future giocatrici, sia di attenzione alle aziende che possano identificarsi in tali messaggi. Certo, in America sappiamo bene come il golf sia utilizzato da moltissime aziende come strumento di comunicazione, ma siamo sicure che oggi i tempi sono maturi anche in Italia.

Perché si parla di Executive women? Questo non è discriminatorio in quanto esclude tutta una tipologia di donne?

Niente affatto. EWGA è in realtà un'associazione per tutte le donne: come dice la CEO americana Pam Swensen, l'acronimo sta anche a significare "Every Women's Golf Association".

In breve, tutte le iniziative che saranno sviluppate sono rivolte a tutte le donne, siano esse studentesse, casalinghe, manager, imprenditrici, sportive, ecc., in quanto crediamo che ogni donna sia "Executive" di se stessa. Tanto più numerose saranno le associate, tanto più EWGA Italy potrà essere rappresentativa nei confronti delle istituzioni, dei mass media, degli enti sportivi e delle aziende interessate al mondo femminile.



Il servizio continua sul sito  
[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)

Per informazioni: [o.marchi@ewgaitaly.it](mailto:o.marchi@ewgaitaly.it)  
Tel. 345 8165699



Titina Fabris

Orsola Marchi

Chiara Cappon



# ASSOCIAZIONE CERIF

## Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia

A partire da questo numero, Golf People Club Magazine crea una partnership strategica con CERIF - Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia - dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, al fine di sviluppare congiuntamente una nuova rubrica denominata "Golf: Dinastie Imprenditoriali e Family Business". Attraverso personali ed esclusive interviste realizzate nei più prestigiosi circoli di golf italiani ed internazionali durante le gare di golf, si affronterà, con i protagonisti direttamente interessati, un case history su uno di questi tre temi: passaggio generazionale; internazionalizzazione di un'impresa di famiglia; inserimento di manager in una family business.

Associazione CERIF nasce nel 2005 come "braccio operativo" di ASAM (Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali) dell'Università Cattolica di Milano per le ricerche sul Family Business.

E' un osservatorio di eccellenza, che riunisce le imprese di famiglia per diventare il loro qualificato punto di riferimento, in grado di rappresentarle e farsi portatore di istanze comuni.

La nostra missione è quella di osservare, studiare e analizzare in modo rigoroso le imprese di famiglia italiane, per supportarle nello sviluppo, stimolarne la crescita, aiutarle nella razionalizzazione delle risorse e fornire loro i servizi di formazione e aggiornamento continuo.

Il fiore all'occhiello dell'Associazione CERIF è la realizzazione di progetti di ricerca, anche

ad hoc, sulle problematiche delle imprese di famiglia, per poi condividerne le analisi con imprenditori di famiglia e professionisti.

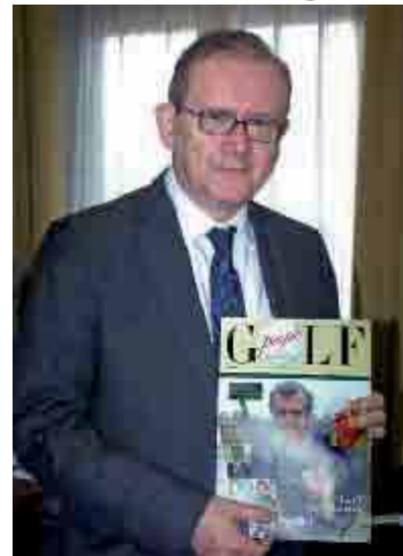
Dal 2005 ad oggi molte ricerche sono state condotte; di seguito le principali:

**"Problemi, criticità e prospettive dell'impresa di famiglia"**, periodo 2005 - 2007; periodo 2008 - 2010; focus sul 2010.

**"Ricerca e analisi dei Centri di Ricerca che si occupano di Family Business nel mondo"**, la ricerca iniziata nel 2009 richiede un monitoraggio continuo.

**"I processi critici (tipici) lungo il ciclo di vita delle Family Business"**, 2010.

I ricercatori del CERIF per primi, attraverso un progetto di ricerca, hanno identificato e studiato le 40 criticità delle imprese di famiglia, la cui comprensione è utile a governare in modo innovativo e complessivo la gestio-



Paolo Casoni direttore affari generali di gruppo Perfetti van Melle

ne e l'organizzazione dell'impresa di famiglia. Così come l'alfabeto della lingua italiana infatti, che permette di costruire le parole, concettualizzare il pensiero e comporre i temi, le 40 criticità suddette costituiscono l'alfabeto aziendale delle Family Business, che consente di interpretare e comprendere il linguaggio economico - aziendale delle imprese di famiglia per meglio gestirle nel corso del proprio ciclo di vita aziendale.

La mappa dei 40 problemi delle imprese di famiglia, suddivisi per le 4 macro aree di riferimento: **Modello di Business, Rapporti**



### Impresa - Famiglia, Assetto Economico - Patrimoniale e Livello di Rischio.

Studiare la relazione di causa ed effetto tra questi macro problemi permette di creare un "network di rischio" la cui comprensione e analisi è fondamentale sia per gli imprenditori di famiglia che per i loro finanziatori.

I lavori di ricerca e gli studi approfonditi condotti dal CERIF hanno portato alla luce una scoperta notevole: la numerosità, la combinazione e il grado di criticità dei 40 problemi del Family Business mutano in relazione al tempo e al tasso di crescita dell'azienda.

Il Centro di Ricerca CERIF pone particolare attenzione sui temi della pianificazione e della gestione dei rischi dell'impresa di famiglia (fra i quali quello sistemico, operativo,

finanziario, della perdita del fondatore e delle sue persone chiave), sul problema dell'internazionalizzazione, sul rapporto tra familiari e manager esterni e sulla criticità del passaggio generazionale.

Entrare a far parte del nostro network associativo offre la possibilità di conoscere una realtà innovativa e stimolante, in cui

sistematicamente nasce nuova conoscenza, che condividiamo, in anteprima con i nostri associati, e poi durante i Seminari, i Convegni e gli Incontri che periodicamente organizziamo.

Visita il nostro blog [www.familybusiness-smart.com](http://www.familybusiness-smart.com) - CERIF che dà voce agli imprenditori di famiglia e ai suoi professionisti.



### Prof. Claudio Devecchi

Amministratore Unico Associazione CERIF. Dottore in Economia aziendale con pieni voti assoluti e lode presso l'Università Commerciale "Luigi Bocconi" nel 1973. Specializzato presso la London Business School nel 1975, diploma "ITP".

Docente, Coordinatore di area, responsabile di corsi per il middle e top management e ricercatore, presso la Scuola di Direzione Aziendale dell'Università Bocconi dal 1974 al 1982. Abilitato all'esercizio della professione di Dottore Commercialista nell'aprile 1982; è componente della Commissione scientifica della Fondazione dei Dottori Commercialisti di Milano. Ordinario di Strategia e Politica Aziendale presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, docente nelle lauree triennali, magistrali e nei master, presso la medesima Università.

Ha insegnato presso l'Università degli Studi di Bari e di Brescia. Docente a contratto presso l'Università Commerciale "Luigi Bocconi" di Metodologie e Determinazioni Quantitative d'Azienda (L'informativa esterna e l'analisi di bilancio). Presidente e Direttore Scientifico dell'Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali (ASAM) presso l'Università Cattolica. Amministratore Unico dell'Associazione CERIF (Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia).

### Stefano Devecchi Bellini

Laureato in Economia presso l'Università Cattolica di Milano, Stefano si è specializzato in Private Banking e Marketing Associativo in Italia e all'estero. Le società con le quali ha collaborato negli ultimi dieci anni sono Metro Pubblicità - MTG Group International (Advertising & Communication), AIPB (Associazione Italiana Private Banking), Finpromotion SA (Financial Advisor & Asset Management), Alisei SIM (Asset Management), Zucconi & C. Financial Advisor (M&A - Corporate Finance). Attualmente è Direttore Operativo di CERIF (Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia) e consulente Strategico di ASAM (Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali) presso l'Università Cattolica di Milano. Inoltre è investitore attivo e membro di CdA in società quali EuroLactis Group SA (Nutrition & Cosmetic), Shicon Europe (Web Company) e ArtNetWorth (Art & Investment Company). Membro del Consiglio di Amministrazione della Fondazione Casa di Riposo "Carlo e Vito Bellini". Membro delle Commissioni Tecniche AIPB (Associazione Ita-

liana Private Banking) sul Real Estate, Art Banking, Mercato Finanziario e Marketing & Comunicazione. Risiede nel Comitato promotore della Lista Civica "Progetto Milano Migliore". Membro UCID (Unione Cristiana Imprenditori e Dirigenti).

### Monica Simonelli

Business Development Specialist Associazione CERIF.

Laureata in Economia e Gestione Aziendale, presso la Facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Durante gli studi triennali partecipa nel 2008 alla XX edizione del "Premio Marketing", promosso dalla Società Italiana Marketing e dal gruppo Wind; sostiene l'esame per conseguire la certificazione di lingua spagnola "Diplomas de Español como Lengua Extranjera" (DELE); intraprende uno Stage presso l'Associazione CERIF (Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia).

Attualmente è Business Development Specialist di CERIF ed è iscritta alla laurea magistrale in Management per l'impresa, presso la Facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.



Immagini del Convegno organizzato nella scorsa primavera congiuntamente da CERIF e ILAS - Imprenditori Lainatesi Associati, avente per tema "Il Passaggio Generazionale"

# YuppiDoll®

made in italy



**G**OLFMATE

*Alice Nicoletti*

Padovana di origine, ho vissuto in diverse città del nord Italia. Attualmente, dopo una permanenza negli Stati Uniti, risiedo a Milano, dove mi sto laureando in Ingegneria Edile, mia passione da sempre, che abbinò a una attività professionale nel settore delle energie rinnovabili. I miei genitori mi hanno trasmesso l'amore per la natura e da qui nasce il mio legame con il golf, iniziato quattro anni fa. Questo gioco che ha come obiettivo la sfida contro i propri limiti, dove esiste soltanto la tua concentrazione, la pallina di fronte a te e come spettatore silenzioso soltanto la natura, diviene per me una "coccola". Altro lato della mia vita è la moda, più un divertimento che un lavoro, da quest'anno, con grande piacere, sono stata nominata capitano dell'Italian Fashion Team, con il quale siamo presenti in numerosi eventi di beneficenza. Obiettivo futuro, scontato, ma difficile da raggiungere: "la Felicità".



STYLIST: Maxmilian  
PH: Francesco Ielpo  
Roberto Sanvittore  
FOTOREFLEX  
MUA: Francesca Gullo

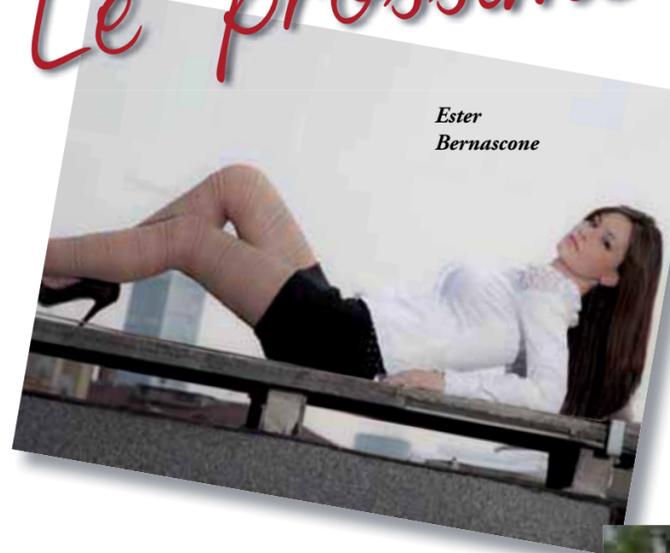


abbigliamento intimo collection 2011

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

**G**OLF MATE

# Le prossime Golfmate



Ester  
Bernascone



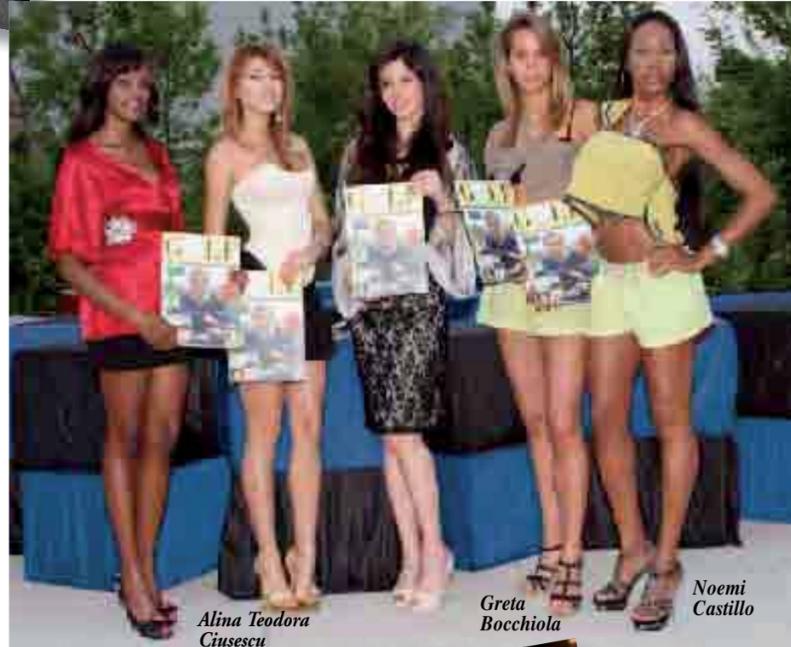
Ester  
Bernascone



Brigitta Febbo



Brigitta Febbo



Alina Teodora  
Ciusecu

Greta  
Bocchiola

Noemi  
Castillo



Valentina  
Dellavalle



Valentina  
Dellavalle

## JAGUAR. 75<sup>TH</sup> ANNIVERSARY.



Jaguar festeggia i suoi 75 anni con la versione celebrativa XF 3.0 V6 DIESEL S da 275 CV con "75<sup>th</sup> Anniversary Pack" offerto di serie fino al 31 marzo 2011.

- > Jaguar aerodynamic kit
- > Cerchi in lega da 20" Volans
- > Sospensioni Adaptive Dynamics

TI ASPETTIAMO NEL NOSTRO SHOWROOM

**JAGUAR MIAUTO**  
Via Mecenate, 77 - Milano - Tel. 02 5099571  
[www.jaguarmiauto.it](http://www.jaguarmiauto.it)

**JAGUAR** 75 YEARS

XF - Consumi ciclo combinato da 6,8 a 12,5 l/100 km. Emissioni CO<sub>2</sub> da 179 a 292 g/km.



# GolfVacanze®

Dal 1980 serietà, professionalità ed esperienza al Vostro servizio



Oltre 100 destinazioni e offerte speciali di golf vacanze  
**acentro.it**

