

# GOLF

*people*  
CLUB  
MAGAZINE

www.golfpeople.eu

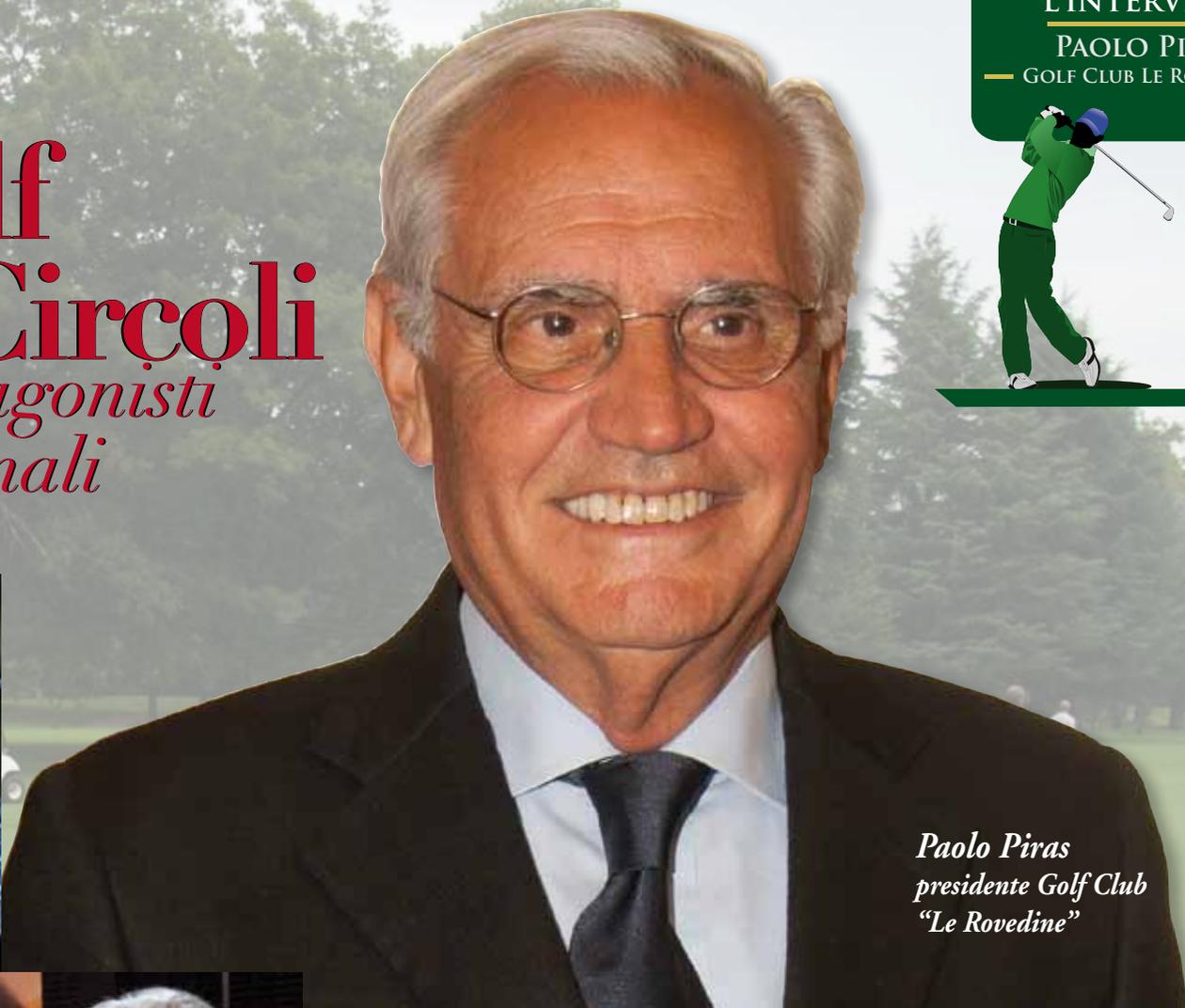
Anno I - Numero 3

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

## Golf & Circoli

*I protagonisti Nazionali*

L'INTERVISTA  
PAOLO PIRAS  
GOLF CLUB LE ROVEDINE



*Paolo Piras  
presidente Golf Club  
"Le Rovedine"*



**Speciale  
Amateur**

*I migliori  
circuiti*



**Congressi Meeting ed Eventi**

# Centro Congressi meeting ed eventi di **Piacenza Expo**

## Auditorium

Auditorium da 334 posti con configurazione fissa a parlamento, arredato secondo canoni ergonomici che consentono una perfetta visuale, garantendo al contempo comfort ed eleganza.



## Sala B

Sala da 100 posti, modulabile secondo le diverse esigenze, si presta ad ospitare Consigli di Amministrazione, incontri ristretti e riservati e corsi di formazione.



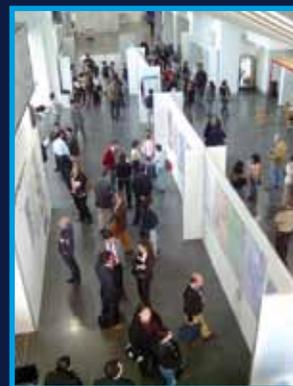
## Sala C

Sala da 40 posti con sedie a ribaltina, si presta ad ospitare Consigli di Amministrazione, incontri ristretti e riservati e corsi di formazione.



## Galleria • Foyer

Una luminosa e accogliente Galleria Servizi che collega gli spazi espositivi con Auditorium, Sale Convegni A e B, Sala Corsi C, Sala Stampa/Lounge VIP, negozio di prodotti tipici piacentini, sportelli bancari.



*Qui si può*



**PIACENZAEXPO**

Per informazioni:

**Piacenza Expo S.p.A.**

S.S. 10 Loc. Le Mose

29122 Piacenza

tel. 0523 602711

fax 0523 602702

e-mail: [info@piacenzaexpo.it](mailto:info@piacenzaexpo.it)

**[www.piacenzaexpo.it](http://www.piacenzaexpo.it)**

*Piacenza Expo dispone di un  
parcheggio con 2.400 posti auto*



Ottobre 2011



## 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 Inerari Golfistici

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

Direttore Area Scientifica

**Alessandra Bussi Moratti**

alessandra.bussi.moratti@golfpeople.eu

Direttore Recensioni Automotive

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

Direttore Area Sud Est Asiatico

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

Direttore Area Eventi Sportivi

**Maria Beatrice D'Ascenzo**

maria.beatrice.dascenzo@golfpeople.eu

Direttore Area Giappone

**Ai Junko Shinosaki** - ai.shinosaki@golfpeople.eu

Direttore Area Siberia

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

Direttore Area Dubai e Medio Oriente

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

Direttore Area Fashion

**Alessandra Maria da Costa**

alessandra.dacosta@golfpeople.eu

Direttore Area Iniziative Speciali

**Barbara Caputo** - barbara.caputo@golfpeople.eu

Direttore Area Giovani

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

Direttore Area Svizzera e Montecarlo

**Katya Cinthya Egle Giorgi**

Direttore Fotografia

**Stefano Merlini** - stefano.merlini@golfpeople.eu

Direttore Area Sud Italia

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

Direttore Area Toscana

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

Direzione Marketing Area Centro Italia

**Anna Vinci** - anna.vinci@golfpeople.eu

Direttore Generale

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

Web Master

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

Consulente tecnico: **Giovanni Bonomo**

Supervisor: **Lucia Zoppi**

## 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 3 - 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.

Rivista in distribuzione gratuita fino ad esaurimento scorte

## I protagonisti si raccontano



pag. **12**  
**Paolo Piras**



pag. **16**  
**Paolo Caimano**



pag. **19**  
**Enrico Gerosa**



pag. **21**  
**Simone Avogadro di Vigliano**



pag. **25**  
**Petter Johannesen**



pag. **21**  
**Davide Lodi Rizzini**



pag. **28**  
**Stefano Faita**



pag. **34**  
**Silvia Toni**

## Circoli e Tornei

pag. **31** Itinerari Culturali Golfistici

pag. **43** Circolo Golf Torino

pag. **52** Olgiata Golf Club

pag. **56** Trofeo Profilo Donna

pag. **58** La Rossera

pag. **71** Golf Club Matilde di Canossa

pag. **38** SPECIALE POLO FRANCESCO OLIVIERI

## Patrimoni - Finanza — pag. 36

Argos Fiduciaria

Banco Metalli Preziosi pag. 62

Bonomo pag. 65

Ribaud Consulting pag. 45

## Golfando

Amedeo Gorla e il Golf



pag. **41**

## Life Style

Visto per Voi -

Motori pag 73 e pag. 75

Gima Fashion Group pag. 76

Mantova pag. 80

Solidea pag 84



pag. **60**

pag. **78** SPECIALE PUGLIA  
ALBEROBELLO - Premio Excellence  
SELVA DI FASANO - 54a Coppa Selva di Fasano

## Sociale - Salute - Associazioni

pag. **49**



Opening Health Club

CERIF pag 66-67

ALUMNI pag. 69

Petriccione pag. 77

Body Mind Centro Olistico pag. 82

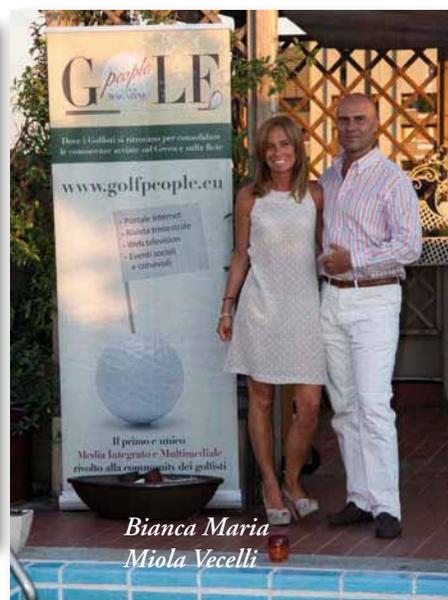
## CARI AMICI E CONSOCI

“ *Durante una campagna militare, ogni mossa deve essere analizzata e preparata in stretta connessione con ogni altra mossa, fatta e da farsi. Tutte insieme devono puntare su di un unico comune obiettivo. Agire a tentoni significa sicuramente perdere.* ”  
(Napoleone Bonaparte)

Come di consueto inauguro il nuovo numero della vostra rivista con una citazione, che racchiude in sé un significato profondo ed esplicativo, molto più delle numerose e spesso inutili parole che ogni giorno assordano le nostre orecchie, e, come già scritto in precedenza, per il mio personale stile, non quello professionale, l'editoriale di apertura potrebbe tranquillamente limitarsi alla dotta citazione riportata in apertura, poichè, l'attività multimediale sviluppata sotto il logo Golf People Club Magazine **obbedisce**, in maniera **feroce** ed **ossessiva**, a quel dogma, non dimenticando però mai di avere una applicazione tattica **flessibile**, ma al contempo, **immutabile** nella propria essenza, esattamente come l'acqua, che si **adatta ad ogni contenitore, ma che non muta la sua composizione originaria**. Il successo di una strategia prevede, però, una **complessità fondamentale**, altrimenti sarebbe molto facile compiere imprese di successo, basterebbe leggere casi aziendali riportati sui manuali aziendali e replicare pedissequamente il tutto come fosse una ricetta per un prelibato e gustoso manicaretto da cucinare, tale criticità, che rende **unica** e non **replicabile**, e quindi, non **emulabile**, una campagna, militare e non, è rappresentata dalle **risorse umane coinvolte** nel progetto che si vuole intraprendere. Di conseguenza, ora, è mio desiderio, in questo spazio, voler **presentare pubblicamente** coloro che quotidianamente, come leoni, (**Ogni giorno, in Africa, una gazzella si sveglia.**



da sinistra: Emanuela Montorro, Stella Roma, Maria Grazia Borelli, Katya Cinthya Egle Giorgi



Bianca Maria  
Miola Vecelli

Sa che dovrà correre più del leone, altrimenti morirà. Ogni giorno, in Africa, un leone si sveglia. Sa che dovrà correre più della gazzella, altrimenti morirà di fame. Non importa che tu sia leone o gazzella ogni giorno, per sopravvivere, dovrai correre più veloce di qualcun'altro", rendono possibile l'implementazione, lo sviluppo e la conquista giornaliera parziale, utile e fondamentale, per poter conseguire l'obiettivo finale prefissato, e rendere loro il meritato tributo per lo



Nella Petych



Ivana  
Romanello



Alessandra Bussi Moratti



Dario  
Bartolini e  
Maria  
Beatrice  
D'Ascenzo



Mirko  
Crescimone

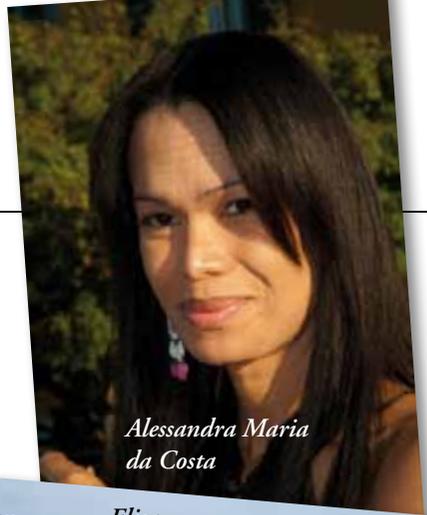
*Ai Junko Shinuzaki*



*Barbara Caputo*



*Alessandra Maria da Costa*



*Andrea Alpini, Maria Grazia Borelli, Giuseppe Germano*



*Maximilian*

*Elisa Spinelli*

*Cristina Cacciatore*

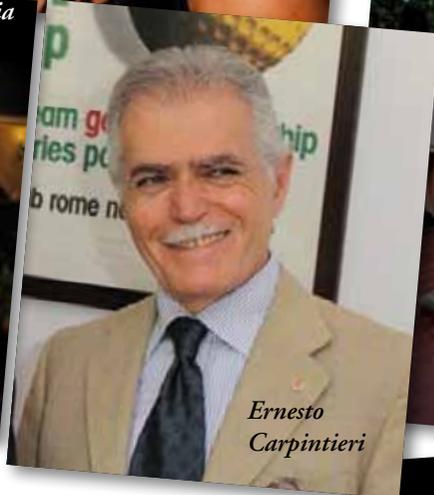
*Alice Nicoletti*



*Mark Bellanca*

*Valentina Calia*

*Ernesto Carpintieri*



sforzo, il lavoro ed i sacrifici profusi direttamente sul campo di battaglia o per meglio dire sul verde del green.

**Andrea Alpini** direttore Itinerari Enogastronomici Culturali Golfistici, **Dario Bartolini**, direttore Recensioni Tecniche, **Mark Bellanca**, presidente Golfmate IFT Italian Fashion Team, **Maria Grazia Borelli** presidente Golf People Club House, **Barbara Caputo** direttore area Iniziative Speciali, **Ernesto Carpintieri** presidente Comitato Editoriale e direttore sede Roma, **Saenuri Chon**, direttore area Corea, **Mirko Crescimone**, direttore area Motori, **Giuseppe Germano** direttore area Sud, **Andrea Renault** direttore area Toscana, **Katya Cynthia Egle Giorgi** direttore area Svizzera e Montecarlo, **Vincenzo Junior Lorusso** direttore area Giovani, **Stefano Merlini** direttore fotografia, **Alessandra Bussi Moratti** direttore area Dinastie, **Nella Petych** direttore area Russia, **Ivana Romanello** direttore area Dubai e Medio Oriente, **Yulia Shesternikova** direttore area Siberia, **Ai Shinozaki** direttore area Giappone.

Da questo numero inizia la collaborazione con due cari amici, nonché prestigiosi e riconosciuti professionisti: **Amedeo Gorja**, giornalista sportivo televisivo ed **Alessandra Carbone**, avvocato, esperto di diritto sportivo.

*Saenuri Chon*



*Yulia Shesternikova*



*Katya Cynthia Egle Giorgi*



*Stefano Merlini*



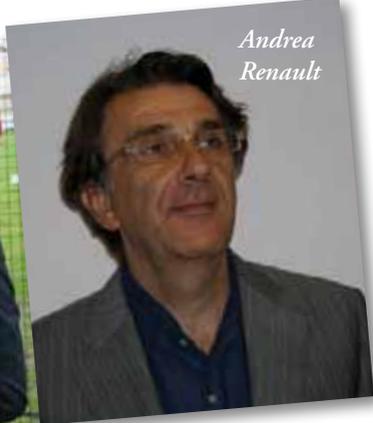
*Bianca Maria Miola Vecelli*



*Raffaella Pastore, Vincenzo Junior Lorusso*



*Andrea Renault*



**ERRATA CORRIGE**

Nello scorso numero si sono verificati alcuni errori per i quali ci si scusa con i lettori e con i diretti interessati: in particolare a pagina 5 Franco Piras amministratore delegato Golf Vacanze e presidente Golf Club Le Rovedine, è stato presentato correttamente con la prima qualifica mentre risulta essere direttore generale Golf Club Le Rovedine; a pagina 18 per indicare Mavie Vittadini Bini, nome corretto, è stato utilizzato Mavie Vittadini Guidi; a pagina 31 nella foto di Daniele Bevacqua, nome corretto, è stato riportato Davide Bevacqua; a pagina 37 Alberto Ricca è stato presentato come Alberto Rocca; a pagina 57 Giampaolo Abbondio, nome corretto nel titolo, nella didascalia fotografica invece è comparso Giampaolo Abbondi a pagina 64 Paolo Piras, indicato correttamente nella presentazione, nella relativa foto è stato presentato invece come Franco Piras.

## GARE AMATEUR: UN LAVORO DA PRO



**N**on possiamo che registrare con piacere l'entusiasmo che circonda la nostra rivista. Evidentemente parlare di relazioni nate e sviluppate attraverso il golf è un argomento sentito che appassiona i nostri lettori.

Ci siamo chiesti, nell'ambito della redazione, chi siano i veri protagonisti di questa comunità che stringe amicizie, allarga conoscenze e rapporti personali e di business.

Anche in questo numero troverete una serie di articoli a testimonianza di quanto stiamo dicendo.

Leggetevi per esempio l'intervista di **Paolo Piras**, uno che da sempre ha intuito le potenzialità che il mondo del golf può offrire e che traccia una visione tra presente, passato e futuro di chi può vantare oramai un'esperienza ed un successo ottenuti sul campo. Guardate le foto della nostra festa alla magnifica **Terrazza Borrelli**, quella che è stata eletta la nostra **Club House**, dove un altro appuntamento di mondanità, ha permesso

l'incontro di interessi diversi ma qualificati, che hanno come unico comune denominatore il golf.

I nostri articoli sui servizi finanziari sono più che mai attuali e toccano ancora una volta argomenti di interesse generale e che vanno oltre quelle che sono le difficoltà e le tensioni del singolo momento. Abbiamo suggerimenti anche su stress mentali e tecniche di rilassamento, che ben si sposano con gli articoli su **Villa Schiarino** ed il **Body Mind Yoga** per golfisti.

Gli itinerari eno-gastronomici in questo numero vi portano fino all'**Azienda Agricola Fratelli Cavallini**, e poi come sempre molte altre interviste, presenze in molti circoli del nostro stivale ed uno spazio sempre dedicato al mondo femminile, con il simpatico articolo di **Beatrice** sulla "modalità golf" al femminile.

Una parola però speciale va spesa per quella schiera di professionisti che attraverso il loro lavoro rendono possibile lo sviluppo di questo fenomeno tutto italiano, delle gare dei circuiti, delle finali, dei premi e dei gadget promozionali.

**In questo editoriale io ne citerò solo alcuni che, per qualità e visibilità professionale, rappresentano sicuramente una parte considerevole di questo panorama, ma se qualcuno dovesse sentirsi escluso, avrà il piacere di nominarlo successivamente, qualora ci invii le proprie credenziali.**



della rivista **Golf Today**, giornalista non solo di grande esperienza del settore ma sempre puntualmente documentata), un numero davvero impressionante, soprattutto se si tie-

ne conto che i tesserati nel nostro Paese si attestano a quota **100.000** e, moltiplicando questi numeri, i giocatori coinvolti nelle gare sono stati circa **1.300.000**, che ha generato incassi, solo in termini di tasse ed iscrizioni, qualcosa come **15/20 milioni di euro**.

Ogni giocatore tesserato ha perciò disputato durante l'anno circa **15/20** giri in gara, con un indotto che per quanto riguarda organizzazioni, gadget, incentive vari, premi e finali, ha mosso un controvalore superiore ai **100 milioni di euro**. Cifre davvero impressionanti!

Se si considera che, il successo e l'efficacia di queste manifestazioni sono state solo parzialmente scalfite da questo anno di crisi. **Anzi, parlando con gli esperti del settore, si intuisce che l'aver ridimensionato i budget degli investimenti pubblicitari nelle gare di golf, stia generando qualche cosa di nuovo e virtuoso, che troverà grande slancio nell'attesa di una congiuntura economica positiva.**

Mi è venuto in mente di scrivere e testimoniare questo fenomeno, proprio partendo da un simpatico ferragosto, in cui mi sono trovato coinvolto da un travolgente gruppo di amici a mangiare cotechino e purè, nel caldo tropicale di questa estate.

Ero con il gruppo di **Christian Righi** che mi ha raccontato questo suo sogno, partito 11 anni fa, che rappresenta fedelmente la community goliardica ed amichevole di chi si trova sui campi per competere in nome dell'amicizia e di sani "sfottò", visto che il genere di gare di questi circuiti sono le **4 palle** e le **louisiane a 2** che portano sempre a finali estere. Così, i giocatori che si sono conosciuti durante il circuito, finiscono anche per passare le vacanze insieme, creando un saldo rapporto di amicizia, in un movimento talmente travolgente, che il buon Christian





ha voluto cercare un valido collaboratore in **Marco Melli**. Vorrei farvi capire lo spirito di queste finali citando lo stesso Christian, **“tutto è all’insegna del golf ma soprattutto dell’amicizia, tutto là è pazzesco, pieno di gioia e si torna a casa rinnovati”**. Oltre a questi circuiti Christian si è inventato pure l’**Orange**

**Jacket**, un circuito di singoli, dove facendo il verso al **Master di Augusta**, al posto della giacca verde, ai vincitori viene data una giacca arancione, simbolo della loro performance. Per sovvertire l’ordine naturale delle cose, le premiazioni sono tra le più bizzarre (e gradite!): vino, caffè, pasta, salumi, formaggi, persino uno stendino della biancheria. Se non è community questa!



C’è invece chi come **Promoteam**, gestito da **Orsola Marchi** con la collaborazione di **Marta Minozzi**, si inventa un green tinto di rosa e con la gestione dell’**Executive Woman Golf Association**, associa ad un circuito pensato tutto al femminile, eventi di moda,

turismo e culture eno-gastronomiche. Inoltre, in collaborazione con il golf di **Asolo**, **Orsola** gestisce il circuito **Quattro Stagioni** che, in giro per l’Italia, rimane tra i circuiti più gettonati con i partecipanti coinvolti in una lotta all’ultimo colpo per la finale.

Un altro circuito molto seguito, peraltro ormai alla sua **20° edizione**, è l’**A.C.I. Golf** che, organizzato da **Massimo Colognola**, coinvolge ormai ogni anno circa **3.000 giocatori**, di cui **2.000 soci**



**A.C.I.**, che hanno così modo di conoscersi e attraverso il tesseramento fatto sul campo, formano anch’essi una community capace di confrontarsi in una delle associazioni come quella dell’**Automobile Club**, di grandissima tradizione.



C’è poi invece chi, come **Silvia Valli**, partendo grazie alla propria passione per il golf (lei è stata giocatrice di livello nazionale) si è inserita, ormai dal 1987, nel mondo delle gare e delle pubbliche relazioni attraverso gli eventi golfistici.

Soprattutto Silvia dal **1991** gestisce l’**Associazione Italiana Mid Amateur**, che oltre a crescere ogni anno è diventata simbolo di eccellenza nel panorama golfistico italiano. Qui la community diventa particolarmente selettiva, è richiesta un’età di 35 anni per gli uomini e di **30 anni per le donne**, un **Ega di 12,5 per gli uomini e di 14,5 per le donne**. Nonostante questa selezione, nelle gare di Silvia, la lista d’attesa è d’obbligo e quest’anno le tappe del circuito sono andate dai nuovi campi della **Sicilia** a quelli di tutto il territorio nazionale, con in palio una finale alle **Mauritius**, considerata una delle più prestigiose.



Un altro forte giocatore, è **Federico Goj**, responsabile di **MilleEventi Golf**, che oltre a seguire marchi tra i più prestigiosi, quest’anno è stato organizzatore del circuito **Veuve Clicquot**, che regalava a tutte le partecipanti una sacca porta-bastoni dal caratteristico colore arancio, realizzata da Par 72, una community nella community. D’altronde le gare di Federico sono sempre ricche di sponsor con un target di alto livello per la grande soddisfazione dei fortunati partecipanti.

Vorrei poi citare a parte un nome che è quello di **Carolina Bargagni**, che segue ed incarna il marchio **Valtur** per il golf. Scusatemi se ne parlo con affetto, ma chi non ha potuto apprezzare



la gentilezza e la professionalità di Carolina



nell’organizzare le gare, chi una volta arrivato in Marocco non ha potuto usufruire della sua disponibilità nel gestire i green-fee nei vari campi di **Agadir**, non può capire. Carolina con il suo circuito e con la sua presenza in Marocco durante tutto l’inverno, ha creato un esercito di assatanati, disposti ad inseguirla per tutta Italia, pur di riuscire a vincere l’ambita finale al Villaggio Valtur di Agadir.

C’era un gruppo di amici, capitanati da un simpatico commercialista, che spiegava alla squadra di giocatori, come convenisse comprare il biglietto della settimana offerto da **Valtur**, invece delle costose ed estenuanti trasferte all’inseguimento della vittoria per la finale, ma ahimè, la gloria per la vittoria non ha prezzo e non segue alcuna logica economica.

Un altro duo che ha sempre gestito circuiti di successo, è quello di **Franco Sfregola e Andrea Ruggeri**, a cui si è unito ultimamen-



te anche l’opera di **Attilio Zorzan**. Franco è stato per anni il motore di uno dei circuiti di maggior successo che era **Club Med**, ecco perché il **Range Rover Golf Challenge**, trova un pubblico di partecipanti davvero eccezionali.

Sono stato ospite in una gara del circuito quest’estate che schierava alla partenza oltre **230 giocatori**, credo un record per qualunque golf club.

La loro organizzazione che cura anche altri circuiti, è ormai super collaudata: l’intui-



zione di quelle che sono le esigenze di tutti i golfisti e la conoscenza non solo dei circuiti ma anche nella gestione dei campi, fanno di **Franco e Andrea** due persone di grande competenza. Attilio è un fiume in piena, capace di aggregare l'entusiasmo di tutti i partecipanti.

Abbiamo poi i torinesi di **Multigolf** con **Emanuele Vivalda e Marco Fontanone**, che dal 1990 hanno gestito oltre 4.000 gare e che godono di grande



credito, non solo nel mondo Amateur, ma anche in quello professionistico.

Anche loro hanno una lunga schiera di società sponsor clienti, ma la menzione particolare va sicuramente fatta sul circuito giovanile di **Kinder**, che per importanza e dimensioni, è un vero e proprio fiore all'occhiello dell'agenzia.

**Kinder**

re va sicuramente fatta sul circuito giovanile di **Kinder**, che per importanza e dimensioni, è un vero e proprio fiore all'occhiello dell'agenzia.



Vorrei inoltre parlarvi di **Underpar**, nella figura di **Cristiano Carraroli e Stefano Mora**, con la collaborazione della sempre presente **Nicoletta Borgini**, che pur

provenendo da altri settori, sono riusciti a creare un circuito come quello di **Richard Ginori** di grande successo e trampolino di lancio per altri inizia-



tive golfistiche, che il duo **Carraroli e Mora** hanno in serbo per l'avvenire.



Un'altra squadra che merita una particolare menzione, è quella di **Absolute Golf**. **Anacleto Martin con Silvia, Carlo e Gaia Martellozzo**, sono ormai da molti anni il punto di riferimento per quella gara che



più di altre impersona lo spirito trasversale di contatti business, amicizie personali e sana competizione. Ci riferiamo alla **World Corporate Challenge**, una gara dove per essere iscritto devi essere un'azienda, presentare quattro persone legate al mondo di quella azienda, che incontrano altre aziende attraverso la formula di una **4 palle a squadre incrociata**.



Mi sento di dire che tra le tante difficoltà, questo circuito è stato sicuramente uno tra quelli più imitati, senza che però nessuno riuscisse a restare per presenza e per

status per un tempo così lungo.

Quest'anno i numerosi impegni derivanti dal circuito **Audi**, da quello **Martin Argenti e Caribbean**, ha visto l'inserimento di **Elisa Aristo** e di **Andrea De Marco** come onnipresenti sul circuito Corporate e relative semifinali e finali.



Sicuramente da questo elenco frettoloso e parziale, **molti si sentiranno esclusi**, e dunque li invito nuovamente a segnalarci la loro esistenza, la qualità delle gare, **non mancheremo di menzionarli nei prossimi numeri**, anzi varrà per tutti, nominati e non, **rimaniamo in attesa di notizie dei circuiti**, per essere puntuali nell'indicare i nuovi sponsor, le varie tappe e tutto il **gossip** che i **protagonisti** vorranno raccontarci durante lo svolgimento dei vari tornei. **Non ci interessa chi vince la singola tappa, ma ci interessa di più lo spirito e la community che tali circuiti genereranno. Ci interessa sapere delle mangiate conviviali, dei gadget bizzarri che qualche volta vengono distribuiti, dei colori delle magliette che non vi piacciono, di chi solo perché è sponsor, pensa di venire e di riuscire a piazzare il prodotto o a contattare il cliente.**

Quello delle **gare** è un **settore peculiare** del nostro Paese, ma credetemi, una delle poche cose che all'estero ci invidiano. Quando mi trovo a parlare con operatori stranieri del settore, mi menzionano questo fenomeno come se noi fossimo pazzi, ma si capisce sotto sotto che in realtà ci invidiano tantissimo. In questo senso, in alcuni paesi più simili al nostro, come **Spagna e Francia**, qualcosa già comincia a muoversi.

L'elenco però che io ho dato dei professionisti di questo settore, mostra come le nostre credenziali non siano improvvisate, che il **giro d'affari complessivo di green-fee, tasse, gare, organizzazioni** e chi più ne ha più ne metta, arriva quasi a **300 milioni di euro**. Cosa veramente incredibile, è che tutto questo lavoro, tutta questa professionalità, venga alle volte quasi snobbata dalla **Federazione Italiana Golf**, ma anche dagli altri operatori del settore.

**E allora è un giusto tributo al golf che un magazine di relazione-contatto-incontro come il nostro, si presti in maniera disinteressata a raccontare le storie di questo mondo e di questi professionisti.**

**Dario Bartolini**

*Direttore Recensioni Tecniche*

[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)

# 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.



## Privacy Advisors

### LA TUA AZIENDA E' A NORMA CON LA LEGGE SULLA PRIVACY? (L.196/03)



#### *La Privacy mette a rischio la vostra Azienda ...*

*La legge sulla Privacy comporta una serie di rischi – spesso sottovalutati – per le aziende: dalle sanzioni (fino a quasi 300.000 €) previste per le numerose potenziali infrazioni, alla reclusione (fino a 3 anni) per quelle più gravi, all'esclusione dalle gare di appalto, alla corresponsabilità penale in caso di utilizzo dei PC aziendali per fini fraudolenti o - peggio - criminali da parte dei dipendenti, al risarcimento dei danni patrimoniali e morali con il problema dell'inversione dell'onere della prova ex art. 2050 del Codice Civile.*

#### *Ti garantiamo la messa in sicurezza*

*Oltre 5.000 clienti hanno scelto la competenza specialistica di Millennium Consulting, azienda che, tra le prime in Italia, da sempre si occupa esclusivamente di Privacy. Millennium Consulting figura tra i Soci Promotori di Federprivacy  ed è la prima e unica azienda in Italia a poter vantare la Certificazione di Qualità ISO 9000 in materia di Privacy. Il suo DPS è brevettato in ben 163 Paesi.*



**Millennium Consulting**

**Via M. Bandello 1 - 20123 Milano (MI)**

**Tel. 02 4987969 - Fax 02 700538086**

**[info@millenniumconsulting.eu](mailto:info@millenniumconsulting.eu) - [www.millenniumconsulting.eu](http://www.millenniumconsulting.eu)**

## Modalità golf: cambiamento in atto



**P**er apprezzare la vita ci vuole un grande cambiamento. E il golf lo è, soprattutto quando lo scopri da adulto. Chi si è ammalato di golf sa che non si guarisce. Sul perché accada sono stati scritti fiumi di parole: "...emozionante, avvincente, quando lo inizi, molli tutto il resto...", ti permette di stare all'aria aperta, in posti meravigliosi...". Tutto vero. Ma perché una persona adulta inizia a giocare a golf? Consideriamo, poi, che non è uno sport così diffuso, ci devi proprio capitare. **Così nei miei cinque anni da "golfista adulta", rivolgendosi la stessa domanda ai miei compagni di gioco, ho scoperto che l'approccio al golf in età adulta è in genere diverso tra uomini e donne.** I primi iniziano per curiosità verso "un gioco, uno dei tanti giochi". Per le donne, invece, solo in rari casi la molla che scatta è, la semplice curiosità. Il golf entra nella vita delle signore soprattutto per amore o per rispon-

dere a un cambiamento di vita. Per spiegarmi meglio, devo fare una premessa, riguardante il concetto del "giocare".

Agli uomini ho sempre invidiato il loro intramontabile "senso del gioco", che non svanisce con gli anni. Così te li ritrovi adulti (fidanzati o mariti), che corrono dietro ad un pallone nella serata del "calcetto con gli amici" o impegnati nel torneo di tennis o beach volley... tutti momenti "just boys" blindatissimi. E da grandi giocano, esultano, si arrabbiano e si sfottono come facevano da piccoli.

**Noi donne, invece, da bambine giochiamo a fare finta di "essere la mamma di Ciccio bello, di fare la spesa al mercato per comprare frutta di plastica, fare la maestra, la donna in carriera...fare finta di essere grandi".**

Da adulte, la finzione diventa realtà, senza rendercene conto perdiamo di vista il nostro senso del gioco. La famiglia, la casa, il lavoro

tiamo in imprese che da sole non avremmo mai iniziato, neanche per curiosità. Così ci diamo al golf per amore, per trascorrere più tempo possibile con il nostro "lui", nuovo o di sempre, che normalmente, sparisce i week-end impegnato in interminabili gare. Mitica la mia amica **Roberta, che ha cominciato poco convinta, ma solo perché si sentiva "tradita" dal marito per il golf. Oggi guai a toccarglielo.... il suo golf.**

Apprezziamo la vita quando riusciamo a reagire ai suoi cambiamenti, dicevamo. La fine di una relazione, un nuovo lavoro, un trasloco in un'altra città... la necessità di ritagliarsi uno spazio esclusivo e totalizzante fuori della routine familiare. **In questi anni ho ascoltato tante storie di donne che hanno iniziato a giocare a golf per rispondere al profondo cambiamento che la vita in qualche modo imponeva loro.** Riordinare la scala delle priorità, cambiare ambiente, fare nuove amicizie, dedicare più tempo a se stesse... Il golf, con l'impegno che comporta ed i benefici che ti dona, si è rivelato terapeutico, una di quelle valvole salvavita che scattano al momento giusto.

**Così ho scoperto di non essere la sola ad aver scelto, tra le altre, la modalità "golf", quando nella mia vita si è accesa la spia rossa del "cambiamento in atto".** E' un momento delicato, in cui devi scegliere con attenzione le poche cose belle che la Vita ti concede di inserire. Da queste dipenderà gran parte della qualità della tua Vita.

Infine, ho realizzato che, una volta persa la testa per il golf, la passione che induce le donne a difendere il loro spazio, a ritagliarlo, tra i mille impegni di lavoro e familiari, è profondamente legato alla riscoperta di quel senso del gioco, perso un po' di vista nel passaggio alla vita adulta, dalla finzione alla realtà. Voglio concludere con le parole di una cara amica golfista, **Emanuela**, madre e moglie esemplare (unica giocatrice in famiglia), da noi ribattezzata "**tiger Manu**" (e ho detto tutto!): **"il golf mi permette di sfogare la mia passione su qualcosa di sano e sfidare me stessa, cercando sempre di migliorare i miei difetti e andare avanti verso un obiettivo.** E se non ci riesco... pazienza, piglierò la virgola. Ma almeno gioco e mi diverto!"

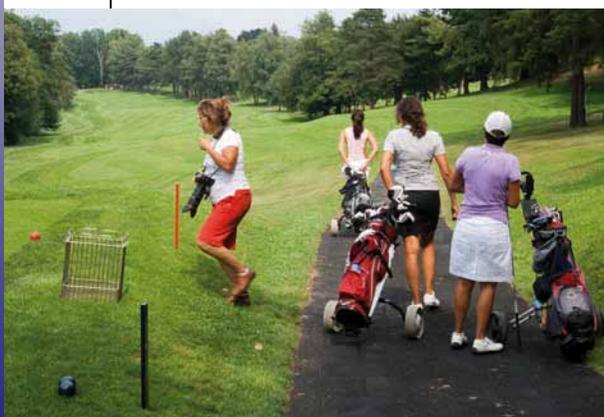
Ecco il golf, il ritrovato senso del gioco.

*M. Beatrice D'Ascenzi*



fanno parte di un copione che non decidiamo più noi e, sebbene realizzate, tutto ciò non sempre ci diverte. Riempiamo il nostro tempo libero con parrucchiere, shopping, attività di volontariato e culturali, cene con le amiche, palestra per mantenerci in forma... ma raramente conserviamo il tennis, la pallavolo o la pallacanestro, perché sono sport che facevamo da piccole e che crescendo tendiamo ad abbandonare.

Coerenti con la nostra natura, ci innestiamo nella vita delle persone che amiamo e ci but-



*Intervista a Paolo Piras, Presidente GolfVacanze Spa e Presidente Golf Club Le Rovedine*

## IL GOLF IN ITALIA, TRA PASSATO, PRESENTE E FUTURO

*Incontriamo Paolo Piras, cagliaritano di nascita e milanese di adozione, una vita da imprenditore nel turismo e nel golf tutta da raccontare.*

*Prima in Sardegna come partner di Charles Forte nella realizzazione del Forte Village Resort e poi come mediatore e responsabile dello sviluppo del Tanka Village, tuttora due dei più grandi investimenti turistici nel Mediterraneo.*

*Poi negli Stati Uniti per un lungo periodo e agli inizi degli anni '80 il rientro a Milano dove acquisisce dal Gruppo Fiat le agenzie di viaggio Ventana e avvia un piano di ristrutturazione che porta alla costituzione di Acentro Turismo, azienda che diviene leader nel business travel e nelle organizzazioni di vacanze legate al golf ideando il catalogo di viaggi GolfVacanze.*

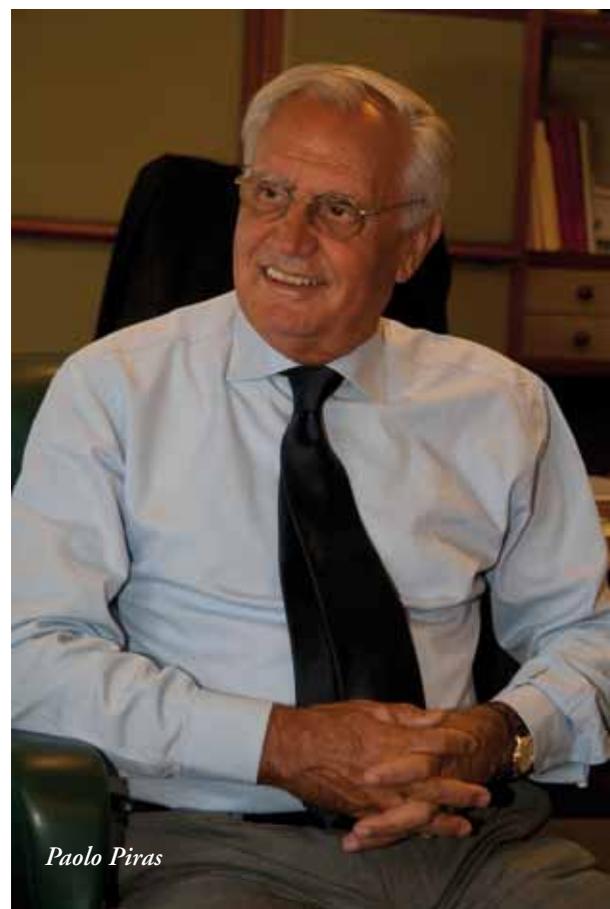
*Nel 1980 fonda Golfvacanze Spa ed acquista la proprietà del Golf Club Le Rovedine di Milano, prima 9 e poi 18 buche da campionato, il primo golf club "aperto" in Italia secondo il modello commerciale più diffuso nei paesi anglosassoni. Presidente dell'associazione sportiva ASD Golf Club Le Rovedine sin dal 1980, è il decano dei presidenti di golf club della Federazione Italiana Golf. Con GolfVacanze ha realizzato studi di fattibilità, piani di sviluppo, progetti, azioni di marketing, campagne promozionali e pubblicitarie ed organizzazione di eventi speciali per conto delle più importanti aziende italiane ed internazionali.*

**D**ottor Piras, vista la sua competenza nel mondo del golf nazionale ed internazionale ci racconti come si è avvicinato a questo sport, la sua storia e la sua visione del futuro. Quando ha iniziato a giocare?

A metà degli anni '70. Allora il golf era ancora

percepito come un ambiente "snobistico", ancor prima che **elitario**. Le basti pensare che quando mi sono iscritto per la prima volta ad un club, mi è stato consegnato un modulo da compilare, che oltre al nome ed al cognome chiedeva "**titolo nobiliare**" e conti correnti bancari. Per poter accedere al campo si doveva avere **24 di handicap**, il massimo per quel tempo, conseguito sotto la guida del segretario del circolo.

A fine '79 mi trasferii a **Milano**, cercando una località dove fosse possibile allevare quattro figli abituati ai grandi spazi della **Sardegna** e trovai un complesso edilizio in via **Ripamonti**, di ottimo livello e unico per l'epoca, con scuola americana, medie, asili, campo da



Paolo Piras



calcio, atletica e... un campo da golf a **9 buche**, ancora in costruzione. "E' il posto giusto", mi dissi subito ed in poco tempo mi trovai **Presidente** della neonata associazione sportiva **Golf Le Rovedine**. Qui in un tempo in cui i campi riconosciuti erano quelli con quota azionaria, ho concretizzato la mia visione imprenditoriale dello sviluppo del gioco **importando in Italia il modello del Golf Club "aperto" al pubblico che avevo osservato soprattutto negli USA.**

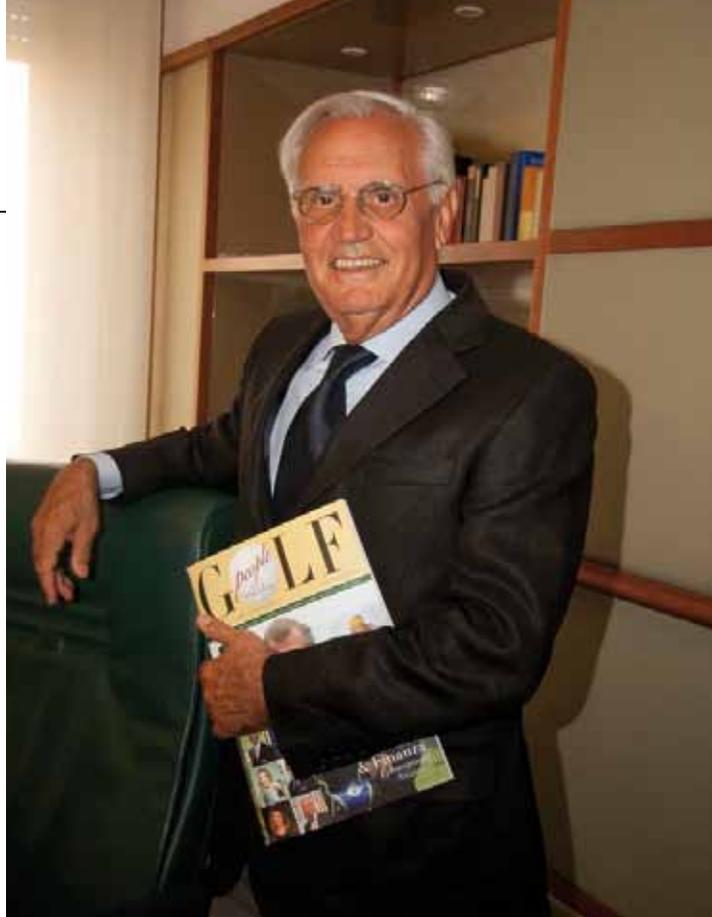
**Per lei il golf è un gioco o uno sport?**

Un po' di tutto, un gioco, uno sport, una passione ed anche una professione. Come sport vale la regola di sempre, chi si impegna di più e si allena gioca meglio degli altri, chi ha più talento si allena di meno ma raggiunge più facilmente buoni risul-

tati. Ho giocato a golf in tutto il mondo ed ho sempre incontrato persone che ne rispettano e ne condividono le regole scritte e non, un aspetto che mi piace e che a mio avviso sta alla base del convivere civile. **Ho trovato nel golf uno straordinario mezzo di socializzazione e mi sono lasciato coinvolgere in una mentalità nella quale ciò che vale è l'aspetto sano, qualcosa che faccia bene a se stessi, alla propria salute ed alla propria anima, che preservi la natura, anche solo nel mettere a posto una zolla dopo un tiro.** Insomma, mi piace il golf perché è sempre una sfida contro il campo si gioca insieme a dei compagni e non degli avversari e, a tutti i livelli e a tutte le età, grazie all'handicap ed alla categoria di appartenenza, si compete secondo questo spirito e soprattutto ci si diverte.

**Torniamo agli aspetti professionali. GolfVacanze è una vera e propria Family Golf Company dove lavorano tutti i suoi figli. Com'è avvenuto il loro inserimento in azienda?**

Hanno tutti fatto studi diversi e sono entrati in azienda con professionalità diverse. **Franco** è oggi l'amministratore delegato di **GolfVacanze** e si è affermato come progettista di campi da golf firmando alcuni dei più bei campi realizzati recentemente in Italia (vedi **Donna Fugata** n.d.r.), **Laura** dirige la qualità, il marketing e la comunicazione di **Acentro Turismo**, **Roberto** è amministratore delegato di **Acentro Turismo** e **Davide** crea e gestisce il catalogo di viaggi **Golfvacanze**. Indirizzi diversi, teste e professionalità diverse all'interno della stessa azienda. Ci vediamo per stare insieme, ma non parliamo mai di lavoro tutti insieme. Sono dentro la società da quando erano ragazzi e poi si sono tutti laureati mentre lavoravano. All'inizio non gli ho mai dato la classica "paghetta", il mio messaggio era "tu fai, ti impegni e io ti compenso", un vecchio sistema patriarcale



Paolo Piras

parte appartengono ai soci. Dall'altra parte infatti bisogna considerare che per giocare ci vogliono i percorsi ed un campo da golf occupa mediamente **600.000/700.000 metri quadri** e la sua realizzazione costa una media di **8/12 milioni di euro** senza considerare il valore del terreno. Per gestire un percorso ci vogliono almeno una quindicina di persone, aggiungiamo i macchinari e tutto quello che può servire... ed il tutto costa. Da qui nasce la necessità di suddividere questi costi tra coloro che vogliono giocare ed utilizzare questo patrimonio. Da una nostra analisi sui dati federali, in **Lombardia** oggi il **numero medio** di giocatori per campo è di **250**, la metà rispetto alla media in

secondo il quale i **figli devono contribuire per la crescita della famiglia**. Sono cresciuti lavorando, hanno un grande rispetto del lavoro perché è l'elemento fondante delle loro vite. Anche se talvolta le opinioni non coincidono ci confrontiamo con la massima libertà, qualche volta discutiamo, anche animosamente, ma sempre con l'obiettivo di andare avanti e di fare possibilmente sempre meglio del giorno prima.

**Cambiando scenario, qual è la sua visione del golf italiano e soprattutto del suo futuro?**

La mia visione va contro quello che si sta dicendo negli ultimi tempi, ovvero che questo sport stia vivendo un momento di grande sviluppo: **attenzione, sono i tesserati che stanno crescendo, i golfisti sono un'altra cosa.**

Noi abbiamo un'entità istituzionale, che è la **Federazione Italiana Golf**, la quale ha come scopo principale la promozione dello sport per la quale ci vogliono soldi che provengono dalle tessere federali. La Federazione ha quindi tutto l'interesse di incrementare i tesserati il più possibile e **non rientra nei suoi compiti farsi carico della promozione dei singoli golf club che per la maggior**

**Europa** e la **Lombardia** rappresenta  $\frac{1}{4}$  del golf italiano. Questo vuol dire che le quote da noi sono mediamente il **doppio** rispetto al resto d'Europa. Solo il **71,5%** dei golfisti lombardi è iscritto ad un club ed il rimanente **28,5%** è, come si dice, un "tesserato itinerante" e la media nazionale non si discosta molto da questi dati. **Di fatto questi "tesserati senza percorso" non sono sinergici alle esigenze dei golf club e del mantenimento dei campi.**

**Cosa sta succedendo all'estero e soprattutto negli USA dove ci sono 25 milioni di giocatori?**

Una recente indagine della **National Golf Foundation** sulla situazione del golf oltre oceano, ha messo in risalto un fenomeno di crisi dei golf club che ha molte similitudini con quello che sta accadendo nel nostro paese.

Oggi, negli **Stati Uniti** ci sono **4.415 golf club privati**, incredibilmente lo stesso numero di 60 anni fa, su un totale di oltre **20.000 percorsi**. Un altro dato interessante è che si è passati da una crescita di **380 campi all'anno** negli anni '80 ad una crescita di soli **50 campi** per anno nella decade **2000-2010** e le stime per l'intero decennio **2010-2020** parlano invece di una chiusura dai **500 ai 1.000 campi** sul totale dei **20.000 attivi**.

La crisi sta colpendo anche i club privati ed oggi il **10-15%** di questi è in forte crisi e tutti in generale stanno confrontandosi con le nuove sfide del mercato che hanno comportato una riduzione dei soci e una contrazione del numero dei green fee. Il **calo medio** delle iscrizioni nell'ultimo anno si è aggirato attorno al **13%** (con punte del **-29%**), mentre il numero dei **green fee** è sceso mediamente del **17%** (con picchi del **-22%**).

**Qual è la reazione dei club, che cosa fanno per fronteggiare la crisi?**

La maggior parte dei club, per migliorare la propria posizione di mercato e per recuperare soci e redditività, stanno percorrendo le seguenti principali strategie:

in ordine da sinistra: Franco, Paolo, Laura, Roberto e Davide Piras.



# MERCATI FINANZIARI IN TEMPESTA? SCEGLI LA SOLIDITÀ.

ORO FISICO DA INVESTIMENTO:  
IL BENE RIFUGIO PER ECCELLENZA, DA SEMPRE.

Lingotti d'Oro da investimento svizzero,  
purezza 999,9 - prodotti da fonderie LGD

Iscrizione all'elenco Banca d'Italia degli Operatori Professionali in Oro al n. 5003371



Per informazioni : +39 0362 942552  
acquisti@bmpi.it www.bmpi.it

  
BANCO METALLI PREZIOSI  
DA INVESTIMENTO SPA

1. **ricerca di nuovi capitali per investimenti migliorativi su percorsi e club house;**
2. **introduzione di nuovi servizi ed attività e diversificazione dell'offerta;**
3. **sconti e offerte di quote di iscrizione a condizioni speciali.**

A livello generale i club economicamente più in salute, sono più propensi ad investire, mentre i club più colpiti dalla perdita di soci e meno virtuosi sotto il profilo finanziario, non avendo altrettanta possibilità di accesso al capitale per fare gli investimenti di cui avrebbero bisogno, sono più propensi a concedere degli sconti e offrire nuovi tipi di iscrizione nel tentativo di sostituire gli iscritti persi. Tali club danno così l'avvio ad un **pericoloso circolo vizioso**, si tratta infatti del cane che si morde la coda, abbassamento dei prezzi, minore manutenzione e minori servizi offerti e quindi ulteriore perdita di soci.

#### **Che similitudini vede con la situazione italiana?**

Dai dati negli **USA** emerge che circa il **65%** degli attuali iscritti a golf club è fortemente intenzionato a mantenere l'iscrizione nei prossimi cinque anni. Un altro **20%** è in **"bilico"** tra confermare e non, mentre circa un **15%** è a forte rischio di non rinnovare la propria iscrizione. La principale causa del non rinnovo è stata indicata nella crisi economica e conseguente riduzione / incertezza del reddito.

Così come in Italia, i club privati americani hanno svolto un ruolo importante nell'esperienza golfistica dal momento in cui questo sport è stato introdotto. I Golf Club continueranno indubbiamente a far vivere un'esperienza golfistica ad alto livello ed elitaria a coloro che apprezzano ed aspirano a questa tipologia di servizi. **Ma certamente, molti club sono o saranno presto costretti a prendere decisioni importanti riguardo la sostenibilità dei loro attuali modelli di business.** Molti l'hanno già fatto con successo; altri seguiranno sicuramente questa evoluzione.

Anche in Italia il golf è nato ai primi del secolo

scorso nei primi storici club privati. Abbiamo poi assistito allo **sviluppo** dei campi legato alle **iniziative immobiliari** e negli anni '80 ad un boom di percorsi eccessivo rispetto alla crescita dei giocatori, seguito negli anni '90, dalla riconversione verso campi cosiddetti commerciali o comunque all'apertura dei club privati anche ai non soci con il **conseguente deprezzamento quasi totale del valore delle quote azionarie a suo tempo emesse per la realizzazione dei golf club.**

Di fatto nell'ultimo decennio si è creato un eccesso di disponibilità nei percorsi, non allineato alla crescita dei "soci" giocatori. **C'è una situazione davvero preoccupante che vede da un lato la mancanza di nuovi "soci" giocatori e dall'altro il progressivo impoverimento dei circoli che dispongono di un percorso a 9, 18, 27 e 36 buche.**

Purtroppo i dati confermano che di fatto la politica del **tesseramento libero** adottata dalla nostra federazione non sta producendo nuovi soci per i circoli di golf ma ha avuto solo l'effetto di **far migrare** i soci dai golf club. Tale migrazione ha poi generato lo sviluppo di intermediari o meglio campi promozionali "virtuali" che si rivolgono ai golfisti "senza percorso". per vendergli la tessera federale necessaria per poter mantenere la loro attività sportiva. Questo fenomeno crea un conflitto di interessi tra giocatori "soci" paganti la quota associativa e tesserati liberi che utilizzano il campo e le strutture sostenendo costi decisamente inferiori a quelle dei soci

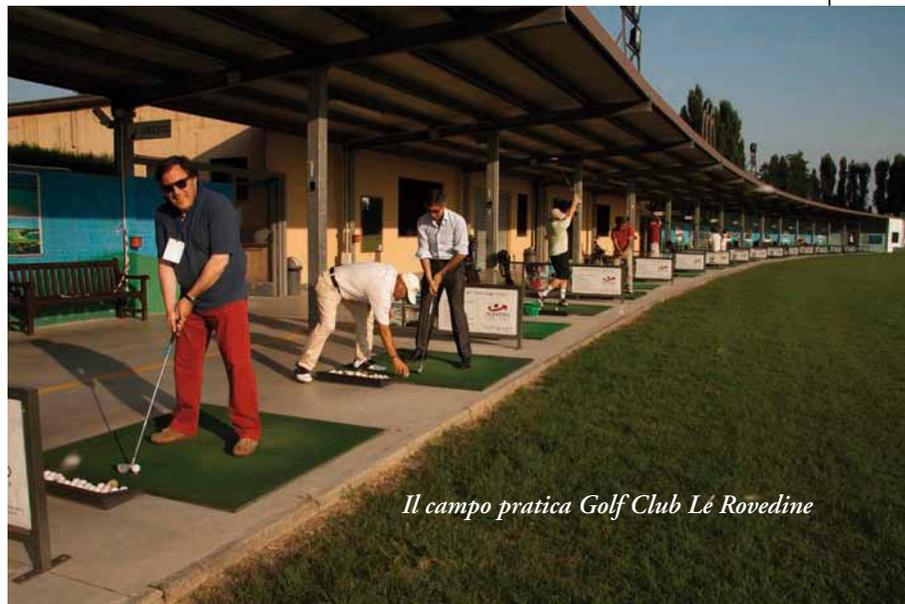
**Ma quanto può durare questo fenomeno ?**  
Con questa logica nessuno vuole sostenere i co-



sti per mantenere il patrimonio e la gestione dei campi ed il tesserato libero contribuisce al depauperamento del patrimonio del quale si vuole usufruire sempre a prezzi più bassi. Vi sono poi percorsi che sono stati costruiti con una visione imprenditoriale immobiliare in zone nelle quali non c'è un bacino di utenti residenti sufficiente, e con l'attuale crisi del settore immobiliare non c'è da stare allegri.

#### **Quale potrebbe essere la soluzione per risolvere questi problemi ?**

Non esiste una soluzione che sia uguale per tutti poiché come detto in premessa le ipotesi di adeguamento alla situazione del mercato variano da club a club e da caso a caso. A livello generale penso che i golf club debbano ricercare un'intesa subito per concentrarsi su attività promozionali che mirino a far crescere realmente i "soci" giocatori, a beneficio di tutti.



*Il campo pratica Golf Club Le Rovedine*

*Paolo Caimano, 64 anni, Presidente di Elgon, società specializzata in cosmetica capillare, golfista e Censore del Lions Club Lainate*

**D**ott. Caimano, com'è iniziata la Sua esperienza lionista?

È cominciato tutto a **Lainate**, la città in cui vivo e dove ormai ventiquattro anni fa è stato creato un **Lions Club** e uno dei miei amici, con cui giocavo a golf, mi ha invitato ad entrare a farne parte. Conoscevo i Lions perchè altri amici mi invitavano periodicamente alle loro riunioni, e mi ha sempre interessato l'idea del "we serve", ovvero "siamo a servizio": **un club Lions non è altro che un gruppo di persone che si dà da fare per raccogliere fondi dai cittadini del luogo d'appartenenza e devolverli ad associazioni benefiche che ne abbiano necessità.** E non solo: quanto viene raccolto serve per molteplici servizi, ad esempio a Lainate abbiamo restaurato parte della celebre Villa Litta, abbiamo inviato fondi per il **PAM (Programma Alimentare Mondiale)**, abbiamo contribuito ad alimentare la **Fondazione per i cani-guida per non vedenti**, eccetera. Ciò che al tempo mi ha mosso ad entrare a far parte del Club, quindi, è stata l'idea di dare una mano a chi ne ha bisogno, ma non solo in termini finanziari ma anche di servizio, che è il nostro scopo. **Il Lions è la più grande associazione del mondo, non ha scopo di lucro e, salvo le quote associative, i soci non spendono un soldo.** Non è facile diventare un Lion: bisogna essere dotati di una mentalità che sia dedicata al servizio, che coinvolga la persona al di là delle otto, nove, a volte dieci ore di lavoro quotidiane.

**Organizzare un torneo di golf è, ad esempio, uno dei mezzi per raccogliere i fondi...**

Certo, a **Lainate** abbiamo il **Green Club**, un circolo bellissimo. **Dodici anni fa** ho pensato, assieme ad amici golfisti, che organizzare una gara associata ai Lions poteva essere un'idea. Per esempio, quest'anno il **Club darà delle borse di studio ai bambini delle quinte elementari**

**delle scuole di Lainate**, ragazzi meritori e scelti dalle insegnanti, per poterli aiutare ad andare avanti negli studi e parte dei fondi che raccoglieremo dalla gara di quest'anno, la dodicesima, saranno devolute a questo. Il golf è un altro momento di aggregazione, ci sono tantissimi soci Lions che giocano: sul green ci si conosce, ci si frequenta, ci si capisce, si organizzano cose e si pensa in comune. Parlo di persone che mediamente hanno disponibilità di tempo, perchè come sappiamo giocare a golf significa anche avere cinque ore a disposizione.

**Collaborate con altri Club Lions, ad esempio con i vostri "vicini" di Rho, anche loro molto attenti al golf come momento di aggregazione e strumento di raccolta fondi?**

Certamente, tra l'altro il nostro distretto è una

stano diatribe, anzi, il concetto è di espanderci.

**Come si è avvicinato al golf?**

Ho iniziato grazie a un amico, per combinazione lionista anche lui. **Giocavamo a tennis insieme, e mi invitò a provare con il golf, ma a me non interessava assolutamente, non mi attraeva. Poi, una quindicina di anni fa, "grazie" ad un'ernia al disco, non potendo più giocare a tennis ho cominciato con il golf.** Mi ha attratto subito. E' uno di quegli sport, anche se chiamarlo "gioco" sarebbe forse più corretto, che vedendolo dal di fuori uno non penserebbe mai di rimanerne ammirato così facilmente. **Giocare contro nessuno, praticamente contro se stessi, porta ad un auto-miglioramento grazie al quale ogni tanto si vince anche!** Insomma, ne sono rimasto affascinato, mi sono iscritto a Lai-

**“ Il Lions è la più grande associazione del mondo, non ha scopo di lucro e, salvo le quote associative, i soci non spendono un soldo. Non è facile diventare un Lion: bisogna essere dotati di una mentalità che sia dedicata al servizio, che coinvolga la persona al di là delle otto, nove, a volte dieci ore di lavoro quotidiane. ”**

costola del **Club di Rho**, che è nato prima di noi: alcuni soci di Lainate, Nerviano e altri paesi limitrofi decisero di creare un club "proprio", e i Lions rhodensi all'epoca ci aiutarono molto, sempre con lo stesso spirito: nei Lions non esi-

nate anche se giocavo ovunque potessi, anche in giro per il mondo, dato che il lavoro fortunatamente mi porta molte volte a viaggiare all'estero. È uno sport che prende, nel quale la sportività è essenziale, ho cercato proseliti nelle persone che mi stanno vicino cercando di convincerle che camminare per cinque ore sui prati, a contatto con la natura e gli animali è appagante.

**Passiamo alla Sua storia professionale e ad Elgon, l'azienda che Lei presiede.**

L'azienda è nata da un'idea di mio padre, esperto del settore, che dopo essere stato dirigente di una società di prodotti cosmetici, all'età di **50 anni** decise di mettersi in proprio. Siamo una **family company, dato che da mio padre passò a me e successivamente sono entrati i miei figli.** Inizialmente la nostra attività si occupava unicamente della commercializzazione di prodotti per capelli perchè non avevamo ancora una struttura adeguata; l'attività di produzione è stata una mia idea: la mia esperienza è caratterizzata dall'aver sempre creduto fortemente nel **Made in Italy.** Teniamo poi presente che allora, nel **1970**, in Italia le società produttrici non erano certo molte.



*Claudio Mazzucco, segretario Green Golf Club Lainate*

*Paolo Caimano*



Paolo Caimano con Maria Grazia Borelli e Danizia Zucchella



Diego Sportiello, presidente Lions Club Lainate, Paolo Caimano con Michele Carbone - Banca Euromobiliare



**Dunque l'azienda era sin da allora caratterizzata da uno spirito innovatore...**

Sì, perchè la volontà non era solo di produrre, ma di produrre delle novità. Il nome stesso, **Elgon**, è il nome di un vulcano del Centro Africa: un riferimento simbolico all'eruzione, nel nostro caso di idee innovative, in cui sempre ci siamo e siamo stati riconosciuti in tutti questi anni come azienda innovatrice del settore.

**E quindi avete allargato il vostro raggio d'azione: da azienda commercializzatrice a produttrice...**

E inventiva sul prodotto. Come dicevo prima, un'altra nostra caratteristica, in anni non sospetti, era credere nel **Made in Italy**, al fatto che trainasse la moda come prodotto italiano, e che tutto sommato la moda è legata ai capelli e dunque ai prodotti per capelli, al make-up, ai

profumi; all'epoca pochi ci pensavano. Il riferimento mondiale era l'Oréal ed io un po' presuntuosamente pensavo: "se ci riescono i francesi, perchè non dovremmo farcela noi?"; era il **1976**, e cominciammo ad interagire con dei piccoli distributori svizzeri, portoghesi e spagnoli, facendo delle fiere negli **Stati Uniti**, al **Beauty Show di New York**. Da allora il nostro obiettivo è sempre stato quello di espanderci all'estero, abbinando l'innovazione produttiva alla qualità del prodotto, che per noi è sempre stato un punto fondamentale e vincente per la nostra società; oggi possiamo vantare circa **70 clienti** esteri in più di **65 nazioni nel mondo**.

**Col tempo, come diceva, i Suoi figli sono entrati nell'organico aziendale. Che ruoli ricoprono all'interno della società?**

Ancora prima di loro è entrata **mia moglie**, poi

**mio figlio**, capo fabbrica, e mia figlia, amministratore delegato. Io sono il Presidente, con un ruolo di gestione globale, una mansione di controllo aziendale della nostra **holding**.

**Ci parli di Pidielle. Quando è nata?**

E' nata nel 2000, quando cominciammo a produrre conto terzi, un altro nostro "pallino": visto che abbiamo la qualità, visto che abbiamo i nostri prezzi, perchè non servire aziende commercializzatrici come noi? L'abbiamo fatto, e per non entrare in concorrenza con il nostro marchio abbiamo creato, appunto, Pidielle, acronimo di **Paolo, Dora** e **Lorenzo**: all'epoca eravamo infatti tre soci, io, mia moglie e mio figlio.

**Qual è il vostro target di clienti?**

Quello dei parrucchieri per signora, un mercato professionale. Abbiamo gli importatori per i Paesi esteri, i distributori, una rete di agenti diretti, dunque serviamo direttamente i parrucchieri. Laddove è più difficile avere contatti diretti con il professionista, i distributori pensano alle vendite e agli incassi; noi li supportiamo con un'équipe di tecnici, professionisti che vanno direttamente dal cliente e gli spiegano come si usano i nostri prodotti. Abbiamo creato un'accademia in **Toscana**, dalle parti di **Firenze**, dove teniamo corsi di moda e fashion per tecnici che provengono da tutto il mondo e per i parrucchieri, naturalmente: tre-quattro giorni di lavoro e due giorni di relax, piacere e acquisti in giro per la città. Vogliamo creare un'iniziativa analoga anche a **Milano**: stiamo acquisendo un nuovo spazio, altri **2.200 metri quadrati** per realizzarla.



Giocatori al Green Golf Club di Lainate impegnati al XII Trofeo Lions Club Lainate

# 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 . 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](http://www.bmw.it)



Piacere di guidare

**Concessionaria BMW Lario Bergauto**

Via Campagnola, 48-50 - Tel. 035 4212211 - BERGAMO

Corso Carlo Alberto, 114 - Tel. 0341 27881 - LECCO

**S**ignor Gerosa, com'è arrivato al golf?

All'inizio non lo consideravo, anzi non sapevo praticamente cosa fosse. Abitavo a **Monza** e lì ha sede il **Golf Milano**, avevo dunque occasione di assistere alle gare, ma il gioco non mi attraeva, nemmeno lontanamente, pensavo fosse noioso e banalissimo. Poi, una decina di anni fa, un amico mi ha invitato a provare. All'inizio non volevo, ma poi ci ho provato. E ho scoperto il golf, scoprendo soprattutto che non era per niente così banale come pensavo: non si trattava solo di "colpire una pallina". Casualmente, nel **2006**, in un campo da tennis in terra rossa del **Centro Sportivo di Nerviano** era stato organizzato un corso di golf, con un maestro autorizzato che forniva le attrezzature. Il corso consisteva in quattro sedute settimanali per la durata di due mesi. Mi sono iscritto ed al termine del corso ho continuato, approfittando del fatto che al **Golf Club Le Robinie** c'erano agevolazioni di tesseramento. Ho iniziato a giocare, nel mio lavoro vivevo un periodo tranquillo e con molte pause, dunque trovavo il tempo per giocare frequentemente. Internet, poi, mi ha aiutato molto: mi sono immediatamente messo a cercare siti e forum che trattavano il golf. Dal web ho imparato i primi rudimenti (che poi ovviamente mettevo in pratica sul green), i linguaggi, le definizioni, le regole, insomma il percorso che porta a diventare golfista, che è lungo. Poi ho superato brillantemente l'esame delle regole, sempre a **Le Robinie**.

**Ci parli del progetto "Golf in oratorio"...**

In breve, all'**Oratorio di Cornaredo** avevo notato un campo da calcio molto ampio e, ragionando ormai "da golfista", ho subito pensato che sarebbe stato splendido poterlo usare come campo da golf per tenere corsi per bambini e ragazzi; l'ho proposto al parroco, che ha capito subito il fine dell'idea: l'aggregazione sociale. E così nell'estate **2009** ho cominciato, coinvolgendo da subito una **quindicina di bambini** con i genitori al seguito: semplicemente, mi recavo all'oratorio estivo con la sacca e dieci palline, facendo provare ai bambini, entusiasti, a dare i primi colpi. Quell'entusiasmo era anche il mio, e mi portò ad organizzare e proporre, per l'autunno successivo, il "**GIO**", **Golf in Oratorio** appunto, un vero e proprio corso gratuito di golf per bambini. Ci lavorai due mesi. Il veicolo pubblicitario era l'iscrizione al **catechismo** e preparai **500 volantini**. Il primo anno si sono iscritti in **15**, il secondo anno altri **15**; abbiamo iscritto due ragazzini che frequentano la terza media al corso avanzato al **Golf Club di Lainate**, con la **Battistini Golf School Academy** al costo di **20 euro** l'anno, e lo scorso **28 maggio** si è tenuta una gara a **9 buche**, valevole per l'acquisizione dell'**handicap**.

**Che parte ha avuto l'Oratorio nella fase embrionale di quello che poi sarebbe diventato il progetto?**

L'Oratorio mi ha aiutato e mi aiuta ancora mol-

*Enrico Gerosa, 57 anni, informatico da sempre (si definisce autoironicamente "paleo-informatico"), lavora nei Sistemi Informativi in ambito Finance ed è l'artefice di "Golf in Oratorio", progetto di aggregazione giovanile senza scopo di lucro, organizzato in collaborazione con l'Oratorio di Cornaredo, in provincia di Milano. Lo scopo dell'iniziativa è quello di insegnare a giocare ai bambini fino ai 13 anni, ma soprattutto gli aspetti positivi del golf come l'educazione e il rispetto per gli altri. Da questa esperienza, Enrico Gerosa ha tratto un saggio che porta il nome del progetto, nel quale racconta l'idea, la nascita e la crescita dell'iniziativa..*



to: abbiamo acquistato un **green sintetico** di una **trentina di metri quadrati** e una bella **bandiera regolamentare**. Anche la **Federazione** mi ha aiutato moltissimo (soprattutto grazie ad un amico che in **Federgolf** ha un certo peso), mettendomi in contatto con persone che contano; ad esempio, il responsabile di **Golf Giovani Lombardia**, **Gino Pellizzari**, mi ha regalato tre sacche e abbiamo potuto avere ospite all'oratorio un arbitro che ha spiegato le regole ai ragazzi.



**Ha mai sentito parlare di un'idea analoga alla Sua?**

Per quanto ne so, siamo gli unici in Italia. Se fosse davvero così non mi sorprenderebbe: è da pazzi pensare di fare qualcosa del genere gratis, anzi mettendoci soldi e tempo, senza sponsor, e con l'**unico scopo di far conoscere il golf ai bambini**. Tutto grazie ai molti amici che ci hanno aiutato: tra le nostre attrezzature abbiamo un centinaio di mazze da golf, tutte regalate. Il nostro must è "**Low cost tendente allo zero: se regalate, è meglio**".

**A parte Lainate, quali altri Golf Club hanno risposto alle vostre richieste di collaborazione?**

Molti club, purtroppo, ci hanno ignorato completamente a parte il **Golf Club Rovedine/Mirasole** che ci ospita nei giorni feriali sulle **9 buche executive**. Siamo però tutti tes-

serati presso il **Golf Club San Vito di Gaggiano**, che al contrario di molti altri circoli, ci aiuta molto, ci ospita, fornisce accesso e palline gratis, e c'è una convenzione con il maestro **Jorge Bardas**, un professionista, il che è un bel riferimento per noi: tiene corsi a pagamento ai bambini, che così, come nel caso di **Lainate**, possono imparare da maestri veri e su campi veri. **Golf in Oratorio**, in questo, si sta rivelando un ottimo veicolo per i ragazzi: **noi rappresentiamo lo "step zero", quello che manca nel Progetto Scuola della Federazione, che si limita a mettere insieme due entità già esistenti, ovvero scuola e circolo. Noi arriviamo prima di questi.**

**Ci parli della trasposizione di questa esperienza nel suo libro "Golf in oratorio"...**

Questo è il quarto libro che scrivo, autoprodotta come i precedenti tre; questi sono stati una sorta di raccolta delle mie vicissitudini golfistiche, mentre "**Golf in Oratorio**" è diverso, si tratta di un vero e proprio saggio, un "diario di bordo". I ricavi della vendita del libro saranno interamente utilizzati dallo staff di volontari per il nostro progetto, allo scopo di coprire le spese per la realizzazione degli impianti, dell'acquisto del materiale e i vari costi di gestione delle attività. L'Oratorio non percepisce direttamente nulla dal ricavato, perché il progetto è interamente gestito da volontari laici. **Tutte le attività non sono, comunque, a scopo di lucro.**

**Quanto al futuro? Esistono le basi per una crescita del progetto?**

Vorremmo costituirci come associazione sportiva dilettantistica, ovviamente sempre senza scopo di lucro, semplicemente per essere maggiormente riconosciuti nel territorio. Stiamo lavorando per far-

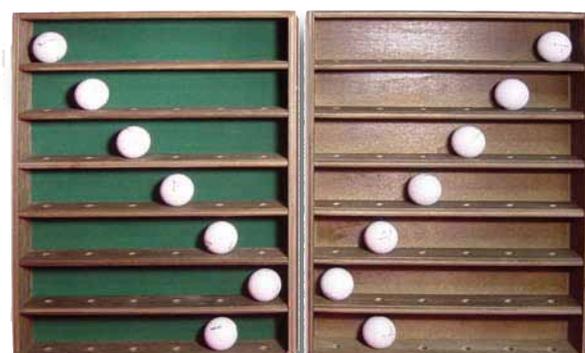
ci pubblicità presso le scuole, le parrocchie, un altro **Oratorio di Cornaredo**, il tutto per acquisire nuovi iscritti. Siamo tutti volontari, ho iniziato da solo, ora siamo in quattro e potremmo supportare anche **60 iscrizioni**. Ora è un'utopia, ma chissà...



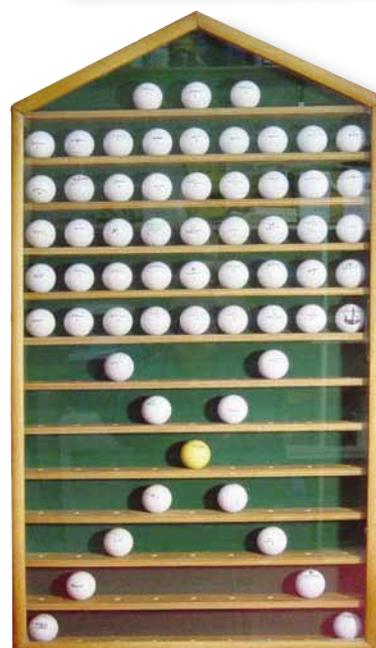
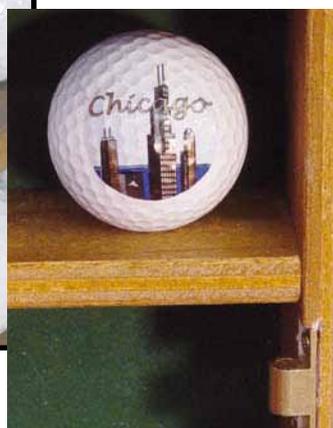


# Quando il legno incontra il Golf.

— testimone delle tue emozioni —



Il legno protagonista, per pezzi unici di arredo. Espositori costruiti con cura artigianale per esaltare la propria passione per il Golf. Materiali, colori e design studiati per incontrare le esigenze più sofisticate dei Golfisti.



Rivolgiti al tuo pro shop o negozio di fiducia.  
Oppure chiedi informazioni: cell. 347 1133905  
e-mail: [and.carena@gmail.com](mailto:and.carena@gmail.com)



**F**ra l'agosto 1404 e il febbraio 1405, nel volgere di poco più di sei mesi, il numerosissimo consortile vercellese degli **Avogadro**, suddiviso a quell'epoca in almeno **otto rami separati**, prestò giuramento di fedeltà al conte di **Savoia Amedeo VIII**, accettando di tenere da lui in feudo i propri castelli e giurisdizioni signorili. La dominazione viscontea, di cui anche **Vercelli** faceva parte da circa settant'anni, sembrava in quel momento in via di disgregazione, dopo la morte di **Gian Galeazzo Visconti**; e proprio a Vercelli, approfittando del temporaneo collasso dell'autorità signorile, la fazione ghibellina dei **Tizzoni** aveva espulso a forza dalla città la fazione guelfa, i cui esponenti più importanti erano appunto gli **Avogadro**. I membri del consortile si trovavano dunque, già da un paio d'anni, costretti a restare fuori da **Vercelli** e a contare esclusivamente sui loro possedimenti rurali, che costituivano peraltro un territorio di tutto rispetto, incentrato su alcuni nuclei contigui e ampiamente fortificati. È in questo contesto che matura la decisione di separare provvisoriamente le sorti del consortile da quelle del comune vercellese e fare atto di sottomissione, unilateralmente, alla potenza confinante, il conte di **Savoia** appunto; ed è in questo momento che i possedimenti rurali degli **Avogadro** divengono tutti, tecnicamente, dei feudi, mentre, fino a quella data si trattava per lo più di signorie detenute a titolo allodiale. Gli **Avogadro** erano una famiglia urbana che fin dalla sua apparizione aveva giocato un ruolo di primo piano nella vita del comune di **Vercelli**, e che nel corso del tempo aveva costruito la sua dominazione signorile nelle

*La mia passione per il golf nasce alla Stanford University americana. Il mio compagno di stanza era un ragazzo canadese, Ralph Trol, una promessa del golf. Mi sono quindi ritrovato a convivere con questo "pazzo", che in una stanza stretta e lunga pattava mille palline al giorno, oppure metteva il cestino da una parte della camera e tirava centinaia e centinaia di palline dall'altra, facendo quasi sempre centro.*

campagne in un costante rapporto dialettico con il comune cittadino, di cui gli **Avogadro** erano al tempo stesso dirigenti e interlocutori. Anche quando Vercelli era stata incorporata nella dominazione viscontea, la posizione giuridica della famiglia non era mutata: è in quanto cittadini di **Vercelli**, non in quanto signori rurali, che gli **Avogadro** si consideravano fedeli dei **Visconti**, anche se il rapporto clientelare stabilito con questi ultimi garantiva loro, come vedremo, speciali privilegi nel rapporto col comune vercellese. Quello degli **Avogadro** è dunque, per certi aspetti, un caso esemplare di quella che da tempo si è convenuto di chiamare la rifeudalizzazione quattrocentesca.

#### Cominciamo a parlare della Sua famiglia.

Le origini della mia dinastia risalgono a prima dell'anno **1000**, dicono gli storici. Le prime date certe dicono tra il **1010** e il **1020**. Sicuramente, il mio albero genealogico comincia nel **1400**. Le origini sono piemontesi, con base a **Torino**, e successivamente i diversi rami della famiglia si sono stabiliti nel vercellese, dando origine a vari feudi: io sono **Avogadro di Vigliano**, dunque con il feudo

di **Vigliano, Valdenigo e Montecavallo**.

**A quale generazione di Avogadro di Vigliano appartiene Lei? 40esima, 50esima? Ha "fatto i conti"?**

No, mai fatti. Mio padre, che è lo "storico" della famiglia, potrebbe rispondere a questa domanda...

**Ha figli?**

Ho un figlio maschio, di **due anni, Pietro Umberto**, che continuerà la dinastia...

**Parliamo della Sua attività di imprenditore...**

Vivo più della metà del mio tempo a **Singapore**, come base. Lì ho una società, che per quarant'anni è stata seguita da mio padre, la quale si è sempre occupata di import-export, principalmente come hum per brand **Made in Italy** in tutto il Sud-Est asiatico, a 360 gradi: dalla **Ferrari** alla **Pirelli** negli anni '70, all'alimentare, soprattutto sul caffè (**Lavazza, Segafredo, Zanetti**). Oltre a questo, abbiamo venduto e vendiamo tuttora impianti per la produzione di piastrelle; partendo sempre da **Singapore**, poi verso la **Cina** e l'**Australia**, ci siamo ramificati in questo settore, anche se di questo si è occupato soprattutto mio padre. Questo è stato l'iter giornaliero fino alla metà degli anni '90, quando mio padre cominciò ad avere un approccio più "soft" con il lavoro, rimanendo a vivere a **Singapore** ma concedendosi periodi anche lunghi tra la **Thailandia** e l'**Indonesia**. Giocando a Golf, naturalmente.

**Anche il golf è una tradizione di famiglia, dunque. Nata da Suo padre o risalente ad ancora prima?**

Sostanzialmente da mio padre, che ha cominciato a giocare negli **anni '70**, sempre a **Singapore**.

**E in Italia? Quali circoli frequentava e frequenta Suo padre?**

Siamo entrambi soci a **Biella**, io poi per semplice vicinanza con Milano ho scelto **Bogogno**, e sono tesserato a **Peverso**, sono piuttosto "itinerante" ma Peverso è il posto dove gioco maggiormente, passando in **Sardegna** un mese e mezzo tra luglio e agosto riesco a giocare quasi tutti i giorni, se non le 18 buche almeno le **9 buche serali**.

**Che handicap ha?**

Oscillo tra il **4** e il **5**, quindi è ancora discreto.

**Ha vinto qualche gara importante? Per "importante" intendiamo anche gare che abbiano un valore personale per Lei, essendo un amateur...**

Dovrei andare a controllare tutte le coppe che ho in



*Il Conte Simone Avogadro di Vigliano con Massimo Moratti, patron F.C. Internazionale Milano*

# SOLO I MIGLIORI PROFESSIONISTI INDIPENDENTI DEGLI INVESTIMENTI IN ITALIA VANTANO ISCRIZIONE E CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ ASSOCONSULENZA



Assoconsulenza Associazione Italiana dei Consulenti di Investimento fondata a Milano il 16 dicembre 1996 in stretta collaborazione e con il plauso dei ministeri economici, delle autorità di controllo dei mercati mobiliari, degli operatori finanziari e delle istituzioni accademiche e di ricerca, non ha fine di lucro, è la prima ed è l'unica associazione di categoria in Italia, accreditata e riconosciuta a livello istituzionale, essendo entrata a far parte rispettivamente dal 1999 e dal 2000 del COLAP - Coordinamento delle Libere Associazioni Professionali e della Consulta delle Associazioni delle Professioni Emergenti del CNEL (Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro) dal 2006 è presente ufficialmente sull'annuario ABI Associazione Bancaria Italiana, vi possono aderire sia le persone fisiche che le persone giuridiche in possesso dei necessari requisiti di onorabilità e professionalità ed ha per scopo istituzionale lo sviluppo e la regolamentazione dell'attività di consulenza in materia di investimenti in strumenti finanziari, e di conseguenza la tutela degli interessi dei soggetti esercitanti tale professione e della relativa clientela sia privata che istituzionale. Assoconsulenza, è presente in Italia con **38 delegazioni** provinciali ed all'estero con **13 strutture**, ha radiato in **15 anni 350 iscritti** ed ha registrato oltre **700 associati** in rappresentanza delle più importanti istituzioni finanziarie nazionali ed estere, e si pone come organismo di riferimento e di confronto per intermediari finanziari, autorità politiche monetarie e di borsa, organi di stampa, istituzioni accademiche, associazioni di categoria, ordini professionali sia a livello italiano che a livello internazionale.



**ASSOCONSULENZA**  
FONDATA A MILANO NEL 1996

Associazione Italiana Consulenti di Investimento  
Segreteria Generale: [info@assoconsulenza.eu](mailto:info@assoconsulenza.eu)  
[www.assoconsulenza.com](http://www.assoconsulenza.com)

giro per casa (sorride, ndr). Beh, certamente non a livello di campionati italiani, ma gare importanti per i vari circoli ne ho vinte, dai campionati sociali al **Pevero** ad una gara importante a **Villa d'Este**, ho vinto un campionato a **Bogogno**...

**E all'estero? Ad esempio a Singapore, dove trascorre molto tempo della Sua vita?**

Non gioco molto a Singapore, gioco invece parecchio nella città di Phuket, al **Phuket Golf & Country Club**, un club di cinquemila iscritti provenienti da tutto il mondo. Ma il "mio" golf nasce negli **Stati Uniti**, dove ho vissuto più di vent'anni. Negli Usa frequentavo il liceo ed ero tennista. Ero forte, sono anche stato classificato **B1**, dunque il mio obiettivo era quello di diventare professionista. Ciò mi ha portato a decidere di frequentare un college tennistico.

**Erano anni di grandi tennisti italiani...**

Sì, erano gli anni di **Claudio Panatta**, soprattutto, uno della mia generazione.

**Dove si trova il college americano che ha scelto per inseguire il sogno di tennista professionista?**

In **Arizona**, a **Scottsdale**, che è considerata una



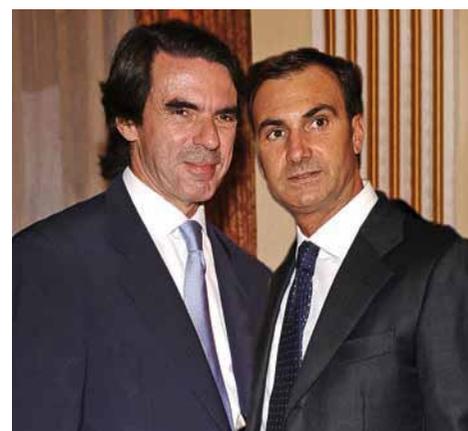
sorta di **Beverly Hills** del posto, molto conosciuta anche per il golf. Dunque sono arrivato lì per via del tennis, fino a quando mi sono scontrato con delle realtà tennistiche a livello mondiale e, pur essendo all'epoca un ottimo giocatore, mi sono man mano reso conto che non sarei arrivato dove avrei voluto arrivare. Ho giocato contro gente come **John McEnroe** e **Jimmy Connors**, ovviamente non in tornei, avevo quindici-sedici anni. Concluso il discorso tennistico, quando ho dovuto scegliere un indirizzo universitario, a diciotto anni mi sono trasferito **dall'Arizona al Sud della California**, in una piccola università specializzata in business administration, il **Menlo College**, un ateneo da cui, ottenuta una prima laurea quadriennale, si può essere eventualmente selezionati per accedere alla **Stanford University**. Come da tradizione americana per una matricola, il proprio compagno di stanza viene estratto a sorte: nel mio caso si trattava di un ragazzo canadese, **Ralph Trol**, una promessa del golf, colui che mi ha avvicinato a questo gioco. **Mi sono quindi ritrovato a convivere con questo "pazzo", che in una stanza stretta e lunga pattava mille palline al giorno, oppure metteva il cestino da una parte della camera e tirava centinaia e centinaia di palline dall'altra, facendo quasi sempre centro.**

**Ed è avvenuto il "contagio"...**

Sono stato letteralmente contagiato, sì, ed ho iniziato anche io a fare pratica. Il mio primo green, quindi, è stato quello di **Stanford**, il campo universitario di riferimento anche per noi del **Menlo College**. Io seguivo ed osservavo questo ragazzo, che normalmente faceva **18 buche al giorno con 5 ferri** su di un campo altamente competitivo. Nel giro di un paio d'anni avevo raggiunto i **15-20 di hcp**, dunque giocavo già a livelli discreti.

**Oltre che golfista, sappiamo che è Sua intenzione diventare anche imprenditore nel mondo del golf...**

Sì. In questo momento il mio lavoro è maggiormente focalizzato sul **Medio Oriente**, con base in **Arabia Saudita**, a **Dubai**, dove tratto sia commodities che marmo. Oltre a questo, ho una partecipazione nel **GP2**. Riguardo ad investimenti nel settore golf, sto lavorando assieme a mio zio materno in **Lomellina**, venti chilometri in linea d'aria da **Vercelli**, città originaria della mia famiglia. Lì abbiamo un'azienda agricola di nostra proprietà di oltre **200 ettari**, sulla quale stiamo lavorando da un anno e mezzo per potervi creare un campo da golf, convertendo **80-100 ettari** dell'area, ovvero il doppio di quanto necessiti un green da **18 buche**. Il progetto prevede anche una caratterizzazione turistico-alberghiera: un agriturismo, wellness, passeggiate a cavallo, un percorso vita, pesca... L'idea è di creare una realtà diversa,



*Il Conte Simone Avogadro di Vigliano con l'ex Premier Spagnolo José María Aznar*

inserendo inoltre nel progetto la costruzione di abitazioni: a mio avviso il green necessita di essere vissuto anche durante la settimana, non solo al momento della gara.

**Il momento, da questo punto di vista, è "caldo", in Sardegna c'è stata la proposta di costruire nuovi campi da golf e, più concretamente, è recentissima la notizia che in Puglia Cesare Fiorio del Golf Club Pevero è diventato presidente di un consorzio che riunisce diversi comuni del luogo per creare 20 campi. E anche a Cipro c'è l'intenzione di passare da 4 a 15 green...**

Per quanto riguarda la **Sardegna**, un posto stupendo che io conosco molto bene frequentandolo sin dagli **anni '70**, sono più di vent'anni che cercano di portare a fine il progetto e vengono bloccati per diversi motivi, si veda ad esempio lo stop dato ad un master plan che prevedeva tre o quattro campi da golf in **Costa Smeralda**. Obiettivamente, non è facile: noi, ad esempio, abbiamo già disegnato il campo, ma è la parte burocratica ad essere, come sempre, lenta.

**Nel giro di quanto tempo prevede di realizzare il progetto?**

I lavori dovrebbero partire tra un anno e mezzo e vorremmo riuscire a finire tra tre, anche per cercare di essere pronti in vista **dell'Expo**, sempre che l'iter segua un percorso "normale".

**Per concludere, e tornando al golf inteso come gioco e passione, è riuscito a coinvolgere la Sua famiglia? Sua moglie, ad esempio, gioca?**

Sì, ha provato, anche se non è una grande appassionata. Da questo punto di vista vedo meglio mio figlio, a cui ho regalato un bastone giocattolo e che si diverte molto a colpire le palline di plastica...



# C LUB HOUSE

## Happy birthday, Grazia

Golf People Club Magazine ha voluto festeggiare il compleanno di **Maria Grazia Borelli**, presidente **Golf People Club House**, rispettando fedelmente il proprio claim **"Dove i golfisti si ritrovano per consolidare le conoscenze avviate sul Green e sulla Rete"**. Infatti, per celebrare degnamente tale ricorrenza, si è organizzata una esclusiva e ristrettissima cena nella splendida **Terrazza Borelli**.



In tale contesto informale ed amichevole, ma sempre caratterizzato da stile, eleganza ed amicizia, come è nello spirito del gioco del Golf, si sono anche improvvisate delle simpatiche sessioni di iniziazione golfistiche, generosamente profuse da **Silvia Toni**, amministratore



*Maria Grazia Borelli,  
Silvia Toni*

delegato **Toni di Blu**, socia **Golf Club Carimate** di cui ha approfittato con entusiasmo l'amico **Gioacchino Alfano**, eletto nel 2001 alla **Camera dei Deputati** e riconfermato nella carica nelle due successive tornate elettorali, dottore commercialista e revisore ufficiale dei conti, attualmente capogruppo del **Popolo della Libertà** in **Commissione Bilancio, Programmazione e Tesoro** nonché presidente della **Nazionale di Calcio Parlamentari**.

*Daniela Eidenpegh, Bernie Gallotta, Maria Grazia Borelli*



*Gianfranco Re,  
Danizia Zucchella*

Gioacchino Alfano, nonostante i suoi innumerevoli e non facili impegni istituzionali, ha voluto ringraziare, per la bella serata, realizzando un articolo, che verrà pubblicato sul prossimo numero, dal significativo titolo **"IO E IL GOLF, IL GOLF E NOI"**, dove viene anche illustrato il disegno di legge del ministro **Michela Vittoria Brambilla**, denominato **"Misure per incentivare il turismo sportivo tramite la diffusione del gioco del golf e la realizzazione di impianti golfistici"**.

*segue a pag. 26*



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 "grezzo chic" con tentazioni di sfrenato shopping a cui sarà difficile resistere, dalla maglietta firmata all'idea regalo che non avete mai visto.



**ARÔME**  
CONCEPT STORE



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

Via Nino Bixio 1  
Ang. Viale Piave  
0289054712  
aromegroup@hotmail.it  
www.aromegroup.com



# PETTER JOHANNESSEN

## *l'ambasciatore del golf*

**N**ato nel 1949, **Petter Johannesen** si laurea in **Marketing** ed **Economia di Mercato Internazionale** all'Università di **Copenaghen** nel 1974 e consegue successive specializzazioni in **Management, Psicologia e Scienze Commerciali** all'Università di **Oslo**. Per **18 anni** diplomatico di **carriera**, percorso conclusosi con l'incarico di **Consigliere** per gli **Affari Commerciali dell'Ambasciata di Norvegia in Italia**. Successivamente ha maturato una intensa attività professionale a livello internazionale presso importanti istituzioni pubbliche ed aziende multinazionali. Per **10 anni** è stato **Segretario Generale dell'Unione delle Camere di Commercio Estere in Italia e Consigliere della Camera di Commercio Italo-Norvegese**. E' stato inoltre lettore di letteratura norvegese all'Università degli Studi di **Milano**.

Attualmente ricopre i seguenti incarichi: **Console Onorario della Repubblica di Namibia in Italia** ([www.lanamibia.it](http://www.lanamibia.it)), **Vice Presidente Esecutivo di ASSONORVEGIA**, l'Associazione che riunisce gli interessi della Norvegia in Italia ([www.assonorvegia.com](http://www.assonorvegia.com)), **Presidente Assoconsulenza Associazione Italiana Consulenti di Investimento** ([www.assoconsulenza.com](http://www.assoconsulenza.com)).

Attivo in molte realtà economiche e associative italiane, è in vari consigli di amministrazione di aziende e istituzioni in **Italia e Norvegia**.

E' **Ministro dell'Ambiente di Antarcicland** ([www.antarcicland.org](http://www.antarcicland.org)), ha condotto alcuni programmi su **RAI 1**, è coautore del libro **"L'Africa Australe"**, edito da **Ciscra**. E' stato ideatore e Capo spedizione della Spedizione artica **"OLTRE - Beyond the Edge"** nel 2008/2009. ([www.oltre.mobi](http://www.oltre.mobi)), **Advisor e Consigliere di Eco Energy Holding** ([www.eco.as](http://www.eco.as)), un gruppo industriale norvegese che produce sistemi energetici eco sostenibili nonché di **Solving Efeso Consulting** ([www.solvingefeso.com](http://www.solvingefeso.com)).

Ricopre l'incarico di **Strategic Advisor** della **Aker Solutions** ([www.akersolutions.com](http://www.akersolutions.com)) per l'Italia. E' inoltre **Cavaliere** (dal 1984) e **Commendatore** (dal 1991) della **Repubblica Italiana**.

**E il Golf? Perché?**  
Vivevo in **Namibia** a **Windhoek**,

la capitale, ero solo e il ritmo di vita quotidiano mi portava a vivere in maniera un po' "disordinata": mi svegliavo prestissimo, verso le tre/quattro del mattino, non avevo una sveglia ma il mio bioritmo mi portava a quelle alzatacce. Lavoravo un paio d'ore nel mio ufficio in casa e verso le sei del mattino mi recavo presso lo stabilimento in zona **Prosperitas**, una zona industriale situata a **Windhoek**, a due passi dall'aeroporto urbano della capitale. Il **Country Club**, forse la più bella struttura alberghiera sportiva del posto, si trova proprio sull'altro lato della strada e vanta un campo da **golf 18 buche** molto ben frequentato. Arrivando molto presto al mattino, notavo che alcuni managers delle aziende namibiane erano già sul campo pratica, e questo mi aveva incuriosito. Entrato nella Club



House fui accolto con grande simpatia e gentilezza. **John**, il mio coach, **campione mondiale Senior**, un sudafricano biondo, alto, dai modi molto gentili e di grande discrezione, notò il mio scetticismo ma capì che potevo diventare una buona risorsa: mi invitò a passare il giorno successivo, al mattino presto, per le prime lezioni.

**Così nacque la mia gioia per il Golf, non ancora passione, ma gioia nel giocare, nel concentrarmi a colpire quella pallina che i primi tempi, quando riuscivo a farlo, se ne andava dove voleva lei.** Poi, col tempo, non solo riuscivo a colpire la pallina ma arrivavo a spedirla dove volevo, fino a **200 metri** con un **legno 2**. Tornato in Italia doveti mettere il golf un po' da parte, ma ora è giunto il momento di riprendere a giocare: il golf è molto bello.

**Come sono i campi in Namibia?**

E' indubbio che la cultura **Sud Africana** abbia una grossa influenza su quella namibiana, ed il golf non è certo da meno. Molti bianchi appartenenti al ceto più benestante sono golfisti; per questa ragione, in **Namibia** sono stati bravi a sviluppare molti campi da golf, malgrado il clima secco e le difficili condizioni dovute alla scarsità di acqua ed alla terra non troppo sabbiosa.

A **Windhoek** esiste uno splendido **18 buche**, un **par 72**, delizioso come posizione, splendido come campo.

A **Swakopmund** c'è un altro bellissimo **18 buche par 72 di oltre 6000 metri**, di proprietà della **Rossing Foundation** che si trova sostanzialmente nel letto del fiume **Swakop**.

Il campo più "strano" di tutti quello di **Walvis Bay Golf Course**: il campo si trova tra **Union Road** e la **18th Street North**. I visitatori sono sempre i benvenuti.

**Walvis Bay Golf Course** è un'esperienza straordinaria nel deserto circondato dalla vasta bellezza del **Namib**. **Mentre i green e tee sono in erba, i fairway sono di sabbia.** Il Club organizza il **Walvis Bay Open**, un torneo costiero **9 buche** così strano in quanto si trova nelle dune e sostanzialmente bisogna portarsi dietro un piccolo tee per potere partire, tutto in bunker tutto in sabbia, solo il green, per i put sono molto curati con l'erba.

**Il golf è molto praticato in Namibia?**

Certamente, come ho già accennato il golf è una disciplina che viene molto praticata in **Namibia** ed il clima consente di giocare tutto l'anno e tutti i giorni della settimana. I campi sono relativamente economici, e le iscrizioni ai vari clubs sono abbordabili, i green fee sono molto economici. E' bello giocare a **Golf in Namibia** ed è consigliabile in un viaggio d'affari o per turismo ritagliarsi qualche ora per fare un campo.

**GOLF IN NAMIBIA**  
Indirizzi utili  
[www.iml.com.na](http://www.iml.com.na)  
[www.wccgolf.com.na](http://www.wccgolf.com.na)

*Un golfista gioca nel deserto del Namib*



# C LUB HOUSE

Happy birthday, Grazia  
continua da pag.24



Silvia Toni,  
Gioacchino  
Alfano,

**Bianca Maria Miola Vecelli** ha allietato il palato degli intervenuti, avendo, non solo cucinato, ma prodotto personalmente, a mano ed in casa, oltre **5 kilogrammi** di un particolare e rinomato piatto della tradizione culinaria trentina, andato letteralmente a ruba, gli Spätzle, (gnocchetti tirolesi con panna e speck), il tutto innaf-

fiato dal nettare divino prodotto nell'**Oltrepo Pavese, Corvino San Quirico**, dall'**Azienda Agricola Fratelli Cavallini 1919**, e cioè **Corvinus, Pinot Nero, Riesling e Bonarda**.

Un sentito ringraziamento per la simpatia e la disponibilità dimostrata nell'offrirsi spontaneamente quale capo cuoco, è doveroso, oltre che assolutamente piacevole, indirizzarlo a **Gianfranco Re detto "King"**, direttore tecnico e sviluppo dei **Grandi Magaz-**



Daniela  
Eidenpegh



Ivo Volpi di Misurata



Gioacchino  
Alfano

Silvia Toni

**zini e Supermercati Il Gigante** che spogliatosi della grisaglia manageriale d'ordinanza ha indossato il grembiule da chef..



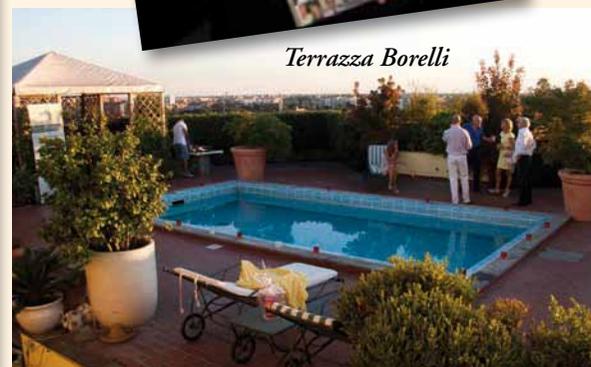
Patrizia  
Tossi



Nella  
Petych,

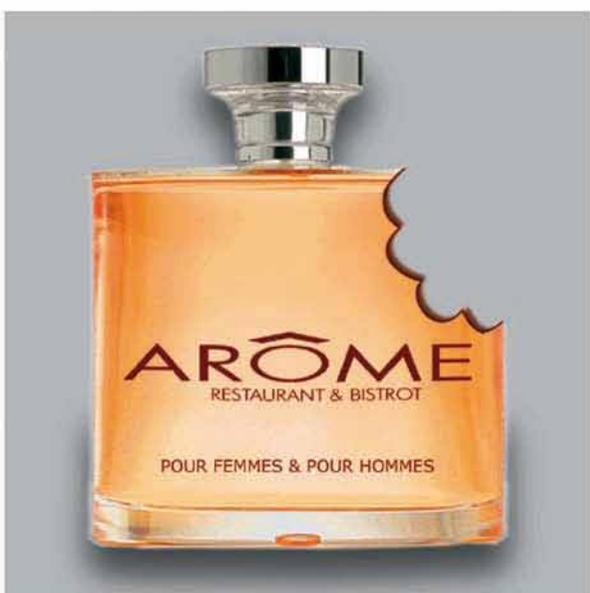


Michelle  
Coppola



Terrazza Borelli

E' nato **ARÔME**  
RESTAURANT & BISTROT  
LOUNGE BAR



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 Fogazzaro 9  
ang. Viale Montenero

Cell. 345 7155279

www.aromebistrot.com  
info@aromebistrot.com



**ARÔME**  
RESTAURANT & BISTROT  
LOUNGE BAR



IL RISTORANTE DOVE I PROFUMI  
SI FANNO GUSTARE !

Per provare l'arte di un grande Chef  
Per un business lunch  
Per una cena raffinata  
Per degustare vini e sfiziosi piattini  
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

# E SE FOSSE UN MATCH PLAY???

di Davide Lodi Rizzini

*Carissimi flappa, socket e air shot (dopo le vacanze ci sta), bentornati !!!*

Spero che l'estate sia trascorsa nel migliore dei modi, magari con qualche "giocata" al fresco in montagna o su qualche bel campo in riva al mare. Per quanto mi riguarda Sardegna e Puglia, ma senza golf. Qualche buca l'ho invece giocata a fine agosto con gli amici del **Golf Club di Castell'Arquato** dove però il caldo l'ha fatta da padrone e dove quindi la buca più frequentata e "goduta" è stata la **19**, quella che si fa da seduti davanti ad una bella bibita fresca. Ed è lì che, ascoltando i racconti di alcuni golfisti, ho avuto lo spunto per l'articolo in uscita con il terzo numero. Infatti parlando di episodi legati alle regole, molti golfisti facevano notare come anche a loro fosse capitato di essersi imbattuti nel giocatore che, in modo più o meno consapevole, durante una gara avesse infranto una o più regole. A quel punto la mia curiosità di arbitro mi portava a chiedere: "E tu come ti sei comportato, cosa hai fatto???". Con mio enorme stupore fra le risposte più disparate e sconcertanti la più gettonata è stata: "Gli ho detto che per questa volta io non ti dico niente

ma se trovi uno più str....., ti dà due colpi di penalità !!".

Potete ben immaginare come immediatamente si sia presentata l'occasione per discutere su alcuni concetti relativi al mondo del golf che sono presenti anche nella vita di tutti i giorni. Tanto per cominciare è giusto ricordare che il marcatore è colui che dopo ogni buca dovrebbe controllare il punteggio con il giocatore e registrarlo, ed è sua facoltà non firmare uno score che ritiene sbagliato (**Reg. 6-6**); a questo punto è compito del giocatore chiarire ogni dubbio con il comitato prima di firmare e riconsegnare lo score al termine della gara.

Rimane però in sospeso una questione molto delicata: chi è lo str.... ?? **Colui che aiuta un giocatore a rispettare le regole o chi chiude un occhio (non si sa mai, potrebbe capitare anche a lui nelle buche che rimangono da fare)?** A tal proposito va ricordato che va squalificato anche il marcatore che firma consapevolmente uno score sbagliato (**Reg. 33-7**). E' vero che il marcatore non è un arbitro o uno "sceriffo" e non ha voglia di rovinarsi la tanto attesa gara del fine settimana, ma è anche vero



che con il "giusto atteggiamento" è possibile rimandare a fine gara ogni chiarimento. Un atteggiamento lascivo, viceversa, darebbe al giocatore che ha commesso l'infrazione spazio per ulteriori errori più o meno voluti.

E se l'infrazione capitasse al vostro avversario durante una importante sfida Match Play???

Concludo ricordando che i colpi di penalità sono come dei colpi sbagliati (putt che sborda o drive che finisce appiccicato al tronco di un albero) e che il bravo giocatore che ha ben chiaro lo "spirit of the game" saprà sempre accettarli. *Buon gioco, Davide.*



**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).*

*Nasce in Italia la prima Associazione che riunisce sul campo da golf i principali manager del mondo immobiliare*

## **BUILDING MANAGER GOLF ASSOCIATION**

*Il presidente è Stefano Faita, imprenditore di successo, che con la sua Azienda di facility management PRODOMINA, oggi è il principale punto di riferimento per gli Amministratori di condominio della Lombardia.*

**Presidente, da dove nasce l'idea dell'Associazione?**

Il golf è da sempre per me una passione. L'interesse per il green nasce quindi da un'esigenza personale, ma anche da una naturale propensione di tutta l'Azienda: il **golf e il campo da gioco rappresentano, infatti, un'eccellente metafora dell'azienda, del mercato e della gestione manageriale.**

Ogni giorno per raggiungere i nostri obiettivi attiviamo le nostre risorse per percorrere una lunga strada fatta di ostacoli da superare, di difficoltà da affrontare e situazioni da risolvere. L'esperienza sul campo da golf implica coinvolgimento fisico ed emotivo dei partecipanti, un continuo allenamento sul terreno delle proprie scelte e rappresenta, quindi, un'attività formativa particolarmente efficace per stimolare e rafforzare la capacità di stabilire le mete da raggiungere e di perseguirle passo dopo passo, buca dopo buca, adattando le proprie strategie alle condizioni ambientali, al campo, agli avversari e alle dinamiche della competizione. Prodomina è da sempre attenta alla formazione dei suoi collaboratori e rivive sul green la sfida di tutti i giorni, ma in un contesto di pieno relax.

Da qui è nata l'idea di creare un'Associazione che

potesse riunire tutti i manager del mondo immobiliare che vivono il golf con passione e che allenano le proprie capacità imprenditoriali in ogni competizione.

**Il campo da golf rappresenta quindi anche un terreno fertile per gli affari?**

Proprio così: Prodomina ha intuito che gli affari migliori si concludono sul campo da golf. Il tappeto verde, infatti, oltre ad una chiara sinergia con la vita aziendale, sembra proprio favorire il business e le intermediazioni imprenditoriali, grazie ad incontri strategici, ma anche al clima rilassato. Le distese immense e irte di difficoltà offrono ai golfisti momenti per mettersi in gioco con se stessi, sviluppando un certo spirito di gruppo, e trovando, nelle lunghe e piacevoli pause, fertili momenti per "fare business". Sul campo da golf, inoltre, gli imprenditori si trasformano: da riservati, formali e rituali sul lavoro, diventano più umani, aperti e comunicativi, dando spazio a rapporti confidenziali.

**Quali sono le iniziative dell'Associazione?**

**BUILDING MANAGER GOLF ASSOCIATION** è volta a sviluppare la diffusione e la pratica



*Stefano Faita*



*Ingresso del Golf Club Le Rovedine*

della disciplina golfistica all'interno della categoria professionale dei **facility manager** e dei **building manager**, sia in Italia che a livello internazionale; l'obiettivo è incentivare il gioco del golf, ma anche creare momenti di business, di confronto culturale, di incontri strategici per gli imprenditori. Tra le iniziative, poi, non mancano gare di gioco, eventi organizzati nei più prestigiosi Golf Club, raffinati aperitivi e lussuose cene di gala riservate ad ospiti d'élite e a personaggi di spicco del mondo degli affari.

**Golf People Club Magazine**, inoltre, in funzione della propria riconosciuta leadership nello specifico settore, ha supportato i soci fondatori nella redazione ed elaborazione dello Statuto,



Valentina Meli  
editorialista  
Golf People Club  
Magazine

Stefano Faita

Cristina  
Cacciatore  
Golf Mate IFT  
Italian Fashion  
Team



Da Sinistra: Stefano Faita, Erminio Alloni, Gianfilippo Maullu, l'istruttore Alvaro Tapia, Alberto Campagnoli, Marco Prima.

svolgendo nel contempo lo strategico ruolo di media partner ufficiale.

**La nascita dell'Associazione è stata inaugurata proprio durante un evento esclusivo?**

Prodomina ha lanciato la **Building Manager Golf Association** il 14 giugno 2011, in una serata prestigiosa presso la Terrazza Borelli al 12° piano di via Ippodromo, rinomata zona residenziale di Milano. Tra gli ospiti, rigorosamente selezionati, sono stati invitati i maggiori rappresentanti dell'**ANACI (Associazione Nazionale Amministratori Condominiali e Immobiliari)**, del mondo immobiliare, e gli amministratori di condominio più importanti della Lombardia, oltre a personaggi noti del mondo del golf e dello spettacolo. La serata, all'insegna dell'eleganza e dello stile, ha segnato l'ingresso di Prodomina nel mondo del golf.

Dopo alcune anticipazioni sulla costituzione della **Building Manager Golf Association** durante la cena di gala di giugno alla Terrazza Borelli, a luglio abbiamo organizzato un grande evento a **Opera** per inaugurarne ufficialmente la nascita.

La **Building Manager Golf Association** così è scesa in campo. Il campo è quello del **Golf Club Le Rovedine di Noverasco di Opera**, dove mercoledì **6 luglio 2011 Prodomina** ha organizzato il primo grande evento sul green.

Imprenditori, manager, amministratori di condominio hanno trascorso un piacevolissimo pomeriggio di gioco, divertimento e relax.

**Come si è svolta la giornata?**

Dopo la registrazione degli invitati, che hanno ricevuto in omaggio palline da golf realizzate per l'occasione con logo **Prodomina**, **tre giocatori professionisti** hanno introdotto gli ospiti al gio-

co, illustrando le dinamiche e le regole principali e hanno fatto una dimostrazione pratica per i principianti. Tutti i partecipanti, affascinati e coinvolti, hanno mostrato grande interesse e hanno seguito i giocatori in tutto il percorso.

**Il golf è, infatti, un gioco affascinante, in cui, oltre all'abilità, rivestono una notevole importanza le dinamiche mentali, come la concentrazione, la capacità di giocare sotto tensione, la bravura di riuscire a focalizzare l'attenzione nei momenti decisivi senza disperderla, a saper controllare e gestire le proprie emozioni, l'essere precisi nel colpo senza che elementi esterni o interni possano influenzarne negativamente l'esito.** Anche per questo motivo chi gioca a golf con il giusto spirito vive una preziosa opportunità di crescita interiore.

Conclusa la dimostrazione dei tre professionisti, è stato il momento del **putting green** e della gara. Molto emozionante e divertente per tutti gli ospiti che vi hanno partecipato. Gli altri hanno assistito, gustando un rinfrescante aperitivo in terrazza.

In seguito, insieme a **Franco Piras**, guru del golf e padrone di casa del **Golf Club Le Rovedine**, abbiamo premiato tutti i partecipanti con delle medaglie realizzate ad hoc e i primi tre con delle coppe raffinate; in seguito abbiamo dato il via alle iscrizioni all'Associazione. A conclusione dell'emozionante giornata, una gustosa cena è stata servita nel giardino delle Rovedine per tutti

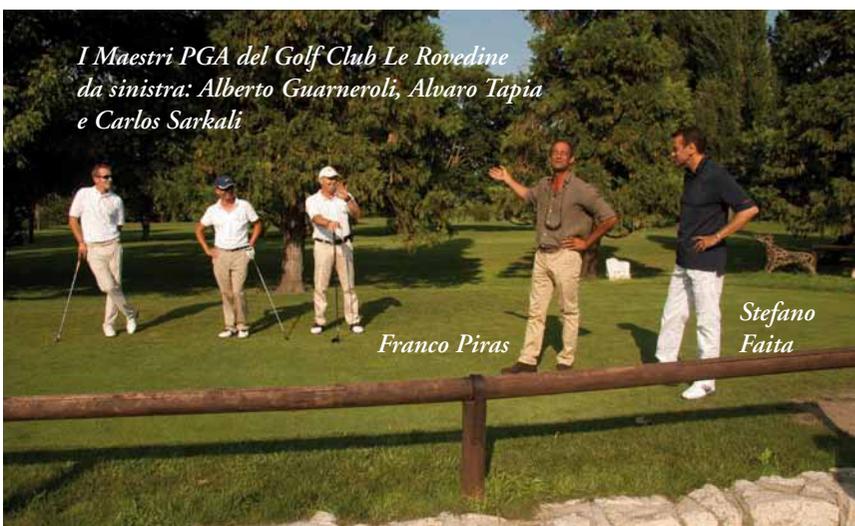
gli ospiti dell'evento.

Le iscrizioni all'Associazione sono rivolte ai professionisti, ma sono aperte anche ai principianti del gioco: il golf, con tutte le sue piccole regole ed i suoi itinerari, è indubbiamente uno sport affascinante, anche se inizialmente può sembrare difficile. Imparare a giocare è davvero divertente, ma richiede anche impegno e serietà. Il golf è un gioco tecnico e solo con un approccio attento può diventare una piacevolissima esperienza.

Per avere maggiori informazioni o iscriversi alla **Building Manager Golf Association** è sufficiente contattare **Prodomina** al numero 029589422, oppure scrivere a: [info@prodomina.eu](mailto:info@prodomina.eu)

**Camilla Biondi**

da sin.: Daniele Meraldi, Ivan Zatta, Stefano Faita, Col. Alberto Bellotti



*I Maestri PGA del Golf Club Le Rovedine da sinistra: Alberto Guarneroli, Alvaro Tapia e Carlos Sarkali*

Franco Piras

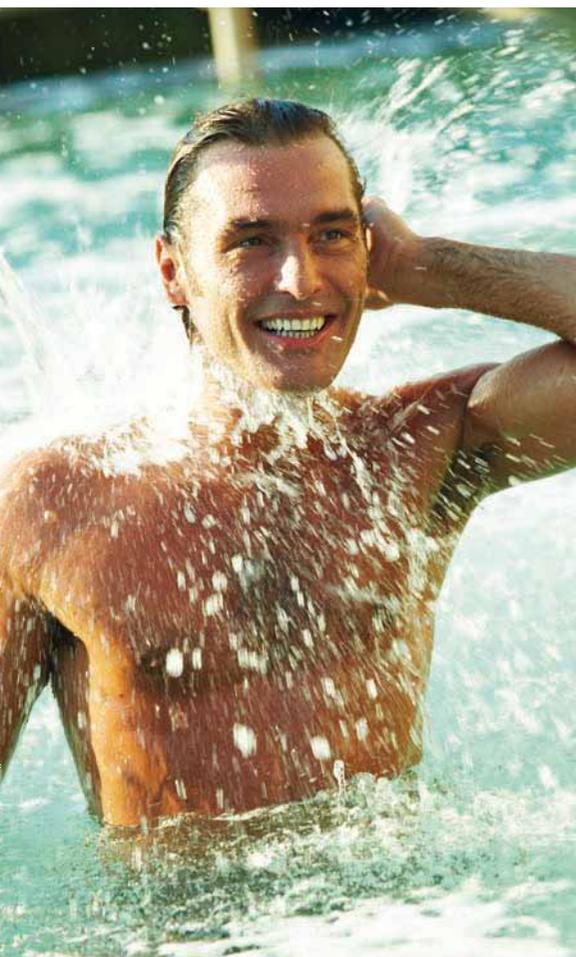
Stefano Faita



da sinistra: Stefano Faita, Sheila Capriolo, Giovanna Mancini, Erminio Alloni alla festa sulla Terrazza Borelli



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](http://www.harbourclub.it)

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



## *Sulle sponde del maestro:*

# ANNIBALE NELL'OLTREPO PAVESE

**S**ono poco più di seicento i chilometri che percorre il maggiore fiume italiano, nato nelle verdi pendici del **Monviso**, prima di sfociare nel mare **Adriatico**. Il Po era conosciuto dagli antichi greci con il nome di Ἐριδανός ovvero **Eridanó**, la cui atavica radice 'RDN' era contenuta negli appellativi dei maggiori fiumi europei: **Rodano, Reno, Danubio**. I latini lo chiamavano Padus, vocabolo da cui deriva l'aggettivo odierno 'padano', che trae le sue origini dal nome di una resina prodotta dai pini selvatici, che crescevano in abbondanza nei pressi della sorgente. I suoi argini bagnano quattro capoluoghi di provincia, **Torino, Piacenza, Cremona e Ferrara**, di tre regioni diverse, **Piemonte, Lombardia e Emilia Romagna**, dove sfocia deltaicamente in sei rami. Tra le sue anse si annodano storie di vita agreste, teatri popolari e filoni di luci estive tirate tra gli alberi per creare balere al suono di fisarmoniche. Il suo letto è dragato da turbolente chiatte alla ricerca di sabbia e ghiaia, mentre lunghi siluri e baffuti pesci gatto custodiscono i suoi segreti millenari. Cantastorie e cineasti ne hanno delineato tratti e colori inchiodandone per cento volte la sua essenza. A **Torino** è ampio e maestoso, e per varcarlo bisogna oltrepassare ponti di cento metri; se poi ti trovi nei luoghi littori progettati da **Marcello Piacentini**, l'attuale **Piazza Comitato Liberazione Nazionale**, potrai scorgere le due statue marmoree scolpite da **Umberto**

**Baglioni** nel 1937 raffiguranti le allegorie di Po e Dora Riparia. La prima ha l'effigie di un uomo, la seconda d'una fanciulla. A circa metà corso del fiume, in valle padana, incontriamo **Pavia**. Strategicamente ridossata all'innesto tra **Ticino** e fiume maestro apre, a sud delle architetture volute dal **Cardinale Borromeo**, le valli dell'**Oltrepò**, terre incuneate tra **Alessandria e Piacenza**. A ben guardarle, queste terre di forma triangolare hanno a uno dei vertici il **Monte Lesima**, massima elevazione del pavese, che arriva a quota **1724 metri**. Attorno vi sono le vette del **Monte Chiappo**, la **Cima Colletta** e il **Monte Penice**, che danno origine ad altrettante valli ricche di castelli e terrazze vinicole. Tra i molteplici luoghi affascinanti della zona decido di fermarmi a **Casteggio** dove la terra incomincia a incresparsi. Oggi, lungo la via **Emilia**, che conduce a **Piacenza**, tra **Casteggio e Fumo** si trova la **Fontana d'Annibale**, dove nel **218 a.C.** il conquistatore cartaginese fece abbeverare i suoi elefanti e l'esercito mentre marciava alla conquista della città capitolina. Continuando a ondeggiare lungo la statale arriviamo a **Corvino San Quirico**, località collinare, dove si trova l'**Azienda Vinicola Cavallini 1919**, ove è possibile degustare vini e prodotti di produzione propria. L'azienda è nata da un'idea del **Cavaliere di Vittorio Veneto Mario Cavallini** che, tornato dalla



**Grande Guerra**, trasforma la sua attività da vendita ortofrutticola in commercio di uve e vino. Oggi l'azienda vanta un territorio di oltre dieci ettari completamente vinificato da cui si ottengono: **Bonarda, Barbera, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Croatina, Pinot Nero**





# PRODOMINA<sup>®</sup>

PROFESSIONAL PARTNER



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



Maria Rosa Lisino, Renzo Cavallini,  
Marco Cavallini e Silvia Vecchi

### DETTAGLIO

**DEGUSTA IN CANTINA:** aperto sabato e domenica per gruppi di massimo 10 ospiti. Prenotazioni ai numeri 0383.876187 - 338 7727033 oppure via e-mail [info@cavallini1919.it](mailto:info@cavallini1919.it) Azienda Agricola Cavallini 1919, Via Mazzolino 14 - 27050 Corvino San Quirico - Pavia



Carlo Cavallini  
Marco Cavallini  
Bruno Cavallini  
e Renzo Cavallini



Marco Cavallini e  
Renzo Cavallini

### MEMORABILIA

Lettura consigliata: *Instructionum fabricae et suppellectillis ecclesiasticae*, Carlo Borromeo, Milano 1577

Musica: *I want you, Blonde on Blonde Album*, Bob Dylan, Columbia, 1966

e **Riesling**. Andando a visitare l'azienda si potranno consumare prodotti tipici del luogo accompagnati dai racconti di chi la terra la lavora da quasi un secolo. **L'ambiente è suggestivo, ricavato all'interno di un vecchio cascinale dagli spioventi di marsigliesi rosse, è ricco di strumenti da lavoro della campagna a testimoniare la filosofia artigianale e genuina che da generazioni è tramandata nella famiglia.** Quando la degustazione è terminata lasci le falde rosse alle spalle, mentre il sole si inzuppa all'orizzonte, e chiudi lo sportello dell'automobile, il silenzio ti permea appena prima di

sentire il crepitio elettrico della chiave che gira nel quadro. Abbassi di non più di due dita il finestrino e mentre stai per mettere in moto senti vibrare nell'aria una musica popolare. Armoniche e fischiattii, sembra una giga, di quelle che qui ballano con un cavaliere e due dame o, nella sua forma più complessa, con quattro uomini e altrettante donne. La voce non fa in tempo ad attaccare il brano che l'hai riconosciuto: è Lui, lo scapigliato antesignano delle ballate popolari in chiave rock blues. Dopo tutto anche lui soffia nell'armonica e balla con un kimono indosso.

Architetto Andrea Alpini



# TonidiBlu

*incentive, travel e convention*

boschi, cercando funghi, pratica sci nordico, scrive poesie (quest'ultima passione era, fino ad ora, conosciuta solo da un paio di persone), legge saggistica e narrativa, ama la storia, la musica e la pittura.

Il suo maggior talento: **la culinaria (improvvisa ricette fantastiche): ha appena acquistato 30 Kg di albicocche che si sono trasformate in albicocche sciropate e marmellata.**

Scrittore preferito italiano: **Umberto Eco**, straniero **José Saramago**.

Le tre cose che le hanno aperto la mente: la consecutio temporum, la critica della ragion pura di **Kant**, **Demian** di **Hesse**.

E' iscritta al **Golf Club di Carimate**, conosce molti circoli, ma ritiene quello di Carimate il migliore poiché coniuga gli aspetti fondamentali per un golf club: **ottima segreteria e personale operativo, ottimo ristorante, ottimo percorso, molti ottimi soci.** Buca preferita la **13**, ferro preferito il **9**.

Campi visitati tantissimi: a **Cuba**, **Santo Domingo**, in **Scozia**, **Spagna** (Catalogna ed Andalusia), **Francia** (Costa Azzurra e Provenza), **Ungheria**, tutti i campi della Slovenia, e di **Mauritius**, **Canarie**, **Marocco**, **Cipro**, **Dubai**, **Malesia**... il più suggestivo l'**Empire** del sultanato del **Brunei**, con i doccioni d'oro e la polvere d'oro nella moquette.

**S**timata da clienti e fornitori per la determinazione, l'onestà intellettuale e morale, la franchezza, la passione per l'eccellenza e per il ripudio della mediocrità e della meschinità, **Silvia Toni**, titolare di TonidiBlu, vive in provincia di **Como** nell'ambito del parco **Spina Verde**. Dopo una cattedra di lettere per oltre **15 anni**, dal **1988** ha coniugato la passione per i viaggi, le persone, la conoscenza del mondo con la grande capacità organizzativa, dapprima come libera professionista, poi come titolare della società **TonidiBlu**, elaborando viaggi incentive, convention ed eventi (anche in ambito golfistico), per aziende prestigiose di diversi settori merceologici (soprattutto banche, assicurazioni, telefonia, farmaceutici, automotive).

Piccola società, massima efficacia: tutti conoscono il suo cellulare, acceso giorno e notte, per ogni evenienza. Basta visitare il sito **www.tonidiblu.it**, per rendersene conto o parlare con i clienti (ad esempio **Aviva**, per la quale ha **supervisionato il recentissimo torneo europeo di golf**).

**TonidiBlu** crea viaggi incentive, convention, eventi indimenticabili, studiati in ogni minimo particolare, con passione ed impegno.

Nel tempo libero gioca a golf, passeggia nei

*TonidiBlu crea viaggi incentive, convention,  
eventi indimenticabili, studiati in ogni minimo particolare,  
con passione ed impegno.*





*Andrea Battista, amministratore delegato Aviva Italia, Silvia Toni e Stefano Longo, direttore Bankassurance*

account-senior account-client director-ufficio tecnico, per intenderci, e cioè, saving di tempo e di denaro. Per la creatività ci serviamo di free lance: professionisti ben conosciuti, collaudati, in perfetta sintonia; come un gruppo creativo interno, insomma, solo che non costituiscono un costo fisso. Nessun vincolo di destinazione: non siamo Tour Operator, non abbiamo strutture da spingere in caso di buchi nel planning. E, nel rapporto interpersonale che creiamo con i fornitori, pagati subito, riusciamo a spuntare benefit extra che a

Interessi: relazionarsi con le persone, per conoscere l'altrui punto di vista (ma solo con le persone che possiedono le doti del rispetto e dell'ironia), poiché pensa che la certezza sia la madre degli idioti. La curiosità di conoscere è lo stimolo quotidiano, legge moltissimo, ha studiato moltissimo, dopo la laurea in lettere ha continuato con un master in latino antico per due anni e poi con il corso di laurea in giurisprudenza... ma scegliendo come complementari esami di medicina (autologia, scienza dell'alimentazione...)

Dotata di intenso senso civico, da sempre rivolta al **sociale** ed al **volontariato**, alla **politica attiva e partecipata**, da consigliere comunale, ha avuto modo di portare all'attenzione della popolazione temi rilevanti come la tutela delle fasce più deboli, la tutela dell'ambiente, la viabilità e la necessità di un'urbanizzazione rispettosa.

Ha promosso ed organizzato numerose iniziative (spettacoli, cene di beneficenza, aste) a favore di associazioni **Onlus**, con la partecipazione di noti personaggi dello spettacolo. **In ambito professionale ritiene che le iniziative golfistiche creino valore per l'azienda sponsor, poiché permettono un contatto diretto con i possibili fruitori, inoltre permettono di veicolare quei valori peculiari del golf, come il rispetto delle regole, il fair play, la spinta al confronto ed al miglioramento.**

Se poi si associano ad iniziative benefiche,

utilizzando la giornata per la raccolta di fondi da destinare ai più deboli, si costruisce quello che definisce **"il profitto dell'etica"**. Crede che per ottenere un successo commerciale sostenibile e benefico durevole, sia necessario adottare un atteggiamento "responsabile" nei confronti del mercato, garantendo gli interessi della comunità con la realizzazione di progetti di solidarietà o di protezione dell'ambiente.

All'impresa "conviene" cercare l'equilibrio tra il profitto e la responsabilità sociale, perché attualmente l'azienda è un sistema "aperto", chiamato ad instaurare uno scambio equilibrato con l'ambiente che la circonda.

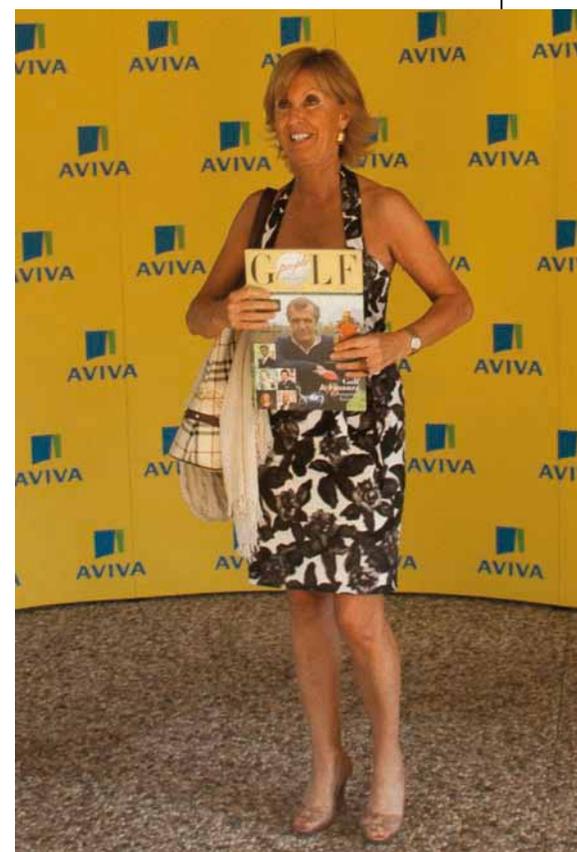
**La responsabilità sociale non è un costo, ma un investimento, una strategia per lo sviluppo dell'impresa, la sua vitalità e longevità.**

Nel Suo lavoro: "Noi non pretendiamo d'insegnare al cliente quel che deve fare, è lui che ha in mano i dati di marketing da analizzare e la conoscenza delle risorse umane da incentivare, se ci coinvolge nella definizione della meccanica bene, altrimenti ci limitiamo a creare il viaggio, la convention, lo special event. Ma questo, che è il nostro core business, lo facciamo come e forse meglio delle grandi strutture, e certamente a costi minori.

Innanzitutto, il piccolo consulente – che è quello che propone e può decidere – è subito contattabile. Niente trafile tipo junior

volte vengono negati a strutture più grandi e impersonali".

**Curiosità e libertà intellettuale, socievolezza e fare le cose con grande passione, inseguendo i sogni o sostenendo battaglie sociali, questa è Silvia Toni.**





# IL TRUST “INNOVATIVO” “Tempi duri?” Proteggiamo ciò che abbiamo.”

*Trust e polizze assicurative  
per difendere e programmare il futuro  
dei nostri beni per i nostri figli.*

#### **Cosa è il trust, in generale?**

E' la figura giuridica grazie alla quale un soggetto – detto “disponente” – trasferisce uno o più beni in **trust**, intestandoli a nome del **trustee** (o di un'altra persona per conto del trustee) che li assume con l'obbligo, di cui deve rendere conto, di amministrare, gestire o disporre, essendone stato appositamente investito del potere, secondo i termini del trust e le norme particolari impostegli dalla legge. Il trust può operare nei confronti di uno o più beneficiari individuati o individuabili, ovvero operare per uno scopo, semplice o complesso che sia.

#### **Perché il trust è uno strumento di protezione del patrimonio?**

Una volta intestati a nome del **trustee** (o di un'altra persona per conto del trustee) i beni del trust costituiscono una massa distinta e non fanno parte del patrimonio del trustee e del patrimonio del disponente.

#### **Perché il trust è uno strumento di gestione del passaggio generazionale?**

Perché è l'unico strumento che permette di gestire unitariamente e a prescindere dagli eventi successivi, in capo ad un unico soggetto, il patrimonio familiare; un trust sufficientemente lungo evita che i patrimoni siano frammentati in applicazione delle normative che regolano l'eredità. Fermo restando la possibilità per i discendenti di beneficiare dei frutti di tale patrimonio. E' uno strumento gestorio potentissimo, in questo senso, per definire la governance delle proprie società nel tempo.

#### **Il trust è riconosciuto in Italia? Che legge si applica?**

A seguito della **Convenzione dell'Aia del 1/07/85**, ratificata dal **Governo Italiano con Legge 16/10/89 n. 364** è dato pieno riconoscimento ai trust caratterizzati dagli elementi essenziali sanciti dalla Convenzione stessa.

Sebbene non vi sia una legge applicabile ita-

liana, è possibile istituire trusts, in Italia, i cui elementi significativi siano collegati al territorio italiano (disponente italiano, trustee italiano, beneficiari italiani, beni italiani), pur applicando una legge estera.

#### **Perché dovrei istituire un trust?**

Ad esempio per:

- **definire** un programma di gestione unitaria dei beni della famiglia al fine di impedire che determinati beni cadano in successione determinando una frammentazione dell'assetto proprietario (col relativo rischio di depauperamento e difficoltà nella gestione);
- conferire efficacia reale a patti parasociali e/o di sindacato;
- **definire**, in previsione del passaggio generazionale d'azienda, un programma che attui determinati meccanismi di governance;
- **tutelare** il patrimonio per il futuro beneficio di figli minori e/o deboli;
- **gestire** al meglio la successione in caso di



figli avuti da diversi matrimoni;

- **costituire** un deposito a garanzia di una transazione commerciale o di M&A;
- **garantire** il finanziamento di un'impresa o di una iniziativa specifica.

Ogni trust è efficace nella misura in cui perseguono interessi meritevoli di tutela, che non si pongono in contrasto con norme imperative, e che non potrebbero essere compiutamente perseguiti tramite l'utilizzo di istituti giuridici propri dell'ordinamento italiano.

### **Perché istituire un trust in Italia invece che all'estero?**

Perché se tutti i soggetti e i beni coinvolti sono in Italia ha poco senso "esterovestire" una gestione in trust, che, per evidenti motivi, pare difficile che possa effettivamente realizzarsi fuori dal territorio italiano, anche da un punto di vista fiscale.

E' poi del tutto evidente che un trustee debba necessariamente confrontarsi con la realtà dei soggetti per i quali opera ovvero a cui deve rispondere (beneficiari, disponente, guardiano etc..) e che per fare ciò egli debba essere "vicino", prossimo a questi.

### **Ho sentito che il trust è usato per occultare patrimoni. E' vero?**

Purtroppo a volte, soprattutto in caso di trust istituiti in giurisdizioni offshore, il trust è stato utilizzato al fine di occultare patrimoni. **Ciò non può accadere in caso di trust lecitamente istituiti in Italia, amministrati da trustee professionali, i quali sono soggetti ad una normativa antiriciclaggio particolarmente stringente, nonché sovente soggetti a vigilanza prudenziale.**

Inoltre, un trust domiciliato in Italia è in gran parte dei casi istituito per atto pubblico o scrittura privata autenticata. Il trust che ci occupa non ha e non deve aver alcun tipo di finalità di occultamento, né tantomeno essere istituito con la vana finalità di sfuggire dall'aggressione degli attuali creditori.

### **E' vero che il trust è fiscalmente oneroso?**

Generalmente no, ovviamente ogni operazione va valutata caso per caso, ma sovente l'operazione di istituzione di un trust è fiscalmente pressoché neutra, e la fiscalità successiva, in vigenza del trust, è assolutamente ragionevole e allineata ai migliori regimi tributari disponibili in Italia, sia se raffrontata alla fiscalità delle persone fisiche, sia a quella disposta per le persone giuridiche.

### **Come faccio a sentirmi sicuro una volta attribuito il mio patrimonio in trust?**

Il trustee è chiamato a gestire responsabilmente il patrimonio secondo le precise indicazioni date dal Disponente in atto, e ha un rapporto



fiduciario costante coi beneficiari, ai quali deve rispondere secondo le direttive contenute nell'atto stesso. Della propria gestione il trustee risponde di fronte alla legge italiana e alla legge applicabile estera. Inoltre, il trustee non ha alcun potere, nella prassi interna e diversamente dalla prassi estera, di eliminare o aggiungere beneficiari rispetto a quelli indicati dal Disponente.

Il disponente può attribuire inoltre un potere di veto al Guardiano su questioni importanti quali la disposizione dei beni in trust; il trustee in questi casi non può procedere senza il consenso preventivo scritto del Guardiano, pena inefficacia dell'atto eventualmente comunque posto in essere.

### **Se sorgono dei problemi, ci si deve rivolgere alle corti estere?**

No, nella prassi italiana gli atti di trust sono particolarmente dettagliati nel regolamentare i possibili accadimenti e la definizione dei poteri, in modo che il giudice italiano possa essere chiamato a decidere, in prima istanza, su determinate controversie, senza chiamare in causa corti o tribunali esteri. Peraltro rispetto a talune clausole, nonché in determinate casistiche, il giudice italiano necessariamente applica la legge italiana. Inoltre ai sensi della **Convenzione di Bruxelles**, la competenza è attribuita in relazione al domicilio del trustee,

quindi nessun problema se il trustee è italiano, come nel caso di Argos Trustees Srl.

### **Dottor Violetta, fin qui pare tutto bello e lineare, ma come approccia la clientela italiana ad uno strumento che prevede, in ogni caso, uno spossamento rispetto al proprio patrimonio al momento dell'istituzione del trust?**

- Ogni trust ha la sua storia, e nella nostra esperienza i più "renitenti" sono stati soddisfatti da soluzione ad hoc che possono essere perseguite, ad esempio:

- il disponente può ritenere i diritti amministrativi delle proprie società, pur disponendo dei diritti economici a favore del trust;

- il disponente può contrarre delle coperture assicurative sulla vita ad hoc (**polizze vita**) attribuendo i propri beni (**società**) all'interno del contratto assicurativo. In questo modo il trust "eredita" il patrimonio del disponente solo in caso di morte (il trust è nominato quale beneficiario del contratto in caso di premorienza dell'assicurato), ma il disponente ha la possibilità, in qualsiasi momento, di riscattare la polizza, e quindi di tornare indietro rispetto alla propria scelta. **Quest'ultima opportunità è di estrema attualità in quanto per evitare penalizzazioni fiscali è opportuno operare entro il prossimo giugno approfittando della normativa di rideterminazione del costo d'acquisto delle partecipazioni in società.** In Argos abbiamo il privilegio, disponendo sia della società trustee, sia della fiduciaria, sia del broker assicurativo, di poter gestire internamente ed in toto la strutturazione dell'operazione.

*Dott. Giuseppe Violetta  
TEP, Argos Trustees Srl  
info@argostrustees.it - www.argosgroup.it  
Tel. 02.76113205*



Giuseppe Violetta, TEP (Trust and Estate Practitioner), laurea in economia aziendale, Master in fiscalità internazionale, ha lavorato presso lo studio legale e tributario associato a Deloitte in Milano, Dottore Commercialista ha poi lavorato diversi anni all'estero nella consulenza agli high net worth individuals. Dal 2009 è responsabile della trust company del Gruppo Argos. E' socio dell'Associazione Il Trust In Italia.

## FRANCESCO OLIVIERI: *Ritratto all'ombra del Brunelleschi tra legge, polo e golf.*

*Firenze. Mentre il vento intriso di sabbia maremmana soffia tra le vie della città e il sole ogni giorno scalda un po' meno, una mattina di settembre incontro l'avvocato Francesco Olivieri. Anche lui, come me, porta un paio di vetri sopra il naso per mettere a fuoco la realtà. Oggi indossa un elegante abito scuro con cravatta celeste intonata alla pochette che porta nel taschino. Giocatore di polo e golfista in erba, l'avvocato è stato*

*recentemente selezionato dall'Unione Europea per il riconoscimento Avocat des Avocats e la Santa Sede gli ha tributato l'onore di essere ammesso all'Ordine dei Cavalieri del Santo Sepolcro. Da oltre quattro lustri ricopre la carica di Console Onorario del Gran Ducato di Lussemburgo.*



**C**i racconti una sua giornata a Firenze, tra architettura e studio legale.

Firenze è una città che offre ancora, a breve distanza dal centro, la fortuna di poter abitare in campagna; e così mi sono trasferito da tempo sulle colline circostanti, dove la tranquillità regna sovrana, e al mattino si può ancora essere svegliati dallo stridulo richiamo dei "pennuti" che abitano la zona. Dopo il risveglio consumo la colazione leggendo online le principali testate giornali-



stiche nazionali ed estere, poi salto in sella alla mia moto, e in una decina di minuti arrivo al mio studio o al Consolato. Il traffico è sempre vivace e spesso condiziona i tempi di marcia, ma l'agilità della mia due ruote mi permette di apprezzare dapprima la bellezza del paesaggio collinare e poi la maestosità di Ponte vecchio, quando vi transito di fronte. Una fugace occhiata all'Arno e ai principali monumenti cittadini, e via al lavoro!

**La sua passione per l'equitazione è nata con il gioco del polo oppure amava già cavalcare?**

Andare a cavallo è una passione che ho coltivato sin da bambino. All'età di **cinque anni** sono **montato in sella per la prima volta** e da allora ho dedicato il mio tempo libero a questa bellissima disciplina. Inizialmente mi sono dedicato al **cross country** e alla **caccia alla volpe**; poi, vent'anni fa, mi sono appassionato al **gioco del polo**, sport

## DETTAGLIO

*Lettura consigliata: Razionalismo Remix, Raul Montanari, Comitato nazionale per le celebrazioni del primo centenario della nascita di Giuseppe Terragni, 2004*

*Musica: Paint it black, Fennesz Plays Album, Fennesz, Mokai M5 Records, 1998*



che ho praticato fino al compimento del mio **sessantesimo compleanno**, quando ho deciso di riporre la stecca a riposo.

**Di quali attività siete leader e innovativi nel mondo legale?**

Siamo stati, molti anni or sono, tra i primissimi studi legali in Italia a penetrare nel mondo dell'informatica, costruendo il nostro portale web [www.olcilaw.com](http://www.olcilaw.com) e utilizzando, tra l'altro, le videoconferenze come strumento di lavoro quando nel Belpaese questa tecnologia era ancora agli albori. La nostra attività principale è da sempre la tutela dei patrimoni, sia tramite trust sia tramite società dedicate o strumenti più complessi quali **SICAV, SIF, SICAR** e la quotazione in borsa sulla piazza di Lussemburgo, strategia che permette di operare sulle principali piazze europee con tempi e costi assolutamente contenuti.

**Memorie e note di gusto della sua più bella partita a cavallo. Quale vino abbinerebbe a questo ricordo?**

Due sono i ricordi immediati: il primo è riferito a una partita di polo disputata a **Firenze** all'ombra della cupola del **Brunelleschi**, che è stato il mio primo vero match; l'altro è un bellissimo ricordo di un torneo giocato in **Austria** nel **Castello di Ebreichsdorf**, tenuta dell'amico personale **Barone Drasche von Wartinberg**. Alloggiavamo e giocavamo a polo in un contesto fiabesco, con un'atmosfera unica e intensa, fuori dal tempo. Ricordo che il clima non era stato favorevole, pioveva spessissimo e durante la finale la pallina talvolta galleggiava letteralmente sull'erba, al cospetto di un ben nutrito pubblico che impassibile restava immobile sotto il diluvio, rigorosamente senza ombrelli. Quale vino abbinare a questi due splendidi ricordi? Senza dubbio una delle migliori "spremute d'uve" che abbia mai gustato: **Château Mouton Rothschild, annata 2005**.



# RIZZETTI

IMMOBILIARE S.R.L.

# R

## LA PROPOSTA PIU' PREZIOSA DELLA CITTA'.

BERGAMO, via Mazzini



Straordinario attico 183mq con terrazzone panoramico su città alta di 150mq, box doppio e cantina, consegna estate 2011, possibilità personalizzazione spazi e finiture.  
€ 1.550.000,00.

BERGAMO, città alta, Sudorno

Rara occasione, appartamento 160mq completamente da ristrutturare, piano alto, vista panoramica a 360 gradi, box doppio.  
€ 850.000,00.

BERGAMO, Conca d'oro

In palazzo d'epoca, elegantissimo splendido appartamento libero su 4 lati 320mq posto all'ultimo piano: ingresso, ampio salone con sala da pranzo, studio, cucina abitabile, 4 camere, 3 bagni, 2 box. Splendidi affacci e vedute sulla città e su città alta.

BERGAMO, centralissimo



In moderno condominio, stupendo attico distribuito su più livelli di 250mq, modernissima e raffinatissima ristrutturazione, ottima vista su città alta, box, cantina.  
€ 1.550.000,00.

BERGAMO, S. Martino Pigrizia

In elegante contesto, appartamento tot. 350mq distribuito su 2 livelli, da ristrutturare, giardino 1.500mq, box doppio.  
€ 1.800.000,00.

BERGAMO, via Nullo alta



Nella splendida conca d'oro, una delle migliori zone residenziali della città, in palazzina liberty degli anni '30 recentemente ristrutturata, appartamento posto al terzo ed ultimo per tot. 320mq, unico al piano. L'appartamento è così distribuito: cucina di grandi dimensioni parzialmente a mansarda con travi a vista, tinello, salone con camino, 4 camere di cui 2 mansardate, locale lavanderia, guardaroba, 3 bagni, 4 ripostigli; un terrazzo con vista città alta, un balcone.

I locali sono molti luminosi; l'immobile si caratterizza per le finiture di alto pregio e la spettacolare vista su città alta.

La proprietà si completa di 1 cantina, 2 posti auto, un box ed eventuale secondo box in affitto.

€ 1.980.000,00.

BERGAMO, via Pignolo alta



In palazzo storico completamente ristrutturato, stupendo appartamento con vista panoramica: ingresso, soggiorno, cucina con isola centrale a vista, due ampie camere, doppi servizi, 2 box, cantina.

€ 590.000,00.

BERGAMO, Conca d'oro

In elegante contesto, appartamento posto al terzo, nonché ultimo, piano per tot. 220mq: doppio ingresso, cucina con tinello, grande soggiorno/pranzo, studio, tre camere (di cui due con terrazzo), tripli servizi, guardaroba/lavanderia. Terrazzo vivibile fronte soggiorno. Ampio box singolo. n. 2 cantine.

€ 830.000,00.

BERGAMO, zona Poste



In palazzo d'epoca, raffinato appartamento di 120mq ca. recentemente ristrutturato posto al secondo piano così composto: ingresso, soggiorno con zona pranzo, cucina separata, camera matrimoniale con grazioso balcone con vista su cortile interno, seconda camera, due bagni, lavanderia. L'appartamento, sapientemente ristrutturato con ottime finiture ha un gusto classico e molto elegante. La proprietà dispone di un posto auto condominiale e di un box in affitto.

€ 585.000,00.

BERGAMO, San Vigilio



Nella tranquillità e nel fascino dei colli, in zona san Vigilio, sorge questa strepitosa villa singola di oltre 800mq disposta su più livelli: piano interrato: lavanderia, locale caldaia; piano terra: ingresso, doppio salone, cucina, sala da pranzo, bagno; piano ammezzato: studio, camera, veranda coperta; piano primo: tre camere, bagno, grande terrazza vivibile; piano secondo: tre camere, bagno, ripostigli. Due autorimesse. La proprietà si completa di un ampio parco privato di 2000mq con affascinante vista panoramica a 360° sulla città, da uno dei punti più alti della città.

Trattative riservate.

BERGAMO, v.le Vittorio Emanuele II

In eccezionale palazzo d'epoca di grande rappresentanza, strepitoso appartamento posto al piano terra per tot. 380mq. L'appartamento, caratterizzato dalla luminosità, garantita dalle grandi vetrate, è così composto: ingresso, salone di rappresentanza, sala da pranzo, cucina, studio, bagno ospiti, lavanderia/guardaroba, 4 camere, 4 bagni. La proprietà si completa di un giardino privato di ca. 600mq, n. 5 posti auto e n. 2 box. Splendidi gli affacci sul giardino.

## Amedeo Gorìa e il Golf

**A**vanzando con l'età, sempre più spesso mi chiedo: perchè non gioco a golf? A convincermi ha provato anche il Presidente Federale **Franco Chimenti**, mio ospite in un notiziario di **Raisport** quest'estate su **RAI2**. Già, "... perchè lei non gioca a golf?", mi ha chiesto Chimenti, elencando le virtù di questo sport, ricordando che ormai non è solo più una disciplina d'élite, e quant'altro....

magia di un colpo vincente, con la pallina lassù - volteggiante nel cielo -, a inseguire una goniometrica traiettoria, e poi - come un gabbiano - a planare sul tappeto verde, e poi proseguendo nella mirabile corsa, ancora avanti, sempre più placida e beffarda, avvicinando la dolce fessura da conquistare.

Così, disarmato, ho tentato di darmi spiegazioni e giustificazioni. Perchè ciascuno di noi ha il proprio carattere e temperamento. E siccome io non sono fatto per la pesca ecco che è ovvio che non sia neppure fatto per il golf. Questione di pazienza, insomma, di eccessiva irrequietezza, con un paragone blasfemo, lo so, fra le due attività. Ma forse in parte calzante.

Eppure il golf è anche **forza atletica, tattica, psicologica, oltre che tecnica**. È sport completo, che al dilettante regala sane camminate e momenti di assoluta concentrazione. **Tanto che le statistiche parlano di un tasso di mortalità inferiore del 40 per cento per chi lo pratica, con effetti benefici su mente e organismo.**



Anche un amico, mio collega telecineoperatore, dal golf è stato rapito ormai cinquantenne, e sempre orgoglioso me ne parla. E io con gusto ascolto le notizie delle sue piccole sfide e dei miglioramenti, di nuovi campi da scoprire e mete da raggiungere. Infoltendo quel gruppo di simpatizzanti che unisce anche tanti personaggi del calcio e di altre discipline, con i vari **Gigi Riva, Marco Van Basten, Donadoni, Roberto Daniele Massaro**, come primi esempi che mi vengono in mente. Una moda, anche, ma non solo, se di sport bello e seduttivo non si trattasse.

E dunque - concludendo - perchè non cercare di cancellare l'invidia? Perchè non farsi blandire da quello che non si conosce? Perchè non ritagliarsi quegli spazi, e quel tempo, necessari, per staccare dagli assilli quotidiani per immergersi nel paradiso verde di un campo da golf? Perchè non arricchire le proprie conoscenze? Come avrebbe detto un pensatore dell'antica Grecia.

Insomma, prometto di farlo. Certo che poi starò meglio. E più...tranquillo.

*Amedeo Gorìa  
Giornalista Sportivo e Conduttore televisivo*



*Amedeo Gorìa con Roberto Patrassi, direttore rapporti istituzionali A.C. Milan e Antonio Gambini, presidente U.S.D. Recanatese*

E io a pensare che è vero, visto che anche i bambini, che una volta giocavano a pallone per le strade e negli oratori, oramai costringono i genitori a iscriverli alle scuole calcio a pagamento, perchè le strade sono a rischio investimenti e gli oratori assenti...e, dunque, oramai gratis non c'è più nulla...

Eppure a golf ho provato a cimentarmi una volta sola, tanti anni fa, a **Marbella**, in vacanza, con il maestro che mi insegnava postura e slancio di braccio e avambraccio. E io a dire di sì, che avevo capito, ma che essendo maldestro, non credevo sarei mai diventato neppure un giocatore...

E intanto l'invidia cresceva. Vedendo in TV green, palline, bastoni e buche. Sognando la



# 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



FONDAZIONE  
Francesca Rava



N.P.H. Italia

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.



# CIRCOLO GOLFTORINO: lungo le strade del MITO



dirigerci verso **Venaria Reale**: è un tripudio di tricolori. Lasciamo le linee calme e piatte della pianura alle spalle, davanti a noi i pendii circostanti del canavese si fanno più dolci e mossi, introducendoci alla Stura di Lanzo. Un lungo muro in pietra racchiude la tenuta della **Mandria**. Poco oltre, davanti a me, una fitta siepe cela la vista all'interno, un cancello in ferro color verde, un campanello ed un cartello in legno con scritte oro indica: "**Ingresso riservato ai Soci**".

Ci accoglie un edificio a corte aperta sviluppato su due livelli, e lunghe ali con spioventi scoscesi dai toni color terra bruciata. Le imposte sono verdi, i battenti in legno, le finestre del piano di campagna sono ad altezza "testa di cavallo", poco sopra un lunotto semicircolare in vetro a delineare il ritmo serrato di quelle che una volta erano le scuderie. Oggi qui si trovano il **caddy master** ed il **pro shop**, quest'ultimo sovrastato da una ripida parete rigogliosa di edera rampicante che con il suo color verde intenso conclude visivamente e geometricamente l'impianto architettonico. Venti passi oltre si trova l'ingresso al Club, protetto da un elegante antro. **Valter Castagnero**, il **segretario del circolo**, gentilmente ci accompagna alla visita di questo storico Club. Scarto a sinistra, seguo la luce calda e penetrante dalla bellissima vetrata che affaccia sulle buche da gioco. Un camino è posto sul lato nord della sala, per riscaldare le fredde serate invernali; tavolini in legno e poltrone in pelle verde aspettano che qualcuno vi si sieda

**U**n ronzio solca l'aria oggi. Quando esco di casa il sole è appena sorto e tremulo lo intravedo tra le fronde degli alberi che mi circondano. Ottantotto tasti, neri e bianchi, mi accompagnano lungo il tragitto che mi separa dalla meta. Percorriamo l'autostrada **A4**: il **MITO**, in direzione **Torino**, dove ci attendono le trentasei buche classe 1924 del **Circolo Golf Torino**. Lungo il **MITO** scorrono campi incolti, sprazzi rossi di papaveri e il letto del nostro fiume, secco ed arido: il Po, che taciturno taglia in due parti la **Pianura Padana** per poi sfociare deltaicamente nel **Mar Adriatico**. **MI-TO**: non è soltanto l'acronimo dei due capoluoghi di regione, **Milano** e **Torino**, ma anche uno dei tratti autostradali più vecchi d'Italia, inaugurato dalla **Società Anonima Autostrada Torino-Milano** il **25 ottobre 1925**.

**Milano-Torino** era l'asse produttivo d'Italia: a **Torino** si producevano le autovetture

**FIAT**, testate sulla pista circolare progettata da **Mattè Trucco** sulla copertura del **Lingotto**, a **Milano** si producevano gli pneumatici per automobili **Pirelli**, una sintesi "futurista" di tecnica e velocità. Così nasce il **MITO**.

Oggi **MITO** è il nome di un drink, inventato per omaggiare le due città: **Bitter Campari** e **Vermouth Carpano**; il primo è di origini novaresi, ma ottiene il successo internazionale dopo che venne fondata la storica sede **Campari** a **Sesto San Giovanni**, alle porte di **Milano**; il secondo, il **Vermouth**, fu inventato nel 1786 da **Antonio Benedetto Carpano** a **Torino**, che scelse questo nome riadattando il termine **Wermut** dalla lingua tedesca, con il quale viene chiamata l'artemisia maggiore, erba alla base della sua ricetta.

La mente corre più veloce del tachimetro e gli occhi non afferrano le linee frastagliate delle montagne che si delineano all'orizzonte, mentre l'ultima neve primaverile copre le vette, e poco oltre si staglia il magnifico Massiccio del Rosa. Imboccata una strada di nuova costruzione lasciamo l'autostrada per



per leggere un buon quotidiano. Tutt'attorno si respira una sensazione di pace e serenità, i muri spessi ed intonacati di bianco, ma pur sempre lasciati al rustico, trasudano storie.

Una fotografia di due giovani in giacca gialla e dai volti sorridenti sovrasta un'ampia coppa sorretta da quattro palle di alabastro: è la **Coppa del Mondo**, vinta dai fratelli **Molinari, Edoardo e Francesco**. Glorie del Circolo. Preparo la mia sacca e mi dirigo verso il tee shoot, qui si può scegliere tra due percorsi da **18 buche** ciascuno, entrambi bellissimi per conformazione delle buche, panorama, qualità dei colpi richiesti e selezione agronomica. I percorsi sono ritagliati all'interno della foresta planiziale tra betulle, querce, roveri, carpini e farnie. L'acqua è presente su diverse buche e in modalità scenografiche e tecniche diverse. Non esiste buca delle trentasei disponibili che non sia entusiasmante. Ogni buca è un viaggio nel mito.

Lungo il percorso **Blu** si snodano buche di una raffinatezza di gioco unica che tengono concentrato da tee a green il giocatore amateur come il professionista. Tra le più belle buche del percorso **Giallo** vi è il corner creato dalle **buche 14 e 15**, incastonate lungo le rigogliose sponde lacustri di canne ed arbusti acquatici. Ad accogliermi è la planata di un piccolo stormo di anatre selvatiche che roboanti battono colpi palmati sulla superficie vitrea del lago per guadagnare le correnti ascensionali dell'etere.

La **buca 14, par 3 di 150 metri**, si sviluppa lungo la costa del lago: green protetto su tre lati dall'acqua che con l'asta corta induce a prendere qualche rischio mettendo in discus-



sione il par. Segue un bellissimo **par 4 di 350 metri**, seconda buca più difficile del campo; lungo tutto il lato destro scorre un fiume con fuori limite e lago a destra. E' necessario piazzare un buon primo colpo alla fine del **fairway** poco prima dell'ostacolo d'acqua frontale, per avere un secondo colpo al green abbastanza agevole; la posizione di bandiera influisce molto sulla scelta del bastone onde evitare di mandare la palla nell'ostacolo d'acqua che protegge il green.

La **diciottesima buca** è un meraviglioso **par 4** da gran finale per brividi che corrono lungo la curvatura della colonna vertebrale.

Ancora palpitante per le emozioni vissute in campo, rientro in **Club House**. Il corpo di fabbrica è dato da una fine linea orizzontale che rompe la verticalità della foresta planiziale. Mi accomodo su uno dei divani in pelle verde che avevo notato appena arrivato. Ordino una bevanda dissetante a base di limone e soda, un cameriere, dalla livrea blu e dalle mostrine oro, me la serve elegantemente al tavolo: qui la classe abita il **Circolo dal 1924**.

Di fianco a me un orologio a torre, color rosso, con finiture sommitali polilobate e lancette color bronzo traforate al cesello d'un sapiente artigiano. **Segna l'ora sbagliata, indica le 10 e 37 minuti, sono invece le diciassette e ventitre**. L'occhio scorre curioso fino al piede delle torre; noto due raffigurazioni in stile orientale. Un tempio ed un monaco che trasporta l'acqua sulle spalle lungo un sentiero ben articolato. Ai lati decorazioni geometriche e linee floreali, al di sopra un

salice piangente. Il tempo si è fermato a ottantasette anni fa. Un monaco dorato, sotto uno spiovente, è in meditazione e aspetta il tempo: ma non quello che verrà. Aspetta il tempo che è stato.

*Andrea Alpini*

## MIRABILIA

*Lettura consigliata: Il futuro del classico, Salvatore Settis, Einaudi, 2004*  
*Musica: Cadenza, Echoes Album, Ludovico Einaudi, BMG Ricordi, 2007*

# Ribaudo Consulting & Associati

## Perché 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 dal sportello bancario o del Promotore Finanziario soprattutto in provincia di Milano.

## Cosa vi differenzia da un punto classico bancario o di un PF?

Beh, la principale differenza è che noi siamo **Consulenti Finanziari Indipendenti**, Fee Only, cioè consulenza a parcella, senza la gestione fisica dei capitali.

## Ma allora fate concorrenza alle banche, assicurazioni e promotori finanziari?

Assolutamente 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 al cliente, ovvero 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 giornalmente. 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.

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

## E tutte queste notizie le rendete pubbliche nella vostra lettera finanziaria? E come fanno gli utenti a riceverla?

Sì, alcune di queste notizie le scriviamo 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)). Altre sono disponibili presso l'ufficio studi.

## Giunti a questo punto entriamo in poco più in profondità. Cosa consiglierebbe agli investitori?

Finito il trimestre "orribile" è opportuno proiettarci verso la fine di quest'anno ed ipotizzare i vari scenari che si prospettano, fornendo, anche se non sarà semplice, suggerimenti operativi per i nostri clienti e coloro che ci seguono da tempo tutti i giorni.

Iniziamo dall'analisi dei vari mercati, quasi tutti concentrati nell'emisfero settentrionale e cioè **Europa, USA ed Asia**.

L'Europa, così penalizzata dall'inizio dell'anno, potrebbe sì accentuare ancora la debolezza, sospinta da un **ulteriore indebolimento dell'Euro** contro **Dollaro**, ma potrebbe beneficiare, per la fine del **2011** e l'inizio del **2012**, complice anche un allentamento dei tassi, di un modesto rimbalzo.

E' infatti ancora possibile il verificarsi di un raggiungimento di minimi più bassi anche se controbalanciato da un **Euro** più debole che favorirebbe l'esportazione.

Gli **USA** invece stanno entrando solo ora in una pesante crisi, soprattutto bancaria/finanziaria che l'Europa ha già passato.

In più il dollaro si sta rafforzando e quindi renderà più difficoltose a sua volta le esportazioni verso **l'Europa** e gli altri continenti.

Notiamo inoltre che le borse **USA** stanno facendo sempre tentativi e forzature di ribasso con pronto recupero e alta volatilità giornaliera che sta, via via crescendo, come in Europa, dallo scoppio della crisi Greca.

Avendo gli indici USA performato un 10% in meno rispetto all'Europa, in quest'ultima settimana, si trova ora a metà del guado.

Per finire **l'Asia** è solo agli inizi di questa tempesta finanziaria poiché le prime avvisaglie di rallenta-

mento si intravedono da poche settimane.

Quindi generalmente noi consigliamo di stare alla larga da **Giappone, Cina** e in parte **India** poiché sono già "emerse" da tempo e stanno iniziando a soffrire in termini di crescita.

I veri nuovi "emergenti" sono da individuare in paesi come **Turchia, Polonia, Brasile, Messico e Sudafrica** e, se vogliamo, in previsione dalla metà di questo decennio, quando sarà tornata la stabilità, **Marocco, Tunisia ed Egitto**.

Basta vedere la rivalutazione delle monete delle **5** aree di cui sopra per rendersi conto che da un paio di anni hanno iniziato a guadagnare contro Euro dal **10% al 20%**.

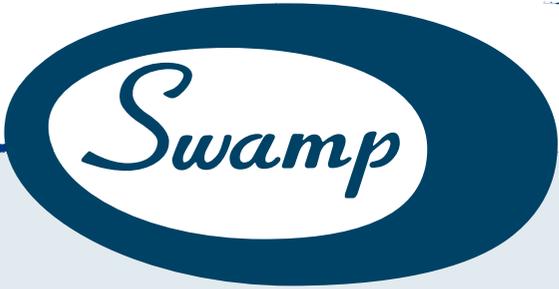
Quindi sintetizzando e, rimandando il lettore alle nostre abituali news giornaliera, ([www.trend-online.com/ribaudoconsulting](http://www.trend-online.com/ribaudoconsulting)) il portafoglio può essere composto soprattutto con Europa e nello specifico un 20%/25% in **Equity (azioni)** di titoli ad alta cedola, un pò di **CCT** e **BTp** nella misura del 25% ed in misura minore in **Real, Rand e Lira Turca**, un pò di titoli **USA** settore tecnologico nella misura massima di un 10%, un ulteriore **10%** in **ETC Argento** e il resto in liquidità remunerata di conto deposito non vincolato.

Tutto ciò con il supporto sempre di consulenti esperti.

Considerando che una modesta parte (**5%**) dell'investimento può essere dedicata all'investimento nell'arte comuniciamo che a grande richiesta la mostra della collezione privata del pittore **Maurice Henry**, esposta nei nostri studi, sarà prorogata e diverrà permanente fino al **10 gennaio del 2012** e visibile in orari di ufficio e su appuntamento telefonando ai numeri **\*\*345 6538556\*\*** oppure al numero di centralino **\*\*02 94963912\*\***.

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





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



*mosaïque*



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





**YACHT  
INSURANCE  
BROKER**

**HdB Srl** è 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](http://www.hdbonline.it)

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





# Fitness e benessere nel verde e in pieno centro a Milano

*Intervista a Angelo Caroli, fondatore di Opening Health Club*



**Parliamo della Caroli come società, come struttura, i vostri progetti...**

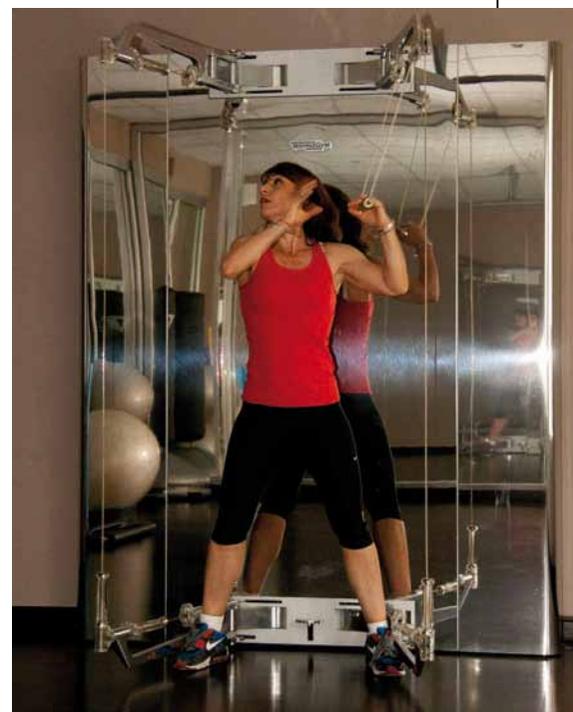
Innanzitutto non siamo un Club, questo è un posto dove **programmiamo una migliore qualità di vita attraverso un sistema, un metodo personalizzato**: analizziamo le esigenze della clientela e sulla base di questo diamo indicazioni specifiche e un profilo perfetto riguardo allo stile di vita, che non è solo **fitness**, ma anche **beauty, medical spa, estetica, cura dei denti, medicina estetica**: tutto quello che serve per raggiungere un equilibrio psicofisico e una conseguente maggior autostima. Il nostro concetto base è: trovare il proprio equilibrio interiore. Lo trovi solo se ti vuoi bene, se ami quello che fai. Ci occupiamo di trovare soluzioni specifiche per tutte le persone che si sentono depresse. Io vivo in diverse città del mondo, e noto che la gente è arrabbiata, c'è un'alimentazione scorretta e stili di vita assolutamente scorretti. **Noi individuiamo il punto debole per poi programmare i punti di forza: è un modello assolutamente innovativo, ed è legato al wellness di lusso. Il nostro obiettivo è quello di andare in ogni città del**

**mondo** e portare questo nostro concetto, con modello di franchising, partnership o di management fee. In questi 25 anni ho creato una filosofia di benessere, un concetto assolutamente esclusivo e innovativo, e ora stiamo cercando di espanderci nel mondo per esportare questo modello di **wellness Made in Italy**.

**In che anno è stata fondata la struttura?**

Il primo club in Italia è nato a **Milano** nel **1997**, poi abbiamo aperto centri a **Cortina, Porto Cervo, St. Moritz, Capri...** siamo presenti un po' in tutte le città più importanti d'Italia. All'estero siamo a **Londra, Miami, Atene, Madrid, Valencia, Tenerife**, in novembre apriremo a **Mosca**. Abbiamo dunque una buona presenza internazionale, siamo peraltro l'unico marchio italiano di wellness ad essere usciti dall'Italia, **non ci sono altre società del settore ad avere fatto quanto abbiamo fatto noi**.

Questo è legato alla passione e l'amore per quello che faccio; da ragazzo sono stato un **personal trainer** negli **Stati Uniti**, da lì ho iniziato a fare servizi a domicilio, ho formato uno staff, creato una squadra di formazione, che è alla base, è fondamentale per questo genere di progetto: alla fine sono sempre le persone a fare la differenza. La comunicazione verbale è un aspetto importante, una volta formate le persone, di conseguenza sono adatte a trasferire ai clienti i punti di forza che noi possiamo dargli, che sono semplicissimi in realtà: la postura, la respirazione, il lavoro sui muscoli, sul grasso in eccesso. Se si osservano le persone, oggi, sono tristi, arrabbiate: il punto di forza è l'autostima. **La gente non si vuole bene perché non si piace, perché magari segue un'alimentazione sbagliata, e se mangi male vivi male: noi siamo quello che mangiamo, Ippocrate diceva "Lascia che il cibo sia la tua**



**medicina e la medicina il tuo cibo"**. Oltre a quello che mangiamo, molto poi dipende da come ci muoviamo, perché se il cuore è "fermo" non produce endorfine e di conseguenza non induce benessere: **è tutta una questione di equilibrio mentale**. Quello che facciamo è dunque ridare serenità ed equilibrio alle persone, attraverso aspetti fondamentali che sono presenti sin dalla preistoria, ovvero movimento e cibo. Una volta che un individuo trova un proprio equilibrio alimentare e motorio è felice, e se lo è lui è felice anche tutto ciò che gli sta intorno. Questo è quello che noi cerchiamo di fare, con l'importante aspetto della prevenzione: **oggi una persona lavora fino a 65 - 70 anni, dopodiché è come "morta"**: infarti, malattie cardiache o polmonari, situazione di sovrappeso, mal di collo, mal di schiena.



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

Terme di Saturnia Golf & Spa Resort

# FRONTE D'AMORE



**C**ari golfisti, cercate un week-end di golf romantico a **5 stelle**? Andate alle Terme di Saturnia **Golf & Spa Resort**, come ho fatto io. Mi piace rilassarmi nei più belli golf resort nel tutto il mondo. Alle **Terme di Saturnia** ho trovato un posto indimenticabile e molto **romantico**. Una meta per chi gioca a golf e anche per chi non gioca. Con un prestigioso percorso progettato da **Ronald Fream**, architetto del noto studio californiano **Golfplan**, di **18 buche di 6.316 metri Par 72** che è stato studiato per offrire un'esperienza di gioco ad altissimo livello. Il percorso a soli **100 metri dall'hotel**, è ricco di ostacoli e bunker a difesa di green larghissimi e divertenti da conquistare. Nel percorso così spettacolare è facile incontrare, nelle prime ore del mattino, caprioli, istrice, lepri, fagiani e tante specie di uccelli. Il campo pratica a poche decine di metri dall'hotel grazie al doppio battitore, permette di giocare tra due suggestivi panorami: il **Castello di Saturnia** e le dolci colline maremmane. Un'esperienza

esclusiva da vivere tutto l'anno, grazie al clima mite di una meta turistica come la **Maremma** e alla rinomata SPA dove rilassarsi dopo le fatiche del green. Le acque di **Saturnia** sono studiate ed impiegate in **Giappone**, in **California** ed in altri siti oltreoceano, donandogli la fama mondiale che oggi hanno raggiunto. Di proprietà pubblica, ma date in concessione, dopo vari passaggi di mani **Terme di Saturnia** fanno ora capo alla famiglia **Manuli**, tre imprenditori impegnati in diversi settori che si alternano alla presidenza della società di gestione. Attualmente è in carica **Antonello Manuli**.

Il wellness hotel recentemente entrato a far parte della prestigiosa organizzazione internazionale **Leading Hotels of the World** con un'atmosfera di totale benessere è situato ai piedi dell'omonimo borgo medievale, nel cuore della **Maremma** toscana, un luogo incantevole, pensato per risvegliare i tuoi sensi: idroterapia, estetica, stress management, dieta, fitness. Ricavato da un'antica costruzione in travertino, l'elegante albergo conta **140 camere**, di cui **2 Grand Suites**, **3 Suites** e **71 Junior Suites**, nuoto SPA con **50 cabine** e la **SPA Boutique** con vasta gamma di prodotti propri, 2 ristoranti, bar, l'elegante **Atelier** delle **Eccellenze**, lo spazio cachemire di **Cruciani**, **SPA Café** per i momenti di relax ed il nuovissimo **Atelier Aldo Coppola** by **Terme di Saturnia**. Nel parco piscine, una prestigiosa Galleria organizza mostre di artisti contemporanei. Il bagno romano, completo di sauna e bagno turco, conduce alla sorgente uni-



*Nella Petych,  
Senior Vice  
President  
Golf People  
Club Magazine*



ca nel cratere del vulcano con l'acqua minerale omeotermale sulfureo-carbonica e solfato-bicarbonato-alcalino terrosa (**37 gradi, 800 litri al secondo da oltre 2000 anni**) e agli impianti termali con piscine di acqua calda, idromassag-



gi, cascate e percorsi acquatici che è bellissimo fare in coppia... Lo zolfo facilita l'eliminazione delle scorie e delle cellule morte, attivando la rigenerazione cellulare che agisce da antitossico e antinfiammatorio, mentre l'**acido carbonico** stimola l'epidermide e promuove una benefica reazione vascolare che giova a tutto l'apparato circolatorio. Altro campo di applicazione importantissimo è nella cura delle malattie dell'apparato respiratorio, naso-gola, apparato locomotore, pelle, odontostomatologia, apparato digerente.

Con un programma personalizzato nell'atmosfera accogliente e familiare che ha creato l'Amministratore Delegato **Carla Milos**, in modo da bilanciare attività fisica e relax, trattamenti estetici e cure termali, sono tornata così alla vita di tutti i giorni con una rinnovata armonia interiore di benessere psicofisico globale.



**Carla Milos,**  
Amministratore Delegato  
delle Terme di Saturnia  
Golf & Spa Resort

La signora dell'hotellerie era general manager del **Grand Hotel** 5 stelle in Via Veneto a Roma, ha diretto per più di 11 anni il **Grand Hotel Parco dei Principi di Roma**. È stata inoltre gm

dell'Hotel Majestic, sempre in Via Veneto, e ha lavorato come director of sales & marketing all'**Hotel Eden** e nei **Cigahotels**

#### **Golf Unlimited 3 Notti - Offerta valida fino al 25.12.2011**

L'offerta Include: 3 pernottamenti con American Buffet Breakfast, Welcome Gift Green Fee Illimitati e 1 cena al Ristorante Aqualuce. Uso della Sorgente Termale, Bagno Romano con Sauna e Bagno Turco, Passeggiata al mattino. A partire da € 699,00 in camera comfort e da € 899,00 in camera De Luxe. Prezzi a persona in camera doppia

#### **Golf Unlimited 5 Notti**

L'offerta Include: 5 pernottamenti con American Buffet Breakfast, Welcome Gift Green Fee Illimitati e 1 cena al Ristorante Aqualuce. Uso della Sorgente Termale, Bagno Romano con Sauna e Bagno Turco, Passeggiata al mattino. A partire da € 999,00 in camera comfort e da € 1.299,00 in camera De Luxe. Prezzi a persona in camera doppia

#### **GOLF CLINIC CON ALBERTO CROCE E PIPPO CALI'**

6-11 NOVEMBRE. Partecipi all'esclusiva Golf Clinic con i Maestri Alberto Croce e Pippo Cali.

L'offerta comprende: - Soggiorno di 5 notti con trattamento B&B - Utilizzo della Sorgente Termale - Bagno Romano con Sauna e Bagno Turco - Golf Clinic con il maestro Alberto Croce - Green Fees ed utilizzo illimitato di palline campo pratica - Cena finale con premiazione Pacchetto Golf Clinic in doppia Comfort € 1.530,00; De Luxe € 1.720,00 Pacchetto Golf Clinic in singola Comfort € 1.700,00; De Luxe € 2.030,00

Quota accompagnatore non golfista disponibile. Le tariffe indicate sono a persona.

Info e Prenotazioni Tel 0564 600111 info@termedisaturnia.it

**PGA of Germany.** Dal 2010 Terme di Saturnia Spa & Golf Resort è Quartiere Invernale della PGA of Germany [www.pga.de](http://www.pga.de)

#### **Golfista Victor Dubuisson. Testimonial di Terme di Saturnia Golf & Spa Resort**

**Victor Dubuisson** (20 anni, è originario di Cannes, Francia), giovane promessa del golf internazionale, è testimonial di Terme di Saturnia SPA & Golf Resort.

Soprannominato dal suo allenatore "Mozart" per uno swing piatto ed elegante, il giovane golfista francese è entrato lo scorso anno nell'aura dei golfisti professionisti con la partecipazione agli Open Championship di St. Andrews, dopo tre annate straordinarie da dilettante (primo posto allo European Individual Amateur Championship 2009). Come professionista, dopo il 24° posto conquistato allo Scandinavian Masters di Stoccolma, è arrivata la prima vittoria all'Allianz Grand Final a Barbaroux, seguita dall'undicesimo posto allo European Tour Qualifying School, che gli ha permesso di ottenere la carta per lo European Tour del 2011, dove è stato già protagonista, in Qatar (Commercialbank Qatar Masters) e a Dubai (Omega Dubai Desert Classic).

Dice **Victor**: "Terme di Saturnia è giustamente nota come uno dei più prestigiosi Spa & Golf Resort d'Europa. Dopo lo stress fisico e mentale che ho accumulato nelle settimane del Tour professionistico, trascorrere un periodo a Saturnia è precisamente quello che mi serve per recuperare le energie e prepararmi al prossimo torneo."

"L'incredibile scelta di trattamenti della Spa e l'acqua termale di Saturnia sono entrambi rilassanti e rinvigorenti. Le strutture, le camere, il bar, i ristoranti sono superbi; un hotel straordinario che non vorrei mai lasciare. Ovviamente per me la cosa più importante di Terme di Saturnia è il campo da golf. Saturnia ha un campo pratica e un campo per professionisti veramente al top, progettato splendidamente ma anche molto impegnativo, con green profondi, fairway stretti e numerosi ostacoli d'acqua e di sabbia; un posto perfetto per prepararsi ai rigori del Tour. Sono onorato di rappresentare Terme di Saturnia e di portare il suo nome sulla mia divisa in tutto il mondo."



**Antonello Manuli,**  
Presidente  
Terme di Saturnia  
Golf & SPA Resort.

Laureato in Giurisprudenza presso l'**Università Cattolica di Milano**, ha ricoperto dal 1971 al 1996 la carica di Presidente e Amministratore Delegato delle seguenti società del **Gruppo Manuli**: **Manuli Autoadesivi S.p.A.**, **Manuli Film S.p.A.**, **Tecnomask S.p.A.**, **Boston Tape S.p.A.** Dal 1997 a fine 2003 ha ricoperto la carica di Presidente del **Gruppo Manuli Packaging**. Dal 1996 è Presidente della società **Antonello Manuli Finanziaria S.p.A.** (AMFIN S.p.A.), con interessi diversificati nel settore della finanza alternativa (**Hedge Invest SGR**, di cui è Presidente), nel settore della gestione e sviluppo immobiliare (**A.M. Properties**). È consigliere di Amministrazione di **MRI S.p.A.** e presidente delle **Terme di Saturnia s.r.l.**, società che fanno parte del gruppo di famiglia, di cui è azionista.



Foto di Alvaro Turchetti

# OLGIATA GOLF CLUB

## la perla del Lazio

**P**remesso che siamo in ottimi rapporti con tutte le altre strutture romane e che una crescita generalizzata nell'ambito dei circoli fa bene a tutti, dico subito che l'**Olgiata** si sta rinnovando costantemente negli impianti e nella **Club House**. Il campo è stato adeguato alle migliori caratteristiche tecniche per renderlo competitivo a livello professionistico nonché divertente per i soci. Tali lavori non hanno richiesto grandi stravolgimenti, merito anche del fatto che il nostro impianto è stato concepito e realizzato molto bene, seppure ormai **50 anni fa**, e che necessita soprattutto di un'accurata manutenzione. **Contrariamente ad altri circoli noi abbiamo la fortuna di avere una proprietà diffusa tra i nostri soci, circa 1200, per cui gli investimenti che facciamo, vengono fatti su qualcosa che sentiamo nostro. Ciò non significa che mantenere un circolo di così alto livello non rappresenti un grande impegno.**

### Come si apre il club ai neofiti del golf?

Contrariamente a quello che si può pensare, noi siamo sempre stati aperti a nuovi adepti, però per entrare all'**Olgiata bisogna comprare delle quote e ciò ovviamente crea una selezione determinata dalla stessa struttura societaria e dalla reperibilità delle quote stesse**. Il fatto che ci siano altre strutture che stanno nascendo sul territorio è comunque assai positivo per noi, in quanto all'aumento del numero dei circoli corrisponde una certa mobilità della compagine sociale: oggi abbiamo un ricambio di soci che va dalle **40 alle 60 unità ogni anno** e questo ci spinge a fare sempre nuovi investimenti e a rinnovare i servizi. Va specificato

*Cinquant'anni di storia del golf romano ai massimi livelli: l'Olgiata Golf Club si è conquistato rapidamente una solida fama nel panorama golfistico nazionale, ospitando esclusive competizioni e promuovendo importanti iniziative a favore del golf giovanile. Abbiamo intervistato l'attuale Presidente del Circolo Andrea Pischiutta ed approfittato anche della presenza, nel corso dell'incontro, del Presidente del Comitato Regionale del Lazio Carlo Scatena, per fare insieme a loro il punto sull'attività golfistica a Roma e nella Regione.*

però che il socio dell'Olgiata, specialmente negli ultimi **tre anni**, proviene essenzialmente da altri circoli. Abbiamo pochissimi neofiti perché il nostro è considerato un po' come un punto di arrivo per chi ha iniziato in strutture più piccole ed ha scoperto una vera passione per la disciplina.

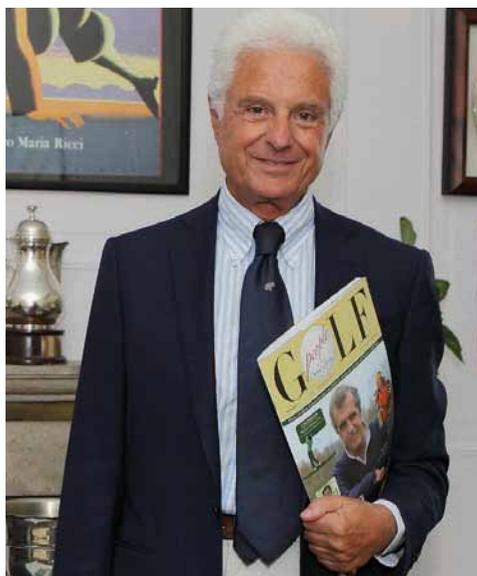
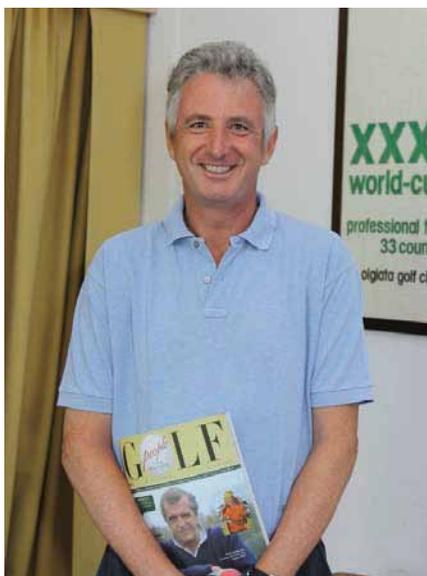
### Qual è la politica del circolo nei confronti dei giovani?

Pensiamo di aver lavorato bene in questo senso da diversi anni, ne è prova il fatto che si sta abbassando l'età della compagine sociale: abbiamo quasi **150 soci** che hanno meno di **18 anni**. Un risultato cui non è estraneo il lavoro che sta facendo il **Presidente del Comitato Regionale**

**del Lazio Carlo Scatena**, favorendo la sensibilità nei confronti del nostro sport da parte dei ragazzi in età scolare. Il Consiglio, inoltre, ha un'attenzione particolare all'attività agonistica, con una tradizione di oltre **25 titoli a livello nazionale, praticamente vinciamo un titolo italiano ogni 24 mesi**, per cui abbiamo una forte sensibilità nel mantenere viva questa tradizione, perché il nostro è essenzialmente un circolo sportivo.

### Quali sono gli eventi previsti per i prossimi anni al Circolo dell'Olgiata?

Noi annoveriamo un evento che possiamo considerare ormai tradizionale che è quello del **Roma Open** nell'ambito del **Challenge Tour**, per il quale godiamo del sostegno dell'amministrazione locale, della **Federazione, del Comitato Regionale del Lazio e di alcuni sponsor**. Tradizione del club è anche quella di ospitare almeno un **campionato italiano dilettanti l'anno**. Ciò che attualmente ci preme di più, tuttavia, è la possibilità che l'**Olgiata Golf Club** diventi il campo designato per le gare olimpiche, qualora venisse accolta la candidatura di **Ro-**





ma come sede olimpica del 2020. In proposito, abbiamo già avuto un impegno formale da parte del Sindaco lo scorso anno. Mi preme dire, infine, che siamo tra i pochi club che organizzano gli Open senza impedire ai soci di proseguire la loro attività, dal momento che quando ci sono le gare, restano sempre **9 buche** disponibili tra le 27 di cui è dotato il Circolo.

### **Presidente Scatena, cosa sta facendo il Lazio in merito all'impiantistica golfistica e nella promozione della disciplina?**

L'impegno del **Comitato Regionale del Lazio** viene svolto nell'ambito di un decentramento ma risponde all'impegno della **Federazione** a livello nazionale. Al primo posto c'è quindi la promozione della disciplina, poi l'attività giovanile, l'at-



tività agonistica, i rapporti istituzionali con il **Comune, la Provincia e la Regione e il turismo**. A proposito di quest'ultimo, abbiamo realizzato un **Consorzio, il Roma Golf District**, con il quale da circa un anno stiamo portando avanti la promozione del binomio **golf-turismo**, qui molto avvantaggiato dal fatto che i nostri campi sono in gran parte concentrati a **Roma**, con la sua straordinaria offerta ricettiva.

### **Qual è la posizione del Lazio nell'ambito golfistico nazionale?**

Oggi il movimento golfistico è un movimento in ascesa a livello nazionale e il **Lazio** rispetta il dato medio nazionale, con un incremento di iscritti che va dal **3 al 5%**. Annoverando più di **10.000 iscritti ai vari circoli**, figuriamo tra la **terza** e la **quarta** posizione per numero di praticanti. Ma se mettiamo in relazione il numero dei campi con il numero di iscritti molto probabilmente siamo i primi, basti pensare che il **Lazio** ha **25 impianti** contro i quasi **60 della Lombardia**.

Va detto, comunque, che il golf nel **Lazio** è pro-

tagonista sia nell'attività agonistica che nell'attività giovanile e che vanta campi come quello dell'**Olgiata** che ha ospitato coppe del mondo, open maschili e femminili, campionati europei. Già da tre anni, l'**Olgiata** sta ospitando la **Federation Cup** che è una tappa molto importante del tour europeo, penultima tappa della gran finale che si svolge al **San Domenico in Puglia**. Il **Comune di Roma** sta spingendo moltissimo la **Federazione** affinché si svolga un **Open a Roma**, visto il notevole appeal turistico. Da tempo partecipiamo ad incontri e riunioni, che coinvolgono anche grandi aziende interessate a farsi pubblicità, e contiamo in seguito di avere una filiera di enti, compresa la Regione. Pensiamo che **Roma** meriti questa chance, anche in virtù dell'importante crescita turistica della città nei confronti di altre capitali e che molti appassionati, oggi, prediligono Roma rispetto alle destinazioni golfistiche nordafricane, attualmente considerate a rischio. Approfitto dell'occasione per ringraziare il senatore **Mauro Cutrufo** e il suo successore **Antonio Gazzellone** nella delega al Turismo del **Comune di Roma** che hanno creduto nel golf, nelle nostre idee e nei nostri programmi, **avendo**

**compreso come il golf possa rappresentare un importante attrattore turistico: ricordiamo che il golfista tende a fermarsi a lungo nella sua destinazione, vi arriva spesso accompagnato e incline a spendere fino al triplo di quanto non spenda o possa spendere il turista cosiddetto 'mordi e fuggi'**. E, dopo il golf, è ben disposto a conoscere le meraviglie della città, ad apprezzare le proposte enogastronomiche del territorio, a scoprire anche le straordinarie risorse termali. Lavorare

insieme per promuovere Roma e il Lazio, questo è ciò che ci interessa anche al di là del golf.

### **Quali le prospettive di sviluppo a livello regionale?**

Insieme ad **Andrea Pischiutta**, stiamo portando avanti l'iniziativa di dotare Roma del **primo campo pubblico**, come ce ne sono in molti altri paesi. All'uopo, abbiamo già individuato l'area ideale nella zona della **Magliana** ma attualmente i lavori sono fermi in attesa del nulla osta archeologico che speriamo di ottenere in tempi brevi. Ad uno stadio molto più avanzato è invece il progetto di un impianto all'interno dell'**Università di Tor Vergata** che diventerebbe così il primo campus universitario italiano ad annoverare una struttura golfistica. Tra le iniziative private, invece, spicca l'impianto in via di ultimazione a **Monterosi** ad opera del gruppo **Leonardo Caltagirone**. Il campo pratica è già stato inaugurato, ora si stanno terminando le prime **9 buche** cui ne seguiranno altre **18**. Dopodiché è previsto anche un notevole sviluppo dal punto di vista immobiliare.

*La storia dell'Olgiata Golf Club si intreccia con quella del comprensorio residenziale dell'Olgiata sorto nella zona nord di Roma negli anni '50 su terreni che all'epoca erano destinati all'allevamento di cavalli purosangue della razza Dormello Olgiata, da cui il nome. Inaugurato nel 1961, esattamente cinquant'anni fa, il circolo rompeva il monopolio del golf romano detenuto dal Circolo del Roma-Acquasanta conquistando un immediato prestigio, ospitando nel 1962 la Coppa del Mondo Dilettanti e nel 1968, a soli sette anni dall'inaugurazione, la Coppa del Mondo Professionisti. Da allora l'Albo d'Oro del circolo si è arricchito di altre competizioni internazionali come un'altra Coppa del Mondo Professionisti nel 1984, due Open d'Italia, la qualificazione europea per la Dunhill Cup e una tappa del tour europeo femminile.*

*Dal 2008, Presidente dell'Olgiata Golf Club è Andrea Pischiutta, anche Consigliere della Federazione Nazionale Italiana Golf: golfista da 40 anni, ha fatto parte della selezione dilettanti per 10 anni e ha vinto due titoli italiani a squadre per il suo circolo.*

### **Queste iniziative sono tutte dirette a far uscire il golf da quell'aura di esclusività che lo circonda da sempre?**

Quella del golf come sport esclusivo è una leggenda che va sfatata, tanto più che la presidenza di **Franco Chimenti** alla **Federazione Italiana Golf** da quasi 10 anni sta rappresentando un elemento dirompente. Il problema riguardava essenzialmente i vecchi circoli del golf, entità "chiuse" per volontà degli stessi iscritti anche per motivi legati alla compravendita delle quote. Con la presidenza **Chimenti** e il decentramento questo sistema è stato scardinato e, con poche eccezioni, i campi da golf sono oggi quasi tutti aperti al pubblico: si paga la quota associativa per il campo pratica e si inizia così il percorso verso l'agonismo.

### **Questa apertura è stata accolta positivamente dal settore?**

Absolutamente sì. Intanto perché ha dato la possibilità di far conoscere il golf e quindi permettere ad una fascia di popolazione, soprattutto giovane e meno abbiente, di potersi avvicinare ad uno sport che nel mondo si gioca ovunque, molto più diffuso a livello globale di quanto non lo sia il calcio. La nostra politica resta quella di dare a tutti la possibilità di poter giocare a golf, tanto più che da circa un anno e mezzo la disciplina rientra tra quella olimpiche e che dal **2016** saremo presenti con **due squadre, una maschile ed una femminile, alle Olimpiadi di Rio de Janeiro, entrando quindi nel gotha dello sport mondiale**. La nostra Federazione, quindi, si sta strutturando per competere con le altre federazioni. È utile ricordare che la presidenza **Chimenti**, in **dieci anni**, ha prodotto **il doppio dei tesserati registrati nei precedenti 70 anni e che ha dato allo sport almeno quattro campioni**, i due fratelli **Francesco e Edoardo Molinari**, l'enfant prodige **Matteo Manassero** e **Diana Luna**, più una fascia di giocatori a livello europeo che possono già entrare in tutte le competizioni internazionali. Ecco perché noi oggi stiamo lavorando moltissimo su una fascia d'età che va dai **6 ai 10 anni**, per allargare la base dalla quale usciranno i campioni di domani.

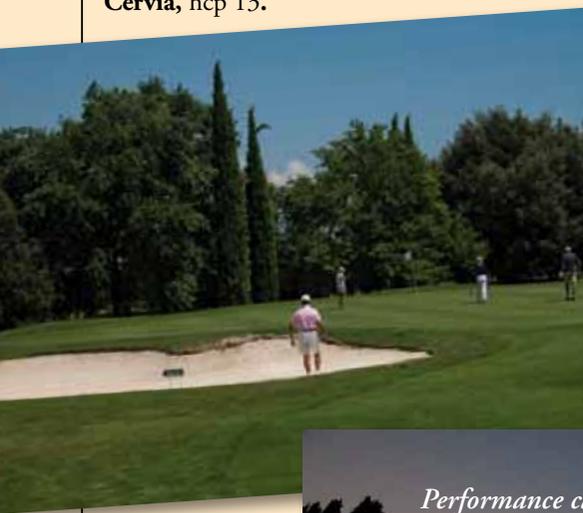
# Arte & Golf CUP

**G**olf People Club Magazine ha presenziato in qualità di unico media partner ufficiale alla prima edizione della esclusiva gara internazionale denominata **Arte & Golf Cup**, ideata e progettata personalmente da **Adriano Vicini** e **Luca G. Bottoni** con la stretta collaborazione di **Laura Dal Zoppo**, regista ed art director, con il supporto di **DZ Management** società di organizzazione di eventi guidata da **Daniele Zobetti**.

Golf People Club Magazine ha partecipato ufficialmente alla gara con una propria squadra, rappresentando i colori dello sponsor **Senini Holding SpA**, azienda leader a livello nazionale nella produzione di pavimenti fondata dal presidente **Massimo Senini**, capitanata da **Celso Lombardini**, presidente **Comitato Regionale Emilia Romagna Federazione Italiana Golf**, **Rimini Golf Club Verucchio**, hcp 3.8, e composta da **Fabrizio Antonini**, **Riolo Golf & Country Club La Torre** hcp 15, **Enrico Neri**, **Adriatic Golf Club Cervia**, hcp 17 e **Cesare Pasi**, **Adriatic Golf Club Cervia**, hcp 13.



*Ayala Kleiner, Giuseppe Germano, Daniele Zobetti, Adriano Vicini, Stefano M. Masullo, Ivana Romanello,*



*Performance canora di Elisa Rovida*

*Celso Lombardini*





*Champagne Autréau*



*Stefano M. Masullo, Ivana Romanello, Franco Tavelli, presidente Garda Golf, Adriano Vicini, Luca G. Bottoni*



*Alessandro Risulo, presidente Cartujano*

*Gregorio Bargis, amministratore Umidificatori Aldano*



*da sinistra: Alessandro Risulo, presidente Cartujano; Luca G. Bottoni; Bruno Prinsi, Julius Baer*



*Celso Lombardini, Stefano M. Masullo*



*Martin Edwards, presidente Manchester United*

*Laura Dal Zoppo*



*Fabrizio Antonini, Enrico Neri, Cesare Pasi, Ayala Kleiner, Ivana Romanello, Celso Lombardini, Stefano M. Masullo,*



*Bruno Zetti, direttore generale Dupont Italia*

DECIMA  
Edizione

# Trofeo Profilo Donna

**G**olf People Club Magazine ha partecipato in qualità di media partner ufficiale alla **Decima Edizione del Trofeo Profilo Donna**, importante magazine a diffusione nazionale fondato e diretto da **Cristina Biccocchi**, e al convegno di presentazione del progetto Donne e Futuro, fondato e presieduto da **Cristina Rossello**, avvocato **Studio Mignoli Rossello**, svoltosi al **Modena Golf & Country Club** presieduto da **Paolo Montorsi** e diretto dal segretario **Davide Colombarini** supportato dallo sponsor **Gant** ha visto la partecipazione di oltre 130 partecipanti.

**Nella Petych**, senior vice presidente e direttore area Russia, quale componente ufficiale del **Golf People Club Magazine Team** ha partecipato alla gara indossando abbigliamento tecnico e scarpe fornite dagli sponsor **Par72**, **Raffaele Greco Golf** e **GIMA Fashion Group**.



*Nella Petych*



*Cristina Biccocchi  
fondatore  
e direttore  
responsabile  
Profilo Donna*







*Daniele Bernardi amministratore delegato e vicepresidente Diaman SIM SpA e Patrizio Comi presidente Associazione Promotori Finanziari Golfisti*

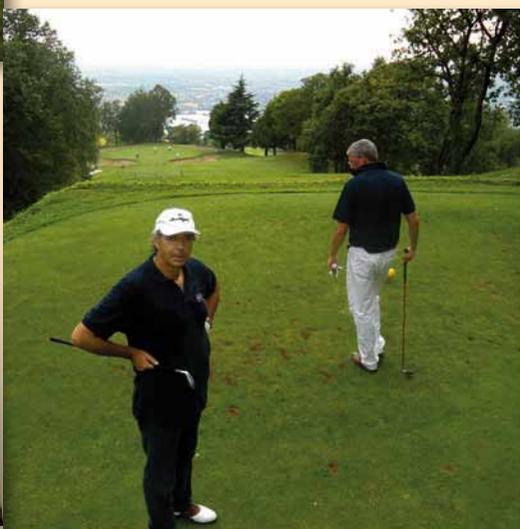
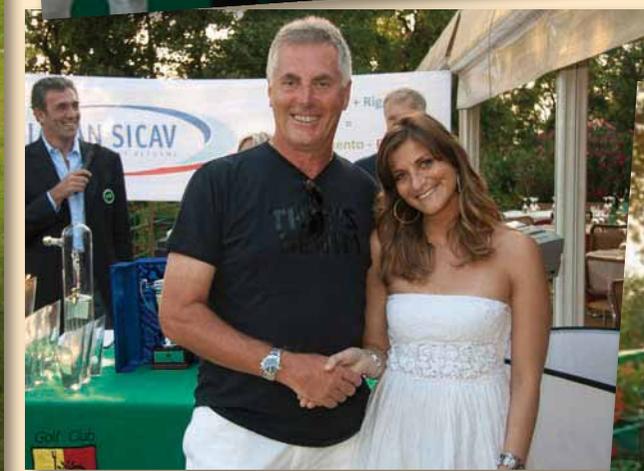
# La Rossera

**G**olf People Club Magazine ha presenziato ufficialmente su invito personale del presidente **Patrizio Comi** al primo **Campionato Italiano Promotori Finanziari a Squadre Coppa Diaman Sicav**, svoltosi al **Golf Club La Rossera**, intervenuti a livello istituzionale **Valerio Bettoni**, consigliere Regione Lombardia, **Giorgio Bonassoli**, assessore Sport e Turismo Provincia di Bergamo, **Antonio Percassi**, presidente Atalanta Calcio, unitamente ai rappresentanti dell'alta direzione delle seguenti società finanziarie, bancarie ed assicurative: **Banca Fideuram, Finanza & Futuro, Sofia SGR, Franklin Templeton, Aviva Investors, Diaman Sicav, Fineco, Ishare, Amundi.**



*Stefano Masullo, Graziano Fucili, Annamaria Valli consigliere Golf Club La Rossera e Stefano Valli presidente Golf Club La Rossera*





# Visto per voi

## LA MERAVIGLIA DELLA NATURA MORTA 1830-1910

*Dall'Accademia ai maestri del Divisionismo*

Tortona, dal 23 settembre 2011 al 19 febbraio 2012

Splendidi fiori, animali, vasi, suppellettili fanno bella mostra di sé in una sessantina di lavori ospitati negli spazi della Fondazione Cassa di Risparmio di Tortona. L'esposizione si concentra sul successo del genere della natura morta nella seconda metà dell'Ottocento, nell'ambito del Lombardo-Veneto; si parte però dagli anni Trenta fino ad arrivare al Novecento. Per l'occasione, alcuni musei e istituti hanno prestato le loro opere, tra cui la GAM di



Francesco Hayez (Venezia 1791-Milano 1882)  
**Fiori, 1834**  
Olio su tela, 51 x 39,2 cm  
Provenienza: Milano, Bianca Gualdo Taccioli, nel 1834; Milano, Gaetano Litra Modignani, nel 1934

Milano, che ha portato 17 lavori, dei quali 16 sono stati restaurati grazie alla Fondazione CRT.

Nella seconda metà del XIX secolo, Milano è il polo fondamentale di attrazione con la figura prominente di Hayez (*Fiori, 1834*) e la centralità dell'Accademia di Brera, dove Luigi Scrosati ottiene la cattedra di Ornato nel 1863. L'influenza dei Fiamminghi e dell'iconografia Biedermaier viennese vengono sempre meno, cedendo il posto a nuove soluzioni. Anche Brescia si distingue, con l'Ateneo e l'Accademia Carrara, dove si ammira la pittura di animali di Francesco Inganni, spesso studiati in coppia come *Pulcini e Volatili morti (1862)*, esposti in mostra, e le opere di Tommaso Castellini.

E ancora il naturalismo di Mosè Bianchi, Eugenio Gignous, Giuseppe Barbaglia, Cesare Tallone e Filippo Carcano. Le nature morte, con l'attenzione per la resa dettagliata del vero, la bellezza e l'opulenza delle scene sono il soggetto più adatto per sottolineare la ricchezza della borghesia e decorare le case, i salotti e gli studi dei benestanti. Se prima erano dettagli dell'ambientazione, ora diventano protagonisti delle opere con grande successo. La mostra dedica ampio spazio anche ai collezionisti, come Teresa Junck Garbagnati e Giovanni Torelli, raffigurati in due sculture di Paolo Troubetzkoy; il cotoniere e banchiere Carlo Dell'Acqua, la famiglia italo-svizzera Chiattonne e l'editore Giuseppe Treves.

Verso gli anni '80, la descrizione particolareggiata della realtà lascia il campo alle vibranti pennellate dei Divisionisti, con cui l'immagine si scompone nei colori che la costituiscono. Tra questi, Gaetano Previati (*Natura morta con piccioni, 1884*), Giovanni Segantini (*Pesci, 1886*), Emilio Longoni e Giuseppe Pellizza da Volpedo (*L'Appeso, 1893*). Tre opere di questi ultimi artisti sono state indagate con strumenti scientifici per studiare la tecnica pittorica, i materiali utilizzati e i



Giovanni Segantini (Arco, Trento 1858 - Schafberg, Cantone dei Grigioni 1899)  
**Pesci, 1886**  
Olio su tela, 54 x 109 cm  
Siglato e datato in alto a destra: "GS 86"  
Provenienza: Milano, collezione Giuseppe Treves; Milano, Alberto Grubicy (1900); Milano, Alberto Casiraghi St. Moritz, Segantini Museum



Emilio Longoni (Barlassina 1859-Milano 1932)  
**Natura morta con frutta candita e caramelle. Studio dal vero, 1887**  
Olio su tela, 63 x 110 cm  
Firmato e datato in basso a destra, E. Longoni 87  
Provenienza: Milano, Collezione Giuseppe Treves (?)  
Tortona, Fondazione Cassa di Risparmio di Tortona

problemi relativi alla conservazione. L'ultima sezione della mostra accoglie gli interessanti dati relativi a queste analisi.

## IL RINASCIMENTO DEL NORD: DA DÜRER A HOLBEIN

*Galleria della Regina, Palazzo di Holyroodhouse, Edimburgo*

Dal 17 giugno 2011 al 15 gennaio 2012



Enrico VIII di Hans Holbein il Giovane (*Augusta, 1497 o 1498 - Londra, 1543*)

Nella verde Scozia, paradiso dei golfisti, il castello di Edimburgo domina la città, minaccioso sulla rupe. E' una fortezza grigia, l'edificio più antico, giunto integro fino a noi.

Dall'altra parte della Royal Mile, si trova il palazzo di Holyroodhouse, dove ogni anno risiedono i reali durante la prima settimana del mese di agosto. Lì accanto, la Galleria della Regina ospita una mostra preziosa sul Rinascimento nordico, ovvero sull'influenza dell'arte italiana del XV e XVI secolo nel Nord Europa, soprattutto in Inghilterra, Paesi Bassi e Germania.

Dai soggetti religiosi si passa alla ritrattistica e alle immagini mitologiche e storiche, come *Apollo e Diana (ca 1526)* di Lucas Cranach il Vecchio, che lavora presso la corte di Federico il Saggio di Sassonia. Si torna alla classicità e ai testi antichi, con l'invenzione della stampa intorno al 1450, che rende più facile la diffusione delle nuove idee: l'uomo è il centro del mondo. Sono gli anni della Riforma di Martin Lutero che offusca la predominanza della Chiesa di Roma.

In questo contesto culturale mutato, i sovrani europei si contendono presso le loro corti i migliori artisti, come Leonardo da Vinci, il già citato Lucas Cranach il Vecchio, Hans Holbein il Giovane, che lavora per Enrico VIII e Tommaso Moro, François Clouet, che, con dovizia di particolari, dipinge numerose miniature e i ritratti di Maria di Scozia.

In mostra oltre 100 dipinti, disegni, stampe e sculture.

Albrecht Dürer è il più importante incisore dell'epoca, celebre in tutta Euro-

pa. Nel 1498 realizza il primo libro dell'Apocalisse, xilografie delle scene cruenti e mostruose, in cui tutti i ceti sociali sono falcidiati dal giudizio universale. Nel 1505 è a Venezia e dipinge i ritratti della comunità mercantile tedesca, tra cui *Burkhard di Spira (1506)*.



Il Castello di Edimburgo

# INTERVISTA A PAOLO NAVA E FARIAS GIANOLA

*Paolo Nava dirige uno studio di incisione, grafica e stampa di libri d'arte; Farias Gianola è proprietario della galleria FafaFineArt di Lugano. Insieme sviluppano un progetto comune sulla grafica d'autore d'eccellenza. Tutto nasce da un' identica passione per Mimmo Rotella.*

**Sig. Nava, lei è nato nel 1980, ma ha già un curriculum interessantissimo. Ha frequentato l'Accademia di Brera, nutrendo da subito una passione per l'incisione e la grafica. E' stato assistente di Mimmo Rotella, lavorando fianco a fianco per molto tempo. E ancora l'amicizia con Daniele Upiglio, il nipote del noto stampatore Giorgio Upiglio. Da due anni ha aperto uno studio al n. 8 di via Cavalcanti a Milano, rilevando da Upiglio due torchi e acquistando una stampante digitale. Ha realizzato un libro d'artista di Sandro Martini, un'edizione d'arte di Rotella e ora sta lavorando a un libro di Peter Greenway. Com'è nata la collaborazione con Farias Gianola?**

Ci siamo conosciuti lo scorso febbraio, in Svizzera, tramite colleghi del mondo dell'arte. Farias ama molto Rotella e gli ho raccontato alcuni aneddoti sul mio lavoro col maestro. Abbiamo scoperto di essere entrambi appassionati di grafica d'artista e da aprile abbiamo iniziato a concepire un progetto insieme.

## **Di cosa si tratta esattamente?**

L'idea è rivitalizzare il "Circulo de Piedra". Quel circolo di artisti amici del dissidente cubano Carlos Franqui: Mirò, Tapies, Adami, Calder, Jorn...

Nel 1970 Giorgio Upiglio raccoglie in una cartella le grafiche di tutti questi maestri, stampate su pietra con un procedimento particolare.

L'opera è presentata allo Studio Marconi in quell'anno e contiene un disco di Luigi Nono. Io e Farias abbiamo acquistato dallo stampatore le ultime 4 cartelle storiche che mettiamo in vendita nella galleria, dove sono esposte le grafiche originali, con un allestimento molto seducente. Abbiamo realizzato un catalogo, con testo di Upiglio, i primi 100 contengono un'acquaforte originale di Valerio Adami, che ha deciso di sostenerci e rendere così più contemporanea questa ristoricizzazione.

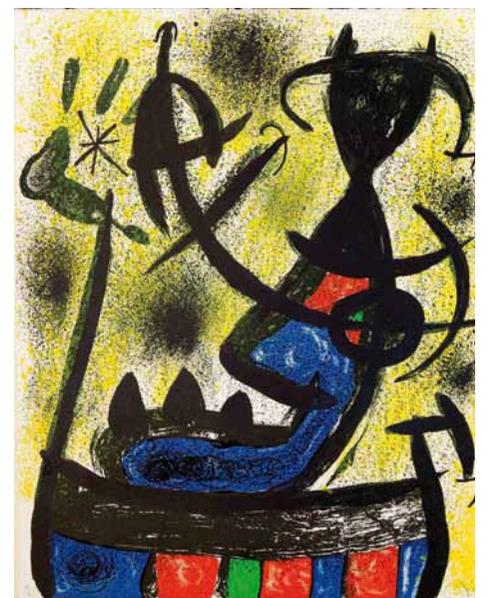
Farias Gianola: E' un'operazione complessa e nobile nel suo intento.

## **Farias, Lei ha studiato all'estero, a Milano e a Pavia. Poi ha deciso di aprire una galleria a Lugano. Come mai questa scelta?**

Da quando ho 18 anni sono un collezionista e ho deciso di dedicare la mia vita all'arte. Avevo il desiderio di tornare a Lugano, dove sono nato e cresciuto, ho pensato di colmare un vuoto con FafaFineArt, infatti in tre anni si è collocata tra le 3/4 gallerie più belle della città, con la sua centralissima vetrina in Via della Posta, 2. Il mio obiettivo fondamentale è fare cultura.

## **FafaFineArt deriva dal Suo simpatico soprannome. Da dove viene invece "Farias"?**

Mia madre cercava un nome particolare, diverso dal solito, e si è ricordata di un personaggio indiano di cui aveva letto in un romanzo. Io mi sono documentato e ho scoperto che "Farias" in antico aramaico significa "cavaliere" e in un certo senso mi sento come una sorta di cavaliere dell'arte, perché le opere che possiedo, le custodisco e le proteggo nel tempo, salvaguardo la loro memoria e mi piace pensare che quando io non ci sarò più, loro continueranno ad esistere.



## **Perché la grafica?**

Amo molto la grafica di qualità e acquisto con piacere soprattutto i lavori dei maestri internazionali. Ritengo che sia un buon modo per avvicinare i giovani che cominciano la loro collezione d'arte. Con Paolo mi occuperò sicuramente ancora di grafica. La galleria si concentra sul moderno, che è la mia passione: Sironi, Carrà, Rotella, Hartung e il pittore svizzero Comensoli.

Paolo Nava e  
Farias Gianola





# L'ORO È CARO?



**C**hiediamolo ad un esperto del settore, il **Dott. Monacelli, Presidente della società BMPI Spa.** **Presidente, anche Lei pensa che l'Oro sia caro?**

Per poter rispondere a questa domanda è opportuno fare delle riflessioni insieme, al fine di fornire al risparmiatore delle informazioni di base che gli permettano di valutare in modo obiettivo gli elementi chiave di una decisione così importante.

L'Oro fisico da investimento, a differenza di altri strumenti finanziari, è **molto difficile da valutare**, in quanto non ha un interesse, non ha un dividendo, non è un materiale strategico per nuove tecnologie, non ha una quota di mercato o un valore di marchio commerciale.

**Perché allora questo bene continua a salire, andando da 250\$/OZ nel 2000 fino al recente record di oltre 1900\$/OZ (1360€ N.d.r.)?**

Perché è considerato il bene rifugio per eccellenza! E la prima valutazione che dobbiamo fare è la distinzione tra **prezzo** e **valore**: una



**bottiglia di acqua costa un euro, ma quanto vale in mezzo al deserto? Quale prezzo saremmo disposti a pagarla? E' evidente che il concetto di prezzo dovrebbe allinearsi con quello del valore, che è diverso in contesti diversi.**

E' come dire che il premio della mia assicurazione sulla casa è quintuplicato, quando sta arrivando un uragano: più si avvicina l'uragano, più il premio sale e viceversa, ma è sicuramente più importante essere assicurati che guardare al prezzo!

**Quindi, la prima domanda da porsi non è quanto costa l'Oro, ma quanto può valere un kilo d'Oro come unica assicurazione sul patrimonio in un uragano finanziario come quello che stiamo affrontando! Oppure pensare di essere senza una bottiglia di acqua in mezzo al deserto, perché era "cara"!**

Questo è il motivo fondamentale per cui le

Banche Centrali di tutto il mondo hanno ripreso ad acquistare Oro fisico nel **2010**, per la prima volta da ventitre anni. Viene di fatto riconfermato il ruolo storico dell'Oro come valuta di riferimento internazionale, e non come semplice materia prima legata al mercato dell'oreficeria.

In un momento di turbolenza finanziaria e totale smarrimento, e in mancanza di punti di riferimento, il mercato finanziario dei giganti (banche centrali, fondi sovrani) è ritornato alla tradizione, comprando Oro da investimento, bene che è passato indenne attraverso rivoluzioni, guerre, crack finanziari, e disordini sociali.

La guerra valutaria in corso, il debaselement delle valute attraverso continue manovre di quantitative easing fa ben comprendere come l'Oro ritorni ad essere una valuta necessaria nel portafoglio, considerando infine che è l'unica valuta il cui possesso elimina ogni e qualsiasi rischio di controparte.

A mio avviso, tale trend continuerà in futuro fino a che il mondo utilizzerà nuove regole del gioco e una nuova valuta di riferimento degli scambi mondiali adatta al terzo millennio.

**Quindi, Dott. Monacelli, cosa consiglia ai nostri lettori e ai risparmiatori?**

Secondo questa logica, in una gestione del proprio risparmio che si ispira alla prudenza e alla difesa del valore reale la quota destinata all'Oro fisico da investimento deve servire a mantenere il potere di acquisto immunizzando i propri risparmi.

**Un kilo di Oro non cambia, è uguale da tremila anni e lo sarà anche nel futuro. Il concetto più importante da comprendere è che l'Oro non è salito di prezzo, ma sono gli attivi finanziari (includere tutte le maggiori valute) ad essersi svalutati nei confronti dell'Oro; ciò significa che sono necessari più soldi per acquistare lo stesso kilo d'Oro.**

Faccio un esempio molto pratico e chiaro: nel **1920** con un'oncia d'Oro si acquistava un abito sartoriale, oggi con la stessa oncia si compra ancora un abito sartoriale, ma la quantità di moneta da utilizzare è invece passata da 25 dollari a 1800 dollari. La domanda sorge spontanea: preferireste trovare nel baule della nonna un'oncia d'Oro del **1920** o banconote per **25\$ del 1920?**



### Com'è nata l'idea di fondare BMPI Spa?

E' molto semplice: abbiamo notato che in tutta Europa gli acquisti di Oro fisico da investimento da parte della clientela privata si sono decuplicati negli ultimi anni, mentre in Italia l'offerta sul mercato retail è marginale, se non inesistente. Non c'è, infatti, in Italia un canale distributivo capillare ed autorevole, che garantisca tutti gli elementi essenziali per lo sviluppo di questo mercato. I pochi banchi metallo sopravvissuti al crollo del settore orafa, causato dal trasferimento delle lavorazioni in Asia, hanno una cultura prettamente industriale, e producono materia prima per orafi e per il settore odontoiatrico.

Ed essendo ormai chiaro, a nostro avviso, che anche gli investitori italiani abbiano l'esigenza di investire parte del proprio portfolio in Oro fisico, così come già fanno gli investitori di tutto il resto del mondo incluse le banche centrali, Banco Metalli Preziosi da Investimento S.p.A. nasce per cogliere questa opportunità unica di mercato.

**BMPI Spa rende finalmente accessibile l'Oro da investimento al risparmiatore italiano, e garantendo così i più elevati standard di sicurezza e qualità al cliente finale, fattori determinanti per un'esperienza di acquisto semplice e sicura.**

### Ci spieghi meglio qual è l'offerta di BMPI Spa.

BMPI importa esclusivamente Oro fisico da investimento dalle primarie fonderie Svizzere ed Internazionali associate alla LBMA (**London Bullion Market Association**) che producono secondo lo standard LGD (**London Good Delivery**), accettato dalle principali Borse Metalli e dalle Banche Centrali a livello mondiale. Ogni lingotto è numerato univocamente e sigillato con il suo certificato di

### garanzia dall'Essayeur

**Fondeur** (saggiatore giurato) della raffineria e reca sul retro il sigillo anticontraffazione **KINEBAR®**, per i lingotti che vanno dai **2gr all'Oncia Troy** (31,10 grammi ca. *N.d.r.*). Offriamo la massima qualità dell'Oro fisico da investimento proposta in eleganti KIT con vari tagli, in un mix ideale studiato per diversi tipi di portafogli. Tutti i nostri prodotti e le condizioni di acquisto sono visibili sul sito: <http://eurobullions.bmpi.it/>.

Al momento, operiamo attraverso due canali: tramite il canale bancario o direttamente con il cliente privato. In entrambi i processi, garantiamo un flusso di attività svolto con il massimo della sicurezza e della privacy: assistenza alla scelta e all'acquisto, servizio di consegna tramite portavalori direttamente presso gli

sportelli della banca o presso fermi deposito, e possibilità di disinvestimento a condizioni certe.

**Ora la domanda non è più se o perché acquistare Oro, ma unicamente quanto averne rispetto al proprio portafoglio di investimento.**

A rispondere a queste domande vi aiuteremo noi: avrete modo di valutare i tagli dei lingotti d'Oro e gli importi più idonei, scelti tra le nostre proposte nell'ambito di una delle più complete gamme di prodotto in Italia.



### Banco Metalli Preziosi da Investimento S.p.A.

Cod. fisc./P.IVA: 07095600966

Sede legale: Corso di Porta Vigentina 35 - 20122 Milano (MI)

Numero REA: MI - 1935183

Sede operativa: Viale Kennedy 84 - 20842 Besana Brianza (MB)

Tel. 0362 942552

Fax 0362 942063

Numero d'iscrizione Banca d'Italia n. 5003371

Elenco Operatori Professionali in Oro

Web [www.bmpi.it](http://www.bmpi.it) - [eurobullions.bmpi.it](http://eurobullions.bmpi.it)

Mail [info@bmpi.it](mailto:info@bmpi.it)



Lorenzo Mercatali, classe '59 e doppia nazionalità Italiana e Francese, una lunga esperienza di consulenza in Italia e all'estero con una delle Big Four, è tornato da poco all'attività imprenditoriale in Italia con BMPI Spa come Consigliere Marketing & Sales.

### Quali sono i motivi di questa nuova iniziativa?

Riteniamo che ci sia uno spazio di sviluppo molto significativo per la proposta di Oro fisico da investimento nei portafogli degli Italiani. Questo è il punto di partenza nella nostra strategia ed è un aspetto centrale nel nostro modello di business, l'Italia è l'unico paese occidentale a non esprimere dei volumi di acquisto importanti in questa classe di asset, a differenza di tutti gli altri Paesi europei.

### Quali sono i punti distintivi della vostra offerta?

Abbiamo deciso di dotarci di criteri di eccellenza sia per il livello di servizio proposto ai clienti in termini di sicurezza e di semplicità di acquisto, sia per il prodotto. Abbiamo infatti puntato sulla commercializzazione esclusiva di Oro Svizzero prodotto dalle migliori fonderie associate alla LBMA e sulla distribuzione tramite Istituti Bancari. BMPI Spa propone solo Oro LGD, la qualità bancaria accettata a livello internazionale, ed ogni lingotto è sigillato in blister, con certificato numerato e seriale sul fronte del lingotto.

Oltre alla qualità del prodotto, aspetto su cui poniamo la massima attenzione, altrettanta importanza viene attribuita allo studio delle migliori strategie di asset allocation sull'Oro, su come comprarlo, in quali tagli e in quale momento, pianificando con il cliente un acquisto tailor made.

### Un suo consiglio ai clienti?

La nostra opinione è così sintetizzabile: "Se non ne hai, l'Oro non è mai caro, perché se mai ne avessi veramente bisogno, non avrebbe più prezzo!"





CANALE  
EUROPA  
.TV

*“Nulla si crea , nulla si distrugge ma tutto si trasforma...”*

## CANALE EUROPA

### LA GRANDE PIATTAFORMA TELEVISIVA SU INTERNET



[info@canaleeuropa.tv](mailto:info@canaleeuropa.tv)

# IL PRIVATE INSURANCE COME STRUMENTO DI TUTELA DEL PATRIMONIO FAMILIARE

**L**a pesante crisi economia attuale accentua l'interrogativo sulle forme migliori di protezione e di tutela del patrimonio. Secondo uno studio dell'AIPB (Associazione Italiana Private Banking) gli investimenti finanziari dei soggetti ricchi (con un patrimonio superiore al **milione di Euro**) non sono, nella maggior parte dei casi, oculati. Sia chi si preoccupa di perdere il capitale investito sia chi teme di subire danni al patrimonio familiare può trovare soluzioni adeguate e a misura di ogni situazione personale nel c.d. **Private Insurance**, che indica l'insieme di soluzioni assicurative offerte a un segmento di popolazione titolare di un patrimonio di almeno **500.000 Euro**. Tutti noi abbiamo bisogni che evolvono con il tempo e che riguardano la salute, la famiglia, la professione e, in ultima analisi, il patrimonio. Quindi non si può non pensare di utilizzare anche il sistema assicurativo come strumento di pianificazione e di tutela dei nostri interessi. All'estero lo si era già capito, specie nel mondo anglosassone. In Europa il **Private Insurance** nasce negli **anni 90** nel Lussemburgo e si diffonde poi negli altri Stati membri. In **Italia** viene introdotto agli inizi degli **anni 2000** e ha un grande sviluppo con l'introduzione del primo scudo fiscale.

Ora, questo strumento di tutela del patrimonio si rivolge ad una più ampia categoria di persone, in quanto alle **polizze unit linked di diritto estero, a elevato contenuto finanziario, si affiancano semplici polizze-vita**, vale a dire polizze personalizzate di copertura dei rischi sulla durata della vita, volte a prevenire i rischi patrimoniali legati ai beni mobili e immobili, non solo a dare copertura ai rischi personali di malattia, infortunio, previdenza. Al fine di addivenire a soluzioni il più possibile mirate sulle esigenze proprie, è preferibile avvalersi della figura del **broker assicurativo**, piuttosto che dell'agente di assicurazione, il quale tende a offrire prodotti standardizzati e favorevoli alla propria compagnia. A differenza dell'agente, che riceve mandato dalla compagnia di assicurazione per vendere un prodotto, il broker riceve il mandato direttamente dal cliente e può spaziare tra varie soluzioni offerte dal mercato.

I vantaggi più immediati di queste polizze sono, sotto il **profilo fiscale, l'esenzione da tassazione, IRPEF e da imposte di successione del capitale liquidato in caso di premorienza dell'assicurato**, e, sotto il **profilo giuridico, l'impignorabilità e la insequestrabilità** delle somme assicurate. In genere hanno tutte un **capitale garantito** e, in caso di premorienza dell'assicurato, superiore ai premi versati.

Il soggetto fruitore del private banking ha tuttavia necessità che vanno oltre il veicolo assicurativo. Si usa allora, per dare completezza al contratto di assicurazione, creare delle strutture sottostanti alla polizza, che possono essere a loro volta personalizzate. Ad esempio, il patrimonio del soggetto viene gestito con delle **SICAV**, o con strumenti di cartolarizzazione, o ancora tramite strutture societarie che si inseriscono nel prodotto assicurativo e create ad hoc per il risparmiatore/investitore. Ricordiamo che una **SICAV (Società di Investimento a Capitale Variabile)** è una società per azioni che ha per oggetto l'investimento del patrimonio raccolto mediante l'offerta al pubblico delle proprie azioni. Diversamente da quanto accade con i fondi comuni di investimento, chi sottoscrive tali fondi non acquista quote, ma **diventa azionista della società** e ha la possibilità di incidere, attraverso l'esercizio del diritto di voto, sulle vicende societarie e sulle politiche di investimento.

Sotto il profilo operativo, la soluzione assicurativa più semplice resta quella della **gestione**

**separata**, in cui la compagnia di assicurazione garantisce il rendimento e il capitale che il cliente ha versato, con una rivalutazione annuale. Oltre che con fondi **Euro** si possono avere gestioni basate sul mercato obbligazionario, sempre con l'obiettivo di assicurare al capitale un certo rendimento, ma con aspetti di rischio più variabile.

Recentemente si sta profilando, a livello europeo, una tendenza a completare il contratto di assicurazione con coperture per "caso morte" elevate. Questo perché si cerca, nella successione, di fare un passaggio generazionale intelligente: se il patrimonio è composto da una parte pecuniaria e un'altra non pecuniaria, si prevede, ad esempio, per un figlio una parte e per il secondo figlio l'altra, utilizzando, per non ledere la quota di legittima, la polizza come trust e incrementando così la forza della struttura assicurativa rispetto a quella finanziaria. Il problema di questi tempi è il decremento demografico, per cui la ricchezza si sta concentrando nelle fasce più anziane della popolazione. **Si verifica cioè il caso frequente di un doppio passaggio generazionale: non dal genitore al figlio, ma dal nonno al nipote.** Anche in questo caso, proprio perché viene inglobato nello strumento assicurativo tutto il patrimonio familiare, alla morte dell'assicurato vi sarà una programmata divisione del patrimonio che consenta il miglior passaggio generazionale. E questo è utile anche per le successioni nelle Piccole Medie Imprese.

avv. Giovanni Bonomo  
www.bonomonline.it



**Giovanni Bonomo**

Avvocato e consulente di imprese editoriali e televisive, autore di pubblicazioni in materia di diritto d'autore, dell'informazione e dell'informatica, 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 televendite", opera dedicata dai curatori alla memoria del padre avv. Aldo Bonomo, insigne giurista e intellettuale eclettico. Il primo contributo sulle sponsorizzazioni è stato recentemente aggiornato con il titolo *La sponsorizzazione di servizi di media audiovisivi in Il diritto industriale 3/2011*, 286 s. Libero pensatore e promotore culturale, ha fondato nel settembre 2007 il Centro Culturale Candide, sede di vernissage e punto di incontro di artisti, scrittori, esponenti della cultura. Giornalista pubblicista, attivo sulle tematiche ambientali, collabora con riviste letterarie e di divulgazione medica e scientifica.

## INTERVISTA A GIACOMO PONTI, DIRETTORE GENERALE DELL'IMPRESA DI FAMIGLIA PONTI S.P.A.

A cura di Associazione CERIF - Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia - Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.



**È** il 1867 quando **Giovanni Ponti** fonda a **Sizzano**, in provincia di **Novara**, l'impresa di famiglia Ponti.

**Ponti s.p.a** è oggi un'impresa di famiglia di **quinta generazione**, la cui mission è sempre stata quella di portare sulle tavole di tutto il mondo prodotti alimentari che uniscono la grande tradizione italiana del buon cibo con la ricerca di gusti innovativi, ai massimi standard di qualità.

Dalla sua costituzione Ponti fa propria la qualità, la serietà e l'innovazione per soddisfare le richieste dei consumatori in termini di gusto, servizio e qualità, mixando la tradizione culinaria italiana con tecnologia e marketing. **"IL GUSTO NON DORME MAI"** è il suo motto.

Ponti è il numero uno nel mercato dell'aceto in Italia e il numero due nel mercato italiano delle conserve; nel **2010** ha venduto ben **70 milioni di bottiglie di aceto** e ogni anno produce **25 milioni di vasi di conserve**.

**Dott. Giacomo Ponti, relativamente alla Sua esperienza, quale è stata l'evoluzione**

### del settore agroalimentare nel tempo?

Come tutti i settori, anche quello agroalimentare si è, nel tempo, concentrato, modificato e specializzato.

Mentre in passato alcune parti della lavorazione erano in capo a un'azienda, andando verso la specializzazione e la globalizzazione, nell'arco di quarant'anni, ciascuno è diventato più capace di produrre e contribuire a una parte della trasformazione.

Ogni impresa è protagonista di un pezzo della filiera, cioè è stata abbandonata la strategia dell'integrazione verticale e orizzontale a favore della specializzazione.

### Quali sono i punti di forza del settore agroalimentare e le criticità che invece devono essere affrontate?

Il punto di forza del settore è la grande tipicità e salubrità dei prodotti agroalimentari, che derivano dalla cultura gastronomica ed enogastronomica tipicamente italiana.

La grande forza che ha la cucina italiana all'estero è quella di poter esportare un sistema integrato di alimentazione **sana, gustosa** e, nelle sue basi, **abbastanza facile** da preparare in casa.

L'Italia, per ottenere maggiori risultati di quelli che sta ottenendo nell'esportazione di tutti i prodotti che derivano dalla filiera agroalimentare, dovrebbe fare più sistema e non sprecare risorse in questioni inutili. Infatti, nonostante si potrebbero aggredire mercati sani e golosi di prodotti italiani, le aziende si muovono sul mercato nazionale ed estero in ordine sparso. Si rileva una mancanza di focalizzazione da parte delle istituzioni e quindi le aziende vanno sui mercati esteri singolarmente. Ad esempio, se avessimo un sistema maggiormente integrato si riuscirebbe a lavorare di più con la **Cina**.

Per far fronte a questa criticità, in termini di mancanza di un sistema integrato, **PICE** e gli enti fieristici italiani dovrebbero fare sistema, piuttosto che badare a inutili campanilismi e realizzare una fiera per singole città, organizzando quella del sistema Italia.

Fare in ogni città una fiera è una follia. Bisognerebbe che ci fosse un ente nazionale

super partes che dia le direttive e che gestisca meglio le risorse, al fine di essere più incisivi sui mercati.

Inoltre tali enti dovrebbero garantire la coerenza tra la tematica della fiera, la clientela richiamata dalla manifestazione e le aziende espositrici portate dagli enti citati.

### I vostri prodotti nascono da ricette antiche, tramandate di generazione in generazione, o da sperimentazioni in laboratorio?

Alcune delle nostre ricette appartengono ai miei nonni sia materni che paterni, altre invece sono nate da sperimentazioni in laboratorio o dall'osservazione delle esigenze del canale **HORECA** e degli chef, per poi portarle anche in ambito retail, come è stato con la **Glassa Gastronomica** a base di aceto balsamico di **Modena IGP**. La glassa infatti nasce per rispondere al bisogno degli chef di disporre di un condimento denso che ricordasse l'aceto balsamico, che loro riuscivano a ottenere facendo evaporare a fuoco vivo la parte acquosa dell'aceto balsamico di Modena. Noi, in Ponti, abbiamo creato la **Glassa Gastronomica**, partendo da una ricetta basata sull'alta qualità degli ingredienti e sulla praticità del contenitore.

### Come riuscite a comunicare al mercato la qualità dei vostri prodotti?

Ponti comunica con il mercato grazie all'alta qualità dei propri prodotti e alla pubblicità.

### La qualità dei vostri prodotti fa in modo che siate riconosciuti come ambasciatori del Made in Italy all'estero. Quale strategia competitiva e distributiva adottate per difendere questa qualifica e rafforzarla?

Il fatto di essere leader in Italia nel mercato dell'aceto, fa sì che il nostro interlocutore sappia di interagire con il player più titolato per parlare del prodotto in questione e in questo caso dell'aceto.



Giovanni Ponti  
direttore generale  
Ponti SpA



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

# La giornata del Family Business

## Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

**L**e imprese di famiglia in Italia costituiscono l'80% del totale delle imprese e si stima siano circa 2.400.000.

Gestire una famiglia in presenza di un'azienda familiare e un patrimonio è un compito complesso, che richiede competenze, flessibilità, adattamento, leadership, buona capacità comunicativa e relazionale.

È fondamentale comprendere a fondo le dinamiche del **Family Business**, i suoi punti di forza e le sue criticità, di cui prendere consapevolezza e imparare a governare, in vista della continuità nel tempo del business familiare, tramandandolo di generazione in generazione.

È proprio da queste riflessioni che il Seminario "La giornata del Family Business" trova la propria "raison d'être" e si crea il sodalizio tra l'Associazione CERIF e i professionisti d'impresa, con l'ODCEC di Milano in prima linea.

L'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, compreso lo spessore formativo dell'iniziativa ha messo a disposizione dell'Associazione CERIF - Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia - e dell'ODCEC - Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili - di Milano la prestigiosa Aula Pio XI per fare cultura d'impresa e gettare un ponte tra Università e mondo del lavoro.

L'Osservatorio sulle Imprese di Famiglia - CERIF -, come il Direttore Operativo, Stefano Devecchi Bellini ha spiegato alla platea: "si occupa, dal 2005 a questa parte, in modo

particolare delle piccole e medie imprese di famiglia, ossia del 90% del totale di quelle attive". A conferma della percentuale sopra presentata, le ricerche condotte hanno dimostrato che il **98% delle Family Business** sono composte da meno di **20 dipendenti** e hanno dimensioni e fabbisogni ben diversi dalle grandi imprese familiari, che appunto costituiscono una minoranza nel nostro Paese. È evidente che anche i Commercialisti e i professionisti d'impresa, che sono chiamati a consigliare le Family Bu-



*Antonio Griola, general manager operations Zucchetti e Stefano Devecchi Bellini, direttore CERIF*

ness, per la maggior parte di piccole e medie dimensioni, sono profondamente interessati agli studi e alle ricerche condotte dall'Associazione CERIF. Il Centro di Ricerca sulle Imprese di Famiglia fa della ricerca la punta di diamante della propria attività e per questo genera continuamente conoscenza innovativa da condividere con imprenditori, professionisti e accademici in occasione di attività di



*Claudio Devecchi docente Università Cattolica*

formazione on demand o aperte ad un'ampia platea.

Ciascuna impresa di famiglia si caratterizza, e si distingue dalle altre, per l'esclusiva Family Business history, i valori familiari dei fondatori, che penetrano e si diffondono anche tra le mura aziendali, e la struttura organizzativa, che richiede approcci gestionali, meccanismi e strumenti operativi differenti, a seconda della complessità a cui si deve far fronte.

Le imprese di famiglia, come ha illustrato durante l'intervento "L'alfabeto del Family Business", il Prof. **Claudio Devecchi**, Ordinario di Strategia e Politica Aziendale presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e **Amministratore Unico di CERIF**, costituiscono la spina dorsale dell'economia italiana. Le Family Business si caratterizzano per specifiche dinamiche, prospettive e criticità, che le differenziano fortemente da quelle che familiari non sono. "L'Associazione CERIF, in seguito a un progetto di ricerca quinquennale ha identificato le **40 criticità** legate al **Family Business**, il cui studio approfondito consente di analizzarne le cause e quindi di individuare gli strumenti più efficaci per affrontarle; svolgere una veloce e incisiva diagnosi sulle problematiche peculiari delle imprese di famiglia consente di governarle in modo ottimale".



L'intervista a Claudio Devecchi prosegue su:

[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)



# SOLIDEA ha inventato un nuovo concetto di calza sportiva a compressione graduata

## SOLIDEA® ACTIVE

Technological Socks

ENERGY UNISEX



SPEEDY UNISEX



POWER UNISEX



-  micromassaggiante
-  batteriostatica
-  traspirante
-  odor control
-  termoisolante
-  ammortizzante
-  ergonomica
-  energizzante

GRADUATED COMPRESSION  
da 12 a 15 mmHg

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

### Tre modelli originali, tanti concetti innovativi

A compressione graduata in tessuto micromassaggiante brevettato che attiva la circolazione sanguigna. La speciale tessitura ad onde tridimensionali in forte rilievo oltre all'azione micromassaggiante favorisce la ventilazione assicurando una perfetta traspirazione della pelle, mantenendo i piedi sempre asciutti e alla giusta temperatura in tutte le stagioni, evitando l'insorgere di cattivi odori anche dopo diverse ore di utilizzo. L'effetto tonificante del micromassaggio favorisce la circolazione sanguigna per dare benessere ed energia. Il micromassaggio attivo del tessuto lascia dei leggeri solchi sulla pelle, segno della sua efficacia drenante, che spariscono entro qualche ora, lasciando la pelle liscia e svuotata dai liquidi in eccesso. Realizzati con filato batteriostatico agli ioni d'argento che ostacola la proliferazione batterica e favorisce il mantenimento dell'equilibrio biologico della pelle. Indicati per la prevenzione dell'insufficienza venosa e particolarmente consigliati per tutte le attività sportive, riducono crampi e proteggono le vene varicose. Eliminano e prevencono la formazione di acido lattico e la compressione graduata evita inutili dispersioni di energia. Per una migliore indossabilità delle calze si consiglia di infilarle con pelle asciutta.

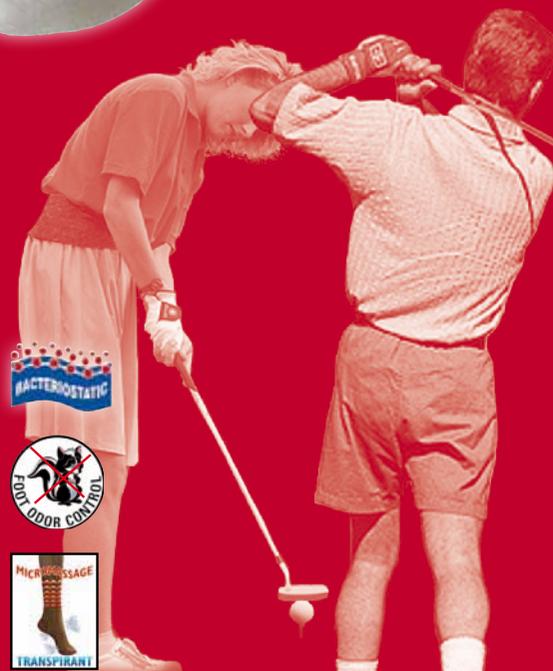
TESSITURA MICROMASSAGGIANTE BREVETTATA



Tessitura interna a onda micromassaggiante e termoisolante

Esterno tessitura, con filato batteriostatico agli ioni d'argento

Trama ad assorbimento carico e vibrazioni



Nelle Farmacie,  
Sanitarie, Ortopedie,  
Negozzi specializzati  
e On-line



SOLIDEA by Calzificio Pinelli s.r.l.

Via Germania, 11 - 46042 Castel Goffredo (Mantova) - Italy  
Tel. 0376 788411 - Fax 0376 770921 - [info@solidea.com](mailto:info@solidea.com)

MADE IN ITALY

Numero Verde  
00800-04082004

# TESSERAMENTO LIBERO:

*il punto a quattro anni dalla modifica statutaria*

**I** numeri parlano chiaro: negli ultimi anni in Italia abbiamo assistito ad una **costante e significativa crescita del numero degli atleti dilettanti tesserati presso la F.I.G.** In particolare, i tesserati sono attualmente circa **92.000**, appartenenti a diverse fasce sociali, con un incremento, rispetto all'anno **2002**, di quasi **trentamila praticanti**, e con un aumento percentuale, solo per l'anno **2010**, del **9,12%**. Dall'aumento del numero di praticanti questo sport sono ovviamente derivate positive conseguenze anche in ambito economico, se solo si tiene conto che – come emerge da uno studio pubblicato nel mese di settembre **2009** per conto della **Federazione Italiana Golf** - a tale data in Italia erano presenti **378 impianti**, con un tasso annuo medio di crescita delle strutture nei precedenti dieci anni del **2,4%**. Tale incremento è senz'altro dovuto innanzitutto all'interesse suscitato nel pubblico dai risultati ottenuti dai rappresentati azzurri nel golf professionistico (l'affermazione dei fratelli **Molinari** e la loro vittoria nella **Coppa del Mondo del 2009 in Cina**, l'affermazione nelle competizioni del circuito professionistico del giovanissimo **Matteo Manassero**, la partecipazione di **Diana Luna** alla **Solheim Cup**, la **Ryder Cup femminile**), risultati che hanno sicuramente contribuito ad avvicinare e a far conoscere al grande pubblico - grazie anche alle dirette televisive sui canali satellitari delle più importanti competizioni - questo sport, ingiustamente ritenuto, fino a pochi anni fa, riservato ad un'élite di persone. Inoltre, alla diffusione del gioco del golf ha senza dubbio contribuito in modo rilevante l'introduzione, grazie ad una modifica dello **Statuto della Federazione**, del c.d. "tesseramento libero" per gli atleti dilettanti, innovazione che ha consentito a chi voleva avvicinarsi a questo sport di iscriversi direttamente alla **Federazione**, senza essere nel contempo obbligato ad iscriversi anche ad un circolo, con un esborso economico nettamente inferiore poichè limitato alla sola quota di affiliazione alla **F.I.G.** Fino a tutto l'anno **2006**,

infatti, lo **Statuto della F.I.G.** prevedeva - **all'art. 18 - che i Circoli e le associazioni aggregate do- vessero tesserare tutti i loro soci presso la F.I.G.; e, all'art. 20, comma 2, che il tesseramento degli atleti dilettanti, fosse valido solo dopo l'accettazione della domanda di affiliazione o di rinnovo dell'affiliazione e dell'aggregazione del Circolo o dell'Associazione di appartenenza. Non era dunque possibile iscriversi alla F.I.G. senza preventivamente iscriversi ad un Circolo o ad un'Associazione aggregata, quale ad esempio un campo pratica; ciò comportava che molte persone, seppure interessate a questo sport, non vi si avvicinassero per timore di dover sostenere una spesa eccessiva.** A modifica di tale situazione, il **Consiglio Federale**, con **Regolamento di Attuazione** approvato in data **29 novembre 2006**, ha disposto, con decorrenza dall'anno **2007**, che tutti coloro che non erano mai stati tesserati presso la Federazione e non fossero soci di un Circolo affiliato o di un'Associazione aggregata, avrebbero potuto presentare la domanda di iscrizione alla Federazione semplice-

mente inoltrandola attraverso i Circoli affiliati o le Associazioni aggregate disponibili a tesserare soggetti non soci e pagando la relativa quota, ma senza necessità di iscriversi contemporaneamente anche al medesimo Circolo od Associazione. Il tesseramento libero, inizialmente introdotto in via sperimentale solo per l'anno **2007**, si è dimostrato essere un'iniziativa di tale successo - grazie anche alla partecipazione delle strutture golfistiche italiane, che al **90%** hanno aderito all'iniziativa - da essere poi prorogata anche per gli anni successivi. Si deve inoltre rilevare come, da ultimo, il **Regolamento Organico** approvato dalla **Federazione** in data **30 marzo 2010** preveda anch'esso, all'**art. 20**, che il tesseramento dei dilettanti venga effettuato da parte del Circolo, senza dunque alcun obbligo di preventiva iscrizione al **Circolo** stesso così come originariamente previsto dallo **Statuto**. Questa iniziativa promozionale della **Federazione**, resa possibile dalle modifiche statutarie sopra evidenziate ed espressamente diretta ai neofiti, avrà effetti anche per il futuro, e consentirà una sempre maggiore diffusione, anche tra i più giovani del gioco del golf.

## ALUMNI DIRITTO SPORT

Sede Sociale: Milano, Corso Italia, 11.

Contatti: per informazioni: [info@alumnidirittosport.it](mailto:info@alumnidirittosport.it)

per iscrizioni: [segreteria@alumnidirittosport.it](mailto:segreteria@alumnidirittosport.it)

Fax: +39 02 72095642

Presidente Avv. Antonella CARBONE; Presidente Onorario Prof. Avv. Lucio COLANTUONI; Vice Presidenti Avv. Giorgia Antonia LEONE e Avv. Roberto VISCOMI; Segretario Dott. Alessandro IZAR; Tesoriere Avv. Francesca URRU.

Membri del Consiglio Direttivo: Avv. Sara AGOSTINI; Avv. Elisa BRIGANDI; Dott. Sebastiano CAMPISI; Avv. Claudio CAPPONI; Avv. Anna CERBARA; Dott.ssa Anna GALIMBERTI; Avv. Giorgio INCANTALUPO, Avv. Paolo MONTANARI; Avv. Francesca MUTTINI; Avv. Cristiano NOVAZIO; Avv. Luigi OTTOBRINI; Avv. Luca PERDOMI; Avv. Matteo POZZI; Dott. Stefano SCACCHI.



ALUMNI DIRITTO SPORT è un'Associazione apolitica e senza finalità di lucro, che riunisce i professionisti che hanno frequentato il Corso di Perfezionamento in Diritto Sportivo e Giustizia Sportiva organizzato dalla Facoltà di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Milano e coordinato dal Prof. Avv. Lucio Colantuoni. L'Associazione è un punto di riferimento per l'aggiornamento nella materia del diritto e giustizia sportiva, mediante la realizzazione di iniziative formative ed eventi culturali, dalla stessa promossi, nonché per lo sviluppo di attività di promozione e ricerca, svolte anche in collaborazione con il Centro Studi Diritto Sport di Milano, diretto dal medesimo Prof. Avv. Colantuoni.



# CAFFÈ SCALA

*banqueting*

*La qualità dei prodotti, l'organizzazione,  
l'efficienza dei servizi e la raffinatezza degli allestimenti,  
sono stati la strategia di sviluppo  
sulla quale siamo cresciuti e ci siamo affermati.*



Tel. 02.2153150 - Fax 02.2140318  
[www.caffescala.it](http://www.caffescala.it) - [info@caffescala.it](mailto:info@caffescala.it)

# GOLF CLUB MATILDE DI CANOSSA

Come ogni anno il **Golf Club Matilde di Canossa** ha ospitato il **Memorial Girol dini Golf Trophy** che ci ricorda quanto il golf può fare in termini di iniziative benefiche e

solidarietà, nel ricordo di **Idea Girol dini**, ap- passionata ed indimenticata golfista praticante e prematuramente scomparsa nel **2002**.

Nella splendida cornice del links di **S. Barto- lomeo** ben **142 partecipanti**, molti dei quali provenienti da Circoli della **Lombardia** e del **Veneto**, si sono contesi i trofei in palio in quel- lo che è ormai diventato uno dei più importan- ti appuntamenti del calendario gare .

Una splendida giornata di sole ed un campo in ottime condizioni hanno favorito lo svolgi- mento di questa edizione del torneo favorendo anche ottime prestazioni da gioco. Da segnala- re in particolare risultati superiori ai **40 punti** **Stb** di **Luca Spattini** ( 1° Categoria – Matilde di Canossa ), **Giorgia Fontanesi** e **Rudy Ghi- dini** (2° Categoria – Matilde di Canossa) ed un brillante 37 di **Giovanni Painsi** nella cate- goria Juniores.

Anche la nutrita rappresentanza di giocatori provenienti dai circoli della **Lombardia** e **Ve- neto** ha ottimamente figurato piazzando ben otto partecipanti nei primissimi posti della classifica finale.

Spirito agonistico e desiderio di fare del bene hanno come sempre contraddistinto questo evento sportivo familiare i cui proventi sono stati interamente devoluti in iniziative benefi- che ed in particolare alla Fondazione Stefano Borgonovo per la lotta contro la **SLA** ( **Sclero- si Laterale Amiotrofica**).

Al termine della manifestazione la Signora



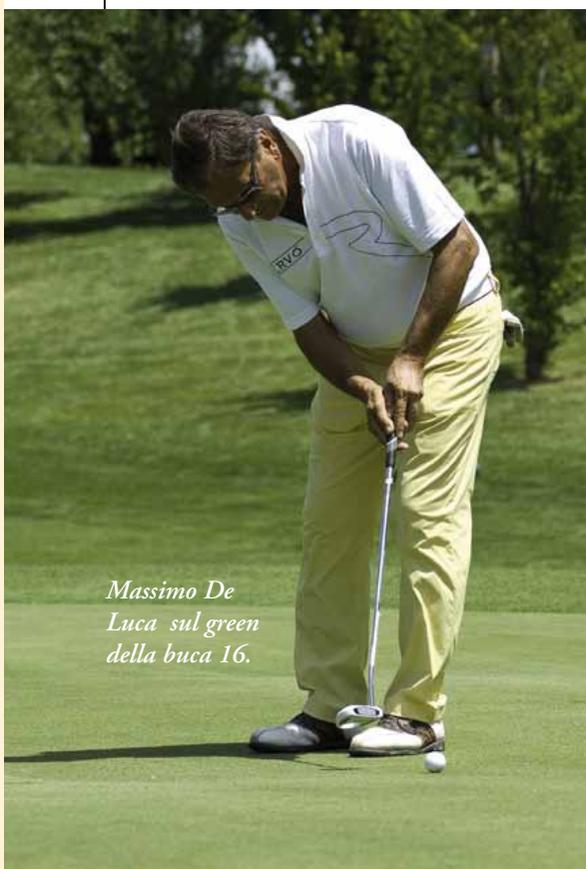
*Giovanni Painsi sul tee di partenza.*

**Chantal Borgonovo**, moglie del popolare cam- pione di **Como, Milan, Fiorentina ed Udinese**, ha ringraziato giocatori ed ospiti mentre il Dott. **Maurizio Gelati**, **Ricercatore dell'Universi- tà' Bicocca di Milano**, ha illustrato lo stato di avanzamento della ricerca per la cura della **SLA**.

Infine, **Ovidio** e **Daniela Cocconi**, ringrazia- do tutti i partecipanti e le prestigiose Aziende che con il loro "contributo amichevole" ren- dono possibile questo evento hanno dato a tutti un arrivederci per l'edizione **2012** del **Memorial**.

*Nella foto sotto, la premiazione.*

*Da sinistra: Nicola Coletto, Ulla Brixen, Alberto Mena, Chantal Borgonovo, Jacopo Vecchi, Luca Spattini, Giorgia Fontanesi, Gianluca Painsi, Ovidio Cocconi, Daniela Cocconi, Giacomo Spezzapria, Maura Manghi.*



*Massimo De Luca sul green della buca 16.*





# 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  
Canon EOS  
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 13 gruppi  
Distanza minima di messa a fuoco: 28cm  
Angolo di campo: 107,1° - 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

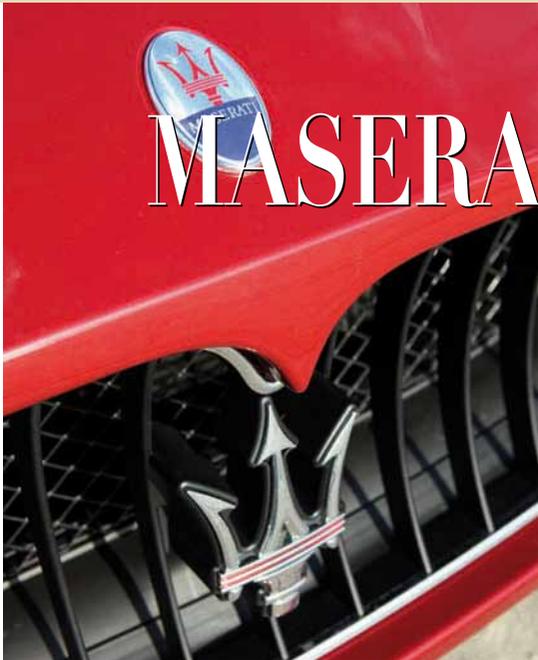


Una scelta intelligente per la tua reflex digitale.



a cura di Cesare Cappa  
cesare.cappa@inforuote.it  
www.inforuote.it

# MASERATI GRANCABRIO SPORT: *l'eleganza diventa sportiva*



**E**videntemente non le bastava essere considerata una delle cabrio più esclusive ed eleganti del momento, perché l'arrivo della versione Sport porta il **Tridente** a mordere ancora di più. Lo stile è quello inconfondibile di Maserati, i dettagli fanno la differenza e la strada il suo pane quotidiano. La **Gran Cabrio Sport** non è nata per correre, ma per appagare l'ideale di sportività di chi preferisce l'eleganza alla velocità pura. Inevitabile apparire, perché se non sono gli sguardi a perdersi alla vista della scoperta modenese, è il rumore del poderoso **V8** a richiamare l'attenzione dei passanti.

## ESTERNI: SPORTIVITÀ ESCLUSIVA

Si può disquisire su molti aspetti di Maserati **GranCabrio Sport**, però, forse, possiamo permetterci di dire che si tratti di una vettura veramente bella. Il fascino deriva da questo sapiente gioco tra linee curve e tese, che scolpiscono la cabrio modenese. Certo, la **Sport** si differenzia dalla **GranCabrio** "tradizionale", ma gli elementi che definiscono le velleità dinamiche della scoperta del Tridente, non caratterizzano l'insieme in maniera eccessiva. La volontà sportiva è relegata a nuovi particolari. Il frontale, reso aggressivo dalla calandra di colore nero richiama la cornice, sempre nera, sul riflettore. Lo sviluppo aerodinamico è alla base di questa nuova versione Sport, così che gli splitter angolari anteriori e le minigonne laterali

siano stati ridisegnati per migliorare la penetrazione dell'aria. La coda, pulita nello stile, si ridefinisce dinamica grazie ai due terminali di scarico ovali di colore nero, che domina la scena sulla **GranCabrio Sport**. A chiudere il quadro delle novità, ci pensano i nuovi cerchi in lega da **20"** che presentano tre Tridenti ciascuno. Debutta su questo modello il nuovo colore di carrozzeria Rosso Trionfale, ispirato alle vittorie delle Maserati da corsa degli anni '50. Infatti quest'anno si celebrano i **100 anni** dalla nascita di **Juan Manuel Fangio**, che al volante di **Maserati** vinse i campionati del mondo di **F1** del **1954** e del **1957**.

## INTERNI: DETTAGLI DA MIGLIORARE

A dire il vero il titolo potrebbe trarvi in inganno, perché se per dettagli intendiamo il livello delle finiture o la qualità dei materiali, allora siamo ancora una volta ai massimi livelli. Il riferimento ai dettagli, come vedremo in seguito, è riferito ad alcuni aspetti che riguardano l'utilizzo dei sistemi di bordo. Anche in



questo caso il passaggio alla versione Sport ha portato con sé qualche piccola novità, con la ovvia volontà di esaltare l'aggressività sopita della cabrio Maserati. I sedili completamente ridisegnati e i pedali in alluminio traforato, ne sono l'esempio più calzante, così come le palette **Maserati Active Shifting** di serie. Più lunghe e derivate direttamente dalle vetture che partecipano al **Trofeo Maserati**, sono sicuramente l'elemento più sportivo della vettura. Attenzione però, perché quando si vuole comandare la leva degli abbaglianti, si potrebbe inavvertitamente scalare di marcia, ma basta poco per abituarci. In ogni caso ciò che

si apprezza maggiormente della **GranCabrio Sport** è la comodità. La seduta di guida con il volante collocato in posizione verticale denotano la volontà sportiva della vettura. Probabilmente i puristi preferirebbero un comando con un diametro della corona leggermente più piccolo: dettagli, ma che spesso contano. Premesso che un marchio come Maserati punti molto sull'aspetto esclusivo, sportivo ed elegante per valorizzare le proprie vetture e non su quello legato all'infotainment o ancora all'hi-tech, è singolare che sulla **GranCabrio Sport** il navigatore sia rimasto "fermo al passato". Non è tanto l'aspetto grafico che delude, quanto l'interfaccia uomo-macchina poco fruibile ad un primo impatto. La mancanza di un tasto dedicato che richiami la mappa o la possibilità di modificare la visuale (giorno/notte) senza dover passare dalle impostazioni, lo rendono decisamente obsoleto. Certo, se l'investimento non parte dal gruppo (**FIAT**), difficilmente **Maserati** può venirne a capo, ma se si spendono oltre **100.000 euro** per un'automobile, sarebbe anche il caso che il navigatore fosse a livello della concorrenza. **Perché a prescindere dal fatto che chi compra una GranCabrio Sport lo fa per il blasone e per il piacere di guida, non per questo deve avere un sistema non adeguato.**

## MOTORE & TRASMISSIONE: UPGRADE DI LIVELLO

Dalle parti del **Tridente** si è deciso di seguire una strategia ben precisa, che prende il nome di "**Riduzione degli Attriti**".



La recensione prosegue sul sito  
[www.golfpeople.eu](http://www.golfpeople.eu)





[WWW.CAVALLINI1919.IT](http://WWW.CAVALLINI1919.IT)

Viticoltori dal 1919 in Oltrepò Pavese

---

Via Mazzolino 16 - 27050 Corvino San Quirico (PV)

a cura di Cesare Cappa

*Nato in America, ma italiano nell'animo, il nuovo (o forse vecchio, ma dipende dai punti di vista) Fiat Freemont sta conquistando lentamente il passionale acquirente italiano. Molti penseranno alla solita "americanata", in realtà gli spunti e i contenuti interessanti non gli mancano. Un "fuori taglia" che punta alla solidità, alla funzionalità e allo spazio. Tutti elementi dedicati alla famiglia, senza nulla togliere al piacere di guida aspetto molto importante per il cliente europeo. La base è quella nota del Dodge Journey, ma l'animo è quello italiano di Fiat, che in questa versione italo/americana mostra sì un lato tradizionalista, senza per questo scadere nel banale.*

**D**i tutte le cose che si possono dire del nuovo Fiat Freemont, originale è un aggettivo che potremmo escludere senza problemi. Però limitarsi a ripetere quello che da mesi si dice sullo scambio di "prodotti" tra **Torino** e gli **USA**, è riduttivo circa il valore di **Freemont**. L'aspetto massiccio e squadrato è quello tipico dei **Crossover** americani, perché i fronzoli e le ricercatezze stilistiche poco si addicono ad una vettura nata per la famiglia. Anche il design è definito dalla funzione del mezzo, e le linee tese, ma al contempo pulite, sono un chiaro segnale delle velleità di **Freemont**. Il frontale mette in evidenza il logo **Fiat** al centro della calandra, mentre il cofano motore è scolpito da nervature che fanno sognare un poderoso **V8**, ma che in realtà nascondono un più tranquillo due litri turbodiesel. La vista laterale si presenta slanciata e corre verso il posteriore, che grazie allo spoiler acquista quel pizzico di dinamismo fondamentale anche per una **family car**. I gruppi ottici chiudono l'insieme, che risulta essere proporzionato a prescindere dalle maxi (almeno per il nostro mercato) dimensioni (**4.888 mm di lunghezza e 1.878 mm di larghezza**).

**Lo spazio non manca e i cavalli sono nostrani**  
Non è certamente annoverabile tra le vetture di lusso il nuovo **Fiat Freemont** e forse qualcuno potrà rimanere un po' deluso dalla qualità di alcune plastiche inserite nei pannelli porta e nella plancia. Però quello che sicuramente colpisce è



# Fiat Freemont

la grande ariosità dell'abitacolo. La luce la fa da padrona grazie all'importante superficie vetrata. Il disegno della plancia è lineare e non brilla per particolari accorgimenti, ma tutti i comandi sono a portata di mano e l'idea di solidità che traspare è forse quello che conta maggiormente. Lo spazio per cinque persone è notevole, ma se volete potete portarvi due amici in più, perché di serie i posti a sedere sono 7. Chi siede nella terza fila però, non dovrebbe essere il classico giocatore di basket, perché in questo caso lo spazio non è il massimo. E poi dove mettereste i bagagli? **I litri disponibili in configurazione sette posti sono solo 145, che diventano 758 con la terza fila abbattuta, sino a salire a 1.461 se vi portate a spasso un solo compagno di viaggio.** Infine un breve cenno circa la posizione di guida: la seduta rialzata privilegia la guida rilassata, ma non scade mai nello stile "furgone". Buona anche la visibilità in tutte le direzioni, mentre per i parcheggi basta solo farci "l'occhio" grazie ai sensori di parcheggio (di serie sulla versione Urban).

In attesa della versione integrale, ufficializzata durante il **Salone di Francoforte (15-25 settembre 2011)**, il Freemont è proposto con trazione anteriore e una motorizzazione diesel. Il propulsore altro non è che il due litri che già equipaggia buona parte della gamma Fiat offerto in due varianti di potenza: **140 CV e 170 CV**. Dotato di un turbocompressore a geometria variabile e di una nuova pompa olio a cilindrata variabile, sfrutta le potenzialità della tecnologia **MultiJet** di seconda generazione. Forte dei nuovi iniettori, ha fatto importanti passi avanti in termini di efficienza della combustione a tutto vantaggio dei consumi e delle basse emissioni nocive. Tra le sue doti principali spicca l'elasticità e la disponibilità di coppia ai bassi regimi: i **350 Nm** cominciano a spingere già da **1.750 gi-**

**ri/min.** A coadiuvare la progressività del propulsore ci pensa un cambio manuale a sei rapporti, perché l'automatico arriverà con le quattro ruote motrici. Su strada si mostra per ciò che vuole essere, una vettura per i lunghi viaggi, capace di regalare comfort e spazio. E se proprio desiderate le prestazioni puntate dritti alla versione da **170 CV**. Tendenzialmente morbido l'assetto, non ama la guida decisa, ma preferisce i piloti rilassati. Il Freemont passeggia e non corre.



**C'è tutto ciò che serve e il prezzo è OK!**  
Non sempre macchina grande fa rima con spesa grande, perché in casa Fiat si è puntato sulla semplicità. La gamma prevede solo due allestimenti, il **Freemont** (base) e l'**Urban** separati da **1.500 euro di differenza**. Si parte subito con un quadro valido e completo: clima automatico trizona, **radio/Mp3**, schermo da **4,3"** del tipo **Touch Screen**, **Trip Computer** e **comandi audio al volante**, cerchi in lega da **17"**, fendinebbia, cruise control, sensore pressione gomme e dispositivo keyless d'entrata. Ma se volete essere realmente in stile americano allora dovete optare per l'allestimento Urban, così d'avere in più il sistema bluetooth, il sensore luci, il volante e pomello del cambio in pelle, i sensori di parcheggio posteriori (utilissimi!), le barre longitudinali, il sedile di guida regolabile elettricamente, i retrovisori elettrici e i vetri posteriori oscurati. C'è l'occorrenza per correre lungo le **Highway** della **California**, ma anche per rimanere ore in coda sulla **Salerno-Reggio Calabria**. In compenso, con un prezzo di partenza di **25.700 euro**, la strada per il primato di categoria si fa decisamente più agevole. E poi non è da tutti possedere un'americana che parla così bene l'italiano.

Cesare Cappa



# GI.MA FASHION GROUP Trofeo "Raffaele Greco Golf"

Nell'anno 2011 la **GIMA FASHION GROUP** è stata presente nell'ambito golfistico con molteplici iniziative sponsorizzando tra gli altri un proprio circuito attraverso il proprio marchio "Raffaele Greco Golf"

Le diverse tappe del circuito hanno richiamato moltissimi partecipanti di tutte le categorie e si è concluso con l'ultima tappa disputata a **Luglio** presso il **Golf Club Milano 3**.

I 5 vincitori di categoria, oltre ai bellissimi trofei, hanno ottenuto la possibilità di giocare le finali che si disputeranno nel mese di **Ottobre** presso il **Conero Golf** in un piacevole week-end di sport e salute.

Visto il successo che ha riscontrato questa simpatica manifestazione, possiamo senza dubbio affermare che anche l'anno prossimo il trofeo "Raffaele Greco Golf" sarà presente con nuove iniziative e ricchi premi.



*Luciano Martina  
Fondatore GI.MA  
Fashion Group*



*da sinistra: Raffaele Greco, Stella Roma, Davide Piombino, Alessandro Bocchiola, Paolo Lops, Roberto Fautario, Rosanna Missaglia, Luciano Martino, Carola Tonella*



*Roberto Fautario  
Riccardo Baccarani*



*Carola Tonella*

*Stella Roma*

*Rosanna Missaglia*



*Alessandro Bocchiola*

*Stella Roma*

*Carola Tonella*



Antonio Petriccione, riflessologo e terapeuta del massaggio

# SIAMO STRESSATI!!

Oggi forse è una delle parole che più quotidianamente usiamo, ci risulta comodo, conveniente, semplicistico inglobare tutto ciò che accade, a noi stessi, in questa parola.

## Ma cos'è veramente lo stress ???

Deriva dal termine inglese che significa propriamente "sforzo" al contempo, indica, nell'uso corrente, tensione nervosa, logorio, affaticamento psicofisico, e anche il fatto, la situazione che ne costituiscono la causa. Si distinguono fra stressor benefici, che generano il cosiddetto eustress (dal greco **eu** che significa "bene") e che danno tono e vitalità all'organismo, inducendo il livello nervoso alla produzione di (adrenalina e noradrenalina) e il sistema endocrino all'attivazione e all'azione degli ormoni corticosteroidi, e stressor nocivi, che generano il cosiddetto distress (dal greco **dys** che significa "in peggio") e che possono portare ad un abbassamento delle difese immunitarie oltre ai primari campanelli d'allarme (ansia, tensione, insonnia, ecc.).

Nella vita di tutti i giorni siamo sottoposti a numerosi fattori di stress, oltre al sovraccarico di impegni, ingorghi stradali, proble-



“  
Quando il corpo  
parla .....è perché  
la lingua non si è  
espressa.”

mi quotidiani, il nostro corpo si fa carico anche del peso delle emozioni non espresse che diventano accumuli emozionali. Per sopravvivere deve svolgere una lunga serie di attività: rinnovare le cellule, reintegrare le energie spese per il funzionamento dei vari sistemi, mantenere integro e costante il livello delle sostanze che definiscono l'ambiente interno... tutto questo per mantenere l'omeostasi corporea.

**Ed ecco che la riflessologia plantare e il massaggio psicosomatico costituisce il binomio perfetto affinché si raggiunga l'esatto equilibrio tra benessere fisico e aspetto estetico.**

Le tecniche manuali possono agire sui sistemi nervoso, circolatorio e linfatico; la scelta del massaggio non può pertanto essere casuale, ma dovrà essere dettata dal risultato di una attenta analisi del soggetto. L'inestetismo, come i sintomi di invecchiamento, ha sempre all'inizio un rapporto con ciò che noi chiamiamo stress.

Se l'organismo è affaticato, il nostro cervello comincia a dare direttive sbagliate alle funzioni abituali, quali respirazione, circolazione ecc.... con conseguente irregolarità nel funzionamento del metabolismo.

**Il nostro compito attraverso diverse tecniche di massaggio, derivate dalla filosofia e dai concetti di medicina orientale, adeguandole al nostro mondo e alla nostra mentalità, è quello di**

**analizzare, rieducare e regolare i nostri organi, visceri, metabolismi, energie....**

Offriamo la possibilità di verificare non solo la storia degli organi, ma altresì il loro vissuto più interiore, la vibrazione che li permea, leggere le emozioni attraverso il linguaggio energetico dei tessuti.

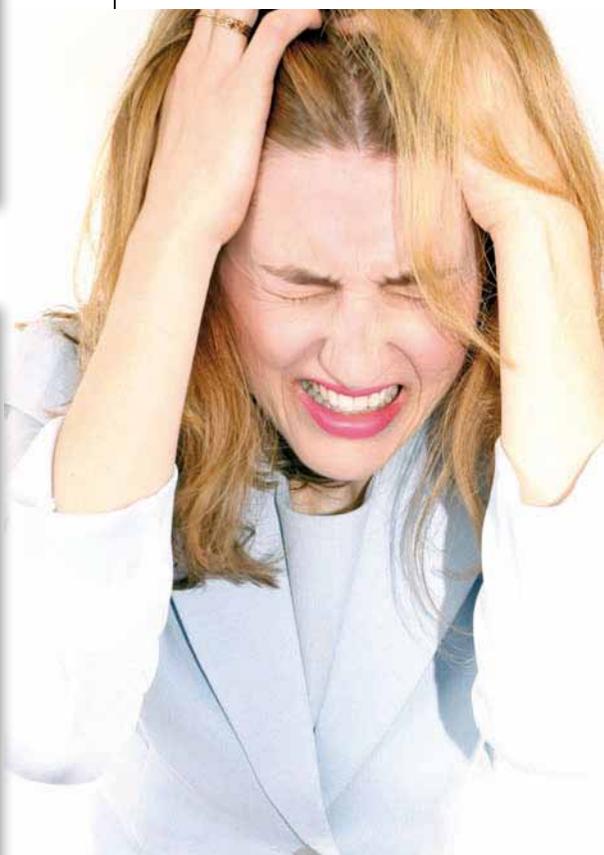
C'è l'antidolorifico per il mal di testa  
C'è l'antiacido per la gastrite  
C'è l'antistaminico per le allergie  
C'è l'antinfiammatorio per i dolori  
C'è l'antidepressivo per il "mal di vivere" e così via.

La medicina offre l'anti "tutto".  
Noi offriamo l'opportunità di unirci a quel dolore, a quell'allergia, a quel mal di stomaco, a quell'emicrania, a quella poca voglia di vivere per trasformarli in un movimento, in un'azione, in un cambiamento.

Cerchiamo di farvi risentire la voglia di urlare, il bisogno di parlare, la necessità di chiedere, l'istinto di piangere e, perché no, anche l'esigenza di scappare da una vita troppo vuota o troppo piena, semplicemente rimuovere una tensione, una corazza, uno scudo del quale ci siamo serviti per difendere la nostra vera natura, la nostra ORIGINALITA'!

**Per noi il corpo è un tutto armonico sia nel bene sia nel male. Perdere il controllo sul proprio corpo significa perdere il controllo sui propri pensieri, sulle proprie emozioni e istinti.**

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



## Alberobello Premio Internazionale Excellence

di **Giuseppe Germano**  
Foto: **Rocco Lamparelli**

10 Agosto 2011

**G**olf People Club Magazine è stato media partner del Premio Internazionale Excellence 10 Agosto 2011. Nella "Capitale dei trulli" Il Cav. Tommaso Chiarella, fondatore e Presidente del Premio Internazionale Excellence, nel corso della serata di gala, che si è tenuta nel ristorante stellato "Il Poeta Contadino", in presenza di giornalisti ed autorità, ha consegnato le prestigiose targhe del Premio Internazionale Excellence e le pergamene a quanti si sono distinti nell'operare in favore della promozione delle eccellenze e dell'accoglienza turistica di Alberobello e di tutto il Made in Italy della Valle d'Itria I premiati; Cav. Dante Renzini Presidente cantine ALBEA, Claudio Sisto, Direttore della Cantina ALBEA Museo del Vino, Ignazio Spinetti Presidente. ARA e titolare del "Ristorante Casanova", lo Chef Marco Leonardo e il giovane Cosimo Leonardo titolari dello stellato ristorante "Il Poeta Contadino", Leonardo Cardone presidente dei Giovani Albergatori della Puglia. Porta l'antico nome di Alberobello la cantina Museo ALBEA, costruita interamente in



pietra ai primi del novecento ed i lavori di costruzione, date le particolarità architettoniche richieste dal committente Luigi Lippolis, durarono oltre due anni.

La struttura è infatti interamente in pietra, con le vasche destinate a contenere il vino interrate nella roccia, così come un tempo lo erano le cisterne destinate all'approvvigionamento idrico dei trulli. Oggi aquisita da parte del Gruppo Renzini S.p.A., del Cav. Dante Renzini che ha chiesto la collaborazione di uno dei più noti e giustamente stimati enologi italiani di fama mondiale, il winemaker Riccardo Cotarella.

Dalla collaborazione del consulente Cotarella con il responsabile di produzione Dott. Claudio Sisto sono nati grandi vini, che hanno guadagnato in appena due anni tutti i più importanti riconoscimenti nazionali: Gambero Rosso, Veronelli, Bibenda, Luca Maroni, Espresso. Produce vini da vitigni autoctoni, Il "LUI" ottenuta da una attenta selezione di uva di Troia in purezza, con colore rubino scuro, profumo intenso con note di

frutta e spezie e gusto corposo. Il "RARO" vino prezioso un IGT Salento ricavato da una selezione di negro amaro e primitivo. Il "PETRANERA" un IGT Puglia interamente ricavato da uve Primitivo. Il "SELVA" un Locorotondo Doc. Il "PETRAROSA" un rosato gradevole. ALBEA ospita un raro MUSEO DEL VINO con una ricca raccolta di antichi strumenti agricoli usati per la coltivazione e la vendemmia ed una serie di bottiglie di diverse epoche ed etichette.

Un tuffo nel passato per capire come si sia evoluta la cultura enologica locale mantenendo viva la tradizione del fare dell'ottimo vino.



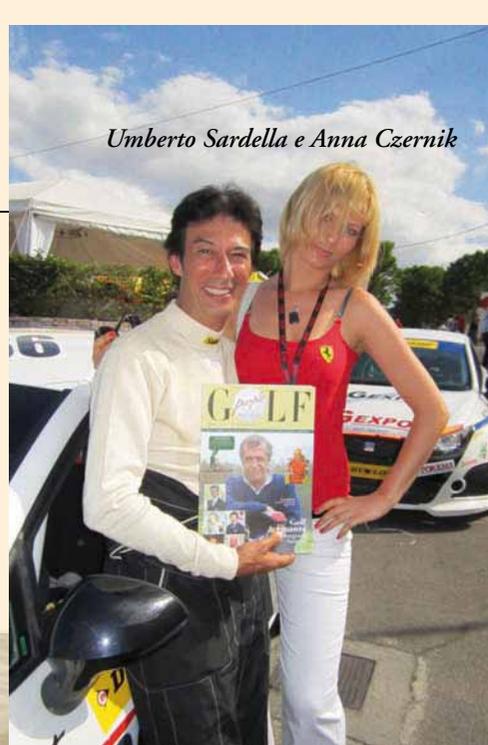
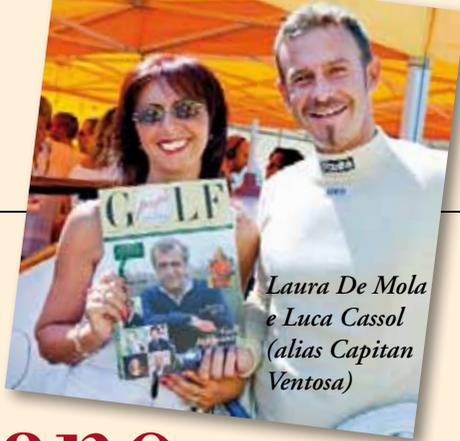
Claudio Sisto  
Marco Leonardo



Tommaso Chiarella  
Dante Renzini



Giuseppe Germano  
Ignazio Spinetti



Umberto Sardella e Anna Czernik

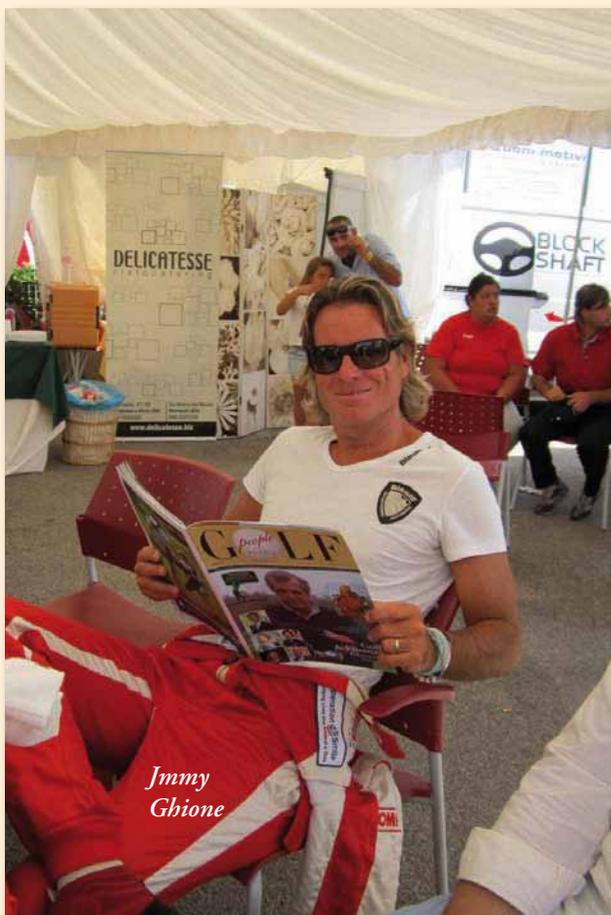
Laura De Mola e Luca Cassol (alias Capitan Ventosa)

# Selva di Fasano

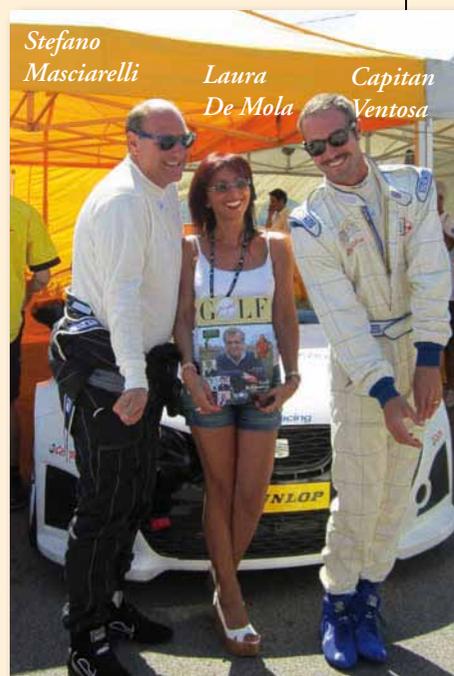
## 54<sup>a</sup> Coppa Selva di Fasano

di Giuseppe Germano  
Foto: Giuseppe Germano

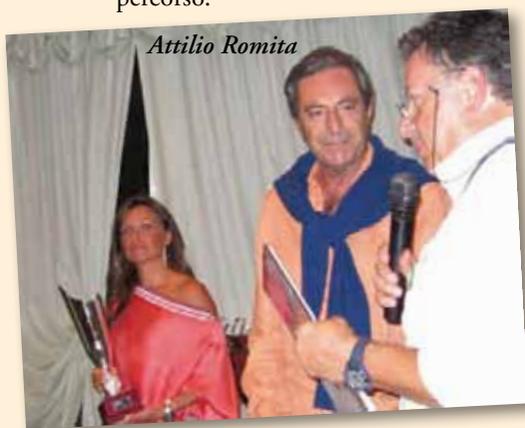
**G**olf People Club Magazine è stato media partner della cinquantaquattresima Coppa Selva di Fasano, svoltasi domenica 24 luglio 2011; Grande Merito al Presidente LAURA DE MOLA per la sua professionalità e capacità organizzativa, anche quest'anno lo spettacolo nello spettacolo con i VIP al volante. Una gara automobilistica di velocità in salita valida quale ottava delle 12 tappe del **Campionato Italiano Velocità della Montagna**. La corsa al titolo italiano è l'aspetto più importante da seguire, ma non l'unico. Da piloti importanti alla guida di nuove vetture, alla classica muta di potenti GT al via, fino alla sfida nella sfida tra i vip dello spettacolo al volante di "vere" auto da corsa, sono i motivi salienti di una manifestazione che, una volta di più, si annuncia degna di essere vissuta dal vivo lungo i **5600 metri** del percorso.



Jimmy Ghione



Stefano Masciarelli Laura De Mola Capitan Ventosa



Attilio Romita

Grandi numeri per la Scuderia **Egnathia Corse**. È una realtà a livello nazionale che di numeri ne ha tanti da passare alla storia, va citato anche il **25esimo anno** di organizzazione da parte della Egnathia Corse, subentrata nell'allestimento della **Coppa Selva di Fasano** fin dal 1986. La Fasano-Selva, nata nel **1946**, è una delle più longeve manifestazioni motoristiche nazionali. Nelle **54 edizioni** svolte in questo lungo arco di tempo, buona parte del lavoro si deve perciò alla **A.S. Egnathia**, che da tre stagioni è presieduta dall'infaticabile **Laura De Mola**.

Grande giornata per i Vip. Dai lustrini degli spettacoli TV alle fatiche di una cronoscalata il passo non è semplice. Lo hanno dimostrato i Vip dello spettacolo che sono ormai di casa alla Fasano-Selva. Tra questi 'malcapitati', cui è toccato quest'anno domare le **Seat Ibiza** di **Gruppo E1-1600 cc**, il migliore è stato **Jimmy Ghione** di **Striscia la Notizia**. Alle sue spalle altri due attori-piloti di belle speranze, quali **Raffaello Balzo** e **Flavio Montrucchio**.



Raffaello Balzo





# MANTOVA

## *Città virgiliana e dei Gonzaga*

Nel XII secolo l'architetto ed ingegnere idraulico **Alberto Pitentino**, su incarico del **Comune di Mantova**, organizzò un sistema di difesa della città curando la sistemazione del fiume **Mincio** in modo da circondare completamente il centro abitato con quattro specchi d'acqua, così da formare quattro laghi: Superiore, di Mezzo, Inferiore e Paiolo; Mantova, di fatto, era un'isola.

Alla campagna si accedeva attraverso ponti, due dei quali - il **Ponte dei Mulini** e il **Ponte di San Giorgio** - sono ancora esistenti.

In età comunale venne tracciato il Rio, un canale che taglia in due la città, collegando il lago Inferiore a quello Superiore. Altre dighe e chiuse consentirono un'adeguata difesa dalle acque.

Nel **XVII secolo** una forte inondazione diede inizio ad una rapida decadenza: il **Mincio**, trasportando i materiali solidi, trasformò i laghi in paludi malsane che condizionarono ogni ulteriore sviluppo; fu prosciugato, allora, il lago Paiolo a sud, in modo che la città restò bagnata dall'acqua solo su tre lati - come una penisola - ed oggi ancora si presenta così.

Sono, quindi, **tre gli specchi d'acqua**, non d'origine naturale, ricavati nell'ansa del fiume

**Mincio** che danno a **Mantova** una caratteristica del tutto particolare, che ad alcuni sembra quasi magica in quanto compare come una città nata dall'acqua. Nel **1984** è stato istituito il **Parco del Mincio** di cui il territorio del **Comune di Mantova** fa parte.

Il mito della fondazione della città è legato a doppio filo con la storia della profetessa **Manto**, che la tradizione greca vuole figlia dell'indovino tebano **Tiresia**. Le vicende narrate nel mito vedono una dicotomia di questo personaggio (come anche accadde per quello di **Longino**): fonti greche narrano che **Manto**, fuggita da **Tebe**, si fermò nell'attuale **Turchia**; altre invece descrivono il suo arrivo, dopo lungo errare, nel territorio, allora completamente palustre, che oggi ospita la città. In questo luogo creò un lago con le sue lacrime; secondo la leggenda queste acque avevano la magica proprietà di conferire capacità profetiche a chi le beveva. **Manto** avrebbe incontrato e sposato la divinità fluviale Tybris (il **Tevere**) re dei **Toscani**, e il loro figlio **Ocno** (detto anche **Bianore**) avrebbe fondato una città sulle sponde del fiume **Mincio** chiamandola, in onore della madre, **Mantua**. Questa versione mitica della fondazione della città di **Manto-**



va è riportata nell'**Encide** di **Virgilio**. Secondo un'altra teoria, Mantova trae l'origine del suo nome da **Manth**, dio etrusco, signore dei morti del pantheon tirreno.

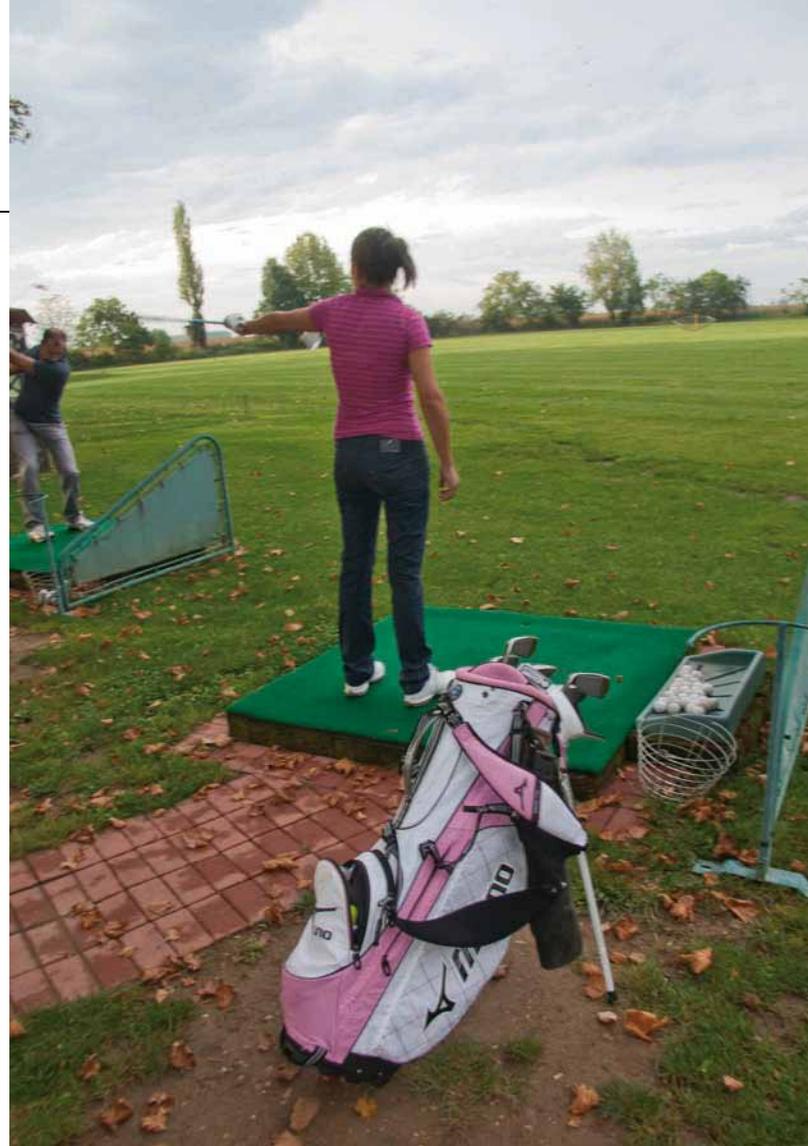
Il mito della fondazione di **Mantova** trova spazio anche nella **Divina Commedia** di **Dante Alighieri** nel **XX Canto dell'Inferno**, nel quale **Dante** stesso e la sua guida mantovana **Virgilio** incontrano gli indovini. Proprio indicando una di queste anime, **Virgilio** descrive i dintorni della città, il **Lago di Garda** ed il corso del **Mincio** che si tuffa nel **Po** a **Governolo** per affermare, riferendosi alla leggenda dell'indovina **Manto**:

« Fer la città sovra quell'ossa morte; e per colei che 'l loco prima elesse, Mantia l'appellar sanz'altra sorte »

(*Dante Alighieri, Divina Commedia-XX Canto dell'Inferno.*)

**Giuseppe Lena** è il fondatore e presidente della struttura turistico sportiva **Golf Club**





**Villa Schiarino**, la sua famiglia possiede da oltre 100 anni questa incantevole dimora gonzaghesca del **XVI Secolo**, quindi rientra a pieno titolo nelle cosiddette dinastie imprenditoriali italiane o, come dicono i colleghi azionisti anglosassoni, **family business**.

Patrizia Mantovani, prima ancora di essere una atleta di livello nazionale è una simpaticissima e splendida donna, che dopo una brillante carriera agonistica nel pattinaggio artistico, si è dedicata allo studio e alla pratica dello **Hatha Yoga**, delle tecniche di rilassamento e dei principi fondamentali del training autogeno, dello yoga per la gravidanza, dello **Hatha Yoga**, dello **Yoga Flex**, del **Power Yoga** e dell'**Asthanga Yoga**, attualmente è fondatore e presidente della struttura **Centro Olistico Body Mind**.

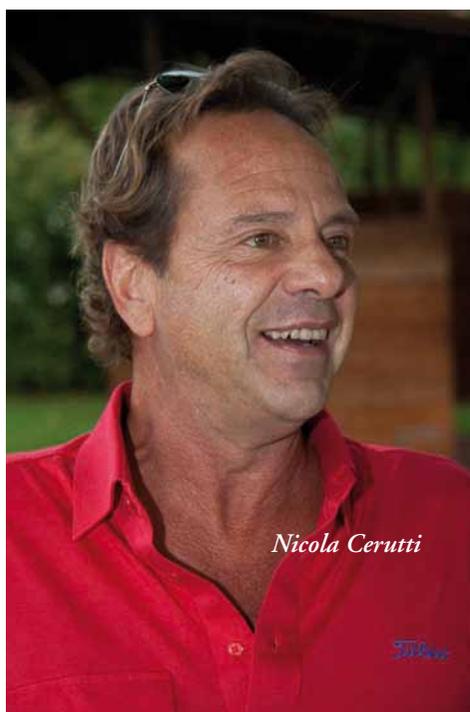
L'escursione prevede come **prima tappa** la visita al **Golf Club Villa Schiarino** dove troviamo ad attenderci **Nicola Cerutti**, **Giuseppe Lena** ed **Anna Mantovani**, madre di **Giuseppe**.

**Golf Club Villa Schiarino** viene costituita sotto la forma giuridica di associazione sportiva dilettantistica il **19 luglio 2005** con atto pubblico registrato dal notaio **Giampaolo Fabbi di Mantova** e come organo amministrativo viene nominato un **Consiglio Direttivo** composto da 3 membri:

**LENA GIUSEPPE**, presidente, **LENA ELI-**

**SEO**, vice presidente, nonché padre di Giuseppe, **MANTOVANI ANNA**, segretario, madre

Il 31 dicembre 2006 il circolo viene aggregato alla Federazione Italiana Golf e **successivamente** al **CONI**, il campo nasce da un'idea di due soci fondatori **Paolo Gazzola** e **Massimiliano Novellini** abili golfisti mantovani, il tutto



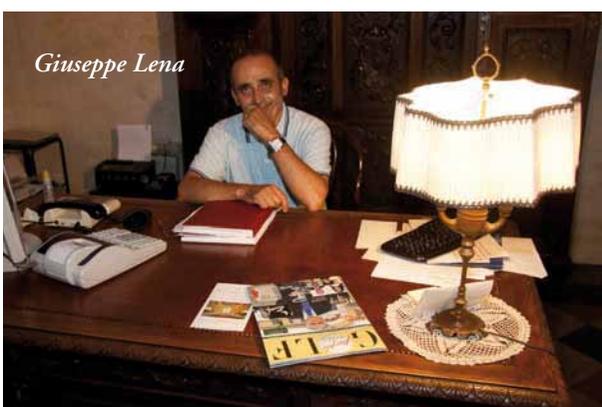
Nicola Cerutti

un po' per amicizia, lo sviluppo è venuto naturalmente, infatti ora la struttura consta di: **2 putting green, 8 piazzole di lancio** di cui **2 coperte, un bunker e 3 buche**, per un totale di **55 iscritti**. Obiettivo della partnership sviluppata con Golf People club Magazine è quello di **implementare le potenzialità inespresse creando percorsi che coniughino la disciplina golfistica con gli itinerari culturali ed enogastronomici**.



avvenne proprio in una cena consumata tra cinquecentesche mura di **Villa Schiarino** dove, gustando prelibatezze enogastronomiche locali, venne evidenziata la necessità di realizzare un campo pratica Golf poichè quello esistente a **Mantova** aveva chiuso agli inizi del **1995**.

L'idea originaria maturata in quel piacevole desco fu di creare un piccolo campo, con il modesto obiettivo di lanciare qualche pallina, ma poi, come sempre accade, la realtà fu diversa e più passava il tempo più aumentavano le esigenze. Così, un po' per passione e



Giuseppe Lena



# BODYMIND

CENTRO OLISTICO

CARICA LA TUA ENERGIA!

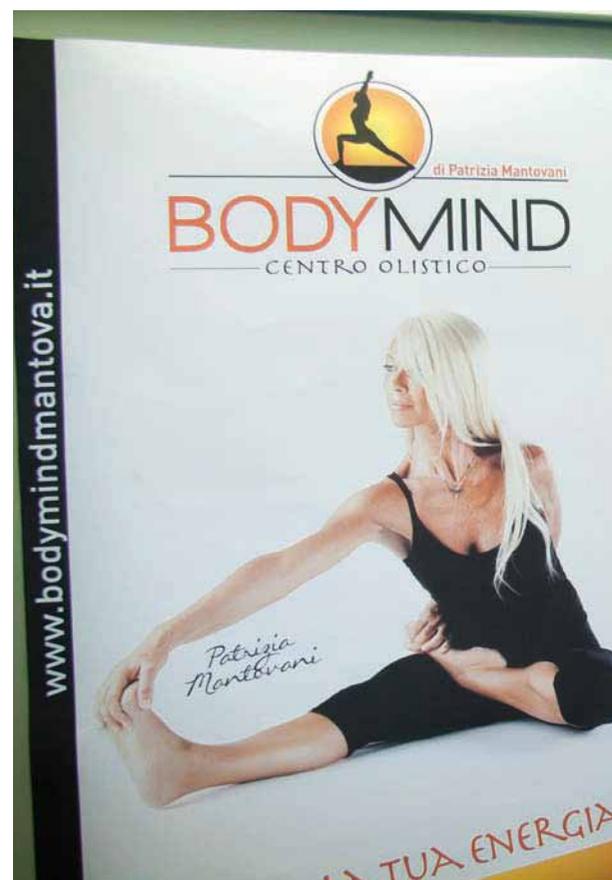


**L**Il suggestivo panorama del **Mincio** che, costringendo la città di **Mantova**, forma tre laghi in successione, su tre livelli diversi, denominati rispettivamente Superiore, di Mezzo ed Inferiore, accoglie lo staff editoriale di Golf People Club Magazine giunto nella terra che diede i natali a **Virgilio** ed alla dinastia dei

**Gonzaga** per un importante appuntamento dedicato a coloro che, sportivi e non, golfisti e non, desiderano mantenere mens sana in corpore sano, l'inaugurazione del **Centro Olistico Body Mind** creato e diretto da una splendida donna oltre che preparata e nota atleta, **Patrizia Mantovani**.

La struttura rispecchia in pieno il carattere, lo stile e la fisicità di **Patrizia Mantovani**, un **piccolo** ed all'apparenza delicato gioiello, che però, al pari di un prezioso e lucente brillante, svela, nel profondo, tutta la sua **fisicità, tonicità, eleganza e forza** in un tripudio di emozioni e sensi.

**Centro Olistico Body Mind** dispone di due raffinate ambientazioni, la prima, di circa **85 metri quadrati**, dotata di **10 amache** e completamente rivestita di specchi, nella quale si svolgono i corsi collettivi e l'**Antigravity Yoga**, la **seconda**, di oltre **15 metri quadrati** è destinata alle lezioni personalizzate od in coppia e viene utilizzata per il metodo **Gyrotonic**.





**Centro Olistico Body Mind** presenta tipologie di percorsi personalizzati molto indicati per i **golfisti**, da praticare sia ex ante che ex post alle gare, legati allo **Yoga**, al **Pilates Matwork**, al **Gyrotonic** ed allo **Antigravity Yoga**.

**Centro Olistico Body Mind** ha come obiettivo quello di mettere a disposizione del discente una svariata serie di metodologie per recuperare una perfetta padronanza del proprio corpo ed un armonico equilibrio psicofisico eliminando stress quotidiani e ritrovando una profonda energia interiore e consapevolezza di sè.



Patrizia Mantovani dopo gli studi classici ed una brillante carriera agonistica a livello nazionale nel pattinaggio artistico, si è dedicata allo studio e alla pratica dello Hatha Yoga, alle tecniche di rilassamento e dei principi fondamentali del training autogeno, specializzata nel 2001 a Torino, allo Satyanda Ashram Italia nello yoga per la gravidanza, ha poi affiancato allo Hatha Yoga l'insegnamento di pratiche più dinamiche quali lo Yoga Flex, il Power Yoga e l'Asthanga Yoga.



Istruttrice diplomata di Pilates Matwork nel 2008, nello stesso anno ho partecipato ad un master di Bikram Yoga a Pordenone con l'americano Jason Winn, e conseguito nel 2009 un master a Bologna in Piloga (fusione di Pilates e Yoga), un master in Pilates per la gravidanza e un master in Power Stretch Update.

Nel maggio 2011 protagonista sul palco di Rimini Wellness come presenter di Pilates Zeromax con Cristiano Lollo ed Elisabetta Pascolini e nel giugno presenter di Yoga Flex alla terza maratona internazionale di Pilates a Castellammare di Stabia. Istruttrice di Antigravity Yoga, in sospensione con le amache, istruttrice di attività olistiche presso lo Sport Village di Mantova, ed attualmente fondatore e direttore Body Mind Centro Olistico sempre a Mantova.

Parallelamente all'attività sportiva per l'emittente televisiva 7 GOLD conduttrice, presentatrice ed inviata dalla Jamaica in "W L'ESTATE" per trasmissioni di carattere turistico, WEEK END ESTATE e W L'ESTATE, ed enogastronomico, VINI D'AUTORE e VINI E SAPORI D'AUTORE, protagonista inoltre di numerosi spot pubblicitari.

Appassionata di teatro, recita da 10 anni nella compagnia teatrale Francesco Campogalliani di Mantova, interpretando diversi ruoli tra i quali, i più importanti, REGAN in "RE LEAR" di Shakespeare e ANGIZIA ne "La fiaccola sotto il moggio" di D'Annunzio.



*Patrizia Mantovani*

*Nicola Cerutti*

*Solidea by Calzificio Pinelli*

# IL FASCINO DEL BENESSERE ANCHE SUL CAMPO DA GOLF

*L'Azienda di Castel Goffredo presenta SOLIDEA ACTIVE,  
che risolve con eleganza i problemi delle estremità del golfista più accanito*

**C**on la sua linea di prodotti **SOLIDEA**, il **CALZIFICIO PINELLI** è leader a livello mondiale nel settore delle calze e collant a compressione graduata.

Incontriamo il suo fondatore, **Enzo Pinelli**, la cui geniale intuizione ha messo a frutto la tradizione manifatturiera del distretto della calza a **Castel Goffredo**, in provincia di Mantova, dove ha formato il proprio know-how.

Afferma Pinelli: **"Nel mio lavoro sono guidato da un'incessante passione per la ricerca, ma anche dalla precisa volontà di**

**portare un aiuto reale alle persone che presentano patologie circolatorie, regalando loro benessere ed eleganza. Per questo ho scelto il nome SOLIDEA per il mio marchio, per evocare un'idea di solarità, con tutti gli aspetti positivi ad essa correlati"**.

Partendo da questa filosofia e da questi valori, il grande lavoro



di ricerca su filati e materiali di primissima scelta, la continua innovazione tecnologica e il costante controllo qualità hanno portato **SOLIDEA** by **CALZIFICIO PINELLI** a rivoluzionare il concetto di calza elastica con la proposta di collezioni di calze e collant a **compressione graduata** che coniugano il benessere delle gambe e l'efficacia nella prevenzione delle patologie circolatorie con l'eleganza, la morbidezza e la perfetta vestibilità di capi raffinati, ricercati nell'ampia proposta di modelli, disegni e colori.

Con il suo efficiente servizio clienti e la ca-

pillare rete di agenti e partner commerciali altamente competenti e specializzati, **SOLIDEA** by **CALZIFICIO PINELLI** è in continua espansione, attualmente presente in 60 Paesi del mondo e in 11.000 punti di vendita solo in Europa.

Con questi presupposti, **SOLIDEA** by **CALZIFICIO PINELLI** non poteva non dedicare risorse ed energie per lo studio e la realizzazione di linee specifiche per il fitness e lo sport.

**Signor Pinelli, come siete arrivati a concepire una linea di calze dedicate agli sportivi?**

Il benessere comincia dal basso, lo sappiamo bene, e molte volte, non solo nel praticare uno sport ma anche nella vita di tutti i giorni, sentiamo calare energia e voglia di fare per colpa di piedi gonfi e gambe stanche, oppure siamo a disagio perché il piede si surriscalda, imbarazzati se dobbiamo toglierci le scarpe...

Con la nostra nuova linea **SOLIDEA ACTIVE** introduciamo un nuovo concetto di **calza sportiva unisex a compressione graduata**.

**Quali sono le principali caratteristiche di questi prodotti?**

Innanzitutto la **trama tridimensionale** del rivoluzionario **tessuto a onde brevettato da noi**: pratica un **micromassaggio** tonificante che, combinato alla compressione graduata più forte alla caviglia e degradante verso l'alto, favorisce l'effetto pompa e aiuta la **circolazione sanguigna** a risalire verso il cuore, evitando problemi di stasi venosa e donando leggerezza a piedi e gambe.

Nella linea **ACTIVE** abbiamo affrontato e



*Michele e Luca Pinelli*

risolto anche lo spinoso problema di sudorazione e odore, perché grazie al tessuto a onde della calza il piede respira ed è protetto nel suo microclima ottimale, fresco e asciutto in estate, caldo in inverno. In più, nella fibra del filato è inserito un agente batteriostatico protetto da un sistema a lento rilascio, che evita la proliferazione di batteri prevenendo la formazione di odori molesti.

**Sembra ideale per gli appassionati di golf,**

**che passano molte ore in piedi**

Certamente, e non solo: è una linea creata per gli sportivi, ma portabilissima in ogni momento della giornata anche grazie all'elegante gamma di colori che spaziano dal bianco sportivo ai più classici **blu navy, moka e nero**. E' unisex e disponibile in tre modelli: **ACTIVE POWER**, mini-calza a fantasmio ideale per le calzature tecniche, **ACTIVE SPEEDY**, calzino particolarmente consigliato per l'attività sportiva, e **ACTIVE ENER-**

**GY**, gambaleto nato per lo sport ma portabilissimo in qualunque momento, anche dalle signore che non amano indossare il collant con i pantaloni.

**Concludendo...**

Con la linea **ACTIVE** di **Solidea** by **Calzificio Pinelli**, tutti possono godere dei benefici simili a quelli della **riflessologia plantare** con il solo semplice gesto quotidiano di indossare le calze.

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



*La Famiglia Pinelli, al centro seduto il fondatore dell'azienda Enzo Pinelli, con la moglie, signora Cristina e i figli Luca e Michele*



*abbigliamento intimo* collection 2011

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

“Mi chiamo Serena, sono nata in terra siciliana 28 anni fa, una terra bellissima con un clima quasi sempre estivo, anche a dicembre il mese in cui sono nata. ....Faccio fatica a raccontarmi perchè sono una ragazza molto riservata e timida, nonostante il mio segno zodiacale del Sagittario dica il contrario. Figlia di genitori separati, la mia vita ha subito vari cambiamenti da bambina da quando all'età di 6 anni per esigenze ci siamo trasferiti in Umbria. Sono la terza di tre fratelli, loro sono sposati io vivo ancora con mamma e nonna ed è proprio grazie a loro che mi sono formata, rimanendo una persona umile e semplice. Fin da bambina rincorro il sogno di fare l'attrice, ancora oggi lavoro per realizzarmi in questo, il mondo dello spettacolo mi affascina, mi dà più soddisfazioni in confronto ad altri lavori fatti per mantenermi, rendendomi conto di essere più attiva, più contenta e quindi più vicina all'affermazione della vita stessa. Aspettando anche il grande amore...”



### Location "ANTOGNOLLA GOLF"

Il Campo da Golf di **Antognolla** è un magnifico percorso di **18 buche** disegnato dal famoso architetto **Robert Trent Jones II**, situato nel cuore dell'Umbria a soli 20 minuti da Perugia. Il percorso è dominato dal castello di Antognolla, un affascinante maniero medievale risalente al **XII secolo**. Il virtuoso progetto di Robert Trent è contornato dalla intensa bellezza naturale del luogo, con scorci mozzafiato sulla flora incontaminata e sulla spettacolare architettura medioevale umbra, protagonista sia all'interno che intorno al Campo da Golf. Delicato tecnico ma non impossibile: il percorso è un vero "must" tutto da scoprire.

Aperto tutti i giorni dell'anno  
[www.antognollagolf.com](http://www.antognollagolf.com)  
[info@antognollagolf.com](mailto:info@antognollagolf.com)





Fotografo: Emanuele Belati  
Assistenti alla fotografia: Matteo Peruzzi, Benedetta Vipera  
Sponsor e Accessori: Aitai New Street  
Hair Stylist: Jean Louis David

# GOLF MATE

## Le prossime

Sponsor Istituzionale: Banca Mediolanum; Foto: Stefano Merlini; Location: Golf People Club House - Terrazza Borelli; Abbigliamento intimo: Yuppi Doll; Scarpe: GI.MA Fashion Group - Raffaele Greco Golf; Calze: Solidea by Calzificio Pinelli; Attrezzature e abbigliamento: Par 72; Riprese televisive: Canale Europa Telegolf.TV; Preparazione atletica: Patrizia Mantovani; Image Fashion: Stella Roma e Alessandra Maria da Costa; Lezioni di Golf: ITS Golf Milano; Quadri: Emanuela Montorror; Banqueting: Caffè Scala; Putting Green: ITS Golf Milano; Cravatte e foulard: TonidiBlu; Press Release: www.trend-online.com

# Golfmate

*Genny Grassi*  
IFT Italian Fashion Team



*Sibill Barbagallo*  
IFT Italian Fashion Team



# GOLF MATE

## Le prossime Golfmate

Zaira Barbagallo  
IFT Italian Fashion Team



Sibill e  
Zaira Barbagallo  
IFT Italian Fashion Team



Cristina Cacciatore  
IFT Italian Fashion Team



# 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

SAPPIAMO DARVI LA STRADA GIUSTA  
PER UN INVESTIMENTO SICURO.



**LARGO BELOTTI BORTOLO 3  
VIA DELLO STATUTO 21**

Parlane con noi.

**035 212562**

## 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

