

# GOLF

*people*  
CLUB  
MAGAZINE

www.golfpeople.eu

Anno 2 - Numero 2

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

*Sezione  
Cantone  
Ticino*

*Speciale  
San Martino  
di Castrozza*

*Speciale  
Golf District  
Apulia*

*Francesca Cappelletti*



L'INTERVISTA  
PAOLO QUIRICI  
— GOLF CLUB LUGANO —

*Allegra Nasi  
La Signora  
del Polo*



*Lea  
Pericoli*



*Costantino Rocca*



*Camilla Vittadini e  
Federico Colombo*



*Giovanni  
Paolo  
Risso*



*Marco  
Polli*



*Renzo  
Pisu*

**Golf  
& Vacanze**  
*I protagonisti  
Nazionali*

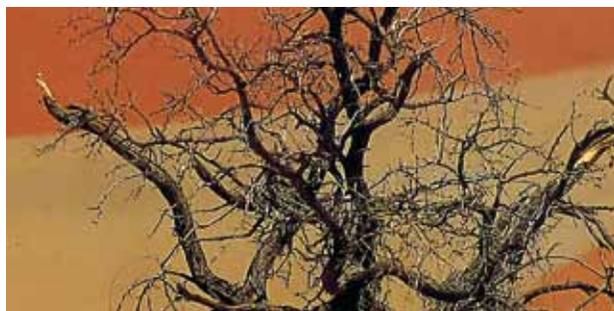
*Collega quotidianamente l'Europa con l'Africa Australe*



foto di Fabio Bozzani

**AIRCONSULT**

Via Adolfo Ravà, 106 - 00142 Roma - Tel. +39 06 54242541 - Fax +39 06 54242534/6 - E-mail: [airnamibia@airconsult.it](mailto:airnamibia@airconsult.it)



Think&Print - Roma - info @toprint.it - www.toprint.it

Namibia Tourism Board  
c/o Airconsult  
Via Adolfo Ravà, 106 - 00142 Roma  
Tel. +39 06 54242542 - Fax +39 06 54242534/6  
E-mail: [namibiatourism@airconsult.it](mailto:namibiatourism@airconsult.it)  
Internet: [www.namibiatourism.com.na](http://www.namibiatourism.com.na)



**Namibia**  
Endless horizons

Erica Nina

**Fotografia:**

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

**Make Up Artists:**

Chiara Picone,  
Nataschia Langelli,  
Ines Meduri

**Hair Stylist:**

Antonio Romano MyHead  
Parrucchieri Oggiono

**Video Maker:**

Marco Ongania Emofilm

**Location:**

Via San Pietro all'Orto 6 Milano

**Abbigliamento:**

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

**Calzature:**

GI.MA Fashion Group - Raffaele  
Greco Golf

**Intimo:**

Yuppidoll Brescia

**Partners:**

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

**Preziosi:**

Damiani Gioielli

**Profumi:**

Alpac Mille



**MULLIGAN & Co**  
APPAREL AND GADGETS

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

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

Seguendo la passione di uno dei titolari per il Golf, ha realizzato una linea di abbigliamento dedicata, ricca di contenuti tecnici, distribuendo i seguenti Brands: Cutter & Buck, Craft, James Harvest, Printer, NewWave, che sono l'eccellenza del settore.



PRODUZIONE  
PERSONALIZZATE  
CON STAMPA O  
RICAMO DEL LOGO



Mulligan&Co - Borgo San Giuseppe, 25 - 43125 - Parma  
Tel. e Fax +39 0521 16404883 - Email [info@mulliganeco.it](mailto:info@mulliganeco.it)





**HEAVY PROJECT** in collaborazione con **Golf'us**  
Pantaloni da Golf made in Italy



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

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

IN TUTTI I NEGOZI E PROSHOP GOLF'US

Maggio 2012

## I protagonisti si raccontano



### Comitato Editoriale

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

### Comitato Scientifico

Presidente onorario  
**Fabio Galli** - avvocato

### Presidente

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

### Consigliere

**Francesco Avaldi** - medico chirurgo

**Mario Basilio** - avvocato

**Antonella Carbone** - avvocato

**Claudio Chiappucci** - campione

### Club House

Presidente Golf People Club House

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

Presidente Club House Radio Milan Inter

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

### Redazione

Direttore Responsabile

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

Direttore Recensioni Tecniche

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

Direttore Itinerari Golfistici

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

Direttore Area Scientifica

**Alessandra Bussi Moratti**

alessandra.bussi.moratti@golfpeople.eu

Direttore Recensioni Automotive

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

Direttore Area Sud Est Asiatico

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

Direttore Area Eventi Sportivi

**Maria Beatrice D'Ascenzi**

maria.beatrice.dascenzi@golfpeople.eu

Direttore Area Giappone

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

Direttore Area Cina

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

Direttore Area Siberia

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

Direttore Area Dubai e Medio Oriente

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

Direttore Area Giovani

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

Direttore ARelazioni Esterne

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

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

Direttore Generale

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

Direttore Generale Svizzera e Liechtenstein

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

Direttore GArea Bulgaria

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

Direttore Area Charity & Celebrity

**Andrea Fusco** - andrea.fusco@golfpeople.eu

Web Master

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

Direttore Rubrica "Dinastie & Family Business":

**Stefano Devecchi Bellini**

Supervisor

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

Redazione di Roma

Via Sebino 11 - 00199 Roma

Tel. 06-8848094 - Fax 06-8414531

info@golfpeople.eu

Concessionaria Iniziative Speciali

Interprofessionale srl

Milano, Saronno, Lugano

Via Pozzone, 1 - 20121 Milano

Tel. 02-96704843 - Fax 02-96704809

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

Concessionaria Pubblicità Rivista

Tedoforo srl

Via Abbondio Sangiorgio, 13 - 20145 Milano

Tel. 02-48193655 - Fax 02-4817130

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

odone@tedoforo.it

Concessionaria Pubblicità Digitale

**Claudio Ricci** - Via Principe Eugenio, 25 - 20155 Milano

Tel. 02-36567808 - 338-3460866

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

Concessionaria LombardiaTicino

**Marco Rolli** - LombardiaWeb

via Bottachi 12 - 21016 Luino (VA)

http://www.lombardiaweb.com

info@lombardiaweb.com

Tel. (+39) 340/9892383

Fax (+39) 0332/1801332

Redazione di Roma

Direttore

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

Via dell'Amba Aradam 24

00184 Roma

Tel. 06-97273247 Telefax 06 97273247

Cell. 393/9909076

Anno 2 - Numero 2 - Periodicità Quadrimestrale

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

Realizzazione FoBo ADV srl

Via Mac Mahon 50 - 20155 Milano

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

e-mail: redazione@golfpeople.eu

Progetto grafico 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

Rivista in distribuzione gratuita fino ad esaurimento scorte

pag. **14**

**Allegra  
Nasi**



pag. **18**

**Costantino  
Rocca**



pag. **23**

**Paolo  
Quirici**



pag. **32**

**Camilla Vittadini e  
Federico Colombo**



pag. **30**

**Lea  
Pericoli**



pag. **37**

**Mauro  
Contili**



pag. **35**

**Giuseppe  
Santorsola**



pag. **38**

**Luca  
Giardiello**



## Circoli e Tornei

pag. **26** Golf Club  
Monticello

pag. **34** Golf Club  
Castellar

pag. **73** Consorzio  
Liguria Golf

pag. **70** Golf Club  
Castello della Bastardina

pag. **78** Palazzo Arzaga  
Golf Resort

pag. **80** Club dei 30  
Le Robinie Golf Club

pag. **84** Boutique del Regalo  
Golf Club Carimate

pag. **86** Golf Club  
Villa Paradiso

pag. **52** SPECIALE SAN MARTINO DI CASTROZZA  
TREKKING GOLF



pag. **62** SPECIALE PUGLIA  
DISTRICT GOLF APULIA

## Life Style

Lab Display, pag. 41 - Tae Bioenergy, pag. 42 - Paolo Frello, pag. 47 -  
GI.MA fashion group, pag. 71 - Jet Privati, pag. 76 -



## Sociale - Salute - Cultura



Laura Garavaglia e la poesia, pag. 49 - La giustizia sportiva nel golf, pag. 75 - La corretta alimentazione nella pratica sportiva, pag. 89 - Penta Medical Center, pag. 90 - Il Salotto di Antonella, pag. 92 - La Luce del Piazza Repubblica, pag. 95





## CARI AMICI E CONSOCI

“ Se conosci l'avversario e se conosci te stesso, puoi combattere cento battaglie senza pericolo alcuno; se conosci te stesso, ma non l'avversario, le prospettive di vincere o di perdere sono pari; se non conosci te stesso né l'avversario non vincerai nessuna battaglia. ”

(Sun Tse)

**L** presente editoriale è al contempo un saluto ed un augurio di buona lettura, in quanto da ora in avanti non scriverò più il mio pensiero in apertura, ma mi limiterò ad un semplice saluto corredo dalle fotografie degli amici quali testimonianza reale dell'apprezzamento rivolto al giornale, poichè quello che avevo da esprimere l'ho fatto chiaramente nei precedenti quattro numeri, ma soprattutto, riprendendo il consueto aforisma di apertura, **gli obiettivi aziendali prefissati sono stati completamente e pienamente raggiunti**, di conseguenza, la mia presenza, sarà sempre più costante **non nel dire, ma nel fare, non nel giocare, ma nel produrre, non nel perdere tempo in chiacchiere inutili, ma nel siglare accordi ed alleanze strategiche, con quei soggetti istituzionali che a livello mondiale sono interessati a sviluppare iniziative imprenditoriali e turistiche nel golf in Italia.**

**Golf People Club Magazine**, utilizzando, attraverso le proprie risorse umane interne **12 lingue** e contando su corrispondenti ed associati diretti nelle più importanti piazze finanziarie internazionali, consoliderà il proprio ruolo di sistema editoriale integrato.



Amorela Shytani, Fabrizio Conforti, Pamela Essuman, Marilena Buono, Dorian Limone, Daniela Jasmine

Sono reduce da incontri ai più alti livelli operativi per promuovere il prodotto **Italian Tourism Golf** nel mondo con personaggi come **Benjamin Libero**, direttore generale del **Ministero del Turismo della Repubblica dell'Uruguay**, **3.300.000 turisti nel 2011, 17 campi da golf** di cui uno nel pieno centro della capitale **Montevideo**, inoltre, oppure come **Woo Dae Shik**, imprenditore coreano golfista, **hcp 15**, che con la sua azienda di televendite incassa **10.000 dollari al minuto**, proponendo **fashion Made in Italy**, con il quale si struttureranno dei pacchetti personalizzati, rivolti ai giocatori coreani, per far trascorrere loro unici soggiorni di vacanza, disegnando

itinerari culturali, enogastronomici, golfistici e di shopping in Italia.

A breve mi dovrò recare, con l'amico **Carlo Scotti**,



da sinistra: Agostino Bergomi presidente Ottica Bergomi, Dalila Kijakovic, Terry Schiavo attrice e scrittrice, Flavio Torre, Stefano Masullo, Andrea Biandrino

attivo con successo nell'importazione e distribuzione di importanti marchi di moda, nonché nipote di un altro amico, **Vincenzo Scotti**, già **Ministro** in ben **otto Governi**, e prefatore di uno dei miei libri di maggior successo, in **Turchia**, paese che nel **2011** è cresciuto dell'**8,5%** e nel **2012** del **3%** per incontrare **operatori di notevole rilevanza interessati ad entrare nel mondo dell'abbigliamento sportivo dedicato al golf.**

In **Italia** invece si sono già siglati importanti accordi strategici con il **Consorzio Terra Antica in Puglia**, dove tra l'altro si è anche soci fondatori del **District Golf Apulia** e con **Trekkingolf di San Martino di**

Georgia Anderson direttore area California Golf People Club Magazine con Stefano Masullo

sotto da sinistra: Vitaliano Noventa presidente Studio Fiscale Legale Noventa&Associati, Martina Colombari attrice, modella e cantante, Svetlana Nikolic, artista internazionale presidente Arte Reale, Stefano Masullo



sopra: Maria Grazia Borelli con Gualtiero Marchesi presidente Fondazione Gualtiero Marchesi



sopra: Stefano Masullo con Veronica Zorzi



Maria Grazia Borelli con Franco Frattini



a fianco da sinistra: Gastone Pagot amministratore delegato Minotti Cucine, Stefano Masullo, Gabriela

sotto, da sinistra: Emanuele Canziani, Dalila Kijakovic, Marco Brunella, Maria Grazia Borelli, Stefano Masullo, Cristian Rigbi, Nella Petych





Patrizio Comi presidente Associazione Promotori Finanziari Golfisti

Castrozza al fine di sviluppare a livello internazionale quest'ultima peculiare disciplina soprattutto in paesi come la Svizzera dove la conformazione morfologica del territorio non permette la realizzazione dei tradizionali campi da golf. Si rafforzerà sempre di più il rapporto con la Confederazione Elvetica grazie al fondamentale lavoro di Luca G. Bottoni direttore generale Svizzera Golf People Club Magazine che con il suo nuovo ruolo di direttore marketing e sviluppo del Circuito Internazionale di Golf Città di Lugano ha proiettato la rivista e le relazioni conseguenti in ben sei nazioni, infatti, lanciato nel 2005 in Spagna, nel corso degli anni il torneo è stato esteso a percorsi situati in Portogallo, Cina, Argentina, Italia e Svizzera.

Da questo numero inizia la collaborazione con una altra serie di riconosciuti professionisti nel proprio settore di appartenenza. Accolgo quindi con grande affetto nel club Giuseppe G. Santorsola, un nome di prestigio nel settore bancario e finanziario, il cui rapporto personale nel mondo della finanza ed in quello accademico, risale al 1995, attualmente professore ordinario all'Università Parthenope di Napoli, che curerà una rubrica dedicata al private banking; Paolo Frello, architetto e interior designer di fama intercontinentale, golfista, socio al Golf Club Villa d'Este, che descriverà le dimore



sotto da sinistra: Bianca Miola, Maria Vecelli con Claudio Bolzani Allianz Bank e Maria Grazia Borelli



sopra: Elena Galliano, Ivana Romanello direttore Area Medio Oriente, Nella Petych direttore Area Russia, Yulia Shesternikova direttore Area Siberia, Elena Goncarova direttore Area Lugano

e le Club House più esclusive e belle del mondo; Maria Teresa Ruta, giornalista ed editorialista RAI e Mediaset che fungerà da inviata speciale; Roberto Privitera, fondatore del circuito e dell'omonima azienda, Birrifificio di Gallarate, che descriverà e recenserà in maniera reale, percorsi e ferri; Dario Castelnovo, presidente Camera di Commercio Italo Uruguaiana che illustrerà gli splendidi campi di Punta dell'Est presentando al contempo le opportunità di investimento in questo meraviglioso Paese, caratterizzato da un impenetrabile segreto bancario e da una fiscalità agevolata; Cristian Righi e Marco Brunella i veri e indiscussi protagonisti italiani dell'organizzazione di gare amatoriali che con il loro Orange Jacket Blue Jacket Tour, movimentano 20.000 golfisti non professionisti ogni anno a livello nazionale e Georgia Anderson, CTA Commodities Trading Advisor sui mercati finanziari statunitensi, nonché splendida donna a cui Playboy USA ha dedicato un servizio di copertina, che da Los Angeles intervisterà in esclusiva celebrità americane in una speciale sezione intitolata Swing & Trading.

Il tutto a conferma della copertura planetaria delle relazioni personali e professionali possedute dal sistema editoriale Golf People Club Magazine. Un benvenuto anche ai tre nuovi componenti della direzione Area Comunicazione Visiva e Fotografia che affiancheranno Stefano Merlini nel realizzare servizi fotografici: Flavio Torre, Gabriele Ardemagni e Antonio Carbone. Dario Bartolini, direttore recensioni tecniche, sarà il professionista del team che redigerà, in maniera puntuale, con stile ed eleganza ma dai profondi

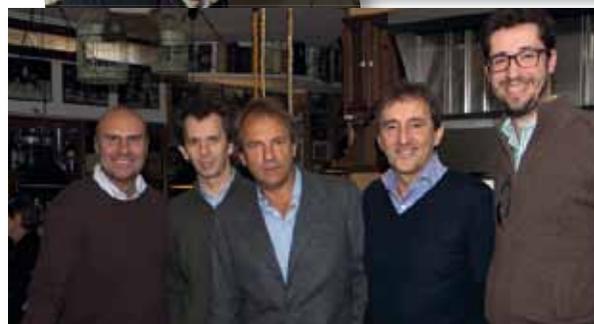


da sinistra: Daniela Jasmine, Marilena Buono, Amorela Shytani, Agim Kurthi direttore Gambero Rosso



Maria Teresa Ruta

Cristian Righi Orange Jacket



sopra: Stefano Masullo, Riccardo Tagliabue presidente Regionale Golf Lombardia, Giancarlo Savinelli presidente Par 72, Stefano Galli direttore Par 72, Diego Sala presidente Golf sul Lamber

contenuti, unitamente a Maria Beatrice D'Ascenzi, affascinante persona, i prossimi editoriali, con il vivo augurio che l'Altissimo voglia continuare a far proseguire questa iniziativa imprenditoriale. Con stima ed amicizia e con l'augurio ed il piacere di poter continuare a conoscere personalmente ogni nostro lettore.

Stefano M. Masullo

a lato: Stefano Masullo, Alessandro Pollio Salimbeni direttore Marketing Territoriale Comune di Milano, Franco D'Alfonso assessore Commercio Turismo Comune Milano



da sinistra: Roberto Poli direttore generale Centro Studi Grande Milano, Salvatore Carrubba presidente Accademia di Brera, Carlo Fontana vice presidente Fondazione Balzan



sotto: Maria Grazia Borelli con Giorgio Pasqua presidente Pasqua Vigneti e Cantine SpA



da sinistra: Stefano Masullo, Woo Dae Shilk, Paolo Piras, Carlo Scotti, Franco Piras



## 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)**



## “CRISI O INCERTEZZA?”

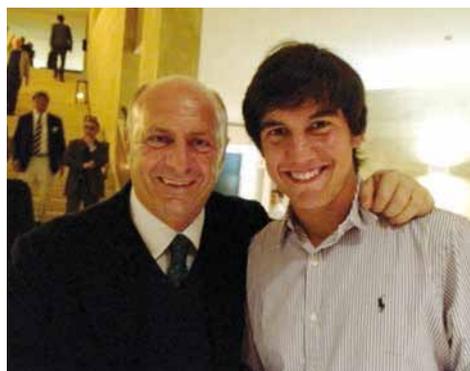


**Dario Bartolini**  
*Direttore Recensioni Tecniche*

**P**arola che dovremo cercare di smettere di usare è **crisi**, perchè oramai è talmente presente e sarà con noi per così lungo tempo, che conviene parlare di **incertezza economica** e di **possibili azioni di rilancio**. Un po' tutti si sono interrogati sullo stato di salute del nostro sport e su quello dei circoli in cui praticarlo.

**Cominciamo parlando dei golfisti perchè quasi sempre si comincia parlando dei campi e delle difficoltà economiche, ma permettetemi la banalità, senza giocatori non si va da nessuna parte e questi vanno creati e mantenuti.**

Una delle strane caratteristiche di questo



*Dario Bartolini con Matteo Manassero*

momento è che la gente lamenta di avere meno tempo libero e questo è meno strano di quanto sembri, visto che il momento economico da un lato porta meno attività, ma dall'altro ci rende tutti più attenti e presenti nel proprio mondo del lavoro.

Questo è un dato che proprio gli americani hanno sottolineato con un intervento di **Jack Nicklaus**, che si è chiesto se non sia il caso di ridurre i giri convenzionali a 12 buche (chissà poi perchè 12!) e di allargare il diametro della buca, per rendere il gioco Amateur meno frustrante e più veloce.

Sufficiente questo per attirare nuovi giocatori? Personalmente ho qualche dubbio, anche se per la verità sforzi analoghi li registriamo anche in Italia, verso una ritrovata attenzione nelle gare a 9 buche.

Per quanto riguarda però i giocatori, è difficile oggi parlare di difficoltà di accesso ai campi. Sono sempre meno infatti quei campi che richiedono quote azionarie o a fondo perduto, quindi obiettivamente se uno si vuole avvicinare al nostro sport, le strutture e le possibilità, entro certi limiti, esistono.

La Federazione ha in questi anni sbandierato con un certo orgoglio il superamento di quota **100.000 giocatori** ed una politica di tesseramento libero che doveva servire per avvicinare nuovi appassionati. Bisogna però avere la consapevolezza che il numero dei **100.000 tesserati** (anche quest'anno un leggero incremento c'è stato, siamo quasi a **102.000**), è però poca cosa rispetto alle possibilità sia in termini di abitanti del nostro territorio, sia per le strutture presenti e le caratteristiche climatiche che dovrebbero

permettere ben altri risultati. E' encomiabile l'iniziativa osservata durante il **Sicilia Open**, dove ho avuto la fortuna ed il privilegio di giocare la **Pro-Am** ospite personale di **Luca Giardiello** e **Silvia Serpelloni** rispettivamente **Country Manager** e **Brand Manager Warsteiner Italia** (a proposito, il **Verdura Resort** è veramente la meraviglia di cui tutti parlano: complimenti a sir **Rocco Forte**). L'organizzazione ha coinvolto, trasportandoli sul campo, tutti i ragazzi delle scuole della zona che dopo essere stati brevemente istruiti, sono stati sparpagliati lungo tutto il percorso con le diverse

**mansioni: far transitare il pubblico, tenere aggiornati i tabelloni degli scores e tutte le altre mansioni necessarie in questo genere di manifestazioni.** E' vero che per

molti di loro era la prima volta che andavano in campo e qualche volta li abbiamo visti impacciati e non propriamente perfetti nello svolgimento dei compiti, ma permettetemi di dire che **di iniziative così ce ne vorrebbero assai di più, e dalle facce dei ragazzi si capiva chiaramente che avrebbero imparato in fretta ed erano entusiasti di vedere tanti campioni e tanta gente intorno ad uno sport che per la zona è ancora sconosciuto.**

Iniziativa come questa, diffondendo sensibilità ed interesse, alla fine sono convinto che produrranno buoni risultati.

**Per quanto riguarda il tesseramento libero poi, vissuto con mille ma e con mille se, alla fine ha prodotto numeri davvero modesti e, nonostante lo sforzo preciso e competente della Federazione, alla fi-**



*Dario Bartolini con sir Rocco Forte*

*Acqua Royal Deeside:  
Basta poco per stare bene.*

*E' una semplice acqua oligominerale, purissima, che racchiude in se una infinita gamma di proprietà benefiche per il nostro organismo. I test clinici la premiano per le sue straordinarie caratteristiche ed hanno dimostrato che l'Acqua Royal Deeside, se bevuta regolarmente, almeno un litro al giorno, potrà risultare efficace per moltissimi problemi. Rallenta la produzione di radicali liberi combatte la ritenzione idrica, la formazione di cellulite e i ristagni di lipidi Contribuisce alla buona funzionalità dell'apparato digerente ed intestinale, del fegato e dei reni Riduce fino al 70% le infiammazioni che causano disturbi e imperfezioni della pelle e dolori articolari ed artrite reumatoide. Fate attenzione a quel che bevete il vostro corpo lo apprezzerà!*

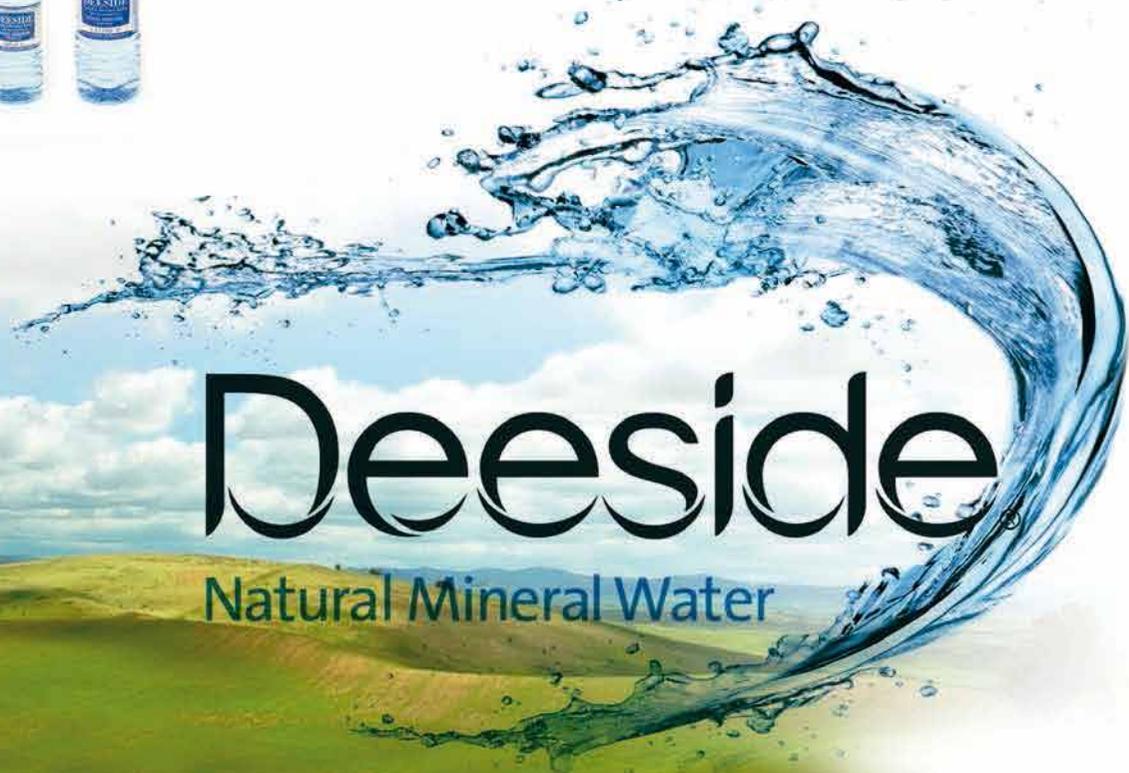
*10 Ottime ragioni per scegliere l'acqua Royal Deeside:*

- 1. L'Acqua Royal Deeside è una leggenda divenuta realtà, sgorga a Pannanich Wells nelle Highland scozzesi, terre di cavalieri templari e di guerrieri invincibili detti anche IMMORTALI.*
- 2. L'Acqua Royal Deeside è l'acqua che viene regolarmente bevuta, sin dai tempi della Regina Vittoria, dalla famiglia Reale Inglese che ne detiene la proprietà delle terre. La prima menzione su questa acqua speciale risale addirittura al 1245 e già intorno al 1760, divenne ampiamente pubblicizzata.*
- 3. L'Acqua Royal Deeside è eccezionalmente pura e si distingue per le sue qualità salutari e per la sua composizione chimica eccezionale.*
- 4. L'Acqua Royal Deeside è completamente diversa dalle altre acque a causa delle caratteristiche della sua composizione e viene considerata "riva" dagli esperti.*
- 5. L'Acqua Royal Deeside sembra avere la peculiarità di donare elettroni al corpo, (o di favorire la donazione di elettroni al corpo) lavorando in modo simile agli anti-ossidanti., per ridurre gli effetti nocivi dei radicali liberi. Ciò significa che le nostre cellule viventi sono protette dagli effetti dannosi dello stress ossidativi*
- 6. L'Acqua Royal Deeside agisce a livello cellulare e provoca una reazione positiva, che si accumula in milioni di cellule per diventare significativa nel corpo, nel corso del tempo.*
- 7. L'Acqua Royal Deeside è adatta a tutti, in particolare per le persone che accusano dolore articolare e impotenza funzionale delle articolazioni. E' provato che consumandola regolarmente, si otterrà una riduzione del dolore e dell'infiammazione*
- 8. L'Acqua Royal Deeside è un ottimo coadiuvante nella prevenzione e nella cura della cellulite. Bisogna berne almeno 1lt al di' nel periodo invernale, mentre in estate anche 2 lt.*
- 9. L'Acqua Royal Deeside è un prezioso alleato contro la ritenzione idrica. Bisogna berne almeno 1lt al giorno senza interruzione per almeno 3 mesi, i risultati sono garantiti.*
- 10. L'Acqua Royal Deeside combatte e cura molti tipi di problemi della pelle e risulta un ottimo coadiuvante contro acne e punti neri. E' anche un perfetto rimedio antiage.*

**CHIAMA SUBITO ALLO 0308361225 PER ACQUISTARE LA MIGLIOR ACQUA DEL MONDO**



*Acqua Deeside viene utilizzata da: Osteria del Gambero Rosso Milano, Hotel Principe di Savoia Milano, Via San Pietro all'Orto 6 Milano Pasticceria Abeba Desenzano S/G (BS), Pizza Corner L'angolo Della Pizza Brescia, Ottagono - Prandelli Orzinuovi BS, Mariabruna Beauty Brescia, La Drogheria di Paola e Simona Genova, Enoteca del Gatto Anzio (RM), Il Giardino Torvaianica Pomezia (RM)*



**Deeside**  
Natural Mineral Water



*Dario Bartolini con John Patrick Daly*

**ne ci troviamo con numeri che ci dicono che solo poco più di 10.000 sono i tesserati juniores nel nostro Paese.**

Anche questa diatriba è stata poi superata nei fatti da tutta una serie di organizzazioni che stanno rendendo finalmente più accessibile il tesseramento di giocatori, che altrimenti difficilmente si sarebbero avvicinati al golf.

E' sotto gli occhi di tutti che la schiera dei "peones" iscritti a campo pratica, che vedevamo regolarmente iscritti nelle gare del sabato e della domenica dei vari circoli, si sia enormemente ingrossata con i numeri delle varie associazioni come **GreenPass** e **GoGolf**, solo per citarne alcune, che con l'affiliazione formale ad un campo, permettono con un costo minimo, di ottenere la tessera federale *Conditio Sine Qua Non*, per poter accedere alle gare nei campi, golfisti che si sono sentiti portatori di interessi tanto da confluire nell'**Associazione dei "Golfisti Itineranti"**.

Allora c'è da chiederci se per questa nuova schiera di golfisti insieme a quella più classica proveniente dai circoli, non debba essere pensata una diversa formulazione nella proposta dei servizi e qui, veniamo a parlare adesso dei **campi** e dei circoli.

**Delle nostre oltre 300 strutture golfistiche, oltre 100 sono con destinazione turistica, vale a dire con uno sbilanciamento nei ricavi a favore dei green-fee giornalieri, piuttosto che nelle quote associative.**

Da parte dei circoli notiamo comunque la volontà di cercare soluzioni nuove e di da-

re risposte ad un mercato che non solo è incerto, ma che ha propria peculiarità, mescolate per tipologia di zona, di giocatore e di clima.

L'elenco che adesso vi sto per fare, non è una mia considerazione, ma semplicemente **il registrare ciò che sta avvenendo.**

Alcuni circoli hanno per esempio **abbassato** di molto la **quota associativa annuale**, ma hanno la pretesa che ogni volta che il giocatore scende in campo, **paghi un green-fee scontato**, pur potendo utilizzare quotidianamente le strutture del club come socio.

Altri invece hanno permesso una **rateizzazione dei pagamenti della quota associativa**, in maniera tale da evitare al socio di svenarsi a gennaio (per molti non c'è solo la propria quota, ma anche quella della **moglie** e dei **figli**). Questo permette anche un flusso certo (il famoso **cash-flow**) per i periodi in cui poi vengono sostenute le maggiori spese per il campo.

Abbiamo poi visto che **alcuni campi si consorziano** tra di loro per poter offrire o **pacchetti green-fee scontati** comprendenti più campi o **quote associative con green-fee gratuiti** per i campi limitrofi e poi incominciamo anche a vedere green-fee diversi, in base all'orario, al giorno della



*Verdura Golf Resort*

settimana, giornate con green-fee scontati per le ladies, per i seniores, etc.

**E' un quadro confortante di iniziative, se non fosse che, come spesso succede in**



*Da sinistra: Luca Giardiello, Country Manager Warsteiner Italia con Matteo Manassero e a fianco Silvia Serpelloni, Brand Manager Warsteiner Italia*

**Italia, si va avanti sì, ma in ordine sparso.**

**La vocazione turistica di traino del golf del nostro Paese, potrebbe essere motivo e spunto per un coordinamento di tutte queste iniziative.**

Da un punto di vista commerciale infatti, "l'incertezza economica" sottolinea la difficoltà di dare un valore: il prezzo al giro di golf ed un prezzo ai servizi che le strutture dei nostri campi possono offrire.

Sarà pur vero che il turista golfista spende il doppio del turista non golfista e che la permanenza media del golfista è doppia rispetto a quella del non golfista, ma ci siamo fatti tutti più attenti e oggi chi paga pretende e confronta.

Credo di potervi assicurare che questa è una cura non priva di controindicazioni, ma capace di portare il golf, come altri

settori economici, verso una sicura guarigione.

**Dario Bartolini**

*Direttore Recensioni Tecniche*



*Sicilia Open 2012 Verdura Golf Resort*

# CHI IMBUCA SALVA IL MONDO



di **M. Beatrice D'Ascenzi**  
Inviata Speciale

**E'** MEGLIO ESSERE PICCOLI. E non mi riferisco solo al fatto che, come del resto in tutto gli sport, quando inizi a praticarlo da piccolo è tutto più facile. **Essere bambino golfista vuol dire poter mettere in campo passione, immaginazione, motivazione, creatività e puro senso del gioco.** Nessuna inutile consapevolezza dell'adulto, ricercatezze tecniche, paturnie da "vita privata perturbata", ansie da prestazione.... **Niente altro che gioco.**

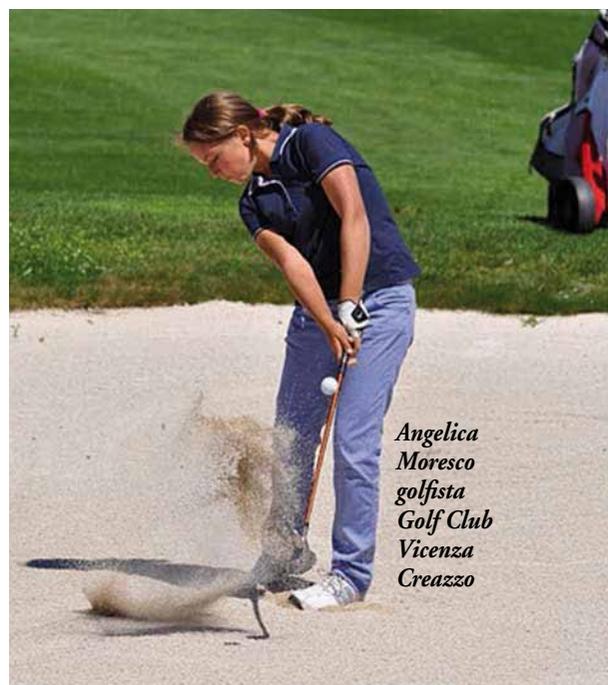
Non fraintendetemi, anche noi adulti giochiamo a golf divertendoci un mondo, tanto che questa passione-fissazione finisce per scandire il ritmo della nostra vita, influenzando il nostro tempo libero e le vacanze. **Giochiamo sì, ma che fatica tenere la pallina in campo!!** In ogni colpo fissiamo la nostra pallina per stabilire (chissà!) un contatto, **ripetendoci come un rosario tutto quello che dobbiamo e non dobbiamo fare, sperando almeno di sbagliare dalla parte giusta.** Ricerchiamo la nostra motivazione nel puro desiderio di fare un bel colpo, ci

impegnamo per impattare bene la palla, per avvicinare e metterla a data, quasi entriamo in trance con routine propiziatricie pur di imbucare un putt.

**Così il senso del gioco in noi adulti si esaurisce nel giocare bene, nel riuscire a portare il meglio di noi in campo e il sostegno che diamo a noi stessi è finalizzato a superare i nostri limiti e vincere. E' il gioco della vita che si ripete. Tutto qua.**

"Come tutto qua?" mi sento dire ogni volta che si parla di golf tra adulti. Per capire quello che sto dicendo, provare ad osservare i piccoli, gli **under 10**, mentre si sfidano in accanite garettate di putt e approcci. **Io l'ho fatto e mi si è aperto un mondo.**

Un giorno vado al circolo, determinata a praticare con impegno e attenzione gli approccetti intorno al green, quelli essenziali per mettere la palla a data e chiudere con successo la buca, anche se hai ratonato fino a lì. Era un giorno d'inizio primavera di due anni fa e il circolo cominciava a riempirsi di bambini, che usciti da scuola, venivano



*Angelica Moresco  
golfista  
Golf Club  
Vicenza  
Creazzo*

direttamente droppati al golf per trascorrere lunghi pomeriggi di aria e sole in campo pratica. Anche oggi te li ritrovi dappertutto in campo pratica, organizzati in sciami, divisi per età o simpatie reciproche. Molto spesso devi riprenderli, perché intralciano il tuo allenamento, camminandoti intorno mentre pratichi, disturbando la tua concentrazione e azzerando ogni motivazione.

Quel giorno, decisa più che mai ad affinare il mio gioco corto, mi recito una buca sul green degli approcci, usando l'asticella dell'asta come barricata e do inizio ad un mantra propiziatore per trovare il feeling giusto. **Nel frattempo, dietro di me, un po' più sulla sinistra, si piazza un terzetto di gnomi, che in tre superava di poco la maggiore età, e inizia ad avvicinarsi alla mia stessa buca. Mi giro e con sguardo severo li invito a trovare un altro posto dove giocare.** Di tutta risposta ricevo un invito inaspettato dal più piccoletto: "Vuoi giocare con noi, signora? Noi scommettiamo un gelato." Presa in contropiede, resto spiazzata, perplessa e



*Enrico Gerosa fondatore Golf in Oratorio  
Settimo Milanese - Golf Club San Vito Gaggiano*

senza parole per alcuni istanti. Nel frattempo la mia espressione severa si sta smontando sostituita da un'altra dettata dalla tenerezza che viene dal cuore di chi come me adora i bambini. **"Che lenza! OK, accetto"**. Ci presentiamo, stretta di mano come si fa tra golfisti, sostituisco **"signora"** con **Bea** e apprendo che loro sono **Andrea** e **Giovanni**, detti **Andi** e **Giò**, di sette anni e **Mattia**, detto **Matti**, di **"cinque anni e cinque giorni"**. **Urka!**

"Allora, inizia il più piccolo, vi va?" dico io.  
 "No. Aspetta, prima dobbiamo scegliere chi siamo" parla Andi  
 "Come chi siamo? Ci siamo già presentati, no?"

"Sì ma dobbiamo decidere chi siamo nel gioco"

"Ah, ok. Io sono **Tiger WOODS**" mi affretto a dire con l'aria di chi crede di aver vinto la corsa ai meglio posti

Nel terzetto, i lillipuziani si guardano spazientiti e Andi di nuovo prende la parola, con aria di rimprovero: **"Noi non vogliamo essere uno vero, ma scegliamo un eroe delle carte di Yughi-oh (non so manco come si scrive)"**

"Vabbè, chi posso essere io?"

Di nuovo il loro sguardo spazientito, da ebbete il mio. Interviene in mio soccorso **Matti**, che mi affibbia il nome di **Katijuma, 7 di trasformazione, 9 di invisibilità,....** lo stesso personaggio che ha scelto per la mamma quando giocano insieme. La cosa mi rassicura. Vada per Katijuma. Loro complottano sui



Angelica Moresco

loro eroi e finalmente si parte.

Primo round. Inizio soft: vince chi la mette più vicino. **Matti** approccia, quasi imbuca, la palla sborda e si allontana. Lui simula lo svenimento, in realtà un calo di superpoteri. **Giò** e **Andi**, dopo un conto laborioso sul mese e sul giorno di nascita, vengono a capo che Andi è il più piccolo dei due. Così tira Lui, la pallina atterra sul green e si ferma a **30 centimetri** a a destra della buca. Tira **Giò** e la stampa a un palmo, con un filo di back. Tocca a me. Che pressione! Mentre loro fanno i conteggi sull'andamento dei superpoteri, io mi appresto a tirare. Colpisco con le braccia un po' steef, così la palla rimbalsa sul green e va lunga. **Quattro palline giocate, tre colpi da golf: i loro. Io con tutta la mia tecnica-concentrazione-feeling, mi sono lasciata ancora tanto golf da giocare.**

Secondo round. Stavolta **Giò**, vincitore del primo giro, stabilisce che la pallina deve fare un rimbalzo sul **collar**, prima di avvicinarsi ala buca. Di nuovo, **quattro tiri, tre colpi da golf, sempre i loro.** La mia palla sul collar manco ci arriva. **In un lampo decido di sottrarmi alla battaglia tra gli eroi dei due mondi, ovviamente garantendo gelato pagato per tutti, mi siedo lì vicino e decido di osservarli.** Ho la netta sensazione che mi manchi un pezzo.

Gli gnomi accolgono con sollievo la mia decisione, riazzerano i poteri intergalattici e trasformazioni spaziali e mettono in palio una coca-cola.

**Quello a cui ho il piacere di assistere nei quaranta minuti successivi è una battaglia tra eroi, non gli uni contro gli altri, ma di pura abilità. In ogni giro, regole sempre più severe imponevano tiri sempre più**

**difficili: un rimbalzo sul collar con stop della palla entro lo shaft del sand giallo di matti, poi dal rough più alto, poi lob..... Tra loro non si chiamavano con i nomi da bambino, ma del super-eroe.** Ognuno di loro, approcciando come un pro, distruggeva basi dei cattivi intergalattici, li costringeva alla ritirata, liberava prigionieri di un pianeta amico, salvava costellazioni dall'esplosione. Che meraviglia!

**Così ho capito: è questione di motivazione. Noi adulti, con il nostro golf incastrato nella tecnica, incatenato alla nostra vita quotidiana, troviamo la motivazione nell'eseguire il bel colpo, nel superamento dei nostri limiti, nel puro desiderio giocare bene. E che frustrazione quando non ci riusciamo. Non percepiamo neanche di aver giocato.**

I bambini devono approcciare e metterla a data per distruggere un mostro, soccorrere un alleato, salvare una stella che altrimenti finirebbe chissà dove nello spazio.

**Dove potremmo noi adulti trovare dentro di noi una motivazione così forte, così determinante e avvincente, dove Tiger Woods non è nessuno, perché è uno vero che gioca a golf, solo per giocare a golf e guadagnare soldi, senza salvare nessuno.**

Esco dalla mia riflessione, torno ad ascoltare i miei tre piccoli super-gnorni galattici. Dalle faccette serie intuisco che stanno pari.

Ultimo round. Bisogna alzare la posta. **Matti** stabilisce le regole per il gran finale, lo scopo ultimo della gara spaziale di approcci interplanetari. Si addressa e dice: **"Chi imbuca salva il mondo"**.

Non ha importanza chi ha vinto. Dopo una intensa stretta di mano, me li sono portati al bar: panino, coca-cola e gelato per tutti e tre. Li ho abbracciati e ringraziati per avermi fatto assistere a uno spettacolo unico ed inaspettato. Loro mi guardavano come se fossi un'aliena, senza capire perché tanto entusiasmo per un loro gioco quotidiano.

**Capirete piccoletti, capirete quando sarete adulti. Quando l'inesorabile trascorrere del tempo vi priverà lentamente dei vostri super-poteri. Allora il golf sarà per voi un modo speciale per mettervi in gioco, per andare oltre voi stessi.** Vi porterà alle stelle un giorno e all'inferno il giorno dopo. E anche quando vi verrà voglia di smettere, non ne troverete mai il coraggio. **Perché anche da adulti chi imbuca salva qualcosa: se stesso dai propri limiti.** Anche se solo per la durata di putt imbucato.

M. Beatrice D'Ascenzi



Enrico Gerosa



# TACITE PRESENZE:

# ALLEGRA NASI

## e il Golf Club Biella le "Betulle"

**C**osa hanno in comune **Allegra Nasi, Ernest Hemingway e il Golf Club Biella le "Betulle"**? Apparentemente nulla, invece non è così. Nell'anno 1932 **Ernest Hemingway** pubblica il racconto breve **"Morte nel Pomeriggio"**, nel cui capitolo sedicesimo illustra la sua celebre tecnica letteraria dell' "iceberg". Solo un terzo del racconto è comprensibile alla prima lettura, mentre i due terzi ne sono nascosti all'intelletto. **Golf People Club Magazine** ha scomposto la figura di **Allegra Nasi, la Signora del Polo**, in un'attenta intervista avvenuta lungo le più belle buche del percorso da golf del **Golf Club Biella**. Quando si gioca questo meraviglioso campo non si riesce ad apprezzarlo fino in fondo, ma è a partita terminata che, degustando il paesaggio circostante, vi verrà voglia di tornare a rigiocarlo il prima possibile. Ciò che affascina di **Biella** è ciò che non si vede. Della stessa essenza è affascinata **Allegra Nasi**: una partita di Polo è tutto ciò che non si vede. Si può solo guardare un'assenza.

**Dove nasce l'appellativo "Signora del polo"?**

Questo curioso soprannome mi fa sempre sorridere moltissimo. In realtà mi identifico molto nel-

la parte "Polo", e assai meno in quella di "signora", che ben poco si addice a chi come me si trova spesso tra cavalli e fango.

**Periplo d'infanzia tra Torino e gli Stati Uniti d'America.**

Sono nata a **Torino**, ma durante l'infanzia ho seguito la mia famiglia oltreoceano, dove ho imparato a muovere i primi passi e a compiere le prime scelte autonome della vita. Sono felice di aver fatto questa esperienza, ma poi sono tornata a "casa". L'italianità, come il Polo, sono i due grandi amori che porto dentro. **Non posso vivere senza cavalcare e giocare a Polo, così come non potevo vivere senza ritornare nei miei luoghi d'origine. Viaggiare mi ha comunque insegnato la cosa più importante della vita: sapersi adattare.**

**Cosa significa sapersi adattare?**

Sapersi adattare nella vita è tutto. Mai esigere che le situazioni si adattino a te, ma, al contrario, massima flessibilità. Questa dote che ho imparato vivendo all'estero l'ho poi trasposta nel polo, dove si gioca in squadra e il ritmo di gioco impone con-

tinui e repentini cambi di ruolo. Chi è attaccante in pochi secondi può trasformarsi in difensore. Inoltre nel nostro sport si interagisce direttamente con un compagno di squadra molto delicato: il cavallo.

**A quale luogo sei polisticamente legata?**

Il primo luogo polistico a cui sono legata sono le scuderie di famiglia, allocate nelle vicinanze del **Parco della Mandria a Torino**. Oggi, come un secolo fa, qui alloggiano i cavalli da polo della mia famiglia. È qui che mio nonno paterno, **Giorgio Remmert**, all'età di cinque anni mi ha insegnato a cavalcare, ma soprattutto mi ha trasmesso la passione per il gioco del polo. Sportivamente invece sono affezionata al Campo da Polo di **Saint Tropez**, dove ha sede il mio team: **Sezz**.

**Racconti estemporanei: la vita in un polo club durante una competizione.**

Questa è una delle cose più affascinanti della vita. Il Polo inizia alle **cinque del mattino**, quando si va in scuderia a portare al passo i cavalli mentre il sole sorge. È un'emozione unica. Poi c'è il Polo







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

Foalbite

PER PRENOTAZIONI:  
**+39 800 911 744**

 **Jetprivati**  
La tua Business Class privata

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

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

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

giocato in campo, aspetto molto duro e adrenalinico di questo sport. Infine c'è l'aspetto **night life e glamour**, dove cavalieri e amazzoni passano da stivali infangati a camicie inamidate e foulard per il post partita, magari in un buon ristorante della zona.

#### Quale gara disputata ricordi maggiormente?

Tre anni fa ho giocato una splendida partita al **Polo Club di Saint Tropez**. Era la "**Coppa d'Oro**", una delle competizioni più importanti e ambite dell'anno. Purtroppo in quell'occasione abbiamo perso in finale, ed era anche l'ultima partita della stagione, così ho passato tutto l'inverno a rimuginare quella sconfitta.

#### Sezz Polo Team: tre uomini e una donna.

La squadra in cui gioco è composta da due giocatori professionisti argentini: **Marcelo Amadeo Y Videla, 4 goal di handicap, e Tomas Lalor 6 goal di handicap, e da Shahe Kalaidjian**, che è il proprietario degli **Hotel Sezz**, da cui il team prende il nome. Quando invece giochiamo i tornei con **15 goal di handicap** entra in squadra il professionista italo-argentino **Elizalde**.

#### Polo e marketing. Quanto è efficace questo connubio?

Il **Polo** è un ottimo strumento di marketing. Un brand visto in uno scatto fotografico di scena polistica fa scaturire nell'osservatore una vivida memoria a lungo termine. L'efficacia di questo connubio è difficilmente raggiungibile con altri mezzi, proprio per l'intensità fotografica e d'azione espressa in un gesto polistico. Una fotografia di polo riesce al contempo a racchiudere dinamicità e classicità.

#### Polo, rugby, golf.

**Polo e Golf** nonostante abbiano diverse analogie di pratica, palla e bastoni, sono tuttavia assai distanti come discipline. Credo che il polo abbia maggiori punti di condivisione con il **Rugby**, sport di forte contatto e agonismo, caratteristiche che si ritrovano anche giocando con palla e stecche a cavallo. Il **fair play e la signorilità** sono due aspetti trasversali a **Polo, Rugby e Golf**, sport puramente **british**.



#### Cosa significa per te "Polo: sport dei Re, il re degli sport"?

È un'affermazione verissima. Oggi "**Sport dei Re**" può riecheggiare come fastidioso all'orecchio, ma il vero significato di questa frase è oggi mutato in sport di **reali sacrifici** e ligia **disciplina** per ottenere buoni risultati agonistici. Il polo non è più solo lo sport della **Regina Elisabetta**, ma è il più bel gioco del mondo.

#### Ricordi d'infanzia e progetti futuri per il polo?

Il più bel ricordo d'infanzia l'ho nella tenuta di mio nonno. Avevo cinque anni, e tutto sembrava incantato quando il giorno del mio compleanno mio nonno mi ha regalato una sua cavalla: si chiamava Argentina, ed io non stavo più nella pelle. Progetti futuri per il Polo? Quest'anno vorrei vincere con il mio **Team Sezz** molte competizioni!

*Andrea Alpini*



#### MEMORABILIA

Letture consigliata: *Morte nel pomeriggio*, Ernest Hemingway, Arnoldo Mondadori, 1965

Musica: *Why Does My Heart Feel So Bad?* Play, Moby, Mute Records, 1999

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



## Golf Club Bergamo

# LA VERSIONE DI ROCCA

**A**ppoggiato ai declivi delle **Alpi bergamasche**, poco oltre le storiche acciaierie Dalmine, si trova il **Circolo Golf Bergamo l'Albenza**. Giocarvi è un sogno, vincervi una gara è un privilegio riservato ai "veri giocatori", a coloro che amano il golf e lo percepiscono come un'essenza, oltre che il re degli sport. In questo bellissimo percorso di 27 buche la leggenda del golf italiano e il primo a battere **Tiger Woods** in match play, **Costantino Rocca**, ha colpito le sue prime palle da golf con un tondino di ferro arricciato. Qualche anno dopo ha impugnato un **ferro 7**.

Nella vita vi sono eventi che ne cambiano il corso per sempre, e vi sono anche situazioni che invece non cambiano mai. Essere l'ago del cambiamento è un onore che è donato a pochi, e **Costantino Rocca** ha saputo raccogliere la sfida, determinando la crescita del golf italiano. **Al Golf Bergamo l'Albenza** si respira ancora la tradizione del golf britannico, si sente tuttora il profumo della **Scozia** lungo le buche che si snodano nel bellissimo park land, mentre la struttura della **Club House** è un mirabile esempio architettonico di strut-

turalismo spaziale. Nel **1996** approda al circolo bergamasco il **53° Open d'Italia**, dove si affrontano i migliori giocatori del momento, tra cui **Lee West** che perde l'**Open** al quarto giro, mandando il drive nel bosco di destra alla tredicesima buca.

**Il Circolo Golf Bergamo l'Albenza** è crogiuolo di storie che si intrecciano, antiche e moderne, tradizionali e contemporanee, ma ci sono vicende che restano immutate nel corso del tempo per divenire leggenda, e l'intervista che segue è solo un breviario da tramandare ai posteri.

**Come ti sei avvicinato al gioco del golf?**

La mia prima fortuna è stata quella di nascere a poca distanza dall'**Albenza Golf Club**, dove mia fratello già faceva il caddy. Così, poco per volta, è stato lui a inserirmi nel circolo golf. All'inizio i caddy non potevano giocare, il campo era riservato ai soci, e noi giocavamo di nascosto nei weekend e il lunedì. Dopo la scuola ho iniziato a lavorare, mentre nel tempo libero giocavo a pallone, tralasciando un po' il golf, sport che richiedeva troppo tempo per allenarsi. Il golf, prima ancora di essere

una passione, è stato per me un lavoro. Ho sempre visto la pratica del golf come professione, così quando sono arrivato a un buon livello sono andato alla **scuola federale di Roma** per diventare professionista e poter insegnare. Il piacere di giocare era destinato solo all'estetica del volo di volo della palla, eseguire un **fade**, un **drow**, una palla bassa oppure contro vento.

**Quanto è stata utile l'esperienza da caddy per la pratica sportiva?**

Utilissima. Ho imparato a gestire il gioco, la pressione psicologica, a leggere le pendenze e i green. Facendo il caddy ho avuto l'opportunità di cogliere i segreti e osservare i colpi più inusuali di moltissimi giocatori cui ho "rubato" l'esperienza, e nel **golf nulla è fondamentale quanto l'esperienza in campo**.

**Cosa rappresenta per te lo "spirit of the game" del golf?**

Lo "spirit of the game" l'ho incontrato per la prima volta sui links scozzesi quando giocavo il **Tour Europeo**. Stare a stretto contatto con grandi campioni già affermati come **Severiano, Lange, Faldo**, mi ha permesso di cogliere la magia del golf, oltre che di imparare a giocare osservando il loro gioco.

**A quale campo sei maggiormente legato?**

Il primo percorso da golf che ho amato che tuttora amo è il **Circolo Golf Bergamo l'Albenza**. Lì sono nato golfisticamente e professionalmente, e ancora oggi provo un senso di appartenenza e di radicamento unico. L'altro campo italiano cui sono legato sentimentalmente è **Biella "le Betulle"**. È un campo dove la palla non va mai giocata dritta ma sempre con effetti dal tee di partenza, e bisogna saperla lavorare e al tempo stesso conoscere perfettamente il percorso per capire dove è facile sbagliare. **Biella** offre una gran varietà di colpi da giocare, e questo è uno degli aspetti





che io prediligo in un campo da golf. Mi piace la diversità di colpi e la possibilità di saperne vedere e inventare di nuovi quando servono. La monotonia di gioco proprio non fa per me.

**Ben Hoogan affermava sovente: “mi basta un colpo a giro perché sia soddisfatto”. Condividi?**

È impossibile finire un giro con colpi tutti perfetti, è vero, ma ce ne sono alcuni che ti restano impressi a lungo. A volte c'è l'asta corta a inizio green con l'ostacolo d'acqua sulla destra, giochi il drow e metti la palla “data”, questi sono i grandi colpi che ricordi. Ogni tanto bisogna saperli inventare. Saper vedere i

colpi necessari, questa è l'essenza del golf. Severiano era un grande inventore di colpi.

**Severiano Ballesteros: memorie di un amico.** Se giocavi contro di lui il fairway era sempre “pulito”, la palla dal tee andava spesso in rough o addirittura in ostacolo. In quel momento pensavi che non avrebbe più recuperato il par, abdicando per un **boogy**, invece creava dei colpi spettacolari che lo portavano a fare addirittura **birdie!**

**Ryder Cup: cosa ha rappresentato per te ricevere la chiamata da Bernard Gallacher per la squadra la prima volta nel 1993 a The Belfry?**

Il secondo giorno di gara previsto era il sabato. Al mattino erano stati disputati i match di foursome, mentre al pomeriggio erano state schierate le coppie per i fourball. Io sono sceso in campo nel pomeriggio, seconda partenza, in coppia con **Mark James** e sfidavamo **Corey Pavin** e **Jim Gallacher**. Quando ho calcato il tee di partenza mi tremavano talmente tanto le gambe che ho pregato Dio di farmi tirare la palla dritta. Mentre stai per piazzare la palla tra i due battitori senti una moltitudine di persone che grida a gran voce il tuo nome: è un'emozione indescrivibile.





# ALPACMILLE

PACKAGING & FILLINGS

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



### Ryder Cup: Oak Hill 1995. Emozioni e ricordi della tua storica hole in one.

In quell'anno la **Ryder** stava andando male per la squadra europea. Giocavamo in casa degli americani, perdevamo molti match e a pochi incontri dalla fine dovevamo assolutamente recuperare per tenere il trofeo nelle nostre mani. Il venerdì mattina avevo giocato in coppia con **Sam Torrence** contro **Jay Haas** e **Fred Couples** l'incontro di foursome, che avevamo vinto noi per **3&2**. Il pomeriggio di quello stesso giorno avevo giocato l'incontro di quattro palle, sempre in coppia con **Torrence**, contro il duo americano **Jeff Maggert** e **Loren Roberts**, che abbiamo perso per **5&6**. A **Oak Hill** ho poi realizzato una delle rare **Hole in One** nella storia di **Ryder Cup**. Durante i giri di pratica avevo sempre giocato bene quel **par3**, mettendo la palla sempre a non più di venti centimetri dalla buca. Il giorno di gara i battitori erano disposti in una posizione da cui non avevamo mai giocato. L'asta era corta sulla sinistra, a inizio green, e ricordo che spirava un leggero vento laterale da destra che rendeva la scelta del ferro molto delicata. Ho optato per un punch shoot con un **ferro 5**. Lo avevo eseguito davvero alla perfezione, poi il fatto che sia entrata è stata anche fortuna.

### Ryder Cup: Valderrama 1997. Emozioni e ricordi del match vinto contro Tiger Woods.

A **Valderrama** ci trovavamo in terra spagnola, a casa di **Severiano Ballestreros**, che per quell'edizione era il capitano della squadra europea. Ho ricordi bellissimi di quelle giornate di gara, e poi avevo giocato benissimo in coppia con **José María Olazabal** contro **Davis Love III** e **Phil Mickelson**, che avevamo battuto con una sola buca di vantaggio nel match di quattro palle. A **Valderrama** avevo battuto **Tiger Woods** nel match singolo, e a

quel tempo la "tigre" era davvero in splendida forma agonistica. In campo parlava poco, non ci stava a perdere contro di me, lui era il numero uno al mondo! Giocare con lui e contro di lui è stato gratificante: è austero, e la sua presenza incute rispetto in chi lo affronta. È davvero un grande giocatore.

### Memorie dalle buche 17 e 18 al "The Open" del 1995 di St. Andrews.

Il putt dalla strada che ho giocato alla buca 17, quella che in tutto il mondo è famosa con

coscienti che in una delle quattro giornate di gare lì ci si finisce, e i bastoni da giocare sono due, o un **wedge** di lama oppure il **putt**. **Nel mondo sono diventato famoso per aver imbucato il putt da diciotto metri all'ultima buca dopo aver fatto flappa con il wedge da trenta metri all'asta.** Le persone ancora oggi si ricordano la mia esultanza e il mio pianto liberatorio mentre battevo i pugni per terra, ma per me il putt dalla strada è stato il più bel colpo della mia vita.

*Andrea Alpini*



il nome di "**Road Hole**", è stato il colpo più bello della mia vita. Un colpo che mi ha permesso di arrivare alla diciottesima buca. Se non avessi messo la palla a un metro dall'asta il lunghissimo putt che ho imbucato alla **18** da quasi **diciotto metri** sarebbe stato vano. L'idea di giocare il **putt** dalla stradina della buca 17 non è stato scelto al momento, era un colpo che avevo lungamente praticato durante i giri di prova. Tutti i giocatori sono

### MEMORABILIA

Lettura consigliata: *Caligola*, Albert Camus, Bompiani, 2000  
Musica: *Changes, 2Pac's Greatest Hits Album*, Tupac Shakur, Interscope Records, 1996



**PEGASUS**  
Asset Management SA

**Gestione Patrimoniale  
e Consulenza Fiscale  
Lugano**

Contatti:

**Olivier Rocco**  
Mobile +41 (0)78 917 29 00

[info@pegasus-am.ch](mailto:info@pegasus-am.ch)

# GOLF DINASTY

“una vita per il golf o il golf per la vita”

**L**a famiglia Quirici è una famiglia di golfisti. Dal 1974 Paolo Quirici, allora socio del GC Lugano quale Junior seguiva

dispensabile per riuscire in questo meraviglioso gioco, come per tanti altri sport, è la passione e il desiderio di migliorarsi”. Il golf in particolare è un gioco nel quale il miglioramento può essere continuo e oggi se ne può seguire l'evoluzione grazie ai supporti tecnici che ci vengono offerti sia dalla tecnologia video HD che dalla Biomeccanica. In questi primi 12 anni d'insegnamento Paolo ha raccolto e mantenuto una videoteca di tutti i clienti o allievi che hanno chiesto i suoi consigli e ad oggi conta ca. 1500 cartelle clienti con una banca dati video che è pari a 600GB salvati (1 video occupa 10MB) quindi si parla di ca. 60.000 video salvati e catalogati. *Catalogare e salvare questo materiale è un lavoro da certosino ma interessante e mi consente di rivedere con un cliente lo swing delle stagioni precedenti ed apprezzare l'evoluzione compiuta”.*

Dal 1995 Paolo collabora con l'Ing. Gianni Martinelli della Forging Technologies nello sviluppo di quello che vuole essere il miglior bastone forgiato sul mercato. Questa stagione 2012 vede finalmente la nascita del marchio “GIMAR Golf” e del primo set di ferri forgiati. Il modello NRBI sarà disponibile in una limitatissima serie numerata di 100 sets. Forgiati secondo la tecnologia TMT Forged saranno presto reperibili presso alcuni club fitter prescelti. Paolo è fiero di poter servire alcuni (ahimè pochi visto l'esiguo numero di set disponibili) suoi clienti anche con un fitting adeguato e con un materiale rivoluzionario e di un valore tecnologico e metallurgico mai raggiunto prima.

Simone Quirici, classe 1996 viene considerato figlio d'arte. E' stato selezionato da questa stagione nei quadri della Nazionale Svizzera. Lui dice di amare il golf e vorrebbe, se i risultati lo permetteranno, tentare la strada del professionismo. Attualmente frequenta il primo anno del Liceo Diocesano Pio XII° di Breganzona e intende portare a termine la scuola con l'ottenimento della Maturità Svizzera. Il sogno è guadagnarsi una borsa di studio per sportivi e partire negli USA per frequentare l'Università. Simone ci racconta: *“In quell'ambiente si ha la possibilità di competere ad un livello assai più alto e con una concorrenza più agguerrita”.* La scelta della Scuola sarà dettata anche dai risultati che Simone conseguirà a livello internazionale quale dilettante, dove i numerosi “talent scout” delle varie Università americane sono presenti per scegliere i futuri componenti delle loro squadre universitarie. Paolo ci confida: *“in Simone mi rivedo adolescente e rivivo un passato ricco di emozioni e sogni. Lui ha un carattere forte, competitivo ed esigente. Nel suo modo di giocare traspare il desiderio di emergere. Il passaggio dal dilettantismo al professionismo è un passo da compiere solo se si sono conseguiti i necessari*

risultati che promettono un ulteriore balzo di qualità e una competitività internazionale adeguata”.

Francesco Quirici, classe 1997 segue le orme del padre ma non solo nel golf. E' un appassionato ed esperto pescatore a mosca e non è raro che al rientro a casa le trote nel suo panierino siano più belle di quelle del papà. Per ora fisicamente non ha la potenza del fratello che malgrado sia solo 14 mesi più vecchio ha un gioco assai più potente. Francesco ha raggiunto un hcp di 11.0 e partecipa con assiduità alle competizioni del circolo come pure a quelle nazionali dei U16. Il padre ci racconta: *“ho molte aspettative sulla stagione 2012 per Francesco, che si è allenato bene durante l'inverno ed è pure cresciuto in statura e peso. Di lui apprezzo il mentale un tantino più rilassato e tranquillo che potrebbe alla lunga favorirne una progressione inaspettata ma non per questo indesiderata”.*

Manuela Quirici, moglie di Paolo dal 1994, collabora nell'amministrazione della Scuola come delle altre attività della Golfvision (società nata

Paolo Quirici con Luca Bottoni

il padre Gianni (1930-2009) golfista dal 1971. Si può dire che la pallina ha accompagnato le vacanze, i progetti e le scelte di vita come pure la stragrande maggioranza dei week-end da quella data.

Paolo Quirici, classe 1967 ha giocato per la Nazionale Svizzera di golf dall'età di 13 anni e fino al passaggio nei Professionisti avvenuto alla fine del 1988 con la Scuola di Qualifica per il Tour Europeo che si giocava allora alla Manga in Spagna. Compagni di quei tempi erano Silvio Grappasonni (commentatore oggi di Sky) e Alberto Binaghi (attuale allenatore di Matteo Manassero) e il grande Costantino Rocca (3 volte Ryder Cup player). Nella prima stagione 1989 partecipa con successo a diversi eventi sia del Tour che del Challenge Tour. In uno di questi realizza uno score memorabile con un giro in 60 (-12) a Crans-Montana eguagliando il record del percorso stabilito da Baldovino Dassu nel 1972 ed in seguito anche da Jamie Spence (GB) nel 1996. Paolo ha partecipato con discreto successo per 13 stagioni, di cui 8 sul Tour Europeo e altre 5 con minimo una decina di tornei sul Tour Europeo ed il resto sul Challenge Tour. La migliore stagione è stata quella del 1998 dove si era qualificato per il Volvo Master (finale riservata ai migliori 60 europei) e terminò l'anno al 54° posto dell'Ordine di Merito. **A tutt'oggi Paolo rimane l'unico giocatore elvetico ad aver giocato nel Volvo Master.** Paolo ha lasciato il circuito competitivo nel 2001 terminando così quello che lui ama definire *“un'eccellente Università per l'apprendimento del gioco del golf ma anche una discreta formazione per quanto attiene ad una disciplina di vita sportiva seria”.* Con la parola fine alle gare ha potuto dedicarsi con maggior attenzione alla sua famiglia.

Oggi Paolo svolge l'attività di maestro presso la Paolo Quirici Golf School con sede al GC Lugano dove segue lo sviluppo di alcuni giovani talenti come pure dei neofiti della disciplina. Gli piace specificare ai suoi allievi *“La singola qualità in-*



Paolo Quirici

Simone Quirici

Francesco Quirici

Manuela Quirici

nel 1994), gioca pure a golf e con un Hcp di 34 è il fanalino di coda della famiglia. Accompagna da sempre Simone e Francesco alle gare nazionali nei vari week-end della stagione agonistica. Lei ci confida: *“non ho certo l'ambizione di battere nessuno in famiglia, ma mi rendo conto che questo gioco accompagna e detta i ritmi della nostra casa ogni anno di più. Per questo cerco di migliorare e di passare momenti in famiglia con una comprensione di questo nobile gioco che vada oltre il semplice risultato. Chiunque dice che il golf è facile non ha che sfiorato la copertina del libro sul quale per altro manca una parola chiave: FINE”*

Scuola di golf Paolo Quirici c/o Golf Club Lugano  
Tel. Mb. +41 79 622 00 22  
info@quiricigolf.com - www.quiricigolf.com

Prof. Rob Neal con Simone Quirici al Doral di Miami durante una lezione di Biomeccanica.



## Il Centro Personal Trainer nella tua Club House

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

#### Legge n.1 Mobilità

La flessibilità è il parametro della capacità di escursione articolare. Il mantenimento di un buon livello di flessibilità è importante non solo ai fini della prestazione sportiva, ma anche come prevenzione degli infortuni. La finalità di un programma di mobilità, durante una seduta allenante è di mantenere o aumentare la capacità di escursione articolare di una data articolazione agendo sulle strutture muscolo-tendinee responsabili del movimento che si produce in seno all'articolazione. Il raggiungimento e il mantenimento della mobilità, nel golfista, svolge un ruolo fondamentale a livello Scapolo-Omerale "spalla" e Coxo-Femorale "bacino" dando fluidità nei movimenti, maggiore escursione e precisione nelle traiettorie musco-articolare. 10/15 minuti di esercizi per la mobilità, eseguiti al principio della propria seduta Fitness, coadiuvano lo Start Up "riscaldamento", oltre che preparare le strutture al meglio per la seduta, ma soprattutto si rivelano un ottimo strumento antalgico. L'ipomobilità della colonna vertebrale, localizzata per lo più in zona lombare sfocia frequentemente in Low Back Pain "mal di schiena". Mantenendo una postura nella maggior parte dei casi, da seduti, per tutta la giornata, con il passare degli anni porta inevitabilmente a fare i conti con questa problematica, che non solo si dimostra limitante ai fini della prestazione golfistica, ma anche al normale svolgimento della propria vita quotidiana e sociale. Se poi si aggiunge un po' di sovrappeso, "perché lo sappiamo, noi golfisti amiamo la buona tavola e il buon vino" le problematiche aumentano esponenzialmente.

Nella prossima uscita la legge n.2 Core Training

Buon allenamento  
Luca G. Bottoni  
Direttore Art Personal Trainer



Vuoi aprire un centro Art Personal Trainer Golf?  
[www.artpersonaltrainer.com](http://www.artpersonaltrainer.com) - [info@artpersonaltrainer.com](mailto:info@artpersonaltrainer.com)



# Chi è l'Enogolfista Alessandro Del Bufalo...

**C**lasse 1960, nato e cresciuto a **Lugano**, dove ha frequentato le scuole dell'obbligo ed il liceo cantonale. **Laureato in Medicina all'Università di Zurigo**, specializzatosi in **Medicina Interna e Cardiologia**, sotto la guida del Professor **Tiziano Moccetti** e del professor **Lukas Kappenberger**, infine specialista nelle aritmie cardiache presso il professor **Mark Josephson** alla **Harvard Medical School di Boston**. Attualmente **Medico Aggiunto al Cardiocentro di Lugano**, dove esegue gli interventi di cardiologia invasiva, studio medico privato a **Mendrisio**. **Da tredici anni deputato al Gran Consiglio nelle file del Partito Liberale Radicale Ticinese**, già presidente della speciale commissione sanitaria, attualmente membro dell'ufficio presidenziale in qualità di vicepresidente. Ha saputo coniugare la sua professione con la sua attività politica, realizzando il **Progetto Cantonale di Intervento** in caso di **Arresto Cardiaco**, un progetto sostenuto e portato avanti dalla federazione cantonale ticinese **Servizio Autambulanzze** ed il **Cardiocentro Ticino**: un progetto che ha permesso di istruire oltre **50.000** cittadini sulle misure di rianimazione di base, avere a disposizione oltre **5000 first responder allarmabili 24 ore su 24 ore** e **700 defibrillatori** distribuiti sul territorio

cantonale, infine tutti gli allievi di quarta media vengono istruiti nelle misure di rianimazione di base nell'ambito della seconda fase del progetto. **Da sempre appassionato di enogastronomia, ha iniziato a giocare a golf, circa otto anni fa, dedicando il suo poco tempo libero, con minima regolarità negli ultimi tre anni, da quando è diventato socio del Golf Club Lugano.** Ha avuto già modo di frequentare alcuni tra i più rinomati percorsi italiani, tra cui, il **Pevero Golf Club in Costa Smeralda, Is Molas in Sardegna, Verdura Golf Resort in Sicilia** ed uno dei suoi preferiti, **Argentario Golf Resort**. Affascinato dal Golf e da tutto quello che esso rappresenta, ha trovato un modo entusiasmante per ricaricarsi dalle molte ore dedicate all'attività professionale condividendo questo passione con numerosi nuovi amici, sia sul Green che spesso e volentieri, a tavola, davanti a ottime bottiglie di vino.

Frequentatore dei **Sommelier Svizzeri** dal **1986** e attualmente membro dell'**Accademia Italiana della Cucina**, ha coniugato le sue conoscenze in ambito **Cardiovascolare** con la sue passioni in ambito **Enologico**. Approfondendo un argomento che da sempre incuriosisce gli **enogolfisti** e non: **Il rapporto tra vino e salute**. Infatti, gli ultimi studi condotti hanno confermato che un consumo moderato di vino rosso 'un bicchiere da **150 cl al giorno per le donne, due bicchieri da 150 cl al giorno per gli uomini**' **diminuiscano l'incidenza delle affezioni vascolari, in maniera considerevole**. Nel vino rosso sono infatti contenute, diverse sostanze protettive, tra cui i polifenoli in particolare il **Resveratrolo**, che



*Alessandro Del Bufalo  
e Luca Bottoni*

grazie al loro effetto antiossidante, anti aggregante e in generale cardioprotettivo, consentono non solo una **migliore qualità di vita Gastronomica, ma anche un effetto benefico a livello di salute**. Da tener presente, che il consumo di vino è salutare in concomitanza con il consumo alimentare, il bere quindi con moderazione durante i pasti, consente un miglior metabolismo ed una rallentato innalzamento dell'alcoemia nel sangue, ricordando che il nostro organismo è in grado di metabolizzare circa un decilitro di vino ogni ora e che quindi **l'importante è bere di qualità, con moderazione ed in buona compagnia**. Come per tutte le cose della vita, **In medio stat virtus**, la mortalità appare infatti minore per i consumatori moderati di vino rosso, **ma aumenta considerevolmente non solo per chi ne fa un uso eccessivo, ma sorprendentemente anche per gli astemi**.

*Luca Bottoni con  
Alessandro Del Bufalo*





Architetto Andrea Alpini  
Direttore Itinerari Culturali Golfistici  
Golf People Club Magazine

# GOLF CLUB MONTICELLO:

## *Organico paesaggio architettonico*

Nell'aria si sente l'eco dissolto di un nitrito. E' **lontano e distante**, molto distante, pare perfino che provenga dal secolo scorso. Oggi, non resta che tendere l'orecchio al fruscio degli **swing** che mietono l'aria. Appena varcata la guardianeria si presenta davanti agli occhi del visitatore una cascina, una specie di rudere malinconico che ricorda la poetica dell'inglese **John Ruskin**, amante delle rovine contrapposte alla bellezza del paesaggio naturale. **Quattro decenni fa**, in quella casa padronale vi erano le scuderie del signor **Paolo Arnaboldi**, padrone delle terre di **Monticello**. Qualche anno dopo, verso il 1975, il **Conte**

**Panza di Biumo**, insieme a un pugno di soci decide di sviluppare un complesso immobiliare di prestigio immerso nel verde. Nasce così il progetto per il complesso di **Monticello**. E' solo successivamente, durante la diverse fasi del progetto affidato alla sapiente mano dell'architetto meneghino **Luigi Caccia Dominioni**, che prende corpo l'idea di costruire un campo da golf nell'interstizio arboreo tra le stecche abitative. Nascono così **le prime nove buche**, che poi divengono diciotto fino alle attuali trentasei buche che compongono l'**incantevole complesso residenziale e golfistico di Monticello**. L'ospite, come il socio,

percorrono una strada con dolci curve che dall'ingresso portano verso la **Club House e il Bag Drop**, dove i **Caddy Master** sono sempre pronti e attenti a ricevere le sacche da gioco. Mentre si percorre la strada, l'occhio può scorgere sul lato destro un'**elegante cascina alla lombarda**, con laterizi in cotto e capriate lignee: è la modernissima **sede dell'Eagle Academy**, la scuola di golf locale capitanata da **Alberto Binaghi**. Poco oltre lo sguardo è rapito da un grandissimo putting green ove allenarsi per lunghe ore, poi un infilata di alberi maestri, bianchi e ferrosi, portano in capo le bandiere delle Na-





zioni, che orgogliose garriscono al vento del **Resegone**. A questo punto siamo arrivati alla **Club House**. E' un edificio unico, una vera opera di architettura, maestria di spazi organici che ricordano la "lezione americana" di **Bruno Zevi**, storico dell'architettura che ha introdotto nel paese dello stivale la cultura dell'architettura organica del maestro delle praterie: **Frank Lloyd Wright**. Un anello ellittico, ricoperto di coppi in laterizio si interseca con diversi volumi circolari, che compongono

i diversi spazi del club: **sala da bridge, segreteria, pro-shop**, il piccolo ma elegante **bistrot** e l'ampia sala del ristorante, che attraverso le sue magnifiche vetrate cielo terra mette in comunicazione diretta i commensali con le **Alpi lombarde e svizzere**. Molti sono i dettagli che colpiscono appena si entra nel **Club**, dal porfido della pavimentazione della segreteria, ai due alberi di **Ficus Benjamin** che fieri e rigogliosi indirizzano la vista verso la teca delle coppe, al cui fianco stanno le targhe lignee

con i nomi dei "grandi", ovvero quei giocatori che a **Monticello** sono venuti per giocare uno dei sette Open d'Italia che si sono svolti. Ecco quindi scorrere i nomi di: **Costantino Rocca, Severiano Ballesteros, Sam Torrance, Greg Norman, Sandy Lyle, Colin Montgomerie, Vijai Singh, Mark O'Meara e John Daily**. Quando li leggi ti viene un nodo alla gola, devi **deglutire e respirare profondamente**. Tra poco tocca a te scendere in campo, sullo stesso campo che hanno giocato questi campioni. A **Monticello** puoi scegliere di giocare su uno dei due percorsi da **18 buche** che compongono il paniere delle buche del **Club**. Il **Percorso Rosso** è quello dell'**Open d'Italia**, vi sono **par 5** da togliere il fiato, **par 4** di una bellezza unica, ma soprattutto c'è un angolo di Quebec trapiantato nel comasco: è un corner formato da tre buche, due **par 4** e un **par 3 di 190 metri**, che racchiudono un ampio lago contornato da piante caduche, la cui superficie è rigogliosa di ninfee, canne, e voli di anatre selvatiche. Qua e là in estate sul **Percorso Rosso** si possono



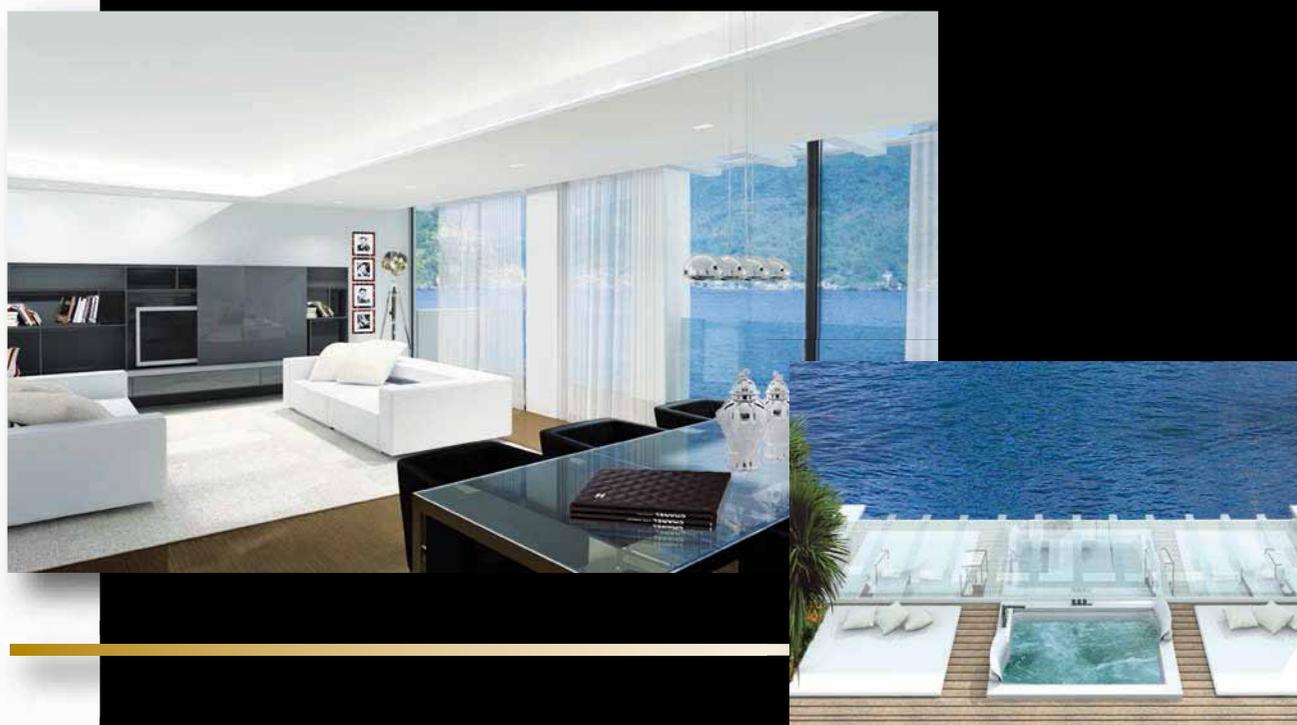
*Marco Vercelloni direttore generale Monticello, Walter Gabaglio direttore sportivo Monticello, Aldo Invitti di Conca consigliere Monticello, Andrea Alpini*

Residenza Esclusiva

# *Villa Branca*



Direttamente sul Lago di Lugano. Villa Branca é un simbolo di architettura contemporanea. Appartamenti di pregio fronte lago, con spiaggia privata e vista mozzafiato sul lago. A soli pochi minuti d'auto dalla città di Lugano.



 **CHIANCIANESI & LONGONI**  
promotori immobiliari

## LA SICUREZZA DI UN INVESTIMENTO

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

+41 (0) 91 605 53 40

trovare ampi covoni di canne sovrastate da bianchi piumini, che per forma, dimensione e colore ricordano quelli dipinti da **Claude Monet in Bretagna** un secolo e mezzo fa. Se invece decidi di giocare sul **Percorso Blu**, non credere di dover giocare colpi più facili, ti aspettano **fairway** più stretti e **diversi ostacoli d'acqua** che entrano in gioco più volte. Il panorama è bellissimo, e le residenze sono talmente ben inserite nel contesto che sembrano far parte della natura da sempre. Ciò avviene, forse, per merito dell'architetto **Caccia Dominioni**, che le ha rese tutte uguali e allo stesso tempo uniche, tinggiandole di colori diversi seppur nello stesso spettro cromatico. Quando il sole è all'alba o al crepuscolo, i raggi hanno circa la stessa intensità e inclinazione, è una luce bianca, abbondante, e carica di riflessi. Sono queste le ore del giorno in cui devi camminare solitario le buche del golf per comprendere **Monticello** in tutta la sua essenza. Una nostalgia romantica e decadentista mi avvolge, mi affascina, mi conduce passo dopo passo e colpo dopo colpo verso la **Club House**, che tuorlea svetta nel tramonto dietro lo zampillo alto e sonoro della fontana davanti all'ampio green delle **buche 9 e 18**. Giocare a **Monticello** è un'emozione unica che bisogna provare, si sente il sapore della storia, si palpa lo spirito della tradizione, e se ci si lascia conquistare dal paesaggio e dall'atmosfera che aleggia nel **Club**, non vi resta che associarvi e rimanervi per sempre.

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

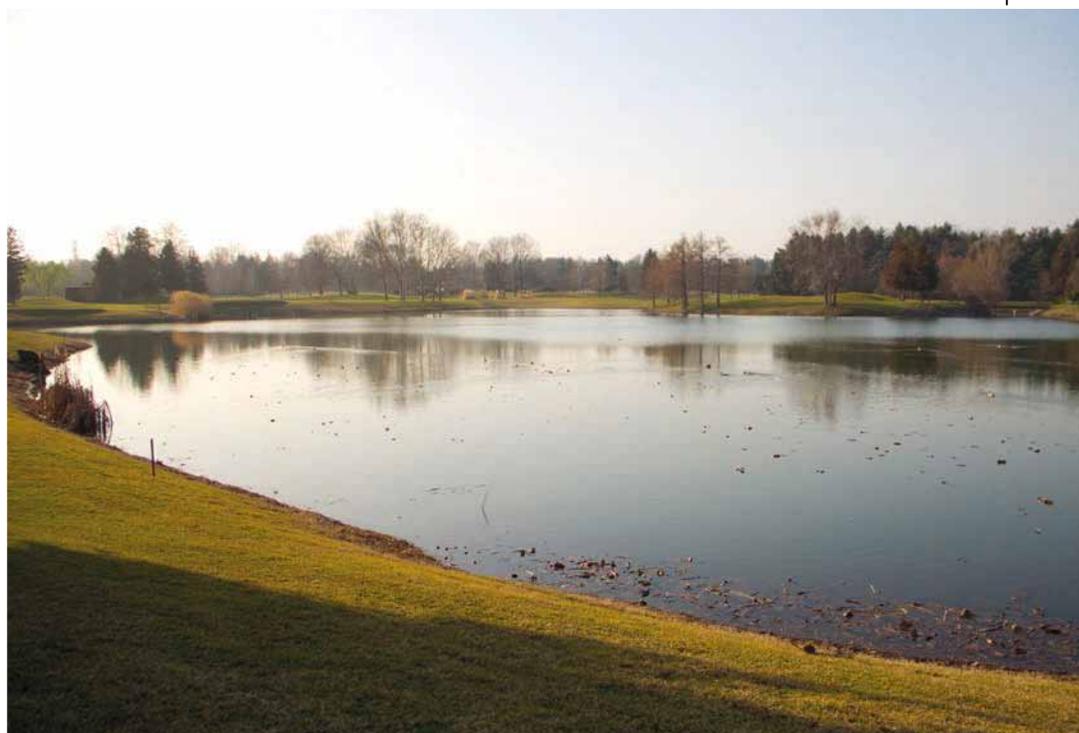
## DETTAGLIO

Musica consigliata:  
*On the Turning away, Pink Floyd,*  
A momentary lapse of reason,  
EMI 1987

Libro consigliato:  
*Il tramonto del sole romantico,*  
Charles Baudelaire,  
I Fiori del Male, BUR, 2001



*Aldo Invitti di Conca  
con Andrea Alpini*



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



# LEA PERICOLI

## *Bianca eleganza di piuma*

**P**er ogni secolo nasce un nugolo di persone che ne decretano indelebilmente le sorti storiche. Sono uomini di cultura, di spettacolo, di sport. L'Italia degli anni **Quaranta** è pulsante e dinamica, e nella capitale, a Roma, proprio in quell'anno è realizzata la più grande struttura sportiva del Paese: il Foro Mussolini. Per motivi ideologici nel dopoguerra sarà ribattezzato **Foro Italico**, e il pubblico pagante e gaudente ribattezza il progetto di **Enrico Del Debbio** come "moderno Colosseo". Il complesso sportivo è arricchito dalle bianche architetture senza tempo di Luigi Moretti, la **Palestra del Duce e l'Accademia della Scherma**. Dello stesso bianco era vestita **Isadora Duncan**, eterea ballerina, e della stessa luce era inondata la campionessa internazionale di tennis **Lea Pericoli**. Negli anni in cui il **Foro Italico** era in costruzione, Lea si trovava nel **cornò d'Africa**, dove ha imparato a giocare a tennis. Negli anni **Cinquanta** è tornata nella sua terra natale per divenire la regina del **Foro Italico**, capace di diventare **Campionessa d'Italia per ben 27 volte**. Oltre al nostro Paese erige come suoi luoghi prediletti, la terra rossa di **Montecarlo** dove vince l'ambitissima **Coppa Duncan**, e l'erba verde di **Wimbledon** dove scende in campo con un completino rigorosamente bianco la cui gonna era composta da **trecento piume**. Delle stesse piume "feather" erano anche composte le palle da **golf dell'Ottocento**, le stesse che molto probabilmente sono state giocate nel 1907 presso il lacustre **Golf Menaggio e Cadenabbia**, il più **inglese dei club italiani**, e dimora dell'intervista che segue.

**Dall'equitazione al tennis. Itinerari d'Africa.**

L'Africa era negli anni **Quaranta** un paese dove i coloni bianchi avevano moltissimi privilegi sociali. Tutti praticavano sport all'aria aperta, e il cavallo era una delle attività preferite dal mondo coloniale. Io e le mie sorelle cavalcavamo moltissimo, vincendo alcune gare piane



e di salto ostacoli ad **Addis Abeba**. Non ero coraggiosa, e alle gare partecipavo con il cuore in gola, ma volevo assolutamente vincere. A quel tempo poi ad **Asmara**, non vi erano scuole d'istruzione italiane o internazionali, e così noi avevamo molto tempo libero da dedicare allo sport. Poi mio padre decise di mandarci a studiare a **Nairobi**, in **Kenya**, dove c'era una scuola inglese in cui l'istruzione era affidata a cinque, minute e severe, suore irlandesi. Questa è stata la prima fortuna della mia vita: imparare l'inglese come lingua madre. Molti anni dopo **Indro Montanelli** mi ha chiamata a "Il Giornale" come cronista dai campi di **Wimbledon** proprio in virtù del mio bilinguismo.

**Come è nata la tua passione per il tennis?**

La mia passione per il tennis è nata a metà degli anni **Quaranta**, quando da bambina

vivevo con la mia famiglia in **Eritrea**. Mio padre era partito al seguito delle truppe italiane nella **Campagna d'Africa**, si era poi stabilito ad **Asmara**. Vivevamo in una casa coloniale immersa nella foresta, tra banani e palme, e nel giardino dietro casa vi era un campo da tennis. Così all'età di sette anni ho incominciato a giocare.

**Trecento piume bianche: marketing o edonismo?**

La famosissima gonnellina di trecento piume bianche che ho indossato a **Wimbledon** è stata sicuramente una delle mie creazioni più riuscite, ricordata al pari delle mutande di pizzo che i fotografi immortalarono mentre eseguivo una battuta d'inizio. Uscì poi un articolo di

giornale in Italia, che metaforicamente fu intitolato "**Il rovescio della Pericoli**", mentre in **Gran Bretagna** erano più attenti allo stile e alla leggerezza che esprimevo durante il servizio, e infatti mi dedicarono un'intera pagina mentre giocavo con le "trecento piume" e mi chiamarono "**FEATHER**", ovvero **piuma**.

I miei famosi completini li sfoggiavo durante le prime partite di tabellone, quando sapevo



*Biblioteca storica del Golf Menaggio & Cadenabbia*



In queste foto, in senso orario da in alto a sinistra: Lea Pericoli con l'attore Larry Hagman (J.R. in Dallas); Lea Pericoli con Sergio Garcia; Lea Pericoli con Ernie Else.

Else, il cui swing lo reputo il più elegante al mondo, poi ho disputato una pro-am con Sergio Garcia, mentre con Ian Poulter ho giocato a Milano, e con Costantino Rocca ho giocato diverse volte insieme. Giornalisticamente ho girato servizi televisivi in Thailandia e alle Mauritius, e poi qualche episodio di tecnica con Alberto Binaghi, grandissimo maestro e coach di Matteo Manassero. Tra gli aneddoti più curiosi che ricordo, certamente le interviste fatte durante le partite di golf che giocavo con il Principe Ranieri III di Monaco. Con lui si era instaurato un rapporto molto particolare e di fiducia. Andavamo spesso al campo di Montecarlo La Turbie, ed essendo il Principe molto timido e discreto, non partivamo mai dalla buca 1, dove tutti potevano vederlo, ma iniziavamo il nostro percorso da una buca libera a metà del campo da golf.

**“Per vincere bisogna perdere tante partite”.** Questa mia affermazione credo sia vera per tutti gli sportivi, ed anche valida davanti alle difficoltà della vita. **Per imparare bisogna perdere tante volte.** Non c'è campione al mondo che non abbia perso rimanendo ferito, e proprio grazie a questo scotto ha reagito e trasformato la propria rabbia e delusione in forza per vincere. Lo scrittore Rudyard Kipling nella poesia “If” afferma: **“solo se saprai affrontare la vittoria e la sconfitta, questi due grandi impostori, sarai il vero vincitore figlio mio”.**

Andrea Alpini

## MEMORABILIA

Lettura consigliata: *L'angelo capovolto*, Lea Pericoli, Edizioni ERI-RAI, 2011  
Musica consigliata: *Ziggy Stardust*, David Bowie, *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*, RCA, 1972

di poter vincere, mentre quando gli incontri si facevano più seri passavo ad abiti più tradizionali. Vestirmi in modo elegante era per me un piacere, e anche se a quel tempo la parola marketing non si usava, il mio atteggiamento era rivolto ad attirare l'attenzione di stampa e fotografi, rendendo così il tennis femminile più seguito. Ricordo che al **Foro Italico**, mentre tutto il pubblico si accalava sul **Campo Centrale** per veder giocare **Nicola Pietrangeli**, le donne giocavano al campo numero sei, e lì di pubblico non ce ne era. **Io volevo portare il tennis femminile al centro dell'attenzione. Le tenniste erano spesso sportive, muscolose e poco aggraziate, io volevo emancipare la donna sportiva esaltandone la femminilità.**

### L'ultimo sport della tua vita: il golf.

Avvicinarmi al golf non è stato facile. E' stato un incontro-scontro. Ad essere sincera all'inizio non mi piaceva, andavo al golf per seguire la passione del mio marito di allora. Poi la nostra relazione è finita, mentre il mio rapporto con il golf ha continuato a svilupparsi ed intensificarsi. Oggi gioco un **hcp 18**. L'amore nato con il golf è unico, mi appassiona e mi spinge sempre ad avere la sacca in auto, così quando trovo un campo mi fermo e gioco. Il golf lo puoi giocare da solo ed essere agonistico, mentre a tennis per poter essere competitivo e giocare una partita devi trovare un avversario di pari livello, altrimenti non ti diverti. **Giocare a golf da sola mi appassiona moltissimo. Il tennis è stato la mia vita, il golf è un bellissimo passatempo.**

### Campi della memoria: tennis e golf.

Giocando a golf, all'inizio, avevo un approccio tennistico alla disciplina. Guardavo la bandiera, capivo che strategia usare e dove mandare

la palla, ma non riuscivo a farmi distrarre dalla bellezza del paesaggio e del fascino del gioco: semplicemente dividevo il campo in colpi. Alla fine di una partita non ricordavo assolutamente i campi, ora, dopo molti anni che gioco ho imparato a guardare il paesaggio, a immergermi nella natura, e allo stesso tempo giocare concentrata. Tra i campi da golf che prediligo vi sono **Bogogno** e **Monticello** con le loro **36 buche**, ma un posto speciale lo dedico al **Golf Club Milano**. **I campi da tennis sono tutti uguali, i campi da golf invece, grazie alla loro diversità hanno un charme unico e irripetibile.**

### Golf e giornalismo: quali incontri?

Grazie al golf ho potuto fare viaggi e incontri bellissimi. Ho intervistato e giocato con **Ernie**



Golf Menaggio e Cadenabbia, Como

# CAMILLA VITTADINI

*una vita di passione tra cavalli e golf*



Camilla Vittadini e  
Federico Colombo

**C**iao a tutti! Mi chiamo **Camilla Vittadini**, ho **23 anni** e vivo sul **Lago Maggiore**: amo la natura e gli animali, ma la **passione della mia vita sono i cavalli...** sono nata e cresciuta in mezzo ai cavalli, nell'allevamento di purosangue di famiglia ad Oriano (provincia di Varese). Ho iniziato a montare all'età di undici anni (mio papà temeva per la mia incolumità e ha cercato di ritardare il mio approccio all'equitazione, ma è stato tutto inutile)... **Amo i cavalli e loro occupano gran parte della mia giornata : monto tutti i giorni e con il mio cavallo, partecipo a competizioni di salto ostacoli.**

I puledri dell'allevamento invece hanno un iter di vita diverso: loro rimangono a prato per circa un anno e poi vengono portati alle aste per essere venduti oppure vengono domati e iniziano gli allenamenti che li porteranno alle corse.

Il mio sogno di sempre è quello di poter avere una scuderia tutta mia, di fianco a casa, dove poter tenere i miei cavalli e alla mattina appena sveglia, potermi infilare una tuta veloce e andare a salutarli, dove in ogni momento della giornata poter controllare che stiano tutti bene e viziarli e coccolarli.. Per ora mi devo "accontentare" di tenerli in una scuderia nei pressi del **Golf di Castelconturbia**, dove loro in realtà vivono benissimo, ma non è come averli vicini..

**Oltre all'equitazione, il golf fa parte della mia quotidianità: circondata da una famiglia di golfisti, l'approccio a questo sport è stato praticamente obbligato.** Da piccola ho anche tentato un corso ma senza successo... la mia vita erano e sono i cavalli e nulla ha mai potuto distrarmi dalla mia grande passione. Comunque ho sempre continuato a frequentare campi e club house con i miei genitori e con mio fratello. Mamma giocava



fino a qualche anno fa mentre ora si dedica con me ai cavalli, ma non può fare a meno di parlare di palline, ferri, sacche, in parte perché in verità il golf le piace (infatti segue sempre i tornei in televisione) ma anche perché lavora da sempre in **'Golf us'**, azienda degli zii **Paolo**

**Vittadini e Mavie Bini**, dove si occupa del settore **Corporate e Promozionale**. Mio papà gioca ormai da tempo al golf di Castelconturbia e devo dire che per lui è diventata una vera e propria malattia; appena ha un attimo di tempo va a praticare, prende una lezione o sfida mio fratello, che era un promettente giocatore in giovane età (quando ancora studiava al liceo) ma ora si deve limitare a giocare nel fine settimana o in piccoli spazi che riesce a ritagliare dall'attività lavorativa.

Grazie alla mia famiglia che mi ha tenuta legata al golf, ho incontrato **Federico** (..Colombo).

**Ci siamo conosciuti a settembre del 2009 e, nonostante la mia diffidenza nei confronti della specie 'uomo-golfista', Fede mi ha fatto ricredere e ormai sono più di 2 anni che siamo fidanzati.** Giovane e promettente professionista, sta cercando di guadagnarsi un posto fisso sullo **European Tour**; tra decine di gare e tante sofferenze, dopo i buonissimi risultati che ha ottenuto l'anno passato sul **Challenge Tour**, nel **2012** giocherà tutta la stagione sul **Tour Maggiore**. Inutile dirvi che è fortissimo! E anche se non sono **Hank Haney**, per me **Tiger Woods** al suo confronto è nessuno, dovete solo aspettare qualche anno e vedrete che classe!! Grazie a lui ho iniziato a conoscere meglio il golf, e ad apprezzarlo anche se ogni volta che vado ad un torneo per vederlo giocare, alla seconda buca mi pento di essere andata... **voi non sapete quanto può essere stressante!!** Poi penso a quando sono a casa e i cari amici dell'organizzazione dello **European Tour** non aggiornano il leaderboard su internet, o meglio ancora, sbagliano a segnare gli score e a quel punto mi convinco che è una gran fortuna essere lì a vederlo buca dopo buca nel bene e nel male... **Seguendolo nel suo**



**lavoro, credo di aver visto alcuni dei più bei tornei di golf d'Europa e devo riconoscere che è veramente uno spettacolo: organizzazioni perfette, campi stupendi e i migliori giocatori del continente.**

Questi tornei hanno un fascino indiscutibile e riescono quasi ad eguagliare i concorsi di Salto Ostacoli di alto livello...anche se personalmente preferisco sempre questi ultimi. Per quanto riguarda i miei studi sto frequentando l'**Università Cattolica di Milano** e spero di laurearmi nell'aprile del **2013** in **Scienze Linguistiche e Tecniche per l'Informazione e la Comunicazione**. Dopo aver raggiunto questo obiettivo, una delle idee che vorrei realizzare è lavorare nel giornalismo sportivo senza però trascurare l'attività con i cavalli da salto ostacoli e nell'allevamento di purosangue.

Intanto ho iniziato a scrivere un blog sulla rivista "**Golf Today**". Sono stata coinvolta in questo progetto da **Federico Silva** (editore di **Golf Today**) e **Alessandro Bellicini** (web-tv manager); loro seguono costantemente tutte le trasferte dei giocatori italiani professioni-

sti e dilettanti, in qualsiasi paese del mondo. Volevano qualcuno che guardasse più da vicino i nostri ragazzi sul tour maggiore, così mi hanno arruolato insieme al caddie di **Edoardo Molinari, Antonio Garbaccio** (il suo blog si chiama '**Caddy Shack**'), insieme cercheremo di tenervi aggiornati.

Il momento più difficile è stato iniziare, trovare un nome al mio blog che avrebbe parlato di questi ragazzi sempre in viaggio con sacca e valigia, della loro vita, dei loro problemi e di come affrontano questa splendida e difficile avventura del golf professionistico. Avevamo bisogno di un nome che riassume, in poche parole, l'argomento su cui avrei scritto, un nome che mi rappresentasse un minimo e che attirasse la curiosità delle persone... dopo lunghe riflessioni per arrivare a trovare un "**titolo**" adatto, ispirandoci al celeberrimo film di **007 "dalla Russia con Amore"** è nato "**dal Tour con Amore**".

Compatibilmente con impegni scolastici e cavallini, cercherò di seguire più che posso il mio **Fede** e cercherò di scrivere i retroscena, le curiosità, i gossip che circondano la nostra "nazionale" in giro per l'Europa. **E quando sarò ai tornei farò anche milioni di foto perchè la fotografia è un'altra mia passione: adoro fotografare i miei cavalli, i miei cani, tutti gli animali in genere, la natura e tutto quello che mi circonda.. ma fotografare nel golf non è semplice, immagini sempre molto ripetitive, posizioni simili, penso che quello che fa la differenza è il momento, il putt della vittoria, il colpo di recupero dal bosco, l'uscita dal bunker... sono sempre alla ricerca di uno scatto speciale, un primo piano, un particolare, un attimo rubato, diverso dagli altri e a suo modo spettacolare.**

Concludendo, posso dire che ho in testa mille idee e sogni che vorrei realizzare ma prima devo finire gli studi : per ora, i punti fermi nella mia vita sono la mia famiglia, **Fede** e ovviamente i miei adorati cavalli.. Per il resto vedremo!! Fatemi un "in bocca al lupo"!!



Federico Colombo

## Una gita di Pasquetta al

# GOLF CLUB CASTELLAR

**E'** lunedì di Pasquetta e con **Patrizia** e **Roberto**, sotto un pallido sole e qualche nube sparsa, certo non ideale per la tradizionale merenda nei prati, partiamo da Torino e raggiungiamo in tarda mattinata il **Golf Club Castellar**, appena fuori Saluzzo. Finalmente arriviamo e parcheggiamo la **Golf People Club Car** di **Roberto**, siamo gentilmente accolti dal presidente **Piero Bruno** e il suo staff nell'ex cascina ristrutturata da poco, adibita a punto d'accoglienza e ristorante. In attesa del pranzo decidiamo di gironzolare per i sentieri dei campi da golf, attenti a evitare qualche pallina "impazzita", incuriositi esplorare dai gruppi in ordine sparso di golfisti in continuo movimento impegnati a conquistare ... buche di varia difficoltà, sfida a volte temeraria ma è proprio questo il fascino del gioco ....

Durante la passeggiata il nostro amico **Roberto**, spiega a noi ignare ragazze alcune regole di questo sport, illuminanti flash su un "mondo" sconosciuto. Torniamo verso il ristorante per il pranzo, una cucina di qualità dallo sfizioso antipasto, gustoso primo, ricco secondo fino al delizioso dolce alla frutta, accompagnato da buon vino, insieme con una conviviale e gradevole compagnia: un mixer che ci allietta il palato e la mente.

Dopo il caffè decidiamo di esplorare altri luoghi del club, mentre il sole ritorna a splendere scaldando un pochino l'aria gelida del mattino. Scopriamo così il campo di pratica, dove troviamo box per i vari attrezzi, pedane per esercitarsi davanti ad un ampio campo dove si ammucciano rotolando palle da golf lanciate da alcuni golfisti in erba



e no. Naturalmente ci cimentiamo anche noi ... con leggerezza e allegria, quasi a passo di golfdance. . . Giungiamo poi nei pressi del laghetto con il suo caratteristico canneto, testimone inconsapevole di lanci ... fuori rotta, ma anche preziosa riserva d'acqua per i

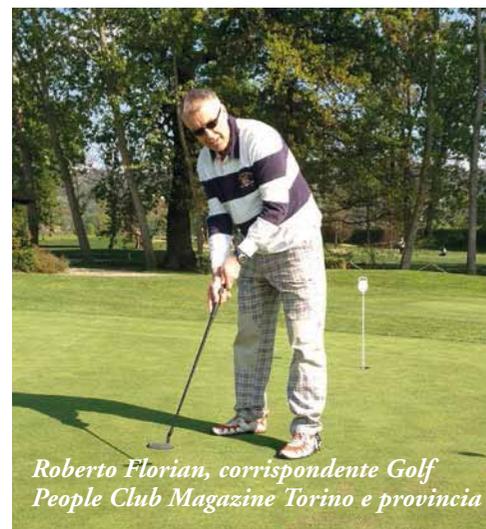


*Maria Maddalena Tafuro, Roberto Florian e Patrizia Bordignon, davanti alla Club House del Castellar*

campi tutt'intorno. Torniamo sui nostri passi per assistere alla premiazione dei vari gruppi che si sono aggiudicati i primi posti e i premi in palio, **uova di cioccolato giganti, colombe pasquali, vino...** e la soddisfazione della vittoria. Sono quasi le **18.00**, si è fatto tardi per noi, lasciamo i golfisti far merenda dopo la lunga e piacevole giornata e sulla **Golf People Club Car** torniamo verso la città, con la piacevole sensazione di aver trascorso una bella e inconsueta pasquetta nell'atmosfera "bucolica" del **Golf Club Castellar**.

*Marilena Tafuro*

*Marilena Tafuro, Roberto Florian e Patrizia Bordignon*



*Roberto Florian, corrispondente Golf People Club Magazine Torino e provincia*



# Per un vero Private Banking

**A**iutare i ricchi a rimanere ricchi è un celebre motto di **Edmond de Rothschild** che disegna correttamente il senso logico e strategico del **private banking**. L'obiettivo è quello di garantire il mantenimento del potere di acquisto del capitale aumentato di un compenso proporzionato al rischio accettato nella politica degli investimenti realizzati. L'importante è saper individuare una **duration**, cioè un tempo nel quale recuperare il capitale investito con l'aggiunta del rendimento individuato come compenso del rischio.

**Mutuando il linguaggio del golf, non bisogna inseguire sistematicamente eagles in ogni buca, puntando su birdies quando il buon gioco del legni (il lungo termine) garantisca condizioni di sicurezza sul green (il breve termine).**

Esistono **due tipologie** di patrimonio da tutelare; quello detenuto da **soggetti solidi, ma non in grado di produrre ulteriore abbondante reddito e quello generato con continuità attraverso alti redditi correnti**. Il **primo** ha una resistenza al rischio minore, è spesso legato a patrimoni ereditati, può essere condizionato dall'età del cliente. Il **secondo**, tipico dei manager in età intermedia, è favorito dalla continuità dei nuovi flussi, non è condizionato dai tempi di realizzazione dei risultati e può adagiarsi meglio sulle opportunità fornite dai mercati.

E' necessario anche qualificare correttamente il significato qualitativo del **private banking**, che non si limita alla sola scelta delle opportunità offerte dal mercato finanziario, ma che contempla anche la copertura dei segmenti delle **commodities, del mercato assicurativo, previdenziale ed immobiliare, dei servizi di indebitamento e degli investimenti alternativi**, a loro volta molto variegati. Non tutti gli interlocutori del mercato offrono l'intera gamma; soprattutto le banche non specializzate interpretano il servizio come dedicato ai clienti con maggiori disponibilità, con soglie di ingresso che variano dai **500 mila euro al milione di euro**. Ritornando a citare Rothschild, egli – nel **1973** – propose sul mercato italiano il primo servizio con una soglia di accesso di **2 miliardi di lire**, pari ad un odierno potere di acquisto di **11,5 milioni di euro**, livello non previsto da nessun offerente.

Il mercato in realtà è ripartito in **tre segmen-**

**ti, il primo** – più basso – definito **private**, il secondo denominato **wealth management** e l'**ultimo** definito come **HNWI (High Net Worth Individuals)**

Volendo motivare la dimensione del portafoglio e ricorrendo ad un'immagine adeguata, individuamo la gestione patrimoniale come un shaker idoneo per un cocktail di investimenti adeguatamente diversificati che necessitano di un contenitore di ampie dimensioni affinché ciascun elemento possa comporsi



senza che alcuno possa risultare dominante. Il gusto del cocktail deve essere complesso e particolare, non condizionato da singole componenti. Ciascun soggetto si dota di un **portafoglio personalizzato**, idoneo alle proprie esigenze, ricomponibile al variare dei bisogni e di volta in volta rispettoso delle condizioni mutevoli dei mercati e dell'evoluzione naturale delle esigenze della persona o della famiglia servita.

Inviterei a riflettere anche sul diverso significato del termine **gestione individuale**, nozione giuridica individuata dalla direttiva europea sui servizi di investimento (**MiFID**)

e del termine **gestione personalizzata** (nozione commerciale connessa alla soddisfazione peculiare di un servizio assolutamente individuale).

Altra analisi merita invece la distinzione fra l'attività di **private banking** e quella del **family office**. Con quest'ultima definizione si intende ricomprendere anche aspetti che concernono **elementi successori** tra le **generazioni di una famiglia**, individuando il rispetto dei principi di tutela delle eredità legittime e la corretta assegnazione di singoli asset a componenti dell'asse ereditario, ritenuti più idonei per singoli beni. **Si tratta pertanto di separare la qualità di ciascun elemento tra i quali possono distinguersi aziende con connotazioni imprenditoriali, beni immobili fornitori di rendite o di rivalutazioni patrimoniali e beni più caratterizzati quali quelli artistici, preziosi e di valore intrinseco e quelli idonei a proteggere membri dell'asse con esigenze specifiche quali i minori o gli incapaci.**

Vi è differenza significativa tra il **private**, che gestisce un patrimonio nella sua complessità ed unitarietà e il **family office**, che lavora invece per gestire fasi di transizione nelle quali l'esigenza di diversificazione del complesso viene sacrificata ad un'assegnazione finalizzata per beneficiari diversi e disegnata per un orizzonte temporale distinto rispetto a quello del cliente originario che intende definirne la futura ripartizione.

Infine, dobbiamo valutare l'importanza di ulteriori soluzioni, spesso carenti nel mercato italiano, anche per carenze normative, che aiutano ulteriormente soluzioni ottimali. In particolare i **trust**, nozione differente da quella delle **società fiduciarie**, regolate da una **Legge del 1939**, inidonea oggi e non ricomposta sotto il dettato della normativa sui servizi di investimento. Altre soluzioni hanno invece trovato definizione negli ultimi anni, ridisegnando la normativa sulle donazioni, regolando i **patti di famiglia** e individuando un importante segmento italiano quale il passaggio generazionale delle aziende di famiglia. Tema complesso da studiare in tempo rispetto alle scadenze nelle quali deve realizzarsi. **Siamo nel campo della consulenza più che in quello – forse troppo semplicistico in molti casi – della gestione.**



## ***Il Golf: lo sport dei Manager***



### **CIRCUITO GOLFMANAGER 2012**

<b>Circolo-villaggio</b>	<b>Località</b>	<b>Data</b>	<b>Giorno</b>	<b>Gara</b>
<b>Opio</b>	<b>Costa Azzurra</b>	<b>2-6 marzo</b>	<b>4 giorni</b>	<b>Stableford</b>
<b>Molinetto</b>	<b>Cernusco (MI)</b>	<b>26 marzo</b>	<b>lunedì</b>	<b>Stableford</b>
<b>Zoate</b>	<b>Zoate (MI)</b>	<b>18 aprile</b>	<b>mercoledì</b>	<b>Stableford</b>
<b>Vigevano</b>	<b>Vigevano</b>	<b>9 maggio</b>	<b>mercoledì</b>	<b>4 palle</b>
<b>La Pinetina</b>	<b>Appiano Gentile (Co)</b>	<b>31 maggio</b>	<b>giovedì</b>	<b>Stableford</b>
<b>Des Iles Borromees</b>	<b>Stresa</b>	<b>27 giugno</b>	<b>mercoledì</b>	<b>Stableford</b>
<b>Villa Carolina</b>	<b>Capriate d'Orba (AI)</b>	<b>19 settembre</b>	<b>mercoledì</b>	<b>Stableford</b>
<b>Castello di Tolcinasco</b>	<b>Rozzano (MI)</b>	<b>11 ottobre</b>	<b>giovedì</b>	<b>Finale del circuito</b>
<b>Marrakesh</b>	<b>Marocco</b>	<b>11-18 novembre</b>	<b>Una settimana</b>	<b>Stableford</b>

La partecipazione è riservata ai dirigenti iscritti Aldai o Federmanager e loro familiari sia in possesso dell'Handicap che NC in quanto gare valide per la conquista dell'Handicap. Eventuali amici di iscritti Aldai o di Federmanager possono partecipare alla gara, nella apposita categoria Amici.

La partenza della gara è sempre di tipo Shot Gun, cioè contemporanea dei partecipanti da tutte le buche in modo da terminare contemporaneamente e, senza lunghe attese, poter proseguire in Club House con la premiazione e con un rinfresco-cena.

Premi: 1° e 2° netto di tre categorie, 1° e 2° Amici, 1° Lady, 1° NC, oltre a premi nearest to the pin (il più vicino alla bandiera) e numerosi a estrazione.

## Mauro Contili Presidente New Golf Company: “La nuova frontiera dei campi pubblici in Italia”

### Che cos'è la New Golf Company?

E' un gruppo internazionale di società che si occupa della progettazione, costruzione e gestione di campi da Golf con sede ad **Auckland** in **Nuova Zelanda** che ha deciso di realizzare **200 innovativi campi da Golf in Italia**.

### Perché sono innovativi?

In Italia rappresentano una novità assoluta per molti motivi: sono pubblici cioè aperti a tutti senza iscrizioni, tessere o quote annuali un **“Pay & Play”** semplice ed economico come un cinema, sono totalmente ecologici e multi-percorso per divertire tutti dal principiante al golfista di livello.

### Cosa significa ecologici?

Sono veri Links di eccellente inerbimento senza veleni, fitofarmaci o diserbanti che tutelano l'ambiente, non inquinano e non vengono irrigati.

### Quindi non irrigate i campi?

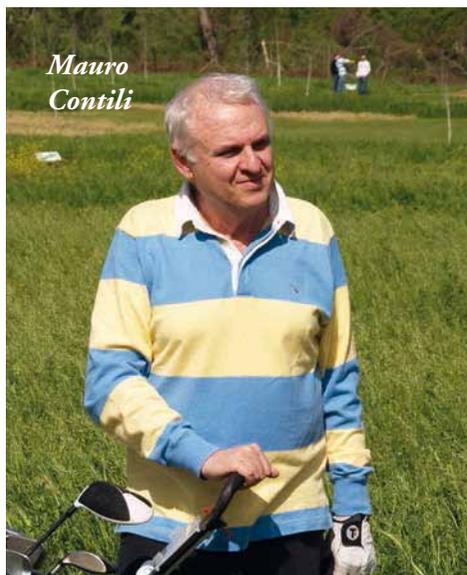
Grazie ai nostri metodi brevettati utilizziamo solo la pioggia al contrario dei campi ordinari che sprecano, ogni giorno, milioni di litri di preziosa acqua.

### Presidente Lei gioca a Golf?

Sono felice sul campo da Golf, anche se più come progettista che come giocatore ma il Golf è anche questo non è necessario essere campioni per divertirsi.

### I golfisti italiani cosa pensano dei vostri campi?

I nostri campi ancora prima di essere pubbli-



cizzati ed inaugurati sono già frequentati da giocatori che li valutano positivamente. Chi non conosce il Golf è entusiasta di giocare in poche ore la sua prima partita, si appassiona e torna mentre i golfisti li trovano divertenti e tecnicamente impegnativi. Questo grazie ai percorsi multipli che permettono a tutti di selezionare la difficoltà con Par e distanze diverse per ogni singola buca.

### Perché la NGC ha scelto l'Italia come riferimento europeo?

Perché l'Italia, il Paese che amo profondamente, era anche l'unico al mondo privo di campi pubblici stravolgendo il Golf in un costoso giocattolo per pochi.

### Perché tutti dovrebbero avvicinarsi al Golf?

Il vero Golf, sconosciuto in Italia, è lo sport diffuso e popolare che permette una sana, completa e divertente attività fisica ad ogni età incrementando i contatti umani. Sport sociale e socialmente utile che allontana da strada, droga, alcool e sconfigge l'isolamento delle

età a rischio.

### Come è visto all'estero il Golf italiano?

E' sconosciuto, ma i nuovi golfisti cambieranno tutto, perché noi italiani siamo da sempre grandi viaggiatori ed esportatori.

### Circoli privati e maestri devono temere la vostra concorrenza?

Al contrario, i campi pubblici ovunque creano una base di centinaia di appassionati per ogni giocatore classificato. La loro realizzazione creerà anche in Italia milioni di nuovi golfisti che allargheranno rapidamente le prospettive dei campi privati, dei maestri e della FIG che oggi si limitano ai pochissimi tesserati.

### Il vostro Golf risponde alla crisi economica?

Solo i campi pubblici creano indotto nel territorio e favoriscono il turismo che oggi si rivolge altrove. **Il turista-golfista del nord Europa si reca nei Paesi caldi nei mesi invernali, ma abituato ai propri campi pubblici non è disposto a spendere centinaia di euro per un green fee quindi evita l'Italia.**

### Che caratteristiche hanno i vostri green?

Anch'essi esclusivi e brevettati sono multi-stadio: vengono trasformati costantemente nel corso del primo anno di pari passo con la “crescita” dei nuovi golfisti. Iniziamo con green dotati di piccoli core artificiali veloci ma che rispondono con rimbalzi naturali all'impatto che esaltano l'approccio di precisione per arrivare gradualmente agli ampi green naturali che non necessitano di essere irrigati. **Un processo graduale per l'Italia dove è necessario creare una base di appassionati partendo da zero con green inizialmente non danneggiabili.**

### Avete progetti per i nuovi golfisti?

Molti, dalle guide e i quiz di orientamento disponibili sui nostri siti ai tornei gratuiti per gli studenti in collaborazione con Comuni e Provveditorato. Tornei con Tutor che iniziano al Golf anche i principianti proiettandoli subito in un vero emozionante Torneo a premi. **Ma nella sfida per creare una vasta base al Golf italiano sarà fondamentale l'apporto di una testata prestigiosa come Golf People Magazine.**





**Silvia Neri**

**Fotografia:** Flavio Torre, ritratti, Stefano Merlini, back stage - **Make Up Artists:** Chiara Picone, Natascia Langelli, Ines Meduri - **Hair Stylist:** Antonio Romano MyHead Parrucchieri Oggiono - **Video Maker:** Marco Ongania Emofilm - **Location:** Via San Pietro all'Orto 6 Milano - **Abbigliamento:** Mulligan & Co. Parma, jeans e costumi da bagno push up Milena Andrade Milano - **Calzature:** GI.MA Fashion Group - Raffaele Greco Golf - **Intimo:** Yuppiddoll Brescia - **Partners:** Elgon Cosmetics, Acqua Deeside, Osteria del Gambero Rosso Milano, - Pinky Penta Point Milano, Penta Medical Center Milano, Radio Milan Inter, Tele Milano City, Amoroso Vini, Antoitalia - **Preziosi:** Damiani Gioielli - **Profumi:** Alpac Mille

**MULLIGAN & Co**  
APPAREL AND GADGETS

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

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

Seguendo la passione di uno dei titolari per il Golf, ha realizzato una linea di abbigliamento dedicata, ricca di contenuti tecnici, distribuendo i seguenti Brands: Cutter & Buck, Craft, James Harvest, Printer, NewWave, che sono l'eccellenza del settore.



PRODUZIONE  
PERSONALIZZATE  
CON STAMPA O  
RICAMO DEL LOGO



Mulligan&Co - Borgo San Giuseppe, 25 - 43125 - Parma  
Tel. e Fax +39 0521 16404883 - Email [info@mulliganeco.it](mailto:info@mulliganeco.it)

**JAMES HARVEST**  
sports & wear

**CRAFT**

**CUTTER & BUCK**



## WARSTEINER ENTRA NEL MONDO DEL GOLF CON L'EUROPEAN TOUR



Luca Giardiello

**W**arsteiner, prestigioso marchio di birra Premium tedesco e tra i leader a livello internazionale nel mercato della birra, è **Fornitore Ufficiale di Birra dell'European Tour**. In occasione della prima tappa italiana del

torneo, al **Sicilian Open 2012** presso il **Verdura Golf Resort & Spa** di **Sciacca** (Agrigento), **Dario Bartolini**, direttore Recensioni Tecniche, ospite personale di Warsteiner, ha intervistato il management dell'Azienda per conoscere in dettaglio la strategia di comunicazione del marchio a livello nazionale e internazionale e per degustare le birre **Premium Warsteiner**.

**Quali sono i motivi che hanno spinto Warsteiner a entrare nel mondo del golf?**

“Il golf è uno sport molto affine ai valori chiave del brand Warsteiner, quali classe, passione e qualità”, spiega **Luca Giardiello, Country Manager Warsteiner Italia**. “Questa nuova partnership rafforza ulteriormente la strategia di comunicazione del nostro marchio di affermare l'immagine ‘modern class’ dei nostri prodotti sia a livello internazionale sia a livello nazionale. Infatti, l'accordo prevede anche una serie di sponsorizzazioni, quali il **Sicilian Open** che si è tenuto alla fine di **marzo**; il **BMW PGA Championship nel Regno Unito** a **maggio** e il **KLM Open a Hilversum**, nei Paesi Bassi a **settembre**. In particolare la partnership con il **Sicilian Open** come **Official Partner e Official Supplier**, ha rappresentato per noi un'opportunità unica di promuovere e consolidare il posizionamento premium del nostro brand e dei nostri prodotti ampliando il target dei consumatori”.

**Ulrich Kunert, Warsteiner International Marketing Director**, aggiunge: “Abbiamo

una lunga tradizione di sponsorizzazioni internazionali nel mondo dello sport e questa collaborazione ci aiuterà a sviluppare questo binomio birra premium e sport d'élite, a cui teniamo molto. La partnership con l'**European Tour** costituisce un'ulteriore opportunità di accrescere ulteriormente la conoscenza e il posizionamento del nostro marchio, legati al mercato birrario, a livello globale”.

**Come sarete presenti presso le tappe dell'European Tour e quali sono le opportunità per i partecipanti di conoscere i vostri prodotti?**

**Luca Giardiello, Country Manager Warsteiner Italia**, sottolinea: “Nelle diverse tappe, Warsteiner godrà di grande visibilità in



linea con il proprio posizionamento 'Modern Class' e metterà a disposizione dei giocatori e del pubblico un'esclusiva **Warsteiner Lounge** e numerosi punti di ristoro firmati **Warsteiner** presso i singoli campi da golf. Durante il **Sicilian Open**, per esempio, abbiamo invitato il pubblico e i golfisti all'esclusiva **Warsteiner Lounge** allestita a bordo piscina, dove ogni giorno si svolgevano eventi speciali, tra cui **Happy Hour** e aperitivi, dimostrazioni di spillatura e degustazioni delle nostre birre. Tutto è avvenuto alla presenza di un mastro birraio che illustrava le caratteristiche e le particolarità della nostra pils **Warsteiner Premium Verum** e della birra senza alcool **Warsteiner Premium Fresh 0,0% alcool**, evidenziandone anche gli abbinamenti gastronomici più adatti”.

**Warsteiner Premium Verum** è il prodotto, per eccellenza, dell'Azienda e uno dei più conosciuti e amati marchi di birra in Germania e a livello internazionale. Brassata secondo l'**Editto di Purezza del 1516**, **Warsteiner Premium Verum** deve l'apprezzamento dei suoi consumatori alla superiore qualità delle materie prime utilizzate: dalla selezione e maturazione del pregiato, aromatico e delicato luppolo che la compone, alle caratteristiche organolettiche dell'acqua, fonte di proprietà con solo due gradi di durezza, alla particolare cura profusa durante l'intero processo di produzione. Oltre **250 anni** di tradizione birraria di alta qualità garantiscono una birra caratterizzata da morbidezza di corpo, finezza di gusto, grande bevibilità e digeribilità. È ideale in tutte le occasioni, si accompagna perfettamente anche con le ricette più gustose.

**Warsteiner Premium Fresh 0,0% alcool** è “l'unica vera” birra analcolica, sinonimo di garanzia, in quanto fa parte della gamma Warsteiner e si caratterizza per l'originale e delicato gusto pieno e luppolato, ma al contempo leggero. **Warsteiner Premium Fresh 0,0% alc./vol** vanta infatti gusto, profumo e schiuma perfetta per il tradizionale processo di produzione e l'innovativo procedimento di de-alcolizzazione. Dal colore oro chiaro, è ideale in tutte le occasioni in cui non si vuole rinunciare a una buona birra ma si preferisce non bere alcool.

**Tra le particolarità di Warsteiner figura sicuramente la sua lunga storia e la gestione familiare che continua ancora oggi. Ci vuole dare qualche dettaglio in più?**

**Ulrich Kunert, Warsteiner International Marketing Director**, racconta: “Nata a metà del Settecento in Germania, Warsteiner è una delle più grandi, antiche e note aziende private tedesche, specializzata nella produzione di birra Premium. Dal lontano **1753**, anno in cui **Antonius Cramer** realizza la sua prima birra, nove generazioni della famiglia Cramer hanno lavorato perché Warsteiner potesse diventare il primo marchio d'importazione **Premium Pilsener** tra le birrerie private tedesche. Dal fondatore **Antonius**, all'attuale discendente **Albert** con sua figlia **Eva-Catharina Cramer**, la birreria è cresciuta ed è sempre stata seguita con grande passione dai membri della famiglia che hanno costantemente costruito e sviluppato la realtà produttiva. **Warsteiner** è attualmente venduta in **oltre 60 Paesi** su tutti i cinque continenti, compresi **Regno Unito, Paesi Bassi, Italia, USA, Spagna, Francia, Canada e Ucraina** e tra gli accordi commerciali di distribuzione all'estero figurano **Carlsberg, Castel, Efes, Mahou San Miguel e SAB Miller**”.



KONICA MINOLTA

Your Document Partner

Spesso le migliori soluzioni rispondono a esigenze che non sapevamo di avere.

Gestire i documenti e le informazioni aziendali è una necessità. Gestirli nel modo più efficiente, controllabile e conveniente è una scelta.

**Konica Minolta è in grado di analizzare l'intera infrastruttura di stampa della vostra azienda e individuare tutte le opportunità di riduzione dei costi di esercizio e miglioramento dei flussi operativi.**

Garantendovi la possibilità di trattare i vostri documenti nel modo più efficace, con la massima sicurezza, un controllo costante e preciso dei costi, qualunque sia il vostro ambiente operativo. Senza dovervi preoccupare di altro.

[info@konicaminolta.it](mailto:info@konicaminolta.it)  
[www.konicaminolta.it](http://www.konicaminolta.it)



# LAB DISPLAY

**L**AB DISPLAY SRL, nasce dalla intraprendenza imprenditoriale di **Marina Marconi** e dall'architetto **Fabio Lucchetta**, i quali dopo aver maturato una grande esperienza professionale nel settore della produzione di espositori pubblicitari, hanno unito le loro competenze per creare un'azienda giovane e dinamica che integra in una unica realtà tutti i processi di creatività, progettazione

nazionale e internazionale, annoverando tra i propri clienti, i più prestigiosi marchi di moda, cosmesi, farmaceutici, auto motive e alimentare tra i quali: **Bionike, Difacooper, Ita&ly, Novartis, Artsana, Hitachi, Illy** ecc.

Il team di lavoro della **LAB DISPLAY SRL**, è particolarmente orientato a soddisfare le specifiche necessità del cliente, fornendo risposte e soluzioni nel minor tempo possibile.

**Marina Marconi**, è socia fondatrice dell'azienda, lei stessa si occupa della gestione amministrativa e dei rapporti con i clienti e fornitori.

**Fabio Lucchetta**, Architetto, è l'altro socio fondatore dell'azienda, il quale si occupa della creatività e della progettazione.

Grazie alla sua profonda conoscenza dei materiali di impiego, **Fabio Lucchetta**, fornisce al cliente un prodotto finale che rispecchia sia le esigenze d'immagine che di qualità strutturale.



e produzione, ponendosi sul mercato con la vendita diretta dei propri espositori.

**Qualità, Design, Innovazione e Competenza** sono caratteristiche che accompagnano l'azienda ormai da diversi anni sul mercato



**Simone Mantiero**, responsabile commerciale, si occupa invece dello sviluppo e della gestione della clientela.

L'unione di intenti, è una prerogativa indispensabile come tendono a sottolineare i due soci, in virtù di una performante attività di gestione tecnico-commerciale.

Nei reparti di produzione, sono impiegati



*Marina Marconi, Fabio Lucchetta e Simone Mantiero*

più di venti dipendenti in grado di realizzare ogni tipo di espositore a livello industriale, si occupano di vari settori di competenza che vanno dalla programmazione di macchinari per i relativi processi produttivi alla personalizzazione grafica.

**I diversi materiali e componenti lavorati vengono assemblati nell'apposito reparto di confezionamento e dopo aver studiato e realizzato l'imballo, gli espositori sono stoccati nel reparto logistico dove vengono gestiti i depositi e le spedizioni.**



Lab Display srl  
 Via della Tecnica 7  
 21040 Origgio (VA)  
 Tel. 02.96702159 r.a.  
 Fax 02.96739770  
[www.labdisplay.it](http://www.labdisplay.it)  
[info@labdisplay.it](mailto:info@labdisplay.it)

# TAE BIOENERGY

## *impianti tecnologici d'avanguardia*

**S**tefano Masullo, direttore responsabile **Club Magazine Golf People**, nella veste di presidente della società **Bioil srl**, azienda attiva nella **produzione, commercia-**

specifico settore industriale, dove hanno maturato una importante esperienza di oltre **16 anni**, nell'ultimo triennio la società è divenuta un indiscusso protagonista registrando una progressione geometrica del fatturato, da **2 milioni di euro del 2009** agli attuali **10 milioni di euro**.

**Gianluca Vorraro**, direttore operativo **Tae Bioenergy**, oltre a possedere una serie di importanti certificazioni e brevetti ed essere registrato al **Collegio dei Periti Industriali della Provincia di Varese** è un ap-

passionato golfista, iscritto al **Golf Club Le Rovedine** di **Noverasco** presieduto da **Paolo Piras** e diretto da **Franco Piras**.

## TAE BIOENERGY

Tae Bioenergy è un'impresa integrata nella progettazione e costruzione di **Centrali Elettriche** alimentate a **Biomassa vegetale liquida su misura e chiavi in mano** individuando le **migliori soluzioni tecniche ed economiche** ed offre i propri servizi e prodotti a imprenditori e professionisti che per ragioni di **pura redditività finanziaria**, a questo proposito è significativo indicare che la centrale costruita su commissione di Bioil srl, a pieno regime, prevede un ritorno sull'investimento di oltre il **50% annuo**, fermo restando le attuali tariffe di cessione dell'energia elettrica prodotta al **GSE Gestore Servizio Elettrico**, pari a **0,28 euro al KW**, o per una ragione di economizzazione dei propri flussi energetici necessari, vogliono operare nel mondo **Energie Rinnovabili** senza doversi preoccupare di nessuna problematica operativa e burocratica.

**Tae Bioenergy** infatti si occupa in maniera altamente qualificata e certificata dai più alti standard qualitativi previsti a livello interna-



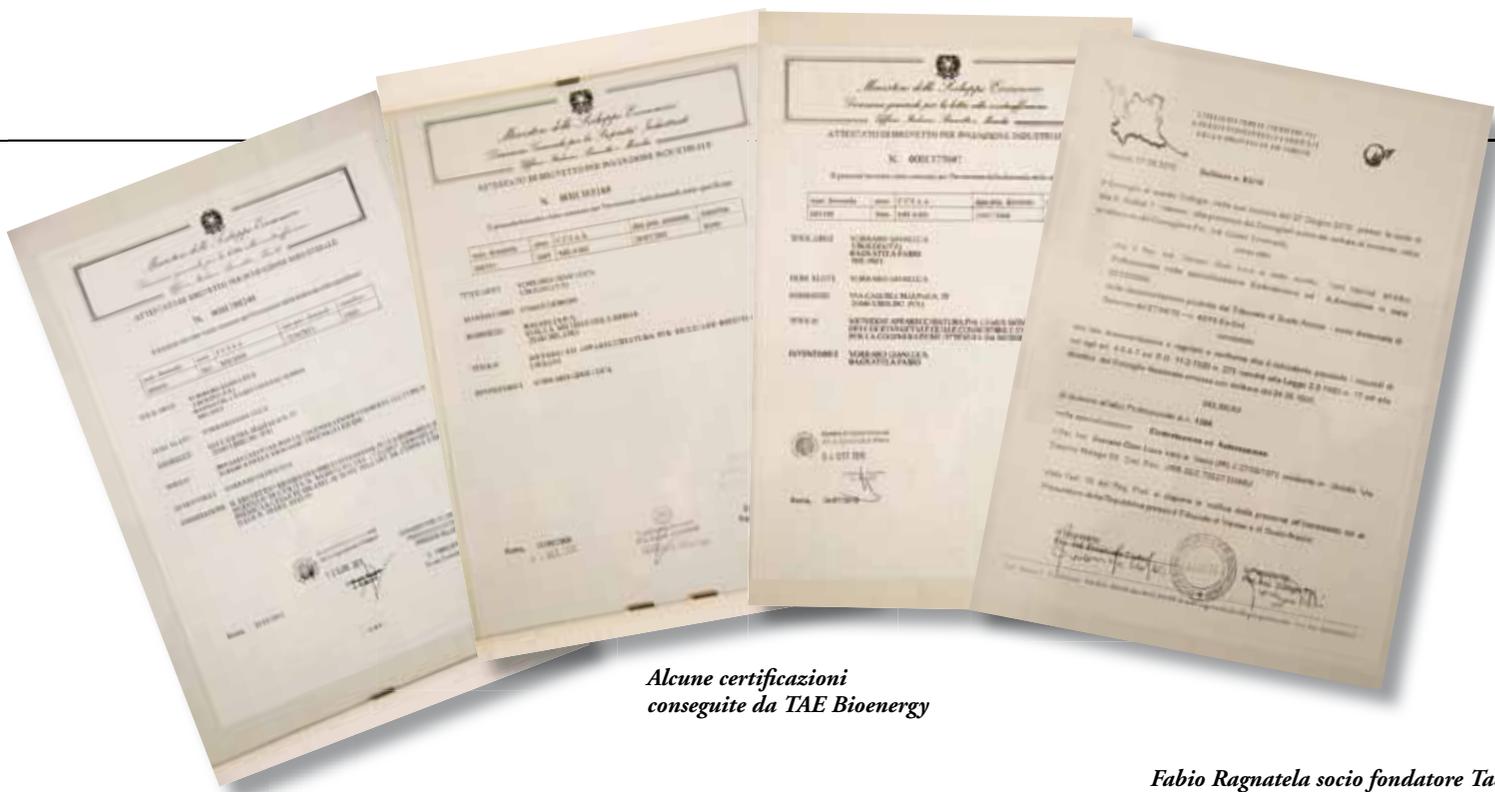
*Gianluca Vorraro socio fondatore Tae Bioenergy e golfista Golf Club Le Rovedine*

**lizzazione, trasformazione e trasporto di energia elettrica** nonchè di fonti, materie e prodotti enegenetici di altra natura, rinnovabili e non rinnovabili, inclusa la cogenerazione di energia ha trascorso una intensa giornata di lavoro con lo staff operativo della società **Tae Bioenergy** al fine di controllare lo stato di avanzamento dei lavori di una **Centrale Elettrica a Biodiesel** della potenza di **1 Mega Watt** in fase di realizzazione nel **Comune di Pozzo d'Adda** del valore di oltre **1 milione di euro**.

**Tae Bioenergy** ha sede e stabilimento a **Pogliano Milanese** ed è stata fondata nel **2004** dagli attuali amministratori, **Gianluca Vorraro e Fabio Ragnatela**, precursori, in tale

*Gianluca Vorraro con Stefano Masullo, direttore Golf People Club Magazine*





*Alcune certificazioni  
conseguita da TAE Bioenergy*

*Fabio Ragnatela socio fondatore TAE Bioenergy*



zionale nella costruzione di soluzioni e sistemi quali:

- Impianti chimici
- Impianti per la produzione, distribuzio-

ne Energia da fonti rinnovabili

- Impianti trattamento acque e desalinizzazione
- Manutenzione impianti termoelettrici

TAE Bioenergy è strutturata internamente in quattro divisioni che si occupano delle diverse esigenze contrattuali riassumibili nei seguenti punti:



*Progettisti e collaboratori al lavoro con Gianluca Vorraro. Si progettano e discutono nuove soluzioni industriali*



1. Progettazione
2. Costruzione
3. Gestione O. & M.
4. Ricerca & Sviluppo

Tae Bioenergy nel corso della propria storia aziendale ha prodotto con successo le seguenti tipologie di impianto:

- centrali termiche, frigorifere, aria ed acqua
- centrali di cogenerazione
- reti di distribuzione di fluidi generali e di servizio
- montaggio di impianti tecnologici e tubazioni in acciaio inox
- cabine elettriche
- distribuzione di forza motrice ed illuminazione
- strumentazione elettronica e pneumatica
- automazione di impianti
- impianti di condizionamento industriale
- impianti antincendio idraulici e sprinkler

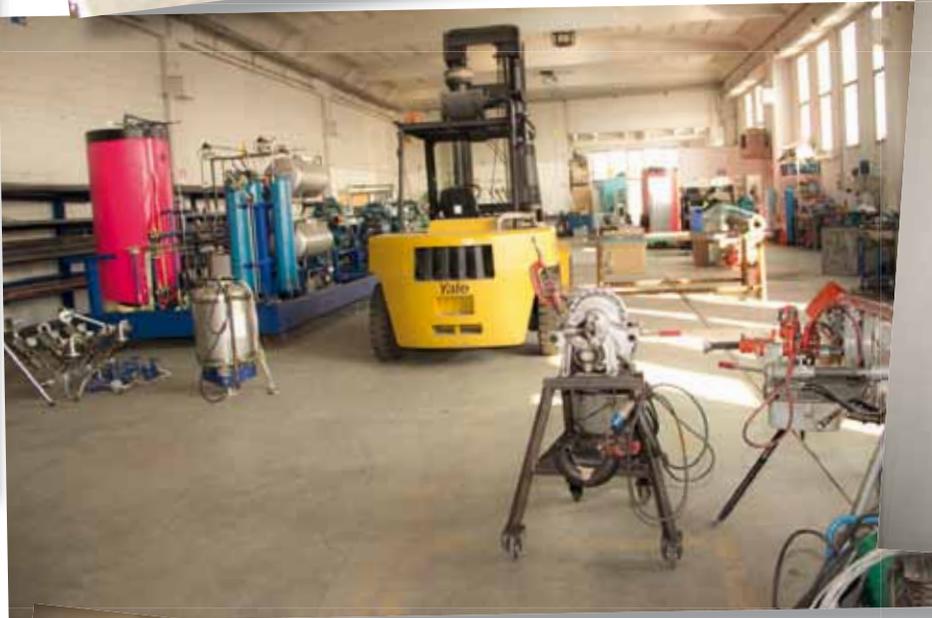
Tae Bioenergy in sintesi basa il proprio core business sulla costruzione di centrali termoelettriche di piccola generazione (< 1 MW elettrico) funzionanti con olio vegetale, aventi diritto ad incentivazioni sulla produzione di energia da fonti rinnovabili, il sistema dei Certificati Verdi ed opera secondo un preciso schema temporale e programmatico:

- **STUDIO DI FATTIBILITA'**
- **RICERCA DELLE RISORSE PER LA REALIZZAZIONE DELL'IMPIANTO**
- **INGEGNERIA DI DETTAGLIO E RICHIESTE AUTORIZZATIVE**

- **COSTRUZIONE DELLA CENTRALE ENERGETICA**
- **INSTALLAZIONE E MESSA IN SERVIZIO**
- **FORNITURA DEL COMBUSTIBILE**
- **GESTIONE COMPLETA E MANUTENZIONE PERIODICA**



**Taebioenergy**  
Via Cesare Battisti 64  
20010 Pogliano Milanese - Milano  
Tel. +39 02 93213201  
Fax +39 02 96789974  
[www.taebioenergy.com](http://www.taebioenergy.com)  
[commerciale@taebioenergy.com](mailto:commerciale@taebioenergy.com)



*Una panoramica degli interni del reparto lavorazione e assemblaggio*





# OLTRE LA FACCIATA

di Paolo Frello

*L'architettura degli interni viene considerata la cenerentola delle discipline progettuali ma rimane la generatrice per eccellenza di ogni prodotto architettonico.*



Club House Golf  
Club Sanremo

Vista la mia passione per il gioco del golf per me è davvero un piacere poter iniziare questa collaborazione, dove affrontare argomenti di architettura in una rivista che racconta dei privilegiati di questo gioco straordinario. **Ogni numero riguarderà un esclusivo articolo dedicato all'interior design e presenterà progetti e realizzazioni di ville private, alberghi, residence e club house all'interno di campi da golf in Italia e all'estero.** Il taglio, semplice e immediato,

racconterà il progetto architettonico, l'atmosfera degli spazi, i suoi frequentatori, le scelte stilistiche e il rapporto con l'intorno, il campo da golf appunto. Non mancheranno interviste ai proprietari delle residenze, ai progettisti, ai direttori dei locali e interessanti suggerimenti sui luoghi da visitare.

Quando la distribuzione interna di un edificio è rigorosamente pensata, le **funzioni abitative** sono in **relazione** con l'esterno, quando la **luce**

**naturale** o i punti di vista sono studiati, anche il prodotto architettonico esterno, la casa insomma, trova un significato, una qualità.

In queste pagine presentiamo alcuni dei nostri interni realizzati. Il primo riguarda la ristrutturazione degli interni della **Club House del Golf di Sanremo**, uno dei più antichi d'Italia, datato **1927** e sorge sulle colline sovrastanti la città ed era stato realizzato da un gruppo di **nobili inglesi** per potere praticare, durante i soggiorni in riviera nei

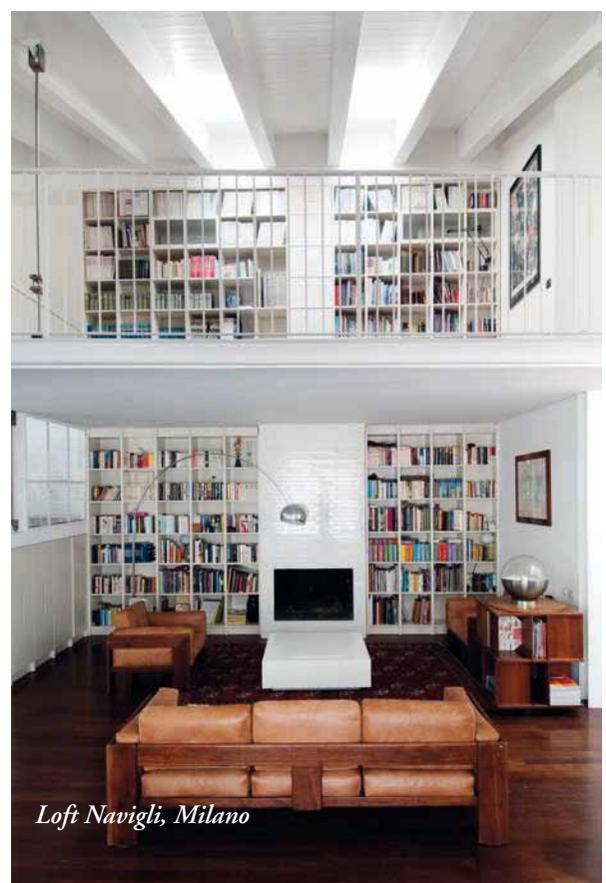
mesi invernali, il loro gioco preferito. Dal campo si domina una vista straordinaria e dalle splendide vetrate della sala ristorante si possono ammirare sia gli uliveti che la vista fino al mare. Con una situazione volumetrica di questo tipo realizzare una sala ristorante che mantenga inalterate caratteristiche di tradizione,

eleganza, ma che possieda elementi che ne trasmettano contemporaneità è stato sicuramente molto più semplice che in altri casi. Una illuminazione attenta, la tonalità grigio ghiaccio in monotono anche nei fregi ha permesso di rendere contemporaneo e allo stesso tempo elegante lo spazio ristorante.

Il secondo progetto è nuovamente in **Liguria** nel golfo del **Tigullio** e questa volta riguarda la ristrutturazione di una casa vacanze per una giovane famiglia. In questo caso sono state ribaltate nuovamente le funzioni rispetto ad una casa tradizionale. In vacanza e in estate si sa, la cucina si usa meno che in città. E' stata così creata una grande **capsula-cucina** in relazione col soggiorno che possiede tutto ciò che serve per una cucina italiana ma allo stesso tempo è semplice e immediata. Al contrario sia la zona giorno che i locali bagni sono stati realizzati molto grandi -soprattutto le docce- perché una casa



Club House Golf  
Club Sanremo



Loft Navigli, Milano



Casa Tigullio



Abitazione Bianca Maria,  
Milano



Casa Tigullio

al mare e vicino al golf dove l'attività sportiva è l'elemento principale di chi la vive e quindi queste funzioni sono state portate all'eccesso. Dal punto di vista estetico poi le pareti lasciate a stabilitura secondo le caratteristiche delle case di **Liguria** sono state colorate con uno smalto all'acqua mentre per i pavimenti è stata utilizzata la pietra bianca di **Ostuni** (che di ligure non ha proprio nulla) che per quella collocazione era perfetta.

Dato che le prossime uscite prevederanno la descrizione di case più a contatto con il mondo del golf e saranno realizzate anche da altri progettisti dedichiamo in questo articolo uno spazio a **due residenze cittadine** e ho scelto due case completamente differenti per tipologia ma che ho progettato nello stesso periodo. La prima è un **grande loft** di circa **350 metri quadrati** nella zona dei **Navigli** a **Milano** mentre la seconda è un appartamento d'epoca di circa **270 metri** in viale **Bianca Maria** a pochi passi da **Piazza San Babila**, sempre a **Milano**.

Il loft è situato al secondo e ultimo piano di una ex fabbrica e, grazie alla sua altezza interna di quasi sette metri, il soggiorno è realizzato a doppia altezza con una parte studio ricavata in aggetto sulla zona living. Nonostante siano volutamente lasciate inalterate tutte le caratteristiche del loft

lo spazio è contrassegnato da zone riservate quale il soggiorno conversazione raccolto attorno al camino con la libreria e la cucina separata da una grande vetrata di ispirazione industriale.

Un grande tavolo in cristallo di circa 5 metri di lunghezza diventa poi luogo non solo per il pranzo ma separazione tra la zona cucina e la zona televisione.

Per la casa di **Bianca Maria** l'impianto spaziale è stato lasciato pressoché intatto. Nonostante qualche affettuosa debolezza derivante da una pianta del passato, quando i metri quadri delle case non valevano come oggi, era davvero un sacrilegio modificare la pianta secondo i canoni contemporanei. Un grande soggiorno ottagonale con pavimento in legno intarsiato diventa luogo di convivio e per questa ragione, a causa di innumerevoli ricevimenti dei proprietari sono stati scelti dei divani componibili che



Abitazione Bianca Maria,  
Milano

possono modificare l'impostazione degli spazi a seconda degli eventi: ora a isola, ora in linea, ora suddivisi in singoli pouf e distribuiti per le zone della casa a seconda degli eventi. Per il pavimento, oltre il legno intarsiato è stato realizzato un raffinatissimo pavimento in seminato veneziano che si distribuisce per quasi tutta l'abitazione e rappresenta nel suo disegno una

ramificazione di foglie e fiori; i locali bagno sono stati rivestiti in boiserie lignee smaltati in tinta blu notte. Completano lo spazio mobili realizzati su disegno, quadri contemporanei e oggetti della migliore produzione del design italiano.

Paolo Frello

**Paolo Frello & Partners** nato circa vent'anni fa nel cuore di Milano e tutt'ora attivo nella sede di via Vivaio è specializzato in architettura, comunicazione e design e per il reparto Interiors ci occupiamo principalmente di residenziale, locali pubblici, ristoranti, alberghi e uffici. Una scelta precisa e di campo, che ha portato lo studio negli anni a fornire consulenze negli angoli più lontani del pianeta, dalla Florida, al **Michigan**, al **Colorado**, dalla **Cina**, al **Giappone**, al **Belgio**, all'**Inghilterra**, alla Spagna e ovviamente l'**Italia**.



Paolo Frello

Abbiamo realizzato numerosi progetti di ville soprattutto in **Florida** dove lo sviluppo immobiliare attorno al mondo del golf ha conosciuto grande espansione. Abbiamo disegnato gli interni di grandi dimensioni nell'area di **Orlando**, di **Naples**, una zona della **Florida** che si affaccia sul **Golfo del Messico** a forte sviluppo residenziale e turistico. La personale esperienza americana sta finalmente ripartendo con un'importante consulenza sugli interni che realizzeremo per la villa di un **famoso professionista di golf e giocatore del tour americano classificato tra i primi dieci al mondo**. E' proprio grazie alla permanenza in Florida che mi sono avvicinato al gioco del golf e attualmente gioco un handicap di 11 colpi. Sono socio al **Golf Club Villa D'Este** a **Como**, che è considerato a ragione uno dei più bei percorsi d'Italia ma senza dubbio, almeno dal punto di vista paesaggistico, uno dei più bei circoli del mondo. [www.frello.com](http://www.frello.com)



Abitazione Bianca Maria,  
Milano



Loft Navigli, Milano

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

veste di moda la tua casa



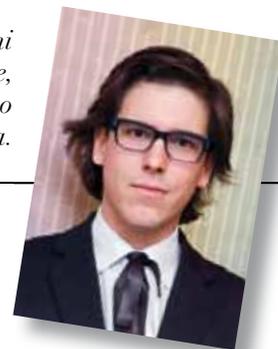


Foto di Stefano Merlini

# GOLF CLUB MONTICELLO: LAURA GARAVAGLIA e la POESIA

**P**resso la splendida cornice del **Golf Club Monticello**, **Andrea Alpini**, Direttore Itinerari Golfistici Culturali del nostro Magazine, unitamente al **Consigliere del Golf Monticello**, **Aldo Invitti di Conca**, hanno incontrato la poetessa e scrittrice lariana: **Laura Cecilia Garavaglia**.

Durante l'incontro la poetessa ha raccontato, oltre che se stessa, lo stato dell'arte della poesia a **Como**, i festival culturali da lei organizzati e il fermento culturale che poco alla volta si sta impadronendo dei comaschi.

Quella che segue è una lettera aperta della poetessa Garavaglia, uno **scritto di ampio respiro** nato durante l'incontro avvenuto nell'esclusiva cornice della **Club House di Monticello**.  
**Sabato 14 aprile a Como**, nella splendida



Laura Cecilia Garavaglia

cornice di **Villa del Grumello**, si è tenuta la seconda edizione del **Festival di poesia "Europa in versi. La cura della poesia"**, organizzata da **La Casa della Poesia di Como**. **La Casa della Poesia di Como** è un'associazione culturale che si occupa di diffondere la poesia contemporanea attraverso le voci dei maggiori poeti contemporanei italiani e stranieri. **Presidentessa e socia fondatrice** è **Laura Garavaglia**, poetessa (è autrice di varie raccolte di poesie), giornalista pubblicitista e animatrice di rassegne culturali (**Parolario**, **Premio Fogazzaro**, **Premio Alda Merini**) e di interventi nelle scuole di Como per accostare i giovani al linguaggio della poesia. Il titolo del Festival organizzato per sabato 14 aprile, "**La cura della poesia**", già evidenzia il significato di questo evento: il profondo valore umano ed etico della poesia, vissuta non solo come un modo di abitare il linguaggio e quindi un modo di abitare la vita, come scriveva Antonio Porta, ma come capacità di elaborare il dolore, fisico e spirituale, della malattia.

testimoniare il valore terapeutico della poesia sono intervenuti, durante la giornata, medici, psicologi, poeti impegnati nelle **Medical Humanities**: il **professor Graziano Martignoni** psichiatra e psicoanalista, responsabile dell'Osservatorio per le **Medical Humanities della Scuola Universitaria professionale della Svizzera Italiana** e vice direttore della Rivista per le **Medical Humanities dell'Ente Ospedaliero cantonale del Canton Ticino**, il **professor Gianpaolo Donzelli**, **neonatologo dell'Ospedale Meyer di Firenze**, la **dottorossa Patrizia Trimboli**, **psicologa e counselor ad orientamento clinico**, il **professor Mario Guidotti**, **primario di neurologia dell'Ospedale Valduce di Como**. Ecco dunque l'importanza delle scienze umane e delle discipline umanistiche, in particolare della poesia, indispensabili nell'etica della cura: non solo curare, ma "**prendersi cura**" della persona; integrare la conoscenza scientifica del corpo con la conoscenza "**umanistica**" delle esperienze del malato, partendo dal principio che la salute non è solo un benessere fisico ma anche una condizione psicologica e sociale.

Il Festival della Poesia è stato sì è prefisso lo scopo di comprendere in quale direzione va oggi la poesia e quale aiuto può offrire a chi ad essa si accosta con animo sincero e con la consapevolezza che, come scrisse **Tommaso Ceva**, matematico, abate gesuita del XVI secolo "**la poesia è un sogno in presenza della ragione**".

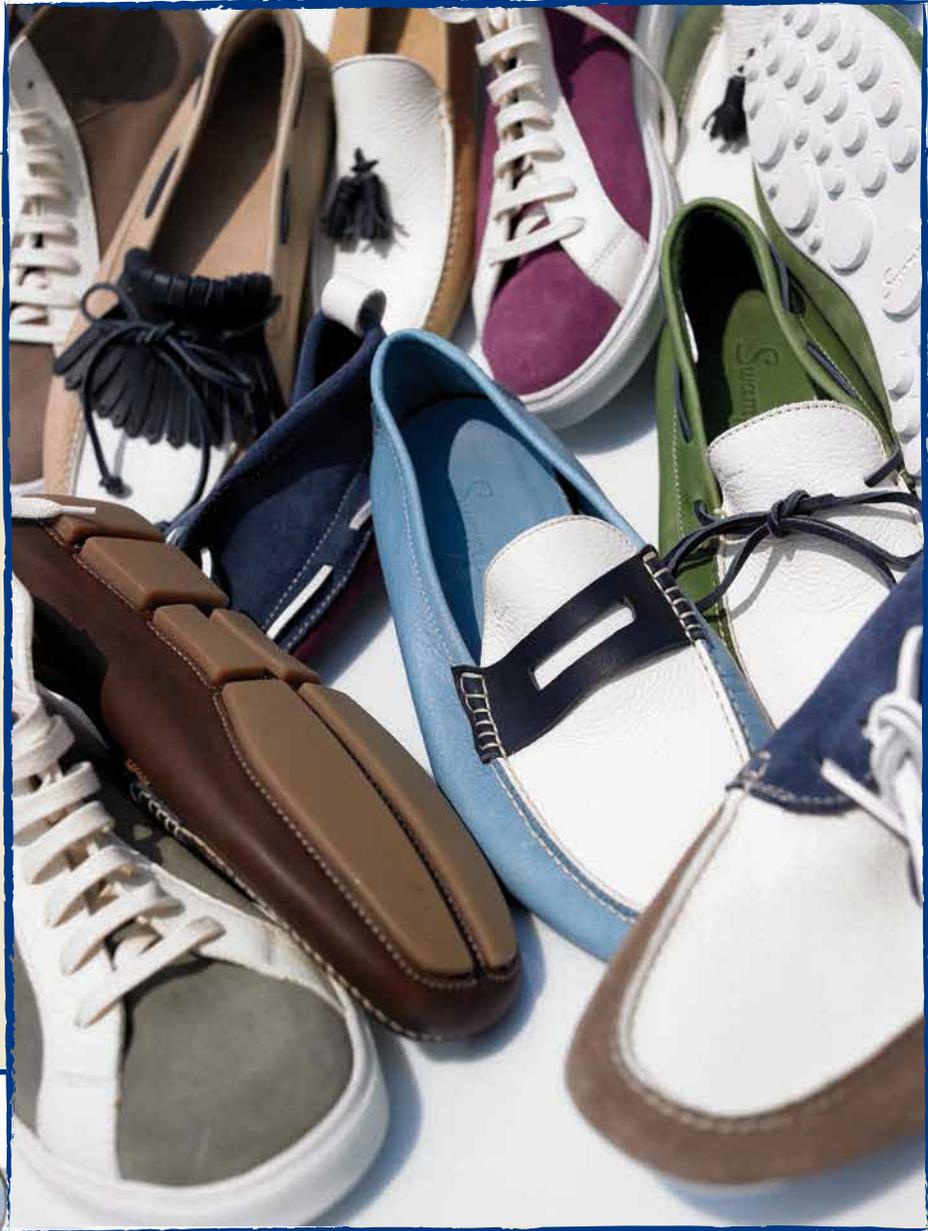
Laura Cecilia Garavaglia



Aldo Invitti di Conca con Laura Cecilia Garavaglia e Andrea Alpini



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



*mosaïque*



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



# SPECIALE SAN MARTINO DI CASTROZZA



Foto di Gianni Caon

**C**ari Amici e Consoci durante il mio periodo di villeggiatura nell'estate del 2011 trascorso in montagna, sulle Dolomiti, nella rinomata località di **San Martino di Castrozza**, dove la mia famiglia acquisita soggiorna per il periodo invernale e quello estivo da oltre **40 anni** ed è molto conosciuta ed apprezzata, ho avuto il piacere di trascorrere una intera giornata insieme ad una piacevole, interessante e molto professionale compagnia composta da **Riccardo Longo**, in passato noto albergatore, titolare di una delle

più prestigiose strutture ricettive del paese, **Hotel Savoia**, attualmente ideatore e promotore di una iniziativa brillante, simpatica ed assolutamente unica per il panorama golfistico nazionale battezzata **Trekkingolf**, **Kurt Anrather**, direttore **Sports & More** agenzia di eventi sportivi di **Bolzano**, **Cristian Marin**, presidente scuderia **San Martino Corse**, **Gianni Caon**, fotografo, abbiamo incontrato inoltre e si sono resi protagonisti del relativo servizio fotografico: **Riccardo Serafini**, professionista di golf dal **2006**, assistente

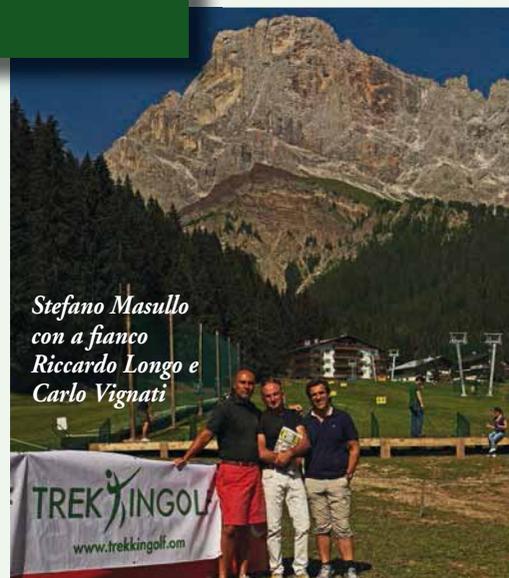
maestro, per tre anni segretario presso il **Cus Ferrara Golf**, giudice arbitro di Circolo e di II° livello, impegnato a dare lezioni sul campo pratica; **Carlo Vignati**, golfista padovano e grande affezionato di San Martino di Castrozza, **Poldo Cemin**, golfista in erba, **Erika Gortenuiti**, golfista iscritta al **Golf Club Vicenza** e madre di **Poldo**, **Chiara Nicoletti**, golfista residente a San Martino di Castrozza.

**Stefano M. Masullo**

*Direttore Responsabile Golf People Club Magazine*

## Trekking Golf

*Campo Pratica  
Prà delle Nasse*



*Stefano Masullo  
con a fianco  
Riccardo Longo e  
Carlo Vignati*

**San Martino di Castrozza, Trento**, lancia il primo "trekkingolf" italiano tra le spettacolari **Pale di San Martino**. Immersi nella natura del **Parco del Paneveggio**, "si va in buca" seguendo i sentieri come per una tradizionale escursione, con normali scarponcini da trekking. L'idea nasce da una necessità comune di vivere il tempo libero in modo semplice e a contatto con la natura riprendendo il golf dalle sue origini quando nel **1500** a **Saint Andrews**, in Scozia, i pastori al pascolo trascorrevano il tempo giocando con dei legni e una palla fatta di pelle di pecora.

I vantaggi del **Trekkingolf** rispetto a quello tradizionale sono molteplici, a partire dal basso impatto ambientale, si gioca immersi nella natura, senza alterare o snaturare l'ambiente, i campi da Golf tradizionali sono tutti simili ed hanno normalmente le stesse caratteristiche perché ricavati da criteri standard, il progetto realizzato a **San Martino di Castrozza** si sviluppa in aree ad alto interesse naturalistico e turistico creando il minor impatto sul pae-

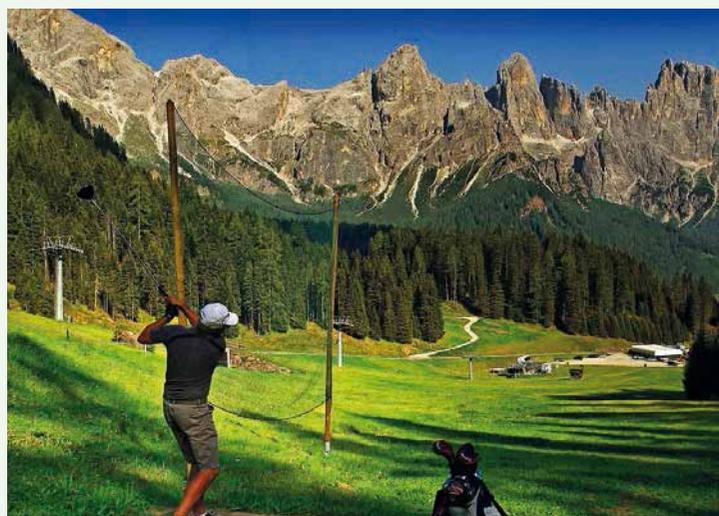
saggio circostante.

Si prova lo swing sotto lo sguardo incuriosito delle mucche al pascolo. Poi si sale fino a **Ces** per andare in buca proprio davanti alle guglie affilate delle **Pale di San Martino**. Il campo aperto il **9 luglio 2011** alle porte di **San Martino di Castrozza**, nel cuore del **Parco Naturale di Paneveggio**, e il **primo tracciato italiano per il trekkingolf** e ha poco a che spartire con i tradizionali percorsi. Le sue **nove buche** seguono le piste del comprensorio sciistico, invadono i campi scuola di sci, dilagano sul tracciato da fondo, lambiscono le foreste dove, si racconta, si aggirava **Stradivari**

alla ricerca degli alberi migliori da trasformare nei suoi celebri violini.

"La natura offre già tutto" spiega **Riccardo Longo**, ideatore del progetto "noi abbiamo soltanto realizzato i green con erba riportata. Per il resto niente diserbanti nè interventi strutturali che danneggiano l'ambiente; persino per lo sfalcio usiamo tagliaerba che vanno a biocombustibile".

Il percorso è diviso in **due tracciati**. Nel **primo**, a duecento metri dal paese, nella zona del **Prà Nasse**, sono concentrati tutti i servizi: **driving range**, **pitching green**, **putting green**, la **Club House** presso il bar **Scoiattolo** dove è



*Kurt Anrather alla  
Buca 9 di Punta Ces*



*Chiara Nicoletti*

possibile noleggiare set da golf composti ognuno da un **send**, un **putt**, un **ferro 9** e un **ferro 7**. Sul campo scuola sci **Prà Nasse** sono state realizzate **tre buche Par tre**, mentre nelle immediate vicinanze, sulla pista da fondo, si trovano **due buche Par quattro** e un **Par tre**. Il **secondo** tracciato invece è in località **Ces**, ai piedi delle pareti delle **Pale**, e conta **tre buche**. La numero **7** e la **8** sono un **Par tre** e la **9** un **Par cinque**. Tra la **8** e la **9** ci sono **due putting green** con **cinque buche corte**.

Tra un'area e l'altra ci si sposta a piedi, seguendo un sentiero come in una normale passeggiata in montagna. Caratteristica che rende il gioco meno impegnativo e più piacevole, e fa della nuova disciplina (**le regole generali del trekkingolf sono uguali a quelle del golf**) un modo semplice per avvicinarsi a questo gioco. Anche i costi sono contenuti: per giocare sull'intero percorso si spendono **18 euro**, il noleggio dell'attrezzatura ne costa **13** e le lezioni vanno dai **26 euro** per una mezzora a tu per tu con il maestro ai **230 euro** per un corso settimanale individuale. E presto le **nove buche** diventeranno **diciotto**.

**Sono previsti green fee gratuiti per tutti i clienti che alloggiano nelle presenti strutture ricettive suddivise per categoria:**

**Hotel 4 \*\*\*\*S**

**Hotel Savoia**

**Hotel 4 \*\*\*\***

**Hotel Des Alpes  
Romantik Hotel Regina**

**Hotel 3 \*\*\*S**

**Albergo Belvedere  
Albergo Jolanda  
Albergo Letizia  
Charme Hotel Sayonara  
Albergo Vienna**

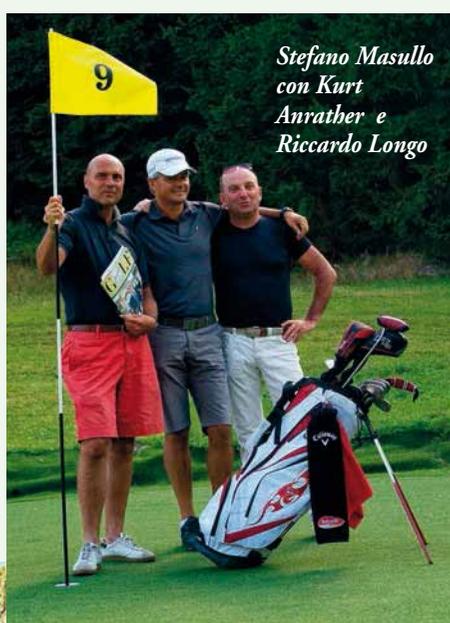
**Hotel 3 \*\*\***

**Albergo Centrale  
Albergo Margherita  
Albergo Cristallo  
Albergo Paladin  
Albergo Panorama  
Albergo Plank  
Albergo San Martino  
Albergo Stalon  
Albergo La Montanara  
R.T.A. e Residence  
R.T.A. Residence Adler  
R.T.A. Skiresidence  
Residence Edelweiss  
Residence Madonna**



*Kurt Anrather*

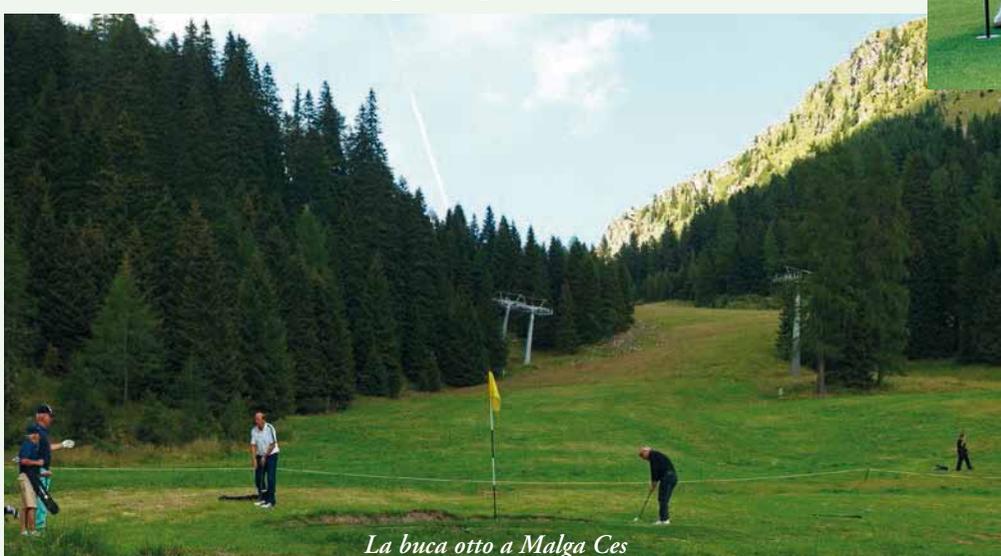
*Riccardo Longo*



*Stefano Masullo  
con Kurt  
Anrather e  
Riccardo Longo*



*Erika Gortenuiti  
con  
Poldo Cemin*



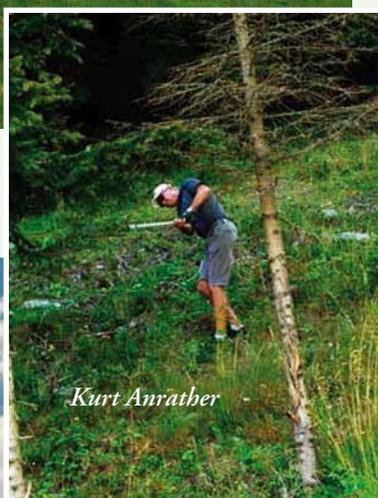
*La buca otto a Malga Ces*



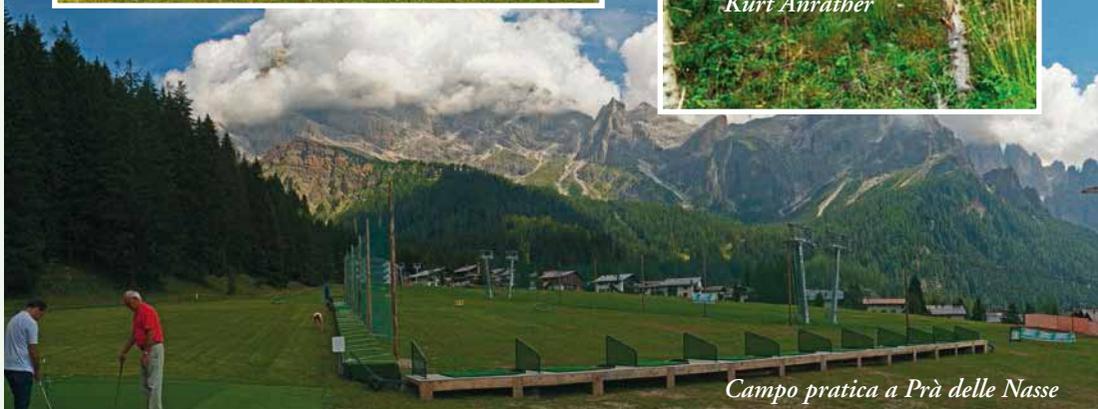
*Riccardo  
Serafini*



*Kurt Anrather*



*Kurt Anrather*



*Campo pratica a Prà delle Nasse*

Inoltre sono partner dell'iniziativa i seguenti esercizi commerciali locali: **Ristorante da Anita, Ristorante Malga Ces, Rifugio Colverde Quota 2000, Ristorante Maso Col, Piccolo Bar e Speck Keller "da Marco"**. **Kurt Anrather**, che nel luglio 2011 si è reso protagonista come organizzatore, di una importante manifestazione, denominata **Audi in City Golf**, svoltasi nel prestigioso contesto di **Cortina d'Ampezzo**, ha provato personalmente le **9 buche** del percorso di **Trekkingolf**, apprezzando in particolare modo, sia per lo scenario suggestivo che per la conformazione e la relativa difficoltà, la **buca 8** e la **9**.

**www.trekkingolf.com**  
**Riccardo Longo 347.4537262**

**Cristanini Viaggi** 

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





È MARE E RELAX...



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



È BENESSERE...

### QUESTA È LA NOSTRA FILOSOFIA!

È nostro assoluto impegno:

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



È EMOZIONE...



È PROFESSIONALITÀ...



È SPORT...

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



# SPECIALE SAN MARTINO DI CASTROZZA

Foto di Gianni Caon

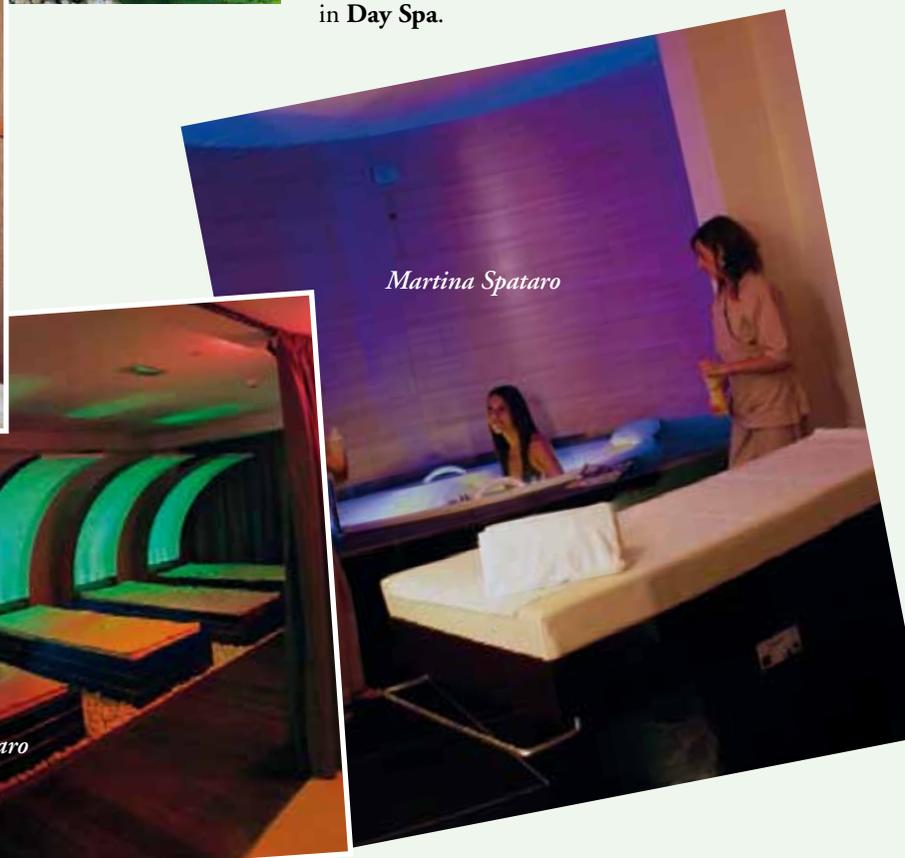
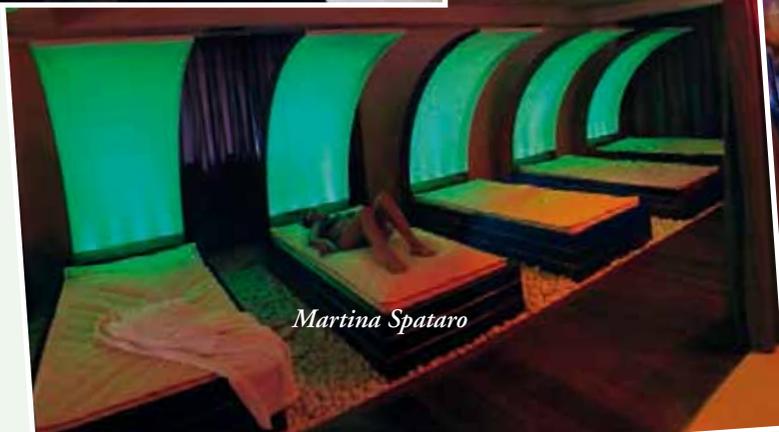
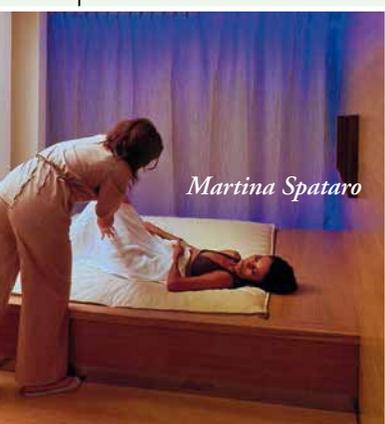
## Dolce Vita Spa & Wellness

La giornata è proseguita, concludendosi nel migliore dei modi, alla **Dolce Vita Spa & Wellness** ubicata a poche centinaia di metri dal centro del paese, dove, accolto dalla titolare e maestra di sci, **Antonella Bee Fontan**, e seguito personalmente dalle professionali e gentili estetiste **Ilenia Maoret** e **Michela Scalet** ed accompagnato da una simpatica e splendida turista presente nella struttura che si è prestata a fare da modella, **Martina Spataro**.

Imperdibile. Non sapremo come definire in altro modo la **Dolce Vita Spa & Wellness** di **San Martino di Castrozza**, nuova strut-

tura, in cui vivere pienamente il benessere, uno spazio paradisiaco ed estremamente rilassante, ideale dopo una giornata di sport. Innanzitutto la location: proprio di fronte al magnifico scenario delle **Pale di San Martino**, visibili fin dall'interno, attraverso la grande vetrata che divide interno ed esterno, e sotto la quale fluisce la piscina a **30 gradi**, che accompagna gli ospiti nel giardino zen, per un bagno di sole d'estate e un idromassaggio tra la neve in inverno. Dentro, in un apparente ossimoro, tutto ricorda l'ambiente del mare, con una grande vela che domina la

reception e riceve in modo geniale la luce naturale, rifrangendola in un'atmosfera soffusa ed emozionante. **Bagno Turco, Bagno Mediterraneo, Sauna** con vista piscina, docce emozionali e percorso **Water Paradise**, cascata di ghiaccio, tutto firmato **Starpool** e scelto da **Antonella Bee Fontan**, che è proprietaria dell'**Hotel Sayonara** insieme alla madre **Rita** e al fratello **Luca**. E' lei che, ha voluto e realizzato con l'interior designer **Alberto Buffolino**, questa incredibile **Spa di 1200 metri quadrati**. La sensazione che si prova entrando è di grande libertà ed armonia, un luogo dai toni neutri e naturali, in cui ogni dettaglio è curato, per il piacere del corpo e della mente. Oltre all'area dedicata alla "**salus per aquam**", c'è una zona beauty con trattamenti da provare, come il Lettino "**Nuvola**": 20 minuti di piacevolezza, in cui ci si perde nel relax, come in un ritorno al grembo materno: talmente rilassante da far recuperare ben 4 ore di jet-lag in una sola seduta! E ancora la **Private Spa**, per vivere il relax in due, in un'esperienza benessere che va dall'idromassaggio per due al grande letto ad acqua. Salendo al piano superiore, attraverso una splendida scala bianca, si arriva all'**area relax**, con **lettini ad acqua** con vele dotate di **chromoterapia**, **lettini al quarzo** riscaldati per fare le... sabbiate in montagna, una piacevolissima **zona tisania**, dove scegliere la tisana più adatta ai propri gusti. Un luogo ideale per il relax dei golfisti e degli sportivi: anche coloro che non sono ospiti dell'Hotel lo possono utilizzare, prenotando, in **Day Spa**.





Martina Spataro



Stefano Masullo  
Antonella Bee Fontan

Ilenia Maoret  
Michela Scalet



Antonella Bee Fontan



Stefano Masullo

Antonella Bee Fontan

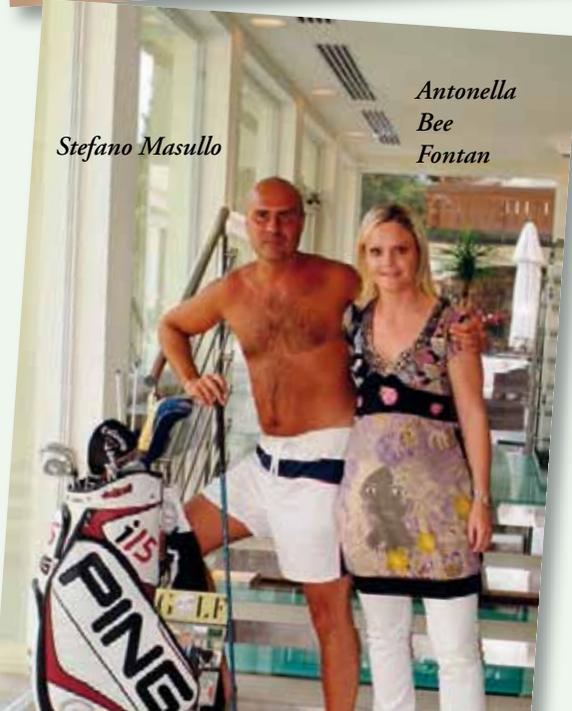
Martina Spataro



Antonella Bee Fontan

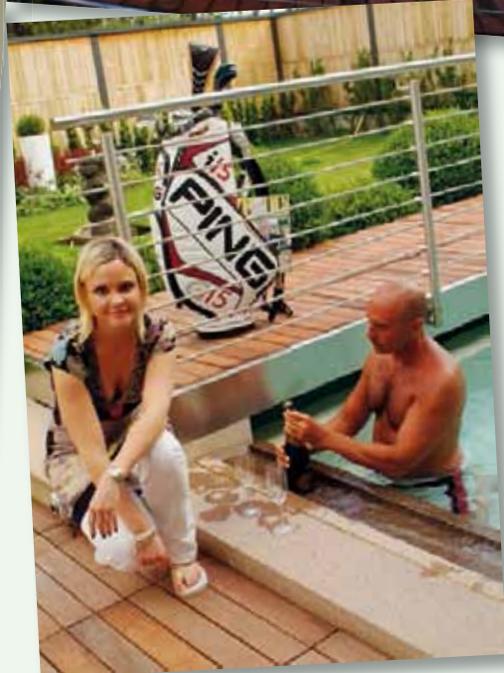


Martina Spataro



Stefano Masullo

Antonella Bee Fontan



Stefano Masullo in piscina  
stappa una bottiglia di spumante Ferrari



# Penta Medical Center

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



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

Telefona allo **02/33614477**

Oppure visita il nostro sito

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

# SPECIALE SAN MARTINO DI CASTROZZA

## Il Rallye

San Martino di Castrozza nel mese di settembre ha ospitato tre importanti eventi motoristici. Il Giorno 9 l'Ottavo Raduno Nazionale Cayenne, dall'15 al 17 la 31esima edizione del Rallye San Martino di Castrozza e sempre dal 15 al 17 la Seconda edizione dell'Historic Rallye San Martino di Castrozza.

Il Raduno Porsche Cayenne è un appuntamento annuale, giunto ormai all'ottava edizione, e propone un fine settimana di forti emozioni da vivere a bordo della propria vettura su percorsi on e off road più appassionanti di Italia, scenario di questo appuntamento è stato **San Martino di Castrozza** e le maestose dolomiti, inconfondibili per le forme, creste affilate, canaloni, torrioni e guglie, e per il tipico colore rosato che assumono alla luce del tramonto. Un paesaggio incantato, che ha saputo offrire emozioni uniche. In tale suggestivo ed unico contesto le **Porsche Cayenne** si sono confrontate con avventurosi percorsi di montagna, visitando al contempo luoghi di grande bellezza paesaggistica alla scoperta di un territorio fatto di antiche tradizioni e

mestieri, di sapori genuini e di una maestosa natura.

Grande novità per l'edizione 2011 del Rallye San Martino: l'ACI-CSAI ha deciso di inserire la gara nella cerchia degli otto appuntamenti del **Campionato Italiano Rally**, Ciocco, Mille Miglia, Targa Florio, San Crispino, Salento, San Martino, Friuli e Costa Smeralda, in coppia con lo storico.

Nato nel 1964, il 'San Martino' ha sempre occupato un posto in prima fila sulle scene del rallyismo internazionale. Dopo una lunga parentesi, l'ultima edizione del 'mitico' rallye si tenne nel 1977, la corsa riprese nel 1995 ed è cresciuta di importanza anno dopo anno, diventando per alcuni anni gara valida per il **Campionato Italiano**.

**Sei gare su asfalto, due su terra**, a partire da **marzo-aprile** fino a **settembre-ottobre** per quello che viene unanimemente considerato come il più duro campionato nazionale esi-

stente, anche se i piloti italiani, per una serie di fattori intrecciati, da molti anni non riescono a conquistare la ribalta iridata.

L'inserimento ufficiale da parte del CSAI ha galvanizzato tutti i componenti della **San Martino Corse**, dal presidente **Cristian Marin** al vecchio saggio **Giorgio Taufer**, coinvolgendo tutti gli appassionati all'ombra delle Pale che hanno festeggiato nel migliore dei



La partenza del Rallye



Coldwell Banker Immobiliare Gruppo Futura  
Via Francesco Saverio Nitti n.1/A - 00191 Roma (RM)  
Tel. 06/36381063 Fax. 06/36381930 E-mail: [fleming@coldwellbanker.it](mailto:fleming@coldwellbanker.it)

## **Proposta di investimento in uno splendido terreno adatto allo sviluppo di un Campo da Golf**



L'area proposta in vendita è un naturale proseguimento della Villa del seicento e dello splendido giardino che la circonda.

90 ettari con possibilità di aggiungerne altri 30 ettari circa, in provincia di Siracusa, nella zona eletta delle arance a polpa rossa.

**Il progetto già pronto e approvato ha l'enorme vantaggio di un iter burocratico, interamente assolto.**

**18 buche** per un progetto di lusso in un area predisposta all'accoglienza turistica di livello che gli amanti del Golf prediligono.

Il giardino delle Case del Biviere, antistante il progetto proposto, è stato creato sui terreni risultanti dalla bonifica del lago. E' oggi meta di botanici e appassionati di tutto il mondo per la sua straordinaria collezione di succulente piante mediterranee.

**La superficie in vendita è di 87.000 mq circa e prevede una cubatura di circa 70.000 mc. Totali.**

Le trattative riservate vi garantiscono una tutela a 360°.

Contattateci per maggiori informazioni.  
Scoprite il fascino e le prospettive di questo progetto unico nella regione Sicilia.



Giulia Cattabriga  
340/2909758  
[giuliacattabriga@tiscali.it](mailto:giuliacattabriga@tiscali.it)



L'arrivo e le premiazioni



modi l'estate di novembre, nei giorni della festa di **San Martino**.

Crono spettacolo facoltativo, ma il programma completo prevede sei diverse prove speciali. Verifiche sportive e tecniche venerdì mattina **16 settembre**, prima tappa il pomeriggio con **Manghen, Val Malene e Sagron**. Seconda tappa sabato mattina **17 settembre** con **Gobbera, Col Perer** e ancora **Val Malene**, arrivo nel pomeriggio e premiazioni durante la cena di gala offerta dal comitato organizzatore.

A vincere la prima edizione del **1964** è stato mister ciabatta, **Arnaldo Cavallari**, con al suo fianco un **Sandro Munari** non ancora in versione drago di **Cavarzere**, che poi mieterà cinque vittorie come pilota, record pareggiato nei tempi moderni dal trentino doc **Renato Travaglia**. Nel '70 il rally entra nell'élite dell'Europeo, l'**Alpine Renault** schiera cavallo pazzo **Jean Claude Andruet** per contrastare il dominio **Lancia**.

Ma lo sputnik svedese **Harry Kallstrom** ribadisce il primato della Casa torinese che farà sue undici edizioni su quattordici del San Martino prima maniera (**1964/1977**), compreso il successo (**1976**) del re del tour de course **Bernard Darniche** e l'ultimo sigillo di

**Munari (1977)** quando il rally fa parte addirittura della **Coppa FIA Conduttori**, antesignana del campionato del mondo piloti... Dall'alba al tramonto, per colpa di burocrazia e lacci regolamentari, anche questa una storia già vista.

L'**Historic Rallye** ha in programma sei prove speciali, una diversa dall'altra, come il rallye valido per il **Campionato Italiano**. Il crono spettacolo di giovedì sera, **15 settembre**, è facoltativo per gli storici, puro divertimento con rilevazione dei tempi, dando in premio il rimborso della tassa d'iscrizione all'equipaggio più rapido di ogni raggruppamento. Venerdì mattina, **16 settembre**, l'incombenza delle verifiche sportive e tecniche. Poi nel pomeriggio hanno affrontato la prima tappa del percorso con i passaggi su "**Manghen**", "**Val Malene**" e "**Sagron**".

Inizio mozzafiato sulla mulattiera asfaltata del passo **Manghen**, salendo dal **Ponte delle Stue di Molina di Fiemme** per scendere nella **Valsugana**. Sabato mattina **17 settem-**

**bre** la seconda tappa del tracciato, facendo "**Gobbera**", "**Col Perer**" e ripetizione di "**Val Malene**". In totale **101,01 km** cronometrati e arrivo ufficiale alle **14:00** sul palco in piazzale **Sass Maor**, nel centro di San Martino.

In serata il gran finale con la cena di gala offerta dall'organizzazione a **Malga Ces** e la cerimonia di premiazione, un bel modo per concludere un tuffo appassionato nella nostalgia. Alla manifestazione hanno partecipato le **GolfMate di IFT Italian Fashion Team**, **Cristina Cacciatore**, **Margherita Ballarotta**, **Elena Spagnoletto**, **Giada Cortinovia**.





**Consorzio TerrAntica**  
 Viale J.F. Kennedy 50  
 70124 Bari  
 Tel. 080.4392759  
 Fax 080.5096179  
 www.consozioterrantica.it  
 info@consozioterrantica.com

**G**olf People Club Magazine, il sistema editoriale integrato italiano del golf dove i golfisti si ritrovano per consolidare le conoscenze avviate sul green, ha siglato ufficialmente, grazie all'operatività del direttore centrale **Area Centro Sud Italia**, architetto **Giuseppe Germano**, un accordo operativo editoriale per la creazione del progetto denominato **District Puglia Golf**, con il **Consorzio Terra Antica**.

**Golf People Club Magazine** con la creazione del **District Puglia Golf** svilupperà, nelle seguenti lingue: **inglese, tedesco, russo, giapponese, coreano, portoghese, cinese**, in stretta collaborazione con le maggiori istituzioni pubbliche e private della **Regione Puglia** i seguenti obiettivi aziendali:

- organizzazione di eventi e manifestazioni legate al golf quale volano di promozione turistica per il territorio e le strutture ricettive del Consorzio TerrAntica;
- collaborazione nella strutturazione e promozione di eventi con la finalità per la raccolta di fondi di sostentamento;
- realizzazione di servizi editoriali e pubblicazione istituzionali di interviste sulle strutture ricettive del Consorzio TerrAntica;
- promozione di itinerari turistici enogastronomici strutturati attorno al circuito dei campi da golf di Puglia.



## Consorzio TerrAntica

**Consorzio TerrAntica** guidato con successo dal presidente **Stefano L'Abbate**, ha sede in una delle località più suggestive ed incantevoli della Puglia, a **Fasano**, in provincia di **Brindisi**, annovera la partnership ufficiale delle seguenti istituzioni: **Regione Puglia, Provincia di Bari, Comune di Bari, Camera di Commercio di Bari, Bari Porto Mediterraneo, Aeroporti di Puglia, Fiera del Levante, Fiera del Levante Servizi, APT Azienda Promozione Turistica Bari, AssoApulian, PAN Service**.

**TerrAntica**, attraverso il potenziamento della promozione del territorio, pone l'accento sulla necessità di dover consolidare ed incrementare i rapporti internazionali della **Terra di Puglia**, ricchissima di storia, produzioni, cultura, architettura, morfologia paesaggistica ponendo le basi per un arricchimento delle infrastrutture tecnico-logistiche. Il fine ultimo è quello di aumentare le opportunità e le possibilità delle aziende che sono associate al consorzio, così da sfruttare al meglio l'immenso patrimonio che la nostra regione può offrire, lavorando sul territorio dal territorio.

**Consorzio TerrAntica** costituito nel giugno 2003 raggruppa attualmente **28 strutture** ricettive tra le più prestigiose ed importanti cono-



*Cristina Cacciatore, Stefano L'Abbate presidente TerrAntica e Gianni Spano direttore marketing TerrAntica*



*Da sinistra: Stella Roma, Maria Grazia Borelli, Angelo Masciulli direttore Grand Hotel Chiusa di Chietri, Cristina Cacciatore Golf Mate IFT Italian Fashion Team*



*Emanuela Petrucci, avvocato, Maria Grazia Borelli, Marisa Magliulo, amministratore delegato Vinci Gioielli*



*Rappresentativa della delegazione di Tour Operators Statunitensi*

sciute ed apprezzate per i propri elevati livelli di standard qualitativi non solo in Italia ma a livello internazionale quali **Grand Hotel La Chiusa di Chietri**, **Masseria Don Luigi**, **Villa Cenci - Relais Masseria**, **Masseria Marzalossa - Charming Hotel**, **Masseria Lamiola Piccola**, **Masseria Traetta Exclusive \*\*\*\*L**, **Il Palmento - Antiche Dimore a Trulli**, **Masseria Alchimia**, **Parco di Mileto**, **Borgo Egnazia**, **Masseria Torre Coccaro**, **Borgobianco Resort & Spa**, **Tenuta Monacelle**, **Le Alcove**, **Masseria Torre del**



*Cristina Cacciatore*

*Giuseppe Margiotta, presidente SAMER azienda speciale Camera di Commercio di Bari*



*Stella Roma, direttore centrale GI.MA. Fashion Group Raffaele Greco Golf*



*Giuseppe Germano, direttore Area Centro Sud Golf People Club aMagazine*



**Diamante**, **Masseria Mozzone**, **B&B Casa Fiore**, **Park Hotel Sant'Elia**, **Zoosafari**, **Masseria Pedali**, **L'Havana Bondeguita de Cuba**, **Il Fortino**, **Viar Beach Club**, **Armida Soc. Coop.**, **Sweet Homes**, **Masseria Cavarolo**, **Masseria Il Frantoio**.

**Golf People Club Magazine e Consorzio Terrantica** nel corso del 2011 hanno organizzato e realizzato un percorso **enogastronomico golfistico pugliese** a beneficio di ben **20 rappresentanti** di altrettante importanti strutture **statunitensi** specializzate nell'organizzazione di viaggi a livello internazionale, durato **una intera settimana** ha riguardato tutte le più importanti località della regione ed i relativi **circoli golfistici**.



*Stefano L'Abbate presidente Consorzio Terrantica*

*Cristina Cacciatore Golf Mate IFT Italian Fashion Team*

# SPECIALE PUGLIA

Vinci Gioielli C.so Vittorio Emanuele 159  
70100 Bari  
tel. +39 080.5216643 - Fax +39 080.5216643  
vincigioielli@gmail.com

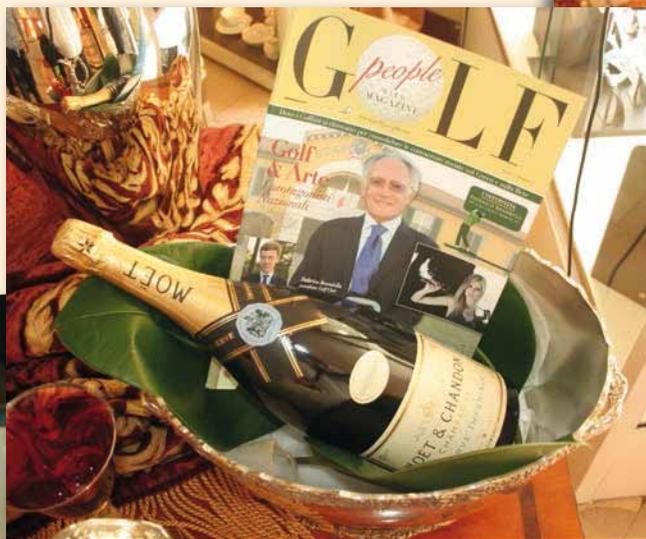


## Vinci Gioielli - Bari

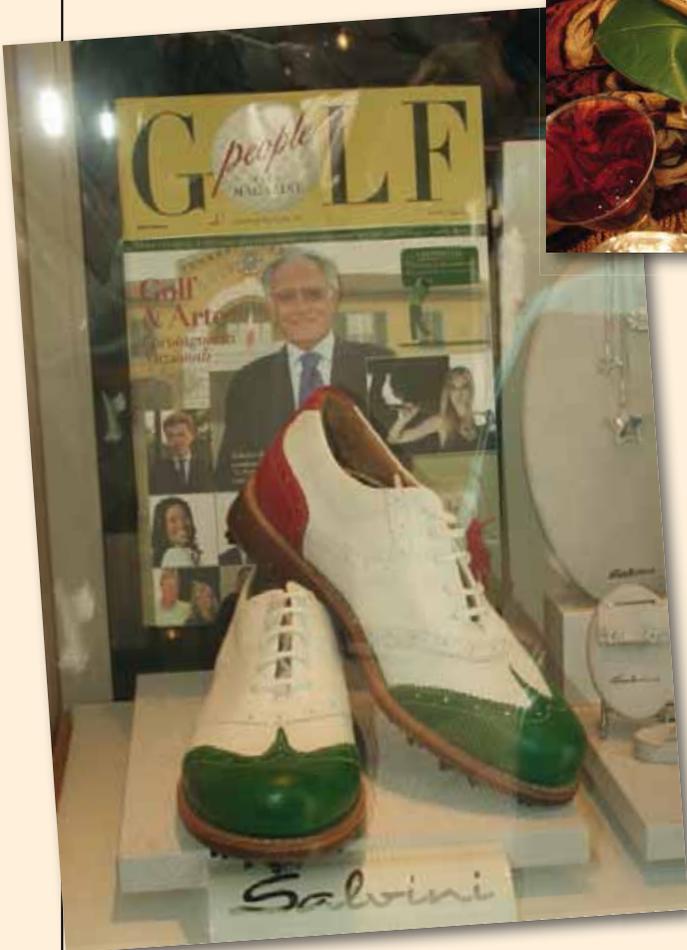
Foto a cura di Domenico Giglione - Bari

Il tour partito da Bari con un evento ospitato dalle **Gioiellerie Vinci**, di cui è presidente **Vincenzo Lorusso**, si è sviluppato in pullman soggiornando presso le più importanti e suggestive strutture ricettive appartenenti al **Consorzio Terrantica**

Giuseppe Germano



Sacca PAR 72



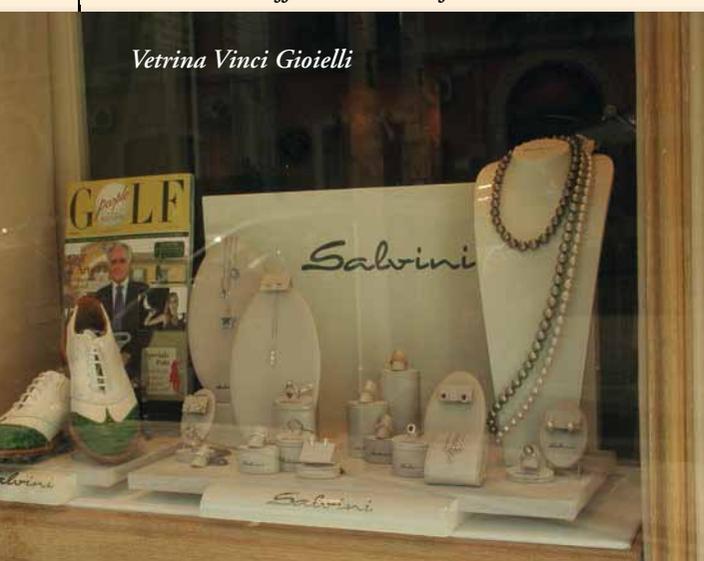
Scarpe GIMA. Fashion Group - Raffaele Greco Golf



Vetrina Vinci Gioielli



Vinci Gioielli Bari



Vetrina Vinci Gioielli

da sinistra: Stella Roma, Emanuela Petrucci, Maria Grazia Borelli, Cristina Cacciatore



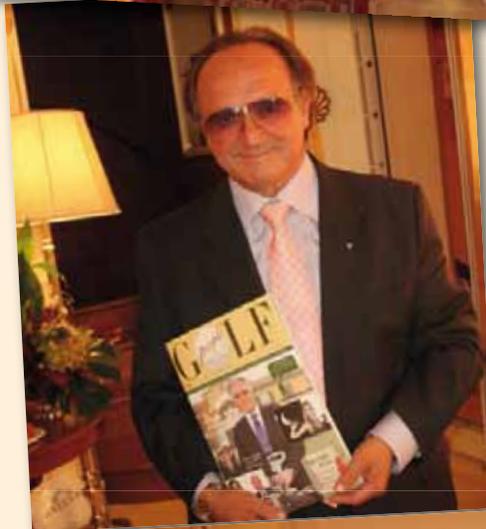


*Rappresentativa  
della  
delegazione di  
Tour Operators  
Statunitensi*



*Maria Grazia  
Borelli  
e Giuseppe  
Margiotta*

*Cristina  
Cacciatore*



*Vincenzo Lorusso  
presidente  
Vinci  
Gioielli*



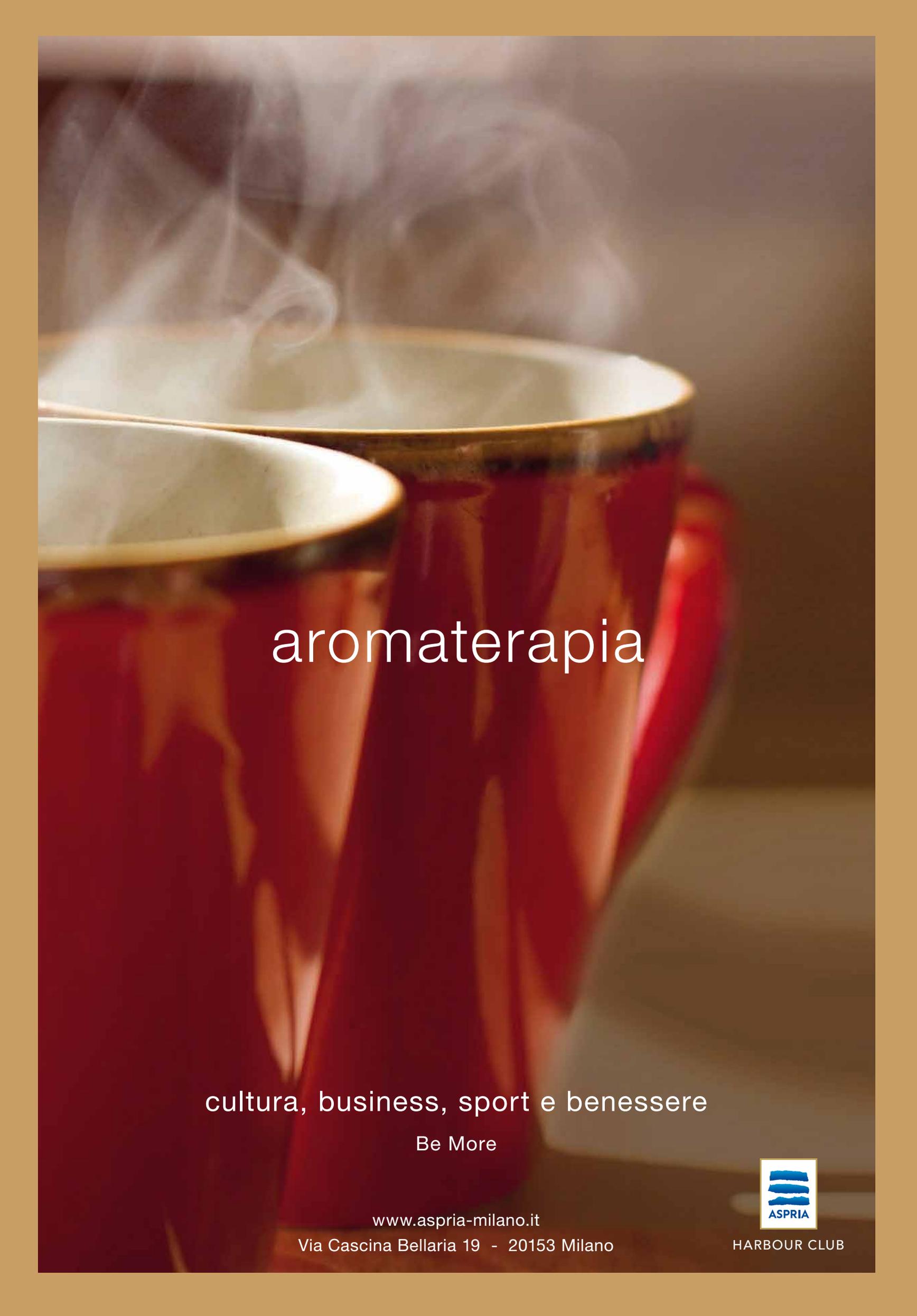
*Stella Roma  
con Emanuela  
Petrucci e  
Cristina  
Cacciatore*



*Giuseppe  
Germano*

*Vincenzo  
Lorusso  
Vinci  
Gioielli*

*Giuseppe  
Margiotta,  
presidente SAMER  
azienda speciale  
Camera di  
Commercio di Bari*



# aromaterapia

cultura, business, sport e benessere

Be More

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

Via Cascina Bellaria 19 - 20153 Milano



HARBOUR CLUB

# SPECIALE PUGLIA

## TerrAntica

**S**ono stati toccati attraverso i **servizi di logistica** e di **trasporto** messi a disposizione da **Schiavone Viaggi** alcuni tra i più belli e suggestivi importanti siti turistici della **Puglia** come **Golf Club Bari Alto**, **Tenuta Monacelle di Selva di Fasano**, **Cantina Al-**

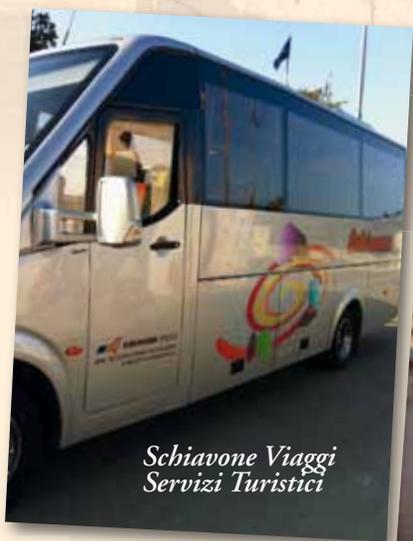
**bea di Alberobello**, **Grand Hotel La Chiesa di Chietri**, **Borgo Egnazia di Savelletri**, **San Domenico Golf Club**, **Masseria Torre Coccaro**, **Masseria Il Frantoio**, **Ostuni**, **Masseria Cevarolo**, **Masseria Torre del Diamante**, **Masseria S. Angelo de Graecis di Fasano**,

*Foto di Giuseppe Germano,  
direttore Area Sud Golf People  
Club Magazine*

**Museo dell'Olio**, **Museo Nazionale Archeologico di Egnazia**, **Polignano a Mare**, **Masseria Marzalossa**, **Lecce**, **Hotel Risorgimento**, **Ristorante La Dogana Vecchia**, **Golf Club Acaya**, **Otranto**, **Havana Bodeguita de Cuba**.



*Rappresentativa della delegazione  
di Tour Operators Statunitensi*



*Schiavone Viaggi  
Servizi Turistici*



*Borgo Egnazia Resort*



*Borgo Egnazia Resort*



*Tenuta  
Monacelli*



*Alessandro Rogato  
direttore Golf Club  
Riva dei Tessali*

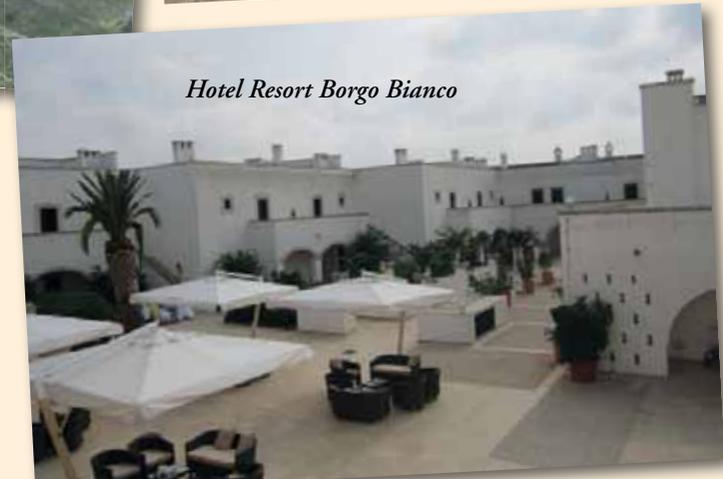
*Davide Martino,  
direttore GI.MA.  
Fashion Group  
Raffaele Greco  
Golf*

*Raffaele Greco,  
amministratore e  
fondatore GI.MA.  
Fashion Group*



*Maria  
Grazia  
Borelli*

*Cristina  
Cacciatore*



*Hotel Resort Borgo Bianco*

**LA TUA  
AZIENDA  
E' PRONTA  
PER UNO SWING  
VERSO  
L'INNOVAZIONE?**

**Horizon 2020: 80 miliardi per  
ricerca e innovazione**

24,5 mld per la ricerca scientifica

31,7 mld per trasporti ed energia sostenibile

17,9 mld per ICT e sostegno PMI

**Ministero dello  
Sviluppo Economico:  
80 milioni  
per l'innovazione  
per l'innovazione tecnologica**



**TECHINNOVA**

**Innovate with Us**

**Redazione di domande  
di finanza agevolata**

**Assistenza alla creazione e fase di  
START UP aziendale**

**Redazione di Business Plan**

**Mediazione con Venture Capital e  
Business Angel italiani e esteri**

**Marketing e Ricerche di mercato**

**Assistenza alla creazione e allo  
sviluppo di "contratti di rete"**

**Techinnova s.r.l**

**Riccardo Roggeri, CEO  
Via G.B. De Vittori, 12 Saltrio (VA)  
+39 0332 488960**

**Viale Coni Zugna, 15 Milano  
+39 3461456097  
+39 3477614360  
+39 3922513958**

**info@techinnova.it  
www.techinnova.it**



# GOLF DISTRICT APULIA

**G**olf District Apulia è il primo distretto di golf presente nel Sud Italia e rappresenta un modo nuovo di concepire tale disciplina in Italia ed in particolare nella Regione Puglia, è un marchio che identifica un modello di qualità e di eccellenza per trascorrere una vacanza all'insegna del golf che partendo dall'abbigliamento da indossare e dalla scelta del circolo, comprende le migliori proposte turistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio pugliese.

**Golf District Apulia è un potente strumento di comunicazione e di marketing del territorio il cui obiettivo finale è quello di creare un'offerta turistica organizzata e di promuoverla in Italia e all'estero.**

Golf District Apulia si basa sull'unione, prima e unica a livello nazionale di diversi soggetti operativi quali : **TerrAntica, un consorzio istituzionale regionale di 28 strutture ricettive di livello superiore, Golf People Club Magazine, un sistema editoriale integrato multimediale**

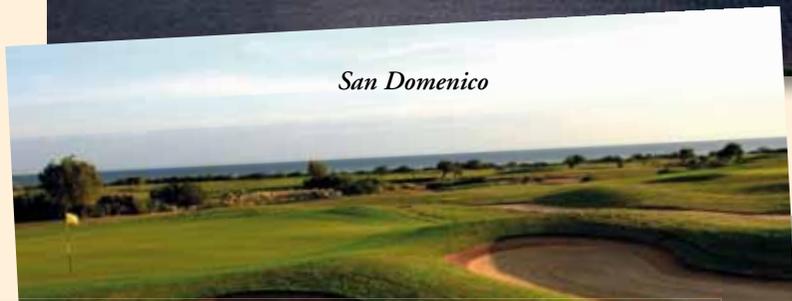
**internazionale** che può lavorare grazie alle proprie risorse umane interne in **12 lingue diverse** contando su corrispondenti ed associati diretti nelle più importanti piazze finanziarie internazionali, **Do You Golf**, un'associazione sportiva golfistica, **prima struttura di servizi dedicati al golf in Puglia** attraverso gare ed eventi e la gestione dell'**unico campo pratica di Bari**, e da tutti i circoli di golf presenti nelle province di **Bari, Lecce, Brindisi e Taranto** quali **Golf Club Barialto, Golf Club San Domenico, Golf Club Acaya, Golf Club Gallipoli, Golf Club Riva dei Tessali-Metaponto, Golf Club Coccaro, Golf Club Castel del Monte.**



*Cristina Cacciatore e Grazia Borelli  
Golf Club Barialto*



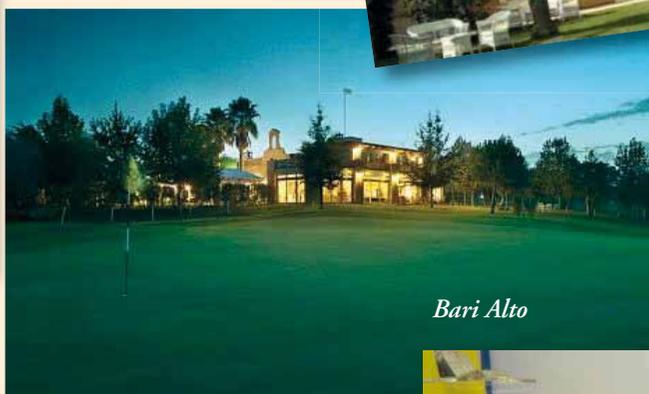
*Acaya Golf Club*



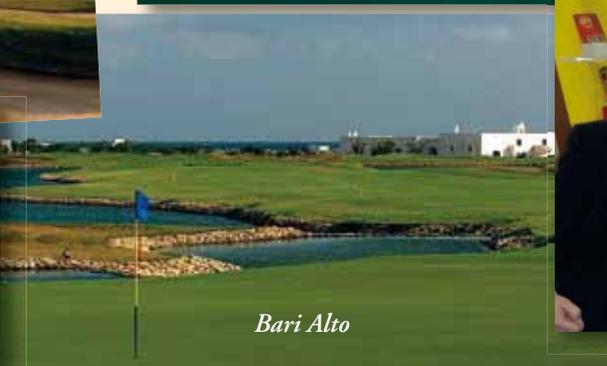
*San Domenico*



*San Domenico*



*Bari Alto*



*Bari Alto*



*Bari Alto*



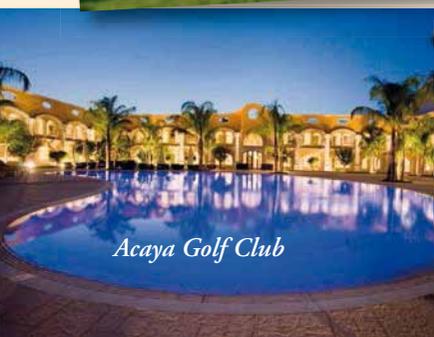
*Nella Petych*



*Riva dei Tessali*

**Golf District Apulia**  
**Strada de' Gironda 15**  
**70100 BARI**  
**Tel. +39 080.9909601**  
**Fax +39 080.9909601**  
**segreteria@golfdistrictapulia.it**  
**www.districtapulia.it**

*sotto da sinistra: Gianni Spano direttore marketing TerrAntica, Maria Grazia Borelli, Andrea Alpini, Stefano Masullo, Giuseppe Germano, Mario D'Angelo amministratore delegato FoBo ADV*



*Acaya Golf Club*



*Riva dei Tessali*



# Golf Club "Castello della Bastardina"

**È** Domenica mattina e come al solito io e il mio socio Pier partiamo carichi, alla volta di una nuova scoperta golfistica. Questa volta andiamo in direzione **Piacenza**, precisamente **Agazzano**, ci aspetta una **Louisiana** a 2 al **Golf Club Castello della Bastardina**.

Piove e fa freddo, ma figuriamoci se questo è un problema, anzi una sfida in più. Da **Milano** è ad un passo, un'oretta a velocità codice e dopo aver attraversato qualche radura di coltivazioni ed infilato un paio di stradine di campagna, eccolo sulla nostra sinistra, lì, bello, maestoso e tetro allo stesso tempo, che aspettandoci con un bellissimo viale alberato d'altri tempi ci conduce al posteggio ampio e ben servito con vicinissimo il **Driving Range** e poco distante la **Club House**.

Ci accoglie **Hassan Yobair**, segretario receptionist e direttore fac-totum, ci spiega come funziona il circolo e a grandi linee la morfologia del campo, ma la voglia di giocare è sovrana, scarichiamo il tutto, sacca e borse, un cambio veloce, acqua, golf cart e via al **tee della buca 1** dove i nostri compagni di gioco ci aspettano. Si parte con un **Par 5** cieco, battitore basso gobba con fuori limite alla destra scarpata a sinistra, è fondamentale mettere il primo colpo in mezzo altrimenti rischi il par, con il secondo ti avvicini, puoi picchiare un po' di più, il **fairway** si apre il **green** è in fondo piccolo ben difeso e molto ondulato. Lo attacchiamo con il terzo stando sulla sinistra del green, a destra rimani sotto lo scalino e due **Put** potrebbero non bastare per portare a casa il **Par**.

Ora passiamo alla mia considerazione sul percorso, un **9 buche Par 36**, bellissimo tutto naturale la maggior parte delle buche sono cieche, saliscendi dog-leg alberi boschi acqua green piccoli veloci e ondulati, sono il **DNA** di questo

percorso non è lunghissimo ma se lo sottovaluti e lo attacchi troppo, ti fai del male, piazzar palla soprattutto alla **1** alla **3** alla **5-7-8-9** è importantissimo e come vedete rimangono solo la **2** la **4** la **6** dove puoi dare di più ma sempre senza sbagliare o verrai punito, acqua (tanta) buche strette e boschi con fuori limite fanno di questo tracciato un buon **3 stelle** dove poter giocare



Maria Grazia Borelli e Roberto Privitera

a golf e mettere alla prova le proprie abilità di saper tirare dritto. Un cenno di menzione meritano soprattutto la **buca 6**, un **Par 4** cieco con un gran lago davanti e sulla sinistra, green basso ben difeso e su due livelli con pendenza ad uscire, tecnica e di impatto, bella bella e poi secondo me la **8**... un **Par 5** all'interno del bosco... una **buca fatta ad S sinistra destra e poi destra sinistra**, tagliata nei boschi, fuori limite stagno stretta alta green piccolo e ben difeso, io ed il mio socio Pier abbiamo sfiorato il birdie e se non era per il green inzuppato di

acqua ci poteva stare anche, ma che sudata veramente tosta una gran gran buca e chissà in estate in quel bosco che eco di colpi ci sarebbe e quali emozioni potrebbe darti, questo Signor **Par 5**. Le pecche che purtroppo ho potuto riscontrare sono la scarsa manutenzione del tracciato, ed e veramente un peccato, ol-

da sinistra: Pierangelo Masperi, Roberto Privitera e Claudia Cozzi

tre ai doppi battitori, peccato, lo spazio c'è e si potrebbero realizzare dando così un'ulteriore difficoltà al percorso, per poi passare alla vera grande pecca di questo bellissimo posto.....gli spogliatoi e i servizi igienici, veramente troppo fatiscenti per un posto così bello e meritevole. Una nota dolcissima, il ristorante del circolo gestito da **Nicoletta**, una donna meravigliosa, grande cuoca, ci ha deliziato con tutte le specialità del posto, gnocchi caserecci agnolei, arrosto e purea, dolci fatti in casa e poi.....l'immane Gutturno delle colline adiacenti, il tutto in una meravigliosa atmosfera di simpatia e cordialità di altri tempi, conto **30 euro a persona**, ottimo direi.

Quindi dopo aver giocato e lottato contro un avversario ostico e un tempo impervio, è ora di rientrare nella nostra **Milano** caotica e uggiosa e mentre sfiliamo le campagne meravigliose dell'**Emilia**, salutiamo la **Bastardina** e ci diamo appuntamento alla prossima volta, magari con il sole e chissà questa volta **Nicoletta** cosa ci farà assaggiare....

Roberto Privitera

**Il Birrificio di Gallarate**  
Piazza Zaro, 1 - 21013 Gallarate  
Tel. 0331.791671  
[www.ilbirrificiodigallarate.it](http://www.ilbirrificiodigallarate.it)  
[ilbirrificiodigallarate@virgilio.it](mailto:ilbirrificiodigallarate@virgilio.it)

Sui prossimi numeri le recensioni di Arona Golf, Circolo del Golf dell'Ugolina di Firenze, La Margherita Torino e di seguito tutti i club toccati dalle tappe del circuito del Birrificio di Gallarate





# GI.MA fashion group

## ...un brand in crescita

**I** Made in Italy delle calzature uomo e donna ha un marchio d'eccellenza, **GI.MA Fashion Group**, una azienda fondata trenta anni fa da **Raffaele Greco e Luciano Martino** attiva sia in Italia sia a livello internazionale è considerata tra i leader del settore, in particolare per il design e la cura dei particolari. "I committenti, tutti grandi firme dello star fashion system della moda riconoscono nel nostro gruppo un fondamentale ed insostituibile ruolo di advisor nella progettazione, realizzazione e produzione di modelli originali e unici" spiega **Raffaele Greco**, amministratore delegato **GI.MA Fashion Group**.



Raffaele Greco



Luciano Martino

**Grande appassionato e giocatore di golf, molto attivo nel settore della beneficenza, Raffaele Greco** gestisce la direzione generale del suo ufficio con stile nel cuore del distretto industriale dell'eccellenza calzaturiera italiana, Parabiago, mentre i settori tecnico e produttivo sono posizionati in una altra zona dell'Italia nota in tutto il mondo per la produzione di scarpe Made in Italy, **Porto Sant'Elpidio**.

Gli stabilimenti, invece, sono dislocati, oltre che lungo la penisola, anche in **Portogallo** ed in **Spagna**, a riprova della spiccata vocazione internazionale del gruppo. **GI.MA Fashion Group** ha una struttura industriale ma conserva una profonda impronta artigianale: due aspetti per certi versi opposti che qui vengono coniugati in modo armonico ed esaltati nelle loro connotazioni positive. "La nostra è una realtà in continua evoluzione, con una forte tendenza allo sviluppo ed all'innovazione

ma che mantiene sempre fissa, spesso anche in maniera intransigente ed ossessiva, l'attenzione alla qualità, alla cura del particolare, caratteristiche che solo una impostazione di tipo artigianale può garantire" continua Greco. **"I progetti ed i relativi prodotti sono personalizzati al massimo, lontano da ogni prospettiva di massificazione. Ed è con questa visione strategica che il nostro gruppo si pone l'obiettivo di crescere ancora nell'immediato futuro, aumentando le partnership operative con ulteriori prestigiosi fashion brand sia italiani sia esteri"**.

In ultimo si deve segnalare la strutturazione ed il varo di un nuovo portale internet istituzionale di **GI.MA Fashion Group**, contraddistinto da elementi caratterizzanti da sempre la filosofia aziendale dei fondatori stile, eleganza e sintesi realizzato e curato da **FOBO ADV srl**, storica agenzia di comunicazione a servizio completo fondata a Milano nel 1972 e la creazione della direzione relazioni esterne ed ufficio stam-

pa affidata ad uno dei più noti e prestigiosi consulenti italiani specializzato in comunicazione finanziaria ed investor relations.

**GI.MA Fashion Group Raffaele Greco Golf**  
Via Sant'Ambrogio 15  
20015 Parabiago - MI  
Tel. +39 0331.495041 - Fax +39 0331.749922  
cinzia@gimafashiongroup.it



### Il reparto produttivo GI.MA



San Pietro all'Orto  
EXCLUSIVE LIVING IN MILAN



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

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

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

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



# CONSORZIO LIGURIA GOLF

**P**iù che uno sport il golf è una filosofia di vita, un vero elogio alla lentezza, alla vita all'aria aperta immersi nella natura. La **Liguria**, che del clima mite tutto l'anno e della vicinanza delle sue **11 strutture (8 campi e 3 campi pratica)** ne fa i suoi punti di forza, è la Regione ideale per il golfista, dove alla pratica del suo sport preferito può unire weekend lunghi tra l'entroterra e la riviera. Far vivere la Liguria sacca in spalla è l'obiettivo di "**Liguria Golf**", Consorzio formato dai principali circoli della **Liguria** e del **Basso Piemonte**. Costituito attualmente dai circoli di **Arenzano, Colline del Gavi, Garlenda, Garden Golf, CUS Genova, Filanda, Lerici, Valcurne, Rapallo** - prossima l'adesione di **Sanremo e Sarzana** - Liguria Golf insieme alla **Regione Liguria** - che da anni promuove con successo e con particolare attenzione all'estero le strutture golfistiche liguri nell'ambito del progetto interregionale **Italy Golf&More** - si rivolge inoltre a tour operator, alberghi, beauty farm, agriturismo e tutte le strutture ricettive di riconosciuta qualità delle due regioni, al fine di promuovere la cultura del golf a 360 gradi.

La pratica di questo sport, racconta il presidente del Consorzio **Giovanni Paolo Riso**, durante un simpatico incontro con la stampa specializzata svoltasi a **Milano** che sta vivendo in **Italia** un momento d'oro sia in termini di risultati sportivi (vedi la conquista della **Coppa del Mondo** da parte dei fratelli **Edoardo e Francesco Molinari** e la consolidata presenza di ben **7 giocatori nell'European Tour 2012**), sia in termini di tesseramenti (oltre **centomila**), deve poter contare su una politica nazionale che tenga conto dell'indotto e quindi della **ricaduta economica del turismo golfistico sul Bel Paese (quasi triplo rispetto al turista medio)**. La creazione del Consorzio, a cui si aggiunge il fatto che il **Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo** abbia stanziato **1 milione e 600mila euro** su tre anni per le attività di promozione e comunicazione del



Stefano Masullo con Giovanni Paolo Riso

golf sui mercati esteri, è sintomo di quanto stia finalmente avvenendo."

Insieme alla **Regione Liguria**, Il Consorzio vuole utilizzare il "prodotto Golf" come **strumento di promozione turistica**. Quali sono le principali azioni? «Il golfista in Liguria - prosegue Riso - oltre alla bellezza del territorio potrà godere di speciali pacchetti di **golf & leisure**, promossi sia su internet **www.turismoinliguria.it**, sia durante i maggiori appuntamenti fieristici internazionali legati al golf, oltre che nelle principali competizioni golfistiche nazionali ed internazionali. Soggiorni di **3/5 notti** presso i resort a **4 o 5 stelle, relais&chateaux** e grandi alberghi spesso ospitati all'interno dei campi da golf. **Golf ma anche itinerari turistico eno-gastronomici per abbinare il tanto amato binomio golf&gourmet, golf&wine e golf&spa**»

Promozione del territorio attraverso la sinergia con le singole realtà del territorio, strategia vincente? «La costituzione del Consorzio - afferma **Enisio Franzosi Direttore Generale dell'Agenzia** per la promozione turistica "**in Liguria**" - ha un duplice elemento positivo: se da una parte **Liguria Golf** potrà contare sulle attività di comunicazione dell'Ente noi avremo un interlocutore unico con cui creare una proposta turistica coordinata. La **Regione Liguria** da anni, insieme agli altri prodotti turistici, promuove le strutture golfistiche liguri nell'ambito del progetto interregionale **Italy Golf&More** (insieme a **Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Sicilia, Emilia Romagna, Veneto e Puglia**).

Di fatto, attraverso la creazione e presentazione di un prodotto turistico-golfistico nazionale, l'Italia si pone come golf destination sul mercato europeo, favorendo un turismo anche nei

periodi di bassa stagione. Quanto può influire sul turismo nazionale e ligure?

«Il fatto che la **Liguria**, commenta **Angelo Berlangieri Assessore regionale al Turismo e Cultura**, partecipi al progetto insieme ad altre regioni italiane leader nell'offerta golfistica, significa che crediamo nella possibilità concreta dell'aumento di quote di mercato del turismo legato al gioco del golf. Gli obiettivi che ci poniamo nei **3 anni** sono l'**incremento** di

vendita dei **green fee** italiani ed esteri del **5%**, un **aumento** della **destagionalizzazione** dei flussi turistici del **3%** e la certificazione **ISNART** di **due campi** da golf. Continua quindi il lavoro su segmenti specifici dell'offerta turistica per costruire prodotti "tagliati su misura" su diversi target di turisti.»

**Giovanni Paolo Riso** è presidente della **Riso Holding**, finanziaria che detiene il pacchetto di controllo della **Cambiaso Riso Agenzia Marittima**, compagnia genovese di logistica e servizi portuali con **13 sedi** in tutto il mondo e un fatturato di oltre **30 milioni di euro**. La società, attiva dal **1946** è recentemente sbarcata sul green, offrendo settimane o long weekend in strutture di lusso con annesso buche spettacolari come quelle di **Villa d'Este**. **Giovanni Paolo Riso**, dal **2009** organizza il circuito dell'Associazione Italiana **Ship & Golf**, che riunisce i principali operatori marittimi nazionali. Già fondatore dell'**Aisg**, dal **2010** l'imprenditore è anche presidente del **Circolo Golf Rapallo**, storico club del **Tigullio**, dove nel **2011** scorso **Matteo Manassero** ha festeggiato i suoi **18 anni**, anche **Riso** può vivere appieno la sua passione: «Oltre che per la bellezza del campo, amo questo club per il suo impegno sociale. Ogni anno infatti organizziamo a scopo benefico, gare ed eventi come la pro-am **Vinca la Vita** a favore della **Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori**».

Angelo Berlangieri



da sinistra: Silvia Audisio Golf Style, Roberta Candus Golf e Gusto, Luca Roccatagliata, Il Mondo del Golf





CUSTOMERS ARE  
OUR MAIN CONCERN.  
OUR COMPETENCES,  
YOUR BUSINESS.

 **InterProfessionale.net**<sup>®</sup>

MILANO | SARONNO | LUGANO



# La giustizia sportiva NEL GOLF

Tutte le **Federazioni Sportive Nazionali** riconosciute dal **C.O.N.I. (Comitato Olimpico Nazionale Italiano)** sono dotate di un sistema di giustizia autonomo, specializzato in ragione della disciplina di appartenenza ma vincolato all'osservanza dei principi emanati dalle istituzioni internazionali (**Comitato Olimpico Internazionale C.I.O.**) e nazionali (**C.O.N.I.**).

Per la realizzazione della suddetta autonomia risulta fondamentale il principio del "vincolo di giustizia", vale a dire la prescrizione in base alla quale ai tesserati e affiliati è preclusa la facoltà di adire gli organi di giustizia statale ordinaria per la tutela di propri interessi derivanti dallo svolgimento dell'attività sportiva, soggiacendo agli organi di giustizia interna delle singole **Federazioni**. Il vincolo di giustizia è ammesso solo nell'ambito tecnico-sportivo (e quindi relativamente all'osservanza delle norme regolamentari, organizzative e statutarie dell'ordinamento sportivo nazionale e delle sue articolazioni al fine di garantire il corretto svolgimento delle attività sportive) e disciplinare (comportamenti rilevanti sul piano disciplinare ed irrogazione e applicazione delle relative sanzioni disciplinari sportive).

La normativa regolatrice è contenuta nella **Legge del 17 Ottobre 2003, n. 280**.

Il vincolo di giustizia si traduce, quindi, in una clausola, contenuta nei singoli Statuti, in base alla quale gli affiliati ed i tesserati si obbligano a risolvere le controversie, tecniche o disciplinari, avanti gli organi di giustizia sportiva interna.

La struttura della giustizia sportiva nel golf. La giustizia sportiva trova le proprie fonti regolamentari negli **artt. 52-67** dello Statuto della **Federazione Italiana Golf**, nel **Regolamento di Giustizia e nel Regolamento organico**.

Gli organi di giustizia sportivi sono composti da:

**Giudici di prima istanza:** giudicano in tutti i casi di illecito sportivo, di scorretto comportamento morale e civile durante lo svolgimento dell'attività sportiva di rilevanza

federale, di violazione delle norme statutarie e regolamentari federali, commesse dai tesserati, dai circoli affiliati e dagli aggregati;

**Commissione di Disciplina:** giudica in secondo grado su ricorso della parte interessata o della procura federale;

**Procura Federale:** svolge le funzioni di indagine e le funzioni requirenti.



Ogni soggetto affiliato o aggregato (circoli ed associazioni) delibera poi, per mezzo dei propri Organi, un ulteriore regolamento - che ricalca nella forma quello federale - con il quale si attribuisce agli organi di giustizia interni il potere di sanzionare i comportamenti illeciti o scorretti dei soci; tuttavia, qualora si tratti di comportamenti illeciti o scorretti commessi durante lo svolgimento dell'attività sportiva di rilevanza federale o in violazione delle norme statutarie e regolamentari federali, detti comportamenti devono essere segnalati alla **Procura Federale** per le opportune indagini.

L'Art. 62 dello Statuto della F.I.G. regola-

menta i rapporti fra la **Giustizia Federale** e la Giustizia dei soggetti affiliati ed aggregati. Detto articolo prevede, innanzitutto, che le decisioni dei **Giudici** di prima istanza e della **Commissione** di disciplina abbiano effetti nei confronti di tutti i soggetti affiliati ed aggregati, nonché nell'ambito di tutta la struttura organizzativa della **F.I.G.**

Al contrario le decisioni degli organi di giustizia dei soggetti affiliati ed aggregati hanno efficacia interna alle singole strutture associative.

In ogni caso l'intervento degli **Organi di Giustizia** dei soggetti affiliati ed aggregati rimane precluso qualora sia stato attivato l'intervento degli **Organi di Giustizia** federali ovvero esista una formale richiesta per quest'ultimo intervento da parte del tesserato federale o della Procura federale al momento dell'avvio del procedimento disciplinare davanti agli organi di giustizia dell'affiliato o dell'aggregato di appartenenza.

Nel caso, infine, gli **Organi di Giustizia** dei soggetti affiliati ed aggregati adottino un provvedimento di radiazione, detto provvedimento deve essere sottoposto a riesame (di legittimità e di merito) da parte della **Commissione di Disciplina Federale** ai fini della sua efficacia e delle connesse preclusioni in ambito federale. Da ultimo si precisa che gli statuti e/o i regolamenti dei soggetti affiliati o aggregati devono prevedere un doppio grado di giurisdizione circa la materia disciplinare, nonché una separazione dei poteri tra **Organi Direttivi ed Organi disciplinari**.

Per info e contatti:  
Corso Italia 11 - 20100 Milano  
info@alumnidirittosport.it  
www.alumnidirittosport.it

LAVORO, VACANZA, FAMIGLIA, AMICI,  
PARTITA A GOLF, CENA IMPREVISTA A PARIGI.

## ECCO IL MOTIVO PER CUI UTILIZZARE UN VOLO PRIVATO

*Riprendono quota i voli a bordo dei Jet Privati "on-demand" un mercato che in Italia ha un fatturato stimato di 250 milioni in Europa 800 milioni di Euro. Con un jet privato è possibile volare al prezzo di una business class con una flotta composta da nuovi e innovativi velivoli, il tutto a portata di web collegandosi a [www.jetprivati.it](http://www.jetprivati.it)  
Nel mirino prima il mercato italiano, poi quello europeo.*

**I** voli privati sembrano essersi lasciati alle spalle la crisi economica crescendo, lo scorso anno, del 5% sia in Europa, sia negli Stati Uniti. Non si è ancora tornati ai livelli del 2007, afferma uno studio Eurocontrol e Argos International, ma già a gennaio 2011 si è registrato un incremento dei voli privati del 6% rispetto al gennaio 2010. Segno che la ripresa è concreta e si lascia alle spalle i numeri scoraggianti della crisi quando il traffico di aviazione privata, solo in Europa, si ridusse dai 779mila voli del 2007 ai 652mila del 2009. Con ritmi di vita sempre più intensi per i troppi impegni, il nostro tempo è diventato il vero lusso da ritrovare. C'è qualcuno che in tempo di crisi vuole dare un segnale forte al mercato del trasporto aereo privato, con una proposta di valore che si può sintetizzare in: "Il tuo jet privato al costo di una business class". Questo è il "leit-motiv" di Jetprivati.it, società di servizi aerei che permette di prenotare velivoli privati a prezzi competitivi via Web.

Sono le sempre maggiori esigenze di mobilità che spingono imprenditori e manager a voli molto frequenti, in località servite in modo non adeguato dalle normali compagnie aeree. Ad accrescere tale potenzialità sono le sempre più impegnative esigenze degli utilizzatori finali in relazione ai disservizi delle compagnie di bandiera e dei tempi di imbarco tradizionali, divenuti quanto mai lunghi e "pesanti", ed infine alla sempre più

**crecente necessità del cliente di investire il proprio tempo in modo veloce e quindi profittevole.**

Jetprivati.it, brand della società del gruppo internazionale "Rotstein Capital Limited" con sede a Cipro e uffici di rappresentanza in tutta Europa è la nuova realtà del trasporto aereo, sotto la guida di manager che vantano una pluridecennale esperienza nel settore del trasporto aereo, affiancati da un team di professionisti che garantisce assistenza commerciale e operativa 24 ore su 24, al numero verde per l'Italia +39 800911744

Il gruppo Rotstein è seguito dall'Italia per tut-

te le competenze di web marketing strategico dalla società Boraso.com fondata e guidata da Massimo Boraso, esperti nel digitale che assisterà per lo sviluppo del mercato italiano, ma per la comunicazione e il brand hanno affidato alla Foolbite.com questo compito importantissimo.

Renzo Pisu, Ceo di Jetprivati.it, manager di lungo corso nell'aviazione civile, con esperienze oltre oceano e in Europa, ha contribuito allo sviluppo di importanti compagnie internazionali, nelle quali ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità. Esperto sia nei voli di linea che nei charter, entra nel settore della business aviation executive nel 2000, intrattenendo rapporti internazionali con le più importanti case costruttrici di velivoli, come Cessna, Bombardier, Embraer, Gulfstream, Boeing e Airbus. La vera innovazione di Jet Privati risiede nei prezzi competitivi e nel sistema di prenotazione con un customer service costante e dedicato al cliente, che rende possibile prenotare un jet privato al costo di business class, garantendo sempre la massima trasparenza delle tariffe.

Renzo Pisu afferma: "Con la crisi economica si sono aperte due opportunità. Innanzitutto le compagnie aeree di linea stanno attraversando grosse difficoltà, in Italia e nel mondo, e per questo motivo riducono o tagliano drasticamente una grande quantità di collegamenti. In questo modo, mentre le compagnie fanno



Renzo Pisu comandante e  
fondatore Jet Privati

scomparire ogni giorno i voli dai monitor, coinvolte in scioperi e ristrutturazioni aziendali o fusioni aziendali, il cliente trova difficoltà a spostarsi con voli di linea diretti a orari ottimali. La società di servizi aerei privati si rivolge anche a questa fascia di passeggeri insoddisfatti". Attualmente abbiamo un certo numero di grandi società che hanno bisogno di utilizzare il nostro servizio per trasportare i loro dirigenti in zone remote, per negoziare transazioni e rientrare al quartier generale ed è quel genere d'efficienza che li porta ad acquistare servizi come i nostri. Ad esempio, dal centro di Milano per raggiungere il centro di Hannover (partenza mattina e rientro alla sera dello stesso giorno) un pas-

di offerta che variano per l'intensità di utilizzo del volo privato. La modalità "Cards" è rivolta a chi prevede di viaggiare dalle 25 a 50 ore all'anno siano essi privati o aziende che utilizza il jet privato per spostamenti frequenti, pianificabili nell'arco dell'anno, mentre il servizio "on demand" è consigliato ai clienti che occasionalmente utilizzano voli privati (2-3 volte all'anno) e che hanno impegni improvvisi e non pianificabili. Uno dei "plus" più forti del nostro servizio, oltre al prezzo e un servizio customer service costante, sta sia nel risparmio di tempo, il cliente può arrivare in aeroporto solo 15 minuti prima dell'orario di partenza, sia nella flessibilità di scegliere gli orari e modificarli a seconda delle proprie

lare Milano Linate, Venezia, ma anche Roma Ciampino sono importanti poli di traffico aereo "business e leisure".

L'offerta di Jetprivati non è rivolta solamente a queste città, bensì coinvolge numerosi aeroporti "regional" presenti in tutta Italia, come Torino, Trieste, Firenze, Bologna, Brescia, Ancona, ma anche Nizza. Queste le basi iniziali, ma sono previsti numerosi scali anche nel sud Italia come Bari, Brindisi per servire al meglio la sponda dei balcani.

I dati in possesso evidenziano che la scelta di utilizzo di un volo privato sono strettamente per il 60% a viaggi di affari, il restante è suddiviso nella combinazione leisure&corporate. In termini di flotta, Jetprivati si avvale dei velivoli della serie Citation della Cessna, in particolare del nuovissimo e innovativo Citation Mustang da 4 posti entry level di questa gamma, in configurazione business class, che ha un raggio di volo di circa 2 ore e vola a 600 km/h. Questo velivolo, al fine di posizionare l'azienda in fase di lancio sul mercato, sarà proposto a tutta la clientela con la formula "pay per fly" (paghi quello che voli). Costo 2.300 euro ora volo on demand.

Ma jet privati in tema di flotta amplia la gamma con 25 velivoli disponibili sul mercato, comprendo tutta la fascia dal mid jet fino ai long range in versione VIP, come il Falcon 7X e il Gulfstream 550 per voli non stop oltre le 10 ore di autonomia. I prezzi si parte da 6.000 euro ora volo fino a 12.000 euro ora volo, un lusso veramente oltre ogni prima classe.

A conclusione Renzo Pisu è convinto che il mercato dell'aviazione commerciale comunemente definita Executive, rappresenti oggi una delle più grosse opportunità a disposizione di imprenditori ed investitori. Il mercato executive è per definizione un ricco mercato di nicchia. Voli privati, barche di lusso, auto di prestigioso, abbigliamento di alta moda esprimono mercati molto piccoli in termini assoluti, ma enormi in termini relativi. La domanda molto spesso batte l'offerta.

Con una grande operazione di marketing bisogna comunicare a nuovi e potenziali clienti la convenienza di utilizzare normalmente i voli privati. Quindi oltre ai passeggeri V.I.P. che continueranno ad utilizzare questo servizio, è nostra intenzione allargare il target di clientela mantenendo il servizio "voli executive" alla portata di "molti". Per avere successo in un mercato che tende a diventare, a suo modo, meno di nicchia del passato si impone di rivedere la modalità di offerta e gestione di questo prodotto, con l'obiettivo di generare la massima efficienza ed offrire un ottimo servizio al prezzo più competitivo.



seggero che utilizza un normale volo di linea non ha voli diretti che consentano l'andata e ritorno in giornata, utilizzando scali intermedi impiega circa 10-12 ore di tempo totale di spostamento (trasferimento in aeroporto, parcheggio auto, check-in controlli, transito, ritiro bagagli e uscita dall'aeroporto, senza contare il rischio di eventuali ritardi, scioperi e perdita di bagaglio). Con Jetprivati.it oggi è possibile volare il giorno stesso un aereo privato sempre da Milano Linate per Hannover in meno di 2 ore, evitando qualsiasi problema.

Renzo Pisu pone anche l'attenzione sulle opportunità commerciali di utilizzo del servizio e afferma: "Ogni cliente può utilizzare il servizio Jet Privati in base a due modalità, la prima è seguire un programma Jet Card pre-acquistando dei pacchetti di ore volo a prezzi vantaggiosi; la seconda è scegliere il servizio "on demand pay per fly" ossia si paga il volo su richiesta. Sono due tipologie

esigenze. Il tutto è predisposto in modo che il cliente non perda tempo prezioso e possa dedicarsi veramente alle cose più importanti.

Il volo privato da oggi in poi potrà essere chiamato a ragione AERO-TAXI. L'aereo privato aspetta il cliente a destinazione, riparte con lui e lo può portare tranquillamente in 3 destinazioni diverse nello stesso giorno oppure, con un minimo preavviso, il cliente è libero di decidere di modificare il proprio programma di volo e rientrare prima del previsto oppure prolungare il proprio programma. Non subisce ritardi, scioperi, cancellazione di voli e soprattutto la perdita di bagagli.

Nel Nord Italia si concentra l'80% della clientela italiana business travel, in partico-



**Per info e contatti**  
**Tel +39 800 911 744**  
**www.jetprivati.it**  
**info@jetprivati.it**

da sinistra: Yongsung Kim presidente e amministratore delegato Hyundai Motor Company Italia e Saskia Bigai direttore Dreams Hotel



# PALAZZO ARZAGA HYUNDAI GOLF CUP finale 2011

**G**olf People Club Magazine, invitato ufficialmente ha supportato a livello media la finale del circuito Hyundai Golf Cup, svoltasi Lunedì 17 ottobre 2011 al Palazzo Arzaga Golf Resort.

Hyundai Motor Company Italy rinnova anche quest'anno l'appuntamento con il golf, sulla scia della prima edizione Hyundai Golf Cup, che ha visto affrontarsi oltre 1500 giocatori in tutta Italia.

Il calendario 2012 presenta 15 gare che si svolgeranno dal 31 marzo fino a metà ottobre che Golf People Club Magazine seguirà.



Saenouri Chon e Raffaele Scippa presidente Open Golf



Carlo Sabbatini

A fianco da sinistra: Saenouri Chon direttore Area Corea Golf People Club Magazine, Stefano Masullo, Yongsung Kim presidente e amministratore delegato Hyundai Motor Company Italia e Carlo Sabbatini public relations manager Hyundai Motor Company Italia





# Hyundai *i40*... tu chiamala se vuoi, ammiraglia

**S**e qualcuno fosse ancora incerto circa la capacità dei coreani di realizzare automobili di qualità, dovrebbe farsi un giro sulla nuova i40. In Corea preferiscono l'innovazione, così i tedeschi stanno a guardare e cominciano a tremare. Una sorpresa la **i40**, diventata presto una certezza, pronta a primeggiare nel mercato del **segmento D**.

## Esterni: rotta verso il futuro

L'ammiraglia coreana è il massimo esempio della corrente "New Thinking. New Possibilities", che rivela un design improntato fortemente al dinamismo. Il corpo vettura è slanciato e sembra scolpito dal vento. La linea è **tesa**, ma non diventa mai **rigorosa** e il frontale deciso è **ingentilito** dal disegno gruppi ottici dotati di tecnologia a **LED**. La vista laterale mostra un nervatura che sovrasta la fiancata e tende verso la coda, accentuando lo spirito da vettura sportiva. Il posteriore infine abbandona la "**disciplina**" di cui sopra e rivela un andamento più morbido, realizzato attraverso linee tondeggianti che si uniscono per chiudere il quadro stilistico. È indiscutibile il fatto che l'insieme sia molto più accattivante con l'innesto dei cerchi in lega leggera da **18"**.

## Interni: salutiamo l'analogico

Il design generale della plancia riprende elementi stilistici propri degli esterni. Tutto il resto lo fa la tecnologia dell'era digitale, che rivela uno schermo centrale touch screen all'interno del quale sono riportate diverse informazioni.

La differenza la fa la qualità dei materiali e il livello delle finiture. La seduta di guida si conforma in maniera tendenzialmente sportiva, perché il volante è in posizione quasi verticale. Lo spazio è in linea con le concorrenti di mercato e se davanti abbonda, dietro forse si sarebbe potuto fare di meglio. In compenso i sedili posteriori sono inclinabili (a **26 o 31 gradi**). Lo spazio per i bagagli è più che sufficiente per 5 passeggeri, grazie ad un volume di partenza di **553** (sedili in posizione

eretta), capace di superare i **1.700** con i sedili abbattuti

## Motore&trasmissione: solidità e coerenza

La nuova i40 porta al debutto il nuovissimo propulsore benzina **2.0 litri 'Nu' GDI**, interamente realizzato in alluminio. Capace di **177 CV**, garantisce prestazioni nell'ordine dei **212 km/h** di velocità massima e di **9,7 secondi** sullo scatto da **0 a 100 km/h**, che tradotto in consumi significa **7,2 l/100 km nel ciclo combinato**. La nuova i40 si presenta all'appello con un **1,7 litri** della compagine **CRDi** offerto in due differenti livelli di potenza: **115 e 136 CV**. Abbiamo saggiato la versione più potente e nel complesso si è mostrata all'altezza della situazione. La sensazione è che non sia molto assetato (il dato dichiarato parla di **5,1**



**l/100 km nel ciclo combinato**), però il range di utilizzo ottimale si limita a circa a **1.500 giri/min**, perché sotto i **2.000** è un po' vuoto e sopra i **3.500** naviga nel nulla. In termini di ecosostenibilità, l'ammiraglia coreana dotata del motore diesel da **115 CV**, è disponibile in allestimento "**Blue Drive™**", equipaggiata con il dispositivo "**Stop & Go**" (**ISG**), i pneumatici a ridotta resistenza al rotolamento e il sistema di gestione dell'alternatore (**AMS**). In Italia, la versione con **ISG** sarà abbinata unicamente ai cerchi da **16"**.

A relegare la trasmissione di potenza alle ruote anteriori ci pensano due tipologie di cambio, un manuale a sei rapporti e un automatico/sequenziale sempre a sei rapporti. **L'impronta è dichiaratamente non sportiva e solo nell'uso più esasperato si può incorrere in qualche piccolo impuntamento, però alla fine il giudizio è positivo**. Anche l'automatico sposa la linea del comfort: gli innesti sono dolci e a meno che non siate assaliti da velleità pistairole per via dei paddle dietro al volante, anche relativamente rapidi. Adatto a soddisfare coloro che cercano la comodità prima di tutto. Inoltre, le i40 con cambio au-

tomatico distribuite in Italia (**1.7 CRDi 136 CV e 2.0 GDi 177 CV**) dispongono di serie dell'indicatore "**Active Eco System**", che dovrebbe aiutare a contenere i consumi.

## Su strada: passista con piglio sportivo

L'immagine di solida auto per famiglie si rivela poi anche su strada. Ma non lasciatevi trarre in inganno dalla fisionomia da station wagon, perché in fin dei conti la i40 è anche capace di divertire. Lo sterzo, relativamente diretto in riferimento alla tipologia di vettura, regola con cura il movimento dell'asse anteriore, formato nello specifico da un'architettura del tipo MacPherson. Il retrotreno invece è definito da un asse del tipo Multilink.

## Mercato: non lo sa, ma punta in alto

L'ammiraglia i40 non ha solo le carte in regola per sbaragliare la concorrenza di **Volkswagen Passat, Ford Mondeo & Co.**, ma possiede i contenuti per soffiare sul collo di auto come **BMW Serie 3 Touring o Audi Avant**. Punta con decisione al mercato delle flotte, esaltando ovviamente il rapporto qualità/prezzo. Sono tre gli allestimenti riservati a i40: **Classic, Comfort e Style**. La base (**Classic**) porta in dote una serie di accessori come clima manuale, cerchi in lega da **16"**, sensori luci, comandi al volante, radio **CD MP3** con presa Aux e USB. Questa versione è motorizzata con le unità meno potenti: **1.6 GDI e 1.7 CRDi da 115 CV**. A seguire la più ricca **Comfort**, relegata a tutta la gamma di motori, che offre **clima bi-zona, Bluetooth, Cruise Control**, volante e pomello cambio in pelle, sensore pioggia, sedile di guida elettrico, sensori parcheggio (anteriori e posteriori) e i cerchi in lega diventano da **17"**. Infine c'è l'allestimento **Style**: quadro strumenti supervision grafico, sistema audio premium, navigatore da **7"** con **retrocamera, start button con chiave intelligente**, fari allo **Xeno**, vetri **posteriori oscurati** e cerchi in lega da **18"** definiscono lo standard di questa versione. La nuova **Hyundai i40** è offerta a **23.490** euro nel modello **1.6 GDI Classic**, **26.200** in quello **2.0 GDI Comfort** e **29.700** nel **2.0 GDI Style**. Mentre apre le danze dei diesel il **1.7 CRDi (115 CV) Classic** a **24.990** euro, passando ai **26.700** del **1.7 CRDi (115 CV) Comfort**; salendo ancora di uno step si tocca quota **27.600** euro per la **1.7 CRDi da 136 CV** in allestimento **Comfort**, infine chiude il listino la **1.7 CRDi Style** a **31.100** euro.



Foto di Stefano Merlini

# Invitational Pro Amateur Club dei 30

**G**olf People Club Magazine, ha rivestito il ruolo ufficiale di media partner della edizione 2011 dell'Invitational Pro Amateur denominata **Club dei 30** organizzata da **Carlo Gallelli** che si è svolta giovedì **22 Settembre 2011** a **Le Robinie Golf Club**.

Golf People Club Magazine ha operato in collaborazione e sinergia con gli altri importanti soggetti coinvolti quali: **Radio Montecarlo, Golf e Turismo, Fool, Banca Mediolanum, Mediaset Premium, Dikson, Vodafone, BlackBerry, MIC Shimano, Jaeger le Coultre, Nivea, Konica Minolta, Doctor Glass,**

**Forniture Meccaniche, C.T. Law, Ivy Oxford, Stante, B. & T. Company, AKS, Fratelli Riva, 99.99 High Quality, Pragmagest, Spiaggiariservice, Fuel Doctor, Exit, TPS, EG Euro Generici, Del Pozzo, Mercedes Benz, Azienda Agricola Cavallini 1911, Mister Golf, Ital Golf Academy.**

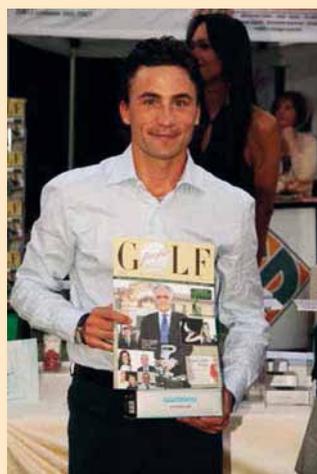


A fianco: **Federico Brambilla** con **Alessandra Maria da Costa**



**Federico Brambilla**

**Carlo Gallelli**



Sopra da sinistra: **Alessandra Maria da Costa, Raffaele Scippa** presidente Open Golf, **Andrea Alpini, Marco Cavallini**



**Marco Brunella**



**Carlo Gallelli** **Marco Mordonini** direttore commerciale Gruppo Finelco SpA Radio Monte Carlo



A fianco: **Alessandra Maria da Costa** con **Andrea Alpini**



*Marco Brunella*

*Marco Damo*

*Matteo Peroni*

*Massimo Tempesta*



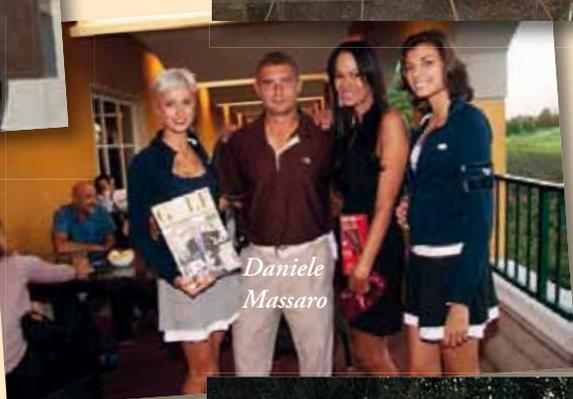
*Emanuele Canziani*



*Marco Cavallini con Alessandra Maria da Costa*



*Ermanno Umberto Basilico con Alessandra Maria da Costa*



*Daniele Massaro*



*Federico Brambilla*



*Daniele Massaro*



# Un'oasi di verde e di relax a 8 km dal Duomo



## Golf Club Le Rovedine

Opera- Milano  
via Karl Marx, 18 - Tel. 02.576.06.420  
[www.rovedine.com](http://www.rovedine.com)

# Golf Club Le Rovedine Milano

## **ANCHE IN AGOSTO**

Vi invita a scoprire e giocare  
il suo intenso calendario gare.

Un'oasi di verde e di relax, a 8 Km. dal Duomo.  
Venite a scoprire come rigenerarvi tra sport e natura  
nel Golf Club più vicino al centro di Milano.

Percorso 27 buche (18 Par 72 da Campionato - 9 Executive par 27),  
il più grande campo pratica d'Italia (con 100 postazioni,  
aperto anche alla sera), putting green,  
Golf School - Videoanalisi dello swing -  
10 maestri P.G.A.I. - PRO Shop.

Ampia club house, mostra d'arte contemporanea permanente, bar,  
ristorante, sale riunioni, terrazze e giardino.

“Il Clubino”, piscina solarium, area ristoro e giochi per bambini.





# Terza Edizione del Trofeo La Boutique del Regalo

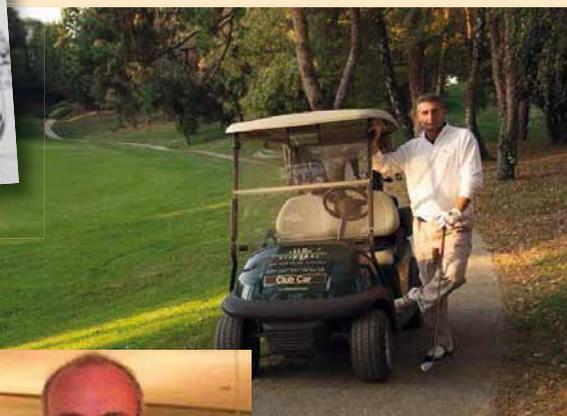
Foto di Stefano Merlini

**G**olf People Club Magazine, ha rivestito il ruolo ufficiale di unico media partner della Terza Edizione del **Trofeo La Boutique del Regalo**, Family Business fondata e gestita dalla **Famiglia Magni**, catena di gioiellerie ubicate in provincia di Milano, che annovera come main sponsor il prestigioso marchio di alta orficeria internazionale **Recarlo**, organizzato

da **Toni di Blu**, importante e nota società di event management e di incentive travel, fondata e presieduta da **Silvia Toni**, che si è svolta registrando un grade successo, **145 golfisti**, sabato **15 Ottobre 2011** al **Golf Club Carimate**.



*Daniele Massaro*



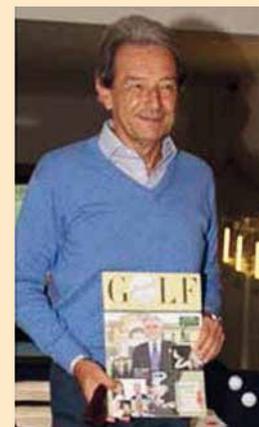
*Raffaele Scippa,  
presidente  
e fondatore  
Open Golf*



*Alberto Angelo Inzaghi,  
presidente Società  
Immobiliare Golf Club  
Carimate*



*Stefano Pasquali, product  
manager Intai SpA -  
Gruppo Giorgio Armani*





*Daniele Massaro*

*Paolo Re*



*Stefano Galli*

*Nella Petych*

*Raffaele Scippa*

*Stefano Masullo*

*Maria Grazia Borelli*



*Nella Petych con Stefano Galli*

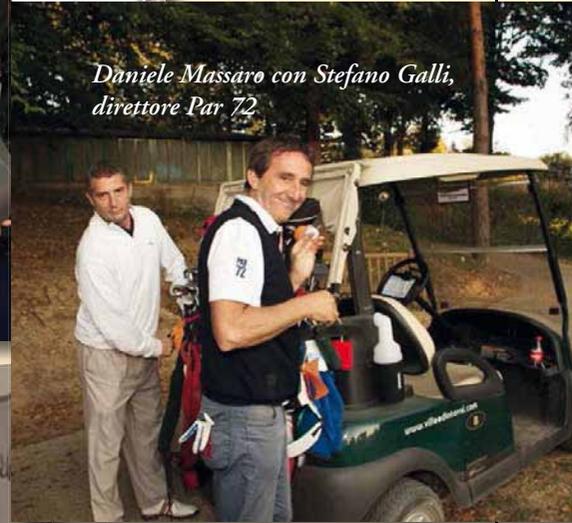


*A fianco da sinistra: Stefania Schiavone, Daniele Massaro, Martina Lucido*

*Sopra da sinistra: Angelo Magni, Ivana Da Re, Paolo Re, Nicoletta Magni, Stefano Masullo, Silvia Toni, Maria Grazia Borelli, Raffaele Scippa*



*Daniele Massaro con Stefano Galli, direttore Par 72*

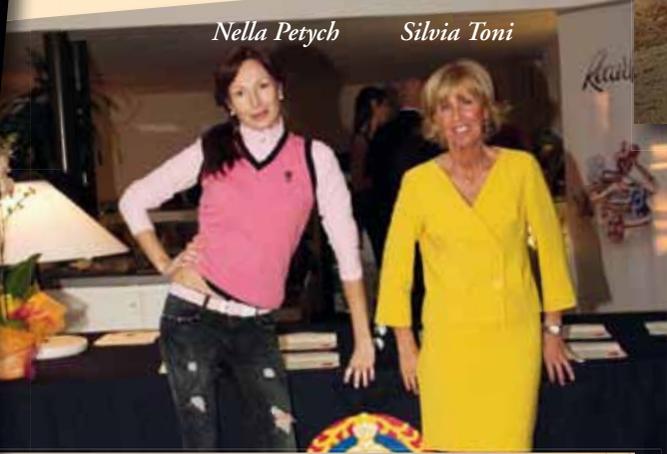


*DUILIO BOFFI*



*Nella Petych*

*Silvia Toni*



*A fianco: Stefania Schiavone e Stefano Galli*





Martina Lanfranconi  
Direttore Golf Club Villa Paradiso

Foto di Stefano Merlini

# Golf Club Villa Paradiso

Golf People Club Magazine invitato ufficialmente ha supportato a livello media la **Finale del Circuito Golf 2011**, organizzata da Golf Manager Associazione Italiana

Manager Golfisti, presieduta da **Vladimiro Sacchetti**, che si è svolta **giovedì 6 Ottobre 2011** al Golf Club Villa Paradiso di Trezzo d'Adda.



A fianco, da sinistra a destra:  
Carlo Pampari, Vladimiro Sacchetti, Giampiero Perotto, Aldo Cigognini, Luigi Vacchini



Giampiero Perotto

Luigi Vacchini





A fianco, da sinistra: Luigi Vacchini, Ai Shinozaki direttore area Giappone Golf People Club Magazine, Vladimiro Sacchetti, Maria Grazia Borelli presidente Golf People Club House - Terrazza Borelli

Estoril • Buenos Aires •  
Bergamo • Genova •  
Bilbao • Milano • Como •  
Valencia • Varese •  
San Sebastian •  
Colonia • Lugano •  
Circuito Golf  
Gran Premio  
Città di Lugano  
2012

Finale a Lugano il 21 settembre 2012

Media Partner



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

Il Circuito che dà visibilità a livello internazionale



Per informazioni:

Sponsoring e Marketing, Luca G. Bottoni  
Golf Tournament, Renato Pedrini

Servizio Pubbliche Relazioni, Città di Lugano  
Telefono +41 (0)58 866 70 88  
mail [pr@lugano.ch](mailto:pr@lugano.ch)

lugano



# La corretta alimentazione nella pratica sportiva

**B**envenuti alla nostra rubrica su alimentazione e prestazione sportiva. Abbiamo accennato sul numero scorso dell'importanza del nostro apparato gastroenterico per migliorare i nostri tempi di recupero e le nostre performance; iniziamo quindi con piccoli cenni di fisiologia per capire di cosa abbiamo bisogno e come facilitare l'assorbimento dei nutrienti che introduciamo durante i nostri pasti.

Gli alimenti sono la nostra benzina perché forniscono l'energia e la struttura necessarie alle nostre esigenze ed analizzandoli al loro interno, in proporzioni diverse, troviamo:

- carboidrati/amidi (o glucidi)
- proteine
- grassi (o lipidi)
- vitamine
- acqua
- minerali

La digestione degli alimenti, fisiologicamente, avviene come riportato nella **tabella 1**

DIGESTIONE di...	
<b>AMIDI</b>	Bocca: ptialina Stomaco: NO Intestino: amilasi pancreatica maltasi/lattasi/invertasi enteriche
<b>LIPIDI</b>	Bocca: NO Stomaco: Scarsa (poche lipasi) Intestino: lipasi pancreatici + lipasi enteriche + Sali biliari
<b>PROTEINE</b>	Bocca: NO Stomaco: pepsina Intestino: tripsina/chimotripsina/ carbossipeptidasi pancreatiche + peptidasi enteriche

(tratto da lezioni SIMF)

Come si può ben capire, se il nostro apparato gastroenterico non è al meglio, rischiamo ogni volta di ingerire cibo che non viene metabolizzato e che può determinare l'insorgenza dei classici sintomi riferibili ad una "cattiva digestione": mal di testa, **gonfiore addominale, sonnolenza postprandiale, intestino pigro** o eccessivamente "attivo", tanto per citarne alcuni.

Innanzitutto, è necessario ricordare che gli **amidi** sono **indispensabili** per chi **pratica attività sportiva in modo costante**, perché rappresentano il carburante per le nostre cellule nervose e per i nostri globuli rossi, oltre ad essere nutrimento per la flora batterica intestinale responsabile della produzione di **vitamina K e vitamina B12**.

**Cereali, frutta e verdura** sono ricchi di carboidrati ed è importante per questo ricordare come l'indice glicemico di questi alimenti debba essere tenuto in considerazione, cercando di evitare quelli ad indice glicemico più elevato.

Come si può intuire la **digestione** degli amidi avviene soprattutto grazie all'azione di **bocca e pancreas**, quindi **masticare** il boccone almeno 10 volte, **evitare** tutte quelle sostanze che acidificano la saliva, come **le bevande zuccherate e soprattutto non consumare zuccheri al termine del pasto, per evitare un'eccessiva produzione di succhi pancreatici, sono buone regole da seguire per chi poi deve affrontare un'attività fisica.**

Veniamo poi ai grassi (**lipidi**), che invece hanno una digestione ed un assorbimento "più a valle" e quindi implicano il coinvolgimento dei sali biliari prodotti da **fegato e vescica biliare**. Se per i carboidrati la quantità da assumersi per uno sportivo è di **6/10 grammi** per kilo corporeo nell'arco della giornata, il fabbisogno dei lipidi si attesta intorno al 20-25% del quantitativo di cibo che si introduce durante la giornata, tradotto in pratica sono circa **3 cucchiaini da tè di olio extravergine** a pasto ed eventualmente la **spolverata di grana** sulla pasta

o una noce di grana durante gli spuntini o nelle insalate che accompagnano i piatti di portata.

È ovvio che un **consumo di dolci** con **creme** o di **cioccolato** alla fine dei pasti determina un **sovraccarico di fegato e vescica biliare** che a lungo andare può diminuire la funzione di questi importanti organi digestivi e quindi essere responsabile di quei sintomi citati in precedenza, uno fra tutti la sonnolenza.

Proseguiamo in questo piccolo viaggio, all'interno della nostra macchina digestiva e veniamo alle **proteine**, altrettanto essenziali per la loro **funzione plastica ed anabolica** per chi fa attività fisica. Costituenti fondamentali delle cellule e degli anticorpi, con funzione insieme a vitamine e minerali di catalizzatori nelle più importanti reazioni biochimiche che permettono alle nostre cellule di riprodursi e ripararsi, sono **digerite ed assorbite dall'intestino** e quindi se non adeguatamente smaltite sono anche responsabili di quei disturbi come la **stitichezza** o la **diarrea**, che possono ovviamente **inficiare la performance** atletica. Le proteine si distinguono in quelle di origine animale (nobili) ed in quelle di **origine vegetale (legumi, soia), che non contengono i cosiddetti aminoacidi essenziali, chiamati così perché devono essere introdotti con la dieta, in quanto non sintetizzati dal nostro corpo.**

Per questo motivo è molto importante che la flora **batterica intestinale** sia integra e quin-

di quando nel pasto è prevista l'assunzione di quote proteiche importanti è sempre necessario introdurre verdure verdi a **foglia larga**, che contengono **magnesio e calcio**, minerali ad alto potere alcalinizzante, per evitare l'eccessiva acidità prodotta dalle proteine.

Ma il nostro apparato gastrointestinale per mantenere una buona funzione deve anche essere rifornito di sostanze, che pur non avendo un valore energetico importante determinano un



corretto transito del bolo alimentare attraverso il canale digerente: **le fibre**. Principali fonti di fibre sono: **legumi, verdure, frutta e cereali integrali** (farro, crusca, orzo, etc).

Ultimo aspetto, anche se altrettanto importante, è quello dell'acqua: indispensabile per il nostro organismo, circa **1,5 litro di acqua** al giorno dovrebbe essere consumato, in condizione basale, poi per chi pratica attività sportiva l'indicazione è che nell'ora che precede l'impegno fisico è necessario bere almeno 1 litro di acqua, con pochi sali minerali (**residuo fisso < 50 mg per litro**) e con un **pH acido, circa 6**. Dopo l'attività, l'indicazione è di bere un quantitativo di acqua che sia proporzionale al peso corporeo perso; mentre durante la pratica sportiva, l'assunzione di liquidi è legata alla temperatura esterna ed all'impegno fisico.

**In conclusione, nel pasto dello sportivo non devono mai mancare tutti i componenti sopra citati: amidi, grassi e proteine.** L'acqua diventa componente essenziale della nostra alimentazione e ci deve accompagnare durante tutto l'arco della giornata, evitando un'assunzione eccessiva durante i pasti, per salvaguardare la funzione digestiva. Nel momento in cui poi alcuni sintomi che abbiamo citato dovessero persistere, è meglio rivolgersi ad uno specialista del settore, evitando il "fai da te farmacologico", che potrebbe portare a delle conseguenze più gravi rispetto alle iniziali.



# Penta Medical Center

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



Francesco Avaldi con  
Valeria Poggi Longostrevi

Antiage.... tutti ne parlano e tutti sognano su come evitare i segni del tempo. Si può intervenire in molti modi. Ne abbiamo parlato con alcuni esperti di Penta Medical Center



Il Penta Medical Center si prende cura dell'equilibrio metabolico del corpo con avanzate tecniche di perfezionamento dell'aspetto, senza tralasciare l'equilibrio della mente. Infatti, offre anche assistenza psicologica, consulting, coaching e molto altro ancora.



**Dr. LORENZO RAMACIOTTI, docente presso la Scuola di Biotecnologia e Medicina Naturale dell'Università di Milano**

**Dottor Ramaciotti cos'è il metodo Penta?**

Per comprendere il **Metodo Penta** devo richiamare l'attenzione perché ho voluto che si chiamasse **"5 passi verso una corretta alimentazione"**. Vero è che nei primi 2 interveniamo prevalentemente sull'adiposità, il sovrappeso, l'obesità vera, ma l'esclusività è nel modo come lo facciamo e soprattutto nei passi successivi dove si applica il mio metodo che ho definito **U.M.A.** (acronimo di **Utilizzazione Metabolica degli Alimenti**).

**Ci dica allora in cosa consiste.**

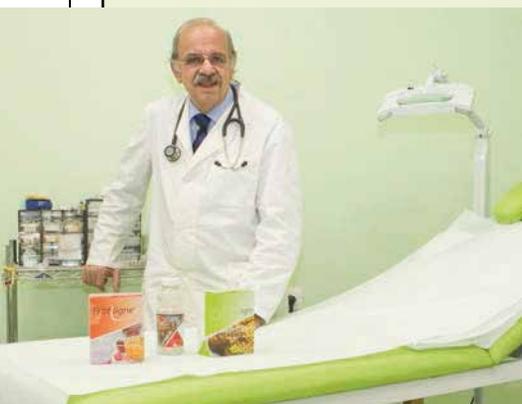
Basta parlare di "calorie" quando si tratta di alimentazione. Ciascuno di noi utilizza, usa in modo diverso ogni singolo alimento e il **METODO U.M.A.** studia proprio questa peculiarità per arrivare a comprendere quali sono gli alimenti e le associazioni alimentari che quel determinato soggetto più facilmente brucia rispetto a quelli che altrettanto facilmente accumula.

**E quali sono i risultati?**

Semplice, un programma nutrizionale di alimenti permessi e di altri non proibiti, ma occasionali che, se seguito nel tempo può garantire benessere, vitalità, efficienza ed un aspetto tonico per sempre.

**Cos'altro troviamo di particolare nel Centro Medico-estetico Penta?**

Oltre a tutti i trattamenti di Botulino, **Fillers, Biorivitalizzazioni, Peeling, Piastrine** e quelli complementari al dimagrimento (**Aqualix**, etc.....), anche la nuova metodica per la cura e la guarigione dall'insufficienza venosa semplice (**capillari e teleangectasie**) e grave (**varici e anche ulcere**) ideata dal dottor **Sergio Capurro** e che si chiama **TRAP (Fleboterapia Rigenerativa Tridimensionale)**.



**Dr.ssa CAMILLA D'ANTONIO, farmacista, Membro della Società americana Anti-aging**

**Dott.ssa D'Antonio, qual è la differenza tra cosmetici e cosmeceutici?**

La parola **"cosmeceutico"** nasce dalla fusione di due parole: **"cosmetico"** e **"farmaceutico"**. Si tratta di prodotti cosmetici che, applicati topicamente, non vantano solamente finalità estetiche come un cosmetico tradizionale ma anche un'azione farmaco-simile. Pur non essendo classificabili come farmaci, possono contenere principi attivi in essi presenti, oppure principi attivi tradizionalmente utilizzati in campo cosmetico ma a concentrazione più elevata o, ancora, ingredienti innovativi. **Un cosmetico raggiunge gli strati più superficiali dell'epidermide (strato corneo composto da cellule morte) mentre il Cosmeceutico riesce a raggiungere gli strati più profondi.** Questa è una differenza fondamentale perché è negli strati più profondi dove avvengono tutte le attività di questo organo ed è proprio questa peculiarità che spiega la loro efficacia superiore a quella dei cosmetici tradizionali.

**E l'importanza delle analisi anti-aging nella medicina preventiva?**

E' ormai acclarato dalla società scientifica internazionale che una delle cause dell'invecchiamento è lo stress ossidativo, ossia l'azione dannosa delle specie reattive dell'ossigeno (**ROS**). E' possibile, grazie a recenti scoperte biotecnologiche, saggiare i livelli di queste molecole nell'organismo e correlarle all'età biologica. E' in quest'ottica che "nasce" il **check up anti-aging**, un test preventivo, che si rivolge innanzitutto alle persone sane che vogliono conoscere la velocità del proprio orologio biologico, così da **poter agire preventivamente contro l'invecchiamento.**

Questi test consentono di conoscere affidabilmente i livelli di questi "aggressori" (**d-ROMs test**), ma anche le proprie capacità di difesa (**BAP test**). In altri termini è possibile stabilire in tempo reale se lo stress ossidativo è dovuto ad una aumentata produzione e/o ad una ridotta capacità di eliminazione dei radicali liberi. In questo modo è possibile effettuare eventuali interventi mirati, come la modifica dello stile di vita e l'assunzione di specifici integratori. Determinata poi l'età biologica del paziente, si può fornire un **programma terapeutico ad personam, che consentirà di migliorare la funzionalità dei sistemi dell'organismo e di rallentare alcuni processi degenerativi legati all'invecchiamento.**



**Dr.ssa SIMONA NICHETTI, Medico Chirurgo, esperto in Medicina Estetica, Nutrizionista**



**Dr.ssa Nichetti, si vedono sempre di più visi "artefatti". Cosa ne pensa?**

I greci antichi dicevano: **kalòs kai agazòs** che tradotto significa bello e buono. Fin dall'antichità si associava il concetto di bellezza esteriore con quello di bellezza interiore. Senza dubbio avere un aspetto gradevole ci rende più sicuri e ben disposti nei confronti degli altri e di noi stessi. L'importante è trovare il giusto equilibrio. Va scemando ormai la moda dei visi palesemente artefatti per lasciare lo spazio ad un look più naturale che richiami il concetto di sano e non solo di bello.

**Quali sono le novità della medicina estetica?**

Sicuramente la medicina estetica sta facendo grandi passi. Negli ultimi anni i **filler**, sempre più perfezionati e tecnologici, la stanno facendo da padrone. La nuova tendenza è però quella di usare sostanze non solo volumizzanti, ma anche ristrutturanti e rimodellanti la matrice. Ne sono un chiaro esempio l'**idrossiapatite di calcio** e il **policaprolattone**, costituiti da piccole sferule che, una volta iniettate, stimolano sostanza fondamentale e derma, quest'ultimo in modo specifico a produrre collagene. Dopo mesi, quando il materiale sarà stato completamente riassorbito, la correzione risulterà ancora presente grazie al meccanismo sopra descritto. Altra metodica è quella del **microneedling**. **La tecnica si avvale di un piccolo rullo munito di microscopici aghetti, passandolo più volte sulla cute del viso, collo e decollette (o su qualsiasi altra superficie cutanea) si otterranno risultati degni di un resurfacing con il laser: pelle più compatta, texture migliorata, scomparsa delle rughe e attenuazione dei solchi.**

**Dunque non è sempre necessario rivolgersi al chirurgo...**

Da quanto esposto sopra, si evince che oggi siamo in grado di offrire ai pazienti tecniche e materiali molto più **"soft"** rispetto ad un tempo, ossia **in grado di fornire correzioni che una volta erano possibili solo ricorrendo alla chirurgia**. Ricordiamo il ruolo della tossina botulinica sul ringiovanimento degli **occhi** e della **fronte**, prima ottenibili mediante un minilifting, oppure l'utilizzo dei fili di sospensione per ottenere un refreshing del volto, un tempo possibile **esclusivamente attraverso il bisturi**. Insomma l'estetica di viso e corpo si sta avviando verso una nuova era, rappresentata da **tecniche sempre meno invasive** che abbreviano o annullano del tutto la convalescenza per un aspetto più giovane, ma decisamente non artefatto.



**Dott. MARCO PAPAGNI, medico chirurgo con esperienza pluriennale ospedaliera nell'ambito della Chirurgia Plastica Ricostruttiva ed Estetica.**



**Dottor Papagni, quali sono i motivi più frequenti per cui un paziente si rivolge a lei?**

Generalmente le persone si rivolgono a me perché avvertono un certo disagio derivante da uno o più cambiamenti fisici ed estetici dovuti al trascorrere del tempo, al sopraggiungere di cambiamenti metabolici, per correggere difetti morfologici che compromettono l'**estetica** o la **funzione complessiva** della persona, o per la rimozione di **tumori cutanei** in regioni ad alto impatto estetico. La casistica è molto varia: comparsa delle **prime rughe, cedimenti cutanei, comparsa o peggioramento** della cellulite, **complicanze cutanee derivanti** da imponenti perdite ponderali o difetti fisici congeniti che non vengono accettati.

**Solitamente come valuta il suo paziente?**

Personalmente cerco sempre di inquadrare il paziente che ho di fronte nella totalità della sua persona prendendo anche in considerazione lo stile di vita quotidiano. **Ogni paziente è un universo unico e differente dagli altri per quanto riguarda l'organismo, le aspettative e le sue esigenze.**

E' secondo me di fondamentale importanza prima di pensare di fare qualsiasi cosa, conoscere ed inquadrare il paziente attraverso un lungo ed approfondito primo incontro conoscitivo, discutere insieme le diverse possibilità e lasciare alla persona il giusto tempo per farsi chiarezza, ragionare e decidere se procedere o meno; non è praticamente mai successo di intervenire al primo incontro.

L'atto medico e chirurgico estetico deve essere, a mio parere, una scelta che deriva dal ragionamento e dalla presa di coscienza e non dall'impulsività di "fare qualcosa" per migliorarsi.

**Solitamente cosa propone?**

Dal punto di vista tecnico, anche se professionalmente ho un'estrazione di tipo chirurgico, **cerco di risolvere il problema proponendo sempre la soluzione meno invasiva, più sicura e che dia maggiori possibilità di successo duraturo**. Grazie alle continue innovazioni che la ricerca scientifica offre nell'ambito della medicina estetica, sta divenendo via via sempre più facile procrastinare od escludere del tutto l'opzione chirurgica per la correzione di piccoli difetti ed effettuare, in associazione ai trattamenti, terapie coadiuvanti domiciliari mirate, a base di prodotti naturali. Dal punto di vista del risultato ottenibile, sia per il **viso** che per il **corpo**, prediligo **correzioni** che riportino allo **stato precedente rispetto all'insorgenza del problema**, e, nel caso di difetti presenti da sempre, **soluzioni estetiche che siano il più naturali possibili nel rispetto dell'armonia corporea**.

**Preferisco ottenere un risultato che non sia visivamente d'impatto ma che ricordi più l'aspetto di una persona tornata da una lunga vacanza piuttosto che dallo studio di un chirurgo plastico.**

Solitamente quindi non propongo le stesse soluzioni a tutti, ma valuto a seconda dei casi la combinazione delle soluzioni più adatte a ciascuno. E quando alla visita di controllo le pazienti mi riferiscono che le amiche chiedono stupite **"Ti vedo davvero bene, ma cos'hai fatto?"**, so di aver colpito nel segno...



*Cristiana Borghi responsabile Pinky Penta Point e Giuseppe Callegari direttore commerciale Penta*



*Daniele Massaro golfista*

*Stella Roma segretaria Lions Club Rho*



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

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

*Dal 1980 stile, classe, eleganza in Italia e in Svizzera hanno un solo nome*



# Il Salotto di Antonella

**N**el cuore di **Milano**, in via **Urbano III**, nel **1980** nasce un punto di ritrovo che nel corso di un trentennio è divenuto un punto di riferimento obbligato per tutti coloro che ricercano, in **Italia** ed in **Svizzera**, il perfetto equilibrio tra personalità, stile, classe, eleganza ed un ottimo rapporto qualità prezzo, **Il Salotto di Antonella**.

Da quello storico punto, attualmente diretto con sapiente maestria da **Alda Tardito**, **Il Salotto di Antonella** ha avviato una graduale, ma ininterrotta crescita, grazie, fondamentalmente al passaparola dei suoi amici utenti che nel corso degli anni ne hanno apprezza-



*Alda Tardito,  
responsabile punto  
vendita Via Urbano III  
Milano*



*Giuseppe G. Santorsola  
docente Università  
Parthenope Napoli  
cliente Il Salotto di Antonella*

to e consigliato ai propri amici l'esperienza di valore ed emozionale incontrata e vissuta, infatti oggi i luoghi, caldi ed accoglienti, che ospitano con raffinata eleganza uomini e donne attenti al gusto ed alla ricerca del bello si trovano a **Milano**, a **Chiasso** ed a **Lugano**.

**Il Salotto di Antonella** pone al centro della propria missione aziendale la persona, uomo e donna, si caratterizza e si distingue per il proprio unico modo di essere e di porsi in relazione con gli altri nei vari momenti della propria vita personale e professionale, proponendo in ogni stagione una gamma di tessuti per abiti che consente una scelta senza pari tutti scelti,

vagliati ed approvati da chi nel **1980** ha fondato la struttura.

La vasta gamma di scelta dei capi e la ricchezza di colori, che nasce da un gusto preciso, da uno stile personale, dalla creatività di tutto lo staff, si unisce in un equilibrio di armonia e ricercatezza, all'accuratezza e alla grande attenzione nei controlli effettuati sui singoli capi con particolare riguardo a camicie, cravatte e cachemire.

Le **Camicie** vengono prodotte in **tre modelli base: collo francese, collo italiano, botton-down**, quasi sempre **fitting-slim**, con o senza tasca.



**Il Salotto di Antonella** da oltre **trenta anni** propone quindi con successo l'eccellenza basata sulla grande tradizione, sull'esperienza maturata e sull'attenzione ai dettagli sia dei materiali utilizzati che soprattutto dei propri clienti con i quali ormai si è instaurato un vero e proprio **rapporto di amicizia** e di partnership, che a partire da quest'anno, grazie alla responsabilità diretta del direttore commerciale, **Daliarosa Cortese**, sarà esteso ed individuabile direttamente sul **green** dei più **noti circoli** e club di **golf italiani ed elvetici**.



*Luca Bottoni, direttore Area Cantone Ticino Golf People Club Magazine e Daliarosa Cortese*

*Daliarosa Cortese, classe 1961, diploma tecnico commerciale e successive specializzazioni in grafica creativa applicata a Fashion, ha sviluppato il proprio percorso professionale ultraventennale in posizioni di responsabilità presso importanti aziende di abbigliamento e moda, risiede in Svizzera a Lugano ed attualmente ricopre l'incarico di direttore commerciale de Il Salotto di Antonella.*

Le **Cravatte** si distinguono perchè la fantasia non ha limiti di colori, disegni, tessuti, effetti.

Per il **Cachemire**, al fine di poter incontrare il moderno gusto attuale e le relative esigenze di praticità tipiche dei nostri giorni, si è passati gradualmente dal **4 e 3 fili classici** ai **2 fili** e monofilo, più comodi e portabili; dai **4/5 colori tradizionali** a decine di colori diversi e di tendenza, prevedendo per i modelli lo **scollo a V**, il **girocollo**, **polo**, **zip corte** e **intere**, ed altro ancora.

**Il Salotto di Antonella** si caratterizza da sempre per un eccellente rapporto di qualità prezzo proponendo i migliori tessuti, costruendo ciascuno dei propri capi su misura, anche attraverso un esclusivo e particolare servizio personale a domicilio effettuato da qualificati collaboratori di elevato livello professionale, realizzando in definitiva il guardaroba personale con la qualità e il servizio desiderato ad un valore su misura.

**Il Salotto di Antonella** propone, nel creare le proprie opere da far indossare a persone socialmente ed intellettualmente impegnate, un tessuto di qualità ed un taglio sartoriale di primissimo standing, offrendo un manufatto esclusivamente italiano, affermando così i tipici valori che hanno reso famoso, unico ed invidiato nel mondo il **Made in Italy** e cioè **creatività, cultura ed etica**.



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

**Il Salotto 1 - Via Urbano III n. 3, 20123 Milano, tel. +39 393 9588301**

**Il Salotto 2 - Via San Michele del Carso 6, Milano, tel.+39 393 9458916**

**Il Salotto 3 - Serfontana, Chiasso CH, tel. +41 91 6839173**

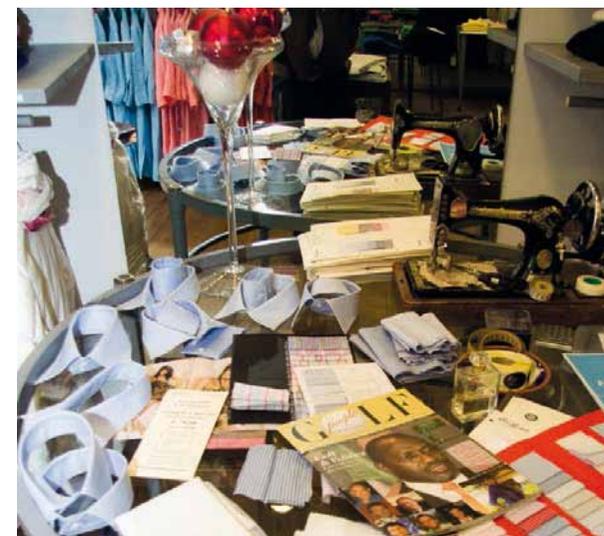
**Il Salotto 4 - Via Padova 183, Milano, tel. +39 392 2365475**

**Il Salotto 5 - Viale Monza 149, Milano, tel +39 392 1515840**

**OUTLET - Fax 02 55230707**

**Alex Plus - Via Tagliamento 4, Milano, tel. +39 331 6118110**

**Il Salotto 6 - Quartiere Maghetti 20, Lugano, tel. +41 79 9339926**



# Dalila Kijakovic



**Fotografia:**

Flavio Torre, ritratti,  
Stefano Merlini, back stage

**Make Up Artists:**

Chiara Picone,  
Nataschia Langelli,  
Ines Meduri

**Hair Stylist:**

Antonio Romano MyHead  
Parrucchieri Oggiono

**Video Maker:**

Marco Ongania Emofilm

**Location:**

Via San Pietro all'Orto 6 Milano

**Abbigliamento:**

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

**Calzature:**

GI.MA Fashion Group - Raffaele  
Greco Golf

**Intimo:**

Yuppidoll Brescia

**Partners:**

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

**Preziosi:**

Damiani Gioielli

**Profumi:**

Alpac Mille

**MULLIGAN&Co**  
APPAREL AND GADGETS

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

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

Seguendo la passione di uno dei titolari per il Golf, ha realizzato una linea di abbigliamento dedicata, ricca di contenuti tecnici, distribuendo i seguenti Brands: Cutter & Buck, Craft, James Harvest, Printer, NewWave, che sono l'eccellenza del settore.



PRODUZIONE  
PERSONALIZZATE  
CON STAMPA O  
RICAMO DEL LOGO



Mulligan&Co - Borgo San Giuseppe, 25 - 43125 - Parma  
Tel. e Fax +39 0521 16404883 - Email [info@mulliganeco.it](mailto:info@mulliganeco.it)

**HARVEST**  
sports & wear

**CRAFT**

**CUTTER & BUCK.**



# La luce di "Piazza Repubblica"

di Fulvio Bertasso

**L**i Ristorante "Piazza Repubblica" è un accogliente salotto dall'illuminazione avvolgente, è un'atmosfera che suggerisce incontri e relazioni, proprio come nello spirito di **Golf People Club Magazine**. Lo capisci già appena entri: sei accolto con qualcosa di cui si avverte sempre più la mancanza, la morbidezza, che ti segue con un servizio attento sotto la regia di **Edy Beqja**. C'è qualcosa di molto meneghino nell'understatement con cui i fratelli **Giorgio, Marco e Matteo Bernasconi** conducono questo locale, c'è qualco-

sa che suggerisce la **Milano** intelligente e creativa dei migliori anni **Ottanta**. Per chi si ricorda quegli anni magici, intriganti, glamour. Ma poi ecco l'improvvisa marcia in più: tradizione, qualità della materia prima e tecniche contemporanee confluiscono nella luminosa cucina di **Pietro Penna**. Alta cucina travestita da cucina semplice, in cui pare risplendere la luce del cielo engadinese che rischiarava le cucine di **Hans Nussbaumer** al **Kulm Hotel di Sankt Moritz** dove lo chef si è formato prima di approdare al **Four Seasons** con **Sergio**

**Mei**, passando da **Ginevra** e **Parigi**. È per i toni discreti dell'eleganza informale della sala e per la nitida originalità della cucina, non solo perché amici di **Giorgio Bernasconi**, che qui si incontrano **personalità dello sport, dello spettacolo e della moda** ma anche **personaggi e giornalisti legati al mondo della ristorazione e del vino, gourmet, manager e professionisti di tutto il mondo**, molti dei quali amici personali del direttore Stefano Masullo.



Edy Beqja



Sotto da sinistra: Fulvio Bertasso, Stefano Masullo, Ermanno Basilio, Nella Petych



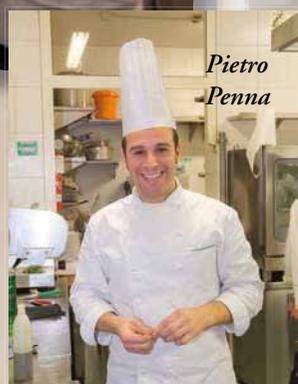
**Giorgio Bernasconi** è nato a **Como** negli esplosivi anni **Sessanta**. La sua prima esperienza formativa è la **caccia selettiva**, insieme al nonno, nei boschi intorno a Como. Questa passione lo conduce in seguito in giro per **l'Europa** e il **Nord Africa**. La caccia lo aiuta a maturare, insegnandogli i concetti di pianificazione e autonomia, avvicinandolo ai piaceri del buon cibo, con pranzi a base di selvaggina in baite sperdute. In seguito nasce la passione per i rally ed eccolo in gara con **Porsche 3000 Rs** e **BMW M3**. Strade sterrate, boschi, concentrazione e lo stesso basilare rispetto della tempistica che si deve avere in cucina. Le pause durante le prove sono un'occasione per scoprire ristoranti fuori dalle rotte comuni. L'ultima passione è il **poker sportivo**, in cui vale più il piacere della competizione piuttosto che la vincita di denaro. Durante i tornei in giro per il mondo, da **Las Vegas** alle **Bahamas** si lascia affascinare dalle cucine locali. Omaggio alla sua ultima passione: le patate all-in

servite al **Ristorante Repubblica**. Nel resto del tempo Giorgio Bernasconi pratica con successo la professione di avvocato d'affari.



Edy Beqja

Pietro Penna



Pietro Penna

[www.piazzarepubblica.com](http://www.piazzarepubblica.com)  
[info@piazzarepubblica.com](mailto:info@piazzarepubblica.com)  
Via Aldo Manuzio 11  
angolo Finocchiaro Aprile - Milano  
tel. +39 02.62695232 - fax +39 02.62695232

Lizzy Rodriguez



Laura Mannino

Fotografie di Flavio Torre

*abbigliamento intimo* collection 2012

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

## FRANCESCA CAPPELLETTI

*splendida golfmate*

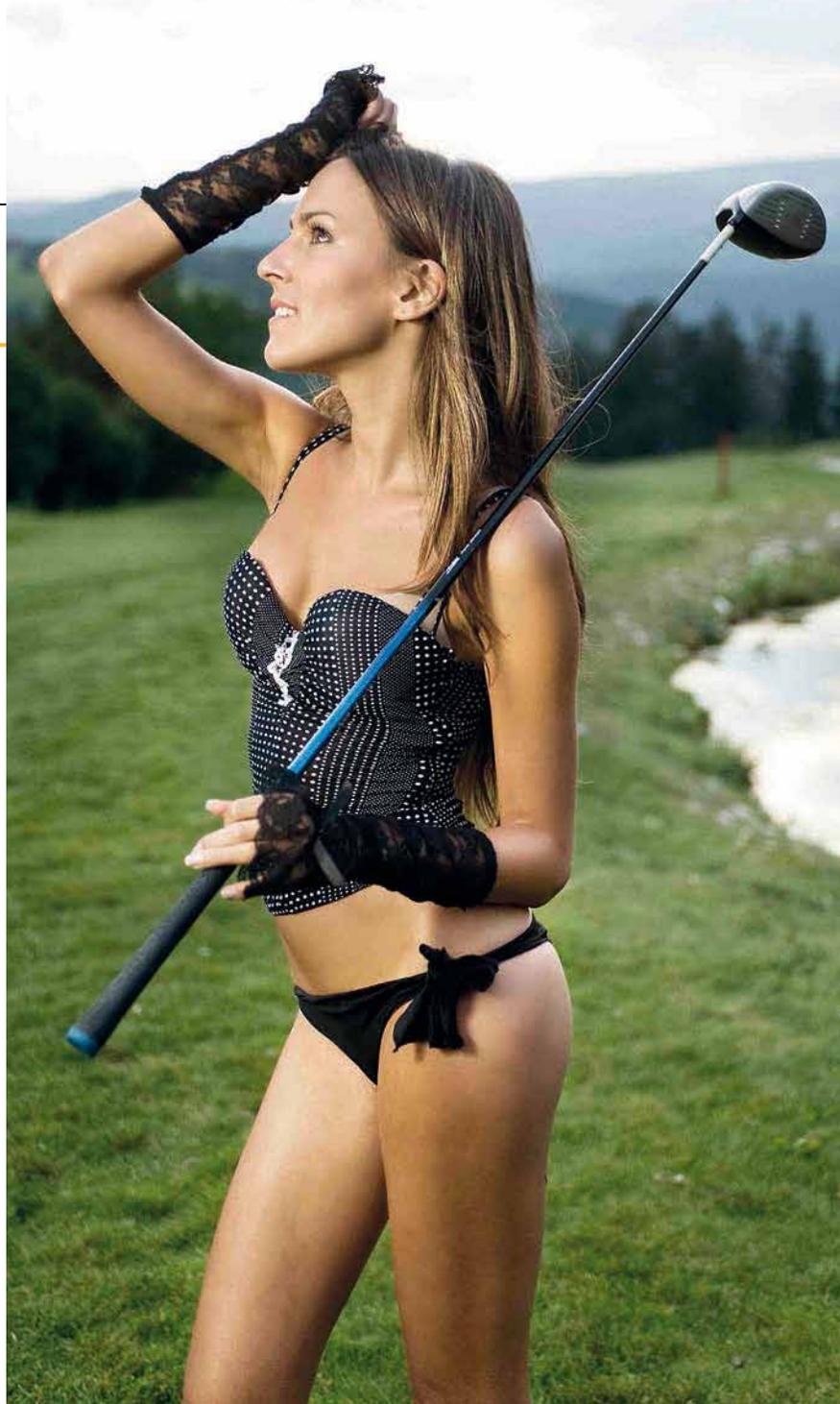
In **Alto Adige**, nella suggestiva cornice del **Golf Club Castelrotto Alpe di Siusi di Castelrotto Plenallnel**, un esclusivo shooting fotografico con protagonista la splendida modella **Francesca Cappelletti** già finalista di **Miss Italia** e **Miss Universo**.

Francesca ha realizzato l'intero concetto fotografico attraverso la sua azienda **Barbi Room Chic**, sotto la diretta supervisione del direttore responsabile **Stefano M. Masullo**, dalla scelta della meravigliosa e suggestiva location, alla scelta dello stylist, optando per un concetto non ordinario.

**Bizzarra e originale la scelta degli abiti e accessori, nonché delle pose. Ne risulta un servizio fotografico non convenzionale, che sottolinea come nel mondo della comunicazione l'importante è colpire.. e farsi notare!**

Non documentare, ma creare. Far vedere al mondo come lo si vede e cosa intravedere. Portare in primo piano anche gli elementi piccoli. I dettagli più nascosti, che hanno maggiore influenza sull'evento.

Le sue immagini non colpiscono solamente per la creatività, ma anche grazie alla professionalità dell'**editing digitale**. Usato correttamente, ricrea un'immagine al tempo stesso surreale e veritiera. La sua percezione è ricca di emozioni.



### Location:

#### **Südtirol-Alto Adige Golf Club di Castelrotto**

Uno dei campi da golf a **18 buche** più particolari e belli dell'Italia settentrionale, con un paesaggio tranquillo e idilliaco situato in mezzo alle Dolomiti, il campo, curato alla perfezione non teme alcun paragone con i migliori a livello internazionale.

Praticabile da **marzo a novembre**, altitudine **850 m**, si estende su **60 ettari** ed è perfettamente inserito nel paesaggio, laghetti, dirupi, ruscelli, incantevoli cascate e lunghi fairways si alternano con piste più facili.

Il progetto è stato elaborato dall'architetto paesaggista **Bernd Hofmann** della **Hofmann & Röttgen di Limburgerhof (D)** e dal giocatore di golf professionista **Wolfgang Jersombeck della Jersombeck - Golfplatz - Planung und Projektierung di Landau (D)**, uno dei più noti giocatori di golf della German PGA Professional, per 26 anni Head Professional ed ex giocatore **World Cup**.

**Kurt Obkircher**, ideatore del campo e responsabile della società costruttrice, mentre **Luciano Canziani** ha coordinato e diretto i lavori.

### Consiglio Direttivo

Presidente **Nina Messner-Urthaler**

Vicepresidente **Christine Leitner-Novakovic**

Segretaria **Patrizia Mutschlechner**

Cassiere **Stefan Stecher**

Membro effettivo **Kurt Obkircher**





*foto di:* MEINHARD [www.meinhard.500px.co](http://www.meinhard.500px.co)



# HOLE IN ONE

21-22 luglio 2012

SAN MARTINO DI CASTROZZA - PREDAZZO VAL DI FIEMME



SABATO 21 - ore 9,00  
**TREKINGOLF**  
San Martino di Castrozza

SABATO 21 - ore 14,00  
**CITY GOLF**  
Predazzo Val di Fiemme

SABATO 21 - a seguire  
**PROVE LIBERE  
DAL TRAMPOLINO**  
Predazzo Val di Fiemme

DOMENICA 22 - ore 10,00  
**HOLE IN ONE**  
Predazzo Val di Fiemme

info@trekkingolf.com  
www.trekkingolf.com

IN PALIO  
LA NUOVA  
PORSCHE  
BOXSTER



*dal 1980 stile, classe, eleganza  
in Italia e in Svizzera  
hanno un solo nome*

# *Il salotto di Antonella*

**Milano - Chiasso - Lugano**

**Camicie - Abiti - Cashmere**

**Il Salotto 1 - Via Urbano III n. 3, 20123 Milano, tel. +39 393 9588301**

**Il Salotto 2 - Via San Michele del Carso 6, Milano, tel.+39 393 9458916**

**Il Salotto 3 - Serfontana, Chiasso CH, tel. +41 91 6839173**

**Il Salotto 4 - Via Padova 183, Milano, tel. +39 392 2365475**

**Il Salotto 5 - Viale Monza 149, Milano, tel +39 392 1515840**

**OUTLET - Fax 02 55230707**

**Alex Plus - Via Tagliamento 4 , Milano, tel. +39 331 6118110**

**Il Salotto 6 - Quartiere Maghetti 20, Lugano, tel. +41 79 9339926**

**www.ilsalottodiantonella.com**