

# INSIGHT

JSH  
HOTELS & RESORTS

# TEA FALCO

anyone?

## FROM EARTH TO HYPERSPACE

Eco&Bike  
TOURS  
ON TWO  
WHEELS TO  
DISCOVER  
OUR  
BELPAESE

# for freedom  
ON THE WAVE OF  
THE BODY POSITIVE  
MOVEMENT

SHOT BY MARCO ONOFRI

People  
We Love  
OUR EXCLUSIVE  
INTERVIEW  
WITH  
STEFANO  
SELETTI

100 Years  
OF FEDERICO FELLINI  
AN ANNIVERSARY TO  
SHAKE THE WRISTS

# JULIAN FASHION

[WWW.JULIAN-FASHION.COM](http://WWW.JULIAN-FASHION.COM)

LUXURY SHOP - WORLDWIDE SHIPPING



# JSH

HOTELS & RESORTS

Where do I go on holiday?

Sicily

Puglia

Veneto

Tuscany

Emilia Romagna

Milan

Rome

Bologna

Rimini

[jsh-hotels.com](http://jsh-hotels.com)



# 124

## SUMMARY

# September 2019

Una splendida *Tea Falco* illumina la nostra nuova copertina, scattata in *Sicilia* dal fotografo *Marco Onofri*. Personaggio poliedrico e fuori dagli schemi, Tea è attrice, regista, modella, musicista e fotografa.

La incontriamo nella sua terra natale, proprio vicino a *Catania*, nel suggestivo scenario del nostro *I Monasteri Golf & SPA Resort* alle porte di *Siracusa*. Ci porta a passeggio fuori, per i vicoli di *Ortigia*, tra mercatini e piccole calette. Ci siamo divertiti a scoprire cosa si cela dietro il talento di questa giovane e promettente artista nell'intervista del *Cover Story* centrale.

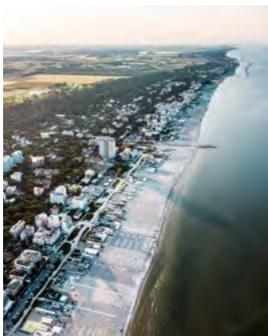
In copertina, Tea ea indossa un pijamas stampato Etro e occhiali da sole Stella McCartney.



## Cover Story

# 20

Anche quest'anno il tennis internazionale ha animato la cornice storica del tennis club di MarePineta con il *JSH Tennis Championship* e una bella novità, che vi raccontiamo



## Tennis

# 36

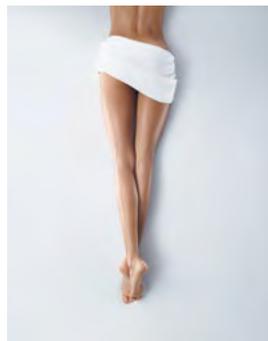
Incontriamo *Stefano Seletti* a *MarePineta Beach*, da quest'anno con *Monkey Lamp Seletti*. Un incantevole visionario, un anticonformista con aplomb d'altri tempi che noi amiamo



## People

# 62

Vi proponiamo trattamenti "back to work" per iniziare l'autunno al meglio nella nostra *Acaya SPA by Clarins*, un'oasi di benessere nel cuore del Salento aperta tutto l'anno



## Wellness

# 70

# 94

# 110

# 144

# 184

Vi presentiamo *Gabriele Castiello*, chef di *Acaya Golf & SPA Resort*. La sua è una storia bella, ricca di esperienze e sempre in crescita, sulla strada per la felicità. *In cucina*



## Food

JSH lancia il nuovo progetto *#BeautyIsHarmony* insieme alla bellissima *influencer* e *modella curvy* *Laura Brioschi*, in tour nelle nostre destinazioni per un messaggio positivo e inclusivo



## Projects

Atleta di punta della nazionale italiana di golf, promessa del golf internazionale: è *Lulu Farina*, cresciuta nelle scuderie de *I Monasteri Golf Club* sotto l'ala del coach *Marra*



## Golf

Partiamo alla scoperta dell'Italia più bella in sella a una bicicletta, tra ville, abbazie, borghi medievali, riserve naturali, tratti di costa incontaminata e pause di puro piacere



## Bike

Prosegue fino a *Novembre* la rassegna gourmet di *Radisson Blu es. Hotel Rome "Rooftop in Rome: a Dinner With"*. Esclusive cene a 4 mani in compagnia di chef stellati *Michelin*



## Gourmet

# 202 212 226 240

# INSIGHT #19

*Lavorare duro, ma felici. Vi raccontiamo la promessa JSH nel segmento MICE, tra location straordinarie, servizi al top e garanzia di successo in ogni tipo di evento*



## Business

*Nell'anno del Centenario che celebra Federico Fellini, vi diamo qualche anticipazione sull'apertura del Museo dedicato a questo artista geniale nella sua città: Rimini*



## Culture

*In occasione della mostra "Time after Time" allestita presso la Galleria d'Arte Augeo di Rimini, incontriamo a duoMo hotel l'artista Lapone*



## Art

*Per la rassegna "Un Caffè Con", il giornalista sportivo Alessandro Bonan si racconta davanti a un buon caffè nella sua Toscana, a Golf Hotel Punta Ala*



## Coffee

**EDITORE**  
JSH GROUP SPA  
Via Galleria del Corso, 1  
20122 Milano  
T. +39 0541 620122

**DIRETTORE  
RESPONSABILE**  
Paolo Guiducci

**DIREZIONE ARTISTICA  
DIREZIONE EDITORIALE  
CONCEPT GRAFICO**  
Martina Barberini  
[martina.barberini@jsh-hotels.com](mailto:martina.barberini@jsh-hotels.com)

**STAMPA**  
Modulgrafica Forlivese S.p.A.  
[info@modulforlivese.it](mailto:info@modulforlivese.it)  
[www.modulforlivese.it](http://www.modulforlivese.it)

**JSH**  
HOTELS & RESORTS

Periodico Registrato presso  
il Tribunale di Milano  
Aut.n° 92 del 22 marzo 2018



# ELECTRIC & MORE



**NUOVO OUTLANDER PHEV**  
IL SUV IBRIDO PLUG-IN PIÙ VENDUTO AL MONDO  
TUO DA **€ 22.450** GRAZIE AL FINANZIAMENTO ECO TECH  
(TAN 0,00% - TAEG 0,90%)

Paghi subito la metà e dopo due anni senza rate e senza interessi puoi decidere se tenerlo, restituirlo o sostituirlo. Assicurazione incendio e furto inclusa.



## OUTLANDER PHEV



Mitsubishi Outlander PHEV è molto più di un'auto elettrica. L'incontro tra la tecnologia a benzina e la tecnologia elettrica. La potenza di due motori unita alla modalità di guida Sport Mode. Il sistema 4x4 S-AWC ti garantisce il controllo in ogni situazione, e l'autonomia combinata di 600 km ti dà assoluta libertà di guida. Con un consumo di 1.8l/100 km (NEDC) e le ridotte emissioni di CO<sub>2</sub>, c'è ancora più risparmio per te e aria pulita per tutti.

Prova il meglio: visita [www.mitsubishi-motors.it](http://www.mitsubishi-motors.it) e trova il concessionario più vicino a te.

Consumo NEDC correlato/WLTP Ponderato, Ciclo Misto 1,8/2,0 (L/100km).  
CO<sub>2</sub> NEDC correlato/WLTP Ponderato, Ciclo Misto 41/46 (g/km).

Consumi ed Emissioni calcolate in base al metodo di misurazione/correlazione riferito al ciclo NEDC (New European Driving Cycle) correlato al ciclo WLTP (World Harmonized Light Vehicle Test Procedure). WLTP: A partire dal 1° settembre 2017 alcuni veicoli nuovi sono stati omologati secondo la procedura di prova armonizzata a livello internazionale (WLTP), che è una procedura di prova nuova e più realistica per misurare il consumo di carburante e le emissioni di CO<sub>2</sub>. A partire dal 1° settembre 2018 la procedura WLTP sostituisce integralmente l'attuale procedura di prova, ovvero il ciclo di guida europeo (NEDC). A causa delle condizioni di prova più realistiche, il consumo di carburante e le emissioni di CO<sub>2</sub> misurati secondo la procedura WLTP sono in molti casi più elevati rispetto a quelli misurati con il NEDC. Oltre al rendimento del motore, anche lo stile di guida ed altri fattori non tecnici contribuiscono a determinare il consumo di carburante e le emissioni di CO<sub>2</sub>. Il Biossido di carbonio è il gas ad effetto serra principalmente responsabile del riscaldamento terrestre.

\*Salvo indicazioni e limitazioni previste da contratto.  
\*Annuncio pubblicitario con finalità promozionale. Offerta valida solo con finanziamento Eco Tech. Esempio rappresentativo di finanziamento: OUTLANDER PHEV Instyle prezzo listino €49.900; prezzo promo €43.900; anticipo €22.409,59 (comprensivo di servizi assicurativi facoltativi e spese di istruttoria €350); importo totale del credito €23.952; da restituire in 23 rate mensili ognuna di €0 ed una rata finale di €23.952; importo totale dovuto dal consumatore €26.482,47. TAN 0,00% (tasso fisso) - TAEG 0,90% (tasso fisso). Spese comprese nel costo totale del credito: interessi €0, incasso maxi rata finale €3,5 a mezzo BP, produzione e invio lettera conferma contratto €1; comunicazione periodica annuale €1 cad; imposta sostitutiva: €59,88. Offerta valida fino al 30/09/2019. Condizioni contrattuali ed economiche nelle "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" presso i concessionari e sul sito [www.santanderconsumer.it](http://www.santanderconsumer.it), sez. Trasparenza. Salvo approvazione di Santander Consumer Bank. Assicurazione facoltativa (pertanto non inclusa nel TAEG) e non finanziata Zurich Insurance Company Ltd Incendio, Furto e garanzie Cristalli, Atti vandalici, Eventi naturali, Assistenza Furto e 24 mesi di Valore a Nuovo, durata 24 mesi; esempio €2.111,59 su prov. FI comprese imposte. Prima della sottoscrizione della suddetta copertura assicurativa leggere il set informativo consultabile presso le filiali Santander Consumer Bank e i concessionari e disponibile sul sito internet [www.santanderconsumer.it](http://www.santanderconsumer.it), sez. Trasparenza. Messaggio finalizzato al collocamento di polizze auto. Le immagini inserite sono a scopo illustrativo. Le caratteristiche e i colori possono differire da quanto rappresentato.



“Abbiamo preso un impegno che ci allinea al movimento globale in ambito di sostenibilità ambientale”

**ANDREA CIGARINI**  
Co-founder of JSH Hotels & Resorts

## LE NOSTRE SCELTE ECOSOSTENIBILI

Abbiamo a cuore il nostro ambiente. Siamo promotori dei nostri territori e amiamo farli conoscere, per offrire un'esperienza di qualità e valore nel rispetto delle bellezze che ci circondano, fatte di paesaggi unici, enogastronomia, cultura, natura, storia.  
Lo facciamo a tavola, servendo cibi

prevalentemente locali e di stagione, cucinati secondo la tradizione dei nostri luoghi e la nostra filosofia di Fresco, Italiano e Semplice.  
Lo facciamo con i Local Coach, offrendo un servizio di concierge evoluto che permette di partire alla scoperta delle meraviglie che si schiudono uscendo dai cancelli dei nostri resort.

L'attenzione al territorio e alle bellezze che ci circondano è una priorità per noi e viaggia di pari passo con una forte sensibilità e attenzione alla loro tutela.

Diversi gruppi alberghieri e brand internazionali si stanno allineando al trend attuale, che risponde all'esigenza impellente di prendere posizioni concrete sul tema dell'ecosostenibilità. I clienti vengono tenuti informati su queste tematiche, un'informazione che varia e può essere più o meno spinta o reale, ma che sicuramente, negli ultimi tempi, ha un focus prevalente sul "plastic free".

JSH si inserisce in questa tendenza con scelte che prevedono, da una parte, un approccio fortemente votato al risparmio energetico, con la selezione di partner sensibili al tema, come Officine Verdi,

realità che opera nella riqualificazione energetica, nell'efficientamento e nell'uso esclusivo di fonti rinnovabili.

Dall'altra parte, c'è la volontà, entro l'anno 2020, di ridurre drasticamente l'uso della plastica all'interno dei nostri alberghi con l'eliminazione di cannucce di plastica, agitatori e cottonfioc, oltre che di diversi accessori da bagno. In sostituzione, verranno introdotte alternative in carta e in materiale biodegradabile o, nel caso dei beauty kit, verranno installati dispenser di sapone e shampoo e forniti cottonfioc realizzati in fsc o pefc.

Un impegno voluto che ci allinea al movimento globale in ambito di sostenibilità ambientale, che prendiamo nei confronti del nostro pianeta, di chi lo abita e lo abiterà nei prossimi anni, ma soprattutto verso i nostri ospiti e noi stessi.

---

## OUR ECO-SUSTAINABLE CHOICES

*"We made a commitment that aligns us with the global movement in the field of environmental sustainability"*

*We care about our environment. We are promoters of our territories and we love to make them known, to offer an experience of quality and value in respect of the beauties that surround us, made of unique landscapes, food and wine, culture, nature, history.*

*We do it at the table, serving local and seasonal foods, cooked according to the tradition of our places and our philosophy of Fresh, Italian and Simple. We also do it with our Local Coaches, offering an advanced concierge service that allows you to set off to discover the wonders that unfold as you exit our resort gates. The attention to the territory and the beauty that surrounds us is a priority for us and it goes hand in hand with a strong sensitivity and attention to their protection. Several hotel groups and international brands are aligning themselves with the current trend, which responds to the urgent need to take concrete positions on the theme of eco-sustainability. Customers are kept informed on these issues, information that varies and can be more or less pushy or real, but that certainly, in recent times,*

*has a prevalent focus on "plastic free".*

*JSH is part of this trend with choices that include, on the one hand, an approach strongly focused on energy saving, with the selection of partners who are sensitive to the topic, such as Officine Verdi, a company that operates in energy redevelopment, efficiency and the exclusive use of renewable sources.*

*On the other hand, there is the will, by the year 2020, to drastically reduce the use of plastic in our hotels by eliminating plastic straws, stirrers and plastic q-tips, as well as various accessories from the bathrooms. As a replacement, alternatives will be introduced in paper and biodegradable material or, in the case of beauty kits, soap and shampoo dispensers will be installed and q-tips will be provided in FSC or PEFC certified formats.*

*This is a desired commitment that aligns us with the global movement in the field of environmental sustainability, which we take in respect for our planet, those who live in it and will live in the coming years, but above all towards our guests and ourselves.*

**ANDREA CIGARINI**

Co-founder of JSH Hotels & Resorts

## JLIVE

RESORTS

- **I MONASTERI GOLF & SPA RESORT**  
*Traversa Monasteri di Sotto, 3 - 96010 Siracusa (SR)*  
*T +39 0931 941470 - info@imonasterigolfresort.com*
- **MAREPINETA RESORT**  
*Viale Dante, 40 - 48015 Milano Marittima (RA)*  
*T +39 0544 992263 - info@marepinetaresort.com*
- **ACAYA GOLF RESORT & SPA**  
*Strada Comunale di Acaya Km 2 - 73029 Acaya (LE)*  
*T +39 0832 861385 - info@acayagolfresort.com*
- **GALZIGNANO TERME GOLF & SPA RESORT**  
*Viale delle Terme, 84 - 35030 Galzignano Terme (PD)*  
*T +39 049 9195555 - info@galzignano.it*
- **GOLF HOTEL PUNTA ALA**  
*Via del Gualdo, 2 - 58040 Punta Ala (GR)*  
*T +39 0564 9401 - info@golfhotelpuntaala.it*
- **IL PICCIOLO ETNA GOLF RESORT & SPA**  
*S.S. 120 km, 200 - 95012 Castiglione di Sicilia (CT)*  
*T +39 0942 986384 - info@ilpiccioloetnagolfresort.com*
- **PARADISE RESORT & SPA**  
*Loc. Lu Impostu - 08020 San Teodoro (OT)*  
*T +39 0784 1908000 - info@paradiseresortsardegna.com*

## JHUB

CITY HOTELS

- **RADISSON BLU ES. HOTEL ROMA**  
*Via Filippo Turati, 171 - 00185 Roma*  
*T +39 06 444481 - info.rome@radissonblu.com*
- **HOTEL ROME PISANA**  
*Via della Pisana, 374 - 00163 Roma*  
*T +39 06 40046900 - info@hotelrome-pisana.com*
- **LIVING PLACE HOTEL BOLOGNA**  
*Via Villanova, 31 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)*  
*T +39 051 60091 - info@livingplace.it*
- **RIPAMONTI Residence & Hotel Milano**  
*Via dei Pini, 3 - 20090 Pieve Emanuele (MI)*  
*T +39 02 90781355 - info@ripamontiresidence.it*
- **DUOMO HOTEL RIMINI**  
*Via Giordano Bruno, 28 - 47900 Rimini*  
*T +39 0541 24215/6 - info@duomohotel.com*

## JSH

HOTELS & RESORTS

### CONTATTI Contacts

Centralino: [info@jsh-hotels.com](mailto:info@jsh-hotels.com) +39 0541 620122  
 Proposte: [sviluppo@jsh-hotels.com](mailto:sviluppo@jsh-hotels.com)  
 Direzione Vendite: [alessandro.potenza@jsh-hotels.com](mailto:alessandro.potenza@jsh-hotels.com)  
 Eventi: [events@jsh-hotels.com](mailto:events@jsh-hotels.com)  
 Ufficio Stampa: [press@jsh-hotels.com](mailto:press@jsh-hotels.com)  
 Risorse Umane: [staff@jsh-hotels.com](mailto:staff@jsh-hotels.com)  
 Amministrazione: [amministrazione@jsh-hotels.com](mailto:amministrazione@jsh-hotels.com)



Siracusa, Sicilia



I Monasteri  
Golf & SPA Resort

Castiglione di Sicilia



Il Picciolo Etna  
Golf Resort & SPA

Maremma, Toscana



Golf Hotel  
Punta Ala

Milano Marittima, E. Romagna



MarePineta  
R sort

Salento, Puglia



Acaya  
Golf Resort & SPA

Colli Euganei, Veneto



Galzignano Terme  
SPA & Golf Resort

# I MONASTERI

GOLF & SPA RESORT

Una dimora storica nella campagna siciliana che fu un tempo monastero dei benedettini. Riconvertito in esclusivo resort, è oggi un raffinato rifugio alle porte di Siracusa immerso nel verde di agrumeti, fichi d'india, palme e ulivi.

Syracuse, Sicily  
[www.imonasterigolfresort.com](http://www.imonasterigolfresort.com)



**OPEN**

from March to October

**ROOMS**

102 with private entrance

**GOLF**

18 holes par 71

**SPA**

New Zagara SPA by Clarins

**FOOD&DRINKS**

2 Restaurants and 3 Bars

**POOL**

Outdoor pool with Jacuzzi

**EVENTS**

Congress Center max 200 seats

Location for private events

**TOURS**

Local Coach for personalized itineraries



# I MONASTERI

GOLF & SPA RESORT



5 stelle storico nell'entroterra siracusano, I Monasteri Golf & SPA Resort sorge all'interno di una villa che fu un tempo monastero dei benedettini, poi dimora di alcuni casati nobiliari, tra cui i Catalano e i baroni di Melilli. Riconvertito successivamente in struttura ricettiva, è oggi un raffinato rifugio alle porte di Siracusa, città dalla storia millenaria, immerso nel verde di agrumeti, palme, carrubi e ulivi, con campo golf 18 buche par 71, nuovissima "Zagara SPA by Clarins", piscine interne ed esterne, 102 camere dotate di ogni comfort affacciate sul campo golf e sulla campagna siciliana.

*A 5-star hotel in the secluded Siracusa outback, I Monasteri Golf & SPA Resort is housed in a villa that was once a Benedictine monastery, then the home of noble families, including the Catalans and the barons of Melilli. Subsequently converted into a refined refuge on the outskirts of Syracuse, surrounded by green citrus groves, palm trees, carobs and olive trees, with 18-hole par 71 golf course, brand-new "Zagara SPA by Clarins", indoor and outdoor pools, 102 rooms and suites equipped with every comfort overlooking the green and the Sicilian countryside.*



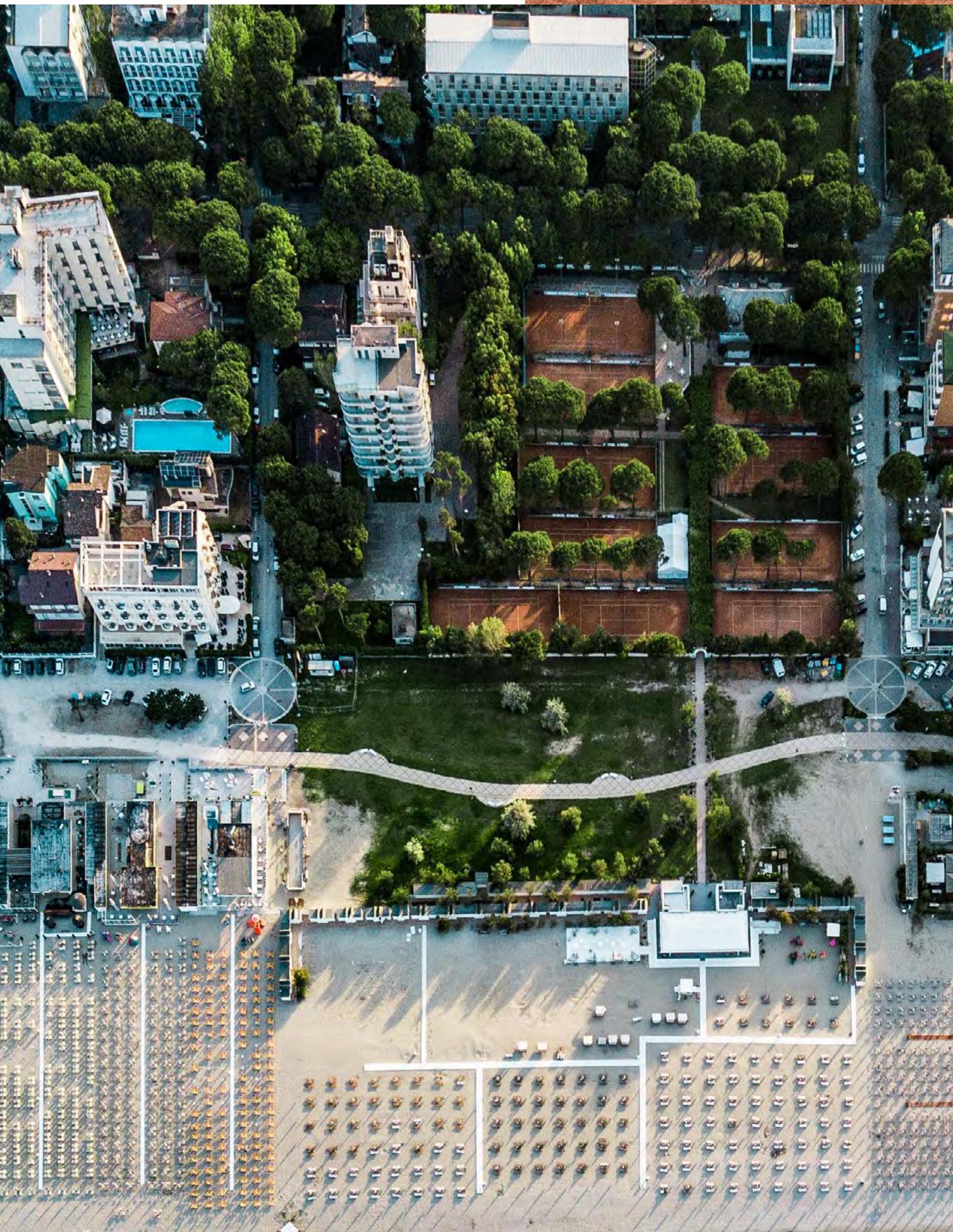


# THE MAGIC OF SICILY

\*\*\*\*\*

I MONASTERI GOLF & SPA RESORT

Traversa Monasteri di Sotto, 3 - 96010 Siracusa  
T. 39.0931.1849044 - Email [info@imonasterigolfresort.com](mailto:info@imonasterigolfresort.com) - [www.imonasterigolfresort.com](http://www.imonasterigolfresort.com)



JSH

SPORT

# .il tennis

## Internazionale a Milano Marittima

IV EDIZIONE DEL JSH TENNIS CHAMPIONSHIP.  
CON UNA BELLA NOVITÀ

Uno dei tornei con più iscritti al mondo nella categoria ITF grado A  
450 tennisti provenienti da tutto il mondo  
2.000 partecipanti tra sportivi, spettatori, tifosi addetti ai lavori, giornalisti  
MarePineta Lawn Tennis Club - Milano Marittima - 10/18 maggio 2019

A cura di Ufficio Comunicazione JSH  
Photo © JSH Hotels & Resorts  
& © Diego Di Clemente



JSH

SPORT

# JSH

## Tennis Championship

TORNEO INTERNAZIONALE CATEGORIA ITF GRADO A

La IV Edizione del nostro JSH Tennis Championship, torneo internazionale categoria ITF Grado A, si è svolta come ogni anno a maggio presso il prestigioso Lawn Tennis Club di MarePineta Resort. Ancora una volta questa competizione ha rivelato la sua anima internazionale con la partecipazione di giocatori provenienti da tutto il mondo e facendo segnare numeri da record anche in questa edizione.

Forte richiamo per spettatori e addetti ai lavori nella verde e mondana Milano Marittima. L'appuntamento è stato anche occasione per il lancio ufficiale di una nuova e speciale collaborazione: quella tra JSH Hotels & Resorts - MarePineta Resort e l'Associazione Dynamo Camp Onlus.

GIOCATORI IN CAMPO  
IV Edizione del JSH Tennis Championship



# IV Edizione

OLTRE 450 ISCRITTI PROVENIENTI DA TUTTO IL MONDO

110 campi da tennis in terra rossa del MarePineta Lawn Tennis Club che affacciano sul Mare Adriatico hanno ospitato anche quest'anno uno degli eventi sportivi più importanti e attesi in Riviera: il JSH Tennis Championship. Giunto alla sua IV Edizione, lo storico ex "Adriatic Championship", ha animato il circolo MarePineta Lawn Tennis Club di Milano Marittima dal 10 al 18 maggio 2019, in un contesto unico in termini di bellezza naturale e ampiezza, direttamente sul mare e nel cuore di una pineta secolare, in uno dei circoli più prestigiosi della costa adriatica romagnola.

Con oltre 450 iscritti di livello medio alto provenienti da tutto il mondo di età compresa tra i 35 anni e gli over 80, il torneo, inserito nel calendario ufficiale ITF, è tra le competizioni con il maggior numero di iscritti nella categoria ITF grado A e richiama ogni anno a Milano Marittima un pubblico di oltre 2.000 persone tra sportivi, tifosi, tecnici e giornalisti. Un evento di grande importanza e di richiamo internazionale.

Un ringraziamento speciale va ai partner dell'evento che, anche quest'anno come ogni stagione, hanno dato un sostegno fondamentale alla nostra iniziativa sportiva:

**Terre Davis**, nostro partner della terra rossa in Italia;

**Alfa Romeo e Jeep**, brand automotive internazionali che da anni sostengono con interesse il nostro torneo;

**Babolat**, la casa francese e marchio internazionale legato al mondo del tennis, che annovera tra i suoi campioni Rafael Nadal, campione indiscusso della terra rossa;

**Apis**, nostro fornitore da anni e partner prezioso nell'allestimento dei campi;

**MacchiaJ**, fashion brand legato al MarePineta simbolo del lifestyle italiano;

**Dynamo Camp**, Onlus che da quest'anno il nostro gruppo ha deciso di sostenere;

**Salaroli**, eccellenza romagnola nel mondo dell'arredo e del design per la casa.

Jeep

apis  
Society of Innovation

Dynamo Camp  
Right to Happiness

Alfa Romeo

Babolat

MAREPINETA  
RESORT  
MILANO MARITTIMA

MACCHIAJ

TERRE DAVIS

SALAROLI

JSH  
HOTELS & RESORTS

LA GIORNALISTA SKY DALILA SETTI  
a MarePineta durante il  
JSH Tennis Championship 2019





# Dynamo Camp

JSH HOTELS & RESORTS E MAREPINETA A SOSTEGNO DI DYNAMO CAMP

Novità dell'edizione 2019 è stata il lancio ufficiale della collaborazione tra JSH Hotels & Resorts e Dynamo Camp, il primo camp di Terapia Ricreativa in Italia che da oltre 10 anni ospita gratuitamente bambini gravemente malati dai 6 ai 17 anni, inaugurata proprio in occasione del torneo di tennis. Sull'onda della grande partecipazione alla competizione sportiva, JSH Hotels & Resorts e MarePineta Resort, insieme a tutti i Partner dell'evento, hanno infatti deciso di organizzare una raccolta fondi con una lotteria a premi a favore dell'Associazione Dynamo Camp Onlus.

A tale scopo, durante tutta la durata del torneo, presso la Club House del MarePineta Lawn Tennis Club, è stato presente un Desk Dynamo dove erano disponibili i biglietti della lotteria. L'estrazione, avvenuta martedì 14 maggio alle ore 16:30 durante il rinfresco organizzato per tutti i partecipanti del torneo, ha visto la presenza di rappresentanti Dynamo, del board JSH Hotels & Resorts e dei Partner dell'evento.

*"Siamo molto onorati di poter sostenere Dynamo Camp durante questo storico torneo. Ci è sembrata l'occasione migliore per organizzare una raccolta fondi, vista la grande affluenza di giocatori e spettatori. Per una settimana si accendono i riflettori su Milano Marittima, parliamo di oltre 2.000 persone che potranno partecipare all'estrazione e dare il proprio contributo per questa incredibile organizzazione, che da dieci anni opera su tutto il territorio per regalare momenti di gioia, svago e divertimento a bambini malati e alle loro famiglie".* - dichiara Raniero Amati, Direttore Marketing e



“Siamo molto onorati di poter sostenere Dynamo Camp durante questo storico torneo”

RANIERO AMATI  
Direttore Marketing e socio fondatore di  
JSH Hotels & Resorts

## UN MOMENTO DELLE PREMIAZIONI a MarePineta Lawn Tennis Club

socio fondatore del gruppo JSH Hotels & Resorts, che è stato presente il pomeriggio del 14 maggio insieme a Dynamo Camp.

*"Questo è il primo passo verso una collaborazione che vogliamo curare ed estendere ad altri eventi e altre destinazioni. Faremo il massimo per sostenere Dynamo Camp all'interno dei nostri hotel e attraverso le numerose attività che sviluppiamo. Chiediamo a chiunque ci segua e lo desideri, di unirsi a noi."* - conclude Amati.

Il nostro storico resort, avvolto dalla pineta secolare e dai rigogliosi giardini e a soli 50 passi dal mare di Milano Marittima, con l'appoggio di JSH Hotels & Resorts e dei Partner, si è unito dunque a una nuova causa diventando il luogo dove poter dare un sostegno concreto e utile a una nobile causa. — ■

UN'IMMAGINE STORICA  
del Circolo Tennis di MarePineta



# Tennis

International tennis in Milano Marittima. With good news. The 4th Edition for the JSH Tennis Championship

ONE OF THE MOST-ATTENDED TOURNAMENTS IN THE WORLD IN THE GRADE A ITF CATEGORY  
450 TENNIS PLAYERS FROM ALL OVER THE WORLD  
2,000 PARTICIPANTS INCLUDING SPORTSMEN, SPECTATORS, INSIDERS, JOURNALISTS  
MAREPINETA LAWN TENNIS CLUB - MILANO MARITTIMA - 10/18 MAY 2019

The 4th edition of our international ITF Grade A JSH Tennis Championship was held, as every year, in May at the prestigious Lawn Tennis Club of MarePineta Resort. Record-breaking numbers and players from all over the world have, once again, made this competition an international appeal for thousands of spectators and service workers in the green and worldly Milano Marittima.

The event was also an occasion for the official launch of a new, exciting collaboration: the one between MarePineta - JSH Hotels & Resorts and the non-profit Association Dynamo Camp Onlus.

The 10 red clay tennis courts overlooking the Adriatic Sea of MarePineta Lawn Tennis Club have also hosted one of the most important and anticipated sporting events on the Riviera, the JSH Tennis Championship. Now in its 4th edition, the historic former "Adriatic Championship", animated the MarePineta Lawn Tennis Club of Milano Marittima from the 10th to 18th of May 2019, in a unique context: in terms of natural beauty and breadth, directly on the sea and in the heart of a centuries-old pine forest, in one of the most prestigious circles of the Adriatic coast of Romagna.

With over 450 high-end ITF members from around the world aged between 35 and over 80, the tournament, included in the official ITF calendar, is among the competitions with the largest number of registrants in the ITF category Grade A and attracts every year in Milan Marittima an audience of more than 2,000 people including sportsmen, fans, technicians and journalists. An event of great importance and international appeal.

New to the 2019 edition was the official launch of the collaboration between JSH Hotels & Resorts and Dynamo Camp, the first Recreational Therapy camp in Italy that for more than 10 years has been home to gravely ill children aged 6 to 17, inaugurated by the tennis tournament.

In the wake of the great participation in the sports competition, JSH Hotels & Resorts and MarePineta Resort, together with all the partners of the event, decided to organize a fundraiser lottery with proceeds going to Dynamo.

For this purpose, during the duration of the tournament, at the Club House of the MarePineta Lawn Tennis Club, there was a Dynamo Desk where tickets were available for the lottery. The draw, which took place on Tuesday, May 14 at 16:30 during the refreshment organized for all participants of the tournament, was attended by Dynamo representatives, the JSH Hotels & Resorts board and the partners of the event, to which goes a special thanks for the fundamental support given to our sporting initiative:

**Terre Davis**, our red clay partner in Italy;  
**Alfa Romeo** and **Jeep**, two international automotive brands that have been supporting our tournament with interest for years;  
**Babolat**, the French company and international brand linked to the world of tennis, which includes among its champions **Rafael Nadal**, undisputed leader of the red clay;  
**Apis**, our supplier for years and a valuable partner in the field preparation;  
**MacchiaJ**, fashion brand going side by side with the

MarePineta and symbol of the Italian lifestyle; **Dynamo Camp**, non-profit organization that this year our group decided to support;  
**Salaroli**, an excellence in the world of home furnishings and design.

"We are very honored to be able to support Dynamo Camp during this historic tournament. It seemed to us the best opportunity to organize a fundraiser, given the large turnout of players and spectators. For a week the spotlight is on Milano Marittima, we are talking about more than 2,000 people who will be able to participate in the draw and make their contribution to this incredible organization, which for ten years has been working all over the territory to give moments of joy, recreation and fun for sick children and their families." - says Raniero Amati, Marketing Director and founding member of the JSH Hotels & Resorts Group, that will be 14, along with Dynamo Camp.

"This is the first step towards a collaboration that we want to curate and extend to other events and other destinations, we will do everything to support Dynamo Camp within our hotels and through the many activities we develop. We encourage anyone who follows us and wishes to join us." - concludes Amati.

Our historic resort, shrouded in centuries-old pine forest and lush gardens, completely renovated by Studio Lissoni in Milan and just 50 steps from the sea of Milano Marittima, with the support of JSH Hotels & Resorts and Partners, has therefore joined a new cause becoming the place where they can give concrete and useful support. — ■



# 5x1000 A DYNAMO CAMP

Il **5x1000** è una scelta, un gesto semplice che, in 12 anni di attività, ci ha permesso di rendere felici oltre 35.000 bambini e genitori. Scegli **Dynamo Camp Onlus** e contribuisci a regalare a un bambino malato e alla sua famiglia l'esperienza unica di una vacanza di **Terapia Ricreativa** nel nostro Camp in Toscana, il primo in Italia appositamente strutturato per ospitare bambini e ragazzi affetti da patologie gravi o croniche. **Grazie!**



Associazione **Dynamo Camp Onlus**

Via Ximenes, 662 loc. Limestone  
51028 San Marcello Piteglio (PT)

Numero Verde  
**800-526272**

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

Puoi anche donare con SMS e chiamata da rete fissa al numero solidale permanente **45519**

# MAREPINETA

RESORT

Emblema della dolce vita in riviera, ritrovo per il jet set internazionale in vacanza in Romagna. Un hotel storico, che dal 1927 scrive la storia della mondanità sulla costa Adriatica



**OPEN**  
from April to October

**ROOMS**  
165 rooms & suites

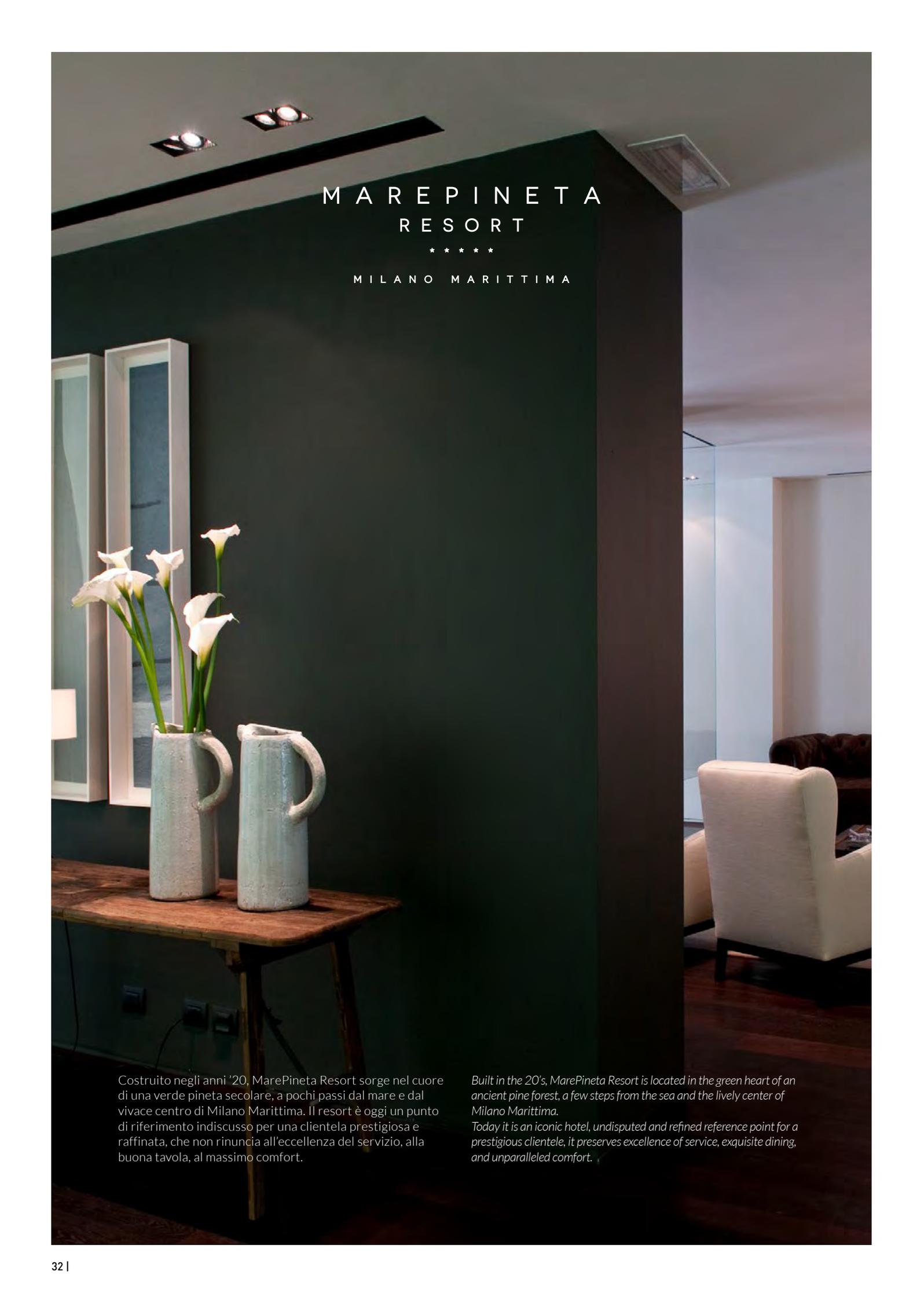
**FOOD&DRINKS**  
Hotel & Beach Restaurants  
Lounge Bar and Beach Bar

**BEACH**  
Exclusive private beach

**KIDS**  
Mini Club

**TOURS**  
Local Coach for  
personalized itineraries

**EVENTS**  
Congress Center max 280 seats  
Location for private events



MAREPINETA  
RESORT

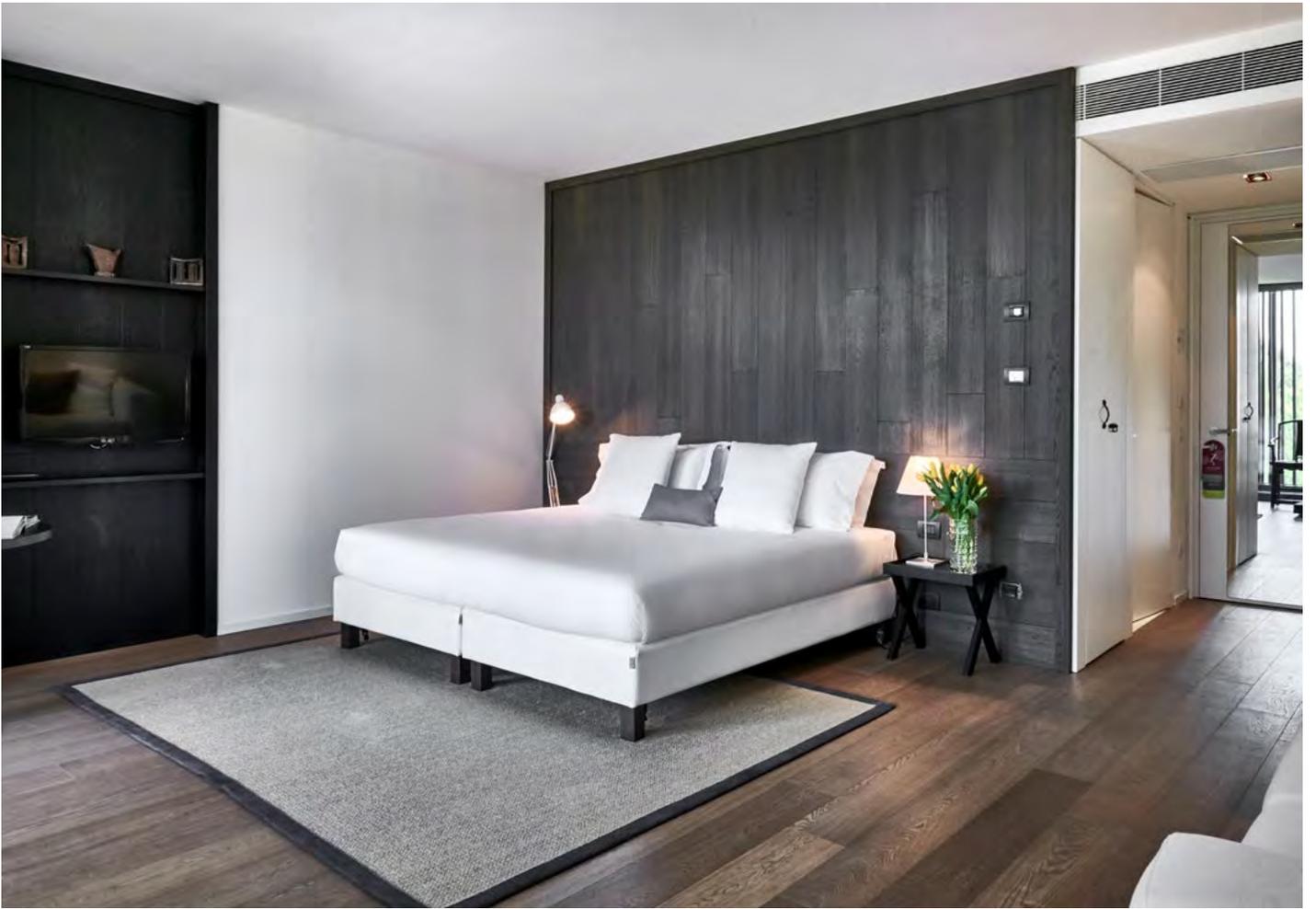
\*\*\*\*\*

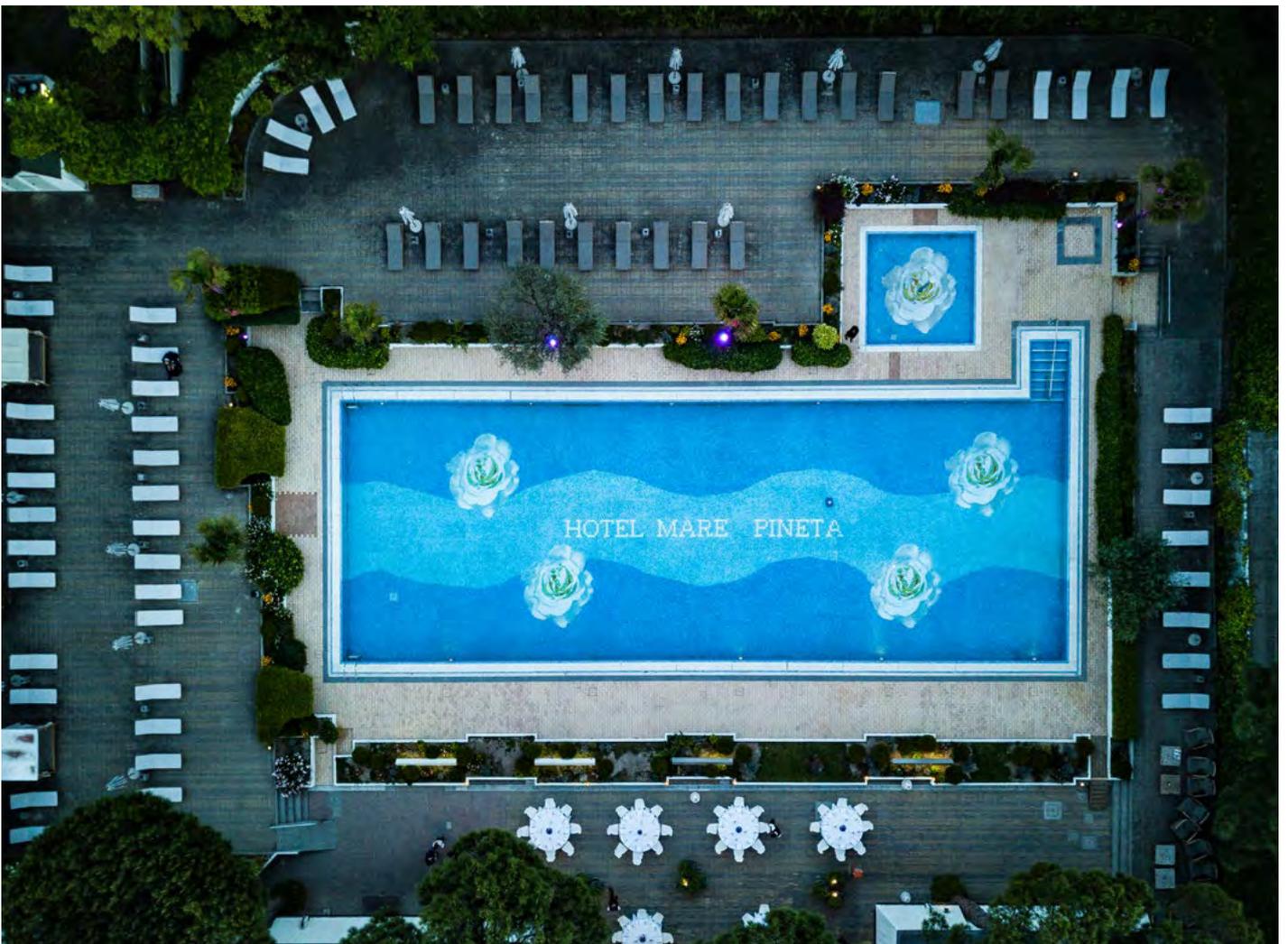
MILANO MARITTIMA

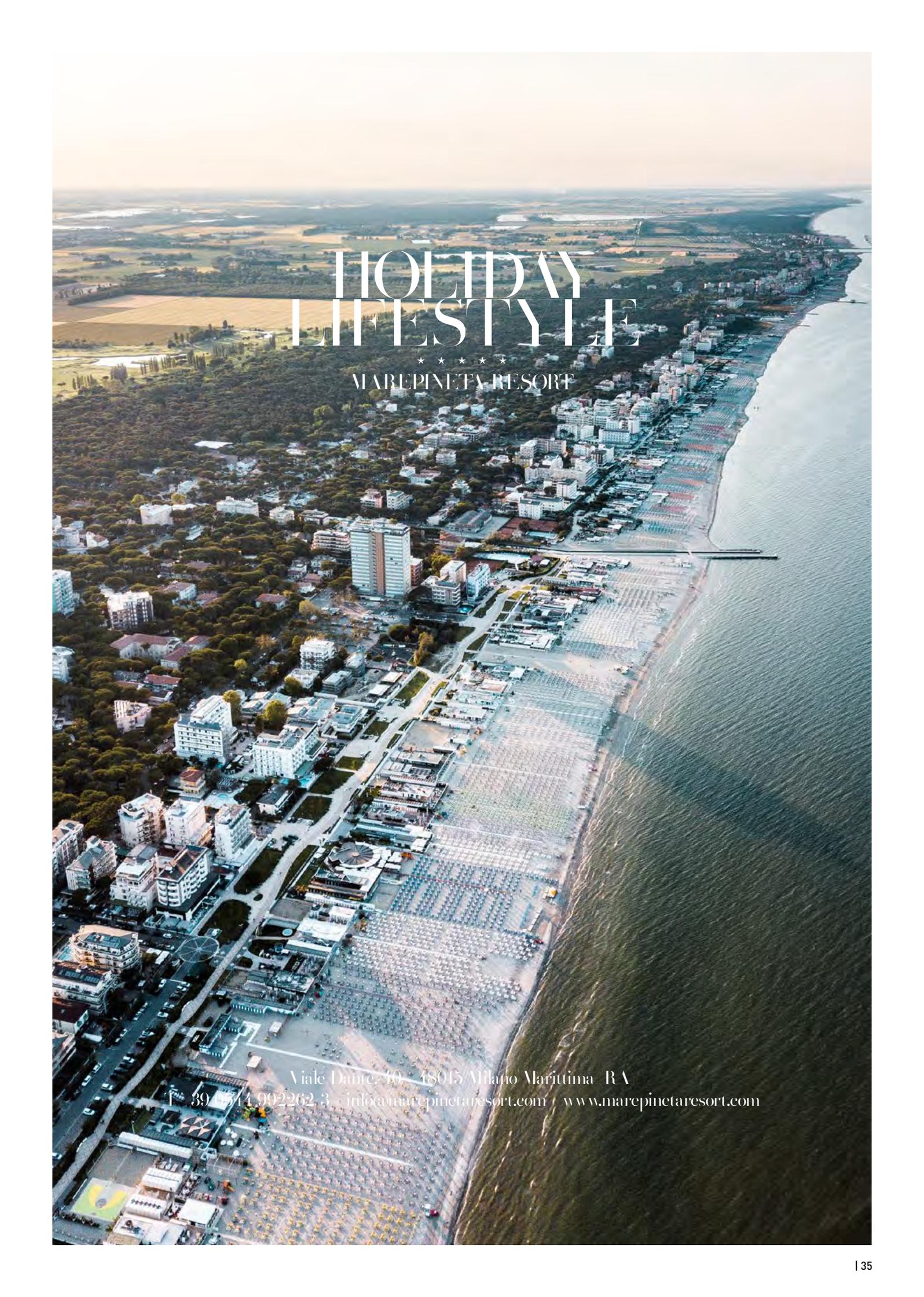
Costruito negli anni '20, MarePineta Resort sorge nel cuore di una verde pineta secolare, a pochi passi dal mare e dal vivace centro di Milano Marittima. Il resort è oggi un punto di riferimento indiscusso per una clientela prestigiosa e raffinata, che non rinuncia all'eccellenza del servizio, alla buona tavola, al massimo comfort.

*Built in the 20's, MarePineta Resort is located in the green heart of an ancient pine forest, a few steps from the sea and the lively center of Milano Marittima.*

*Today it is an iconic hotel, undisputed and refined reference point for a prestigious clientele, it preserves excellence of service, exquisite dining, and unparalleled comfort.*







# HOLIDAY LIFESTYLE

★ ★ ★ ★ ★  
MAREPINETA RESORT

Viale Dante, 40 - 48015 Milano Marittima - RA  
☎ 39 0574 992262.3 - info@marepinetaresort.com - www.marepinetaresort.com

PEOPLE  
JSH

THE PEOPLE WE LOVE

# STEFANO SELETTI

Un incantevole visionario sotto il cielo di Milano Marittima

TESTO E INTERVISTA A CURA DI MARTINA BARBERINI  
UFFICIO COMUNICAZIONE JSH  
PHOTO © DIGITALLANE  
& © PHOTO COURTESY OF SELETTI



## OUR BEACH (R)Evolution

Incontriamo Stefano Seletti, mentore e leader di un'azienda che ha saputo rivoluzionare il concetto di design nel mondo. Siamo a MarePineta Resort, è qui che nasce il nostro sodalizio, dall'idea di un progetto che si è concretizzata nella stagione 2019 con la presenza del marchio Seletti e delle iconiche Monkey Lamp nell'esclusivo beach club.



**TEFANO... Un personaggio affascinante. UN UOMO APPASSIONATO ECCENTRICO VISIONARIO Un creativo vero, dallo SPIRITO CONTEMPORANEO MA CON APICOMB D'ALTRI TEMPI, alla guida di un'AZIENDA RICONOSCIUTA COME UNA ECCELLENZA ITALIANA NEL MONDO. Specchio della personalità IRRIVERENTE E FUORI DAGLI SCHEMI DEL SUO LEADER.**

Ci sono tutti gli ingredienti per una storia bella, di quelle da raccontare. Una visione del design che parte dalla passione. Il riuscito incontro tra Oriente e Occidente. Creatività e sperimentazione. Intuito, ironia. E quella giusta dose di spregiudicata freschezza che rompe gli schemi e apre nuove strade.

Questo è Stefano Seletti, e questa è la filosofia firmata Seletti, un'azienda che ha ispirato e continua a ispirare intere generazioni in modo del tutto trasversale. E che ha fatto dell'irriverenza, del colore e del divertimento i suoi punti di forza. Una visione che ci ha affascinati dal primo momento e che abbiamo voluto abbracciare, raccontare e fare nostra, portandola fino alla spiaggia di MarePineta Resort, da quest'anno firmata Seletti, con le iconiche Monkey Lamps, i tavolini da picnic Festival, e una collaborazione piena di fantasia, declinata su più livelli, di cui andiamo indiscutibilmente fieri.

Ma facciamo un passo indietro. L'azienda nasce nei primi anni Sessanta, quando il padre di Stefano, Romano Seletti, intraprende una serie di pionieristici viaggi commerciali verso l'estremo Oriente, Cina, Thailandia, India, e diventa uno dei primi importatori di prodotti per la casa. Ricordiamoci che parliamo degli anni '60. Se oggi pare scontato, ai tempi non lo era affatto.

Con la seconda generazione, il brand continua a crescere, evolve in fretta, acquisisce nuova linfa dalle intuizioni dei figli Stefano e Miria che sviluppano nuove strategie e danno il via a collaborazioni con designer e artisti italiani e internazionali che risulteranno vincenti, e che sono oggi il vero marchio di fabbrica. Tra le tante, quella con Maurizio Cattelan con la collezione *Toiletpaper*.

Dalla vendita porta a porta nei mercati nazionali, Seletti arriva fino ai negozi più esclusivi di New York, come il MoMA Design Store, apre due filiali ufficiali in Nord America e Cina, centinaia di negozi in tutto il mondo, si aggiudica premi alle più prestigiose fiere internazionali, vedi l'elezione a miglior stand di Maison & Objet a Parigi nel 2018. Un'azienda in evoluzione costante, con un laboratorio di design interno, il Selab, che dal 1988 anima la creatività del marchio Seletti e dà forma al flusso creativo, investendo nel divertimento e dando vita a prodotti provocatori e pieni di vitalità.

Per Stefano, la svolta arriva nell'anno della maturità, quando il padre lo vuole con sé in uno dei suoi lunghi viaggi in Cina. Un'esperienza che gli cambierà la vita, segnando per sempre il suo cammino.

In questa intervista esclusiva per Insight, vogliamo raccontarvi la sua storia, quella di un uomo non convenzionale e dai modi affabili che è oggi l'anima del brand. Un gentleman creativo, ma anche imprenditore, poiché capace di trasferire la sua visione all'interno dell'azienda e trasformarla in realtà. Un padre e marito che, nonostante la notorietà e il successo, rimane legato alle radici. La sua base resta un piccolo paesino sulle rive del Po in provincia di Mantova, dove sorge l'azienda e dove ha scelto di vivere insieme alla sua amata famiglia.



**“UNA VISIONE  
CHE PARTE DALLA  
PASSIONE. Il riuscito  
incontro tra Oriente e  
Occidente. CREATIVITA  
E SPERIMENTAZIONE.  
INTUITO E IRONIA. E  
quella giusta dose  
di SPREGIUDICATA  
FRESCHENZA**

**Stefano, partiamo subito con una domanda a bruciapelo: qual è il segreto del successo di Seletti?**

Mi sento di dire, senza peccare di presunzione, che siamo riusciti a trovare un equilibrio perfetto. Il nostro è un prodotto affordable, accessibile a tutti da un punto di vista economico, non lo è dal punto di vista mentale, concettuale. Lo specchietto con la cornice di plastica per esempio, che riporta ai tempi dei nostri nonni, è un prodotto che costa relativamente poco e che tutti si possono permettere, ma non tutti lo apprezzano o lo acquistano perché serve una certa cultura per amarli, non a tutti può piacere. È difficile trovare questo equilibrio e penso sia qualcosa di nuovo e interessante, che va in controtendenza. Di solito, soprattutto quando si parla dei grandi brand della moda, i prodotti piacciono, ma sono difficilmente accessibili da un punto di vista economico. Noi abbiamo invertito questo meccanismo, tutti possono comprare un oggetto Seletti, ma non tutti lo possono capire.

**Uno degli aspetti che contraddistingue la tua azienda oggi è la collaborazione con giovani designer e creativi. Come si capisce quando c'è del talento? Con che criteri valutate e scegliete i vostri collaboratori?**  
Solitamente, si tratta di affinità personali. Con

tutti i grandi creativi con cui ho collaborato c'è stata prima un'amicizia, poi è venuta la collaborazione. Come nel caso di *Toiletpaper*: solo dopo diversi anni aver conosciuto Pierpaolo e Maurizio abbiamo iniziato a lavorare insieme. Lo stesso è stato con Andrea Rosso, ci sono state tante cene, incontri e serate prima che nascesse la collaborazione. Questo aspetto è interessante, perché mi ha consentito di costruire un rapporto oltre al lavoro, qualcosa in cui credo fermamente.

**Cosa significa per te essere un creativo?**

Penso che il valore più grande sia di poter esprimere la creatività. Sono molto felice oggi perché ho la possibilità di raccontare a tante persone quello che sento, mi piace sapere di poter trasmettere il mio messaggio rendendolo chiaro e accessibile. La bellezza sta nella possibilità di avere qualcuno che ti ascolta, che capisce e recepisce. La creatività mi dà libertà e motivazione, quando un prodotto ha successo non ne deriva solo una soddisfazione economica, c'è anche una gioia che viene proprio da lì, dal sapere che in tanti ti hanno saputo capire e apprezzare.

**Come si trasforma un'idea in realtà?**

È un processo estremamente lungo. Un'idea si trasforma in realtà solo dopo molti anni, almeno nel mio campo. Ci sono sicuramente fenomeni che seguono meccanismi diversi, penso per esempio alla moda, dove succede che un brand esploda in pochi anni, ma nel caso di Seletti parliamo di un'azienda che ha più di 50 anni. E io ne avevo solo 17 quando ho iniziato a lavorare con mio padre, ho dato un esame di giurisprudenza e subito ho capito che non faceva per me. Così ho deciso di seguirlo e da allora non ho mai smesso. La mia è una storia lunga.

## DESIGN (R)Evolution

In questa immagine, Stefano Seletti nel beach club di MarePineta Resort durante lo studio del progetto. MarePineta Beach è oggi firmata Seletti con le Monkey Lamp nel ristorante, nell'area lounge e nelle cabanas private della spiaggia e con i divertenti e colorati tavoli da picnic Festival per il servizio all'ombrellone.



“La mia storia coincide con quella della mia azienda, è fatta di **PASSIONE, SUDORE, CONVINZIONE, DURO LAVORO E TANTO CORAGGIO** e dura da oltre 50 anni”

fatta di passione, sudore, convinzione, di duro lavoro, che va avanti da anni. Devi crederci tanto, essere convinto di quello che fai e avere coraggio. Mi affaccio quotidianamente verso realtà estremamente innovative, pensiamo a un *Toiletpaper*, o a un Marcantonio Raimondi Malerba, che ti presenta un mobile a forma di maiale, senza nulla togliere ai maiali... Ecco, lì ci vuole coraggio.

Con *Toiletpaper* per esempio, ci sono voluti anni. Se oggi è la collezione che tutti riconoscono, che mi dà più soddisfazioni, sette anni fa era ignota ai più. Pur avendo la fortuna di essere seguito nelle mie scelte e nelle mie idee, all'inizio è stato difficile, non solo all'esterno, ma anche all'interno dell'azienda. Io ci ho creduto, sono un grande fan di Maurizio e Pierpaolo, abbiamo creato un rapporto eccezionale che ci ha uniti in questi anni e oggi tutti osannano la collaborazione. Oggi tutti dicono: "wow"... ma in fondo, li capisco.



“La creatività è *LIBERTÀ* E *MOTIVAZIONE*. Ma il più grande valore sta nel poterla *ESPRIMERE*, nell’aver qualcuno che ti ascolta e *RECEPISCE IL TUO MESSAGGIO*”

MONKEY

## LIGHT (R)Evolution

In questa immagine, una delle Monkey Lamp Seletti che animano e illuminano - di sera - il beach club di MarePineta Resort. Stefano ha studiato il progetto personalmente disegnando gli spazi e inserendo le Monkey Lamp secondo un ordine ben preciso, fatto di equilibrio e calibrate prospettive.

**“Maurizio Cattelan è senza dubbio UNA DELLE PERSONE PIU’ INTERESSANTI CHE IO ABBAIA MAI CONOSCIUTO, uno stimolo continuo, una FONTE INESAURIBILE DI IDEE DA CUI ASSORBIRE OGNI SINGOLA GOCCIA”**

**Seletti spazia dall'illuminazione agli arredi, fino all'art de la table. C'è un prodotto che ami in particolar modo?**

Il prodotto che amo di più è quello che sta uscendo. Lì ho amati tutti nel momento in cui sono stati concepiti e messi sul mercato, anche se ci sono prodotti che oggi non rifarei. Ho sempre amato il mio lavoro, vedere un prodotto nascere è un'esperienza pazzesca e quando un prodotto piace ti senti soddisfatto perché hai portato sul mercato qualcosa che prima non c'era, qualcosa di cui tutti parlano, che crea attenzione. Questa è la soddisfazione più grande.

**Raccontaci della tua collaborazione con Cattelan: da questo incontro tra visionari è nata l'iconica collezione Toiletpaper. C'è stata prima l'amicizia o la collaborazione?**

Maurizio è senza dubbio una delle persone più interessanti che io abbia mai conosciuto. Lui per me è uno stimolo continuo, una fonte inesauribile d'idee da cui assorbire ogni singola goccia. Tutti i colloqui che ho avuto la fortuna di avere con lui sono stati incredibili e allo stesso tempo impegnativi. Maurizio non dice mai una parola che non abbia un senso profondo, c'è sempre da stare molto attenti per non perdere neanche un dettaglio, tanto che a volte mi viene il mal di testa... Ho la fortuna di collaborare con lui da tanti anni e ho imparato tantissimo, mi ha aiutato a vedere le cose con occhi nuovi, a diventare più riflessivo, a pensare prima di parlare, anche se non sempre mi riesce... Ogni volta ne nasce uno stimolo nuovo, una riflessione, e sufficiente una chiacchierata durante una cena e da lui sgorgano idee, progetti, e ti assicuro che non ce n'è uno sbagliato, o che non valga la pena di essere preso in seria considerazione. Provo tanta stima per Maurizio. Pierpaolo è uno dei creativi più esplosivi di questi tempi, le sue idee sono forse più impulsive, ma ti arrivano come un'esplosione e sono fantastiche. Marcantonio ha il suo stile, la sua lucida follia, è lui il più venduto di tutti, è quello che piace di più e che sviluppa più fatturato in azienda. Insieme abbiamo rivoluzionato il sistema di illuminazione. Una *Monkey Lamp*, una *Mouse Lamp*, con una scimmia o un topolino che reggono un bulbo con l'attacco scoperto ribaltano ogni standard del design in una forma tale da essere impensabile prima, sono ciò che di più lontano ci sia dal design.

Io continuo a sostenere che Seletti non sia un'azienda di design, e questo non è design, e non è nemmeno arte, bisognerebbe inventare un nuovo termine per descrivere questi prodotti.

I ragazzi di Studio Job sono due pazzi meravigliosi con colpi di genio che lasciano senza parole, un esempio su tutti: la *Banana Lamp*. Con Diesel Living With Seletti l'approccio è più legato al fashion, ma c'è una trasversalità di pensiero che ha portato a sviluppare



idee molto interessanti, come la collezione *Cosmic*, che io trovo davvero innovativa, con uno story telling incredibile e che

funziona benissimo.

Non voglio dimenticare le collaborazioni con designer più o meno giovani, come Alessandro Zambelli, con cui abbiamo realizzato la storica collezione *Estetico Quotidiano* ispirata ai prodotti usa e getta e con cui, dopo 10 anni, abbiamo rieditato la collezione *Palace*.

O ancora Elena Cutolo, che per 14 anni è stata assistente di Ettore Sottsass e ha un bagaglio di colori e forme davvero interessante. Suoi sono i vasi *Canopie*, che escono dai canoni stilistici di Seletti e strizzano l'occhio a un altro tipo di mercato. A mia madre, per esempio, a cui non piace nulla di ciò che faccio, le *Canopie* piacciono molto...

Il motto che mi piace associare a Seletti è sempre lo stesso: "O ti piace, o non ti piace". Questo ci differenzia dai brand scandinavi, che fanno prodotti "mediamente belli" ma un po' boring diciamo. Io sono consapevole che Seletti "o piace o non piace", ma so anche che molti di quelli a cui l'azienda non piaceva, sono poi diventati veri e propri fan, lo non ho clienti in effetti, ma veri e propri fan.

**Siamo curiosi di sapere cosa si raccontano due menti come la tua e quella di Cattelan seduti a un tavolo. Si viaggia alti o si parla anche del pane comprato la mattina sotto casa? Forse la genialità sta anche nella semplicità...**

Si parla di cose ancor più semplici. Se si è seduti a un tavolo, ci si mette a parlare del tavolo. Se sul tavolo c'è un bicchiere, ci si mette a parlare del bicchiere che è sul tavolo.

**TOILET PAPER**

**“È una costruzione complessa dove NON SI PARLA PIU’ DI UN OCCIDENTE E UN ORIENTE, ma di una proposta globale con UNA NUOVA IDENTITÀ”**



**Nel tuo caso possiamo parlare, a ragion veduta, di un felice incontro tra Oriente e Occidente. Non solo a livello di business, ma da un punto di vista concettuale. Come si uniscono due mondi?**

Per esempio incollando due piatti di provenienze diverse...? Ho iniziato a seguire mio padre in Oriente a 17 anni, ho visto la Cina degli anni '80 e sono letteralmente tornato indietro di una generazione. Conosco bene quel mondo. Ho avuto la fortuna di vedere e vivere in prima persona una generazione precedente alla nostra. Oggi, quello stesso mondo è diventato il futuro e questo fatto è davvero simbolico e interessante. Il mio viaggiare mi ha permesso di vivere l'Oriente attraversando diverse fasi generazionali, il passato, il presente e, oggi, anche il futuro. Se a questo aggiungiamo il Sud America, il panorama si amplia ulteriormente e trovo tutto questo estremamente piacevole, è una costruzione complessa dove non c'è più né un Occidente né un Oriente, ma una proposta globale. La *Banana Lamp*, *Toiletpaper*, la *Monkey*: non hanno più un'identità occidentale o orientale, hanno semplicemente una loro identità.

**Un incontro che prende forma anche nella collezione di piatti *Hybrid*. Com'è nata questa idea?**

Tutto è nato da una mostra che ho visitato in una galleria dove c'erano due ragazzi, lei milanese, lui greco, che acquistavano piatti antichi cinesi e piatti antichi inglesi nei mercatini dell'antiquariato, li tagliavano, li incollavano insieme, e li vendevano nelle gallerie d'arte a 1.500 euro al pezzo. Non potevi mangiarci dentro, non li potevi in alcun modo utilizzare, erano opere da esporre a parete. Mi è piaciuto molto il concetto e ho proposto loro di riprenderlo, ma creando piatti che potessero essere venduti e usati mettendoli sul mercato a un prezzo diverso. Inizialmente, forse un po' spaventati dall'idea di dare le loro opere in pasto al volgare mercato, non hanno accettato. Poi, a distanza di un po' di tempo, ci hanno ripensato e abbiamo sviluppato insieme questo progetto vincente sia per noi che per loro. Il prossimo anno usciremo con una nuova collezione che sarà una specie di *Hybrid 2.0*, in cui andremo a incrociare culture differenti. Ora ci sono piatti antichi cinesi e inglesi insieme. Arriveranno quelli con la Spagna e il Sud America, la Francia e il Nord Africa, l'Inghilterra e l'India. Uniremo insieme paesi colonizzati e colonizzatori, due culture un tempo opposte e distanti in un progetto fantastico, dove la diversità è bellezza. Trovo che questo sia un tema molto attuale. La collezione verrà presentata a gennaio del prossimo anno e c'è già davvero tanta attenzione, è un progetto che solo a parlarne solleva interesse. A livello di media e stampa è già un successo, spero lo sia anche a livello di vendite.



In questa immagine: Pierpaolo Ferrari, Stefano Seletti, Maurizio Cattelan e Charley Veza in uno storico scatto per *Toiletpaper*



Il discorso si può estendere al piano privato. Hai un carisma particolare, emani spiritualità, ma al contempo in te si ritrovano l'allegria e il colore tipici dei paesi del Sud America, come il Brasile per esempio, dove hai trovato l'amore e dove torni spesso.

Il mio viaggiare ha sicuramente influito sui risultati miei personali, ma anche della mia azienda. È piuttosto evidente la simbiosi che c'è tra la Seletti e Stefano, siamo un po' la stessa cosa e questo succede per tanti motivi: perché abito a 50 metri da dove lavoro, attraverso il vigneto e arrivo in ufficio; perché l'azienda è familiare, c'è mia sorella che lavora con me, c'è mia mamma che abita lì vicino e passa spesso a trovarci, ci sono le mie figlie che mi vengono a trovare dopo la scuola. C'è un legame molto stretto tra la persona fisica e il lavoro: se Stefano Seletti inizia a viaggiare in Oriente, poi si innamora in Sud America, ecco, penso sia abbastanza logico che il tutto inevitabilmente si rifletta anche sul lavoro.

**La tua storia è affascinante. Sappiamo eri ancora giovanissimo quando sei partito**

per un lungo viaggio in Cina con tuo padre Romano. Un'esperienza che ha influito molto su di te, tanto da segnare un punto di svolta nella tua vita. Vuoi raccontarci com'è andata?

Ricordo che ero al mio ultimo anno dell'Istituto Tecnico Commerciale di Viadana, era ottobre, e mio padre venne da me e mi chiese di partire con lui. Io ero perplesso, pensavo all'esame, al mio ultimo anno di scuole superiori. Mi disse che non dovevo preoccuparmi, che a scuola ero sempre andato bene, mi rassicurò. Decisi di partire. Volavamo con la Swiss Air da Zurigo, ai tempi non esistevano voli diretti. Atterrammo a Hong Kong, che all'epoca era ancora inglese, facendo prima scalo a Bombay, sì, allora si chiamava ancora Bombay. Ricordo che appena sbarcammo e misi la testa fuori dall'aereo mi ritrovai davanti a uno scenario che mi lasciò sconvolto. Scoppiai a piangere. In aeroporto c'erano uomini, donne, bambini stesi per terra, non riuscivo a capire se fossero vivi o morti, c'erano vacche nei corridoi dell'aeroporto, erano scene forti e difficili da decifrare per me che arrivavo dall'Italia di fine

**"LA SIMBIOSI  
TRA LA  
SELETTI E  
STEFANO è  
piuttosto  
evidente,  
siamo un  
po' la stessa  
cosa e questo  
SUCCEDDE PER  
TANTI BUONI  
MOTIVI..."**

anni '80, l'Italia del massimo fulgore. Fu un vero shock. Arrivammo in hotel di notte, era tutto buio e scuro. Ecco, quelle immagini sono rimaste impresse nella mia memoria indelebilmente. Iniziò così questo incredibile viaggio con mio padre.

**Proviene da una famiglia di umili origini che ha saputo guardare lontano per trovare il futuro. Come un Marco Polo contemporaneo, tuo padre ha seguito la via d'Oriente. Da dove è nata l'intuizione in quegli anni in cui la**

**Cina era ancora così lontana da noi?**

In Italia c'era già un altro importatore, mio padre aveva visto quei prodotti e aveva deciso di partire, diciamo che è stato uno dei primi italiani a importare dalla Cina quei 4-5 prodotti che producevano. Ai tempi, era la manodopera la grande forza cinese, oggi non è più così, oggi la Cina è leader nella tecnologia, nell'industria. I suoi, in quegli anni, erano viaggi veramente difficili e complessi, e ciò che lo ha aiutato ad affrontarli è stato sicuramente l'aver avuto da sempre una vita molto dura e difficile.



**“Per mio padre  
nulla costituiva un  
problema, ERA STATO  
ABITUATO AI DISAGI  
DELLA VITA sin  
dall’infanzia. Il suo  
motto era:  
MAI PAURA!”**

Si atterrava a Hong Kong e si doveva attraversare a piedi un ponte che divideva l'Inghilterra dalla Cina, ma per lui non era un problema, per lui nulla costituiva un problema. Mio padre era abituato ai disagi della vita, era il settimo di otto figli, sua madre, mia nonna, morì alla nascita dell'ottavo figlio, mentre mio nonno faceva l'infermiere nel manicomio di Monza. Mio padre lavorava dall'età di otto anni, aveva frequentato la scuola solo fino alla terza elementare, in casa mangiavano pane e cipolla e dormivano tutti in una stanza. I cibi cinesi all'epoca erano sconosciuti, nelle stanze in cui alloggiavano spesso c'erano i topi e lui si portava i grissini

e i biscotti dall'Italia e li metteva sul comodino per far sì che i topi lo lasciassero dormire. Non ha avuto problemi a sopportare la durezza di quel mondo, dove gli occidentali avevano accesso solo a due alberghi, dove ritiravano i passaporti e lì mischiavano, e così ti ritrovavi in camera a francesi, olandesi, mentre magari la persona con cui viaggiavi finiva altrove, dove tutte le sere si dovevano sedere a questi tavoli dove c'erano sempre alternati un occidentale e un cinese e dovevano stare ad ascoltare per tutta la durata della cena discorsi esclusivamente in cinese.

Non ha mai avuto timore o difficoltà nell'affrontare i disagi di un'epoca, quella degli anni '70, in cui la Cina era ferma ai nostri anni '40, gli anni della fame e della povertà.



**Cos'è rimasto della visione di tuo padre nell'azienda di oggi?**

Tanto. Mi ha sempre insegnato a dare un valore al denaro, ma in modo diverso rispetto alla forma canonica. Mi ha insegnato a rendere il mio lavoro piacevole. Il motto di mio padre era "mai paura!". Qualsiasi difficoltà, qualsiasi problema si venisse a presentare, lui diceva sempre "mai paura!", questa è la cosa che ricordo di lui. Era molto coraggioso e anche con me è stato coraggioso, sin da subito mi ha permesso di scegliere prodotti, mi ha insegnato a scegliere pensando a ciò che poteva piacere e io da allora compro prodotti che devono piacere, sono allenato ad accontentare il gusto delle persone. Oggi ho 49 anni, faccio da tanto tempo questo lavoro, ho affinato

la sensibilità nel capire se una cosa funziona oppure no. Mi ha dato tanta fiducia ed è stata davvero importante per me. Mi portava nelle fabbriche e mi lasciava libero di esprimermi. Ricordo un giorno, per esempio, in cui ho visto queste tazze, che erano le classiche tazze barocche, ancora non verniciate, erano tutte bianche e sarebbero state poi dipinte con decorazioni barocche. A vederle così, tutte bianche, mi hanno colpito e mi è venuta l'idea di tenerle bianche mettendoci un tocco fluo. Così è nata la collezione J Wares. Ecco, la fiducia che mi dava era tale che potevo perfino interrompere il processo produttivo e dare la mia personale visione. Mio padre mi ha sempre permesso di esprimermi e di fare, e io ho fatto tanti errori - che sono ancora in magazzino... - ma nel contempo ho fatto scuola. E anche grazie a lui se oggi i prodotti che scelgo e sbaglio sono sempre meno.



**“Il viaggio è stato IMPRESCINDIBILE IN PASSATO, oggi lo è molto meno, LA CREATIVITA' LA CERCO DENTRO DI ME, nel mio quotidiano”**

**Hai già in mente la prossima R(Evolution) del brand Seletti?**

E' legata soprattutto alle aperture di nuovi negozi monomarca. Gli esperimenti a Milano in Corso Garibaldi, a Verona, o a Parma, hanno dimostrato che quando il prodotto è esposto tutto insieme e in un determinato modo, i risultati cambiano in modo esponenziale. Non tanto per il valore del singolo negozio, quanto per l'apertura su un nuovo mercato. A Londra, per esempio, abbiamo inaugurato l'anno scorso e da allora il fatturato UK è letteralmente raddoppiato. I monomarca Seletti sono negozi che ci aiutano a fare più che altro marketing e branding. Da Selfridges tutti ci passano almeno una volta l'anno, poi ritrovano il brand nella loro città e lo acquistano. Ci sono riviste che ne parlano, si crea attenzione e consapevolezza sul brand e il valore è proprio questo, l'indotto che si viene a generare. Questa è la prossima rivoluzione.

**Hai scelto di continuare a vivere in un piccolo paese della pianura padana, ma la staticità di questa zona nel tuo caso non ha attecchito. E' forse la dimostrazione che per viaggiare non sempre serve sempre spostarsi fisicamente? O il viaggio è una parte imprescindibile nel flusso creativo?**

Il viaggio è stato imprescindibile in passato, oggi lo è molto meno, la creatività la cerco dentro di me, in una chiacchierata con Maurizio o con le mie figlie, quando chiedo loro cosa pensino di un prodotto. C'è stato un momento della mia vita in cui ero abbonato a tutte le riviste di design, andavo a Londra, New York, a Los Angeles, era fondamentale per me viaggiare, ora sono in una fase più introspettiva. Dopo aver raggiunto un certo livello, è indispensabile fare un passo in avanti, guardare più dentro se stessi, dentro il quotidiano che nel mio caso è con le mie figlie, le mie nipoti, ho la fortuna di essere immerso in diverse generazioni in famiglia e questo mi dà molta ispirazione.

**Ci sono contrasti nella tua storia. Dalla cultura contadina, legata alla terra, pratica per antonomasia, sei riuscito a superare ogni banalità, hai scardinato la piattezza della pianura e fatto del colore, del divertimento, della dinamicità e del non conformismo il tuo marchio di fabbrica. Come ci sei riuscito?**

E' vero, abito in un piccolo paese della pianura padana, ma è un paese dove ci sono attività imprenditoriali pazzesche. Chiunque entri in un qualsiasi supermercato, tra gli scaffali troverà molti prodotti di aziende della mia zona, ce ne sono davvero tante. Ci sono aziende che producono mobili per Ikea, o che fanno prodotti per la pulizia nella grande distribuzione europea. Siamo in campagna, ma in una zona dove c'è una creatività imprenditoriale unica al mondo, tutte aziende che hanno dato tanto al territorio. Sicuramente la conformazione del territorio ha contribuito a questo meccanismo, ci troviamo nella bassa padana, proprio sul fiume Po, le distrazioni sono poche, non c'è il mare, non c'è la montagna, c'è solo da lavorare, c'è la campagna, c'è la fabbrica, l'industria, il commercio. Vista in questa ottica, è una zona decisamente significativa.

**Sempre in tema di contrasti, la tua eleganza innata si esprime nei modi e nelle movenze e convive con questa tua aura selvaggia, che ci ricorda la giungla tropicale, con le sue scimmie, la sua fitta vegetazione. Ci viene da fare un parallelo con le tue lampade, i tuoi oggetti, ispirati al mondo degli animali, non ordinari ma raffinati a tal punto da poter entrare nei salotti di alto profilo.**

Beh, per quanto riguarda me, non saprei dire, lascio agli altri giudicare. Sui prodotti, sì, in effetti possono essere inseriti in ogni contesto, da una casa moderna a una villa antica. Penso per esempio a una Monkey o a un divano Toilet Paper all'interno di una villa antica, l'effetto che si crea è spettacolare. Mi piace molto pensare ai contrasti, non ho mai lavorato a un prodotto pensando a un ambiente specifico o a un certo tipo di casa in cui andarlo poi a inserire. Basti pensare che quando presentiamo un prodotto Seletti usiamo sempre casse completamente bianche. Se il prodotto vive di luce propria, vuol dire che è giusto. Un oggetto o un mobile di design scandinavo, per esempio, possono stare bene in un determinato contesto, con certi colori e accostamenti. Lo stesso principio vale per Ikea, quando guardiamo i prodotti esposti nei negozi suscitano un determinato effetto, poi quando ce li portiamo a casa tutto cambia e il prodotto appare molto diverso, spesso deludente. Questo succede perché quel prodotto, se estrapolato dal suo specifico contesto, perde forza e significato. Ecco, io sono contro questa logica, veramente non mi piace, sono contrario a questo modo di arredare, sono contrario alla casa "chiavi in mano", a quelli che vengono definiti "abbinamenti". Io amo sbagliare gli stili, sia nell'abbigliamento che nella decorazione, affiancare cose che provengono da mondi diversi, è un approccio che nella moda ultimamente fa tendenza ed è molto attuale. Penso a Gucci per esempio, che mette insieme una giacca in seta e un pantalone in pelle grintosissimo con una tigre. Adoro gli errori a livello stilistico, mi piacciono quelle osterie dove nulla è pensato, dove gli oggetti sono accostati in modo casuale, spesso confuso, ammassato. Ecco, è lì che trovo l'originalità vera, la poesia, lì il design non c'entra nulla.

#### **Perché hai scelto di posizionare il tuo brand nel beach club di MarePineta? Cosa ti ha convinto di questo posto?**

Ancora una volta, mi hanno guidato le affinità. Mi sono lasciato guidare da logiche personali, ho conosciuto persone piene di entusiasmo, autentiche e appassionate, che non guardavano al solo business. C'erano anima e cuore.

In più, il MarePineta è in un certo modo legato alla mia infanzia, mia mamma mi portava d'estate tra Bellaria e Igea Marina, conosco bene la logica di questi luoghi e le sue persone, e mi piacciono. E mi piace la piadina.

#### **Stare iniziando a sviluppare nuovi segmenti di business aprendovi all'hotellerie e al corporate, come nel nostro caso anche se parliamo del beach club. Cosa pensi del nostro mondo? Dobbiamo iniziare a preoccuparci perché diventerai un nostro competitor con alberghi a brand Seletti? O la linea è piuttosto quella di supporto a chi fa già questo lavoro?**

La seconda, sicuramente. Quello dell'hotellerie è un settore che mi interessa davvero tanto, mi piace, e in più genera business. Quest'anno parteciperemo a I Host, è la prima volta che esponiamo a una fiera di questo tipo, dedicata all'ospitalità, ed è un po' un salto nel vuoto, non ho un assortimento di prodotto specifico per questo tipo di mercato, ma mi piace molto e voglio svilupparlo senza perdere altro tempo. Un hotel Seletti? Non ne avrei le competenze, ma se dovessero propormi un B&B con sei stanze chiedendomi di vestirlo tutto quanto, certo, mi piacerebbe molto, mi riempirebbe di stimoli e mi aiuterebbe anche a riflettere su nuovi sviluppi per posizionarmi al meglio in questo segmento. Al momento la Monkey si vende bene nel privato, ma si presta altrettanto bene a essere esposta nella hall di un hotel, com'è stato fatto al Myconian Imperial Resort di Mykonos, per esempio, un Leading Hotels of the World. Lì abbiamo allestito una hall pazzesca, tutta di Monkey. Nella Repubblica Ceca invece, abbiamo collaborato al progetto di un hotel inserendo le nostre lampade Neon Art con numeri luminosi: accendendo la luce in camera, il numero s'illumina con le nostre lampade, una soluzione di grande effetto. Sicuramente è complesso, serve un po' di cultura e di predisposizione per chi opera in questo business, e forse è un po' prematuro per Seletti, ma iniziamo da I Host, la fiera torna poi fra due anni e mi sembrava giusto cogliere l'attimo, penso sia giunto il momento di provare a percorrere questa strada.

**Il nostro gruppo nasce a Rimini, siamo romagnoli d'origine e il MarePineta è speciale per noi anche per il legame con la nostra terra, dove l'ospitalità è parte del dna. Proprio qui in Romagna vive e lavora uno dei tuoi creativi, Marcantonio Raimondi Malerba, che disegnato le iconiche Monkey Lamps che ritroviamo qui a MarePineta. Come vi siete incontrati?**

Di persona ci siamo incontrati per la prima volta a un salone. Qualche tempo prima, mi aveva chiamato trovando il mio numero non so con quale misterioso stratagemma. Mentre eravamo al telefono, mi aveva inviato via posta l'immagine di un mobile a forma di maiale e, in tempo reale, gli ho detto: "mi piace, facciamolo!". L'ho incontrato poi successivamente al Salone del Mobile a Milano, era in un corridoio un po' in disparte e di tanto in tanto si metteva a urlare e a gridare per attirare l'attenzione dei passanti. Nel tempo, è nato un bel rapporto di amicizia, fatto di affinità e contrasti, di alti e bassi, com'è normale che sia.

#### **Esiste un personaggio, un artista o un creativo che ti ha particolarmente ispirato?**

Maurizio Cattelan.

#### **Il viaggio è un fil rouge che ci unisce. C'è un posto che non hai ancora visitato e che sogni di vedere?**

Sono tantissimi i posti che vorrei vedere, ma ho raggiunto la consapevolezza che non si può vedere tutto il mondo, e nemmeno tutta l'Italia, e neanche tutta la Lombardia, o la provincia di Mantova. Non basterebbe una vita. Ho smesso di pensare che se vado in Australia devo starci almeno un mese, in fondo un mese non sarebbe comunque sufficiente. In passato ho viaggiato tanto, andavo negli Stati Uniti e mi muovevo, stavo tre giorni qua, altri tre giorni là, ora ho capito che questo tipo di viaggiare itinerante non aiuta a conoscere e capire i luoghi che si attraversano, rimane tutto in superficie. Preferisco scegliere un posto che abbia un significato per me e rimanerci. Se ti fermi nello stesso luogo per un po' di tempo, allora sì, riesci a creare un contatto profondo e questo è ciò di cui ora ho bisogno.

#### **Cosa non manca mai nella tua valigia?**

Un cappello e il Vie Sinex.

#### **Se pensi al futuro, cosa vedi?**

Vorrei proseguire con l'espansione del mio brand pur mantenendo una dimensione molto molto controllata. Non posso dire che non m'interessi il fatturato, ma non è l'obiettivo principale. Preferisco salire ancora, questo sì: un'azienda funziona solo se ha obiettivi in crescita, se così non fosse verrebbero meno l'entusiasmo, la voglia di sperimentare, l'originalità.

Mi è difficile pensare a un futuro in cui io possa ritenermi soddisfatto. Lo sarò forse nel momento in cui deciderò di ritirarmi dalle scene e ritugiarmi da qualche parte a vivere, ecco, solo allora forse... Ora vedo il mio futuro in crescita, soprattutto da un punto di vista di innovazione e di espansione, vorrei entrare in altri settori, come la moda, l'hotellerie, esplorare nuovi segmenti e nuovi mercati. L'obiettivo di aprire monomarca Seletti intendo portarlo avanti con grande cautela, in modo estremamente controllato, per evitare che il brand perda il suo fascino, che non sia più così cool com'è ora. Io dico sempre che Seletti o lo capisci o non lo capisci, o lo ami o lo odi, e preferisco rimanga così, un brand per chi lo capisce. Quello che eviterò sempre è l'appiattimento, prima di tutto a livello stilistico, ma anche sotto altri punti di vista. La settimana scorsa, per esempio, ero a Parigi, a Maison et Objet, e diversi fondi d'investimento stanno iniziando a bussare alla porta, vedono l'azienda che gira e si fanno avanti. Devo dire che questo fatto mi spaventa molto, sono abituato a faticare e a conquistare con il sudore ogni nuovo passo in avanti che fa la mia azienda, anche una nuova apertura per me è un grande sacrificio, una lotta, e questo è ciò che m'inonda passione e mi dà lo stimolo, che mi fa sentire la fame. Nel momento in cui dovessi avere alle spalle coperte da qualcuno che ci mette i soldi, verrebbe meno questa fame e tutto cambierebbe. Forse in futuro, se nasceranno nuovi business paralleli o se mi verranno in mente nuovi assurdi progetti, come per esempio aprire un hotel Seletti, allora sì, probabilmente avrei bisogno dell'aiuto di un fondo, visto che non potrei farecela da solo. Ma ora come ora, preferisco fare con le mie mani e con i miei piedi. — ■



## HUMAN (R)Evolution

In questa immagine, Stefano Seletti insieme al designer Marcantonio Raimondi Malerba, uno dei creativi di punta di Seletti, inventore delle Monkey Lamp e delle Mouse Lamp tra le altre sue geniali creazioni. Qui, nel giardino di MarePineta durante lo studio del progetto di personalizzazione e allestimento del beach club del resort con le Monkey.



CONVICTS

“Mi è difficile pensare a un futuro in cui io possa ritenermi soddisfatto. LO SARO' FORSE NEL MOMENTO IN CUI DECIDERO' DI RITIRARMI DALLE SCENE e rifugiarmi da qualche parte. Ecco, forse allora...”

*We meet Stefano Seletti:  
a fascinating, passionate,  
eccentric, visionary character.  
A true creative, with a  
contemporary spirit but with  
the aplomb of another time,  
at the head of a company  
recognized as an example of  
Italian excellence in the world.  
The mirror of personality of  
its irreverent leader who exists  
outside the box.*

THE PEOPLE WE LOVE

# STEFANO SELETTI

An enchanting visionary under the sky of Milano Marittima

TEXT & INTERVIEW BY MARTINA BARBERINI  
JSH COMMUNICATION DEPT.  
PHOTO © DIGITALLANE  
& PHOTO COURTESY OF SELETTI

There are all the ingredients for a beautiful story: those to tell. A vision of design that starts from passion. The successful encounter between East and West. Creativity and experimentation. Intuition, irony. And that right dose of unscrupulous freshness that breaks the mold and opens new paths.

This is Stefano Seletti, and his company is Seletti, a company that continues to inspire entire generations in a completely transversal way, and that made its strengths out of irreverence, color and fun.

It is a vision that fascinated us from the first moment and we wanted to embrace it, make it ours and tell you all about it, by bringing it to the beach of MarePineta Resort, starting this year designed by Seletti, with the iconic Monkey Lamps, the Festival picnic tables, and a collaboration full of imagination, articulated on several levels, of which we are unquestionably proud.

But let's take a step back. The company was founded in the early 1960s, when Stefano's father, Romano Seletti, embarked on a series of pioneering commercial trips to the Far East, China, Thailand, India, and became one of the first importers of household products. Let us remember that we are talking about the 1960s. If

today it seems normal, at the time it was not at all. With the second generation, the brand continued to grow, evolved quickly, acquired new life from the intuitions of the sons Stefano and Miria who developed new strategies and started collaborations with Italian and international designers and artists that would be succeeding, and who are today the real trademark. Among the many, the one with Maurizio Cattelan with the Toiletpaper collection.

From door-to-door sales in local markets, Seletti went as far as the most exclusive stores in New York, such as the MoMA Design Store, opened two official branches in North America and China, hundreds of stores around the world, won prizes at the most prestigious international fairs, and saw the election of Maison & Objet as the best stand in Paris in 2018. A company in constant evolution, with an internal design laboratory, Sebak, which has animated the creativity of the Seletti brand since 1988 and shapes the creative flow, investing in fun and giving life to provocative products full of vitality.

For Stefano, the turning point came in the year of maturity, when his father wanted him with him on one of his long trips to China. An experience that will change his life, marking his path forever.

In this exclusive interview for *Insight*, we want to

tell you his story, that of an unconventional and affable man who is today the soul of the brand. A creative gentleman, but also an entrepreneur, because he is able to transfer his vision within the company and turn it into reality. A father and husband who, despite his notoriety and success, remains tied to his roots. His base remains a small village on the banks of the Po River in the province of Mantua, where the company is located and where he has chosen to live together with his beloved family.

**Hi Stefano, we are happy to have you here. Let's start with a point-blank question: What is the secret of Seletti's success?**

I feel like saying without presuming that we managed to find a perfect balance. Ours is an affordable product, accessible to everyone from an economic point of view, even if it is not from a mental, conceptual point of view. The mirror with the plastic frame, for example, which brings us back to our grandparents' times, is a product that costs relatively little, but which not everyone buys because a certain culture is needed to love them, not everyone can like it. It is difficult to find this balance and I think it is something new and interesting, which goes against the trend. Usually, especially when talking about the big fashion brands, products like

them are difficult to access from an economic point of view. We have reversed this mechanism, everyone can buy a Seletti object, but not everyone can understand it.

**One of the aspects that distinguishes your company today is the collaboration with young designers and creatives. How do you understand when there is talent? With what criteria do you use to evaluate and choose your employees?**

Usually these are personal affinities. With all the great creatives with whom I collaborated, there was a friendship first. As in the case of Toilet Paper, the collaboration was born only after several years having known Pierpaolo and Maurizio. The same was with Andrea Rosso, there were so many dinners, meetings, evenings, and only then did we start collaborating. This aspect is interesting, because it allowed me to build a relationship beyond work, something I firmly believe in.

**What does being creative mean to you?**

The big value is being able to express creativity. I am very happy today because I can tell many people what I feel. I like knowing that I can get my message across and make it clear and accessible. Beauty lies in the possibility of having someone who listens to you and who receives this message from you. Creativity gives me freedom and motivation, when a product is successful, not just an economic satisfaction, there is also a joy that comes from there, from knowing that your product has appealed to many.

**How does an idea turn into reality?**

It is an extremely long process. An idea becomes reality only after many years, at least in my field. There are certainly phenomena that follow different mechanisms. I am thinking for example of fashion, where it happens that a brand explodes in a few years, but in my case we are talking about a company that is over 50 years old. I was only 17 when I started working with my father. I took a jurisprudence exam and I immediately realized that it wasn't for me, so I decided to follow my father. It's a long story-made of passion, sweat, conviction, hard work, which has lasted for years. You have to believe it so much, be convinced of what you do and have courage. I approach daily to extremely innovative realities, think of a Toilet Paper, or a Marcantonio Maderba, who presents you a piece of furniture in the shape of a pig, without taking anything away from the pigs, here, courage is needed here.

With Toilet Paper for example, it took years. It today is the collection that everyone knows and that gives me more satisfaction, seven years ago it was unknown to most. Despite having the good fortune to be followed in my choices and in my ideas, at the beginning it was difficult, not only outside, but also within the company, but I believed in it. I am a great fan of Maurizio and Pierpaolo, we have created an exceptional relationship that has united us in these years and today everyone praises this collaboration. Today everyone is saying "wow" ... but basically, I understand them.

**Seletti ranges from lighting to furnishings, to the art de la table. Is there a product you love especially?**

The product that I love most is the one that is coming out. I loved them all when they were conceived and put on the market, even if there are products that I wouldn't do today. I have always loved my work, seeing a product born is an incredible experience and when I like it you feel satisfied because you brought something to the market that was not there before, something that everyone talks about, that creates attention, that everyone posts. This is the greatest satisfaction.

**Tell us about your collaboration with Cattelan, from which the iconic Toilet Paper collection was born. Was friendship or collaboration born first?**

Maurizio is undoubtedly one of the most interesting people I've ever met. It is a continuous stimulus, an unstoppable volcano of ideas, every conversation with him is really demanding, he never says a word that does not have a profound sense. I have to always be very careful not to miss even a detail of what he says, so much so that after many of our meetings I felt with a headache. I have the good fortune to have collaborated with him for many years. I learned a lot from him, he led me to see things with new eyes, to become more reflective, to think before I speak, even if I don't always succeed. Every time is a new stimulus, a reflection that arises, enough a chat during a dinner and from him ideas, projects are born, and I assure you that there is not one mistake or anything that was not worth being seriously considered. I have great respect for Maurizio.

Pierpaolo is one of the most explosive creatives of these times, his ideas are impulsive, they come to you like an explosion, but they are fantastic. Marcantonio has his style, his lucid madness, he is the most sold of all, he is the one who develops the most turnover in the company, together we have revolutionized the lighting system: a Monkey Lamp, or a Mouse Lamp, with a monkey or a mouse holding a light bulb with the striker open, they overturn the standards in a way that was unthinkable before and are what is beyond the design. In fact, I hold that Seletti is not a design company.

This is not design and it is not even art, a new term should be invented to describe these products. The guys at Studio Job are two wonderful madmen with absurd strokes of genius, an example of which is the Banana Lamp. With Diesel, the approach is more related to fashion, but there is a transversal nature of thinking that has led to the development of very interesting ideas, such as the Planet collection, which I find really innovative, with an incredible storytelling and that works very well. Not least are collaborations with more or less young designers, such as Alessandro Zanbelli, with whom we re-edited the Palace and Estetico Quotidiano collections after 10 years, with disposable style products. Or Elena Cutolo, who for 14 years was Ettore Sottsass's assistant and has a really interesting baggage of colors and shapes. I like also the Canopie vases, which emerge from the stylistic canons of Seletti and dialogue with another type of market. To my mother for example, who does not like anything I do, except she likes the Canopies like very much... Seletti is a brand that you either like or dislike, this makes us different from the Scandinavian brands, which make products that are "average" but let's say a little boring, and I'm aware that people either like Seletti or they don't, but I also know that, many of those that at first didn't like the company became real fans. I don't really have customers, but real fans.

**We are curious to know what two minds like yours and Cattelan's are like sitting at a table. Are you dreaming together or do you even talk about bread bought in the morning at home? Perhaps the genius is also in the simplicity...**

We talk about simple things. If you are sitting at a table, you start talking about the table, and if there is a glass on the table, you start talking about the glass that is on the table.

**In your case we can speak, with good reason, of a happy meeting between East and West. Not only at the business level, but from a conceptual point of view. How do two worlds come together?**

For example, by gluing two plates of different origins ...? I started following my father in the East at the age of 17, saw China in the 1980s and literally turned back a generation. I know that world well. I was lucky enough to live a generation previous to ours. Today, that same world has become the future and this fact is truly symbolic and interesting. My travel has allowed me to experience different generational phases, to experience the past, the present and, today, also the future. If we add South America to this, the panorama widens further, and I find all this pleasant, it is a complex construction where there is no longer either a West or an East, but a global proposal. The Banana Lamp, or Toilet Paper, or the Monkey, no longer have a Western or Oriental identity, they simply have their own identity.

**A meeting that also takes shape in the Hybrid plate collection. How did this idea come about?**

It all started with an exhibition I visited in a gallery where there were two people, she from Milan, he from Greece, who bought ancient Chinese dishes and old English dishes at antique markets, cut them, glued them together and sold them in art galleries at 1,500 euros per piece. You couldn't eat from them, they were works to be displayed on the wall. I really liked the concept and I suggested we collaborate, but creating dishes that could be sold and used, putting them on the market at a different price. Initially, perhaps a little hit by the vulgarity of the market, they did not accept. Then, after some time, they thought about us and we developed this winning project together, both for us and for them. Next year we will come out with a new collection that will be a sort of Hybrid 2.0, in which we will cross different cultures. Now there are ancient Chinese and English dishes joined together: Those with Spain and South America, France and North Africa, England and India will arrive. We will put together colonized and colonizers, we will combine cultures in a beautiful project, where diversity is beauty, and this is a very current theme. The collection will be presented in January next year and there is already so much attention, it is a project that only speaks to

raise interest. In terms of media and print, it is already a success. I hope it is also successful in terms of sales.

**The discussion can be extended to the private plan. You have a particular charisma, you emanate spirituality, but at the same time you find the joy and color typical of South American countries, such as Brazil, for example, where you found love and where you often go back.**

My travel has certainly affected my personal results but also those of my company. The symbiosis between Seletti and Stefano is quite evident, we are a bit, the same thing and this is for many reasons: because I live 50 meters from where I work, I walk through the vineyard and I arrive at the office; the company is family; there is my sister who works with me, there is my mother who lives nearby and often visits us, there are my daughters who come to see me after school. There is a very close link between the natural person and the work, and Stefano Seletti who starts traveling in the East and then falls in love with South America, well, I think it's quite logical that everything inevitably reflects on the work too.

**Your story is fascinating. We know you were still very young when you left for a long trip in China with your father Romano. An experience that has greatly influenced you, so much so as to mark a turning point in your life. Do you want to tell us how it went?**

I remember that I was in my last year of the Commercial Technical Institute of Viadana, it was October, and my father came to me and asked me to leave with him. I was perplexed. I was thinking about the exam, in my last year of high school. He told me I didn't have to worry, that at school I always did well, I decided to leave. We flew with Swiss Air from Zurich, there were no direct flights, we landed in Hong Kong which at the time was still English. We made a stopover in Bombay, yes, then it was still called Bombay, and I remember that as soon as we landed and put my head out of the plane I found myself in front of a scenario that left me shocked. I remember bursting into tears. At the airport there were men, women, children lying on the ground. I couldn't figure out if they were alive or dead, there were cows in the corridors of the airport, they were scenes that were strong and difficult to decipher for me that I came from Italy at the end 80s, the years of maximum splendor. It was a real shock. We arrived at the hotel at night, it was all dark, these incredible scenes remained etched in my memory. Thus began this incredible journey with my father.

**You come from a family of humble origins who knew how to look far to find the future. Like a contemporary Marco Polo, your father followed the East route. Where did the intuition come from in those years when China was still so far from us?**

In Italy there was already another importer, my father had seen those products and had decided to leave, let's say he was one of the first Italians to import those 4-5 products they produced from China. At the time, China was the great labor force, today it is no longer the case, today China is a leader in technology, in industry. In those years, he had difficult and complex journeys, he landed in Hong Kong and had to walk across a bridge that separated England from China and what helped him to face them was certainly having always had a very hard and difficult life. My father was used to the hardships of life, he was the seventh of eight children, his mother, my grandmother, died at the birth of the eighth son, and my grandfather was a nurse in the Monza asylum. He worked from the age of eight, he had only attended school until the third grade, they ate bread and onions in the house and all slept in one room. Chinese foods at the time were unknown, in the rooms where they often slept, there were mice and he would bring bread sticks and biscuits from Italy and put them on the bedside table to let the mice eat him sleep. He had no trouble bearing the harshness of that world, where Westerners could only sleep in two hotels, where they collected passports and mixed them, and so you found yourself in the middle of French, Dutch, while maybe the person you were traveling with ended up in another hotel, where every evening you had to sit at these tables where there was always a western and a Chinese, a western and a Chinese, and they had to stay for dinner listening to speeches exclusively in Chinese. He has never had fear or difficulty in facing the discomforts of an era, that of the 70s, when China was stuck in our 40s, the years of hunger and poverty.

**What is left of your father's vision in today's company?**

Much. He has always taught me to value money, but in a different way from the canonical form. He taught me to make my job enjoyable. My father's motto was "never fear!". Any difficulty, whatever problem was presented, he always said "never fear!". This is the thing I remember about him. He was very brave and also brave with me; he immediately allowed me to choose products, he taught me to choose thinking about what he might like, and since then I buy products that must please. I am trained to satisfy the taste of people. Today I am 49 years old. I have been doing this work for a long time. I have refined my sensitivity in understanding whether something works or not. It also gave me a lot of confidence and it was really important for me. He took me to the factories and let me free to express myself. I remember one day, for example, when I saw these cups, which were the classic baroque cups, still unpainted, they were all white and then painted with baroque decorations. To see them like this, all white, they struck me and I came up with the idea of keeping them white by putting a fluorescent touch on them. This is how the I Ware collection was born. Here, the confidence he gave me was such that I could even interrupt the production process and give my personal vision. My father has always allowed me to express myself and to do, he has given me so much confidence. I made so many mistakes, which are still in stock, but at the same time I did learn. Today, there are fewer and fewer products that I choose and I'm wrong.

#### **Do you already have in mind the next R (Evolution) of the Seletti brand?**

It is mainly linked to the opening of single-brand stores. The experiments in Milan in Corso Garibaldi, or in Verona, Parma, made us understand that when the product is exposed all together and presented in a certain way, the results change exponentially. And not so much for the value of a single store, but for opening up a new market. In London, for example, we opened last year and UK revenue doubled. At Seletti everyone goes there at least once a year, then they find the brand in their city and buy it. There are magazines that talk. The value is the induced that create the openings. The Seletti single-brand stores are stores that help us make marketing and branding. This is the next revolution.

#### **You have chosen to continue living in a small town in the Po valley, but the static nature of this area has not taken root in your case. Is it perhaps the demonstration that in order for you to travel it is not always necessary to move physically? Or is travel an essential part of the creative flow?**

The journey was essential in the past, today it is much less so. I look for creativity inside me, in a chat with Maurizio or with my daughters, when I ask them what they think of a product. There was a moment in my life where I subscribed to all the design magazines, I went to London, New York, Los Angeles, it was essential for me to travel, now I'm in a more introspective phase. Having reached a certain level, it is essential to take a step forward. I look more inside myself, in my daily life with my daughters, my grandchildren, I am fortunate to be immersed in different generations in the family and this gives me a lot of inspiration.

#### **There are contrasts in your story. From the peasant culture, tied to the land, practice par excellence, you managed to overcome every banality, you have undermined the flatness of the plain and made color, fun, dynamism and non-conformity your trademark. How did you do it?**

True, I live in a small town in the Po valley, but it is a country where there are crazy entrepreneurial activities. Anyone who enters any supermarket, among the shelves will find many products from companies in my area, there are so many, there are companies that produce furniture for Ikea, or that make cleaning products in large European retailers. We are in the countryside, but in an area where there is a unique entrepreneurial creativity in the world, all companies that have given so much to the territory. Surely the territory has contributed to this mechanism, we find ourselves in the lower Po valley, right on the Po river, the distractions are few, there is no sea, there is no mountain, there is only work to be done, there is countryside, there is the factory, the industry, the trade. If you look at it this way, it is a very significant area.

**Still on the subject of contrasts, your innate elegance is expressed in ways and movements and coexists with your wild aura, which reminds us of the tropical jungle, with its monkeys, its dense vegetation. We want to make a parallel with**

#### **your lamps, your objects, inspired by the world of animals, not ordinary but refined to the point of being able to enter the high-profile living rooms.**

Well, as for me, I can't say. I leave it to others to judge. On the products, yes, they can be inserted in any context, from a modern house to an ancient villa. I am thinking, for example, of a Monkey or a Toilet Paper sofa inside an ancient villa, products that would look extraordinarily good even in a context of this type. I really like to think of contrasts, I have never worked on a product thinking of the environment in which to insert it, to a certain type of house. Suffice it to say that when we present a Seletti product we always use a white case. If the product lives of its own light, it means that it is right. A Scandinavian design object or piece of furniture, for example, can look good in a certain context, with certain colors and combinations. The same goes for Ikea, when we look at the products displayed in the stores they have a certain effect, then when we bring them home everything changes and the product appears very different, often disappointing. This happens because that product, if taken out of its specific context, loses strength and meaning. Here, I'm against this logic. I really don't like it. I'm against this way of furnishing, the "turnkey" house, the combinations. I love to make mistakes in styles, both in clothing and in decoration, combining things that come from different worlds, is an approach that is trendy in fashion and is very current. I think of Gucci for example, who puts together a silk jacket and leather pants with a tiger. I love errors in style. I like those taverns where nothing is thought, where objects are randomly combined, often confused, massed; there I find true originality, poetry, design has nothing to do there.

#### **Why did you choose to place your brand in the MarePineta beach club? What convinced you of this place?**

Once again, affinities have guided me. People convinced me, I let myself be guided by personal logic. I met people full of enthusiasm, authentic people, there was not only business, there was soul and heart. In addition, MarePineta is somewhat related to my childhood, my mother took me in the summer between Bellaria and Igea Marina. I know the logic of these places and people, and I like them, I also like piadina.

#### **You are starting to develop new business segments by opening up to the hotel and corporate sectors, as in our case even if we talk about the beach club. What do you think of our world? Should we start to worry because you will become one of our competitors with Seletti branded hotels? Or is it still safe for those of us who already do this work?**

The second, surely. The hotel sector is a sector that interests me so much. I like it, and it also generates business. This year, among other things, we will be taking part in I Host, this is the first time we are exhibiting and it is a leap into the void. I do not have an assortment of products for that type of market, but I like it a lot and want to develop it without wasting any more time. A Seletti hotel...? I would not have the skills, but if they had to propose me a bed & breakfast with six rooms and they would ask me to design it all, sure. I would like this very much, it would fill me with stimuli and help me to think about new developments to position myself better in this segment. At the moment the Monkey sells well in the private sector, but it would certainly lend itself to being exhibited in the lobby of a hotel, as was done at the Myconian Imperial Resort in Mykonos that is a Leading Hotels of the World. There we did a crazy hall all of Monkey. In the Czech Republic, we worked on the design of a hotel with our luminous Neon Art lamps, turning on the room the number lights up with our lamps. Surely it is complex, we need a bit of culture and predisposition for those who work in this business, and maybe it is a little early for Seletti, but in the meantime we start from I Host, the fair would be back in two years and it seemed right to seize the moment. I think it's time to try to go down this road.

**Our group was born in Rimini, we are from Romagna of origin and MarePineta is special for us also for the link with our land, where hospitality is part of the DNA. Right here in Romagna one of your creatives lives and works, Marcantonio Raimondi Malerba, who designed the iconic Monkey Lamps that we find here at MarePineta. How did you meet?**

We met for the first time at a satellite show. He had called me some time before. Through some stratagems he had managed to get my phone number; he sent me while we were on the phone via mail the image of a

pig-shaped piece of furniture and while we were on the phone I told him I like it, let's do it! Then at the Salone, he was in a corridor a bit desperate and to get noticed he would start screaming and shouting to get noticed. Then a friendship was born, with contrasts of highs and lows. How normal it is.

#### **Is there a character, an artist or a creative person who particularly inspired you?**

Maurizio Cattelan.

#### **The journey is a common thread that unites us. Is there a place you haven't visited yet and what dreams to you hope to see?**

There are so many places that I would like to see, but I have reached the awareness that you cannot see the whole world, or even all of Italy, or even all of Lombardy, or the province of Mantua. A life would not be enough. I stopped thinking that if I go to Australia I have to stay at least a month, after all a month wouldn't be enough anyway. In the past I traveled a lot, for example I went to the United States and I moved, I spent three days here, then I moved and I stayed another three days there, now I understand that this type of traveling does not help to know and understand the places that you touch, everything remains on the surface. I prefer to choose a place that has meaning for me and stay there. If you stop in the same place for a while, then you can create a deeper contact and this is what I need now.

#### **What never fails to be in your suitcase?**

A hat and the Vic-Sinex.

#### **If you think about the future, what do you see?**

I would like to continue with the expansion of my brand, while maintaining a very very controlled dimension. I can't say that I don't care about turnover, but it's not the main objective. I prefer to grow, yes; a company works only if it has growing objectives, if it is not so you lose hunger, enthusiasm, the desire to experiment, originality. It is difficult for me to think of a future in which I can be satisfied. I will be maybe in the moment in which I will decide to withdraw from the scene and from the activity and to take refuge somewhere to live, here, only then maybe... Now I see my future in growth, above all from a point of view of innovation and expansion. I would like to enter other sectors, such as fashion, hotellerie as I said before, explore new segments and new markets. The goal of opening new single-brand stores is to take it forward with great caution, in an extremely controlled way, to prevent it from losing its appeal, which is no longer as cool as it is now. I always say that Seletti either understands it or doesn't understand it, either you love it or you hate it, and I prefer to remain so, or a brand for the sole use of those who understand it. What I will always avoid is flattery, first of all on a stylistic level, but also from other points of view.

Last week, for example, I was in Paris at Maison et Objet and several investment funds are starting to knock on the door: they see the company that turns and goes forward. I must say that this thing scares me a lot. I am used to working hard and win every new step forward that the company makes with sweat, even a new opening for me is a great sacrifice, a struggle, and this is what I instills passion and gives me the stimulus, which makes me feel hungry. The moment you have to have someone behind you who puts up the money, this hunger would be lost and everything would change. Perhaps in the future, if new parallel businesses are born or if I am reminded of new absurd projects, such as opening a Seletti hotel, then yes, I probably would need the help of a fund since I could not do it alone. But right now, in my company I prefer to do with my hands and my feet. — ■



# ACAYA

GOLF RESORT & SPA

In Puglia, nel cuore del Salento, sorge questo incantevole resort circondato dalla natura e immerso nel verde della macchia mediterranea. Ulivi millenari, silenzi sconfinati e, non lontano, il turchese acceso del mare



**OPEN**

from March to November

**ROOMS**

97 rooms & suites

**SPA**

New Acaya SPA by Clarins

**FOOD&DRINKS**

2 Restaurants - Lounge Bar  
Masseria San Pietro

**BEACH**

"Ultimaspiaggia" private beach

**GOLF**

18-hole golf course

**POOL**

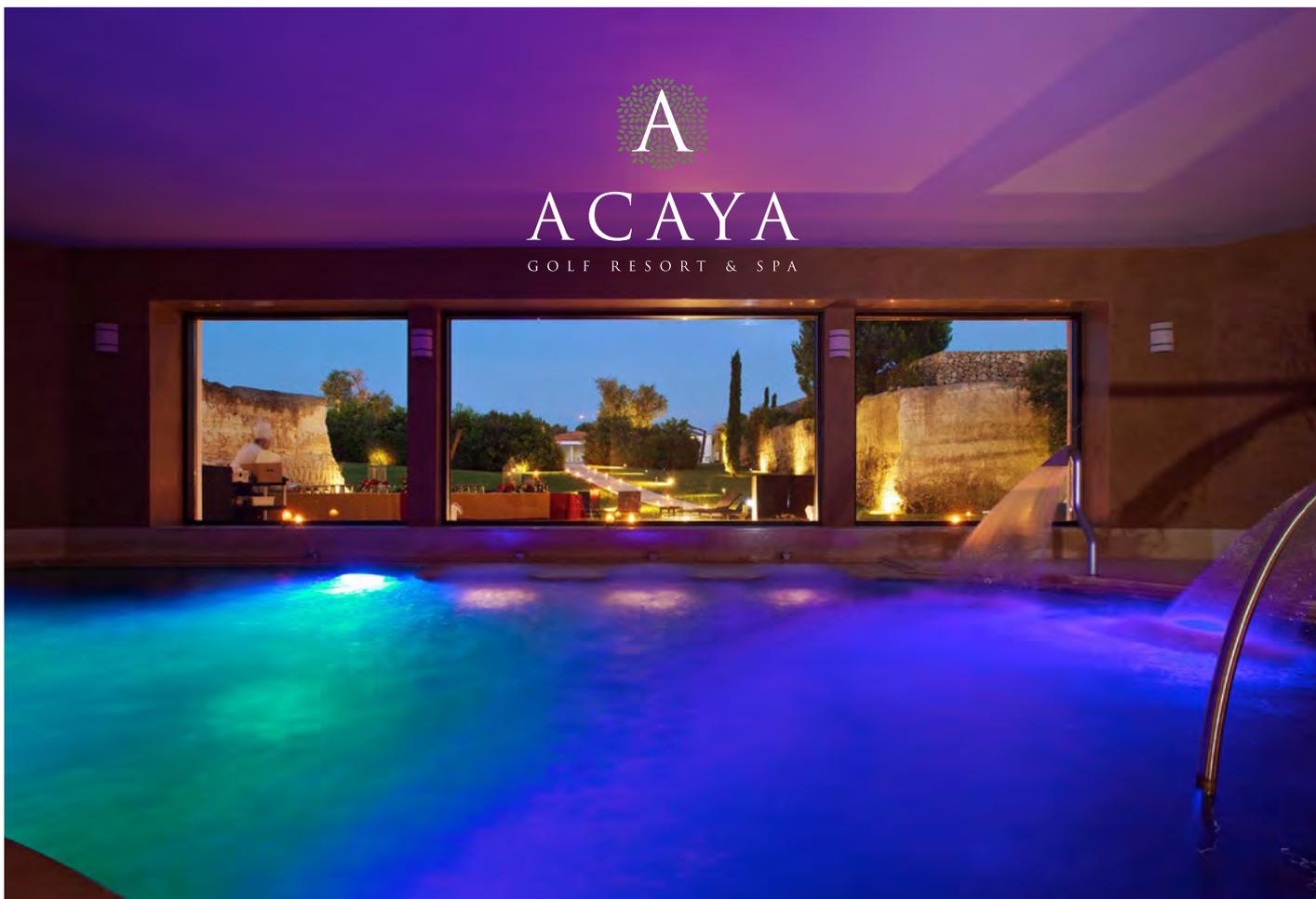
2 outdoor swimming pools

**EVENTS**

Congress Center max 800 seats  
Location for private events

**TOURS**

Local Coach for  
personalized itineraries

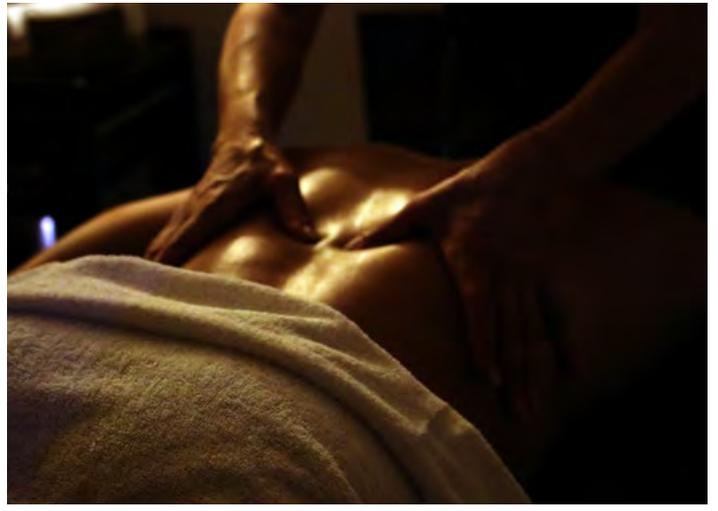


Ad Acaya la percezione del tempo si perde, per lasciare spazio a quiete, relax, benessere. Accanto al resort, l'oasi naturale delle Cesine si estende per 620 ettari lungo il litorale. Il campo golf 18 buche si sviluppa a fianco della riserva, completamente immerso nella natura. Nel green sorge un'antica masseria del XVIII secolo con ristorante tipico. Le due piscine all'aperto e la nuova Acaya SPA by Clarins di 1.200 metri quadrati offrono il giusto mix di privacy e refrigerio. A 5 minuti, le più belle coste del Salento, con le loro proverbiali acque, tanto trasparenti da essere spesso paragonate a scenari tropicali.

*In Puglia lies this charming resort surrounded by nature and tinged by the green Mediterranean flora and ancient olive trees. Next to the resort is the WWF natural oasis of Le Cesine, which covers 620 hectares along the coast. The 18-hole golf course has been built right next to the reserve. Amid the golf course is an ancient farmhouse dating back to the eighteenth century with typical restaurant. The two outdoor pools and the new Acaya SPA by Clarins covering 1,200 sqm offer just the right mix of privacy and freshness. Five minutes away are the most beautiful beaches of Salento, with their crystal clear waters often compared to tropical scenery.*









# SLOW TIME

IN APULIA

★ ★ ★ ★  
ACAYA GOLF RESORT & SPA

Strada Comunale di Acaya, km 2 73029 Acaya LE T 39 0832.861385 info@acayagolfresort.com  
www.acayagolfresort.com

Masseria San Pietro: T 39 347.2931679 info@masseriasanpietroacaya.com



*Country Stars*



*macchia j.*



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

# Love me tender

*I trattamenti "back to work" di inizio autunno.  
Ad Acaya SPA by Clarins ci prendiamo cura  
della tua pelle.*

Direttamente dalla SPA di Acaya, destinazione di mare nel Salento dove l'esposizione al sole è parte della quotidianità e dove soffiano venti che librano l'anima, arrivano alcuni suggerimenti su come prendersi cura della pelle al rientro dalle vacanze, quando l'autunno bussa alla porta. Per tornare belle, splendenti. Con un colorito radioso come mai prima d'ora.

A cura di Ufficio Comunicazione JSH

Trattamenti a cura di Anna Mazzeo

SPA Manager Acaya SPA By Clarins

Photo © JSH Hotels & Resorts | Courtesy of Clarins

JSH

WELLNESS



TRATTAMENTO  
"SCRUBBLE" &  
TRATTAMENTO  
VISO|CORPO  
"THE ART OF  
TOUCH"  
BY CLARINS

JSH

WELLNESS

Per restituire  
splendore ed  
elasticità alla pelle  
di viso e corpo dopo  
l'estate: *scrub con  
olio di oliva sale  
grosso e succo di  
limone*. O l'expertise  
Clarins con  
*"The Art of Touch"*



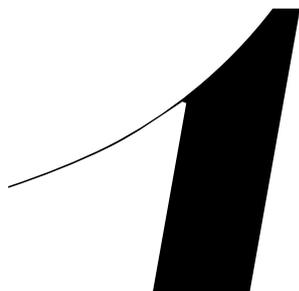
tempo di salutare l'estate con i suoi ritmi sfrenati e cominciare a prendersi cura della pelle dopo l'esposizione prolungata al sole, tra salsedine, vento e temperature roventi che ne hanno messo a dura prova lucentezza ed elasticità.

Abbiamo chiesto consiglio alla nostra SPA Manager di Acaya, Anna Mazzeo. La sua base è nel cuore del Salento, in una SPA prestigiosa che porta la firma del rinomato brand francese Clarins. Un'eccellenza che richiama ospiti da ogni dove nei suoi 1.200

metri quadrati di superficie circondati da giardini profumati, uliveti e macchia mediterranea.

Non a caso si dice "Salentu, lu stule, lu mare e lu ientu". Parliamo di una meravigliosa terra di mare, dove il sole scalda e il vento fa vibrare l'anima, dove si trascorrono giornate in riva al mare e si fa tardi la sera.

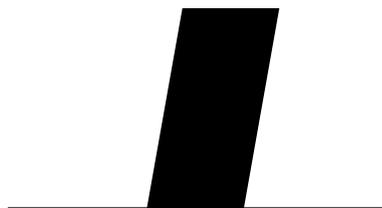
Lo sa bene Anna, abituata a trattare pelli provate dal sole, dal calore e dalle notti pazzе. Per ritrovare una pelle luminosa, tonica e levigata dopo l'estate, Anna ci propone due diverse soluzioni.



## TRATTAMENTO "SCRUBBLE"

Il trattamento "SCRUBBLE" si suddivide in due fasi, esfoliazione e massaggio, e si esegue con una miscela di olio extra vergine d'oliva, sale grosso e succo di limone.

Si tratta di un trattamento indispensabile dopo un lungo periodo di esposizione al sole e prima di qualsiasi trattamento corpo. Elimina le impurità e facilita l'assorbimento dei prodotti applicati in seguito, aumentandone l'efficacia. Previene l'invecchiamento cutaneo e la pelle appare più levigata, liscia e tonica.



## TRATTAMENTO VISO & CORPO "THE ART OF TOUCH" BY CLARINS

Quintessenza dell'expertise Clarins. "The Art of Touch" è un Trattamento completo per viso e corpo eseguito con l'esclusivo Metodo Clarins 100% manuale, famoso in tutto il mondo, e un mix di formule efficaci, ispirate dalla Natura, che assicurano una distensione totale. Una vera e propria coccola, dalla testa ai piedi, che intreccia tre tocchi energetici mirati. Il tocco equilibrante, preambolo indispensabile per inondare relax e calma totale; il tocco stimolante, che favorisce la circolazione dell'energia; il tocco avvolgente, per idratare e drenare il viso e liberare le energie profonde. Schiena, gambe, ventre... l'intensità delle pressioni è dosata con precisione. Le tensioni si allentano. Il corpo è avvolto, poco alla volta, da assoluto benessere.



d'Acaya, insieme all'esperienza di Anna e delle sue collaboratrici, c'è il percorso SPA, preludio di ogni trattamento, che include vasca idromassaggio cromoterapica e panoramica, sauna, caldarium, frigidarium, tepidarium, doccia finlandese, docce emozionali, area relax con tisaneria e kit di cortesia con morbidi accappatoi e teli. Da provare.

E per un'esperienza romantica da vivere in due, c'è il percorso SPA privato con Thermal Suite che si unisce alle 7 cabine per trattamenti. Ideale per un momento di benessere condiviso, dove concedersi un break di puro piacere nel corso della vacanza.

Mani esperte e prodotti anallergici aiutano qui a ottenere i migliori risultati per una profonda cura del sé. Una profonda conoscenza delle discipline e delle tecniche di massaggio orientali conducono in un territorio nuovo, fatto di piacere, purificazione, sublime

abbandono. Insomma, la SPA di Acaya è un luogo dove ritrovare, anche se solo per un attimo, il vero equilibrio tra corpo e mente.

A tutto questo, si aggiungono i segreti del brand francese Clarins e del suo famoso Clarins Touch. Un metodo esclusivo 100% manuale per un'esperienza su misura, con gesti precisi e personalizzati, perfettamente mirati, che si susseguono per risultati sorprendenti. I ricercatori Clarins mobilitano le proprie risorse scientifiche per svelare i segreti di bellezza delle piante, analizzarne le proprietà cosmetiche, studiarne le interazioni sulla pelle. Per concepire formule uniche, efficaci, rivoluzionarie, che rispettano il naturale equilibrio cutaneo.

Se volete rigenerarvi e scoprire il piacere del benessere vero a fine estate, fate uno stop ad Acaya SPA by Clarins. Anna vi aspetta... — ■

APERTA TUTTO L'ANNO

DA NOVEMBRE A MARZO dal martedì alla domenica dalle 15 alle 20

DA APRILE A OTTOBRE dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 13 e dalle 15 alle 20

Sabato, Domenica e Festivi dalle ore 10 alle ore 20

T. 0832 861050 - spa@acayagolfresort.com

# Love me tender

Directly from the Acaya SPA, a seaside destination in the heart of the Salento where exposure to the sun is part of everyday life and where winds that hover over the soul blow, there are some suggestions on how to take care of the skin when you return from vacation. To return to work, beautiful, shining, charged.

*“Back to work” treatments in autumn. We take care of your skin.*

Summer is coming to an end. It's time to get back to work and start taking care of your skin after prolonged exposure to the sun, salt air, wind and "tropical" temperatures of the past few months, which have put a lot of strain on it.

We asked our Acaya SPA Manager, Anna Mazzeo, for advice: her base is in the heart of Salento, in a prestigious SPA that bears the signature of the French brand Clarins. An excellence that attracts guests from all over the world in its 1,200 square meters of surface area, among fragrant gardens, olive groves and Mediterranean flora. It is no coincidence that they say "Salentu, lu sole, lu mare e lu ventu". (Salento, the sun, the sea and the wind). We are talking about a wonderful land of the sea, where the sun warms and the wind makes the soul vibrate, where you spend days by the sea and it gets late at night.

Anna knows it well, accustomed to treating skins tested by the sun, heat and crazy nights. To find a glowing, toned and smooth skin after summer, Anna offers us two different solutions.

#### "SCRUB" TREATMENT

The first is the "SCRUB" treatment which includes two phases: exfoliation and massage. It is made with a mixture of extra virgin olive oil, coarse salt and lemon juice.

Exfoliation is an essential treatment after a long period of exposure to the sun and before any body treatment. It eliminates impurities and facilitates the absorption of the products applied later, increasing their effectiveness. It prevents skin aging and the

skin appears smoother and toned.

#### "THE ART OF TOUCH" FACE / BODY TREATMENT BY CLARINS

The quintessence of Clarins expertise, "The Art of Touch" is a complete treatment for face and body performed with the exclusive 100% manual Clarins Method, famous throughout the world, and a mix of effective formulas, inspired by Nature, which ensure total distension. A real cuddle, from head to toe, that intertwines three targeted energy touches. The balancing touch, an essential preamble to initiate relaxation and total calm; the stimulating touch, which promotes energy circulation; the enveloping touch, to hydrate and drain the face and release deep energy. Back, legs, belly ... the intensity of the pressures is precisely dosed. Tensions are loosened. The body is wrapped, little by little, in absolute well-being.

Acaya, along with the experience of Anna and her collaborators, is the SPA path, the prelude to every treatment, which includes a chromotherapy and panoramic hydromassage bath, sauna, caldarium, frigidarium, tiepicarium, Finnish shower, emotional showers, relaxation area with herbal tea and courtesy kit with soft bathrobes and towels. It is a MUST.

And for a romantic experience to experience in two, there is a private SPA path with Thermal Suite that joins the 7 treatment cabins. Ideal for a moment of shared well-being, where you can enjoy a break of pure pleasure during the holidays. Expert hands and hypoallergenic products help

to achieve the best results for deep self care.

A profound knowledge of the disciplines and techniques of oriental massage lead to a new territory: made of pleasure, purification, sublime abandonment. In short, the Acaya SPA is a place to find, even if only for a moment, the true balance between body and mind.

To all this, the secrets of the French brand Clarins and its famous Clarins Touch are added. An exclusive 100% manual method for a tailor-made experience, with precise and personalized gestures, perfectly targeted, which follow one another for surprising results.

Clarins researchers mobilize their scientific resources to reveal the beauty secrets of plants, analyze their cosmetic properties, study their interactions on the skin. And conceive unique, effective, revolutionary formulas that respect the natural skin balance.

If you want to regenerate and discover the pleasure of true wellness at the end of summer, make a stop at Acaya SPA by Clarins. Anna is waiting for you ...

**OPEN ALL YEAR ROUND  
FROM NOVEMBER TO MARCH**

**Tue-Sun from 15 to 20**

**FROM APRIL TO OCTOBER**

**Mon- to Fri from 10 to 13 and from 15 to 20**

**Sat, Sun and holidays from 10 am to 8 pm**

**T. 0832 861050 - spa@acayagolfresort.com**





Dolomiti, Alto Adige. Tra queste montagne incontaminate nasce Acqua Plose.  
Pura e leggera per natura si abbina perfettamente ai migliori piatti della cucina tradizionale e internazionale esaltandone i sapori con la sua delicata discrezione.

Residuo fisso 22 mg/l    Ossigeno 10,2 mg/l    Sodio 1,2 mg/l    pH 6.6



AQUA  
**PLOSE**

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

Fonte Plose spa  
via Julius Durst 12  
39042 Bressanone (BZ)

JSH

FOOD

*Chef*  
**GABRIELE  
CASTIELLO**

Magiche coincidenze sulla via per la felicità

A CURA DI MARTINA BARBERINI  
UFFICIO COMUNICAZIONE JSH  
PHOTO © JSH HOTELS & RESORTS

**CHEF @ ACAYA GOLF RESORT & SPA**

Seppur ancora giovane, ne ha fatta di strada questo chef che, mosso dalla passione per la cucina, delizia oggi i palati degli ospiti di Acaya Golf Resort & SPA. Una strada lunga e sinuosa, fatta di ricerca, entusiasmo, progettualità e bellissime coincidenze verso il coronamento di un sogno. Questa è, per Gabriele Castiello, la via della felicità.

**SIAMO AD ACAYA, UNA TERRA RICCA DI SAPORI, OLTRE CHE DI COLORI E PROFUMI. UNA TERRA DALLA LUNGA E ANTICA TRADIZIONE CULINARIA, CHE STA EVOLVENDO GRAZIE AL BOOM TURISTICO DELL'ULTIMO DECENNIO, MA CHE RIMANE INDISSOLUBILMENTE LEGATA ALLA SUA RADICE.**



Perché così vuole. E perché così è giusto che sia, vista la ricchezza e la complessità dei piatti locali, che vanno dalla terra al mare e sono capaci di raccontare tanto di questa destinazione piena d'incanto.

È da questo convincimento che è partito Gabriele Castiello, chef di Acaya Golf Resort & SPA. Dal rispetto per la tradizione e la gastronomia locale, per proseguire in una ricerca

che lo ha portato a proposte nuove e contemporanee, rivisitazioni ricche di sapore, con la giusta dose di contrasti e un calibrato mix di consistenze.

Di nuovo c'è che non si parla di sola cucina, ma della gestione di un reparto. Quella di Gabriele è una figura a tutto tondo, un propagatore della cultura JSH in grado di andare oltre e dare un reale contributo anche quando non è ai fornelli.

li chiediamo di storia, che ha radice un amore, quello per da sempre, da quando, vedeva l'ora di mettersi ai madre. "Mia mamma è una lei a trasmettermi l'amore forse, ancor più, è stata la mia la buona tavola. Amo molto è il gusto, adoro scoprire i sapori".

Al termine della scuola secondaria, Gabriele si iscrive all'Istituto Alberghiero e al terzo anno inizia a "mettere le mani in pasta" con uno stage in uno stellato di Siena, a Chianciano Terme. Era l'anno 2003 e per i tre mesi estivi Gabriele affianca Salvatore Quarto, uno chef con la stella Michelin, che diventerà poi, anni più avanti, suo zio, maestro e guida di formazione per Gabriele. Ma

proseguiamo con la L'anno successivo, è al Grand Hotel di anni, alla direzione c'era Andrea Cigarini Gabriele si ritrova l'ala di coloro che lo avanti, ad Acaya. Nel 2005 arriva il perdere tempo, inizia la sua

raccontarci la sua nella sua infanzia, la cucina, che dura ancora bambino, non fornelli insieme alla gran cuoca, è stata per la cucina. Ma, predilezione per mangiare, il mio senso

storia. lo stage scolastico Rimini. In quegli del Grand Hotel e, ancora una volta, senza saperlo sotto vorranno poi più

diploma. Senza Gabriele prima vera

stagione da commis di cucina all'Hotel Corona di Milano Marittima. "Dalle finestre guardavo arrivare le Ferrari e le Lamborghini, che parcheggiavano davanti al MarePineta, mi immaginavo come sarebbe stato lavorare in quel posto così lussuoso".

Quella al Corona è una stagione intensa, tre mesi di lavoro senza sosta, 16 chili persi, ma anche di divertimento, non quello che ci si aspetta da un teenager in riviera Adriatica però. "Il mio divertimento è in cucina, è stata una bella esperienza perché, dopo i primi giorni come commis e un lavoro piuttosto semplice a livello di preparazione, sono diventato chef de partie dei primi. Avevo 18 anni."

Dopo questa esperienza a Milano Marittima, grazie alle referenze dello chef del Corona Gabriele torna in Toscana, a Sinalunga, dove lavora per un anno e mezzo in un ristorante da 30 posti dove tutto è fatto in casa: pane, pasta, focacce tipiche, pici, dessert, biscotteria. Una scuola sul campo per il giovane, che impara l'arte della trasformazione delle materie prime. In questa location Gabriele Castiello conosce la sua futura moglie Rossella, "lei è pugliese, in estate veniva a trovare la famiglia in Toscana, è così che ci siamo conosciuti, poi innamorati." Altra magica coincidenza sulla via delle felicità.

Nel 2007 torna a Chianciano Terme, dove al Grand Hotel Admiral Palace fa la sua prima esperienza come chef de partie agli antipasti. È qui che ritrova lo stellato e futuro zio del suo primo stage a Chianciano.

Nel 2013, la carriera di Gabriele compie una nuova virata

**"IL MIO SENSO È  
IL GUSTO. ADORO  
SCOPRIRE NUOVI  
SAPORI PER QUESTO  
AMO CUCINARE"**





**“IN CUCINA HO  
UNO STILE PULITO,  
COSTRUITO SU  
POCHI, ESSENZIALI  
ELEMENTI”**

In questa pagina: Gabriele con lo chef di Radisson Blu es. Hotel Rome Giuseppe Gaglione. Sotto, un altro piatto dello chef

e prende una direzione diversa. Il giovane decide di entrare nella ristorazione collettiva e apre un piccolo centro cottura a Pomezia. “Volevo capire come girasse nella grande distribuzione e anche quale potesse essere la mia strada futura, se nell’hotellerie o nella grande distribuzione a livello di ristorazione collettiva”.

Presto capisce che non è quella la strada. Decide di aprire un ristorante nella sua città, Benevento, una nuova esperienza che lo porta ad aprire un’attività da zero. Ci vogliono 3 anni di lavoro per capire che anche questa non è la via. “Nonostante le tante esperienze, l’attività che avevo aperto e tutto il resto, ero ancora giovanissimo e pieno di forze, entusiasmo, voglia di sperimentare. Ho deciso di rimettermi in gioco ripartendo da dove avevo iniziato, tornare dentro una cucina di hotel”.

Lo fa all’Hotel Vannucci, a Città della Pieve, in provincia di Perugia. “Qui ho ripreso in mano tutto quello che avevo lasciato, come la lavorazione della materia prima freschissima, e ho mosso i primi passi nell’organizzazione della banchettistica, del servizio alla carta, con una cucina che era prevalentemente quella tipica toscana”. Ma c’era un 5 stelle lusso che Gabriele teneva sott’occhio e che pian piano diventa il suo obiettivo, il Fonteverde Tuscan Resort, Leading Hotels of the World, a San Casciano dei Bagni, in provincia di Siena. “Volevo crescere, fare un passo avanti, e il Fonteverde mi sembrava il posto giusto”. Volere è potere si dice. E così è stato. Gabriele entra come chef de partie e inizia un’avventura che



definisce si impegnativa, soprattutto per i rigidi standard che il brand Leading imponeva di rispettare, ma anche quella che segnerà una svolta e la vera apertura verso strutture di livello.

Come il Borgo Egnazia Golf & Ville Resort per esempio, altro 5 stelle lusso Leading Hotels of the World, a Fasano in provincia di Brindisi. “Non ho mai creduto al preconcetto sul sud Italia. A sud si lavora eccome, tutto dipende da come ti poni e cosa scegli. Ci sono strutture dove si lavora benissimo. A Borgo Egnazia ho avuto modo di lavorare con lo chef Vincenzo Martella, che poi sarà lo chef con cui avrei lavorato proprio qui, nel mio primo anno ad Acaya”.

Quando a Borgo Egnazia arriva lo stellato Andrea Ribaldone come consulente, si accorge subito del talento di Gabriele, impegnato come chef de partie dei secondi nel ristorante centrale del resort.

Scommettendo su di lui e certo che avrebbe fatto un ottimo lavoro, Ribaldone gli propone di passare al Calamasciola, il ristorante sul mare di Borgo Egnazia.

“Sono stati mesi di duro lavoro ma anche di grande divertimento per me”.

Di lì il passo è breve. Ribaldone gli parla di un nuovo progetto food che sta seguendo

**“RIBALDONE MI PARLÒ DI QUESTO NUOVO PROGETTO LEGATO A UNA CATENA ALBERGHIERA ITALIANA. SCELSI ACAYA. SONO PASSATI 6 ANNI DA ALLORA”**

Nella pagina accanto Gabriele Castiello nel suo regno ad Acaya  
In questa pagina L'essenzialità e l'attenzione al dettaglio nella  
cucina di Gabriele Castiello

per JSH Hotels & Resorts, un nuova catena italiana con hotel di alto livello sparsi in tutta Italia. Finita la stagione a Borgo Egnazia arriva la proposta. “Sono passati 6 anni da allora. Non aggiungo altro, è chiaro che fu per me una scelta vincente”.

Dopo il primo Campus food di JSH a gennaio del 2014, a Galzignano Terme SPA & Golf Resort, Gabriele sceglie la sua meta JSH, e parte per il Salento iniziando come sous chef di cucina accanto allo chef Vincenzo Martella. Un primo anno molto formativo per Gabriele “tutto ciò che conosco a livello di nuove tecniche, lo devo a questa esperienza con Martella”. Il secondo anno, è Gabriele a far partire, non senza timori, la stagione del resort. Crea la sua prima brigata di cucina, le cose vanno bene, nel periodo centrale e più intenso

riceve supporto da un altro grande chef, ora al Radisson Blu es. Hotel di Roma: Giuseppe Gaglione. Sotto la guida e responsabilità di Gaglione, oltre ad affinare le tecniche di cucina, Gabriele entra nel vivo delle mansioni di uno chef vero e proprio, con la gestione dei turni, il coordinamento di eventi in diversi outlet contemporaneamente, lo sviluppo di nuove carte e menu.

Nell'inverno 2016-2017, segue la start-up dell'Hotel Schloss di Pontresina, in Svizzera, affiancando gli altri chef JSH.

Ed eccoci arrivati ai giorni nostri. Oggi Gabriele è head chef di un resort in crescita costante, responsabile e coordinatore dei 3 outlet ristorativi del resort, che includono la Masseria San Pietro, il ristorante centrale e il ristorante delle colazioni.

Amato e rispettato dai suoi ragazzi, viene definito “lo chef buono”, rigido lì dove serve, ma sempre pronto al dialogo, a diffondere serenità e tranquillità nello staff, ad affrontare i problemi e sistemare le difficoltà.

“Mi chiamano lo chef buono, che non vuol dire che ci si possa approfittare di me, ma è vero, ho un bellissimo rapporto con tutti i ragazzi, c’è ammirazione, rispetto reciproco. Loro sanno che io ci sono sempre”.

E se gli chiediamo di parlarci di Acaya, i suoi occhi si illuminano. “Amo

questo posto perché non ti stanca mai. Ci sono sempre nuove cose, la possibilità di portare avanti idee e progetti, non è una struttura statica e ogni anno è diverso, pieno di sfide e stimoli che ci proponiamo. Un grande ringraziamento va a Giuseppe Campobasso, un collega che ammiro e che cerco di affiancare quanto più possibile. Lui mi ha coinvolto su più fronti in modo molto costruttivo”.

Gabriele si riferisce ai bei progetti legati alle risorse e alla squadra, con team building, meeting, briefing che hanno reso la squadra ancor più forte e unita. Un esempio fra tutti: il “Singolar Tenzone”, una sfida tra chef di diversi hotel di Lecce, tra cui anche Gabriele.

In questo modo, Gabriele ha imparato a guardare fuori dalle mura della cucina e ad avere una visione d’insieme. Una vera e propria filosofia, abbracciata e resa vincente.

Ma torniamo ai fornelli. Chiediamo qual è il segreto della cucina di Acaya, tanto apprezzata dagli ospiti. “Partiamo sempre da pochi elementi e da materie prime prevalentemente locali.

**“SI PARTE DALLA SEMPLICITÀ E SI LAVORA SUI GIUSTI CONTRASTI DI SAPORE, QUELLI CHE LASCIANO UNA BELLA SENSAZIONE, UN BEL RICORDO LEGATO AL GUSTO”**



**PER GABRIELE,  
CUCINA È SINONIMO  
DI FELICITÀ.  
“PER ME CUCINARE  
SIGNIFICA ENTRARE  
IN UN LUOGO MAGICO  
CHE MI RIPORTA  
AI MIEI 13 ANNI. È  
TORNARE NEL LUOGO  
DA CUI PROVENGO E  
A CUI APPARTENGO”**



prodotti che questa terra ci offre sono tanti e vanno dal mare all'entroterra. Il segreto è trovare l'equilibrio per legarli insieme e valorizzarli, combinarli creando piatti diversi, nuovi e dal gusto complesso, da cui emerge l'originalità e l'unicità della nostra cucina”.

Lo stile di Gabriele è proprio questo, è un piatto pulito e costruito su pochi, essenziali elementi. Si parte dalla semplicità e si lavora sui giusti contrasti di sapore, quelli che lasciano una bella sensazione, un bel ricordo legato al gusto.

Il suo piatto forte è lo Spaghetto alla carbonara di zafferano, una rivisitazione salentina di un piatto tipico romano, terminato con una spuma di cacio cavallo e capocollo al posto del guanciale, che vi raccontiamo nella Ricetta che segue.

Per Gabriele, cucina è sinonimo di felicità. “Per me cucinare non significa lavorare nel senso letterale del termine, ma entrare in un luogo magico, che mi riporta ai miei 13 anni, alla cucina di mia madre, dove sono cresciuto. È tornare nel luogo da cui provengo e a cui appartengo. Quando mi sveglio al mattino e mi metto a cucinare, ho la sensazione di stare preparando qualcosa per degli amici che sono venuti a trovarmi”. — ■

## A TAVOLA COL SORRISO

### Il nostro Maître Andrea D'Amato

Per mangiare bene, non basta un buon piatto. Servono tanti ingredienti, proprio come in cucina. Ci vogliono la giusta atmosfera, l'accoglienza, la cura dei dettagli, il rispetto dei tempi, un bel panorama da ammirare. Vanno stuzzicati i 5 sensi.

Lo sa bene Andrea D'Amato, il nostro Maître ad Acaya Golf Resort & SPA, che contribuisce ogni giorno al successo dei nostri ristoranti.

Una lunga esperienza iniziata proprio ad Acaya, dove Andrea dimostra le sue doti e, in una meritata escalation, da semplice cameriere di sala arriva a ricoprire il ruolo di Maître d'Hotel.

Andrea ci racconta che in questi anni ha imparato tanto proprio perché ha ricoperto tutte le mansioni del reparto F&B. Questo gli ha permesso di raggiungere le competenze necessarie per seguire al meglio la selezione e la formazione delle risorse umane, seguire in modo eccellente il servizio di sala, sviluppare i diversi menù food per tutti gli outlet ristorativi del resort guidato dallo Chef Castiello, compresa la ricca carta dei vini.

Mantenendo sempre vivo lo spirito di gruppo e il senso dell'organizzazione, Andrea prosegue ad Acaya con entusiasmo, passione, professionalità verso nuove sfide



# Chef GABRIELE CASTIELLO

## Magic coincidences on the way to happiness

TEXT & INTERVIEW BY DI MARTINA BARBERINI JSH COMMUNICATION DEPT.  
PHOTO © JSH HOTELS & RESORTS

**Although still young, this chef has come a long way and, moved by his passion for cooking, today delights the palates of the guests of Acaya Golf Resort & SPA. A long and winding road, made up of research, enthusiasm, planning, and beautiful coincidences that speak for themselves about the culmination of a dream. This is, for Gabriele Castiello, the path to happiness.**

We are at Acaya, a land rich in flavors, as well as colors and fragrances. A land with a long and ancient culinary tradition, which is evolving thanks to the tourism boom of the last decade, but which remains inextricably linked to its roots. This inspires him. And because this is rightly so, given the richness and complexity of local dishes, ranging from land to sea and are able to tell so much about this destination full of charm.

It is from this conviction that Gabriele Castiello, chef of Acaya Golf Resort & SPA, started. With respect for tradition and local gastronomy, to continue research that has led to new and contemporary proposals, rich reinterpretations of flavor, with the right dose of contrasts and a balanced mix of textures.

Again there is no mention of just the kitchen, but the management of a department.

That of Gabriele is a figure in the round, a propagator of the JSH culture able to go further and make a real contribution even when he is not at the stove.

We ask him to tell us his story, which has its roots in his childhood, a love for the kitchen, which has always lasted, ever since he was a child, he couldn't wait to get in the kitchen with his mother. "My mom is a great cook, she was the one who conveyed my love for the kitchen. But, perhaps, even more, it was my predilection for good food. I love to eat, my sense is taste. I love discovering flavors". At the end of secondary school, Gabriele enrolled in the Hospitality Institute and in the third year began to "put his hands in the dough" with an internship in a Michelin-starred restaurant in Siena, at Chianciano Terme. It was 2003 and for those three summer months Gabriele joined Salvatore Quarto, a chef with a Michelin star, who later became his uncle, teacher and training guide for Gabriele. But let's continue with the story.

The following year, the school internship was at the Grand Hotel in Rimini. In those years, the management of the Grand Hotel was headed by Andrea Cigarini and, once again, Gabriele found himself not knowing it would be under the wing of these professionals who would later want him to join their team at Acaya.

In 2005 he received his diploma. Without wasting time, Gabriele began his first real season as a line cook at the Hotel Corona in Milano Marittima. "From the watchful windows I saw the arrival of the Ferraris and Lamborghini that parked in front of the MarePineta. I imagined what it would have been like to work in that luxurious place." It was an intense season at the Corona, three months of non-stop work, he lost 16 kilos, but it was also fun, not what is expected of a teenager on the Adriatic coast though.

"My fun is in the kitchen, it was a nice experience because, after the first few days as a cook with a rather simple job in terms of preparation, I became the chef de partie of the first time. I was 18 years old".

After this experience in Milano Marittima, thanks to the references of the chef of the Corona Gabriele, he returned to Tuscany, to Sinalunga, where he worked for a year and

a half in a restaurant with 30 seats where everything is homemade: bread, pasta, typical focaccia, pici, dessert, biscuits. A school in the field for the young person, who learns the art of processing fresh ingredients.

In this location Gabriele Castiello came to know his future wife Rossella, "She is from Puglia, in the summer she came to visit the family in Tuscany, that's how we met, then we fell in love." Another magical coincidence on the path to happiness.

In 2007 he returned to Chianciano Terme, where at the Grand Hotel Admiral Palace he had his first experience as a chef de partie with appetizers. It is here that he finds the Michelin-starred chef and future uncle of his first stage in Chianciano.

In 2013, Gabriele's career made a new turn and took a different direction. The young man decided to enter the collective catering field and opened a small cooking center in Pomezia. "I wanted to understand how large-scale distribution worked and also what my future path might be, whether in the hotel trade or in the large-scale retail trade."

He soon realized that this is not the way. He decided to open a restaurant in his city, Benevento, a new experience that led him to open an activity from scratch. It took 3 years of very hard work to understand that this is also not the way. "Despite the many experiences, the activity that I had opened and everything else, I was still very young and full of strength, enthusiasm, and desire to experiment. I decided to get back in the game starting from where I started, going back to a hotel kitchen".

He did this at the Hotel Vannucci, in Città della Pieve, in the province of Perugia. "Here I took back everything I had left, like the processing of the freshest raw ingredients, and I took the first steps in organizing banquets, with a cuisine that was predominantly typical Tuscan". But there was a 5-star luxury that Gabriele kept an eye on and that gradually became his goal, the Fontanaverde Tuscan Resort, one of the Leading Hotels of the World group, in San Casciano dei Bagni, in the province of Siena. "I wanted to grow, take a step forward, and the Fontanaverde seemed to me to be the right place." Will is power, as they say. And so it was. Gabriele entered as chef de partie and began an adventure that he defines as challenging, above all for the strict standards that the Leading brand required to respect, but also the one that will mark a turning point and the true openness towards level structures.

Like the Borgo Egnazia Resort for example, another 5-star luxury property of the Leading Hotels of the World group, in Fasano in the province of Brindisi. "I never believed in the preconception of southern Italy. In the south we work all right, it all depends on how you set yourself up and what you choose. There are facilities where you work very well. In Borgo Egnazia I got to work with chef Vincenzo Martella, who will then be the chef I'd work with right here, in my first year at Acaya".

When the Michelin-starred chef Andrea Ribaldone working as a consultant arrived

in Borgo Egnazia, he immediately realized the talent of Gabriele, engaged as chef de partie of the latter in the central restaurant of the resort.

Betting on him and sure that he would do a great job, Ribaldone proposed to him to move to Calamasciola, the restaurant on the sea of Borgo Egnazia. "They were months of hard work but also great fun for me."

From there the next step was short. Ribaldone told him about a new food project that he was pursuing for JSH Hotels & Resorts, a new Italian chain with high-level hotels scattered throughout Italy. After the end of the season at Borgo Egnazia the proposal arrived. "Six years have passed since then. I am not interested in doing anything else, it is clear that it was a winning choice for me".

After the first JSH Food Campus in January 2014 at Galzignano Terme SPA & Golf Resort, Gabriele chose his JSH destination, and left for Salento starting as the sous chef next to chef Vincenzo Martella.

It was a very formative first year for Gabriele "Everything I know in terms of new techniques, I owe it to this experience with Martella". The second year, it was Gabriele who started the resort season without fear. He creates his first kitchen brigade, things were going well, in the middle and more intense period he received support from another great chef, now at the Radisson Blu es. Hotel in Rome: Giuseppe Gaglione. Under the guidance and responsibility of Gaglione, in addition to refining cooking techniques, Gabriele got to the heart of the duties of a real chef, with the management of shifts, the coordination of events in different outlets simultaneously, and the development of new dishes and menus.

In winter 2016-2017, he followed the start-up of the Hotel Schloss in Pontresina, Switzerland, alongside the other JSH chefs. And here we are today. Today, Gabriele is the head chef of a constantly growing resort, responsible for the coordination of the resort's 3 restaurant outlets, including the Masseria San Pietro, the central restaurant and the breakfast restaurant. Loved and respected by his team, he is called "the good chef", stiff there where he is needed, but always ready for dialogue, to spread serenity and tranquility in the staff, to face problems and fix difficulties. "They call me the good chef, which does not mean that you can take advantage of me, but it is true, I have a beautiful relationship with all the team, there is admiration, mutual respect. They know that I am always there".

And if we ask him to talk to us about Acaya, his eyes light up. "I love this place because it never tires you. There are always new things, the possibility of carrying forward ideas and projects is not a static structure and each year is different, full of challenges and stimuli that we propose. A big thank you goes to Giuseppe Campobasso, a colleague whom I admire and who I try to support as much as possible. He involved me on several fronts in a very constructive way".

Gabriele refers to the good projects related to resources and the team, with team

building, meetings, briefings that have made the team even stronger and more united. An example among all: the "Singolar Tenzone", a challenge between chefs from different hotels in Lecce, including Gabriele.

In this way, Gabriele has learned to look outside the walls of the kitchen and to have an overall view. A real philosophy, embraced and made a winner.

But back to the stove. We ask what is the secret of Acaya's cuisine, so appreciated by guests. "We always start with a few elements and mainly local fresh ingredients. The products that this land offer us are many and go from the sea to the hinterland. The secret is to find the balance to tie them together and enhance them, combine them creating different dishes, new and with complex taste, from which emerges the originality and uniqueness of our kitchen".

This is Gabriele's style, it is a clean dish built on a few, essential elements. We start from simplicity and work on the right contrasts of flavor, those that leave a good feeling, a beautiful memory linked to taste.

Its main dish is the Spaghetto alla carbonara of saffron, a Salento revisit of a typical Roman dish, finished with a foam of cacio and capocollo (pork neck meat) instead of the guanciale, (the meat of the pork cheeks) which we will offer you in the following Recipe. For Gabriele, cooking is synonymous with happiness. "For me cooking does not mean working in the literal sense of the term, but entering a magical place, which brings me back to the age of 13 years, to my mother's kitchen, where I grew up. It's going back to where I came from and where I belong. When I wake up in the morning and start cooking, I have the feeling that I'm preparing something for friends who came to see me".

### AT THE TABLE WITH A SMILE Our Maître Andrea D'Amato

For a good dish it is not enough to merely eat well. The "front of the house" serve many ingredients, just like in the kitchen. It takes the right atmosphere, hospitality, attention to detail, respect for time, a beautiful view to admire. The 5 senses must be whetted.

Andrea D'Amato, our maitre at Acaya Golf Resort & SPA, knows this well and contributes every day to the success of our restaurants. A long experience started just at Acaya, where Andrea demonstrates his skills and, in a well-deserved escalation, from a simple waiter came to play the role of Maître d'Hotel. Andrea tells us that in these years he has learned so much because he has covered all the tasks of the F&B department. This allowed him to reach the skills necessary to better follow the selection and training of human resources, to follow the dining service in an excellent way, to develop the different food menus for all the restaurant outlets of the resort led by Chef Castiello, including the rich wine list. Always keeping the team spirit and the sense of the organization alive, Andrea continues to Acaya with enthusiasm, passion, and professionalism towards new challenges. —■

# LA RICETTA

## di Gabriele Castiello

### Spaghetti alla carbonara di zafferano con capocollo croccante e spuma al caciocavallo

#### INGREDIENTI PER 4 PERSONE

- Spaghetti di grano duro 280gr
- Riso per risotti 50gr
- Capocollo di Martina Franca 50 gr
- Pistilli di zafferano 5/6 pistilli
- Caciocavallo Podolico 50gr
- Panna liquida da cucina 100 ml
- Sale q.b
- Pepe nere in grani da macinare q.b

#### PROCEDIMENTO

Per la preparazione dello spaghetti alla carbonara di zafferano, si parte dalla cottura del riso facendolo stracuocere aggiungendo continuamente acqua calda finché non diventa morbido a tal punto da poter frullare il tutto rendendo la crema di riso liscia e omogenea. Nel frattempo, si mettono in infusione i pistilli di zafferano.

A questo punto, si prepara il capocollo tagliato finemente a julienne e tostato in padella antiaderente, in modo che diventi croccante.

Si prepara quindi la spuma di caciocavallo da sifone, facendo una fusione, portando a bollire la panna e aggiungendovi il caciocavallo grattugiato. Si versa poi la fonduta al sifone e si mantiene al caldo al bagnomaria. Si cuoce quindi lo spaghetti in acqua salata lasciandolo al dente, dopodiché lo si va a mantecare con la crema di riso allo zafferano.

Lo spaghetti è pronto per essere impiattato: una volta nel piatto, si aggiunge il capocollo croccante, una sifonata di spuma al caciocavallo e si completa il piatto con una macinata di pepe nero.



## Saffron carbonara spaghetti with crunchy pork neck meat and cheese foam

### INGREDIENTS FOR 4 SERVINGS:

- Durum wheat spaghetti 280gr
- Rice for risotto 50gr
- Capocollo (pork neck meat) by Martina Franca 50 gr
- Saffron pistils 5/6 pistils
- Podolico cheese 50gr
- 100 ml kitchen liquid cream
- Salt to taste
- Black peppercorns to grind to taste

### PREPARATION

For the preparation of the carbonara saffron spaghetti start by overcooking the rice, continually adding hot water, after infusing the saffron pistils, until it is soft to the point of being able to blend the whole making the rice cream smooth and homogeneous.

At this point, prepare the capocollo meat, finely chopped into julienne strips and toast it in a non-stick pan, making it crunchy.

Then prepare the caciocavallo cheese foam by siphon making a melt, bringing the cream to a boil and adding the grated caciocavallo cheese. Pour the fondue into the siphon and keep it warm in the bain-marie. At this point you can cook the spaghetti in salted water leaving it al dente, then you will stir it with saffron rice cream.

The spaghetti is ready to be served, once in the dish, add the crunchy capocollo, a siphon of caciocavallo froth and complete the dish with freshly ground black pepper.

# **IL TASSELLO MANCANTE ALLA TUA IMPRESA**

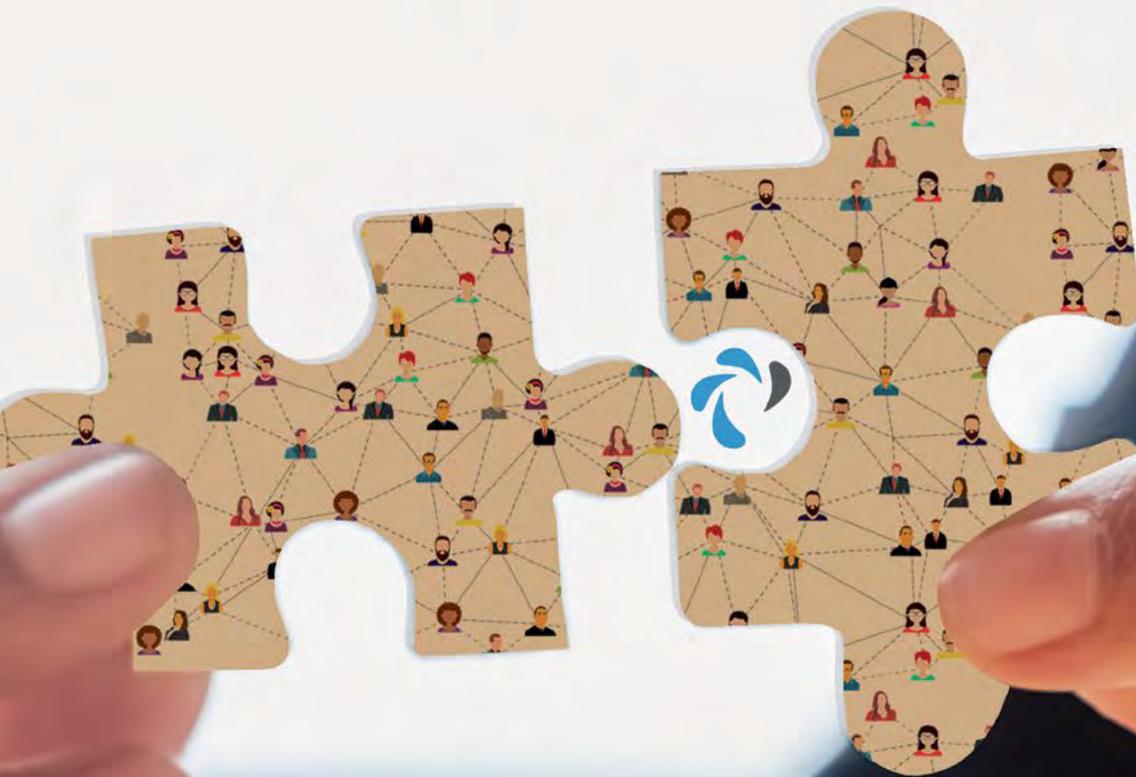
Basta poco per rendere la tua impresa  
efficiente e al passo con i tempi.

**TECHNO4YOU** è con te  
24 ore al giorno, 7 giorni su 7.

we are on



[www.techno4you.it](http://www.techno4you.it) - [info@techno4you.it](mailto:info@techno4you.it)



**Techno4you**  
System Integrator

GOLF HOTEL  
PUNTA ALA

Lungo la costa della Maremma, la Toscana mostra l'altro suo volto. Lasciate alle spalle le dolci colline, i paesini pittoreschi e le famose città d'arte, qui questa regione si fa più primitiva, rivelandosi in tutta la sua aspra bellezza



**OPEN**

from April to October

**ROOMS**

130 suites  
New Top Family & Prestige Rooms

**BEACH**

Wide private beach

**SPA**

New Violina SPA by Clarins  
800 sqm

**FOOD&DRINKS**

Restaurant & Lounge Bar  
Seafront Beach Bar, Restaurant & Pizzeria

**POOL**

Outdoor swimming pool

**KIDS**

Miniclub and Junior Club

**TOURS**

Local Coach for personalized tours

**EVENT**

Convention Center max 280 seats  
Location for private events

**SHOP**

New EMPRESA store

# Golfh<sup>\*\*\*</sup>otel

Punta Ala

Sulla costa della Maremma toscana, proprio in fronte all'Isola d'Elba, sorge Golf Hotel Punta Ala. Circondato da una rigogliosa macchia di pini, lecci, querce, è un resort storico che mantiene intatto il suo fascino, fatto di natura, profumi, colori, incredibili tramonti. Atmosfere di mare e di autentica accoglienza che rimangono nel cuore.

*On the coast of the Tuscan Maremma, right in front of the Elba Island, is the Golf Hotel Punta Ala. Surrounded by a luxuriant forest of pines and holm oaks, it is a historic resort that maintains its charm, made of nature, scents, colors and incredible sunsets. These unique sea atmospheres and a sense of authentic hospitality will remain in your heart forever.*







# WILD TUSCANY

★ ★ ★ ★  
GOLF HOTEL PUNTA ALA

Via del Gualdo, 2 58040 Punta Ala GR  
T +39.0564.9401 info@golffhotelpuntaala.it www.golffhotelpuntaala.it

JSH

PUBBLI



L'Arte del Vetro a Venezia

# ANTICA MURRINA

*Un nuovo management alla guida dello storico marchio veneziano, portavoce nel mondo della tradizione del gioiello in vetro di Murano, con l'obiettivo di rendere Antica Murrina Venezia il polo del Fashion Glass Jewelry*

nicità, passione, innovazione e design sono i valori portanti di Antica Murrina: valori che riguardano l'artigianalità, la cura dei particolari e l'attenzione per le materie prime e per la ricerca di queste. Il gioiello in vetro di Murano, realizzato a mano, è un pezzo unico che fa del suo valore fondamentale l'esclusività. Riesce ad essere un prodotto che si posiziona nel Fashion system e che soddisfa il desiderio di avere un gioiello sempre nuovo. L'unicità di forme e trasparenze, i colori del vetro Veneziano sono riusciti negli anni a conservare l'eccellenza della manifattura. L'azienda propone questa tradizione con uno spirito attuale, giovane e ricercato, aperto alla sperimentazione e alla contaminazione di stili, materiali e tecniche. L'azienda, da sempre, si fa portavoce nel mondo della lavorazione artigianale del vetro, che rende ogni creazione unica proprio perché realizzata a mano. Questo è il messaggio principale che l'azienda vuole comunicare, tanto che il payoff che contraddistingue oggi il marchio è "PROUD TO BE UNIQUE", orgogliosi di essere unici e di presentarci e posizionarci sul mercato con prodotti innovativi ed accattivanti del Fashion

*ARTIGIANALITÀ  
ITALIANA E  
TRADIZIONE,  
ANTICA MURRINA  
SI FA PORTAVOCE  
NEL MONDO  
DELL'ARTE DI  
LAVORARE IL VETRO  
TRASFORMANDOLO  
IN PREZIOSI E  
ORIGINALI GIOIELLI  
UNICI, CAPACI DI  
INCANTARE*





*L'UNICITÀ DI FORME  
E TRASPARENZE, I  
COLORI DEL VETRO  
VENEZIANO, SONO  
RIUSCITI NEGLI  
ANNI A CONSERVARE  
L'ECCELLENZA DELLA  
MANIFATTURA*

Il payoff "Proud to  
Be Unique" guida  
Antica Murrina  
nella salvaguardia  
dei suoi valori

# IL VETRO PUÒ ESSERE RICICLATO ALL'INFINITO. PER QUESTO L'ECO SOSTENIBILITÀ È UN OBIETTIVO FONDAMENTALE PER ANTICA MURRINA

UN IMPEGNO CONCRETO NEL  
REALIZZARE PRODOTTI CON  
DEVOZIONE E AMORE PER LA  
NATURA

Glass Jewelry e non solo. Da quest'anno, l'offerta si arricchisce di prodotti del mondo del Living puntando ad una forte riconoscibilità anche nell'Home Design. Le lampade "Sun Lamp" e le nuovissime profumazioni d'ambiente racchiuse in raffinate ampolle, realizzate con essenze create ad hoc per il brand. Prodotti diversi l'uno dall'altro che danno la possibilità a chiunque di poter acquistare e possedere un pezzo unico.

Una novità dell'ultima collezione si concretizza nell'unione del vetro di Murano con il mondo della pelletteria.

Dall'esperienza artigianale e dalla storia del nostro territorio, nasce un prodotto Made In Italy realizzato nel distretto produttivo della Riviera del Brenta. Vera pelle, cura ed attenzione per i dettagli: le nostre pochette Seline combinano la tradizione della pelletteria ed il fascino del vetro di Murano stando al passo con i tempi e le mode.

Materiali pregiati, cultura progettuale e linee raffinate rendono unici questi prodotti, caratterizzati da zip e cuciture abbinata alla colorazione esterna e da un'etichetta interna che ne garantisce la qualità.

Ogni nuance viene abbinata ad una perla lavorata a mano che richiama le tecniche e le sfumature cromatiche delle varie linee della collezione Aura. (vedi foto).

Tutte le attività di comunicazione e di branding poste in essere, nascono dall'esigenza di mantenere intatti i valori intrinseci del prodotto e del marchio: un asse innovazione-tradizione che deve avere il proprio baricentro e comunicare i propri punti di forza.

In ogni settore, in particolar modo in quello fashion, le tendenze, i colori, le tecniche e i materiali riflettono il mondo e le preferenze che cambiano. La moda, quindi, come ogni altra forma d'arte è un universo in continua evoluzione, in continua espansione. Non bisogna mai smettere di inventare, di creare. I nuovi materiali, i nuovi progetti e disegni riflettono la visione aziendale e la collocazione che Antica Murrina cerca nel mercato.

Il mercato italiano rappresenterà un consolidamento: grande riferimento per un'azienda come Antica Murrina Venezia, che lavora secondo la tradizione dei maestri vetrai, modellando i suoi materiali nel rispetto dell'ambiente che ci circonda.

Il vetro può essere riciclato fino all'infinito. Per questo l'eco sostenibilità è un obiettivo fondamentale per Antica Murrina, che si impegnerà sempre nel realizzare i propri prodotti con devozione ed amore per la nostra natura. La venezianità del prodotto rende il marchio riconosciuto e riconoscibile in tutto il mondo. — ■

The Art of Glass in Venice

# ANTICA MURRINA

*Italian craftsmanship and tradition, Antica Murrina is the spokesperson in the art world of working glass, transforming it into precious and original unique jewels, capable of enchanting. With new management at the helm of the historic Venetian brand, the voice in the world of the Murano glass jewelry tradition, has the aim of making Antica Murrina of Venezia the pole of Fashion Glass Jewelry.*

Text & Photo by  
Antica Murrina Venezia

*Uniqueness, passion, innovation and design are the key values of Antica Murrina: values that concern craftsmanship, attention to detail and attention to the raw materials and their research.*

*The handmade Murano glass jewels are unique pieces that make exclusivity its core value. It manages to be a product that is positioned in the Fashion world and satisfies the desire to have jewels that are always new. The uniqueness of shapes and transparencies, the colors of Venetian glass have managed over the years to preserve the excellence of manufacturing. The company offers this tradition with a modern, young and sophisticated spirit, open to experimentation and integration of styles, materials and techniques.*

*The company has always been a voice in the world of glass craftsmanship, which makes each creation unique because it is handmade. This is the main message that the company wants to communicate, so that the payoff that distinguishes the brand today is "PROUD TO BE UNIQUE", proud to be unique and to present itself and themselves on the market with innovative and captivating products from Fashion Glass Jewelry. From this year, the offer is enriched with products from the Living world, aiming at a strong recognition*

*even in Home Design. The "Sun Lamp" lamps and the brand new ambient fragrances enclosed in refined ampoules, made with essences created ad hoc for the brand. Products that are different from one another that give anyone the chance to buy and own a unique piece.*

*A novelty of the latest collection is the union of Murano glass with the world of leather goods. From the artisan experience and the history of our territory, a "Made In Italy" product is born, made in the production district of the Riviera del Brenta. Genuine leather, care and attention to detail: our Seline clutch bags combine the tradition of leather goods and the charm of Murano glass, keeping pace with the times and fashions.*

*Precious materials, design culture and refined lines make these products unique, characterized by zips and seams combined with external coloring and an internal label that guarantees their quality. Each nuance is complemented by a handmade pearl that recalls the techniques and chromatic nuances of the various lines of the Aura collection. (see photo). All the communication and branding activities put in place are the result of the need to keep the intrinsic*

*values of the product and the brand intact: an innovation-tradition axis that must have its own center of gravity and communicate its strengths.*

*In every sector, especially in the fashion sector, trends, colors, techniques and materials reflect the changing world and preferences. Fashion, therefore, like any other form of art, is a universe in continuous evolution, in continuous expansion. We must never stop inventing and creating. The new materials, new projects and designs reflect the company vision and the position that Antica Murrina is looking for in the market.*

*The Italian market will represent a consolidation: it is a market of great reference for a company like Antica Murrina Venezia that works according to the tradition of master glassmakers, shaping its materials in respect to the environment that surrounds us. Glass can be recycled to infinity. This is why eco-sustainability is a fundamental goal for Antica Murrina, we will always strive to make our products with devotion and love for nature. The connection with Venice to our products makes our brand known throughout the world and consequently we are looking for distribution channels suitable for sharing our message, above all. — ■*

JSH

WE ARE SPECIAL

Beauty is  
**HARMONY**

**JSH Hotels & Resorts presenta  
il progetto #beautyisharmony  
nato dalla collaborazione con  
la bellissima modella curvy e  
influencer Laura Brioschi.**

*an hashtag for freedom*  
**#BeautyIsHarmony**

In collaboration with Laura Brioschi & Paolo Patria

Text by Martina Barberini

Interview by Martina Barberini & Ester Franzin

JSH Communication & Digital Dept.

Il nostro è un gruppo fortemente orientato alla valorizzazione dell'autenticità - delle persone, dei luoghi e delle esperienze — per questo ci siamo voluti rendere portavoce di un messaggio positivo eleggendo l'autenticità a vero e proprio valore, da comunicare all'esterno, ma da garantire anche agli ospiti che soggiornano nei nostri hotel. Parliamo di una bellezza inclusiva e paritaria, che prende le vesti di Laura Brioschi, una delle massime esponenti del movimento "body positive" in Italia, fondatrice del blog [www.lovecurvy.com](http://www.lovecurvy.com) 500K follower su Instagram, imprenditrice con linee di abbigliamento curvy e

creatrice dell'evento Body Positive Catwalk, una sfilata aperta a tutti, donne, uomini, transgender e no sex di ogni taglia, forma ed età durante le maggiori fashion week d'Europa. Con i suoi 180 cm di altezza ed una tg 48, Laura è inarrestabile, seguitissima e presa come modello da migliaia di donne in tutta Europa. Il suo motto è: "Migliorati sempre, ma impara ad apprezzarti" - CURVYISNOTACRIME!  
Laura ci è sembrata perfetta per veicolare questo messaggio, in primis attraverso i canali social ma anche qui e dentro i nostri hotel, o durante i nostri eventi, come il "Tropic Party" di Milano Marittima del giugno scorso.

JSH

WE ARE SPECIAL

# Beauty is HARMONY



*"harmony transforms everything it touches into beauty:  
bodies, people, places, experiences"*



# “Parliamo di una bellezza inclusiva e che prende le vesti di Laura Brioschi, esponente del movimento “body positive” in Italia”

in cui Laura è salita sul palco per raccontare il nostro progetto e diffondere con forza il nostro messaggio, quello di una bellezza inclusiva da salvaguardare anche quando si viaggia, lontano da casa, e lontano da modelli rigidi e, spesso, non salutari.

Di qui l'hashtag scelto: #beautyisharmony. Perché la bellezza è sempre, prima di tutto, un'armonia naturale, che si ritrova nelle persone, nei luoghi e anche nelle esperienze vissute. Un messaggio che ha l'obiettivo di valicare i limiti imposti da canoni ormai superati e sostenere la bellezza in ogni sua forma. Indipendentemente dalla taglia.

Con un progetto a tappe nelle strutture JSH partito la primavera scorsa, Laura è stata nostra ospite e ha raccontato i suoi viaggi e le sue esperienze nelle nostre location tra Roma, Milano Marittima, il Salento e la Sicilia, a modo suo, scoperta e autentica, con la freschezza che la contraddistingue, per dimostrare che nei nostri hotel si può star bene in costume sempre e comunque.

Siamo partiti dalla capitale, con Laura che ha trascorso qualche giorno nell'iconico 5 stelle Radisson Blu es Hotel, tra cene al rooftop del settimo piano e sessioni di yoga nella piscina panoramica, passeggiate nel cuore di Roma e dolci relax in camera.

La seconda tappa ha visto Laura giungere a Milano Marittima, nel 5 stelle storico Mare Pineta Resort, dove si è divertita a pedalare in pineta, a preparare i cappelletti con la nostra sfogliata (e assaggiarli poi a cena!), a godersi tanto relax con il suo amato compagno Paolo Patria nella Private SPA by Clarins del resort e godersi un po' di sole nell'esclusivo beach club, tra sessioni di yoga in riva al mare e pranzetti a base di poke bowl gustati sotto all'ombrellone. Laura è poi sbarcata in Salento, ad Acaya Golf Resort & SPA. In una location magica, è andata a cavallo per masserie, assaggiando i prodotti tipici e freschissimi delle fattorie biologiche che suggeriamo ai nostri ospiti, tra gli ulivi e il mare. Ha scoperto l'incanto barocco di Lecce e si è rilassata nella SPA by Clarins del resort. Si è stesa a bordo piscina e ha assaggiato i piatti gustosi dei nostri chef nella suggestiva Masseria San Pietro.

A fine ottobre, sarà la volta della Sicilia, con la tappa a I Monasteri Golf & SPA Resort alle porte di Siracusa. Qui, per rafforzare il messaggio e dare ancor più respiro al progetto, con lei ci sarà l'ex concorrente di Miss Italia e altra bellissima modella curvy e influencer, Paola Torrente. Insieme, amiche e complici, con il loro sorriso e la loro spontaneità, attraverso posti e racconti pieni di vita e di colore, con stories autentiche e divertenti, Laura e Paola ci aiuteranno a raccontare le nostre location e le mille esperienze “autentiche” che organizziamo, dentro e fuori i nostri alberghi.

Pensiamo che, per rigenerarsi veramente, anche e soprattutto le vacanze vadano vissute con armonia sotto ogni aspetto e in ogni declinazione. A partire dalla tavola, sì, ma anche in spa o mentre si scoprono le ricchezze dei dintorni, nella privacy della propria camera o mentre si è in costume pronti a un bel tuffo in piscina, senza giudizi o pregiudizi, liberi di amarsi e mostrare il proprio corpo esattamente così, com'è.

Per farvi capire meglio di cosa parliamo, abbiamo fatto qualche domanda a Laura. Ecco cosa ci racconta.



JSH

WE ARE SOCIAL

Nella pagina accanto:  
Foto scattate durante le esperienze di Laura Brioschi negli hotel e resort  
JSH per il progetto #BeautyIsHarmony.  
In questa pagina:  
Laura durante un'escursione a cavallo organizzata dalla local coach di Acaya Golf Resort & SPA presso la Masseria Fossa

**“Tutti abbiamo delle insicurezze. È importante imparare a lavorarci sopra e credere in se stessi. La connessione con le altre persone è una cosa che mi trasmette molta forza”**

*Laura Bioschi*

**Anche noi, come tanti, pensiamo sia importante trasmettere un messaggio positivo quando si parla di corpo. Il nome di questo progetto #beautyisharmony, scelto insieme, ne racchiude il senso: la bellezza intesa come armonia, del corpo in primis, e questo ce lo insegni tu, ma anche dei luoghi e delle esperienze, e qui entriamo in campo noi, con le nostre destinazioni, dove la bellezza si ritrova in ogni angolo, fatta di imperfezioni meravigliose.**

**Cosa significa per te questo hashtag? In che senso, per Laura, la bellezza è armonia?**

Racchiude il mio concetto di benessere, perché per me anche curvy significa armonia.

Accettando me stessa ho trovato la pace, che per me è sinonimo di armonia. Pace con sé stessi, con quello che ci circonda. Per me l'armonia è la cosa più importante che si possa trovare, forse anche più dell'equilibrio.

**Sei sempre andata d'accordo con il tuo corpo o ci sei arrivata con il tempo?**

Non sono sempre d'accordo con il mio corpo, infatti come racconto anche nel mio blog ho sofferto anche di bulimia. Ho avuto alti e bassi, mi sono sottoposta a diverse diete, ho avuto momenti spesso bui ed è stato complicato anche uscirne. Ma sono sicura di aver fatto passi da gigante: ho iniziato a capire che mi dovevo rispettare, che non meritavo di farmi del male né di riceverlo da altri e continuo a pensarlo cercando anche di trasmetterlo agli altri. La connessione con le altre persone è una cosa che mi trasmette molta forza, ed è per me una grande soddisfazione personale.

**Raccontaci com'è iniziato il tuo percorso e come sei arrivata fino a qui.**

Il mio percorso di accettazione va avanti da molto, molto tempo: ci sono stati dei momenti in cui mi vedevo molto bene... ma poi sono arrivate delle porte chiuse in faccia, che mi hanno buttato molto giù. Ci ho messo molto a rialzarmi: adesso, anche se arrivano, ci metto molto meno a rialzarmi. Il momento di down c'è sempre: come dice Paolo, il mio compagno, "non importa ciò che ti accade, ma come reagisci". Oggi sono più forte e consapevole, magari ci rimango male o mi vengono delle paranoie (come capita ad ogni donna) ma mi passano più in fretta.

**Quando hai capito che potevi diventare un esempio per gli altri ed essere un'esponente di un vero e proprio movimento?**

Ho iniziato questo percorso con la necessità di esprimermi e poter raccontare, dare supporto ad altre persone che magari si sono sentite come me, a partire dalle cose più piccole come il consiglio di un outfit. Le reazioni delle persone mi hanno dato la carica per continuare questo percorso, e oggi siamo una community



molto numerosa. La cosa più bella per me è proprio questo: il fatto di essere una community.

Sicuramente hanno aiutato tutti gli appuntamenti fissi che organizziamo come le Body Positive Catwalk, con così tante richieste di partecipazione che noi neanche ci aspettavamo.

**Che consiglio daresti a una giovane modella "curvy" che vuole farsi strada in questo mondo?**

Attualmente lavorare come modella curvy è più facile forse di una volta, ma non facilissimo: il mondo del lavoro non è ancora maturo ad accogliere il curvy, le aziende che ci lavorano non sono ancora tante. A una giovane ragazza che intraprende questa strada posso consigliare di mettersi alla prova, come nella vita, dimostrando di stare bene con sé stessa, a prescindere dal peso... e magari raccontando la sua storia e la sua esperienza attraverso i social come ho fatto io... magari dopo saranno le aziende stesse a cercarla.

**Perché, nel tuo lavoro come nella tua vita privata, è così importante imparare ad accettarsi?**

Credo che sia importante per chiunque imparare ad accettarsi, lo è anche nella mia vita. Personalmente non conosco una persona che non abbia bisogno di accettarsi. Del resto tutti abbiamo delle insicurezze a livello sociale, fisico, lavorativo. È importante imparare a lavorarci e credere in sé stessi e lavorare su sé stessi.

**Ti sei mai sentita giudicata per la tua taglia?**

Certo, molte volte in passato e ancora oggi quasi tutti i giorni: d'altronde la mia è una taglia notevole che non stento a mettere in mostra. Ma del resto forse siamo tutti giudicati per la nostra taglia ogni giorno, è un meccanismo inconscio che ci è stato in un certo senso insegnato dalla società in cui viviamo. Ma noi continuiamo a lavorare per cercare di abbattere questo meccanismo.

**Parliamo in questo progetto di bellezza come armonia anche dei luoghi, cosa significa per te questo concetto?**

Essere in armonia con i luoghi è un concetto molto speciale per me, anche perché credo che ognuno di noi abbia un posto del cuore, anche io ne ho uno mio e lo reputo bellissimo, mi piace il ricordo che ne conservo. Mi piace ritornarci, ma anche solo pensarci mi fa stare bene. Trovare tanti posti del cuore è incredibile: ma non dobbiamo solo cercare il nostro posto preferito al mondo, infatti, attraverso tutte le nostre iniziative e collaborazioni, cerchiamo di andare a vedere **anche tanti luoghi nuovi, cercando di viverli il più possibile perché ci diano delle emozioni attraverso i profumi, i sapori e i colori che rendono quel posto unico e indelebile nella memoria.**

**Viaggi molto per lavoro, cosa non manca mai nella tua valigia?**

Vestiti: tantissimi. E trucchi. Una scarpa alta e una bassa per ogni outfit. Ma soprattutto: il caricabatterie per il cellulare.

**Il tuo piatto preferito?**

Le lasagne della mamma.

JSH

WE ARE SPECIAL

Beauty is  
HARMONY



# “il suo motto è: migliorati sempre, ma impara ad apprezzarti”

**C'è una donna che ti ha particolarmente ispirato o colpito nel tuo percorso?**

Sicuramente Ashley Graham è la più grande ispirazione curvy che abbiamo ai giorni nostri: è una ragazza grintosa e solare, emana luce. E per questo suo emanare positività io la adoro.

**Sei partita da Milano organizzando un evento potentissimo, la “Positive Cat Walk” durante la Fashion Week, e ora stai portando questo progetto in tutta Europa. Parigi, Berlino pare che ovunque si stia diffondendo questo desiderio di liberazione dai legacci di canoni troppo stretti.**

La BPC nasce proprio per questo: spogliarci dai pregiudizi e abbattere canoni e stereotipi. È nata con 30 persone che hanno sfilato seminude in Piazza Duomo al freddo e sotto la neve. Quest'anno a Milano a marzo eravamo in oltre 150, abbiamo dovuto limitare le partecipazioni per questioni di sicurezza. Stiamo lavorando alla prossima tappa del 12 ottobre, nel frattempo quest'estate abbiamo portato il progetto anche fuori dall'Italia, come a Parigi, Berlino e Barcellona. È stato per noi bellissimo oltrepassare i confini e capire come davvero ci sia necessità di eventi così non sono in Italia.

**Il nostro progetto ti sta portando a scoprire nuove destinazioni, sei stata a Milano Marittima, nel nostro MarePineta Resort, poi in Salento, ad Acaya Golf Resort & SPA e proseguirai con la Sicilia, a I Monasteri Golf & SPA Resort. Cosa ti aspetti da questi luoghi?**

Erano posti che già conoscevo, ma viverli con JSH è stata una bellissima esperienza, completa. Da questi luoghi mi aspetto di immortalare dei ricordi meravigliosi, fatti di tramonti, sapori e mille esperienze.

**Cosa ti è piaciuto di più di queste esperienze finora?**

Vorrei dire il cibo perché abbiamo sempre mangiato benissimo. Un altro aspetto che ci ha colpito sono state le persone: siamo sempre stati a contatto con delle persone gentilissime, personale meraviglioso che ci ha fatto spesso sorridere. Anche l'esperienza ad Acaya fatta a cavallo è stata incredibile: mi sono innamorata di Lucy, una puledra lasciata vivere in semi libertà alla Masseria Fossa. Tutte le escursioni che abbiamo fatto poi ci hanno fatto ricordare quanto l'Italia sia splendida, pur mantenendo le sue diversità, in ogni luogo. Ovunque vai, l'Italia è sempre bella.

**Sappiamo che hai lanciato anche una linea di abbigliamento sportivo. Spesso si pensa che curvy sia sinonimo di una non corretta alimentazione o di uno stile di vita poco in linea all'attività fisica. Tu ci insegni che non è così, ma esattamente il contrario.**

Sì, ho creato Love Curvy WorkOut, la mia personale linea di abbigliamento sportivo tutto made in Italy. In primo luogo l'ho fatto perché vado ogni giorno in palestra e avevo voglia di creare qualcosa di mio con cui sentirmi bene e a mio agio, che potesse contenere le mie forme, la mia taglia, il mio seno... allo stesso modo della mia

linea di costumi. Lo scopo è proprio riuscire in alcuni casi a cambiare la mentalità con cui spesso ci si avvicina alla palestra, perché molte volte sembra che si vada in palestra con l'unico scopo di dimagrire, invece per me è importante cercare di migliorarsi in ogni momento e cercare di abbattere l'ossessione di dimagrire. Lo stile di vita e l'alimentazione poi devono completare questo processo di automiglioramento, senza però vivere intrappolati dalle ossessioni. L'ossessione di dimagrire a tutti i costi non è sana: ogni corpo reagisce diversamente all'attività fisica, e non possiamo aspettarci di dimagrire tutti allo stesso modo e con gli stessi tempi. Una cosa bella che ho letto ultimamente è proprio quella di imparare a riconoscere le proprie qualità e sfruttarle al meglio. Anche avere un corpo è una qualità ed è importante valorizzarlo al massimo e farlo stare in salute. Pensiamo anche solo a chi raggiunge traguardi sportivi importanti e non ha la funzionalità di tutti gli arti: spesso passiamo molto tempo a lamentarci ma non sfruttiamo tutto quello che abbiamo a disposizione.

**Quanto pesano i social media secondo te nella condivisione di questo pensiero positivo legato al corpo?**

Secondo me Instagram è un social che ci permette di vedere anche dei corpi reali, una vera e propria rivoluzione: oltre a vederli è possibile vedere raccontata la loro storia (come hanno fatto molti personaggi famosi). Quindi parliamo anche di storytelling: oggi grazie a IG puoi entrare più in intimità con la persona e creare una connessione. Instagram ha aiutato moltissimo tutte quelle persone che avevano bisogno di vedere dei corpi reali, felici, che hanno amor proprio... a me personalmente ha fatto bene vederlo e quindi ho pensato: se ha aiutato me, magari io posso aiutare qualcun altro.

**Sei una vera star di Instagram, con quasi mezzo milione di follower: come valuti l'impatto dei social network sull'idea di bellezza che si sta delineando oggi, specialmente per le giovani generazioni?**

C'è ancora la tendenza ad associare la bellezza alla magrezza - su IG si vedono ancora delle gran gnocche, che però sono ritoccate nella maggior parte dei casi, quindi non fa bene. Ma se ti estranei da quel mondo e vuoi vedere persone "vere", su IG puoi farlo. Io credo molto nelle potenzialità del social che sta oggettivamente facendo del bene, a differenza di molte testate editoriali improntate su un certo concetto di bellezza (dove la bellezza è spesso associata alla magrezza). Come per tutto però bisogna essere in grado di usare correttamente il social network, oppure a non limitarsi agli aspetti legati per esempio al numero di followers perché altrimenti si scatenano dei meccanismi malati che magari incidono anche sulla salute. Sono ancora tante le ragazze che mi scrivono "continuo a vedere solo corpi magri, voglio essere magra come loro", ma non tante quanto quelle che dicono "voglio essere magra perché mia madre dice che non vado bene" quindi il malessere può derivare anche da altri luoghi: il fatto che si dica che nasce solo da Instagram a mio parere è solo un luogo comune. La strada da fare ad ogni modo è ancora lunga. — ■

a hashtag for freedom

# Beauty is HARMONY

JSH Hotels & Resorts this year launches the #beautyisharmony project, born from the collaboration with the beautiful curvy and influencer model Laura Brioschi. Ours is a group strongly oriented to the enhancement of authenticity – of people, places and experiences – for this reason we wanted to convey a positive message by electing authenticity as a true value, to be communicated externally, but also as a guarantee to guests staying in our hotels.

We are talking about an inclusive and equal beauty, which takes the form of Laura Brioschi, one of the greatest exponents of the “body positive” movement in Italy, founder of the blog [www.lovecurvy.com](http://www.lovecurvy.com). She has 500k follower on Instagram, an entrepreneur with curvy and creative clothing lines of the Body Positive Catwalk event, a fashion show open to all: women, men, transgender and of no sexual orientation of every size, shape and age during the major fashion week in Europe.

With a height of 180 cm and a size of 48, Laura is unstoppable, widely followed and taken as a model by thousands of women throughout Europe. Her motto is: “Always improve, but learn to appreciate” #CURVYISNOTACRIME!

Laura seemed perfect to convey this message, first of all through social channels but also here and inside our hotels, or during our events, like the “Tropical Party” of Milano Marittima last June, in which Laura climbed on stage to tell about our project and strongly spread our message, that of an inclusive beauty to be safeguarded even when traveling, away from home, and away from rigid and, often, unhealthy models.

Hence the chosen hashtag: #beautyisharmony. Because beauty is always, first of all, a natural harmony, which is found in people, in places and also in lived experiences. A message that has the goal of crossing the limits imposed by canons now outdated and supporting beauty in all its forms. Regardless of size.

With a project in stages in JSH facilities that started last spring, Laura was our guest and told us about her travels and experiences in our locations between Rome, Milano Marittima, Salento and Sicily, in her own way, discovered and authentic, with the freshness that sets her apart, to show that in our hotels you can always feel good in your swimming costume.

We started from the capital, with Laura who spent a few days in the iconic 5 star Radisson Blu es Hotel, between dinners at the rooftop on the seventh floor and yoga sessions in the panoramic pool, walks in the heart of Rome and sweet relaxation in the room.

The second stage saw Laura arrive in Milano Marittima, in the 5 star historic MarePineta Resort, where she enjoyed riding in the pine forest, preparing cappelletti with our sfoglina (and then tasting them for dinner ...!). Enjoying so much relaxation with his beloved companion Paolo Patria in the resort's Private SPA by Clarins and enjoy some sun in the exclusive beach club, including yoga sessions by the sea and lunches with poke bowl enjoyed under the umbrella. Laura then landed in Salento, at Aeaea Golf Resort & SPA. In a magical location, she went on horseback to farms, tasting the typical and very fresh products of the organic farms that we suggest to our guests, among the olive trees and the sea. She discovered the baroque charm of Lecce and relaxed in the resort's SPA by Clarins. She lay by the pool and tasted the tasty dishes of our chefs in the charming Masseria San Pietro.

At the end of October, it will be the turn of Sicily, with the stage at I Monasteri Golf & SPA Resort on the outskirts of Syracuse. Here, to reinforce the message and give even more breathing space to the project, with her there will be the former competitor of Miss Italy and another beautiful curvy and influencer model, Paola Torrente.

Together, friends and accomplices, with their smile and their spontaneity, through posts and stories full of life and color, with authentic and funny stories, Laura and Paola will help us to describe our locations and the thousand “authentic” experiences that we organize, inside and outside our hotels. We think that, to truly regenerate, even and above all the holidays should be lived in harmony in every aspect and in every variation. Starting from the table, yes, but also in the spa or while discovering the riches of the surroundings, in the privacy of your own room or while you are in your swimming costume ready for a nice dip in the pool, without judgments or prejudices, free to love each other and show off own body exactly like that, as it is.

To make you better understand what we are talking about, we asked Laura a few questions. Here's what it tells us.

## With Laura Brioschi

Hi Laura,

we are very happy to have carried out this project with you. We too, like many others, think it is important to convey a positive message when talking about the body. The name of this project -beautyisharmony- chosen together, contains its meaning: beauty understood as harmony, of the body in the first place, and this you teach us, but also of places and experiences, and here you enter the field with us at our destinations, where beauty is found in every corner, made of imperfections and wonders.

**What does this hashtag mean to you? In what sense, for Laura, is beauty harmony?**

It embodies my concept of well being, because for me curvy also means harmony.

Accepting myself I found peace, which for me is synonymous with harmony. Peace with yourself, with what surrounds us. For me, harmony is the most important thing that can be found, perhaps even more than balance.

**Did you always agree with your body or did you get there in time?**

I did not always agree with my body, in fact as a story in my blog I also suffered from bulimia. I had ups and downs, I underwent various diets, I had moments that were often dark and it was also difficult to get out. But I'm sure I've made great strides: I began to understand that I had to respect myself, that I didn't deserve to hurt myself or receive it from others and I keep thinking of it, also trying to pass it on to others. Connecting with other people is something that gives me a lot of strength, and it is a great personal satisfaction for me.

**Tell us how your journey started and how you got here.**

My acceptance path has been going on for a long, long time: there were moments when I saw myself very well ... but then doors closed in my face, which threw me very far: it took me a long time to get up; now, even if dark moments arrive, it takes me much less to get up. The down time is always, as Paul says, my partner: "it doesn't matter what happens to you, but how you react". Today I am stronger and more aware, maybe I am upset or paranoid (as happens to every woman) but they pass faster.

**When did you realize that you could become an example for others and be an exponent of a real movement?**

I started this journey with the need to express myself and to be able to tell, to support other people who may have felt like me, starting from the smallest things like the advice of an outfit. People's reactions gave me the charge to continue this journey; and today we are a very large community. The best thing for me is this: the fact of being a community.

Surely they have helped all the fixed appointments we organize like the Body Positive Catwalk, with so many requests for participation that we didn't even expect.

**What advice would you give to a young "curvy" model who wants to make her way in this world?**

Currently working as a curvy model is easier than it used to be, but not very easy: the world of work is not yet mature to welcome the curvy; the companies that work there are still not many. To a young girl who undertakes this path I can advise you to put yourself to the test, as in life, showing that you are comfortable with yourself, regardless of your weight ... and maybe telling your story and your experience through social media like I did ... maybe later the companies will look for it.

**Why is it so important in your work as in your private life to learn to accept yourself?**

I believe it is important for anyone to learn to accept themselves, it is also important in my life. Personally, I do not know a person who does not need to accept himself. After all, we all have social, physical and working insecurities. It is important to learn to work with it and believe in yourself and work on yourself.

**Have you ever felt judged for your size?**

Of course, many times in the past and even today almost every day: on the other hand mine is a remarkable size that I can hardly show off. But then perhaps we are all judged by our size every day: it is an unconscious mechanism that has been taught to us in a certain sense by the society in which we live. But we continue to work to try to break down this mechanism.

**In this beauty project we speak of harmony as well as places, what does this concept mean to you?**

Being in harmony with the places is a very special concept for me, also because I believe that each of us has a place of the heart, I also have one of my own and I consider it beautiful. I like the memory I have of it, I like coming back, but even thinking about it makes me feel good. Finding so many places of the heart is incredible: but we must not only look for our favorite place in the world, in fact, through all our initiatives and collaborations, we try to go and see too many new places, trying to live them as much as possible because they give us some emotions through the aromas, flavors and colors that make that place unique and indelible in memory.

**You travel a lot for work, what's never missing in your suitcase?**

Clothes: lots and lots. And tricks.

One high and one low shoe for every outfit.

But above all: the mobile phone charger.

**Your favorite dish?**

Mom's lasagna.

**Is there a woman who has particularly inspired or impressed you on your journey?**

Surely Ashley Graham is the greatest curvy inspiration we have today: she is a spirited and cheerful girl, radiating light. And for this to emanate positivity I love it.

**You started from Milan organizing a powerful event, the "Positive Cat Walk" during Fashion Week, and now you are bringing this project all over Europe, Paris, Berlin ... it seems that everywhere this desire for liberation from the bonds of canons is spreading too tight.**

The BPC was born precisely for this: to strip ourselves of prejudices and break down canons and stereotypes. It was started with 30 people who marched half naked in Piazza Duomo in the cold and under the snow. This year in Milan we were over 150 in March, we had to limit the number for security reasons. We are working on the next stage on October 12, in the meantime this summer we have brought the project also outside of Italy: as in Paris, Berlin and Barcelona. It was wonderful for us to go beyond the borders and understand how there really is need for events so I'm not always in Italy.

**Our project is bringing you to discover new destinations, you have been to Milano, Marittima, to our MarePineta Resort, then to Salento, to Acaya Golf Resort & SPA and you will continue with Sicily, to I Monasteri Golf & SPA Resort. What do you expect from these places?**

They were places I already knew, but living them with JSH was a wonderful, complete experience. From these places I expect to capture wonderful memories, made of sunsets, flavors and a thousand experiences.

**What did you like most about these experiences so far?**

I would like to say the food because we have always had a great meal. Another aspect that struck us were the people: we have always been in contact with very kind people, wonderful staff who often made us smile. Even the experience at Acaya on horseback was

## JSH #BeautyIsHarmony

incredible: I fell in love with Lucy: a filly led to live in semi-freedom at the Masseria Fossa.

All the excursions we did then reminded us of how wonderful Italy is, while maintaining its diversity everywhere. Wherever you go, Italy is always beautiful.

**We know that you have also launched a line of sportswear: it is often thought that curvy is synonymous with improper nutrition or a lifestyle that is not prone to physical activity: you teach us that this is not the case, but exactly the opposite...**

Yes, I created Love Curvy WorkOut, my personal sportswear line all made in Italy. In the first place I did it because I go to the gym every day and I wanted to create something of my own with which I could feel good and at ease, that could contain my forms, my size, my breasts ... in the same way as my line of swimsuits. The aim is to succeed in some cases in changing the mentality with which we often approach the gym, because many times it seems that we go to the gym with the sole purpose of losing weight, instead for me it is important to try to improve at any time and try to break down the obsession with weight loss. The lifestyle and nutrition must then complete this process of self-improvement, without, however, being trapped by obsessions. The obsession with losing weight at all costs is not healthy: every body reacts differently to physical activity, and we cannot expect to lose weight all the same and at the same time. A nice thing I've read recently is to learn to recognize their qualities and make the most of them. Even having a body is a quality and it is important to maximize it and keep it healthy. We also think only of those who reach important sporting goals and do not have the functionality of all the arts: we often spend a lot of time complaining but we do not take advantage of everything we have available.

**16. How much do you think social media thinks of sharing this positive body-related thought?**

In my opinion, Instagram is a social media that allows us to see real bodies, a real revolution: in addition to seeing them, you can see their story told (as many famous people have). So let's also talk about storytelling: today thanks to IG you can get more intimate with the person and create a connection. Instagram has greatly helped all those people who needed to see real, happy bodies that have self-respect... I personally did well to see it and so I thought, if it helped me, maybe I can help someone else.

**You are a true Instagram star: with almost half a million followers: how do you rate the impact of social networks on the idea of beauty that is emerging today, especially for the younger generations?**

There is still a tendency to associate beauty with thinness - on IG you can still see some great dumpings, which however are retouched in most cases, so it's not good. But if you estrange yourself from that world and you see "real" people, you can do it on IG, I strongly believe in the potential of the social that is objectively doing good, unlike many editorial publications based on a certain concept of beauty (where beauty is often associated with thinness). As with everything, however, one must be able to use the social network correctly, or not to limit oneself to the aspects linked, for example, to the number of followers because otherwise sick mechanisms will unleash that may even affect health. There are still so many girls who write to me "I keep seeing only thin bodies, I want to be thin like them", but not as many as those who say "I want to be thin because my mother says I'm not good" so the malaise can also come from other places: the fact that it is said that it comes only from Instagram in my opinion is just a common place. There is still a long way to go. — ■

In collaboration with  
**Laura Brioschi & Paolo Patria**

Text by Martina Barberini

Interview by **Martina Barberini & Ester Franzin**  
JSH Communication & Digital Dept.

# IL PICCIOLO ETNA

GOLF RESORT & SPA

Incastonato come un gioiello tra le pendici del vulcano attivo più grande d'Europa, l'Etna, Il Picciolo è un rifugio dal sapore classico dove spazi e tempi si dilatano lasciando il posto a un senso di pace e benessere.



**OPEN**

All year

**ROOMS**

98 rooms & suites

**SPA**

New Rubia SPA by Clarins  
940 sqm

**FOOD&DRINKS**

Restaurant & Lounge Bar

**POOL**

Outdoor swimming pool

**GOLF**

18-hole golf course  
first golf course in Sicily

**TOURS**

Local Coach  
for personalized itineraries

**EVENT**

Congress Center max 500 seats  
Location for private events



**IL PICCIOLO**  
ETNA GOLF RESORT & SPA



Eleganza e comfort sono la ricetta per un percorso di relax che prende ispirazione dal contesto e si proietta negli spazi interni. Una nuova Rubia SPA by Clarins, suite con vista, piatti ricchi e gustosi, ambienti arredati in perfetto stile tradizionale. In un anfiteatro naturale sul versante settentrionale della montagna, si sviluppa lo scenografico campo da golf a 18 buche, primo campo realizzato in Sicilia nel lontano 1989. Un affascinante scorcio di Sicilia non lontano dalle perle del barocco siciliano.

*Elegance and comfort are the recipe for a journey of relaxation that takes inspiration from the outdoors and is projected to the indoors, from the new Rubia SPA by Clarins to the the suites and the interiors that are furnished in traditional style. The resort is set in a stunning landscape, warmed by rays of Mediterranean light, covered with vineyards and orchards and home to treasures that are unique the world over. Greek amphitheatres, Baroque architecture and archaeological remains stand alongside natural parks, stark peaks, rivers, endless sunsets and stunning beaches.*







# ODE TO NATURE

★ ★ ★ ★

IL PICCIOLO ETNA GOLF RESORT & SPA

S.S. 120 km. 200 - 95012 Castiglione di Sicilia - CT - T +39 0942 986384 - [info@ilpiccioloetnagolfresort.com](mailto:info@ilpiccioloetnagolfresort.com)  
[www.ilpiccioloetnagolfresort.com](http://www.ilpiccioloetnagolfresort.com)



**"DELLA SERIE GIOVANI BELLI E CAMPIONI"**

In questa immagine, la giovane promessa  
Lulu Farina nel campo golf de I Monasteri Golf & SPA Resort

# Lulu Farina

**LA FRANGETTA PIÙ TEMUTA DEI GREEN**

Signore e signori, oggi vi raccontiamo la  
talentuosa giocatrice siracusana Ludovica  
Farina. Quando il sogno si immerge  
nell'impegno, il risultato non può che essere  
una storia a lieto fine.

**TEXT BY**

Iole Sonnini

**PHOTO**

Courtesy © Zimmitti Gioielli  
& JSH Hotels & Resorts



**"DELLA SERIE GIOVANI BELLI E CAMPIONI"**

In questa immagine, una bel primo piano di  
Ludovica Farina scattato a  
I Monasteri Golf & SPA Resort di Siracusa, la sua città





### LUDOVICA FARINA

Atleta di punta della nazionale italiana di golf

**S**ono passati diversi anni da quando fra le meraviglie della luminosa città aretusea, la giovane Ludovica (per i più Ludo), iniziava la sua avventura nel mondo del golf sui green del Pitch&Putt di Siracusa, destinati ad accogliere il successo dei suoi primi colpi all'asta. Era solo uno scricciolo quando attraversava le suggestive 18 buche ai piedi dell'Etna de Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA trascinando una sacca imbottita di ferri e legni allora più grande di lei, ed incontrava quello che sarebbe poi diventato il suo oramai storico maestro Giuseppe Marra, saldo riferimento tecnico al quale continua ad affidarsi ancora oggi. A undici anni aveva già vinto il suo primo titolo italiano, a dodici, dopo innumerevoli trasferte in giro per lo stivale ed una giusta presa di coscienza che le suggeriva

**“A undici anni aveva già vinto il suo primo titolo italiano. Oggi vive e studia negli Stati Uniti”**

l'evidenza di avere le carte in regola per potercela fare, solo per poter godere delle stesse possibilità sportive di chi viveva al Nord, pur continuando ad

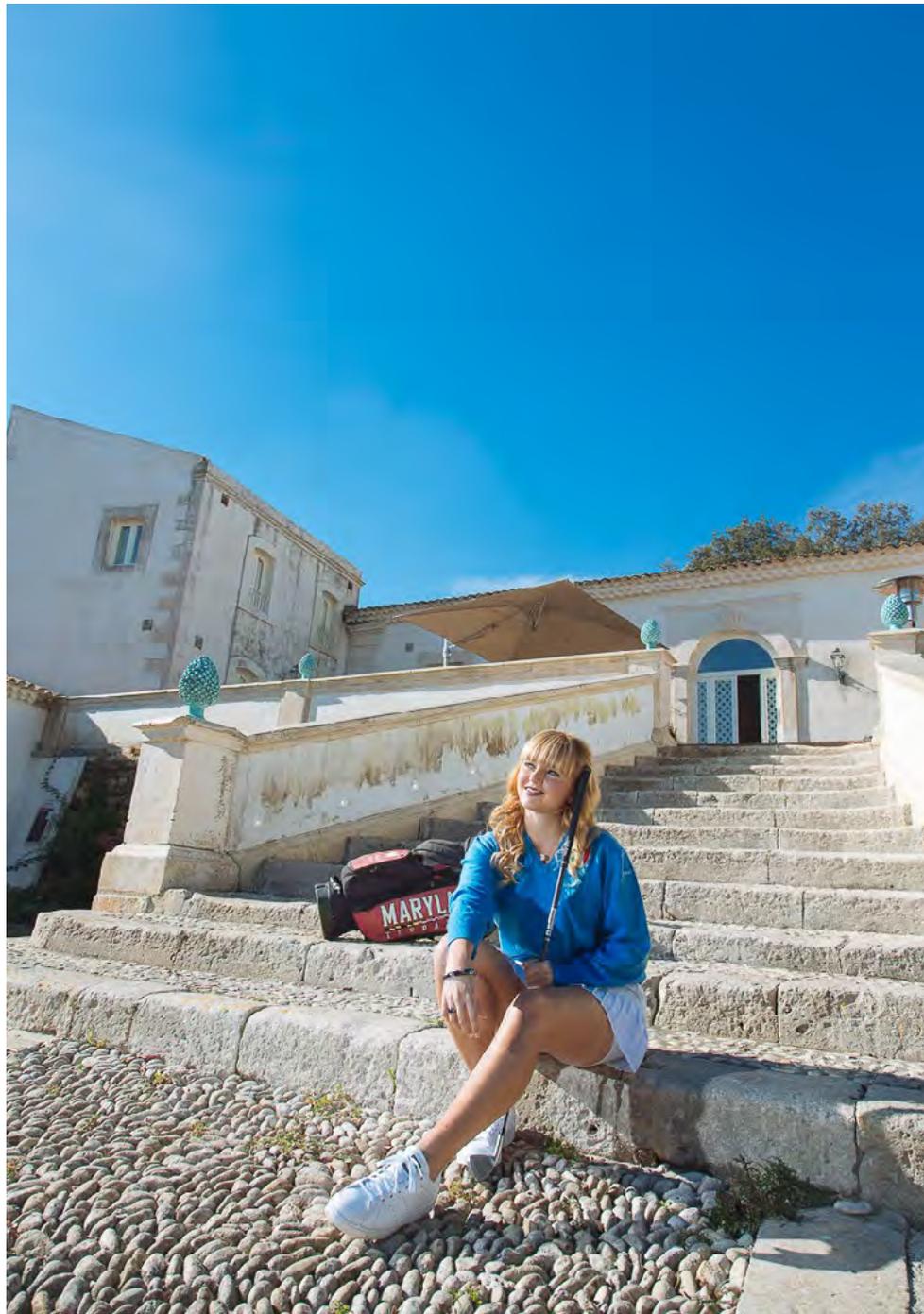
allenarsi in Sicilia, decide di iscriversi a Villa Condulmer in Veneto, lontano da quel Sud che ancora non aveva gare a sufficienza da poterle permettere di fare quel salto di qualità sportivo di cui sentiva tanto d'aver bisogno. Troppi i chilometri che la separavano dal suo sogno, tanti i sacrifici volti a centrare quell'obbiettivo in cui ha sempre creduto.

Oggi ventitreenne, con un bel po'di anni in Nazionale sulle spalle, dopo una serie di prestigiosi campionati internazionali che l'hanno vista in vetta al podio, con una borsa di studio offerta dall'Università del Maryland e la qualifica al Ricoh Women's British Open del 2018 come unica Italiana in gara, può

#### USA

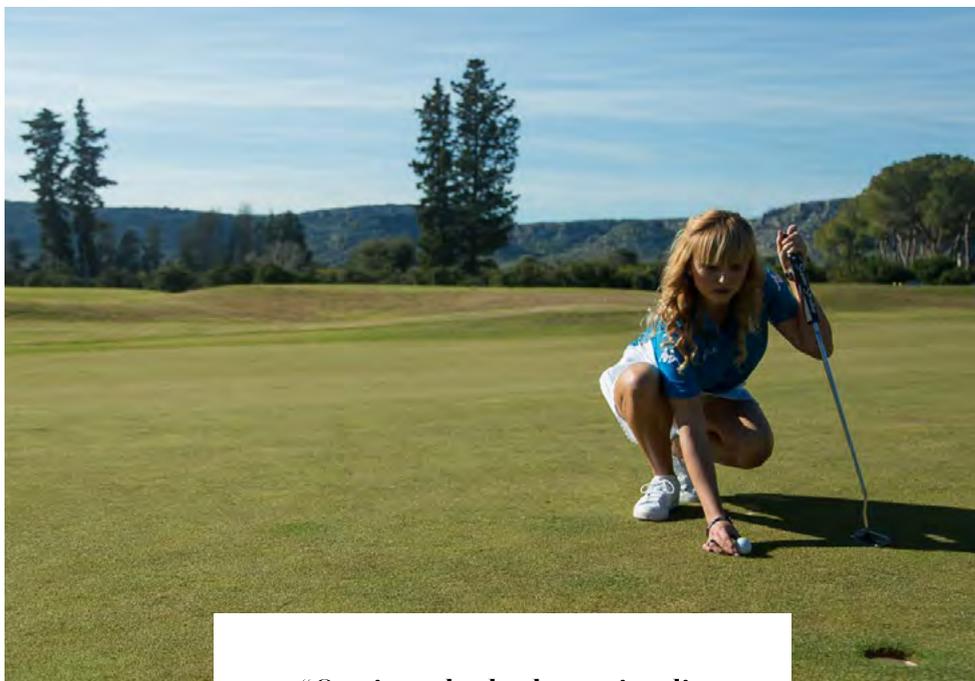
Lulu si è trasferita a College Park, poco distante da Washington, per frequentare la prestigiosa università del Maryland con una borsa di studio per meriti sportivi





**“DELLA SERIE GIOVANI BELLI E CAMPIONI”**

In questa immagine, Lulu Farina sull'antica scalinata de  
I Monasteri Golf & SPA Resort pronta per una sessione sui green  
del campo golf insieme al coach Giuseppe Marra



**“Ogni qualvolta le capita di rientrare a casa dagli States, Lulu ha la serenità di potersi allenare con quel piacere e quella serietà di cui il suo gioco ha bisogno”**

senz'altro asserire con orgoglio d'essere riuscita nel suo intento. Gli anni che separano quella bimbetta

minuta con la frangetta di allora, dalla donna e campionessa di oggi (che mantiene comunque con fierezza una scintillante frangetta bionda), sono stati anni di crescita ed evoluzione sia per lei che per la sua Sicilia oramai con la sacca in spalla e, le 18 buche al profumo di zagara e fico d'india de I Monasteri Golf & SPA Resort della incantevole ed assoluta Siracusa, in sinergia con quelle del bellissimo parkland de Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA di Linguaglossa, le danno finalmente, ogni

qualvolta le capita di rientrare a casa dagli States, la serenità di sapere di potersi allenare con quel piacere

e quella serietà di cui il suo gioco ha bisogno. Nel frattempo, continuando a collaborare con il team della Mediterranea Junior Golf Academy del coach Marra, si impegna nel coltivare con l'Academy il progetto di una Italia in cui i ragazzi del Sud possano concretamente vivere il golf senza grandi sforzi, potendo godere del beneficio di non dover sacrificare troppo per poter raggiungere con meritato successo e giusta normalità, un obiettivo ed un sogno bello e grande come il suo. — ■

#### ITALIA

Insieme all'Academy, Lulu è impegnata nel progetto di una Italia in cui anche i ragazzi del Sud possano giocare a golf senza doversi allontanare dalla loro terra



# Lulu Farina

## THE GOLFER MOST FEARED BY THE GREENS

**We tell you about the talented Syracusan golfer Ludovica Farina. When the dream is immersed in commitment, the result can only be a story with a happy ending.**

*Several years have passed since the young Ludovica (known by most as Ludo) began her adventure in the world of golf on the greens of the Pitch & Putt in Syracuse, among the wonders of the luminous city of Arezzo, destined to welcome the success of her first shots on the golf course. She was just a wren when she crossed the suggestive 18-hole course at the foot of Mount Etna at the Picciolo Golf Resort, dragging a bag stuffed with irons and woods that were then bigger than her, and met what would become her historical master Giuseppe Marra, a solid technician who continues to inspire today. At eleven she had already won her first Italian title, at twelve, after countless trips around the Italian "boot" had a fair awareness that suggested the evidence that she had what it takes to make it, just to enjoy the same sporting possibilities as those who lived in the North, while continuing to train in Sicily, decided to*

*enroll in Villa Condulmer in the Veneto region, far from the South which still did not have enough competitions to be able to afford to make that leap of sporting quality that she felt she so strongly needed. There were too many kilometers that separated her from her dream, so many sacrifices aimed at achieving that goal in which she always believed in.*

*Today she is twenty-three, with a good deal of years on the national team, after a series of prestigious international championships that saw her at the top of the podium, with a scholarship offered by the University of Maryland and qualification for the Ricoh Women's British 2018 Open as the only Italian in the match, she can certainly claim with pride that she has succeeded. The years that separate that tiny little girl with the bangs of the time, from today's woman and champion (who still proudly maintains a glittering blonde mane), were years of growth and evolution*

*for her and her Sicily; by now with the bag on the shoulder and, the 18-hole perfume of orange blossom and prickly pears of I Monasteri Golf Resort of the enchanting and sunny Syracuse, in synergy with those of the beautiful parkland of the Picciolo Etna Golf Resort of Linguaglossa, finally give her, whenever she happens to returning home from the States, the serenity of knowing that she can train with that pleasure and that seriousness her game needs. In the meantime, she continues to collaborate with the team of the Mediterranean Junior Golf Academy by coach Marra, she is committed to cultivating the Academy; the project of an Italy in which the boys of the South can concretely live golf without great efforts, being able to enjoy the benefit of not having to sacrifice too much to be able to reach a goal and a dream as beautiful and great as hers with well-deserved success. — ■*

**TEXT BY**  
Iole Sonnini

**PHOTO**  
Courtesy © Zimmitti Gioielli  
& JSH Hotels & Resorts



# RIDURRE I CONSUMI ENERGETICI E LE EMISSIONI DI CO<sub>2</sub> MIGLIORANDO IL COMFORT CONDOMINIALE

RIQUALIFICAZIONE ENERGETICA

INTERVENTI SULL'INVOLUCRO  
EDILIZIO E COIBENTAZIONE

INTERVENTI DI EFFICIENTAMENTO  
ENERGETICO E FONTI RINNOVABILI

SUPPORTO PER L'OTTENIMENTO DI  
INCENTIVI E DETRAZIONI FISCALI

Migliori prestazioni energetiche,  
maggiore comfort e valore  
commerciale degli immobili  
attraverso soluzioni che generano  
risparmi economici e contribuiscono  
ad una transizione verso un modello  
verde e sostenibile.

**ovgroup**<sup>®</sup>  
green economy industry

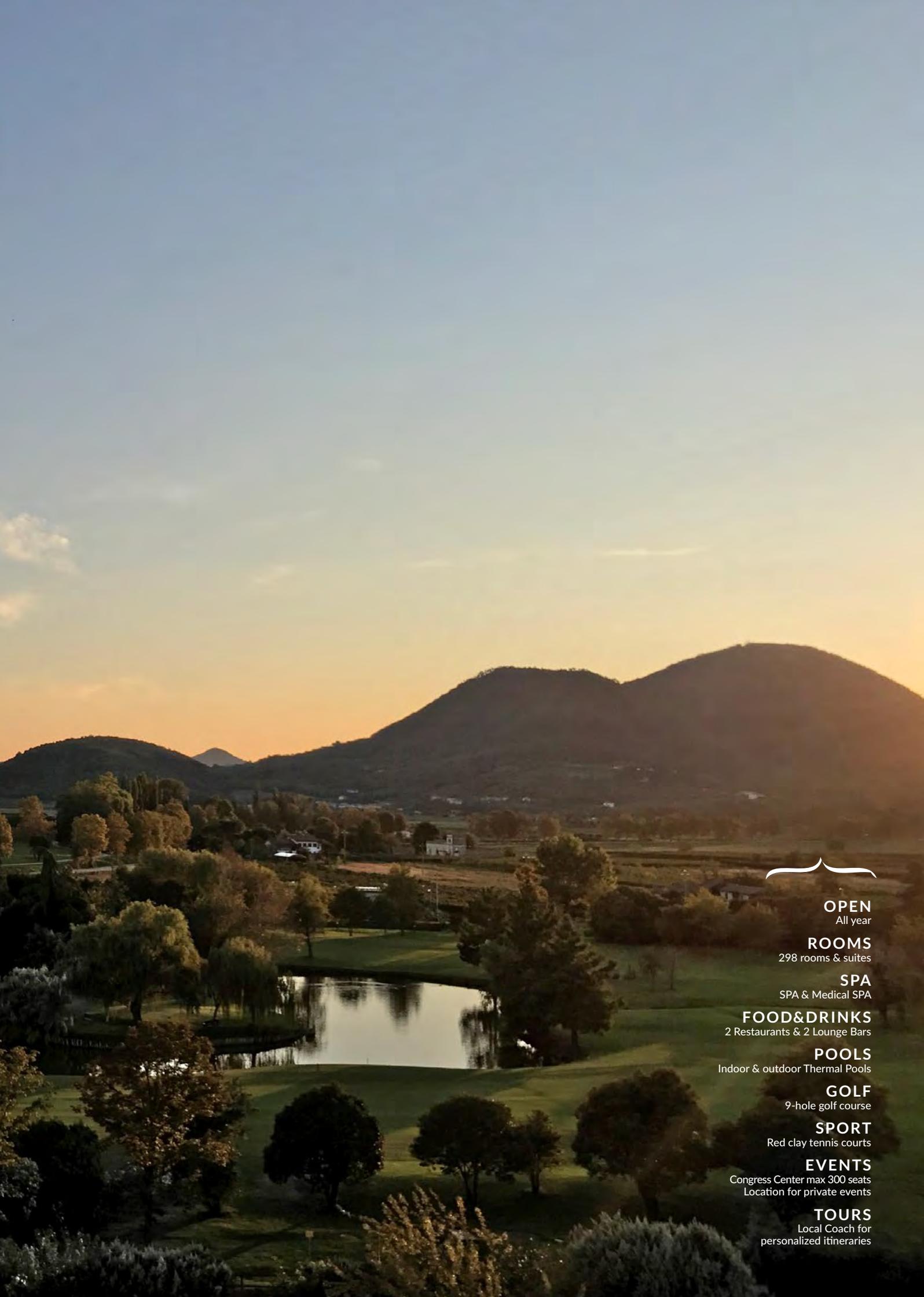
Richiedi informazioni  
[energydesk@ovaerdi.com](mailto:energydesk@ovaerdi.com)

Numero Verde  
**800-330055**

# **GALZIGNANO TERMIE**

**SPA & GOLF RESORT**

Il dolce profilo dei Colli Euganei è la cornice naturale di questo resort con il centro termale più ampio d'Europa, campo golf, piscine, natura e tutti i comfort per un soggiorno da mille e una notte.



**OPEN**

All year

**ROOMS**

298 rooms & suites

**SPA**

SPA & Medical SPA

**FOOD&DRINKS**

2 Restaurants & 2 Lounge Bars

**POOLS**

Indoor & outdoor Thermal Pools

**GOLF**

9-hole golf course

**SPORT**

Red clay tennis courts

**EVENTS**

Congress Center max 300 seats  
Location for private events

**TOURS**

Local Coach for  
personalized itineraries



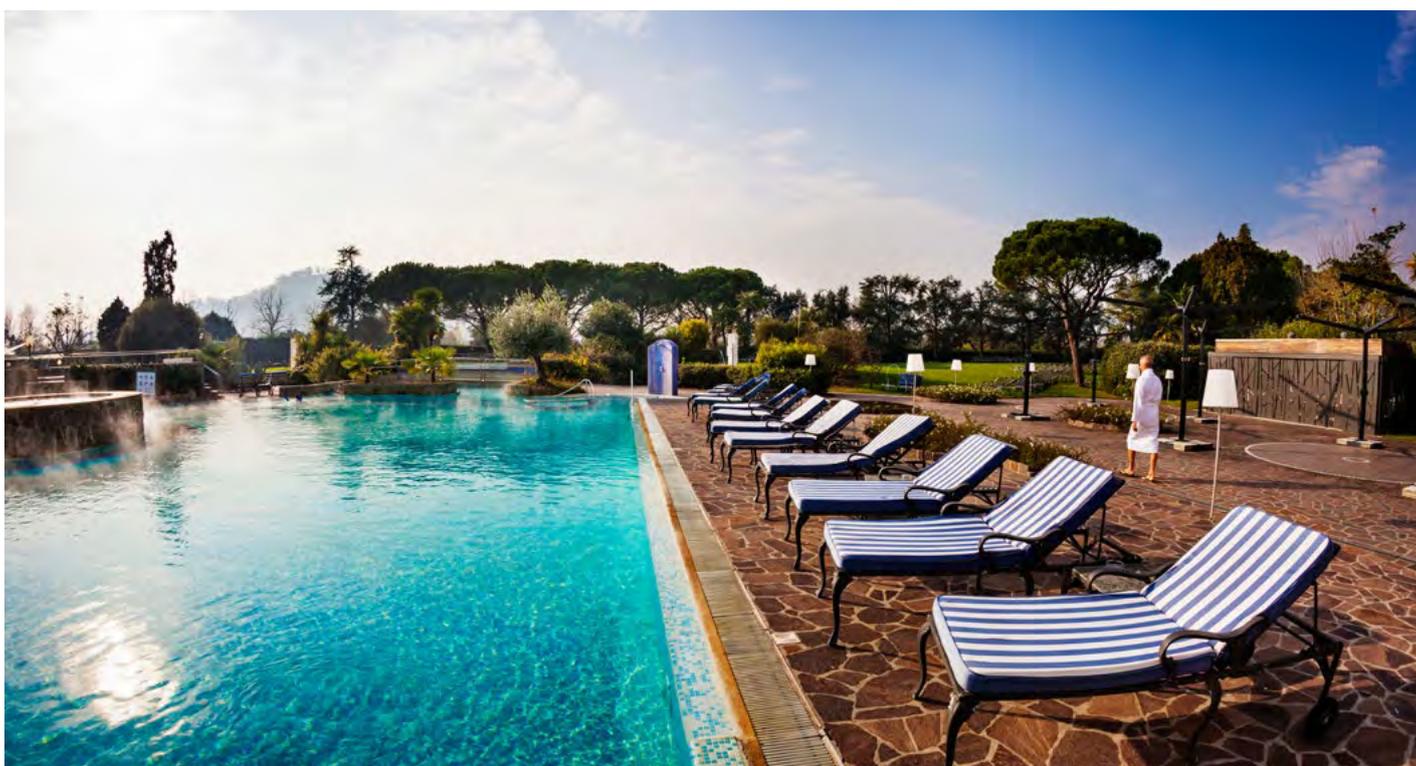
GALZIGNANO  
TERME  
Spa & Golf Resort

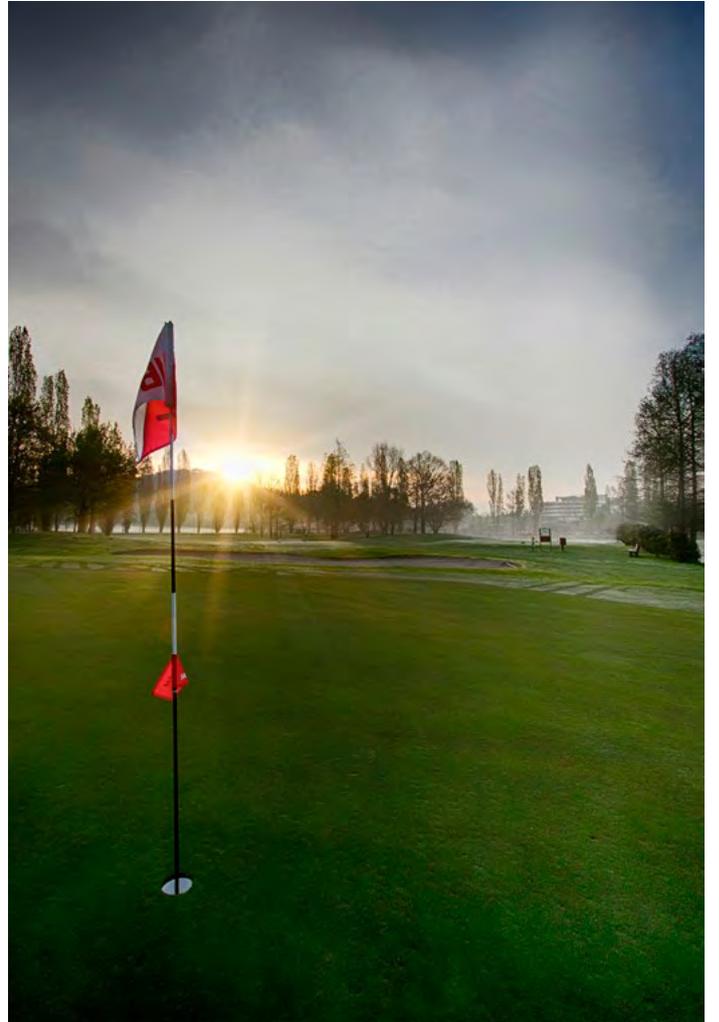


Rifugio di benessere dalle atmosfere irresistibilmente "green", Galzignano Terme SPA & Golf Resort offre il lusso di silenzi e spazi sconfinati, tra acque termali, sport, flora rigogliosa. Un luogo pensato per offrire il meglio in termini di ospitalità.

Una straordinaria struttura immersa nel Parco Regionale dei Colli Euganei ed estesa su una superficie di 350 mila metri quadrati, con un centro termale tra i più ampi d'Europa, acque a 37° naturali, una Medical SPA & Beauty Physiosal Center dove si offrono innovativi percorsi di medicina integrata e benessere, un campo golf 9 buche, alta cucina e tutti i comfort necessari a un soggiorno da "mille e una notte".

*In this charming place you can reward yourself with moments of true wellbeing, health and sport, relaxation and good food in an unparalleled natural setting. You will be welcomed by refined spaces and a contemporary feel that are inspired by a green and eco-friendly philosophy, transporting you far away from the noises of the world. Galzignano Terme Spa & Golf Resort is located in the very heart of this stunning area, with one of the largest health spa centres in Europe and natural waters at 37°C, a Medical SPA & Beauty Physiosal Center with medical, wellness and beauty treatments, a 9-hole golf course, haute cuisine and all amenities for an unbelievable stay.*







# SWEET THERMAL HILLS

★ ★ ★ ★

GALZIGNANO TERME SPA & GOLF RESORT

Viale delle Terme, 84 35030 Galzignano Terme PD  
T 39 049 9195555 - [info@galzignano.it](mailto:info@galzignano.it) - [www.galzignano.it](http://www.galzignano.it)



Jumpsuit  
BLUMARINE

# TEA FALCO

## DALLA TERRA ALL'IPERSPAZIO

**Photo Marco Onofri**

Interview by Martina Barberini

LOCATION | MONASTERI GOLF & SPA RESORT

Occhi verdi di smeraldo. Un ovale perfetto dal bianco incarnato. Capelli di fieno e di miele. Nelle sue movenze e nelle sue parole c'è l'essenziale, come gli elementi che compongono la terra, ma quando sorride si vola nell'iperspazio. Un personaggio poliedrico, difficile da inquadrare. La incontriamo in un caldo giorno di luglio, in Sicilia, la sua terra natale, isola amata che ha salutato anni fa, a cui è indissolubilmente legata e a cui sempre ritorna.

**Ebbene  
sì, è  
proprio  
lei. Tea  
Falco.  
Fotografa  
di  
talento e attrice  
afferмата, creativa  
e poliedrica,  
Tea incarna la  
femminilità più  
contemporanea.  
Una bellezza  
androgina che  
cavalca i tempi, un  
talento trasversale  
che spazia tra le  
Arti, una sensualità  
ironica, lievemente  
ambigua. Un  
personaggio da  
scoprire, che  
non ama forse  
raccontarsi, ma che  
noi vi raccontiamo.  
A modo nostro.**

LA NOSTRA INTERVISTA A  
**TEA FALCO**  
SICILIA, AGOSTO 2019

Tea Falco, nasce a Catania in un caldo 11 agosto del 1986. A soli 13 anni scopre la fotografia e non se ne separa più, conquistando nel tempo un suo spazio e arrivando a esporre le sue

opere in tutta la Sicilia, a Roma, Milano, Bologna, fino in Grecia e a Los Angeles. Ma Tea va oltre e prosegue nella sua ricerca insaziabile, esplorando nuovi territori, per dare voce alla sua sensibilità, alla sua creatività e a una visione del mondo tutta personale.

Una sete che la avvicina al teatro, alla poesia, alla musica, al cinema.

La sua carriera di attrice arriva alla consacrazione nel 2012, quando il regista Bernardo Bertolucci la vuole come protagonista del film "Io e te". Da lì è tutto in salita per Tea, che ha recitato a fianco di Carlo Verdone in "Sotto una buona stella" e che oggi vediamo su Sky nella serie firmata da Stefano Accorsi "1993", sequel della prima stagione "1992", ambientata negli anni di Tangentopoli. Ci sarebbe davvero tanto da raccontare, come per esempio l'esperienza da regista nel documentario "Ceci n'est pas un Cannolo", presentato al Biografilm Festival di Bologna e che Tea dedica "a Bernardo", la prima persona ad aver creduto in lei".

La incontriamo in Sicilia, lontana da Roma e dal lavoro, mentre si prende un periodo di vacanza vicino alla sua famiglia, a cui è profondamente legata.



Total look  
top, jacket, jeans  
BLUMARINE



Jumpsuit  
TWIN SET

Siamo in Sicilia, non distanti da Catania, la tua città. Quanta isola c'è in Tea oggi? Fino a 23 anni ho vissuto in Sicilia. Mi reputo una ragazza fortunata, fiera di essere nata in un'isola. Gli isolani sono più lenti, meno frenetici e meno costruiti, più semplici. La vita naturale. Per questo torno, per ritrovare la mia

semplicità. Quando comincio a partire per Roma, lo facevo con i treni di notte senza cuccette. Ricordo che non c'era la chiusura e che potevano rubarti le valigie, di notte. Allora, quando viaggiavo da sola, avevo trovato un meccanismo di chiusura con uno spago. A volte viaggiavamo in 6 e non c'era molto spazio per dormire, ci addormentavamo tutti vicini. Ricordo questi momenti con molta nostalgia. Ho scritto una poesia che iniziava con "quanti cuscini bianchi ho visto", è una poesia che feci leggere a Bertolucci la prima volta che l'ho incontrato. I cuscini erano quelli dei treni. Io vengo da tutto questo. Sono siciliana, certo c'erano gli aerei, ma costavano tanto e ancora oggi, dopo 10 anni, non c'è un treno veloce. Forse un giorno...?

**Cosa ricordi della tua infanzia?**

Ero una bambina introversa, molto timida, piena di paure. Lo sono ancora, ma in modo diverso. Mi hanno bullizzata (ride n.d.r.), anche gli insegnanti. Penso che non mi capissero fino in fondo. Avevo un altro linguaggio, un linguaggio

## A 15 ANNI STUDIavo JUNG E INTERPRETAVO I SOGNI DELLE MIE COMPAGNE DI CLASSE

"Il mio era un altro linguaggio, un linguaggio artistico difficile da inquadrare"

artistico difficile da "inquadrare in uno schema". Studiavo Jung a 15 anni e interpretavo i sogni delle mie compagne di classe. Poi, a 17 anni, ho fatto il mio primo corso di recitazione.

Quanto è importante la famiglia nella tua vita?  
È importante. Certo.

**Pensi di costruirne**

**una tutta tua di famiglia, prima o poi?**

Direi di sì, ma tempo fa pensavo di fare un figlio a 30 anni, poi la data si è spostata in avanti...

**La creatività è indubbiamente parte di te.**

**È corretto definirti un personaggio non-convenzionale?**

Mi sento un essere umano che sperimenta e che, con libertà, entra nelle varie tecniche. Non mi sento definitiva perchè non m'inquadro in nessuna arte. Domani potrei imbarcarmi su un peschereccio. Questi mestieri sono per me mezzi di ricerca, che hanno a che fare con la vita stessa. La vita è una, ed è speciale. Anch'io lo dimentico a volte, ma fluttuiamo nel cosmo e con infiniti "multiuniversi". Siamo in una palla e la vita umana è qualcosa di straordinario. Così, penso che si debba vivere la vita in libertà assoluta, entrando nei personaggi (anche nella vita) e giocando a essere qualcun altro, come facevamo da piccoli. La vita è un gioco e non esistiamo. Non esistiamo nel senso che quello che siamo è un costrutto sociale, il frutto delle nostre esperienze. La nostra vera essenza è ben



**LA VITA È  
STRAORDINARIA  
E VA VISSUTA  
NELLA PIÙ  
TOTALE LIBERTÀ**

Total look  
coat and pant  
ETRO

diversa da quella che mostriamo. La nostra essenza è un sapiens senza schermi. Mi sento un'esploratrice nomade, tutto questo racchiude la mia ricerca. Voglio lasciare qualcosa in questo mondo e penso che questo rappresenti la mia non convenzionalità.

Tu invece ti definisci una "donna scimmia" e hai uno strano rapporto con le banane... Vuoi dirci perché?

carriera?  
Prima la felicità.

Perché hai scelto un nome d'arte? Ha un significato particolare per te?  
Perché secondo me il nome c'entra con il tuo destino; perché la vita è un gioco; perché Jim

Scherzo sulla nostra origine perché ci dimentichiamo a volte di essere animali.

Prima l'amore o la



Trench animalier  
BLUMARINE  
Bra TEZENIS

Carrey dice "se divento qualcun altro e Jim Carrey non esiste più allora dove sono andato?". Jim Carrey non esiste.

La tua sensibilità ti ha portata a esplorare diverse Arti, dalla fotografia al teatro, dalla musica al cinema. Sono equivalenti o ce n'è una che senti più tua?

Quello che mi interessa è conoscere il cervello umano e la vita nei suoi meccanismi più sottili. Quindi, in comune questi media hanno la ricerca sulla vita. È una ricerca che durerà per sempre e se potessi reincarnarmi, nelle prossime vite, se tornassi nel Cosmo, se non avessi più punti di vista e li racchiudessi tutti, finalmente probabilmente finirebbe.

Il primo amore è stata la fotografia, avevi solo 13 anni. Come ti sei avvicinata a questa arte? Perché mia madre fotografava.

Canti mai sotto la doccia? Canto quando sogno. C'è qualcosa di futuristico in te, da dove viene? E dove ti porterà? Sono molto futuristica, ma amo il momento presente quantico.

Hai recitato con Bertolucci, un mostro sacro del cinema internazionale. E lo hai ringraziato pubblicamente per essere stato il primo ad aver creduto in te dedicandogli il tuo documentario. Bernardo è una foglia che fluttua e, anche se si è staccata dall'albero, non arriverà mai al suolo. Sta fluttuando. Ha superato i "multiuniversi" ed è lì, dove ci siamo incontrati, nella poesia, nella verità, negli oggetti poetici, nell'infinito, nella malinconia, nella vita.

Qual è stato il personaggio più difficile da

interpretare e perché? Il personaggio più difficile è non avere personaggi.

Nella recitazione, preferisci la tecnica o l'intuizione?

Mi piacciono entrambi. Ci vuole un po' di tecnica nell'istinto, e l'istinto può essere tecnico.

Cosa ti piace del mondo del cinema e cosa no? Mi piace il mondo.

Nel documentario di cui hai firmato la regia "ceci n'est pas un canolo" tratti il tema del senso della vita intervistando 20 personaggi siciliani. Il senso della vita per Tea resta una domanda aperta quindi. O hai trovato risposte?

Il senso della vita è nella vita il senso.

Sappiamo che tuo padre si occupa di una Onlus per immigrati, tema centrale della politica del paese e oltre. Vuoi darci una tua visione?

È terribile. In Congo e in altri paesi dell'Africa c'è la guerra. Bambini e donne per strada morti ammazzati. Uomini stipati in grandi stanzoni come le camere a gas del periodo fascista. Nessuno fa niente, l'Italia dovrebbe schierarsi e far smettere queste guerre. E invece lasciamo a Mare gli uomini (quelli che passano illegalmente) come se non fossero esseri umani. Ho parlato con un ragazzo del Congo e mi ha detto che ha pagato 1.000 euro per passare illegalmente e andare a vivere in Grecia. I suoi genitori e la sua famiglia sono tutti morti. Il mondo è di tutti, la terra è di tutti. La vita è di tutti.

Ti seguiamo su Instagram dove ti racconti in modo non convenzionale. In un'intervista a Rolling Stone definisci i social come uno dei

## QUELLO CHE MI INTERESSA È CONOSCERE LA VITA NEI SUOI MECCANISMI PIÙ SOTTILI



Dress  
BLUMARINE  
Earring  
GOGO PHILIP



Jacket and pant  
STELLA MCCARTNEY  
Bra TEZENIS



Jacket  
STELLA MCCARTNEY



Total look  
STELLA MCCARTNEY

“nuovi peccati capitali”. È proprio così o hanno anche un'utilità nella carriera di un personaggio pubblico?

Bisogna mettere un freno ai social. Anzi un freno al telefono. Ognuno faccia quello che vuole del suo tempo. Io preferisco leggere. Entro una sola volta alla settimana su Instagram, scrivo una poesia e scappo!

Nei tuoi post ti vesti con capi davvero particolari, anche la moda è una forma di espressione per te...

Mi piace la moda che diventa forma nella foto. Mi piace poi studiare la moda come lo specchio della società in cui viviamo.

Esiste un personaggio, anche del passato, che ti ha particolarmente ispirata?

Uno dei miei preferiti è David Lynch. Ma non per i suoi film. Tiene conferenze in giro per il mondo parlando di fisica e di come il cervello umano possa tutto. È un artista che stimo molto, perché quando parla ha l'entusiasmo di un bambino.

## BERNARDO BERTOLUCCI È LÌ DOVE CI SIAMO INCONTRATI

NELLA POESIA, NELLA VERITÀ, NELL'INFINITO,  
NELLA MALINCONIA, NELLA VITA

Se potessi scegliere un periodo storico in cui ti piacerebbe vivere, quale sarebbe?  
Tutti.

Quanto influisce la bellezza nella carriera di una donna?  
La bellezza è l'estensione della tua anima, quindi ci vuole una grande anima per fare

carriera.

Quanto bene si vuole Tea?  
Mi voglio bene.

Sono i Cannoli il tuo piatto preferito?

No. Il mio piatto preferito è la quinoa... Scherzo, ma quasi. L'uovo alla coque col sale, delle galline di mio padre, e un po' di pane catanese.

Dove sei stata nel tuo ultimo viaggio?

Sicuramente avrai nuovi progetti in cantiere... In questo momento sono nomade. Da 10 anni effettivamente vivo così. Lavoro e poi parto. Forse perché sono nata in un'isola, poi sempre torno. — ■

Actress  
**Tea Falco**  
Photo  
**Marco Onofri**  
Styling  
**Valeria J Marchetti**

Make-up  
**Chiara Corsaletti**  
Hair  
**Emanuele Romano**  
Press Office  
**Gianluca Tucciarone - Rubik Comunicazione**  
Management  
**Giulia Gillam Stefano Chiappi**

OUR VERY  
**SPECIAL THANKS TO**

Production  
**JSH Hotels & Resorts**  
Art  
Direction  
**Martina Barberini**

Location  
**I Monasteri Golf & SPA Resort**  
Backstage  
**Luca Gasperoni**  
Photo Assistant  
**Marina Paci**

©All Rights Reserved



Jacket  
FEDERICA TOSI

# TEA FALCO

## FROM EARTH TO HYPERSPACE

Photo Marco Onofri

Interview by Martina Barberini

LOCATION | MONASTERI GOLF & SPA RESORT

**Emerald green eyes. A perfect oval face, with a white complexion. Hay and honey hair. In her movements and in her words there is the essential, like the elements that make up the earth, but when he smiles she flies into hyperspace. A multifaceted character, difficult to frame. We meet her on a hot day in July, in Sicily, her native land, a beloved island that she left years ago, but to which she is inextricably linked, and to which she always returns.**

**YES, IT'S HER. TEA FALCO. A TALENTED PHOTOGRAPHER AND NOW AN ESTABLISHED, CREATIVE AND MULTIFACETED ACTRESS, TEA EMBODIES THE MOST CONTEMPORARY FEMININITY. AN ANDROGYNOUS BEAUTY THAT RIDES THE TIMES, A TRANSVERSAL TALENT THAT SWEEPS BETWEEN THE ARTS, AN IRONIC, SLIGHTLY AMBIGUOUS SENSUALITY. A CHARACTER TO DISCOVER, WHO PERHAPS DOES NOT LIKE TO TALK ABOUT HERSELF, BUT WHO WE TELL YOU ABOUT. IN OUR OWN WAY**

Tea Falco, born in Catania on a hot August 11th 1986. At the age of 13 she discovered photography and never separated from it again, conquering her space over time and going on to exhibit her works all over Sicily, in Rome, Milan, Bologna, over to Greece and Los Angeles.

But Tea goes further and continues in her insatiable search, exploring new territories, to give voice to her sensitivity, her creativity and a completely personal vision of the world. A thirst that brings her closer to theater, poetry, music, cinema.

Her acting career came to consecration in 2012, when the director Bernardo Bertolucci wanted her as the protagonist of the movie "Me and you".

From there it was downhill for Tea, who starred alongside Carlo Verdone in "Sotto una buona stella" (Under a good star) and which today we see on Sky in the series created by Stefano Accorsi "1993", the sequel to the first season of "1992", set in the years of Tangentopoli. There would be so much to tell, as for example her experience as a director in the documentary "Ceci n'est pas un Cannolo", presented at the Biografilm Festival in Bologna and which Tea dedicates "To Bernardo", the first person to have believed in her".

We meet her in Sicily, far from Rome and from work, while taking a vacation near her family, to whom she is deeply attached.

**We are in Sicily, not far from Catania, your city. How much island is there in Tea today?**  
I lived in Sicily until I was 23 years old. I consider myself a lucky girl, proud of being born on an island. Islanders are slower, less frantic and less rigid, simpler. Natural life. For this I return, to rediscover my simplicity. When I started to leave for Rome, I did it with night trains without couchettes. I remember that there was no closure and that they could steal your bags at night. Then, when I was traveling alone, I had found a locking mechanism with a string. Sometimes we traveled in a group of 6 people and there was not much room to sleep, we all fell asleep next to each other. I remember these moments with great nostalgia. I wrote a poem that began with "how many white pillows I saw", it is a poem I had Bertolucci read the first time I met him. The pillows were those of the trains. I come from all this. I'm Sicilian, of course there were planes, but they cost a lot and even today, after 10 years, there isn't a fast train. Maybe someday...?

**What do you remember about your childhood?**

I was an introverted child, very shy, full of fear. I still am, but in a different way. They bullied me (she laughs), even the teachers. I don't think they understood me completely. I had another language, an artistic language difficult from which to "frame in a pattern". I was studying Jung at the age of 15 and I interpreted the dreams of my classmates. Then, at 17, I did my first acting course.

**How important is family in your life?**

It's important. Sure.

**Do you plan to have one of your own, sooner or later?**

I would say yes, but some time ago I thought of having a child at 30, then the date was moved forward...

**Creativity is undoubtedly part of you. Is it correct to call yourself an unconventional character?**

I feel like a human being that experiences and, with freedom, employs various techniques. I don't feel definitive because I'm not into any art. Tomorrow I could board a fishing boat. For me these professions are research tools that have to do with life itself. Life is one, and it is special. I also forget it sometimes, but we float in the cosmos and with infinite "multiuniverses". We are in a ball and human life is something extraordinary. So, I think we should live life in absolute freedom, entering characters (even in life) and playing at being someone else, like we used to do when we were little. Life is a game and we don't exist. We do not exist in the sense that what we are is a social construct, the fruit of our experiences. Our true essence is very different from the one we show. Our essence is sapiens without screens. I feel like a nomad explorer, all this contains my research. I want to leave something in this world and I think this represents my non-conventionality.

**You call yourself a "woman monkey" and you have a strange relationship with bananas...**

**Do you want to tell us why?**

I joke about our origin because we sometimes forget we are animals.

**What comes first, love or career?**

First happiness.

**Why did you choose a stage name? Does it have a special meaning for you?**

Because I think the name has something to do with your destiny; because life is a game; why Jim Carrey says "if I become someone else and Jim Carrey no longer exists then where did I go?" Jim Carrey does not exist.

**Your sensitivity has led you to explore different arts, from photography to theater, from music to cinema. Are they equivalent or is there one you feel closer to?**

What interests me is to know the human



Total Look  
TWIN SET  
Bra H&M  
Necklace  
GOGO PHILIP



Coat and pant  
ETRO

brain and life in its most subtle mechanisms. So in common these media have life research. It is a search that will last forever and if I could reincarnate, in the next live, if I returned to the Cosmos, if I had no more points of view and enclosed them all, finally it would probably end.

**The first love was photography, you were only 13 years old... how did you approach this art?**  
Because my mother used to photograph.

**Do you ever sing in the shower?**  
I sing when I dream.

**Is there anything futuristic about you, where does it come from? And where will it take you?**  
I am very futuristic, but I love the present quantum moment.

**You played with Bertolucci, a sacred maestro of international cinema. And you thanked him publicly for being the first to have believed in you by dedicating your documentary to him. How did it go? What did Bernardo see in Tea? What was the most difficult character to interpret and why?**

Bernardo is a leaf that floats and, even if it is detached from the tree, it will never reach the ground. He's floating. He passed the "multiuniverses" and it is there, where we met, in poetry, in truth, in poetic objects, in infinity, in melancholy, in life. The most difficult character is not having characters.

**In acting, do you prefer technique or intuition?**  
I like them both. It takes a bit of technique in the instinct, and instinct can be technical.

**What do you like about the world of cinema and what not?**  
I like the world.

**In the documentary you directed "ceci n'est pas un cannolo" you treat the theme of the meaning of life by interviewing 20 Sicilian characters. So the meaning of life for Tea**

## BERNARDO BERTOLUCCI IS THERE, WHERE WE MET, IN POETRY, IN TRUTH, IN INFINITY, IN MELANCHOLY, IN LIFE

**remains an open question. Did you find answers?**

The meaning of life is meaning in life.

**We know that your father deals with a non-profit organization for immigrants, a central (not to say unique) theme of contemporary politics in the country and beyond. Do you want to give us your vision?**

It's terrible. In the Congo and other African countries there is war. Children killed on the street. Men crammed into large rooms like the gas chambers of the fascist period. Nobody does anything, Italy should take sides and stop these wars. And instead, we leave into the sea the men who illegally pass as if they were not human beings. I spoke with a boy from the Congo and he told me that he paid 1,000 euros to pass illegally and move to Greece. His parents and his family are all dead. The world belongs to everyone, the earth belongs to everyone. Life belongs to everyone.

**We follow you on Instagram where you talk in an unconventional way. In an interview with Rolling Stone you define social media as one of the "new capital sins". Is it really so or do they also have a**

**usefulness in the career of a public figure?**

We must put a stop to social media. Indeed a brake on the phone. Everyone does what he wants of his time. I prefer to read. Within just one week on Instagram, I wrote a poem and ran away!

**In your posts you dress with really special clothes, even fashion is a form of expression for you...**

I like fashion that becomes form in the picture. I also like to study fashion as a mirror of the society in which we live.

**Is there a character, even from the past, that has particularly inspired you?**

One of my favorites is David Lynch. But not for his films. He lectures around the world talking about physics and how the human brain can do everything. He is an artist that I respect a lot, because when he speaks he has the enthusiasm of a child.

**If you could choose a historical period in which you'd like to live, what would it be?**  
All.

**How much does beauty affect the career of a woman?**

Beauty is the extension of your soul, so it takes a great soul to make a career.

**How well do you love Tea?**

I love myself.

**Are Cannoli your favorite dish?**

No. My favorite dish is quinoa... I'm kidding, but almost. Boiled eggs with salt, from my father's hens, and a little bread from Catania.

**Where have you been on your last trip? Surely you have new projects in the pipeline...**

Right now I'm nomadic. I have been living like this for 10 years. Work and then I leave. Maybe because I was born on an island, then I always come back. — ■



# Trova Sky nel tuo hotel.

Vai su **Trova Sky Hotel** e scegli un **hotel con Sky in camera** per **far vivere a tutta la tua famiglia i contenuti più amati anche in vacanza.**



[sky.it/trovahotel](https://sky.it/trovahotel)

## We are Eco&Bike Friendly

Per scoprire l'Italia più bella non è sempre necessario un mezzo a motore. Si può scegliere invece una via più ecologica e sana, per far stare bene se stessi e l'ambiente. Per questo, i nostri Local Coach, hanno creato itinerari da percorrere, esclusivamente su due ruote, itinerari in bici alla portata di tutti perché privi di particolari difficoltà, ma perfetti per immergersi in territori unici e suggestivi, a contatto con la natura.

A cura di: Ufficio Stampa JSH  
Ferdegghini Comunicazione  
Photo JSH Hotels & Resorts | Getty Images

JSH

ECO&BIKE

*Terre Sublimi*

# ECO & BIKE TOURS

In sella a una  
biciuletta  
per scoprire  
l'Italia più  
bella. Tra ville,  
abbazie, borghi  
medievali,  
riserve naturali  
e pause di puro  
piacere

In questa immagine: una spettacolare veduta  
aerea del Castello del Catajo nei pressi di  
Galzignano Terme Golf & SPA Resort, sui Colli  
Euganei. Questa area fa parte del percorso  
bike proposto dal Local Coach del resort

# Tutti in Sella!

La bicietta ci piace perché è contemporanea. È sana ed ecologica. Permette di scoprire i luoghi in modo diretto e autentico. Di respirare i profumi e immergersi in un territorio.

La straordinaria partnership con Tinkoff-Saxo ci ha portati in lungo e in largo per Italia ed Europa a fianco di uno dei team più forti al mondo, accompagnando campioni del calibro di Peter Sagan, Alberto Contador, Ivan Basso e tanti altri, durante i ritiri in Veneto a Galzignano Terme SPA & Golf Resort, alle pendici del Vulcano Etna al Picciolo Etna Golf Resort, e anche in Toscana, durante la tappa del Giro d'Italia, con i membri del team ospiti di Golf Hotel Punta Ala. Fino alla vittoria di Sagan, eletto campione del mondo. Ma il nostro amore per l'universo bike comincia molto prima. Conosciamo bene il valore delle nostre destinazioni, dei territori, che già di per sé rappresentano un palcoscenico ideale per chi ama la bicicletta. La Maremma toscana, i Colli Euganei, lo

struggente entroterra Salentino, la riviera romagnola e le sue zone collinari, i crateri sommitali del vulcano, sono tutti luoghi che offrono straordinarie possibilità di "fuga" su due ruote, sia amatoriale che pro.

Per questo, abbiamo sviluppato e implementato procedure e servizi dedicati all'interno delle nostre strutture, in modo da poter accontentare sia gli ospiti in cerca di un'esperienza, che il biker professionista. Nei nostri resort di Acaya, Galzignano, Milano Marittima, Etna e Punta Ala, e ancora al Radisson Blu es. Hotel di Roma e all'Home Hotel di Firenze si possono noleggiare biciclette urban, road, mtb e da corsa, pensate per il territorio circostante e perfette per uscite di qualsiasi tipo, dalla passeggiata in mezzo alla natura, alla pedalata in salita, fino al giretto nel centro storico della città.

Tra una partita di golf e un bagno termale, tra un tuffo al mare e una visita al museo, sarà possibile quindi anche pedalare alla scoperta di territori straordinari.





## **Insieme al Local Coach, vi guidiamo in un tour su due ruote alla scoperta degli itinerari piú belli tra Veneto, Toscana, Salento, Sicilia e Roma.**

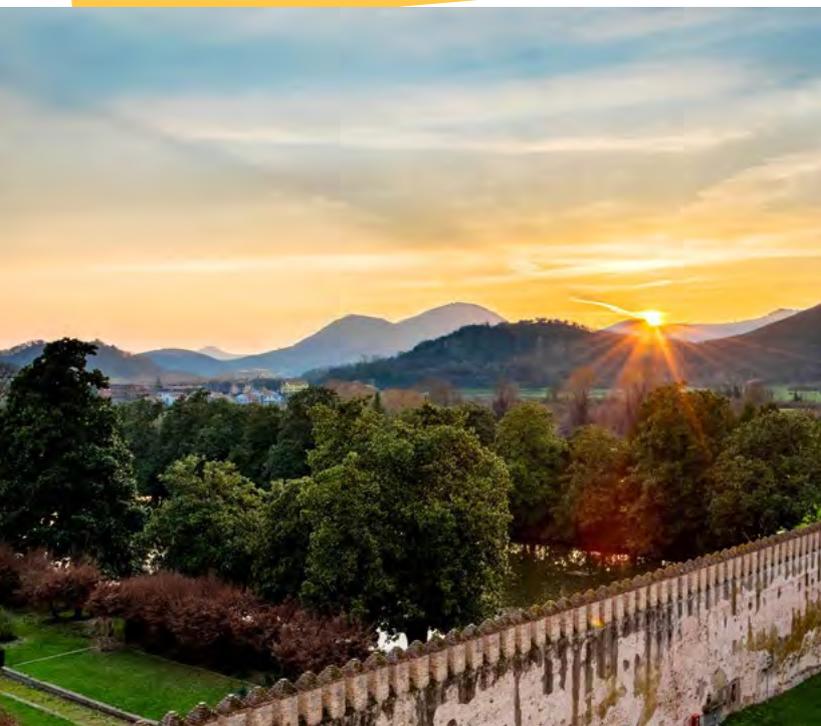
E così, in sella a un bicicletta, potrete visitare borghi e centri storici, riserve naturali e meravigliosi tratti di costa, per scoprire il Belpaese da un punto di vista diverso e in tutta comodità: le biciclette potranno essere noleggiate direttamente nei nostri resort, insieme a servizi dedicati, come piccole officine, pocket lunch, lavanderia, mappe con gli itinerari. E allora tutti in sella, partiamo per il nostro bike tour, che comincia dai Colli Euganei in Veneto, in provincia di Padova. Un'intera giornata tra ville venete, abbazie benedettine, con soggiorno nel nostro Galzignano Terme Spa & Golf Resort.

JSH

ECO&BIKE

# Veneto

Il fascino dei Colli Euganei su 2 ruote



Per scoprire i Colli Euganei pedalando, c'è l'escursione "In Bici tra i Borghi Medievali" proposta dal Local Advisor di Galzignano Terme SPA & Golf Resort. Un itinerario lungo lo stesso percorso che seguiva Francesco Petrarca quando da Padova si recava alla "sua casa sui colli". Alcuni tratti sono spettacolari, come quello che precede l'ingresso a Battaglia Terme, dove la vista è dominata dal Castello del Catajo. Battaglia Terme, insediamento rivierasco ed antico porto fluviale, è un vero e proprio museo diffuso con curiosi manufatti idraulici e ponti in stile veneziano. Si pedala quindi sempre in pianura, lungo l'argine del Canale di Battaglia, a fianco dell'elegantissima Villa Selvatico Sartori. Intorno, si apre lo spettacolo di città murate, ville venete e manufatti marittimi. L'escursione raggiunge Monselice, fino alla graziosa Arquà Petrarca, borgo medievale tra i più belli e meglio conservati d'Italia. Al ritorno si fiancheggia la tenuta del Castello di Lospida, storica dimora che ospita importanti cantine. Accompagnati da una guida esperta pedalerete lungo un facile percorso tra i colli, le terme, splendidi castelli, ville venete e architetture religiose. Da Galzignano si arriverà a Monselice, con la sua imponente Rocca e il complesso nobiliare posto sul suo fianco, passando da Battaglia Terme, un antico porto fluviale che offre vedute spettacolari, come quella dove la vista è dominata dal Castello del Catajo.

Durante l'itinerario si potrà visita della Villa dei Vescovi e all'Abbazia di Praglia, un grandioso complesso monastico dove vige ancora oggi il motto "ora et labora" e dove i monaci si occupano di apicoltura, cosmetica, viticoltura ed erboristeria e nella loro bottega troviamo i prodotti del loro lavoro.





## Speciale Caldo Autunno sui Colli Euganei

L'autunno è una stagione ideale per partire lungo gli itinerari ciclooturistici del Veneto. A Galzignano Terme SPA & Golf Resort, è possibile trascorrere un caldo autunno all'insegna delle terme, del relax e di splendide pedalate. Con questo soggiorno di 3 o più notti è previsto uno sconto del 15% sul soggiorno.

### Cosa è incluso

- 3 o più notti nella tipologia di camera prescelta
- Colazione a buffet
- Pranzo e cena sulla base al trattamento scelto
- Welcome drink all'arrivo
- 1 Fango Back & Neck (50 min.) a persona a soggiorno

Un credit resort da 25 € ad adulto per soggiorni di 3 notti o un credit resort da 40 € per soggiorni di 5 o più notti da utilizzare nell'acquisto di un servizio a piacimento  
Libero accesso alle piscine termali  
Parcheggio

# Veneto

Speciale Caldo Autunno

JSH

ECO&BIKE

# Emilia Romagna

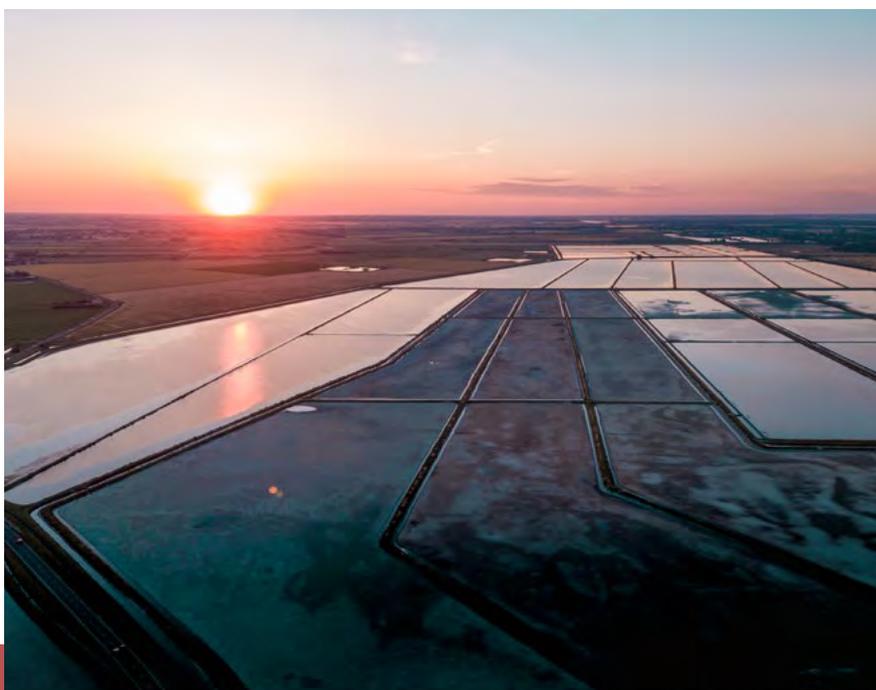
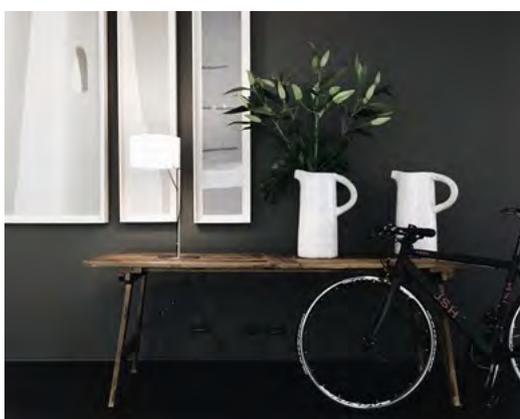
"Delta del Po by Bike".



Scendendo in Emilia Romagna, c'è il nostro tour "Delta del Po by Bike". All'ombra dei pini secolari, a ridosso della duna costiera, da Milano Marittima si potranno raggiungere le zone umide della foce del fiume Bevano, un'area di grande valore naturalistico che conserva una ricca biodiversità, con fauna e flora costiera. L'itinerario, di natura pianeggiante e su fondo sterrato, non presenta difficoltà tecniche e lungo il percorso prevede pause e soste ristoratrici, come quella in una fattoria lungo gli argini del fiume Savio.

MarePineta Resort, oltre ad essere un hotel irresistibilmente "bike friendly" è un punto di partenza ideale per scoprire i ricchi territori circostanti. Dalla costa adriatica fino alla vetta di San Marino, tra colline e pinete, tratti di costa e borghi antichi, sono infiniti i percorsi da scoprire su due ruote. A due passi da Milano Marittima sorge poi Cesenatico, dove nasce la famosissima "NoveColli", arrivata alla sua 46ª edizione... Un appuntamento ormai storico, richiamo per migliaia di ciclisti non professionisti.





## Speciale Fuga a Milano Marittima

Per un soggiorno bike associato al tour sul Delta del Po, è disponibile un pacchetto speciale a MarePineta Resort, con prezzi a partire da 95€ a persona al giorno in camera doppia Classic per almeno 2 notti con trattamento di mezza pensione.

### Cosa è Incluso

2 o più notti nella tipologia di camera scelta con trattamento di mezza pensione (bevande non incluse)

Cena con food concept firmato dallo Chef Stellato Andrea Ribaldone

Accesso all'esclusivo MarePineta Beach Club (con 1 ombrellone dalla 3ª all'8ª fila, 2 lettini a camera e 1 telo mare per persona).

Servizio disponibile fino al 15 settembre \*

Raffinato intrattenimento serale a base di musica live e DJ SET 2 volte a settimana (da giugno ad agosto)

Utilizzo della piscina esterna con ampia zona solarium attrezzata  
Piscina per bambini

Local Coach a disposizione per consigliare e organizzare esperienze e itinerari non convenzionali alla scoperta del territorio  
City Bike a disposizione previa disponibilità

Mini Club per bambini dai 4 ai 12 anni con ricco programma di attività (da giugno a settembre)

WIFI gratuito

Un credit resort da 25 € ad adulto per soggiorni di 3 notti o un credit resort da 40 € per soggiorni di 5 o più notti da utilizzare

nell'acquisto di un servizio a piacimento

Libero accesso alle piscine termali

Parcheggio

# Emilia Romagna

Il tuo soggiorno "Delta del Po by Bike"

JSH

ECO&BIKE

# Toscana

Wine & Bike in Maremma



In Toscana, c'è il "Wine & Bike in Maremma", un tour che parte da Golf Hotel Punta Ala e porta a scoprire la splendida campagna della Maremma insieme a guide esperte. Un territorio ideale per biker di ogni livello. I percorsi semplici e pianeggianti riservano magnifiche sorprese: dai piccoli borghi medievali alle aree naturalistiche che custodiscono fauna e flora ancora intatte, ma anche cantine dove sostare per ottime degustazioni, musei della civiltà rurale e panorami tanto belli da togliere il fiato.

A Golf Hotel Punta Ala, per esempio, c'è "Maremma in Bici", un'escursione accompagnata da guida esperta su percorsi MTB e strada alla scoperta dei paesaggi meravigliosi che caratterizzano la campagna maremmana. Strade senza traffico, sentieri che attraversano piccoli borghi medievali e terre antiche, dove il tempo sembra essersi fermato. Il tratto costiero della maremma racchiuso tra Castiglione della Pescaia e Follonica presenta un fondale basso e sabbioso intervallato da scogliere alte e frastagliate, dove si insediano alcune calette di spiagge bianchissime, tra cui la famosa spiaggia di Cala Violina. Qui, grazie a un mezzo salutare ed ecologico come la bicicletta, si potranno scoprire fauna e flora ancora intatte, anche grazie alle tante riserve naturali.





## Speciale Fuga in bici sulla Maremma

A Golf Hotel Punta Ala, fino al 30 settembre, potrete regalarvi un soggiorno associato all'escursione Wine&Bike a partire da 100 € per persona, al giorno, per 3 notti in camera Classic Doppia con trattamento di camera e colazione.

### Cosa è incluso

3 o più notti nella tipologia di camera prescelta

Prima colazione a buffet

Piscina esterna

Spa: Paradiso dell'Acqua, Bagno Turco, Calidarium, Bagno Cromo & Musica, Sauna Finlandese, Frigidarium, Cascade di Ghiaccio, Nebbia Fredda, Salotto Lettura & Musica, Tepidarium, Thalasso Salin, Percorso Kneipp, Piscina Idromassaggio, Whirpool seduto effervescente. Accesso consentito solo ai maggiorenni

Spa kit

Fitness Room

Servizio Spiaggia con 1 ombrellone, 2 sdraio, 1 lettino, 1 telo spiaggia a persona. La spiaggia privata dispone di tre file di ombrelloni che verranno assegnate in base alla tipologia di suite prenotata: Classic Room: 3° fila Suite Superior / Suite Vip: 2° fila

Suite Deluxe / Suite Exclusive: 1° fila

Servizio navetta da e per la spiaggia

Fitness Room

Mini e Junior Club dai 4 ai 12 anni

Parcheggio privato

# Toscana

Il tuo soggiorno "Wine & Bike in Maremma"

JSH

ECO&BIKE

# Roma

Tour Appia Antica

A Roma, il tour "Appia Antica, Catacombe e Parco degli Acquadotti" è un tour di incredibile bellezza, che permette di pedalare su un selciato di 2300 anni fa spaziando da sepolcri a statue romane, vestigia di circhi antichi e ville imperiali. Partendo da Radisson Blu es di Roma, si seguirà un itinerario unico al mondo, dove la natura è miracolosamente preservata e fa da sfondo al continuo avvicinarsi di testimonianze storiche, culturali, artistiche. Lungo il percorso, si potranno ammirare le Terme di Caracalla, Le Mura Aureliane, la Via Appia antica, le Catacombe di S. Callisto, il Circo di Massenzio, i Resti di Tombe e Tumuli ma il Parco degli Acquadotti e quello della Caffarella. Non mancherà occasione per degustare vini e formaggi in una pittoresca fattoria nel Parco della Caffarella.





## Soggiorno bike a Roma

Per il tuo soggiorno "bike" a Roma, il Radisson Blu es. Hotel Rome ti aspetta per un soggiorno in un contesto imperiale dove riscoprire piaceri antichi in un contesto ultra moderno.

Unico albergo al mondo con un'area archeologica nella hall e suite con vista sulla storia, affacciate sulle arcate dell'acquedotto romano.

### Cosa Offre l'Hotel

- Wifi gratuito
- 232 camere e suites
- 7 Rooftop con piscina panoramica, ristorante e bar
- Wifi gratuito
- 24h room service
- ATM
- Garage a pagamento
- Valet parking
- Lavanderia

### CENTRO BENESSERE

- Trattamenti e massaggi
- Area relax con sauna finlandese e idromassaggio
- Piscina esterna
- Palestra attrezzata

### FOOD

- 2 ristoranti
- Bar
- Colazioni a buffet
- Servizio in camera
- Cocktail bar

# Roma

Il tuo soggiorno per il Tour Appia Antica

JSH

ECO&BIKE

# Salento

Bike Tour "Borgo di Acaya"



Arriviamo in Salento, con il "Bike Tour Borgo di Acaya". In compagnia del Local Coach di Acaya Golf & Spa Resort, si partirà per un bike tour alla scoperta del borgo medievale di Acaya e della sua periferia abitata da meravigliosi ulivi secolari, dove sorge la Masseria Visciglito, un affascinante complesso masserizio, in origine convento dei Gesuiti, che nei secoli ha subito mutamenti e trasformazioni testimoniate dalle costruzioni così diverse tra loro che la circondano. Nel corso dell'itinerario è prevista una sosta alla Masseria Fossa per una degustazione di prodotti biologici tipici del territorio.

Il resort offre anche una palestra attrezzata e un ampio centro sportivo che include anche un campo da calcio già scelto da diverse squadre per i ritiri e gli allenamenti. Ci sono il campo golf, servizio di noleggio bici mtb, sand e da strada e numerosi percorsi per il jogging.





## Su 2 ruote nel Salento

Per la tua fuga salentina all'insegna dell'attività e delle due ruote, Acaya Golf Resort & SPA dedicato questo pacchetto, valido fino al 10 novembre, con prezzi a partire da 62 € a persona al giorno, per almeno 3 notti in camera Comfort doppia con trattamento di camera e colazione.

### Cosa è incluso

3 o più notti nella tipologia di camera prescelta  
Prima colazione a buffet  
Piscine esterne e solarium  
1 percorso Spa di 2 ore ad adulto a soggiorno\*  
Spa KIT: accappatoio, ciabattine e telo

### Fitness Room

Servizio Spiaggia con 1 ombrellone, 2 lettini, 1 telo spiaggia a persona (apertura garantita dal 01/06 al 30/09). Dal 1 di ottobre il servizio spiaggia verrà sostituito da un ingresso giornaliero alla spa a persona.

Servizio navetta da e per la spiaggia

Servizio concierge

PC a disposizione presso il Business Center

Intrattenimento serale con musica ed eventi

Mini club

Posto auto in garage

# Salento

Il tuo soggiorno Bike Tour "Borgo di Acaya"

JSH

ECO&BIKE

# Sicilia

Bike Tour Alcantara, Parco dei Nebrodi o Etna



Non può mancare la Sicilia, con il "Bike Tour Alcantara, Parco dei Nebrodi o Etna". Una sana pedalata, una boccata d'aria fresca alla scoperta di paesaggi sconfinati, tra vigneti, nocciuleti, ulivi e colate laviche millenarie, corsi d'acqua cristallina e qua e là qualche interessante monumento da intercettare con lo sguardo. Partendo dal Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA, si potranno percorrere diversi itinerari half-day e full-day dall'Alcantara al parco dei Nebrodi, fino all'Etna. I percorsi di diversa difficoltà sono dedicati agli sportivi e non solo, e rappresentano sicuramente un modo affascinante per poter conoscere da vicino queste meravigliose terre, osservandole con occhi diversi.





## Vacanza Benessere sull'Etna

Al Picciolo Etna Golf Resort & SPA, per soggiorni fino al 23 novembre, è disponibile questo pacchetto a partire da 59 € a persona per 3 notti in camera Classic doppia con trattamento di camera e colazione.

### Cosa è incluso

3 o più notti nella tipologia di camera prescelta  
Ricca prima colazione a buffet  
Raffinato intrattenimento serale a base di musica live o DJ SET 3 volte a settimana (da giugno ad agosto)  
Utilizzo della piscina esterna con zona solarium attrezzata (apertura garantita da maggio a metà ottobre)  
Ingresso giornaliero alla SPA con percorso di 1 ora solo per adulti: 950 m2 di benessere con sauna, bagno turco, idromassaggio, water paradise, piscina idroterapica, sala relax e tisaneria. Accesso al centro benessere da prenotare con anticipo, contattare la SPA dell'hotel. Cuffie e infradito obbligatorie e acquistabili anche in loco

Intrattenimento bambini da Maggio a metà Ottobre dalle 9,00 alle 13,00 e dalle 14,00 alle 18,00 tutti i giorni. Durante il periodo di chiusura della piscina esterna, intrattenimento offerto il sabato pomeriggio dalle 14 alle 18 e la domenica mattina dalle 10 alle 14. Dal 01/06 al 30/09 ogni 3 giorni di soggiorno, 1 giorno di servizio spiaggia con ombrellone e 2 lettini a Giardini di Naxos  
Accappatoio e telo  
Palestra dalle 7 alle 23 tutti i giorni  
Parcheggio  
TV Satellitare

# Sicilia

Bike Tour Alcantara, Parco dei Nebrodi o Etna

JSH

ECO&BIKE

# Sicilia

Bike Tour Riserva Naturale Fiume Ciane e Saline di Siracusa”

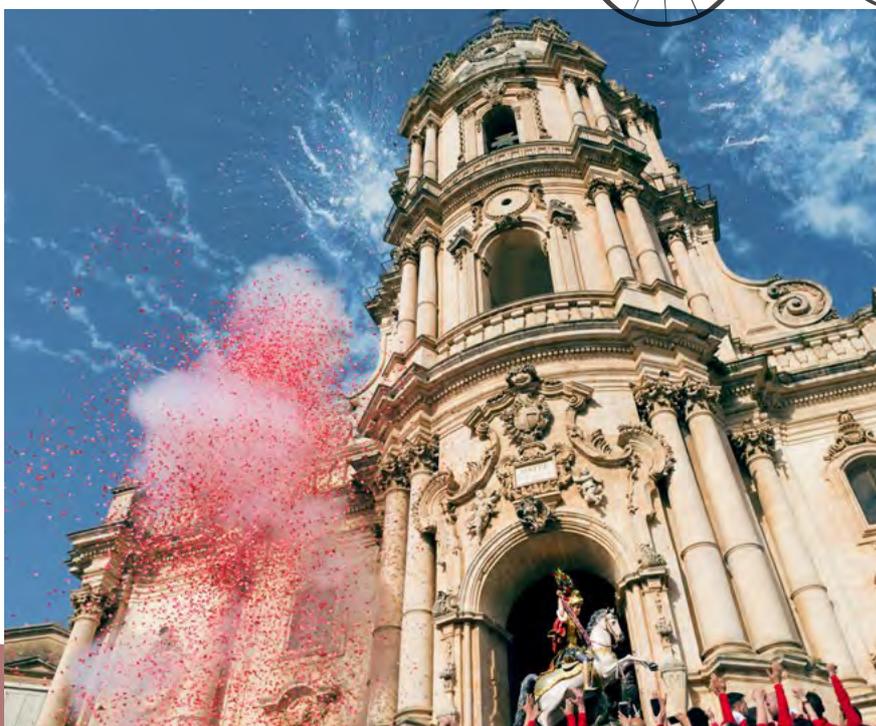


Chiudiamo questo viaggio lungo tutto l'Italia, con l'ultima tappa siciliana. Il "Bike Tour Riserva Naturale Fiume Ciane e Saline di Siracusa".

Dal nostro I Monasteri Golf & SPA Resort si pedala lungo un itinerario che porta alla riserva naturale del fiume Ciane e alle saline di Siracusa. Un luogo unico al mondo, dove si può toccare con mano il papiro, pianta dal lungo passato presente solo qui oltre alle rive del Nilo. Da non perdere la risalita del fiume in barca e la visita ai laboratori di lavorazione della carta papiro, che si trovano in città oltre al Museo del Papiro.

Il soggiorno è da favola, un 5 stelle storico nell'entroterra siracusano che sorge all'interno di una villa un tempo monastero dei benedettini, poi dimora di alcuni casati nobiliari, tra cui i Catalano e i baroni di Melilli. Riconvertito successivamente in struttura ricettiva, è oggi un raffinato rifugio alle porte di Siracusa, città dalla storia millenaria, immerso nel verde di agrumeti, palme, carrubi e ulivi, con campo golf 18 buche par 71, ampia SPA by Clarins, area fitness, ampia piscina esterna con idromassaggio, 102 camere dotate di ogni comfort affacciate sul campo golf e sulla campagna siciliana. — ■





## Speciale Fuga a Siracusa

Il soggiorno "bike" a I Monasteri Golf Resort & SPA è ideale per partire alla scoperta di questo territorio, del fiume Ciane e delle saline di Siracusa. Per soggiorni fino al 2 novembre, prezzi a partire da 80 € a persona al giorno, per un soggiorno di almeno 3 notti in camera Superior doppia con trattamento di camera e colazione.

### Cosa è incluso

3 o più notti nella tipologia di camera prescelta  
Prima colazione a buffet

1 percorso Spa di 1,5 ore per adulto ogni 3 giorni di soggiorno\*  
sconto del 10% su trattamenti benessere presso la Zagara Spa by Clarins

Spa KIT: accappatoio, ciabattine e telo

Fitness Room

Dal 01/06 al 30/09, possibilità di prenotare il servizio spiaggia a tariffe agevolate presso 3 lidi convenzionati

Local Coach a disposizione per consigliare e organizzare esperienze e itinerari non convenzionali alla scoperta del territorio  
PC a disposizione presso il Business Center

Parcheggio

# Sicilia

Bike Tour Riserva Naturale Fiume Ciane  
e Saline di Siracusa

# ECO & BIKE TOURS

Discovering the beauty of Italy from a bicycle seat  
Between villas, abbeys, medieval villages, natural reserves and pauses of pure pleasure

To discover the most beautiful things in Italy a motor vehicle is not always necessary. Instead, you can choose a more ecological and healthy way to make yourself and the environment feel good. For this reason, we have our Local Coaches, they have created itineraries to be traveled exclusively on two wheels, bike tours for everyone because they have no particular difficulties.

And so, riding a bicycle, you can visit villages and historic centers, nature reserves and wonderful stretches of coast, to discover the Beautiful Country from a different point of view and in all comfort: the bicycles can be rented directly at our resorts, together with dedicated services, such as small toolkits, packed lunches, laundry, and maps with itineraries. So let's now saddle-up, we leave for our bike tour, which starts from the Euganean Hills in Veneto, in the province of Padua. A whole day among Venetian villas, Benedictine abbeys, with a stay in our amazing Galzignano Terme Spa & Golf Resort. Accompanied by an expert guide, you will pedal along an easy path between the hills, the thermal baths, splendid castles, Venetian villas and religious architecture. From Galzignano you will arrive in Monselice, with its imposing fortress and the noble complex on its side, passing by Battaglia Terme, an ancient river port that offers spectacular views, such as the one where the view is dominated by the Catajo Castle.

During the itinerary it will be possible to visit the Villa dei Vescovi and the Abbazia di Praglia, a grandiose monastic complex where the motto "ora et labora" (Pray and Work) still exists today and where the monks deal with beekeeping, cosmetics, viticulture and herbal medicine and in their shop we find the products of their work.

Going down to Emilia Romagna, there is our "Po Delta by Bike" tour. In the shade of the centuries-old pines, near the coastal dunes, from Milano Marittima you can reach the wetlands of the mouth of the Bevano river, an area of great naturalistic value that preserves a rich biodiversity, with coastal fauna and flora. The itinerary, flat in nature and on a dirt road, does not present technical difficulties and along the way provides breaks and refreshing stops, such as the one on a farm along the banks of the river Savio.

Enjoy a wonderful stay at the MarePineta Resort with prices starting from € 95 per person per day in a Classic double room for at least 2 nights with half board.

The fee includes:

- 2 or more nights in the type of room chosen with half board (drinks not included)
- Dinner with food concept designed by Michelin-starred Chef Andrea Ribaldone

- access to the exclusive MarePineta Beach Club (with 1 umbrella from the 3rd to the 8th row, 2 sunbeds per room and 1 beach towel per person. Service available until September 15th \*
- sophisticated evening entertainment based on live music and DJ SET 2 times a week (from June to August)
- use of the outdoor swimming pool with a large solarium area
- children's pool
- Local Coach available to advise and organize unconventional experiences and itineraries to discover the area
- City Bike upon availability
- Mini Club for children from 4 to 12 years with a rich program of activities (from June to September)
- Free WIFI

In Tuscany, there is the "Wine & Bike in Maremma", a tour that starts from Golf Hotel Punta Ala and leads you to discover the splendid Maremma countryside with expert guides. An ideal territory for bikers of all levels. The simple and flat paths offer wonderful surprises: from small medieval villages to natural areas that preserve intact fauna and flora, but also wineries where to stop for excellent tastings, museums of rural civilization and panoramas so beautiful to take your breath away.

A special bike package at the Golf Hotel Punta Ala from € 100 per person, per day, for 3 nights in a Classic Double room with bed and breakfast.

The fee includes:

- 3 or more nights in the selected room type
- Buffet breakfast
- Outdoor pool
- Spa: Water Paradise, Turkish Bath, Calidarium, Chrome Bath & Music, Finnish Sauna, Frigidarium, Ice Falls, Cold Mist, Reading & Music Lounge, Tepidarium, Thalasso Salin, Kneipp Path, Whirlpool, Effervescent Whirlpool. Access allowed only to adults
- Spa kit
- Fitness Room
- Beach service with 1 umbrella, 2 deck chairs, 1 sun lounger, 1 beach towel per person. The private beach has three rows of umbrellas that will be assigned according to the type of suite booked: Classic Room: 3rd row Superior Suite / VIP Suite: 2nd row Deluxe Suite / Exclusive Suite: 1st row
- Shuttle service to and from the beach
- Fitness Room
- Mini and Junior Club from 4 to 12 years old
- Private parking

In Rome, the "Appia Antica, Catacombs and Parco degli Acquadotti" tour is a tour of incredible beauty, which allows you to ride on a pavement of 2300

years ago, ranging from tombs to Roman statues, vestiges of ancient circuses and imperial villas. Starting from Radisson Blu ES in Rome, we will follow one of the most unique itineraries in the world, where nature is miraculously preserved and is the backdrop to the continuous alternation of historical, cultural and artistic treasures. Along the way, you can admire the Baths of Caracalla, the Aurelian Walls, the ancient Appian Way, the Catacombs of St. Callixtus, the Circus Maximus, the remains of Tombs and Mounds and the Park of the Aqueducts and that of the Caffarella. You will not miss the opportunity to taste wines and cheeses in a picturesque farm in the Caffarella Park.

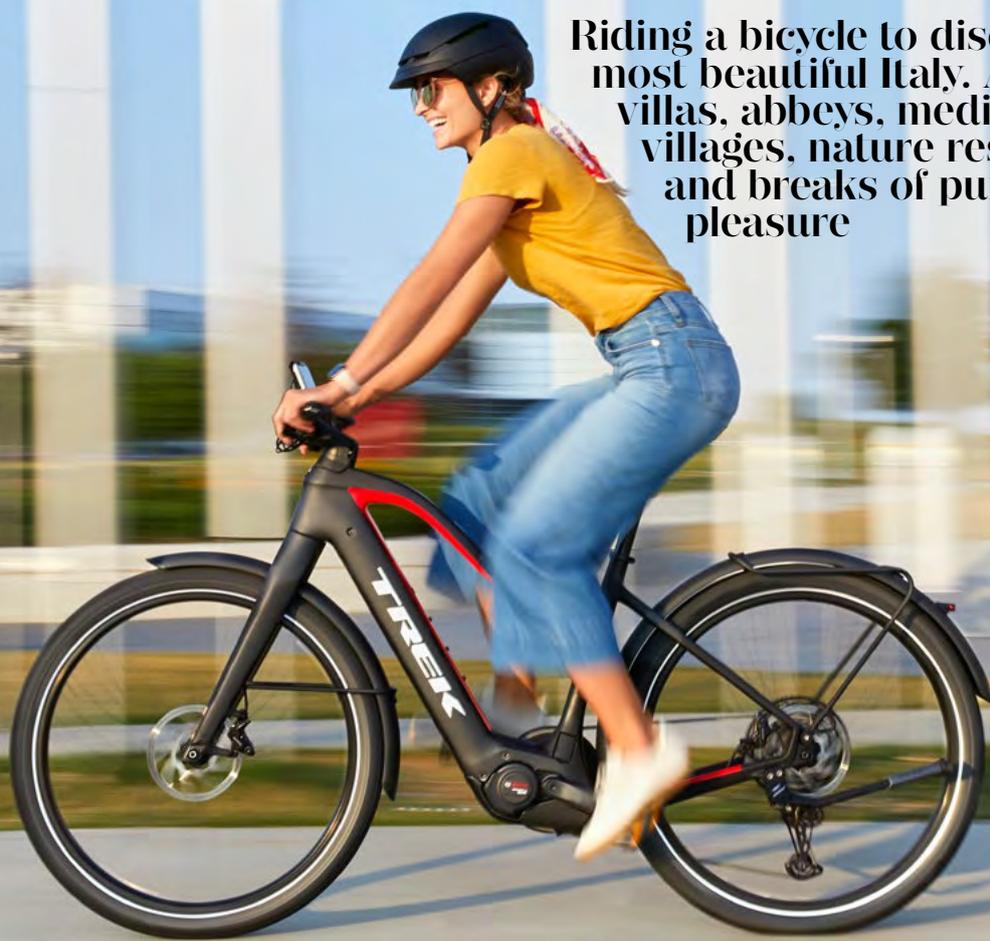
We arrive in Salento, with the "Bike Tour Borgo di Acaya". In the company of the Local Coach of Acaya Golf & Spa Resort, you will leave for a bike tour to discover the medieval village of Acaya and its outskirts inhabited by marvelous secular olive trees, where the Masseria Visciglito rises, a fascinating masseria complex, originally a convent of Jesuits, which over the centuries has undergone changes and transformations witnessed by the buildings so different from each other that surround it. During the itinerary there will be a stop at the Masseria Fossa for a tasting of typical local organic products.

Acaya Golf & SPA Resort offers a special package starting from € 62 per person per day, for at least 3 nights in a double Comfort room with room and breakfast.

The fee includes:

- 3 or more nights in the selected room type
- Buffet breakfast
- Outdoor pools and solarium
- 1 Spa course of 2 hours per adult per stay \*
- Spa KIT: bathrobe, slippers and towel
- Fitness Room
- Beach service with 1 umbrella, 2 sunbeds, 1 beach towel per person (opening guaranteed from 01/06 to 30/09). From 1 October the beach service will be replaced by a daily entrance to the spa per person.
- Shuttle service to and from the beach
- Concierge service
- PC available at the Business Center
- Evening entertainment with music and events
- Mini club
- Parking space in the garage

You cannot miss Sicily, with the "Bike Tour Alcantare, Parco dei Nebrodi or the live volcano Mount Etna". A healthy ride, a breath of fresh air to discover boundless landscapes, among vineyards, hazelnut groves, olive groves and millenary lava flows, crystal clear waterways and here and there some interesting



## Riding a bicycle to discover the most beautiful Italy. Among villas, abbeys, medieval villages, nature reserves and breaks of pure pleasure

monument to be intercepted with the look. Starting from Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA, it will be possible to take several half-day and full-day itineraries from the Alcantara to the Nebrodi park, up to Etna. Routes of varying difficulty are dedicated to sportsmen and not only, and certainly represent a fascinating way to get to know these wonderful landscapes up close, observing them with different eyes.

This special bike and wellness package at Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA is valid up to 23 November, prices from € 59 per person for 3 nights in a Classic double room with room and breakfast.

The fee includes:

- 3 or more nights in the selected room type
- Rich breakfast buffet
- Refined evening entertainment based on live music or DJ SET 3 times a week (from June to August)
- Use of the outdoor swimming pool with solarium area (guaranteed opening from May to mid-October)
- Daily admission to the SPA with a 1-hour itinerary for adults only: 950 m2 of wellness with sauna, Turkish bath, whirlpool, water paradise, hydrotherapy pool, relaxation room and herbal tearoom. Access to the wellness center to be booked

in advance, contact the hotel SPA. Mandatory swimming caps and flip-flops that can also be purchased on site

- Entertainment for children from May to mid-October from 9.00 to 13.00 and from 14.00 to 18.00 every day. During the closing period of the outdoor swimming pool, entertainment is offered on Saturday afternoons from 2pm to 6pm and on Sunday mornings from 10am to 2pm. Possible other dates to be communicated.
- From 01/06 to 30/09 every 3 days of stay, 1 day of beach service with umbrella and 2 sunbeds in Giardini di Naxos
- Bathrobe and towel
- Gym from 7am to 11pm every day
- Parking area
- Satellite TV

We close this journey throughout Italy, with the last Sicilian leg. The "Bike Tour Ciane River and Syracuse Salt Flats" Nature Reserve.

From our I Monasteri Golf & Spa Resort you cycle along an itinerary that leads to the Ciane river nature reserve and to the Syracuse salt flats. A unique place in the world, where you can touch papyrus, a plant with a long past present only

here beyond the banks of the Nile. Do not miss the river ascent by boat and visit the papyrus paper processing laboratories, which are located in the city besides the Papyrus Museum.

At I Monasteri Golf & SPA Resort, for stays from up to November 2nd 2019 prices starting from 80 € per person per day, for a stay of at least 3 nights in a Superior double room with room and breakfast.

The fee includes:

- 3 or more nights in the selected room type
- Buffet breakfast
- 1 Spa path of 1.5 hours per adult every 3 days of stay\*
- 10% discount on spa treatments at the Zagara Spa by Clarins
- Spa KIT: bathrobe, slippers and towel
- Fitness Room
- From 01/06 to 30/09, possibility to book the beach service at discounted rates at 3 participating beaches
- Local Coach available to advise and organize unconventional experiences and itineraries to discover the area
- PC available at the Business Center
- Parking area — ■

# PARADISE

## RESORT SARDEGNA

Immerso nel verde dell'oasi naturale di San Teodoro, con vista su spiagge di acqua cristallina e sull'arcipelago di Tavolara, Paradise Resort è un incanto per gli occhi e per lo spirito. Un'esperienza avvolgente, tra profumi inebrianti e il fascino di una location straordinaria.



**OPEN**  
From May to September

**BEACH**  
Exclusive private Beach

**SPA**  
With private SPA and Gym

**FOOD & DRINKS**  
Restaurants & lounge bars

**ROOMS**  
111 rooms & suites

**POOL**  
3 outdoor swimming pools

**MINICLUB**  
Miniclub 4-10 years free

**EVENTS**  
Meeting Rooms & spaces for private events



Paradise Resort & SPA offre la vacanza del sogno. Un'avvolgente esperienza fatta di benessere a tutto tondo: fondali di sabbia bianca e acque trasparenti nella spiaggia privata, atmosfere rilassanti nella SPA, sapori ispirati alla cucina locale da gustare nei ristoranti del resort.

Paradise Resort & SPA offers the holiday of your dreams. Enjoy being enveloped by an all-round feeling of wellbeing at our SPA, discover the white sandy seabed and transparent waters of the private beach, set off to sample the flavors of the local cuisine offered by the resort's restaurants.





# TUROUOISE DREAMS

★ ★ ★ ★

PARADISE RESORT & SPA  
Sardinia

Località Lu Impostu 08020, San Teodoro OT Ph. +39 0784 4908000  
reservation@paradiseresortсарdegna.com www.paradiseresortсарdegna.com

# TI METTE LE AALI.

ANCHE AL GUSTO DI COCCO-AÇAI.



NOVITÀ

JSH

PUBBLI

# REVLON

## LIMELIGHT COLLECTION

La Nuova Collezione Limelight di Revlon Professional Autunno-Inverno 2019

La stagione Autunno-Inverno 2019/2020 è caratterizzata da tecniche intriganti e all'avanguardia che spaziano dall'audace al minimalista. Una miriade di riflessi raccontano che il colore dei capelli e gli effetti di luce sono in ascesa, dando risultati incredibili e rafforzando l'orgoglio femminile come mai prima d'ora. Il marchio Revlon Professional® ci immerge in questa soddisfazione unica con la Collezione Limelight, rendendo chiaro che l'edonismo e il potere sono partner perfetti.

REVLON PROFESSIONAL® LIMELIGHT COLLECTION

*Artistic and Creative Direction:* MIQUEL GARCÍA COTADO

PHOTOGRAPHY: JONAS BRESNAN / PRODUCTION: MAGNA PRODUCTIONS

JSH

puella



Testi a cura di Ufficio Stampa Revlon Professional ©  
*LIMELIGHT COLLECTION*  
del Marchio Revlon Professional ®



# REVLON

## LIMELIGHT COLLECTION

La collezione Limelight traduce la magia della stagione in biondi metallizzati, colori fortemente pigmentati e capelli che esplorano i toni del vino rosso intenso in perfetta armonia con una tonalità di base nera. Look commerciali iper-eleganti e ultra hi-tech che attirano i riflettori su texture e colori. Sagome audaci e su misura, facili da indossare accendono la fantasia e portano calore in una stagione invernale in cui tecnologia, fantasia e creatività si uniscono per creare un nuovo linguaggio di design che svela il nostro piacere per le cose che ci rendono uniche.

Una marcata svolta verso la raffinatezza e l'eleganza si esprime in una nuova enfasi sulle tonalità metalliche e sulla lucentezza urbana. La donna Revlon Professional® celebra e proietta la sua leadership con uno stile sorprendente e altamente lusinghiero che cerca di creare un'immagine futuristica, forte e retrò, ricca di sensualità. Finiture multifunzionali, in precedenza inconcepibili, ora definiscono uno stile sempre più raffinato ed esigente che trasforma la moda in un atteggiamento positivo nei confronti della vita. Il marchio Revlon Professional® ci seduce con la collezione Limelight in una stagione in cui la moda è l'incarnazione della personalità e della forza del carattere.

### GEMMA NASCOSTA

La tendenza per i capelli lisci e levigati mira a enfatizzare la lucentezza in uno spettacolare gioco di sfumature che progredisce dal viola intenso delle radici all'arancione acceso nell'area di transizione. Con un sottile cambiamento di stile, si trasforma per creare un look radioso con riflessi cromatici discreti che trasmettono l'energia di una luce interiore unica. Una gemma nascosta che brilla in occasioni elettrizzanti e diventa lo strumento ideale per gli esploratori del multiverso.

### A PROPOSITO DI REVLON ©

Un marchio iconico di bellezza americano, Revlon © è stato fondato nel 1932 a seguito dell'invenzione di uno smalto per unghie opaco rivoluzionario. Oggi il marchio è considerato leader globale della bellezza, innovatore e esperto di colori, offre ai consumatori, in più di 150 paesi, una gamma di cosmetici di alta qualità. © 2019 Revlon



*“LA COLLEZIONE  
LIMELIGHT  
TRADUCE LA  
MAGIA DELLA  
STAGIONE  
IN BIONDI  
METALLIZZATI,  
COLORI  
FORTEMENTE  
PIGMENTATI E  
CAPELLI CHE  
ESPLORANO I TONI  
DEL VINO”*

## LUCE NELL'ARIA

La tonalità bionda più calda di questa stagione è sontuosa, metallica e molto ricca, evocando le calde sensazioni legnose che segnalano il dolce arrivo dell'inverno. Una frangia aperta, che dona a qualsiasi forma del viso e sovrapposizioni invisibili di colore portano un leggero tocco di volume che inizia alle radici e accenna ad un look giovane e cosmopolita che genera una disinvolta naturalezza.

## UNIVERSO SCURO

L'oracolo della moda ha proclamato il total black lo stile principe di questa stagione. Questo sguardo profondo e tangibile seduce i nostri sensi con una piacevole selezione di tonalità del vino, dal viola scuro al bordeaux brillante, e la sua perfetta armonia con i capelli scuri è incantevole. Il taglio è ispirato al bob, ma è arrotondato e si arrampica sulla nuca per esplorare le possibilità dell'undercut. L'universo oscuro ha compiuto un salto di qualità e non vorrai perderti questo look irrinunciabile della stagione. ■

*“LA TONALITÀ  
BIONDA  
PIÙ CALDA  
DI QUESTA  
STAGIONE È  
SONTUOSA,  
METALLICA E  
MOLTO RICCA,  
evocando le calde  
sensazioni legnose  
che segnalano  
il dolce arrivo  
dell'inverno”*

### WHAT'S NEW

## REVLON PROFESSIONAL® & MAREPINETA RESORT

### INAUGURA IL SALONE

#### Hair by Revlon

Revlon Professional annuncia l'inizio della partnership con JSH Hotels & Resorts e apre il proprio salone di bellezza Revlon Professional all'interno di una delle strutture più rappresentative del gruppo, il 5 stelle storico MarePineta Resort, una tra le location italiane di maggior prestigio per le vacanze nella riviera romagnola e dagli Anni '20 icona punto di riferimento per una clientela raffinata e amante del buon vivere.

Collocato all'interno della Private Spa, il salone di 30 metri quadrati è composto da un'area dedicata ai servizi di acconciatura, trattamento capelli e colorazione e una zona rivendita in cui è possibile trovare i principali marchi del portfolio Revlon Professional: Exsperience per trattamenti capelli all'insegna del benessere e del relax, Style Masters con i suoi prodotti styling per creare qualsiasi acconciatura, Magnet per contrastare gli effetti nocivi dell'inquinamento e mantenere i capelli sani e il colore vibrante. E ancora altri marchi di trattamento innovativi come Uniqone, Orofluido ed Eco. Sarà il luogo ideale dove fermarsi un attimo per ritrovare il piacere di farsi belle, magari dopo aver provato uno dei trattamenti Clarins della Private Spa firmata dal prestigioso brand francese.

# REVLON LIMELIGHT COLLECTION

The New Limelight Collection by Revlon Professional Autumn-Winter 2019

The 2019/2020 Fall-Winter season is characterized by intriguing and avant-garde techniques ranging from the audacious to the minimalist. A myriad of reflections tell us that hair color and light effects are on the rise, giving incredible results and strengthening female pride like never before. The Revlon Professional® brand immerses us in this unique satisfaction with the Limelight Collection, making it clear that self-confidence and power are perfect partners.

*The Limelight collection translates the magic of the season into metallic blondes, strongly pigmented colors and hair that explore the tones of intense red wine in perfect harmony with a black base tone. Hyper-elegant and ultra-hi-tech commercial looks that attract spotlights on textures and colors. Bold and tailored silhouettes, easy to wear, light up the imagination and bring warmth to a winter season where technology, imagination and creativity come together to create a new design language that reveals our pleasure for the things that make us unique. A marked turn towards refinement and elegance is expressed in a new emphasis on metallic shades and urban shine. The Revlon Professional® woman celebrates and projects her leadership with a surprising and highly flattering style that seeks to create a futuristic, strong and retro image, full of sensuality. Multifunctional finishes, previously inconceivable, now define an increasingly refined and demanding style that transforms fashion into a positive attitude towards life. The Revlon Professional® brand seduces us with the Limelight collection in a season in which fashion is the embodiment of personality and strength of character.*

#### A HIDDEN GEM

*The tendency for silky and smooth hair aims to emphasize shine in a spectacular play of shades that progresses from deep purple to bright orange in the transition area. With a subtle change of style, it transforms to create a radiant*

*look with discreet chromatic reflections that transmit the energy of a unique interior light. A hidden gem that shines on electrifying occasions and becomes the ideal tool for explorers of the multiverse.*

#### LIGHT IN THE AIR

*The hottest blonde shade of this season is sumptuous, metallic and very rich, evoking the warm woody sensations that signal the sweet arrival of winter. An open fringe, which gives any face shape and invisible overlaps of color bring a light touch of volume that starts at the roots and hints at a young and cosmopolitan look that generates an easy naturalness.*

#### DARK UNIVERSE

*The fashion oracle has proclaimed total black as this season's main style. This deep and tangible look seduces our senses with a pleasant selection of wine shades, from dark purple to bright burgundy, and its perfect harmony with dark hair is enchanting. The cut is inspired by the bob, but is rounded and climbs up the neck to explore the possibilities of the undercut. The dark universe has made a quantum leap and you will not want to miss this indispensable season look.*

Testi a cura di Ufficio Stampa Revlon Professional ©  
**LIMELIGHT COLLECTION**  
del Marchio Revlon Professional ®



### REVLON PROFESSIONAL & MAREPINETA RESORT: INAUGURATES THE WOMEN'S HAIRDRESSING SALON Hair by Revlon

Revlon Professional announces the start of the partnership with JSH Hotels & Resorts and opens its Revlon Professional beauty salon within one of the group's most representative structures, the historic 5-star MarePineta Resort, one of the most prestigious Italian locations for holidays in the Romagna Riviera and from the 1920s an iconic reference point for a refined clientele and lover of good living. Located within the Private Spa, the 30 square meter salon is made up of an area dedicated to hairdressing, hair treatment and coloring services and a resale area where you can find the main brands in the Revlon Professional portfolio: Experience treatments for hair for wellness and relaxation, Style Masters with their styling products to create any hairstyle, while counteracting the harmful effects of pollution and maintain healthy hair and vibrant color. And yet other innovative treatment brands like Uniqone, Orofluido and Eco. It will be the ideal place to stop for a moment to rediscover the pleasure of being beautiful, perhaps after trying one of the Private Clarins Spa treatments designed by the prestigious French brand.

REVLON PROFESSIONAL® LIMELIGHT COLLECTION

Artistic and Creative Direction: MIQUEL GARCÍA COTADO

PHOTOGRAPHY: JONAS BRESNAN / PRODUCTION: MAGNA PRODUCTIONS



## MAGN±T™

### Uno scudo contro l'inquinamento per un colore sempre vibrante.

Scopri Magn±t™ e il suo potere di garantire il miglior risultato colore.

La prima e innovativa linea con Pollupl±x™ System pensata per contrastare l'aggressione degli agenti inquinanti ambientali.

Come un campo magnetico, questa gamma innovativa **respinge** i fattori inquinanti, **attrae** la vera espressione del colore e protegge la fibra capillare.

Non lasciare che l'inquinamento ostacoli il fascino del tuo look.

INNOVATION  
2019

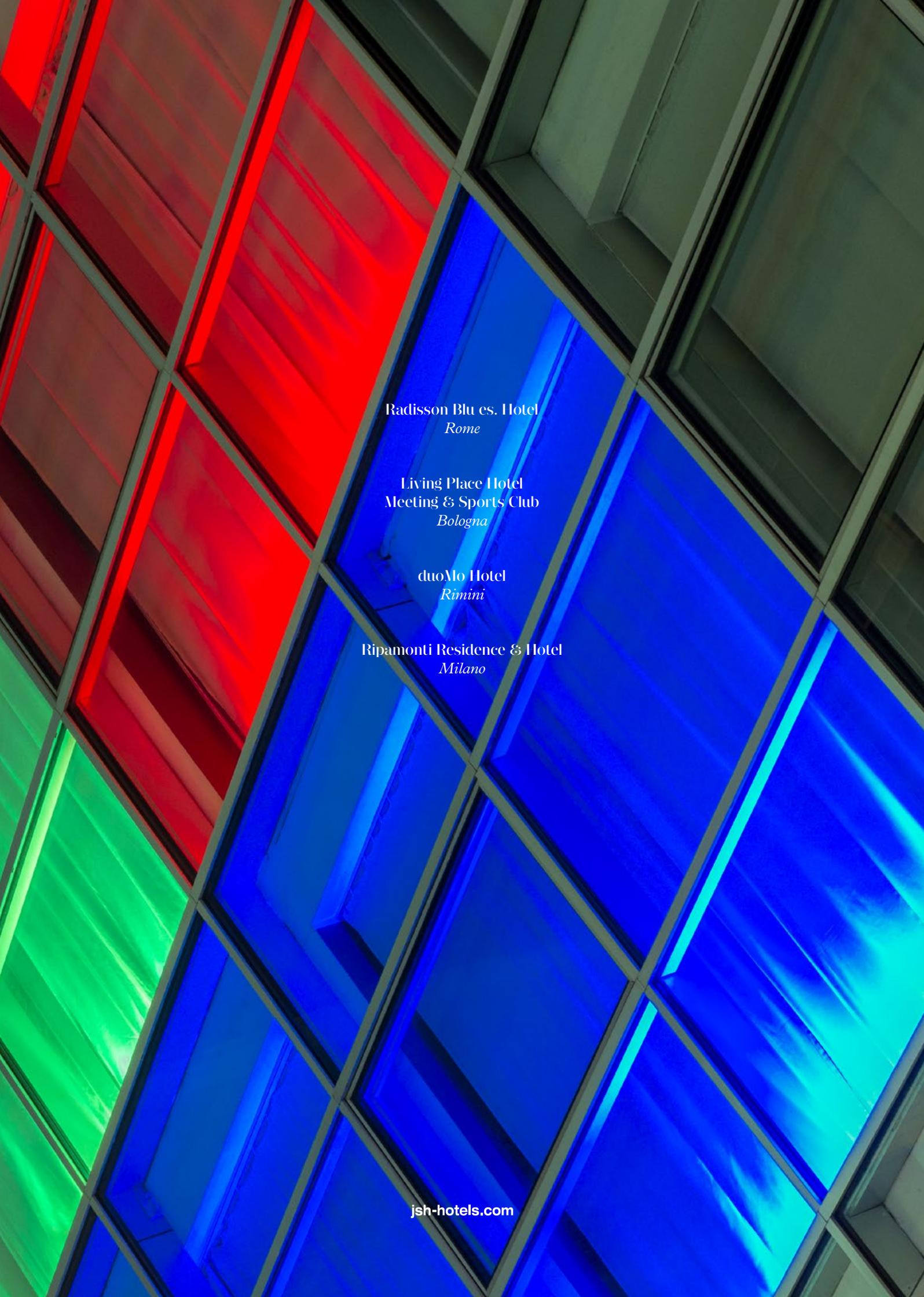


**REVLON**  
PROFESSIONAL®

Create Boldly. Live Boldly.



JHUB  
CITY HOTELS



Radisson Blu es. Hotel  
*Rome*

Living Place Hotel  
Meeting & Sports Club  
*Bologna*

duoMo Hotel  
*Rimini*

Ripamonti Residence & Hotel  
*Milano*

RADISSON BLU

# ES HOTEL ROMEO

Unico albergo al mondo con un'area archeologica al suo interno, è un capolavoro di design nel cuore della capitale dove riscoprire piaceri antichi in un contesto ultracontemporaneo.



**OPEN**  
All year

**ROOMS**  
232 rooms & suites

**FOOD & DRINKS**  
2 Restaurants & 2 Bars

**7 ROOFTOP**  
Outdoor pool, Restaurant  
Terrace, Lounge Bar

**EVENTS**  
Congress Center max 500 seats  
Location for private events

**WELLNESS**  
Wellness center of 400 sqm

**TOURS**  
Local Coach for  
personalized itineraries



Una perfetta fusione tra architettura moderna e antiche suggestioni marinaresche, tra originalità e sobrietà, tra eleganza e caldo minimalismo. Le camere sono studiate con una cura minuziosa del design che rende l'ospite protagonista di sperimentazioni e stimoli sensoriali. Il rooftop, con i suoi due ristoranti, è epicentro della movida capitolina, unico in tutta Roma con la sua splendida piscina all'aperto, gli ulivi e la vista mozzafiato sugli acquedotti dell'antica Roma.



Built on the Esquilino, one of the seven hills of Rome, the Radisson Blu es. Hotel Rome is a masterpiece of design in the heart of the Italian capital. Beyond being a truly unique hotel in the world, it is also a guardian of the archaeological features of its interior. A perfect fusion of modern architecture and ancient seafaring imaginery, originality and essential style, elegance and warm minimalism. The 7 rooftop, with its two restaurants, its outdoor swimming pool, its olive trees and its impressive views on the aqueducts of ancient Rome, is a meeting point for the Capitoline nightlife.





# ANCIENT FUTURE

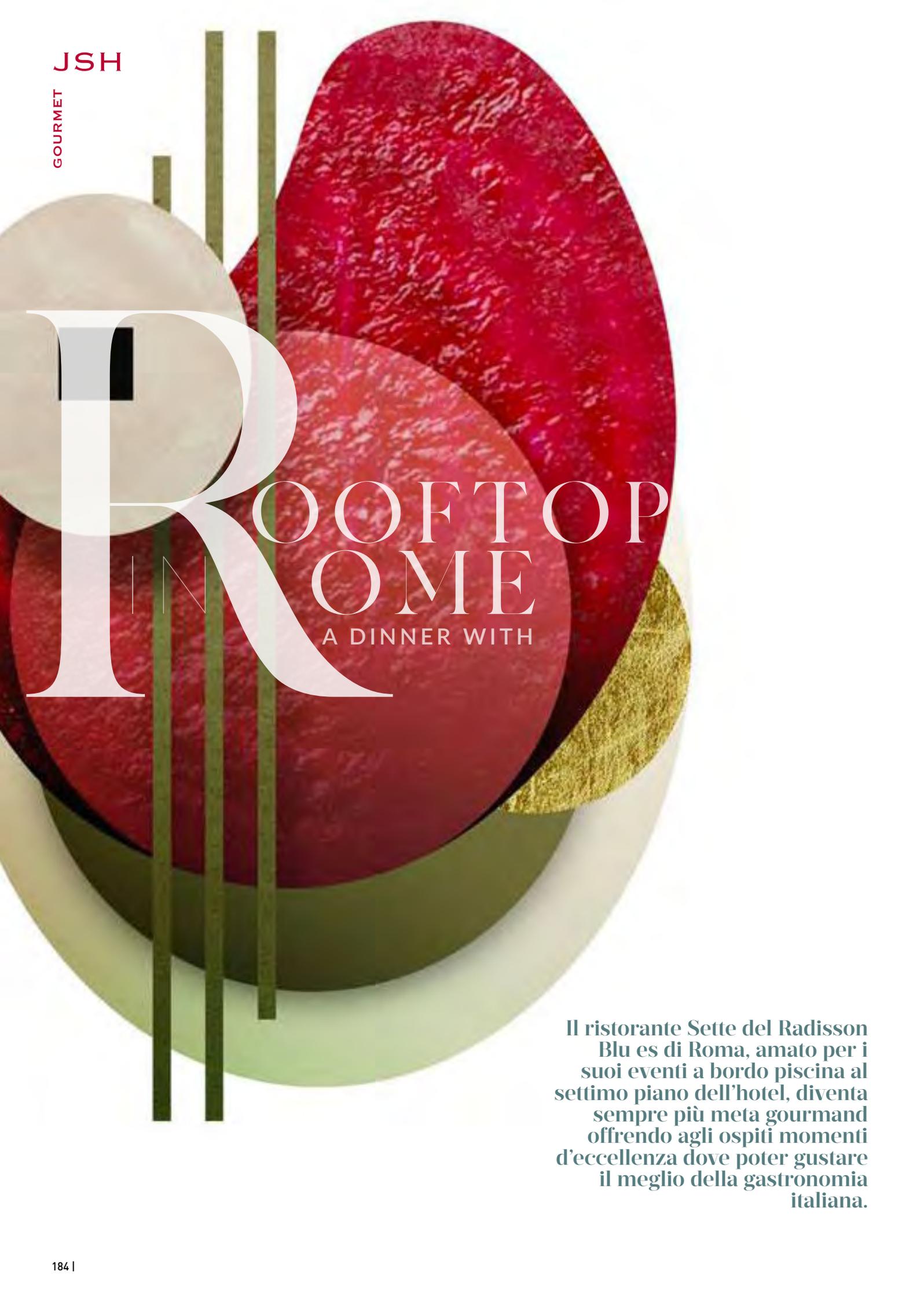
\*\*\*\*\*  
RADISSON BLU ES. HOTEL ROME



Via Filippo Turati, 171 00185 Roma  
T +39 06 444481 info.rome@radissonblu.com www.radissonblu.com eshotel rome

JSH

GOURMET



# ROOFTOP IN ROME

A DINNER WITH

**Il ristorante Sette del Radisson Blu es di Roma, amato per i suoi eventi a bordo piscina al settimo piano dell'hotel, diventa sempre più meta gourmand offrendo agli ospiti momenti d'eccellenza dove poter gustare il meglio della gastronomia italiana.**

PROTAGONISTI DI "ROOFTOP IN ROME: A DINNER WITH"

# 6 CENE EVENTO STELLE MICHELIN CHEF

Testi a cura di Ufficio Stampa JSH Hotels & Resorts  
FERDEGHINI COMUNICAZIONE  
Foto © JSH Hotels & Resorts  
Radisson Blu es. Hotel Rome

INFO & PRENOTAZIONI  
Tel: 06 44 48 43 84  
[ristorante.sette@radissonblu.com](mailto:ristorante.sette@radissonblu.com)

Affacciati sui tetti di Roma sarà possibile avere un assaggio di sapori e profumi frutto di un sapiente utilizzo di materie prime di altissima qualità unito a passione, estro e creatività.

Sei chef, scelti tra i migliori interpreti della gastronomia italiana contemporanea, saranno impegnati ai fornelli al fianco di Giuseppe Gaglione, resident chef dell'hotel es, che unisce ai sapori del Mediterraneo elaborazioni fusion, in linea con le più importanti tradizioni gastronomiche internazionali contemporanee.

Ingredienti e odori che uniscono sapori antichi e tecniche moderne provenienti da tutte le parti del mondo, andando a comporre piatti che saranno "tradizione" domani. Una cura e una passione che nasce e si





sviluppa in una ricerca costante sul territorio di appartenenza, nelle aziende agricole e produttrici, nella campagna e nei mari italiani, valorizzando al meglio ogni singolo prodotto e prediligendo tutti quei sistemi produttivi artigianali, biologici e a impatto zero. Protagonista del nostro progetto di ristorazione è il resident chef Giuseppe Gaglione, autore di una cucina in costante equilibrio tra i sapori tipici del Mediterraneo ed elaborazioni fusion in linea con le più importanti tradizioni

gastronomiche internazionali contemporanee. E così, dopo aver ospitato gli chef Andrea Ribaldone, che coordina e firma la ristorazione de brand JSH, Nicola Fossacieca e Francesco Brutto il 16 settembre sarà la volta di Alessandro Dal Degan, del ristorante La Tana di Asiago, 1\* Michelin, a salire sul tetto di Roma. Cuoco-erborista la sua cucina nasce dagli ingredienti dell'Altopiano che non ama nascondere da troppe sovrastrutture.



**\*Lunedì 16 settembre 2019\***  
**ALESSANDRO DAL DEGAN**

Classe 1981, eredita l'amore per la cucina da sua mamma, cuoca anch'essa. Oggi è lo chef patron del ristorante La Tana\* ad Asiago (VI) e tramuta la passione per la cucina in una entusiasmante ricerca della materia prima e degli ingredienti della sua terra. Dicono di lui: «(Alessandro è) un cuoco-erborista che conosce ogni germoglio, erba o radice che cresce sullo splendido Altopiano, gli stessi arbusti cantati dall'asiaghese Mario Rigoni Stern. [...] Una cucina personalissima e materica, che non dissipa, nè sfigura la materia prima come fanno tanti oggi: questa rimane centrale e ben presente sotto i colpi rispettosi dell'eroe Dal Degan, JRE dalle idee sempre più chiare, dal procedere sempre più elegante e dalla mano definitivamente libera da qualche piccola ingenuità delle origini».



**\*Lunedì 21 Ottobre 2019\***  
**MAURO BUFFO**

Classe 1978, è oggi chef del ristorante 12 Apostoli\* a Verona. Dopo molteplici ed importanti esperienze nelle cucine di tutto il mondo, torna nella sua città natale a guida della brigata dei 12 Apostoli. Tecnica superiore, eleganza e territorio si fondono armoniosamente nei suoi piatti. Dicono di lui: «Buffo è di poche parole, di una timidezza di fondo che può essere scambiata per alterigia. Tecnicamente inappuntabile, preparatissimo, ferrato, merita una fama che ancora non ha appieno, ma che conquisterà a breve, se il progetto 12 Apostoli andrà in porto. Un personaggio da scoprire, oltre che un grande chef che propone armonie di altissimo livello. «Avevo voglia di tornare a casa, dopo essere rimasto distante per tanto tempo. Ho riscoperto il contatto con la natura, col territorio: mi fermo dall'artigiano che mi prepara un grande prosciutto crudo, poi all'Orto Botanico del Monte Baldo, dove faccio incetta di erbe spontanee».



**\*Lunedì 11 Novembre 2019\***  
**DAVIDE CARANCHINI**

Classe 1990, è lo chef del ristorante Materia\* di Cernobbio (CO). Dopo il diploma all'alberghiero di Como, parte per una serie di esperienze all'estero tra cui il Noma a Copenaghen. E' proprio qui che il giovanissimo chef si appassiona al mondo vegetale scoprendo sempre la sorpresa che la natura può offrire. La sua cucina è commistione di tradizione della sua terra, di sperimentazione e continua ricerca e di tutti i viaggi e le esperienze acquisite all'estero. Dicono di lui: «E' uno dei giovani cuochi italiani di maggior talento e il suo ristorante Materia è dall'apertura una delle tappe imprescindibili per chi vuole osservare da vicino una cucina d'autore capace di muoversi tra influenze nordiche, fermentazioni, estrazioni, acidità e gusti amari. Un mondo davvero complesso, nel dietro le quinte, ma che al tavolo arriva in versione spesso essenziale, e dove l'immediatezza la fa da padrone». — ■

INFO & RESERVATIONS  
Ph: 06 44 48 43 84  
ristorante.sette@radissonblu.com

Text by JSH Press Office  
FERDEGHINI COMUNICAZIONE  
Photo © JSH Hotels & Resorts |  
Radisson Blu es. Hotel Rome

# R

## ROOFTOP

### IN ROME

A DINNER WITH

Six dinners with the best interpreters of contemporary cuisine at the restaurant Sette of the Radisson Blu es Hotel in Rome

**Six event dinners, six Michelin stars and seven chefs starring in “Rooftop in Rome: A dinner with”.**

*Six event dinners, six Michelin stars and seven chefs starring in “Rooftop in Rome: A dinner with”.*

*The Sette restaurant of the Radisson Blu es in Rome, loved for its pool-side events on the seventh floor of the hotel, becomes more and more a meta gourmand offering guests moments of excellence where they can enjoy the best of Italian gastronomy.*

*Overlooking the rooftops of Rome it will be possible to get a taste of flavors and fragrances, the result of a wise use of high quality fresh ingredients combined with passion, imagination and creativity. Ancient flavors and modern techniques will combine to compose dishes that will become the “tradition” tomorrow.*

*Six chefs, chosen among the best interpreters of contemporary Italian gastronomy, will be busy in the kitchen alongside Giuseppe Gaglione, resident chef of the Radisson Blu es, which combines the flavors of the Mediterranean with fusion elaborations, in line with the most important contemporary international gastronomic traditions.*

*After hosting the chefs Andrea Ribaldone, who coordinates and designs the catering of the JSH brand, Nicola Fossacieca and Francesco Brutto, on September 16th will be the turn of Alessandro Dal Degan, of the restaurant La Tana di Asiago, 1 \* Michelin, to take over the roof of Rome. An herbalist cook, his kitchen comes from the ingredients of the plateau that he doesn't like to hide from superstructures. On October 21st Mauro Buffo of the 12 Apostoli restaurant in Verona, 1 \* Michelin, will bring to the Seven his superior technique, an innate elegance and the flavors of the territory. On November 11, Davide Carancini del Materia in Cernobbio, Como, 1 \* Michelin will close the exhibition. His cuisine combines the aromas of his land with the experience gained abroad combined with continuous experimentation and research. His cuisine has Nordic influences, fermentations, acidity extractions and bitter tastes, all to be discovered at the table. — ■*

JSH

PUBBLI



# MITSUBISHI OUTLANDER PHEV

Il SUV ibrido plug-in più venduto al mondo

JSH

PUBBLI

“Oltre a rappresentare  
la punta di diamante  
tecnologica di  
Mitsubishi, Outlander  
Phev è espressione e  
testimonianza della  
sempre maggiore  
domanda di veicoli  
ibridi e elettrici da  
parte del mercato”



MITSUBISHI OUTLANDER  
PHEV RAPPRESENTA IL  
CONNUBIO PERFETTO TRA  
EFFICIENZA ELETTRICA E  
PRESTAZIONI DA SUV

Text by UFFICIO STAMPA MITSUBISHI MOTORS BCW |  
BURSON Cohn & Wolfe

Photo © Mitsubishi Motors Italia

JSH

PUBBLI

“ Senza rinunciare all'indole da SUV, Mitsubishi Outlander PHEV gode di tutti i vantaggi dell'asset di un EV: fluidità, efficienza, varie opzioni di ricarica di serie, emissioni zero nell'uso quotidiano in quasi tutti i tragitti ”

Mitsubishi Outlander PHEV è infatti il risultato di una lunga storia che inizia da un lato dall'elettrico Mitsubishi, e approda dall'altro a una gamma ben più ampia che unisce l'architettura dei SUV al sistema di propulsione degli EV di cui si fa, appunto, precursore. Outlander PHEV, senza rinunciare all'indole da SUV, gode infatti di tutti i vantaggi dell'asset di un EV: fluidità, efficienza, varie opzioni di ricarica di serie (in viaggio, rigenerazione, Charge Mode, ricarica plug-in standard, ricarica plug-in rapida), emissioni zero nell'uso quotidiano in quasi tutti i tragitti (e comunque limitate sulle lunghe distanze), senza contare la piena compatibilità con gli eco-



sistemi elettrici intelligenti del futuro, a partire dalla smart grid V2G/V2H. Outlander PHEV è inoltre “WLTP Approved” e con i suoi soli 46 g/km di CO<sub>2</sub> si pone ai vertici della categoria e come uno dei pochi player al di sotto della soglia dei 50 g/km di CO<sub>2</sub>.

Grazie alla generosa coppia del motore endotermico, dei due motori elettrici e al Super-All Wheel Control (S-AWC), Mitsubishi Outlander PHEV fornisce una guida piacevole e rilassante garantendo silenziosità, tranquillità e stabilità e risultando sofisticato e al contempo pratico, facile ed intuitivo. Anche sui terreni più difficili trazione e stabilità restituiscono una manovrabilità precisa che può contare su un sistema di controllo che integra il MASC/MATC (Mitsubishi Active Stability/Traction Control), la trazione integrale permanente a doppio motore a controllo elettronico, il dispositivo di controllo imbardata attivo AYC (Active Yaw Control) ed il controllo di trazione TCL (Traction Control).

Il potente motore 2.4 a benzina fornisce inoltre una potenza massima di 134 CV e garantisce elevata efficienza, con emissioni di CO<sub>2</sub> ridotte al minimo mentre il generatore trasforma la potenza del motore in elettricità per ricaricare la batteria di trazione e assistere i motori, quando necessario.

Gli interni di Outlander PHEV sono la sintesi senza compromessi di comfort e rifiniture di qualità per garantire un'esperienza di guida all'avanguardia: lo spazio è progettato per offrire un generoso spazio per le gambe, dotazioni e servizi da luxury car ed una impareggiabile armoniosità alla guida.

In fatto di tecnologie, Outlander PHEV è inoltre dotato degli ultimissimi sistemi di assistenza e sicurezza alla guida: una serie di dispositivi ADAS - tra cui Forward Collision Mitigation (FCM), Blind Spot Warning (BSW), Cruise Control Adattivo (ACC), Lane Departure Warning (LDW), e Automatic High Beam - ne esalta la dotazione tecnologica. La plancia di Outlander PHEV permette infine di controllare ogni aspetto legato alla guida elettrica, monitorando consumi, gestione dell'energia e molto altro.

E proprio queste caratteristiche sono quelle che hanno permesso a Outlander PHEV di raggiungere l'importante traguardo di 200.000 auto vendute globalmente dal 2013, anno del suo debutto in Giappone, e di essere oggi presente in oltre 50 Paesi. Dalla fine di dicembre 2018, è risultato inoltre il veicolo

ibrido plug-in più venduto al mondo e a livello europeo è da quattro anni (2015-2018) il più richiesto, a conferma della sua costante evoluzione, ingegneria avanzata e innovazione tecnologica.

Negli ultimi sei anni, Outlander PHEV ha conquistato vari premi a livello globale, tra cui il “2019 Best Plug-in Vehicle” (Migliore veicolo plug-in 2019) della rivista

Company Car and Van Magazine, nel Regno Unito, il “2019 Green SUV of the Year” (SUV ecologico dell’anno) del Green Car Journal negli USA e il premio “2013-2014 Japan Car of the Year Innovation Category” (Auto giapponese dell’anno 2013-2014 nella categoria Innovazione), assieme al “2014 RJC Technology of the Year Award” (Tecnologia RJC dell’anno). — ■





*Mitsubishi Outlander PHEV, the first plug-in hybrid SUV in the world launched by Mitsubishi Motors Corporation, represents the technological spearhead of Mitsubishi, as well as being an expression and testimony to the ever-increasing demand for electric vehicles from the market in a radical transformational moment of the automotive industry.*

*Mitsubishi Outlander PHEV is in fact the result of a long history that begins on the one hand from the electric Mitsubishi, and lands on the other hand to a much wider range that combines the architecture of the SUV to the EV propulsion system from which it is made, precisely, its precursor. Outlander PHEV, without renouncing the SUV nature, enjoys all the advantages of an EV: fluidity, efficiency, various standard charging options (traveling, regeneration, Charge Mode, standard plug-in charging, rapid charging plug-ins), zero emissions in everyday use on almost all routes (and in any case limited over long distances), not to mention the full compatibility with the intelligent electric eco-systems of the future, starting with the V2G | V2H smart grid. Outlander PHEV is also "WLTP Approved" and with its only 46 g | km of CO<sub>2</sub> it is at the top of the category and is one of the few players below the threshold of 50 g | km of CO<sub>2</sub>.*

*Thanks to the generous torque of the endothermic*

*engine, the two electric motors and the Super-All Wheel Control (S-AWC), Mitsubishi Outlander PHEV provides a pleasant and relaxing drive, guaranteeing quiet, tranquility and stability and resulting sophistication and at the same time practicality, it's easy and intuitive. Even on the most difficult terrains, traction and stability return precise maneuverability that can count on a control system that integrates the MASC | MATC (Mitsubishi Active Stability | Traction Control), the permanent double-drive all-wheel drive with electronic control, the active control device yaw control (Active Yaw Control) and traction control TCL (Traction Control).*

*The powerful 2.4 petrol engine also provides a maximum power of 134 hp and guarantees high efficiency, with CO<sub>2</sub> emissions reduced to a minimum while the generator transforms the engine power into electricity to recharge the battery traction and assist the engines when necessary.*

*The interiors of Outlander PHEV are the uncompromising synthesis of comfort and quality, with finishes to guarantee a cutting-edge driving experience: the space is designed to offer generous legroom, luxury car equipment and services and unparalleled harmony while driving.*

*In terms of technology, Outlander PHEV is also equipped with the latest driver assistance and*

*safety systems: a series of ADAS devices - including Forward Collision Mitigation (FCM), Blind Spot Warning (BSW), Adaptive Cruise Control (ACC), Lane Departure Warning (LDW), and Automatic High Beam - enhances its technological equipment. Finally, the Outlander PHEV dashboard allows you to control every aspect of electric driving, monitoring consumption, energy management and much more.*

*And precisely these characteristics are those that have allowed Outlander PHEV to reach the important goal of 200,000 cars sold globally since 2013, the year of its debut in Japan, and to be present today in over 50 countries. Since the end of December 2018, it has also proved to be the best-selling plug-in hybrid vehicle in the world, and at European level it has been the most requested such vehicle for four years (2015-2018), confirming its constant evolution, advanced engineering and technological innovation. Over the past six years, Outlander PHEV has won several global awards, including the "2019 Best Plug-in Vehicle" of Company Car and Van Magazine, and in the UK, the "2019 Green SUV of the Year" (ecological SUV of the year) of the Green Car Journal in the USA and the "2013-2014 Japan Car of the Year In The Innovation Category" award (Japanese car of the year 2013-2014 in the Innovation category), together with the "2014 RJC Technology of the Year Award". — ■*

# MITSUBISHI OUTLANDER PHEV

## The world's best-selling plug-in hybrid SUV

Text by PRESS OFFICE OF MITSUBISHI MOTORS BCW |  
BURSON Cohn & Wolfe

Photo © Mitsubishi Motors Italia

# LIVING PLACE HOTEL

MEETING & SPORTS CLUB BOLOGNA

Poliedrico, funzionale, con piscina olimpionica e campi da tennis. Molto più di un semplice hotel alle porte di Bologna.



**OPEN**  
All year

**ROOMS**  
205 refurbished rooms

**FOOD & DRINKS**  
Restaurant & lounge bar  
Open air Terrace

**EVENTS**  
Congress Center max 400 seats  
Location for private events

**POOL**  
Olympic size outdoor pool

**SPORTS**  
Tennis courts  
Beach tennis & volleyball courts



# LIVING PLACE HOTEL

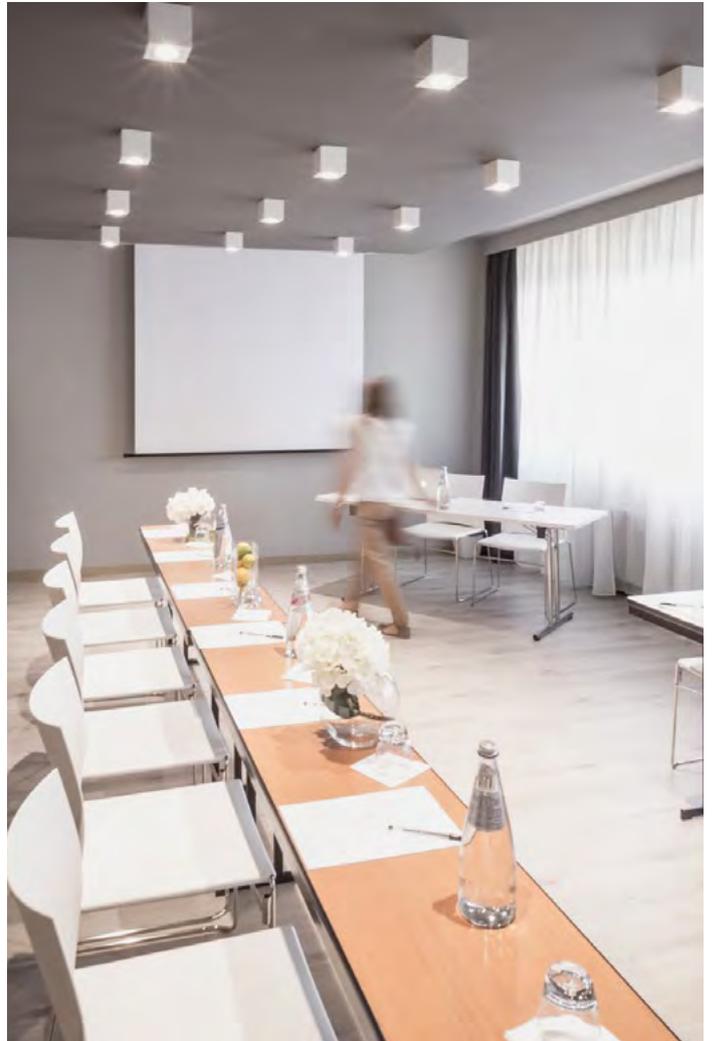
Meeting & Sports Club Bologna



Pensato per rispondere alle aspettative di chi viaggia per lavoro, del globetrotter in visita a Bologna, dello sportivo e della famiglia in cerca di un luogo riparato e sicuro dove trascorrere pomeriggi all'aperto, Living Place Hotel si trova alle porte di Bologna e a 1 Km dall'uscita della A14.

*Designed to meet the expectations of business travellers, globetrotters, sportspeople and families seeking a place just the right size, Living Place Hotel is strategically located within easy reach of the city centre and 1 km from the A14 highway.*





# ENJOY THE PLACE

★ ★ ★ ★  
LIVING PLACE HOTEL  
MEETING & SPORTS CLUB  
BOLOGNA



Via Properzia de' Rossi snc - 40138 Bologna (BO)  
T +39 051 60091 - [info@livingplace.it](mailto:info@livingplace.it) - [www.livingplace.it](http://www.livingplace.it)

JSH

BUSINESS

W  
HARD  
R  
& BE HAPPY  
K

Spazi che Ispirano.  
E la nostra Promessa.

Testi a cura di Martina Barberini  
Ufficio Comunicazione JSH Hotels & Resorts  
Photo @ JSH Hotels & Resorts



All'interno di spazi ad alto impatto emozionale in destinazioni uniche, portiamo tutta la nostra professionalità e le nostre conoscenze per rispettare quella che consideriamo una vera "promessa".

Una filosofia del servizio che coinvolge uno staff preparato e interamente dedicato, pronto a dare riscontro in tempi brevi a qualsiasi tipo di richiesta e in grado di soddisfare organizzatori di eventi internazionali anche molto complessi.

**Sotto:** una sala meeting del Centro Congressi di Acaya Golf & SPA Resort, Lecce, che si estende su un'area di 650 mq a luce naturale + 700 mq di "meeting terrace" esterna con vista sul golf tra ulivi, sterlie e palme.



**Sotto:** La terrazza panoramica ad uso esclusivo della sala "Conference Sette" al 7° piano di Radisson Blu es. Hotel a Roma. Perfetta per una pausa o un coffee break, è incorniciata da vetro e legno e offre una vista privilegiata sui Castelli romani.



**Sopra:** una splendida vista in notturna della veranda di Living Place Hotel Bologna vestita a festa per una cena di gala. Affacciata sulla piscina olimpionica, fa parte degli ampi e funzionali spazi dedicati agli eventi dell'hotel.



**Sopra:** una sala di MarePineta Resort a Milano Marittima. Il Centro Congressi con le sue 5 sale meeting è stato interamente ristrutturato nel 2016 nel rispetto dello stile del resort firmato dallo studio Lissoni di Milano.

Un portafoglio diversificato in location strategiche si unisce alla consolidata esperienza nel settore dedicato agli eventi, basata su soluzioni e non limitazioni, competenza e velocità di processo, relazioni ed efficienza, assistenza progettuale e un'organizzazione al top sul mercato. Tutto questo

ci ha portato ad essere un punto di riferimento su tutto il territorio italiano e oltre per l'organizzazione di eventi, congressi, lanci di prodotto, meeting aziendali, incentive, workshop ed eventi privati. Grazie alle nostre competenze e al nostro know-how tecnico nel settore, garantiamo servizi tout-court e performance di alto livello, seguendo il processo dall'inizio alla fine, con ascolto, prontezza, elasticità e rapida delivery.

Copriamo tutto il territorio italiano

Siamo in grado di garantire location e servizi da nord a sud Italia e a copertura di tutto il territorio, dalle maggiori città italiane come Milano, Roma, Bologna, Rimini, fino a destinazioni leisure in Sicilia, Salento, Toscana, Veneto, che bene si prestano a ospitare eventi grazie alle complesse infrastrutture e al know-how.

Hotel come Radisson Blu es. in centro a Roma, Acaya Golf Resort & SPA a Lecce, lo storico MarePineta Resort a Milano Marittima, il nuovo 5 stelle I Monasteri Golf & SPA Resort a Siracusa, Galzignano Terme SPA & Golf Resort sui Colli Euganei a breve distanza da Padova e Venezia in Veneto, Living Place Hotel a Bologna, Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA sulle pendici dell'Etna, offrono spazi eleganti e adattabili a ogni esigenza sia in interni che in esterni per l'organizzazione di eventi privati, e allo stesso tempo rappresentano tra

NORD, CENTRO, SUD

## “Garantiamo servizi tout-court e performance di alto livello. Seguiamo il processo dall'inizio alla fine, con ascolto, prontezza, elasticità e rapida delivery”

i più ampi e completi poli congressuali del territorio di competenza, con sale di grande capienza, modulabili, a luce naturale e con tecnologia all'avanguardia.

Nulla è un limite. Tutto è possibile.

Ci piace pensare che tutto

sia possibile. Siamo differenti perché non ci poniamo limiti. Il nostro punto di arrivo è la soddisfazione di chi ci sceglie. Grazie al portafoglio diversificato in destinazioni strategiche, alla consolidata esperienza nel settore, alla rapidità di delivery e all'ottimo rapporto qualità-prezzo, JSH è diventato uno tra i maggiori punti di riferimento su tutto il territorio italiano per l'organizzazione di eventi, congressi, lanci di prodotto, meeting aziendali, incentive, workshop ed eventi privati.

PERCHÈ SCEGLIERCI

Che si tratti di grandi congressi o incontri più intimi, JSH offre soluzioni su misura e location straordinarie per ogni tipo di evento aziendale. Alti standard di servizio, competenza e un team specializzato, rendono il nostro gruppo una scelta d'eccezione per gli organizzatori di eventi sia nazionali che internazionali.

Potrai organizzare il tuo meeting in location uniche, nel cuore del barocco siciliano, o nella spettacolare cornice dell'hotel di design più iconico della Città Eterna, o tra gli ulivi secolari del Salento, fino alla costa della Maremma, in Toscana, nel cuore di in una rigogliosa pineta. Sono tante e diverse le location tra cui scegliere, da nord a sud Italia: in ognuna, troverai noi, pronti a rispondere a ogni tua esigenza e trasformare il tuo meeting in un successo da ricordare.

MEETING AZIENDALI

## Non poniamo limiti. Tutto è possibile.

LOCATION PER GRANDI OCCASIONI

Nelle nostre location, abbiamo organizzato matrimoni indimenticabili, lune di miele, cene private e celebrazioni di ogni tipo. Siamo in grado di interpretare ogni tipo di necessità, da eventi riservati a pochi a ricevimenti sontuosi, da situazioni dal sapore più classico a party non convenzionali e fuori dagli schemi.

Qualunque sia l'occasione, con JSH avrai la garanzia di festeggiare in grande stile seguito passo passo da uno staff esperto e attento.

Giardini fioriti, terrazze panoramiche, saloni dalle alte volte o dal design ultracontemporaneo, ristoranti con vista, spiagge private super esclusive, rooftop e antiche masserie tra gli ulivi ti aspettano: non devi far altro che scegliere la tua destinazione e trasferirci la tua idea. Al resto, pensiamo noi.

INCENTIVE & TEAM BUILDING

Con l'aiuto dei nostri local coach, siamo in grado di costruire esperienze uniche appositamente per i gruppi. I local coach sono figure altamente professionali, concierge evoluti esperti del territorio, che guidano alla scoperta di contesti naturali unici e di un ricco patrimonio culturale, enogastronomico e storico, da scoprire divertendosi.

Partendo da un programma già strutturato, potrai rendere veramente speciale ogni tipo di appuntamento lavorativo organizzando attività in luoghi inaspettati, arricchendo il tuo evento con un tocco di originalità. Ci sono diverse proposte di team building non convenzionali già pronte, come uscite in barca a vela lungo la costa sud orientale della Sicilia, passeggiate a cavallo tra masserie antiche e limoneti, degustazioni in cantina, voli in elicottero sui crateri sommitali del più grande vulcano d'Europa. Potrai scegliere tra gite in bicicletta lungo colli immersi nella natura e boot camp in luoghi emozionanti. A questo, si aggiunge la possibilità di utilizzare splendide location nei dintorni dei nostri hotel selezionate con attenzione, come palazzi e ville storiche, teatri e castelli, giardini e cantine.

E DOPO I DOVERI, I PIACERI

Viaggiare per lavoro, organizzare un meeting o partecipare a un evento di lavoro, non significa rinunciare a piacere e divertimento.

Negli hotel e resort JSH, si fa tanto business, ma non solo. Terminati gli impegni di lavoro, potrai dedicarti ai piaceri della vita, senza allontanarti dal luogo dove si tiene il tuo evento. Puoi scegliere un momento di benessere nelle nostre splendide SPA, di cui 5 firmate dal prestigioso brand francese Clarins, leader nel mondo. Potrai concederti una partita o una lezione di golf su green spettacolari, considerati tra i più belli d'Italia. Potrai partire alla scoperta di territori incantevoli, ricchi di storia antica e cultura affascinante. O gustare la miglior cucina, firmata dallo chef stellato Andrea Ribaldone. Se ami il mare, potrai avventurarti in barca a vela lungo coste di straordinaria bellezza, bagnate da acque cristalline, o rilassarti al sole tra un tuffo e un aperitivo con tramonto sul mare.

F&B. GASTRONOMIA SÌ, MA SMART

La ristorazione fresca, italiana e semplice firmata dal nostro chef stellato Andrea Ribaldone viene ripresa anche nei menu per meeting, eventi e banchetti. Una scelta che valorizza la qualità dei prodotti usati nelle nostre cucine, sempre freschissimi e di stagione, prevalentemente locali e senza eccessive infrastrutture.

Una cucina che strizza l'occhio alla gastronomia rimanendo sempre smart, perfetta sia per una cena romantica a due a lume di candela, che per 300 invitati durante un grande convegno.

Questo approccio innovativo portato avanti da uno staff altamente professionale dedicato al segmento F&B, ci consente di mantenere i nostri standard sempre elevati e la qualità dei cibi che offriamo insuperabile, rimanendo allo stesso tempo irresistibilmente competitivi.

## Fare business sì. Ma senza dimenticare i piaceri della vita.

**Sotto:** I Monasteri Golf & SPA Resort a Siracusa, Sicilia, allestito per un matrimonio da favola. La location offre spazi di rara bellezza per eventi sia business che privati, con terrazze antiche, sale, patii fioriti insieme al centro congressi.

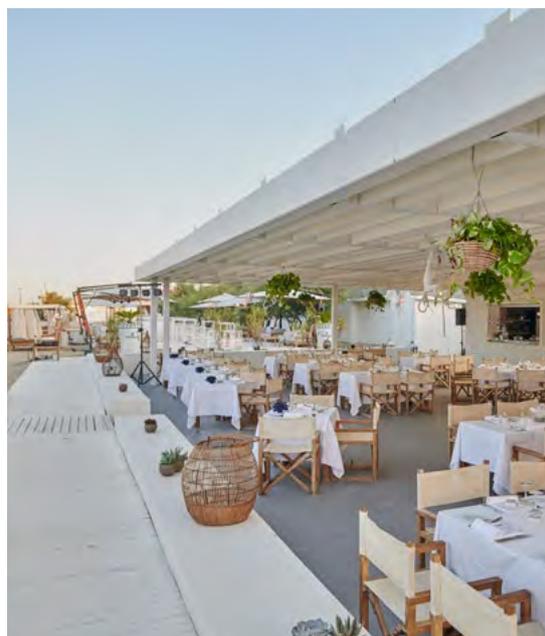


Photo @ Melania Millesi

**Sotto:** la barca storica Lancione durante un nostro tour lungo la costa Adriatica di Milano Marittima organizzato dal Local Coach di MarePineta Resort. I tour legati alla scoperta del territorio sono un servizio che offriamo in ambito MICE.



**Sopra:** un piatto preparato dallo chef Roberto Spatola de Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA, sulle pendici dell'Etna in Sicilia. Il segmento F&B è un'eccellenza che ci distingue durante l'organizzazione di eventi nelle nostre location.



**Sopra:** il beach restaurant di MarePineta Resort durante una cena glamour con musica dal vivo. Amiamo rendere onore alla bellezza dei nostri spazi prestando attenzione a ogni dettaglio e creando la giusta atmosfera.

**Sotto:** una zona del campo golf 18 buche de Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA allestita per un matrimonio. Grazie ai suoi spazi suggestivi con vista sul vulcano e al servizio attento, l'hotel è molto apprezzato e scelto per cerimonie e banchetti.



**Sotto:** il giardino di MarePineta Resort su cui campeggia l'iconico cubo firmato da Lissoni pronto per accogliere un grande evento con cena di gala e centinaia di ospiti. La bellezza della location si unisce qui a un servizio impeccabile.



**Sopra:** il giardino di Acaya Golf Resort & SPA nel Salento allestito per un grande evento. I generosi spazi esterni del resort immersi nel verde della macchia mediterranea si prestano ad accogliere feste e party con allestimenti ad alto impatto.



**Sopra:** un dettaglio della mise-en-place nella veranda di Living Place Hotel Bologna durante un evento estivo. La location poliedrica permette di allestire spazi interni ed esterni per banchetti, cene private, cocktail, feste private.

E ora, non ti resta  
che scegliere.

Per vivacizzare il tuo evento, puoi scegliere tra un'ampia rosa di proposte personalizzate per l'intrattenimento. Dalle più dirompenti, con show band, cover band o dj set, performer in costume dai migliori club italiani, alle più sofisticate, con raffinati live strumentali.

Possiamo coinvolgere personaggi e musicisti famosi, animatori e artisti, con allestimento delle location e affitto dei costumi.

Puoi scegliere la musica d'ambiente più adatta con playlist studiate insieme per arrivare al sottofondo musicale più indicato e creare la giusta atmosfera durante il tuo evento. Puoi avere un'emittente radio in loco o scegliere tra esperienze e laboratori con professionisti per attirare l'attenzione, come yoga, teatro, tai-chi, cucina, pittura.

E ora, non ti resta che scegliere.

O ancora meglio, sceglierci. — ■

**i nostri contatti**  
**t. +39 0541 620122**  
**events@jsh-hotels.com**

# WORK & BE HAPPY

HARD

Spaces that Inspire &amp; our Promise

Text by Martina Barberini  
SH Hotels & Resorts Communication Dept.  
Photo @ JSH Hotels & Resorts

**Spaces and services that inspire. A diversified portfolio in strategic locations joins the consolidated experience in the sector dedicated to events, based on solutions and not limitations, competence and process speed, relationships and efficiency, design assistance and a top market organization. All this has led us to be a reference point throughout the Italian territory and beyond for the organization of events, congresses, product launches, business meetings, incentives, workshops and private events.**

Within spaces with high emotional impact in unique destinations, we bring all our professionalism and knowledge to respect what we consider a true "promise": a service philosophy that involves a prepared and fully dedicated staff, ready to give feedback in a short time to any kind of request and able to satisfy even very complex international event organizers.

Thanks to our skills and our technical know-how in the sector, we guarantee top-of-the-line services and high performance, following the process from start to finish, with listening, promptness, flexibility and rapid delivery.

#### NORTH, CENTER, SOUTH

We cover the whole Italian territory. We are able to guarantee locations and services from north to south Italy and covering the whole territory, from the major Italian cities such as Milan, Rome, Bologna, Rimini, to leisure destinations in Sicily, Salento, Tuscany, Veneto, which are well suited to host events thanks to complex infrastructures and know-how.

Hotels like Radisson Blu ES, in the center of Rome, Acaya Golf Resort & SPA in Lecce, the historic MarePineta Resort in Milano Marittima, the new antique 5-star property I Monasteri Golf & SPA Resort in Syracuse, Galzignano Terme SPA & Golf Resort on the Euganean Hills, a short distance from Padua and Venice in Veneto, Living Place Hotel in Bologna, Il Picciolo Etna Golf Resort & SPA on the slopes of the live volcano Mount Etna, offer elegant and adaptable spaces for every need both for indoors and outdoors for the organization of private events, and at the same time represent among the largest and most complete conference centers in the area in question, with large, modular rooms with natural light and state-of-the-art technology.

#### WHY CHOOSE US

Nothing is a limit. Everything is possible. We like to think that everything is possible. We are different because we do not set limits for ourselves. Our point of arrival is the satisfaction of those who choose us. Thanks to the diversified portfolio in strategic destinations, the consolidated experience in the sector, the speed of delivery and the excellent

value for money, JSH has become one of the major points of reference throughout the Italy for the organization of events, conferences, product launches, business meetings, incentives, workshops and private events.

#### BUSINESS MEETINGS

Whether it's large conventions or more intimate meetings, JSH offers tailor-made solutions and extraordinary locations for every type of corporate event. High standards of service, competence and a specialized team make our group an exceptional choice for both national and international event organizers.

You can organize your meeting in unique locations in the heart of Sicilian baroque, or in the spectacular setting of the most iconic design hotel of the Eternal City, Rome, or among the centuries-old olive trees of Salento.

There are many and different locations to choose from, from north to south Italy: in each, you will find us, ready to respond to your every need and transform your meeting into a success to remember.

#### LOCATION FOR GREAT OPPORTUNITIES

In our locations we have organized unforgettable weddings, honeymoons, private dinners and celebrations of all kinds. We are able to interpret every kind of need, from events reserved for the few to sumptuous receptions, from situations with a more classic flavor to unconventional parties. Whatever the occasion, with JSH you will have the guarantee of celebrating in grand style followed by an expert and attentive staff.

Flower gardens, panoramic terraces, high vaulted halls or ultra-contemporary design, restaurants with views, super exclusive private beaches, rooftops and ancient farmhouses among the olive trees are waiting for you, all you have to do is choose your destination and transfer your idea. We will take care of the rest.

#### INCENTIVE & TEAM BUILDING

With the help of our Local Coaches, we are able to build unique experiences specifically for groups. Local coaches are highly professional figures, advanced concierges, experts in the area, who guide you through the discovery of unique natural contexts and a rich cultural, gastronomic and historical heritage, to be discovered while having fun. Starting from an already structured program, you can make every type of work appointment truly special by organizing activities in unexpected places, enriching your event with a touch of originality. There are several unconventional team building proposals already in place, such as sailing trips along the southeast coast of Sicily, horseback riding among ancient farms and lemon groves, wine tasting in the cellar, helicopter flights over the summit craters of the largest volcano in Sicily, still VERY active, Mount Etna. You can choose between bike rides along hills immersed in nature and boot camps in exciting places. Added to this is the possibility of using splendid

locations around our carefully selected hotels, such as palaces and historic villas, theaters and castles, gardens and cellars.

#### PLEASE BE PLEASED AFTER YOUR DUTIES.

Traveling for work, organizing a meeting or attending a business event does not mean giving up pleasure and fun.

There is a lot of business in JSH hotels and resorts, but that's not all. Once your work commitments are over, you can dedicate yourself to the pleasures of life, without leaving the place where your event is held. You can choose a moment of well-being in our splendid SPAs, of which 5 are designed by the prestigious French brand Clarins, a world leader. You can enjoy a game or a golf lesson on spectacular greens, considered among the most beautiful in Italy. You will be able to discover enchanting territories, rich in ancient history and fascinating culture. Or enjoy the best cuisine, designed by Michelin-starred Chef Andrea Ribaldone. If you love the sea, you can venture on a sailboat along coasts of extraordinary beauty, bathed by crystal-clear waters, or relax in the sun between a dip and an aperitif with sunset over the sea.

#### FOOD AND BEVERAGE EXCELLENCE GASTRONOMY YES, BUT SMART!

The fresh, Italian and simple catering service designed by our Michelin-starred Chef Andrea Ribaldone is also included in the menus for meetings, events and banquets. A choice that enhances the quality of the products used in our kitchens, always fresh and in season, local and without excessive infrastructure. A kitchen that gives a nod to gastronomy while remaining smart, perfect for a romantic dinner for two by candlelight, or for 300 guests during a major conference.

This innovative approach carried out by a highly professional staff dedicated to the F&B segment, allows us to maintain our consistently high standards and the unsurpassed quality of the foods that we offer, remaining irresistibly competitive from a price point of view.

#### ENTERTAINMENT PROGRAMS AND IDEAS

To liven up your event, you can choose from a wide range of personalized entertainment proposals. From the most disruptive, with show bands, cover bands or DJ sets, costumed performers from the best Italian clubs. We can involve celebrities and prominent musicians, entertainers and artists, setting up the locations and renting your costumes.

Moreover, you will be able to choose the most suitable ambient music with playlists designed thanks to the device that we make for you of the most suitable background music, to create the right atmosphere during each event. You can have a radio station in store or choose between experiences and workshops with professionals to attract the attention of your guests, including yoga, theater, tai-chi, cooking, painting and much more. — ■

CONTACT US FOR YOUR EVENT  
T. +39 0541 620122  
events@jsh-hotels.com



**FERRARI**

TRENTO 1902



DRINK RESPONSIBLY

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

#FerrariTrento

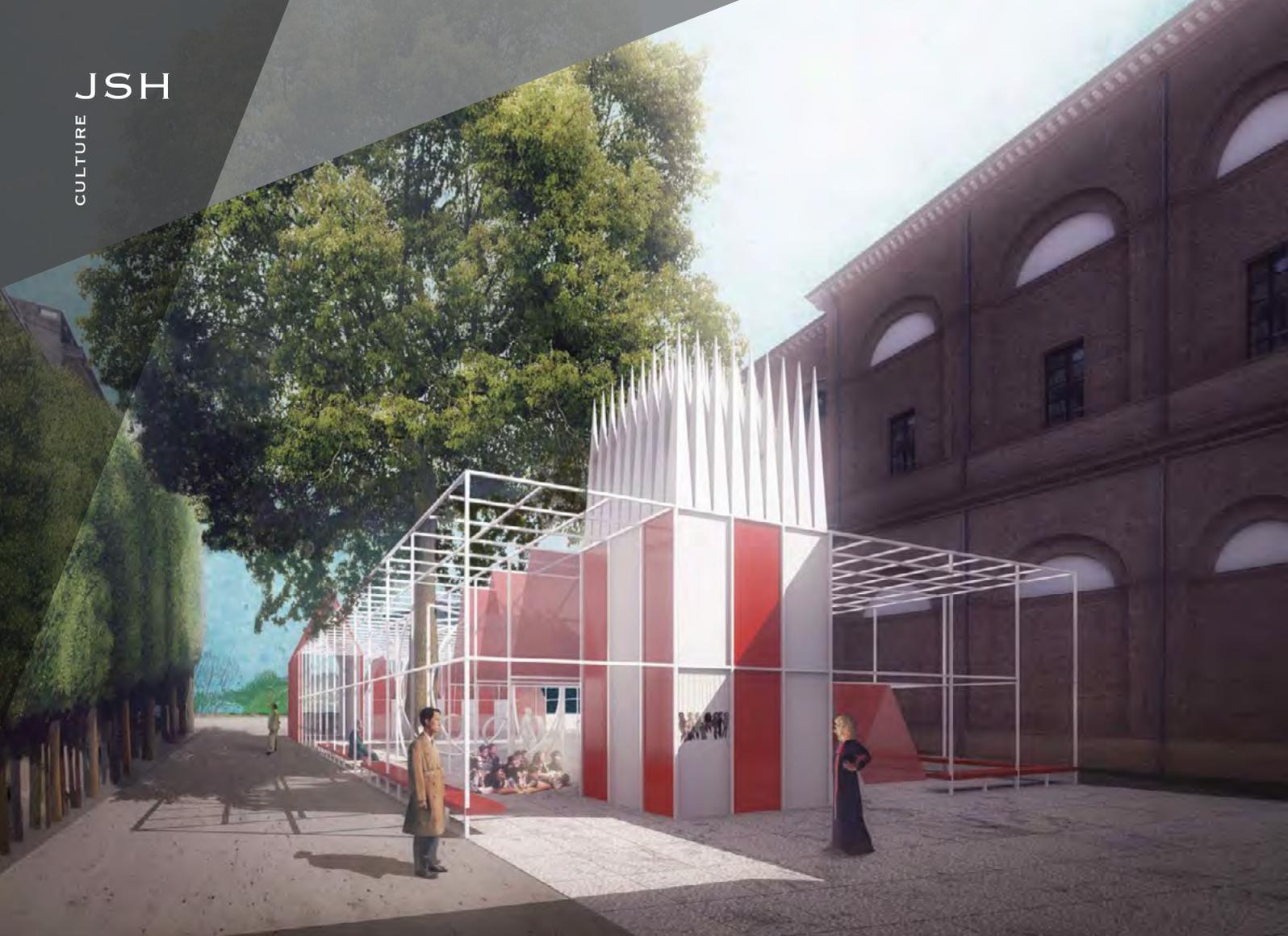
# UN MUSEO VIVO

## Fellini come si deve?

a cura di Paolo Guiducci

**Cent'anni di Federico Fellini. Un anniversario da far tremare i polsi, soprattutto per una città il cui rapporto con l'artista italiano che (forse) ha avuto più impatto sulla cultura mondiale nel Novecento, è stato quantomeno instabile. Le vicissitudini dell'associazione "Fondazione Fellini", gli alti e i bassi del premio cinematografico dedicato al regista (per tralasciare del rapporto tra il regista e la città quando Federico Fellini era ancora in vita), hanno portato con sé positività e limiti.**





L'ambizioso progetto del Museo Fellini che la capitale del turismo balneare ha in cantiere (uno tra i diversi progetti per celebrare i 100 anni dalla nascita dal grande regista) cattura dunque l'attenzione e la curiosità. Anche perché, per ammissione del sindaco di Rimini Andrea Gnassi: "Non sarà un sacramento - assicura entusiasta il primo cittadino - ma un luogo della meraviglia che interagisce con i visitatori. Sarà un museo unico al mondo, perché unico è Fellini". Un museo del "tutto si immagina", capace di restituire che i film di Fellini esprimono nel modo più compiuto: stupore, fantasia, spettacolo, divertimento. Un museo capace di interpretare il cinema del Maestro riminese non come opera in sé conclusa, ma come chiave per connettere tradizione e contemporaneità.

Pagine del *Libro dei Sogni* che si spargono virtualmente nella stanza e personaggi delle pellicole felliniane che emergono dai pavimenti.

Un crocevia creativo in cui il barocco abbraccia il cinemascopo e Jung 'contamina' la pubblicità. Uno spazio del centro storico che non starà mai fermo. La riscrittura urbana nel nome della creatività. Luoghi indoor e outdoor, in cui la meraviglia verrà trasportata dalla tecnologia nella quotidianità. Questo è nelle intenzioni il Museo internazionale Fellini, un luogo del linguaggio universale della creatività che negli auspici del primo cittadino dovrebbe portare a Rimini 400.000 visitatori l'anno. Sogni?

La Giunta comunale ha approvato il progetto definitivo del primo dei quattro stralci previsti per la realizzazione del Museo Fellini. Obiettivo ambizioso: aprire i battenti entro la fine del 2020.

Il Museo si svilupperà secondo tre assi: Castel Sismondo, la rocca del Quattrocento al cui progetto contribuì Filippo Brunelleschi; Palazzo Valloni, l'edificio di origine settecentesca dove a piano terra ha sede il cinema Fulgor; il terzo e ultimo asse è costituito da una grande area urbana, una vera e propria Piazza dei Sogni, che, attraverso un percorso di installazioni e scenografie felliniane, "dialogherà" con questi due edifici dallo straordinario valore architettonico e simbolico. Il progetto è finalizzato al recupero funzionale di questa piazza, con la creazione di aree verdi, arene per spettacoli

all'aperto e percorsi urbani di attrazione storico-turistica. Un'esperienza visiva e interattiva senza precedenti a due passi dall'hotel duoMo del circuito JSH Hotels & Resorts.

"Nelle nostre intenzioni - commenta ancora Gnassi - il Museo Fellini dovrà avere lo stesso ruolo e centralità del Museo Guggenheim per Bilbao. Un motore attrattore di cultura e d'arte, che ha l'ambizione di coprire un suo spazio preciso nella grande rete museale internazionale. Sarà l'esaltazione dinamica e mai ferma dell'eredità più elevata lasciata dal Maestro: il «tutto si immagina». Questo diceva Fellini, e questa sarà la chiave di questo museo diffuso. Una piattaforma su tre assi che potrà essere immaginata e interpretata da artisti di tutto il mondo. A questi geni, creativi di ogni provenienza e settore, sarà consegnata di volta in volta questa chiave per un'interpretazione sempre differente".

Un progetto ambizioso che trasformerà la città: il via nel 2019 per alzare il sipario nel centenario della nascita. "400.000 visitatori l'anno" il sogno di Gnassi.

La realizzazione del Museo, che ha avuto un importante contributo dal ministero dei Beni e delle Attività Culturali, costerà complessivamente circa 30 milioni di euro: "È il più grande investimento che ci riguarda - rilancia l'assessore alla Cultura del Comune di Rimini, Giampiero Piscaglia - Nel mondo nessuno sta pensando a Fellini sotto tutti i punti di vista come lo stiamo facendo noi da tre anni a questa parte. Questo è quello che il Maestro si merita".

Non a caso il gruppo di progettazione (costituito da professionisti di altissimo livello), prima di arrivare alla stesura definitiva del progetto, si è confrontato a lungo con gli otto componenti del Comitato tecnico-scientifico del Museo Fellini (Paolo Fabbri, Luca Beatrice, Vincenzo Trione, Stefano Della Torre, Mario Sesti, Laura Delli Colli, Francesca Fabbri Fellini, Sergio Metalli), con la componente tecnica del Comune di Rimini e con l'alta sorveglianza della Soprintendenza Archeologia e Belle Arti.

Il risultato sarà: scenari di grande poesia universale che, attraverso sofisticati processi di realtà aumentata, vengono trasmessi e condivisi dai visitatori, non più chiamati solo a 'guardare' ma a 'vivere' completamente gli spazi. La sala della nebbia di *Amarcord* con l'incontro con il nonno e quella del 'Mare a Rimini'; le pagine del *Libro dei Sogni* che, grazie a un soffio, si spargono virtualmente nella stanza; la grande 'vela dell'acqua', un enorme schermo cinematografico 'liquido' realizzato nella piazza con un progetto complementare e integrato; convivono come in un capolavoro di Fellini con

il candore pauperistico della moto di Zampanò o le lanterne magiche o la sala delle altalene o la gigantesca 'Sognante' a riprodurre l'iconica posa di Silvia ne *Le tentazioni del dottor Antonio* e che occupa una stanza intera di Castelsismondo o la sfilata dei costumi ecclesiastici dal film *Roma*. A fare da cornice a questo museo diffuso, non solo nei luoghi fisici, ma metaforicamente lungo secoli di storia (castello malatestiano, teatro verdiano, il liberty col Fulgor, la piazza moderna) le tecniche messe in campo per una rigenerazione urbana a fortissimo stampo creativo come il protiro a vestire sinuosamente il 'cinema più famoso al mondo' insieme all'enorme schermo retroilluminato e sul quale proiettare film e immagini.

## E il primo passo sarà... Fede-Sacro

Il primo passo è compiuto. La Giunta comunale ha approvato infatti il progetto definitivo del primo dei quattro stralci previsti per la realizzazione del Museo Fellini, che ha iniziato il proprio cammino nel febbraio 2017 con l'obiettivo ambizioso di aprire i battenti entro fine 2020.

Dopo l'approvazione del progetto definitivo del I stralcio del Museo Fellini, il cronoprogramma prevede l'approvazione del progetto esecutivo nel mese di settembre, la pubblicazione del bando di gara con procedura aperta a ottobre 2019, l'inizio lavori tra fine inverno 2019 e inizio primavera 2020 per concludere l'intero intervento entro la fine dell'anno, in modo da omaggiare nel migliore dei modi il centenario di Fellini. Nel frattempo Rimini organizzerà nel marzo 2020 (insieme a Roma) l'importante convegno "Fede-Rico Fellini e il sacro", con la partecipazione di nomi e studiosi molto importanti, e temi intriganti da affrontare. Una gustosa anteprima di quel che sarà "Fellini e il Sacro" è andata in scena in occasione del Tiberio Cinepicnic con proiezioni, animazioni di strada e la visione sull'erba e plaid del restaurato *Amarcord*.

# CENT'ANNI di Federico Fellini

Il 20 gennaio 2020 Federico Fellini avrebbe compiuto 100 anni. Il grande domatore, l'addestratore di sogni, l'ammaestratore di ossessioni non c'è più ma "vivrà" per un anno intero attraverso mostre, film restaurati, progetti legati all'educazione visiva nelle scuole, un convegno sul scaro nel regista di *8 e mezzo* e un altro convegno internazionale a Rimini con l'Università di Bologna dedicato al *Libro dei Sogni*. Senza dimenticare l'apertura a Rimini, entro la fine del 2020, del Museo Internazionale Federico Fellini.

La nascita di un Comitato per le celebrazioni del centenario della nascita di Federico Fellini è stata annunciata alla Mostra del Cinema di Venezia, e accompagnata dalla presentazione della copia restaurata de *Lo sceicco bianco* e dall'anteprima del docufilm di Eugenio Cappuccio *Fellini fine mai*.

"La figura del grande Maestro, punto di riferimento per generazioni di registi e creativi, merita una vetrina internazionale, come del resto le iniziative che verranno messe in campo per celebrarlo in questa occasione. - parole dell'assessore alla Cultura della Regione Emilia-Romagna, Massimo Mezzetti - È importante sottolineare l'impegno di tutti i soggetti pubblici ma anche quello dei privati, che si concretizzeranno in una serie di iniziative, coordinate dal Comitato, che potranno restituire alla collettività il restauro dei suoi film, anche grazie all'esperienza della Cineteca di Bologna e al sostegno della Regione, mettendo in luce il racconto di un

personaggio e della sua creatività attraverso film, anche di nuova produzione, mostre, spettacoli, concerti e una nuova edizione del *Libro dei Sogni*".

Sul red carpet veneziano è stato presentato anche il logo che accompagnerà le celebrazioni per il centenario del regista (1920-2020). L'immagine è stata elaborata sulla base di un disegno originale del regista Paolo Virzì. L'interpretazione del regista livornese, che riprende una delle foto più celebri di Fellini scattata sul set di *8 e mezzo* da Tazio Secchiaroli, mette in rilievo il ruolo di domatore (di personaggi, di fantasmi, di ossessioni) del regista, iconizzandolo alla stregua di quel 'dispotico organizzatore di sogni' dal sapore circense che più volte ricorre nelle sue opere. "È stato il regista che più ha dato in termini di gioia allo spettatore. - ha spiegato il regista di *Caterina va in città* e *Il capitale umano* - L'immagine che ho disegnato mette in rilievo il ruolo di Fellini domatore di circo con la frusta che cerca di trasformare il caos in racconto".

Per quanto riguarda i film di Fellini, si sta completando il restauro dell'intera opera, a cura della Fondazione Cineteca di Bologna, della Cineteca Nazionale/Centro sperimentale di Cinematografia e dell'Istituto Luce/Cinecittà. La Direzione generale Cinema del MiBAC, propone invece un progetto speciale per la promozione e diffusione dell'opera di Fellini in Italia e all'estero, accanto all'azione del Piano nazionale Cinema per la scuola per la diffusione e divulgazione delle opere presso le scuole italiane in collaborazione con il MIUR. Diverse le azioni che la regione Emilia-Romagna ha in serbo per il centenario: tra queste la promozione di itinerari culturali e turistici, tra cui quello felliniano realizzato in collaborazione con la Cineteca di Bologna e il Comune di

Rimini. La Fondazione Prolo-M Nazionale del Cinema dal canto suo valorizzerà le collezioni fellini nel percorso espositivo della 1 Antonelliana e, in collaborazione Rizzoli Editore, si occuperà della cura editoriale della nuova edizione del *Libro dei Sogni*.

L'assessore alla Cultura del Comune di Rimini Giampiero Piscaglia ha ricordato l'apertura a Rimini entro la fine del 2020, del Museo Internazionale Federico Fellini che si articolerà in vari spazi su tre piani del Cinema Fulgor destinati all'infanzia riminese agli inizi della carriera artistica al Castello Malatestiano ai set dei film e nella piazza delle Meraviglie ci saranno alcune installazioni artistiche evocative. "Il centenario di Fellini non vuole essere uno sguardo all'indietro - assicura Piscaglia - , semmai un'anticipazione del futuro, partendo sulla base solida di un'eredità artistica, intellettuale, creativa".

L'assessore rimarca un aspetto: il museo riminese, l'unico al mondo interamente al regista più volte premio Oscar, sarà orientato all'impatto felliniano sulla contemporaneità. "C'è ancora tanto Fellini quando guardiamo oggi un film, una serie tv, una pubblicità, o leggiamo un libro. C'è, ma difficilmente se ne ha coscienza. I suoi film restano centrali nella storia del nostro Paese, per poetica e capacità di creare sogni, così come immergersi nelle ossessioni. Perché Fellini è vivo, a 100 anni dalla sua nascita". ■



**FELLINI**

**100**

**RIMINI**

**1920-2020**

# A LIVING MUSEUM

## Is this the right Fellini?

Text by Paolo Guiducci

One hundred years of Federico Fellini. An anniversary to shake the wrists, especially for a city whose relationship with the Italian intellectual who (perhaps) had more impact on world culture in the twentieth century, was at least unstable. The vicissitudes of the “Fellini Foundation” association, the highs and lows of the cinematographic award (to leave out the relationship between the director and the city when Federico Fellini was still alive), brought with them positivity and limits.



The ambitious project of the Fellini Museum that the capital of seaside tourism has in the pipeline (one of several projects to celebrate the 100th anniversary of the great director's birth) therefore captures attention and curiosity. Also because, due to the admission of Rimini's mayor Andrea Gnassi, "It will not be a shrine - assures the first citizen enthusiastically - but a place of wonder that interacts with visitors. It will be a unique museum in the world, because Fellini is unique". A museum of "everything is imagined", capable of restoring all that the cinema wants to be from its origin and that Fellini's films express in the most complete way: wonder, fantasy, entertainment, fun. A museum capable of interpreting the Rimini Maestro's cinema not as a finished work in itself, but as a key to connecting tradition and modernity.

Pages of the Book of Dreams that virtually spill into the room and characters from Fellini's films emerging from the floors.

A creative crossroads in which the Baroque embraces the cinemascope and Jung 'intertwines' advertising. An urban space that will never stand still. Urban rewriting in the name of creativity. Indoor and outdoor places, where wonder will be transported by technology in everyday life. This is the intention of the International Fellini Museum, a place of the universal language of creativity which in the wishes of the first citizen should bring to Rimini 400,000 visitors a year.

Dreams?

The City Council has approved the final design of the first of the four parts planned for the realization of the Fellini Museum. Ambitious goal: to open its doors by the end of 2020.

The Museum will develop along three axes: the first, Sismondo, the fifteenth-century building in which Filippo Brunelleschi conceived the Palazzo Valloni, the eighteenth-century building where the Fulgor cinema is located on the ground floor; the third and last axis consists of a large urban area, a veritable Piazza dei Sogni, the Dream Square which, through a series of Fellini installations and scenographies, will "dialogue" with these two buildings of extraordinary architectural and symbolic value. The project is aimed at the functional recovery of this square, with the creation of green areas, arenas for outdoor shows and urban routes of historic-tourist attraction. An unprecedented visual and interactive experience.

"In our intentions - comments Gnassi again - the Fellini Museum must have the same role and centrality of the Guggenheim Museum for Bilbao. An attractor engine of culture and art, which has the ambition to cover its precise space in the great international museum network. It will be the dynamic and never firm exaltation of the highest inheritance left by the Master: "everything is imagined". This was what Fellini said, and this will be the key to this widespread museum. A platform on three axes that can be imagined and interpreted by artists from all over the world. To these geniuses, creators of every origin and sector, this key will be delivered from time to time for an always different interpretation".

An ambitious 30 million euro project that will transform the city: the start in 2019 to raise the curtain on the centenary of his birth. "400,000 visitors a year" Gnassi's dream.

The realization of the Museum, which has had an important contribution from the

Ministry of Cultural Heritage and Activities, will cost a total of about 30 million euros: "It is the biggest investment that concerns us. - relaunched the Councilor for Culture, Giampiero Piscaglia - No one in the world is thinking of Fellini from all points of view, as we have been doing for three years now. This is what the Master deserves".

It is no coincidence that the design group (made up of high-level professionals), before arriving at the final draft of the project, had a long discussion with the eight members of the Fellini Museum technical-scientific committee (Paolo Fabbri, Luca Beatrice, Vincenzo Trione, Stefano Della Torre, Mario Sesti, Laura Delli Colli, Francesca Fabbri Fellini, Sergio Metalli), with the technical component of the Municipality of Rimini and with the high surveillance of the Superintendence of Archeology and Fine Arts.

The result will be: scenarios of great universal poetry that, through sophisticated processes of augmented reality, are transmitted and shared by visitors, no longer called only to "look" but to "live" spaces completely. The fog room of Amarcord with the meeting with the grandfather and that of the "Mare a Rimini"; the pages of the Book of Dreams which, thanks to a whisper, are spread virtually into the room; the large 'sailing of water', a huge 'liquid' cinema screen created in the square with a complementary and integrated project; cohabit as in a Fellini masterpiece with the pauperistic whiteness of Zampanò's bike or the magic lanterns or the room of the swings or the gigantic 'Sognante' to reproduce the iconic pose of Silvia in The temptations of Doctor Antonio and which occupies an entire room of Castelsismondo or the parade of ecclesiastical costumes from the film Rome. To frame this widespread museum, not only in physical places, but metaphorically along centuries of history (Malatesta castle, Verdi theater, the liberty with Fulgor, the modern square) the techniques put in place for an urban regeneration with a strong creative mold like the prothyrum sinuously dressing the 'most famous cinema in the world' together with the huge backlit screen on which to project films and images.

## And the first step will be... Sacred-Fede

The first step is completed. The City Council has in fact approved the final project of the first of the four excerpts planned for the construction of the Fellini Museum, which began its journey in February 2017 with the ambitious goal of opening its doors by the end of 2020.

After the approval of the final draft of the first section of the Fellini Museum, the time schedule provides for the approval of the executive project in September, the publication of the call for tenders with the procedure opened in October 2019, the beginning of work between late winter 2019 and early spring 2020 to complete the entire intervention by the end of the year, in order to pay tribute to Fellini's centenary in the best possible way.

Meanwhile Rimini will organize in March 2020 (together with Rome) the important conference "Faith-Rico Fellini and the sacred", with the participation of very important names and scholars, and intriguing themes to be addressed. A tasty preview of what will be "Fellini and the Sacred" was staged on the occasion of the Tiberio Cinepicnic with projections, street animations and the grass and plaid vision of the restored film "Amarcord". ■

duoMo

# duoMo

hotel riMini

È il primo hotel progettato da Ron Arad, architetto e designer di fama internazionale. Varcando la sua soglia nel centro storico di Rimini, si entra in una dimensione futuristica e lontana da ogni convenzione.

# PICCOLE

OUTLET

Piccole  
Impronte  
OUTLET

SKDI  
-30-50%

OUTLET  
SCARPE BIMBI

30-48 50  
48-54 50  
54-60 50  
60-66 50



**OPEN**  
All year

**ROOMS**  
43 rooms

**FOOD & DRINKS**  
noMi club & bar  
New restaurant

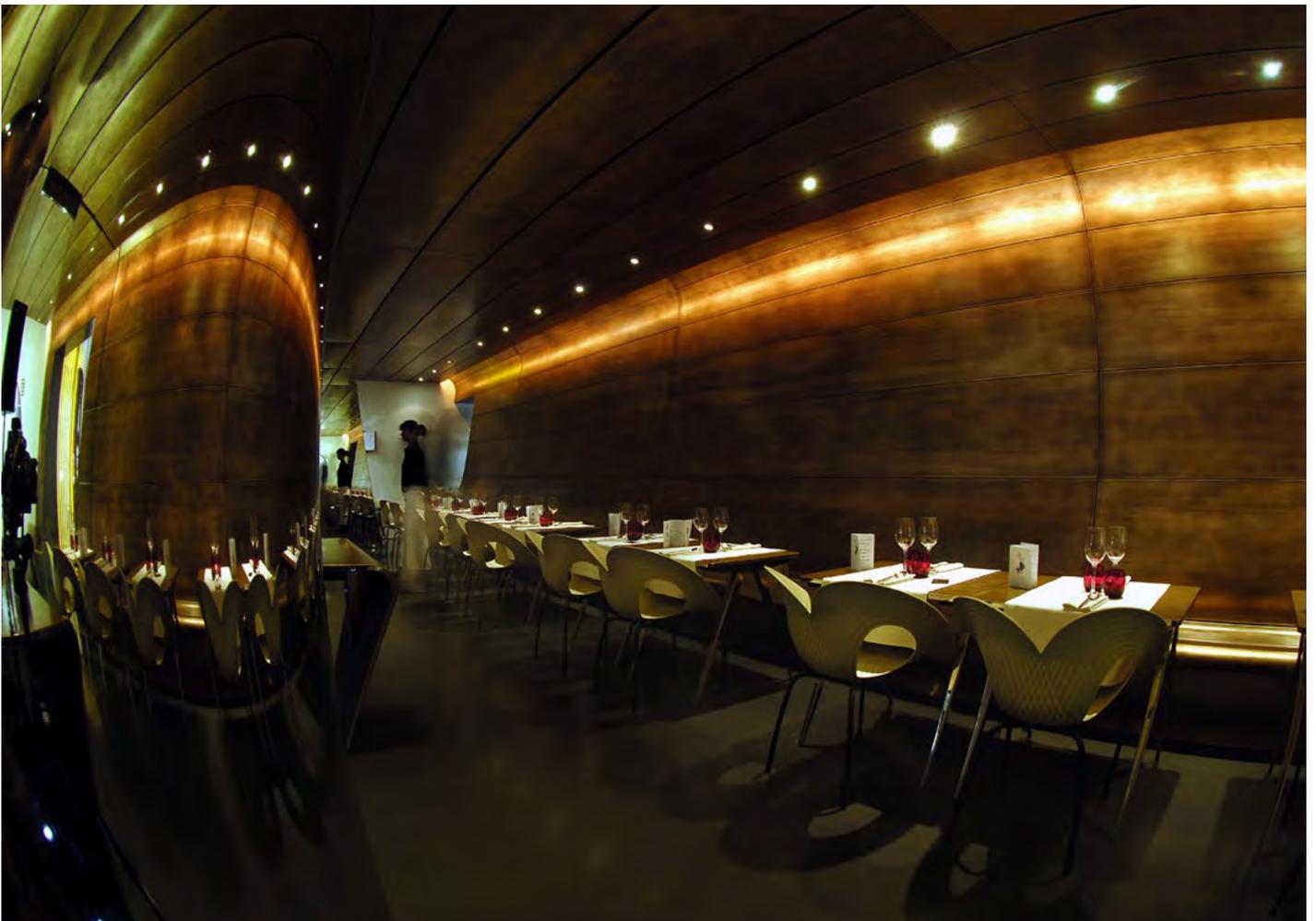
**EVENTS**  
3 meeting rooms (max 80 seats)  
Location for private events



Modello di architettura e design d'interni, duoMo è un progetto di hotellerie tuttora ineguagliato, firmato dall'archistar israeliano Ron Arad. Futuristico, vagamente provocatorio, è uno spazio sorprendente che gioca su illusioni ottiche, su distorsioni e percezioni materiche, a volte persino acquatiche. Spogliatevi da ogni convenzione ed entrate...

*Located in the historic center of Rimini, it is the first hotel designed by Ron Arad, architect and designer of international renown. Through the use of alternative materials, bright colors and specially designed furnishings, guests experience an unprecedented futuristic environment. Strip yourself of frameworks and conventions and come in...*





# THINK OUTSIDE THE BOX

★ ★ ★ ★  
duoMo hotel

*duoMo*

Via Giordano Bruno, 28 47900 Rimini T - 39.0541 24215 6 - [info@duomohotel.com](mailto:info@duomohotel.com)  
[www.duomohotel.com](http://www.duomohotel.com)



**SALAROLI**  
parquet



Bologna

Forlì

Cesena

Rimini

Faenza

Ravenna

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



**A Cura di: Paolo Guiducci**

Illustrazione: un omaggio inedito di Lapone all'Hotel DuoMo!



**A Rimini Lapone è stato protagonista nel luglio scorso della importante mostra “Time after Time” allestita presso la Galleria d’Arte Augéo, molto apprezzata da pubblico e critica**

“Grazie a Rimini e a Cartoon Club per avermi dato l’opportunità di realizzare questo manifesto. Grazie a Hotel DuoMo per avermi ospitato”. L’affiche riminese 2019 “È il risultato di una lunga ricerca e di un grande divertimento. La R di Rimini è diventata il sedile della sedia a sdraio sulla quale è seduta questa Wonder Woman riminzata con pantalone largo e tacchi a spillo come ad inizio secolo. Una donna in primo piano e l’uomo come accessorio, proprio come accade in tante produzioni dell’artista piemontese. “Vedere il manifesto che ho realizzato per le strade della città è una grande gioia. Anche quando è scritto, colorato e perfino strappato: significa che è stato vissuto, non è comunque passato inosservato”.

JSH

ART

# L'arte di Antonio Lapone



LAPONE

**Le sue radici grafiche si tuffano nel mondo della pubblicità creativa, portafogli di poster o bozzetti di moda. Le sue "Femmes" dipinte su grandi tele all'acrilico sono esposte alla Galleria Champaka di Bruxelles Parigi e alla BRAFA, Brussels Antiques & Fine Art.**

Vive tra Belgio e Italia, lavorando per i maggiori editori dell'area francofona. Maestro riconosciuto della "Ligne Claire" o dello "Stile Atom" (quello che si ricollega all'epopea della grande esposizione universale di Bruxelles nel 1958, anno dell'esplosione del design), Antonio Lapone è grafico, illustratore, fumettista e designer italiano. Lo abbiamo incontrato a Rimini, in occasione del festival di cinema d'animazione e di fumetto Cartoon Club di luglio. Nella città romagnola ha soggiornato al DuoMo Hotel, restando ammaliato dalla unicità della struttura del circuito JSH.

“Ogni volta che disegno una donna mi chiedo se la sua eleganza viva tra le sue forme, tra i suoi sguardi... Il mio unico desiderio è far immaginare e mai mostrare”

**Più grafico o fumettista? O entrambe le cose, perché tutti - come la luna - hanno anche una faccia nascosta?**

Sicuramente molto più grafico che fumettista. Il mio lato oscuro è il voler raccontare in modo grafico e personale delle storie cercando di impostare le pagine con un impianto ricercato ed elegante, senza nulla togliere alla leggibilità.

**I tuoi studi in graphic design ti hanno portato prima alla pubblicità. Ma la scoperta dell'opera di Yves Chaland ti ha aperto nuove prospettive e re-indirizzato la tua arte ai fumetti. Quali corde ha toccato?**

Era il dicembre del 1996, un mio caro amico, proprietario della libreria Figuriamoci a Torino, mi mostra il libretto brossurato *Il cimitero degli elefanti* di Yves Chaland, e me lo consiglia.

Così scopro un autore sconosciuto, dal segno grafico e forte: è stato un vero colpo di fulmine. Da quel giorno sono passati molti anni... tanti, in effetti, ed eccomi qua, tra le fila di quei disegnatori dal tratto definito ligne claire.

**Pur con ascendenze evidenti, il tuo stile è personalissimo e Chaland non è l'unica influenza "certificata".**

Prima di conoscere Yves Chaland, maestro della Ligne claire troppo presto partito verso altri universi, la bomba grafica che mi ha aperto il varco verso la strada del fumetto è stato Serge Clerc, forse colui che con la sua arte si avvicinava di più al mio modo di illustrare. Quando ebbi tra le mani il suo libro *"Artiste et modèle"* fu un vero shock per me. Era il 1997!

**In realtà i primi approcci professionali sono alla Disney Italia, che poi hai abbandonato senza mai più farvi ritorno.**

Infatti! Ho lavorato quasi 15 anni per Disney Italia disegnando per Area 2

che si occupava delle fasce dei più piccoli. Ho praticamente realizzato "chiavi in mano" il magazine di Winnie the Pooh per dieci anni, ho disegnato per Cip & Ciop, e realizzato grafiche e copertine per diversi one shot. Ho lavorato anche per il Giornale di Barbie e moltissimo per i Salesiani di Torino. Grazie a Massimo Marconi mi tolsi lo sfizio di disegnare una storia intera di Paperinik, ma fu un'esperienza rimasta a se stante.

**Dal "supereroe" di casa Disney alle tue donne. Un marchio di fabbrica. Le tue donne sono icone. Elegantissime, fasciose, profondono charme a piene mani.**

Anche in questo caso la mia bomba ispiratrice fu unica: Grace Kelly!

Ogni volta che disegno una donna mi chiedo se la sua eleganza vive tra le sue forme, tra i suoi sguardi... Il mio unico desiderio è far immaginare e mai mostrare. Le mie donne osservano lo spettatore, ma raramente si concedono, a volte sono snob a volte

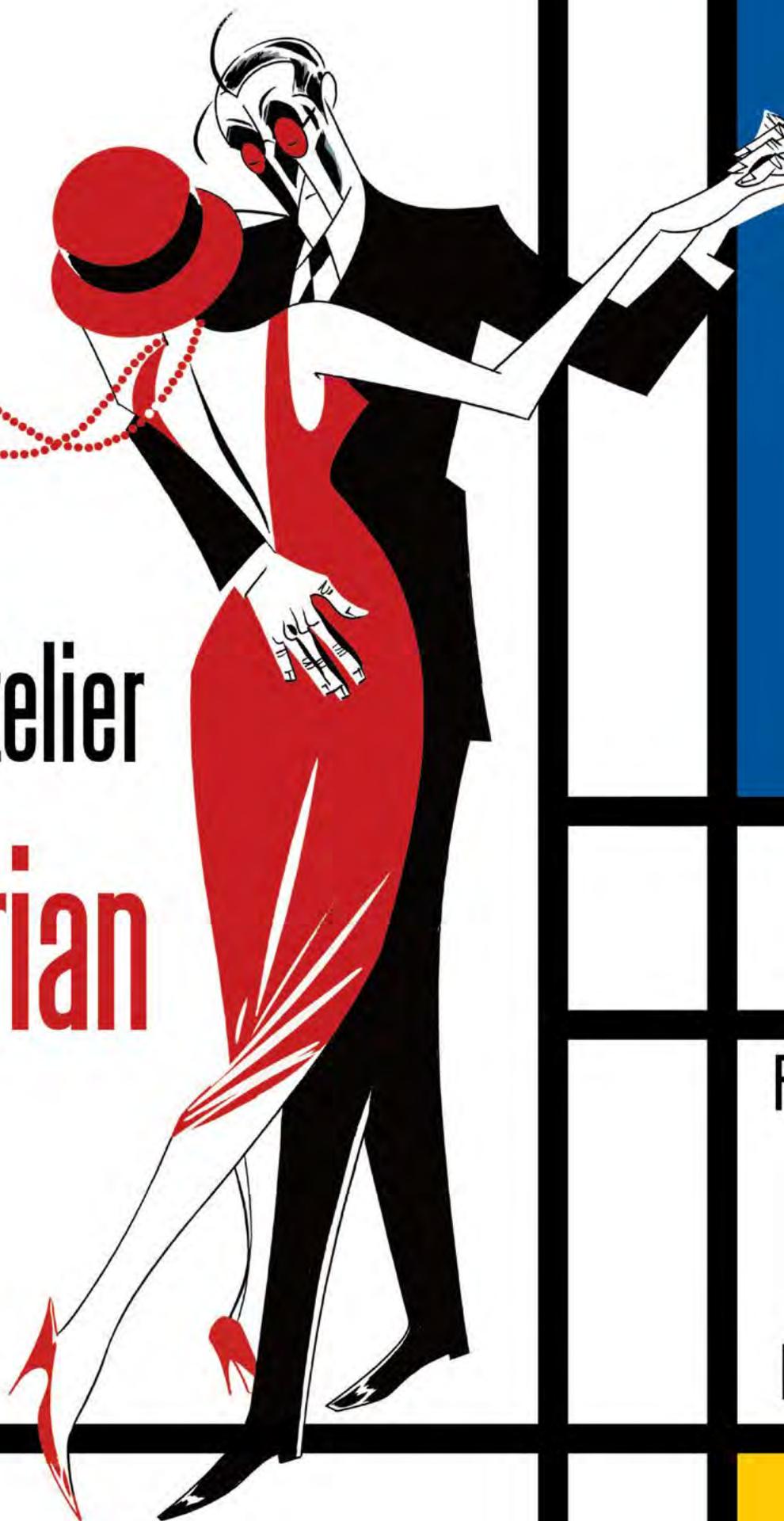
# La Fleur dans l'atelier de Mondrian

sfuggevoli e l'uomo se c'è è semplicemente un accessorio.

**Dalla carta alla realtà: le donne che più ti ispirano o per le quali nutri un debole.**

Non solo Grace Kelly per la grazia e l'eleganza, ma anche Kim Novak per lo sguardo e un pizzico di Marilyn Monroe per le sue pose un po' leggere. Per me un cocktail perfetto.

Hai disegnato il manifesto del festival Cartoon Club di Rimini 2019. E invece di realizzare una affiche classica con tanti personaggi dei fumetti o dell'animazione, anche qui hai lasciato il segno: una donna.



### Perché questa scelta?

E come non potevo? Era l'occasione unica di mettere in primo piano una donna senza il testosterone tipico del super eroe tutto muscoli e cervello piccolo. Volevo un'eroina e secondo me Wonder Woman era perfetta! Ma anche lì, come al solito mi dovevo complicare la vita. Ho fatto molta ricerca, ho studiato le affiches romantiche dell'epoca d'oro della Riviera romagnola, le pose delle donne sedute in riva al mare, i vestiti tipici e allora ecco il pantalone largo a vita alta, il cappello e sedia sdraio... ma potevo realizzare una sedia normale? E no! ecco che la R di Rimini diventa una sedia design, rossa al centro della composizione, e il tappeto di vignette colorate fa da sfondo.

### Ti affascina la moda? Chi è il tuo stilista preferito?

Una sola parola: YSL ovvero Yves Saint Laurent.

### Dalla moda all'arte il passo è breve, brevissimo. Infatti hai realizzato un bel libro su Mondrian.

Il titolo del libro è *Le Fleurs dans l'Atelier de Mondrian*, scritto da Jean Philippe Peyraud e edito da Glenat. Un racconto d'amore burrascoso incentrato su un fiore bianco di plastica fotografato in uno stupendo noir et blanc da André Kertész nell'atelier di Mondrian.

*"Le Fleurs dans l'atelier de Mondrian"* è stato pubblicato in tanti Paesi, Cina compresa. Ma in versione censurata. Cosa ha fatto storcere il naso ai cinesi?

Siamo nel 1922 e Mondrian bazzica signorine che fanno la vita, va da sé che sono poco vestite



“Ho lavorato quasi 15 anni per Disney Italia disegnando per Area 2, che si occupava per le fasce dei più piccoli”

Peyraud

Lapone

rimeni la casa editrice cinese le ha leggermen-

**Non lavori per l'Italia, o pochissimo e in modo sporadico. Colpa di Lapone che - al pari di qualche calciatore - alza il prezzo o...?**

Non lo so il perché! Resta un grande cruccio per me.

Comunque ora ho realizzato una storia breve autobiografica di 4 pagine che sarà pubblicata su Linus nei prossimi mesi e poi si vedrà...

**Non esiste neppure il tuo profilo su Wikipedia Italia. Ostracismo?**

Non importa, tanto se si va su Google prima c'è la famosa civetta Lappone poi il tipico lappone della Lapponia con tanto di renna e poi una valanga di Laponate, quindi non mi preoccupa.

**Di recente hai detto: "A differenza di Zero Calcare, voglio fare sognare non avere sempre il peso dell'impegno politico-sociale".**

E qui lo ribadisco, lascio ad altri il peso dell'impegno sociale, come nel cinema ci sono i registi che fanno un magnifico lavoro di denuncia e altri che intrattengono in ottima maniera il pubblico. Ma... - dico ma - se dovessi espormi a livello sociale lo farei senza freni.

**Sveliamo il futuro. Sei atteso da un libro con Canales, il nuovo sceneggiatore di Corto Maltese.**

Sì, sto terminando la prima parte di una storia a fumetti in due volumi scritta dal grande Jaun Diaz Canales e da sua moglie Teresa Valero che sarà pubblicata da Dargaud dal titolo Gentlemind, una lunga storia un po' alla Mad Men che inizia a NYC nel 1938 per terminare agli inizi degli anni '70.

**Sei ritornato a Rimini dopo tanti anni. Come hai ritrovato la manifestazione Cartoon Club? E la città?**

Gente stupenda e una Rimini in continua trasformazione, solare e vivace come sempre. Una città che mette voglia di vivere e di creare.

**In occasione del festival sei stato ospite del DuoMo Hotel, l'hotel realizzato da Ron Aarad. Potrebbe essere l'ambientazione per un prossimo libro o per qualche illustrazione?**

Perché no! La location è strepitosa, sembra di entrare in un'astronave, tutto studiato nei minimi dettagli, i corridoi ricordano gli interni di Spazio 1999 il famoso telefilm degli anni '70. Ron Aarad ha realizzato un grande lavoro di design!

**Com'è scandita la giornata tipo lavorativa dell'artista Lapone. Metodico o estemporaneo?**

Sono un vero certosino! Mi alzo molto presto la mattina, alle 6,30 sono già al tavolo ma non attacco subito il lavoro, scaldo la mano realizzando disegni vari, bozzetti e idee da mettere in cantiere in un

**“Sono un cattivo lettore di fumetti. La sera preferisco un buon libro”**

prossimo futuro, se inizio subito una tavola o un'illustrazione il risultato sarà sempre disastroso. Lavoro in maniera Old school: bozzetto, matite e ripasso a china, per le mie tavole a fumetti uso carta cotone 300 gm e acquerelli o ecoline a seconda delle necessità, per altri progetti mi fermo al disegno a china e poi scansiono e coloro sul mio Mac in Photoshop a tinte sempre e rigorosamente piatte. Dopo una breve pausa verso le 12,30, poi riprendo, anche se lavoro molto meglio la mattina, il pomeriggio lo tengo per le lavorazioni meno impegnative (quando posso) termino poi verso le 18,30.

Non ho TV ma ascolto molta musica, prediligo gli anni '70 e '80, altrimenti ascolto radio che trasmettono questo genere di musica, rock, pop, disco.

Sono un cattivo lettore di fumetti, la sera preferisco un buon libro.

**A proposito di note. Le hai trasposte a fumetti e illustrazioni.**

Copertine e fumetti musicali, sui Platters, ma anche Igor Stravinsky e Accords Sensibles.

Il disegno, proprio come la musica, deve avere ritmo. — ■

# the art of Antonio Lapone

**Born in Turin on 24 October 1970, Antonio Lapone calls himself a great fan of the 1950s. Many pages of magazines from the 50s and 60s, a world of elegance and graphic compositions, are an inexhaustible source of inspiration for the Italian artist, well known and famous abroad, especially in the French-speaking area**

"When I work on a story board, I first look for the graphic composition. There is always a graphic connection between my tables and my paintings".

His admiration for the fifties is not accompanied by regret, memories or worse still melancholy. "When I refer to Expo'58, it's little nostalgia, this World Expo was a magical moment for modernity, design and graphics. I don't have nostalgia for the life of the time, but I would have liked to share this dream of modernity".

He also visually "nourished" the work of the fathers of the Italian and European posters. "I studied the graphic compositions of Marcello Dudovich, one of the fathers of the modern Italian advertising poster (and author of famous advertising posters for the Rimini summer season, ed). Achille Luciano Mauzan and Leonetto Cappiello, with their contrasts between black and red, have nourished my compositions and my palette of colors. Among my other "masters": Leyendeckers, Savignac and Jack Cole. In the field of comics, my magic square is composed by Yves Chaland, Serge Clerc, Ever Meulen and Joost Swarte". The discovery of Yves Chaland's work has opened up new perspectives for the Piedmontese author, redirecting his art to comics. Then came the albums of Éditions Paquet (A.D.A.), Alain Baulet Editor (Saturday night in New York, Rainy Day) and with the label "Treize Étrange" (Sensitive agreements, Adams Clarks). With Kennes Editions he published the two comic books in the series Greenwich Village What's New Pussycat? and Love is in the Air. Lapone is a plural artist, creates images, screen prints, sketchbooks and portfolios in parallel. He works for important publishing houses such as Glenat (Paris), with whom he published the graphic novel on Mondrian La Fleur dans l'Atelier de Mondrian, and with Dargaud with whom he is preparing two volumes of the expected graphic Novel Gentlemind.

His graphic roots plunge into the world of creative advertising, posters or fashion sketches. His "Femmes" painted on large acrylic canvases are exhibited at the Champaka Gallery in Brussels / Paris and at the BRAFA, Brussels Antiques & Fine Art. He lives between Belgium and Italy, working for the major editors of the Franco-Belgian area. Antonio Lapone is a recognized master of the "Ligne Claire" or of the "Atom Style" (the one that is linked to the epic of the great universal exposition in Brussels in 1958, the year of the explosion of design). We met him in Rimini, on the occasion of the animated film festival and comic strip Cartoon Club in July. In the Romagna city he stayed at the DuoMo Hotel, remaining enthralled by the uniqueness of the JSH circuit structure.

**Are you more a graphic artist or cartoonist? Or both, because everyone - like the moon - do they have a hidden face?**

Certainly much more graphic than cartoonist. My dark side is the want to tell stories in a graphic and personal way by trying to set the pages with a sophisticated and elegant system, with nothing taken away from readability.

**Your studies in graphic design brought you first to advertising. But the discovery of Yves Chaland's work has opened you up to new perspectives and redirected your art to comics. What ropes did you touch?**

It was December 1996, a dear friend of mine, the owner of the Book Store in Turin, showing me the booklet Yves Chaland's elephant cemetery, and he recommended it to me. So I discovered an unknown author, with a strong graphic sign: it was love at first sight. From that day many years have passed... so many, in fact, and here I am, among the ranks of those designers with the line defined by ligne Claire, (clear line).

**Even with obvious ancestry, your style is very personal and Chaland is not the only "certified" influence.**

Before knowing Yves Chaland, master of Ligne claire too

much he soon left for other universes, the graphic bomb that opened me to the gateway to the comic strip was Serge Clerc, perhaps the one that with his art he came closer to my way of illustrating.

When I had his book "artiste et modèle" (Artists and Models) in his hands, it was one real shock to me. It was 1997!

**In reality the first professional approaches you made were at Disney Italia, which you then abandoned without ever returning.**

Indeed! I worked almost 15 years for Disney Italia drawing for Area 2 that dealt with the smaller groups. I practically had the keys in hand to the Winnie the Pooh magazine for ten years, they were "turnkey" years, I designed for Cip & Ciop, and made graphics and covers for several publications. I also worked for the Giornale di Barbie e very much for the Salesians of Turin.

Thanks to Massimo Marconi I took off the whim of drawing the whole story of Paperinik, but it was a unique experience.

**From the "superhero" of the Disney home to your women. A trademark. Your women are icons. Very elegant, fascinating, full of charm with full hands.**

Even in this case my inspirational bomb was unique: Grace Kelly! Every time I draw a woman I wonder if her elegance lives between its forms, between its looks... My only desire is to imagine and never show.

My women observe the viewer, but rarely allow themselves, sometimes they are snobbish, sometimes elusive, and the man if he is there is simply an accessory.

**From paper to reality: the women who inspire you the most or for whom you have a weakness.**

Not only Grace Kelly for grace and elegance, but also Kim Novak for the look and a pinch of Marilyn Monroe for her slightly light poses. For me, a perfect cocktail.

**You designed the poster for the Cartoon Club festival of Rimini 2019. And instead of creating a classic poster with many characters from comics or animation, here too you left your mark: a woman. Why this choice?**

And how could I not? It was a unique opportunity to put a woman in the foreground, a woman without the typical superhero testosterone all muscle and small brain, I wanted a heroine and in my opinion Wonder Woman was perfect! But even there, as usual I had to complicate my life. I did a lot of research, I studied the romantic affiches of the golden age of the Romagna Riviera, the poses of women sitting by the sea, in typical clothes and then here is the high-waisted wide trousers, the hat and deck chair ... but could I make a chair normal? No! here the R of Rimini becomes a design deckchair, red in the center of the composition, and the carpet of colored vignettes in the background.

**Do you like fashion? Who is your favorite stylist?**

One word: YSL or Yves Saint Laurent

**From fashion to art, the distance is short, very short.**

Indeed you have made a good book on Mondrian.

**The title of the book is Le Fleurs dans l'Atelier de Mondrian, written by Jean Philippe Peyraud and published by Glenat. A tale of love stormy focused on a white plastic flower photographed in a wonderful noir et blanc by André Kertész in Mondrian's atelier.**

"Le Fleurs dans l'atelier de Mondrian" has been published in many Countries, including China. But in a censored version. What made the Chinese turn up their noses? We are in 1922 and Mondrian hangs out with young ladies who make their living, flimsily and poorly dressed so the Chinese publishing house has them better clothed.

**You do not work much in Italy, or very little and sporadically. Is this the fault of Lapone that - like some footballers - raises their price or...?**

I do not know why! It remains a great worry for me. However now I have made a short autobiographical story of 4 pages which will be published on Linus in the coming months and then we'll see...

There is not even your profile on Wikipedia Italy. Ostracism?

it doesn't matter, so if you go to Google first there is the famous owl Lapp then the typical Lapland Lapland with a lot of reindeer and then an avalanche of Laponate, so I don't care.

You recently said: "Unlike Zero Calcare, I want to dream without having the weight of political and social commitment".

And here I repeat it, I leave to others the weight of social commitment, like in the cinema there are directors who do a magnificent job of denunciation and others who entertain the public in an excellent manner. But ... - I say but - if I were to expose myself socially, I would do so without brakes.

We reveal the future. You are awaited by a book with Canales, the new screenwriter of Corto Maltese. Yes, I'm finishing the first part of a two-volume comic book story written by the great Jaun Diaz Canales and his wife Teresa Valero which will be published by Dargaud entitled Gentlemind, a long story, a bit of a Mad Men story that began in NYC in 1938 to finish in the early 1970s.

You have returned to Rimini after so many years. How did you find the Cartoon Club event? And the city?

Wonderful people and a Rimini in continuous transformation, solar and as lively as ever. A city that makes you want to live and create.

On the occasion of the festival you were a guest of the DuoMo Hotel, the hotel designed by Ron Aarad. Could it be the setting for an upcoming book or some illustration?

Why not! The location is amazing, like stepping into a spaceship, everything studied in detail, the corridors recall the interiors of Spazio 1999, the famous TV series of the 70s. Ron Aarad has done a great design job!

The typical working day of the artist Lapone is marked. Methodical or extemporaneous?

I'm a true Carthusian! I get up very early in the morning, at 6.30 am already at the table but do not immediately attack the work, warming the hand realizing various drawings, sketches and ideas to be put on site in the next future, if I start immediately a table or an illustration the result will always be disastrous.

Old school work: sketch, pencils and review in china, for my comics I use 300 gm cotton paper and watercolors or ecoline according to need, for other projects I stop at the drawing in China and then scan those on my Mac in Photoshop always with strictly flat colors.

After a brief pause around 12.30, then I resume, even though I work a lot better in the morning, I keep it in the afternoon for less challenging work (when I can) then finish around 18.30.

I don't have TV but I listen to a lot of music. I prefer the 70s and 80s, otherwise I listen to radio broadcasting this kind of music, rock, pop, disco.

I am a bad comic reader, I prefer a good book in the evening.

**About notes. You have transposed them to comics and illustrations. Covers and musical comics, on albums, but also Igor Stravinsky and Accords Sensibles.**

Drawing, just like music, must have rhythm. — ■

# RIPAMONTI

Residence & Hotel Milano

Immerso nel verde del Parco Sud, al riparo dalla frenesia della metropoli, ma in posizione ottimale per raggiungere il centro di Milano, Ripamonti Residence & Hotel con le sue 916 stanze in un'unico edificio è l'hotel più grande d'Italia.



**OPEN**  
All year

**ROOMS**  
916 rooms & apartments

**FOOD & DRINKS**  
Restaurant & Pizzeria  
2 Bars

**EVENTS**  
3 meeting rooms (max 400 seats)



RIPAMONTI  
RESIDENCE & HOTEL MILANO  
\*\*\*\*\*

Modello di architettura e design d'interni, duoMo è un progetto di hotellerie futura, ingegnato e firmato dall'archistar israeliano Ron Arad. Futuristico, vagamente provocatorio, è uno spazio sorprendente che gioca su illusioni ottiche, su distorsioni e percezioni materiche, a volte persino acquatiche. Spogliatevi di ogni convenzione ed entrate...

Located in the historic center of Rimini, it is the first hotel designed by Ron Arad, architect and designer of international renown. Through the use of alternative materials, bright colors and specially designed furnishings, guests experience an unprecedented futuristic environment. Strip yourself of frameworks and conventions and come in...





# THE BIGGEST ONE

★ ★ ★ ★  
RIPAMONTI  
RESIDENCE & HOTEL  
MILANO

Via dei Pini, 3 - Pieve Emanuele MI  
T +39 02 90761 F +39 02 90764047 Email [info@ripamontiresidence.it](mailto:info@ripamontiresidence.it)



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

**CANTINA**

Via Cori - Cisterna, Km 2  
04010 Cori (LT)

Phone : +39 06 9679380

Fax : +39 06 9677473

email: [info@cincinnato.it](mailto:info@cincinnato.it)

**AGRITURISMO**

Via Stoza, 3  
04010 Cori (LT)

Mobile : +39 333 5895118

Phone : +39 06 98372785

email: [agriturismo@cincinnato.it](mailto:agriturismo@cincinnato.it)

JSH UN CAFFÈ CON

UN CAFFÈ CON



Intervista a cura di **Stefano Ballasini**  
Location **Golf Hotel Punta Ala**  
Photo © **Foto Nova Grosseto**

@GOLF HOTEL  
PUNTA AL  
*Maremma, Toscana*

**ALESSANDRO**

# BONAN

IL NOSTRO CAFFÈ  
a Golf Hotel Punta Ala  
insieme al giornalista  
e conduttore  
**ALESSANDRO  
BONAN**

Parliamo di uno dei volti più conosciuti e amati del giornalismo sportivo italiano, un personaggio che da anni conduce le trasmissioni di calcio più seguite e apprezzate dal pubblico. Alessandro Bonan è un giornalista e un presentatore affermato, ma è anche un talentuoso musicista e uno scrittore di successo. Lo incontriamo per un caffè in un pomeriggio di luglio, sulla costa della Maremma Toscana. Amiamo ascoltarlo parlare: la sua pacata eleganza e la sua simpatia ci conquistano dal primo momento. Vi raccontiamo in questa intervista la sua vita e la sua carriera, arricchita da tante passioni. La nostra giornata, si anima con degli swing sul campo golf di Punta Ala, ammirando la splendida vista sul Golfo di Follonica e sull'Isola D'Elba.

---

iao Alessandro, mentre stavo preparando questa intervista, mi sono trovato un po' in difficoltà, mi sono reso conto che non è semplice fare domande a chi le domande le fa per professione. Quindi, come prima cosa volevo chiederti: "Come si fa a fare la domanda giusta?"

Per fare la domanda giusta, innanzitutto bisogna guardare negli occhi e parlare subito al cuore della persona e farlo con il cuore, perché soltanto in questo modo si entra in una sorta di empatia con chi hai d'avanti, e si riesce a capire quali siano le corde giuste da toccare.

Sei un giornalista professionista dal 1999, come è cambiato il giornalismo e il modo di fare giornalismo in questi 20 anni?

Innanzitutto, grazie di avermi ricordato questo fatto, sono

in effetti più di 20 anni che faccio questo mestiere, non ci penso spesso. Il giornalismo è cambiato tantissimo, oggi si va meno in profondità rispetto a un tempo, si scava meno, è più superficiale, diciamo che è un giornalismo un po' più "usa e getta". Anche perché la gente si è abituata a leggere in maniera più sbrigativa, legge sui social, si documenta sui social e spesso lo fa in un modo non del tutto corretto. Capita di trovare notizie che non sono vere. Si legge molto online, il web è diventato la fonte principale e al contempo quella più veloce. Il modo di raccontare una notizia online è certamente diverso, fatta di meno caratteri, di una velocità che un tempo chiaramente non c'era. Prima dovevi andare a comprare il giornale e leggere la notizia sulla carta stampata. Anche nel mondo della televisione in questi 20 anni è cambiato tutto. Per quanto mi riguarda, racconto lo sport e cerco comunque di mantenere la barra dritta su



un racconto che sia fatto sia di sentimenti, che di emozioni legate alle persone. Lo scopo è regalare un intrattenimento e un divertimento.

Avrei qualche domanda da porti proprio a riguardo. Intanto, vorrei ricordare che, 20 anni fa, hai cominciato la tua carriera in una piccola emittente privata toscana, Rete 37, con un programma che si chiamava "La Tribuna" in cui, ovviamente, si parlava di calcio. Da dove nasce questa tua voglia di raccontare questo sport?

Beh, il calcio è sempre stata la mia grandissima passione. Da piccolo sognavo di fare il calciatore, ma mi sono reso conto ben presto che non era la mia strada. Ero bravo, sì, ma niente di speciale. Nonostante ciò, la passione per

il calcio mi ha accompagnato sempre. Per cui, quando ho iniziato a fare questo lavoro in una città come Firenze, ho subito immaginato di avventurarmi nel racconto sportivo, il racconto legato al calcio. Ho fatto di tutto all'inizio, politica, cronaca bianca, cronaca nera. Quando sono entrato in questa piccola mittente, mi sono abituato a fare qualsiasi cosa, credo sia stata una scuola molto importante per me. Ricordo che seguii il processo Pacciani al tempo, nel giorno della sentenza ci fu una diretta lunghissima, furono tante ore in diretta, una cosa che per un ragazzo piuttosto giovane, e abbastanza inesperto, fu molto formativa. Poi venne il momento del boom del basket, in Toscana c'erano 6 squadre tra serie A1 e A2, e lì ci fu il mio primo approccio allo sport, non con il calcio, ma con la pallacanestro. Lo

# "IL CALCIO È SEMPRE STATA LA MIA GRANDISSIMA PASSIONE, DA PICCOLO SOGNAVO DI FARE IL CALCIATORE"

feci molto volentieri, poi il salto con questa trasmissione che si chiamava "La Tribuna", e che veniva considerata un po' diversa rispetto alle classiche trasmissioni locali perché si viaggiava in maniera un po' trasversale rispetto alla prassi di andare dritto al cuore della tifoseria. Ho sempre cercato di uscire da quegli schemi, da quella logica del tifo di pancia, lo dico senza voler criticare nessuno. Diciamo semplicemente che è stato, da subito, il mio obiettivo.

Evidentemente, l'intuizione era giusta. Oggi lavori per SKY, sei uno dei conduttori più conosciuti, riconosciuti e importanti in questo settore. Ma ti saresti mai immaginato tanto successo? Hai calcolato tutto, avevi già il disegno ben chiaro nella mente, o si trattava più di un sogno del tipo: chissà se mai arriverò a fare?

Le cose hanno preso forma pian piano, ho iniziato a lavorare e sono cresciuto lavorando sempre di più, ma non immaginavo dove tutto questo mi avrebbe portato. Non avendo grandissima fiducia nei miei mezzi, ai tempi pensavo di non essere poi così bravo. Mi piaceva anche suonare, avevo questa passione per le canzoni, ma anche lì, non ero certo di essere all'altezza. Quando ho iniziato a fare televisione mi dicevano che avevo la stoffa, che mi riusciva bene, che risultavo naturale e molto spontaneo. E allora ho cominciato a crederci un po' di più e mi sono fatto guidare dall'ambizione, che mi ha portato subito a fare delle cose importanti. Ho mirato alto, ma ho fatto anche tantissima gavetta e non ho mai sgomitato, come si dice in gergo. Pian piano, passo dopo passo, sono arrivato.

Facciamo un salto temporale e arriviamo al 2008. Da allora dai il volto e la voce di uno dei programmi più seguiti e conosciuti di SKY, ovvero "SKY Calcio Mercato"  
In effetti la trasmissione nasce prima, nel 2004.

E c'è anche un momento, durante i mondiali del 2006, in cui lavori con Ilaria D'Amico



Sì, con Ilaria D'Amico feci i mondiali. Nel 2003, con Massimo Corcione, entrai in Sky Italia che nasceva in quell'anno, e del 2004 cominciai a fare questa striscia di Calcio Mercato.

E da allora, nelle notti d'estate, tieni compagnia a milioni di tifosi ansiosi di ricevere notizie in merito alle loro squadre del cuore e del campione che sta per arrivare. Come ti è venuto in mente di fare un programma basato sul Calcio Mercato?

L'allora Direttore Massimo Corcione mi propose di fare questo programma. Quando arrivai a Milano, negli anni di "TELE+", prima che nascesse Sky, mi ero occupato di mercato perché, comunque, il calcio mercato era quello che dal punto di vista della notizia dava maggiore soddisfazione. Se dobbiamo parlare del calcio che fa notizia per eccellenza, parliamo del calcio mercato, era lì la notizia. Tra l'altro in Toscana, anche in maniera abbastanza indipendente e autonoma, avevo cominciato a tenere determinati rapporti con procuratori e colleghi che si occupavano di mercato. Avevo una rubrica telefonica che mi permetteva di raggiungerli.

Dunque, Corcione ebbe questa intuizione e cominciai in una sorta di doppia veste di conduttore del programma e, al tempo stesso, di uomo a caccia di notizie. Di Marzio nel 2004 ancora c'era. Nel giro di poco, questo giovane ragazzo che aveva appena

**"BISOGNA SEMPRE  
CERCARE DI  
RISPETTARE LE  
IDEE DEGLI ALTRI  
E ASCOLTARLE.  
SI HA QUESTA  
PROPENSIONE AD  
ASCOLTARE MOLTO  
SE STESSI E POCO  
GLI ALTRI"**



cominciato a collaborare con Sky venne notato da Corcione che mi disse "Guarda che quel ragazzo mi sembra sveglio, è figlio dell'allenatore, ha lo sguardo molto attento". E abbiamo deciso di provare. Da quel momento e in maniera graduale, Di Marzio si è occupato sempre più dalla parte notizie, e così fino ad arrivare ai giorni nostri.

**Ci hai dato già qualche anticipazione, ma ti vogliamo fare la domanda comunque. Il tuo programma ci ricorda un salotto raffinato, elegante, dove i toni sono sempre pacati e si può esprimere un pensiero senza sentirsi attaccati. Quindi, Alessandro, si parlare di calcio anche senza urlare? No, si DEVE parlare di calcio senza urlare. Prima di tutto, si deve smettere di urlare, questo è un invito vero e proprio**

che mi viene di fare a chi si occupa di comunicazione, ma anche a chi si trova in un salotto a dialogare. Bisogna sempre cercare di rispettare le idee degli altri, e ascoltarle soprattutto, perché si ha questa propensione a non ascoltare, e ad ascoltare molto se stessi e poco gli altri. Con un tocco di ironia e leggerezza, si deve cercare di impostare la conversazione. Non si deve urlare, perché già si urla troppo sui social, nelle trasmissioni televisive. Quanto meno, questo è il mio stile, non voglio entrare nel merito di scelte diverse. Con il mio stile si può dire tutto, anche cose scomode, anche critiche piuttosto profonde, ma con un tono che deve rimanere rilassante. C'è anche da dire che, nel caso del Calcio Mercato, io vado in onda alle 23, la gente è a casa sul divano, non vuole essere aggredita da queste situazioni, devo accompagnare gli spettatori nella notte, non innervosirli.

**Da un po' di tempo l'hai chiamato "L'Originale", come mai?**

Perché mi sembrava giusto dare un segno distintivo al programma. Calcio Mercato è un marchio che funziona, non puoi toglierlo dal titolo, ma nel tempo sono nate tantissime trasmissioni nel calcio mercato e allora mi sono detto: mettiamoci questa cosa in più. Non vuol significare che siamo meglio degli altri, ma che siamo diversi sì, questo sì.

**Vorremmo chiederti se il famoso "lancio del contratto" è stato uno dei momenti più importanti della tua trasmissione e se ce lo vuoi raccontare. Pensando al tuo programma viene subito in mente quell'evento, il lancio del contratto di Milito.**

Il lancio del contratto da parte del preparatore Pastorello fu uno dei momenti più divertenti e suggestivi della trasmissione. In quel lancio c'era tutta un'epoca, che si è già conclusa, oggi non sarebbe più possibile.

**In questa immagine:**  
Alessandro Bonan immortalato durante  
l'intervista insieme a Stefano Ballasini  
nella cornice di Golf Hotel Punta Ala

Adesso c'è il contratto telematico, lo spedisce via mail, con la pec, in codice. Ai tempi invece ci fu questo gesto di Pastorello, anche un po' incosciente se vogliamo, che era disperato e non sapeva come fare a portare questo contratto, e pensò bene, con un tocco di genialità assoluta, di lanciarlo. Quando vidi la scena non me la lasciai sfuggire: tendo ad essere molto attento nelle fasi nevralgiche delle situazioni, sono sempre sul pezzo, sul luogo, m'interessa captare tutto quello che accade. Inizialmente mi sembrò di aver visto male, poi tutti gridavano "ha lanciato il contratto!" e subito mi venne in mente quando a scuola ci lanciavamo gli aeroplanini di carta, ho avuto questo flash e credo di averlo anche detto in diretta.

**Oltre ad essere il volto del Calcio Mercato, dal 2012 sei diventato anche un cantautore delle sigle grazie al brano "Milioni di milioni", sei anche un cantante italiano.**

In effetti, su Wikipedia si parla di "cantante italiano". Occasionalmente sì, ho anche cantato. Come dicevo prima, conservo questa passione per la canzone, ce l'ho sin da ragazzo. C'è stato un momento, in passato, in cui sembrava sarebbe venuta fuori. Siccome ero attento alle sigle, per il programma le avevo sempre scelte sempre con cura, sigle fatte da altri negli anni precedenti fino a quando non mi sono detto: ma perché non la faccio io, la sigla? E così è stato, era divertente, un modo per comunicare il programma all'esterno, e metterci dentro lo spirito stesso del programma. Questo è un principio che risale alle sigle degli anni Settanta, ai programmi degli anni Settanta, quelli di sabato sera: quasi tutti ce li ricordiamo prima

di tutto per la sigla, sono le note della sigla che ci fanno entrare subito nel programma, e boom. Io dico che un programma inizia dalla sigla, non dopo la sigla, anche per questo l'ho voluto fare. La prima volta fu una specie di prova, però fu una prova talmente riuscita che il successo fu subito grande.

**Il brano andrà in testa alle classifiche su iTunes e sulle piattaforme di download musicale. Avete organizzato anche un evento di beneficenza. Ti aspettavi tanto successo? Ma soprattutto, ti sei sentito un po' la Britney Spears di turno quando il tuo brano è finito al primo posto delle classifiche?**

Diciamo di sì, non mi sono montato la testa, però ricordo una telefonata notturna di Di Marzio che teneva monitorata l'escalation del brano: "stai scalando, sei il sesto, sei il quinto, quarto, terzo posto...!". Fu un momento esaltante che poi non si è più ripetuto, a dire la verità. Forse fu la novità, o forse anche il discorso di legare la sigla a un'azione di beneficenza, come poi è accaduto spesso dopo. In ogni caso, vedo che ancora oggi molti aspettano di scoprire che sigla ci sarà.

**La musica è sicuramente una parte importante della tua vita, tanto da farti realizzare un documentario sul grande Luigi Tenco. Ti ispiri a lui un qualche modo?**

È vero che ho realizzato un documentario su Luigi Tenco, ed è anche molto bello, ma nessuno lo vedrà mai perché i famigliari di Tenco si sono opposti alla sua diffusione per motivi su cui non entro nel merito. In realtà ci sono rimasto male, perché c'era anche un bel collegamento al territorio di Tenco,

## In questa pagina:

Alessandro Bonan gsul campo 18 buche par 72 di Golf Hotel Punta Ala, campo storico che risale al 1964 esteso su una superficie di 6.168 mt.



**“IL GOLF È UNA VERIFICA SU SE STESSI, METTE DI FRONTE A PROVE ARDUE CHE VANNO AFFRONTATE ANCHE DAL PUNTO DI VISTA MENTALE”**



**In questa immagine:**  
Tra le tante passioni di Bonan c'è anche il golf: lo vediamo qui in un momento di relax sul campo golf di Punta Ala

ai suoi loghi. Non era la solita storia morbosa sul suicidio di Tenco, c'erano le sue origini, la sua arte e il suo modo di essere, era un bellissimo progetto, per questo mi dispiace. Per tornare alla domanda, non è tanto questione d'ispirarsi a Tenco, lui è stato un precursore straordinario e se analizzi i suoi testi, quello che riusciva comunicare nella canzone, ti rendi conto che sapeva veramente parlare con il cuore, un linguaggio che non si era mai ascoltato prima.

**Oltre ad essere giornalista, conduttore, cantautore, sei anche scrittore. Da pochi mesi è uscito il tuo secondo libro “La giusta parte” che, a distanza di 6 anni, si aggiunge alla tua opera “Anatomia di una voce”. Cosa ti ha portato scrivere?**

È una domanda difficile perché sinceramente non so cosa mi abbia spinto a scrivere. Viene un momento in cui le cose accadono. Fui spinto da colui che sarebbe diventato poi il mio agente, consulente e amico, mi disse “sei un bravissimo scrittore, lo so perché so come parli, conosco il tuo linguaggio verbale e la tua capacità di rubare il tempo”. Così ho iniziato e ho capito che era una forma di espressione che mi piaceva tantissimo, che avrei dovuto continuare e migliorare. Credo di averlo fatto in pochissimo tempo, se parliamo di scrittura mi ritengo molto soddisfatto perché è forse la mia migliore

forma di espressione ed è quella in cui ho fatto i progressi più importanti da quando ho iniziato fino ad oggi. Per me è anche una forma di evasione e divertimento a cui non vorrei mai rinunciare. Se mi chiedi “come ti vedi da grandissimo”, ti rispondo: “mi vedo a scrivere i libri”.

**Da cosa nasce questa tua voglia di comunicare in così tanti modi?**

È una bella domanda, è la prima volta che mi viene fatta una domanda del genere, che muove emozioni forti. Penso nasca dalle difficoltà interiori che avevo da ragazzo e che non avevo mai tirato fuori, con le quali non mi ero mai confrontato molto. C'è stato un momento della vita in cui questa resa dei conti con me stesso è arrivata, all'inizio mi ha disorientato, non capivo da dove arrivasse, ma l'ho affrontata e credo che da lì sia nato tutto. Non è un fatto accaduto troppo tempo addietro, parliamo di storia abbastanza recente. Lo scatto in avanti, che si parli di scrittura, o di musica, anche della professione di giornalista televisivo, è avvenuto negli ultimi 10, 15 anni massimo. Quando è successo un fatto e l'ho affrontato.

# “NELLA MIA VALIGIA NON MANCA MAI UN LIBRO. E, SE C'È SPAZIO, PORTO SEMPRE CON ME LA MIA CHITARRA”

**Ho letto da qualche parte che non ami troppo i social, o meglio che pensi siano utilizzati male. In che senso? Tu usi Twitter ad esempio?**

Si, sotto forma d'informazione, mi documento a volte, poi vado sempre a verificare se quello che è stato scritto è vero oppure no. I social sono un po' come un foro collettivo, un modo di confrontarsi e di stare insieme alla gente, e a me questo aspetto piace. Quello che non mi piace è che il social venga utilizzato per insultare o colpire gli altri, sia nella persona che nelle idee. Ti viene data la possibilità di esprimerti usando violenza verbale. Ci sono persone violente nel mondo, molte sono violente fisicamente. Sui social, ci sono quelle violente verbalmente, che vogliono fare del male con le parole, e questo a me davvero non piace.

**Oggi siamo qui a Punta Ala, nel nostro Golf Hotel. Ti senti ancora toscano o gli anni a Milano ti hanno allontanato in qualche modo dalle tue origini?**

Mi sento un toscano in perenne trasferta. La mia toscانيتà la porto ovunque perché il toscano ha dei battiti diversi da tutti gli altri. I battiti li tengo dentro, sono una parte di me distintiva e molto importante. Devo dire che la Toscana mi piace, ma sto a Milano, ci abito e mi trovo bene, è una città che amo.

**Sei qui a Punta Ala con la tua famiglia. È difficile ritagliarsi del tempo durante l'estate visto che sei sempre in TV, a giugno, luglio, agosto, periodi caldi in tutti sensi anche per il tuo lavoro. Poi da quest'anno hai fatto tutte le domeniche. Come trovi tempo per la famiglia?**

Il tempo per la famiglia cerco di trovarlo sempre, e allo stesso modo loro mi sono molto vicini in ogni attività che svolgo.

Mia moglie sul lato letterario e mia figlia su quello musicale, tant'è che a volte ha prestato la sua voce in alcune mie canzoni. E ti dirò di più, ho anche messo su un gruppo musicale composto da ragazzi giovani e più avanti suoneremo in diversi locali. Facciamo un po' di sigle, un po' di mie cose, e ci divertiamo a riarrangiare i pezzi. Abbiamo una chat, ci mettiamo d'accordo per le prove, ma ogni volta c'è un problema, un impegno nuovo, sono musicisti importanti e lo fanno di professione. Quindi non riusciamo mai a incontrarci. Mi chiedono, “va bene lunedì?”, io rispondo “per me va bene”, “va bene martedì?” io rispondo “per me va bene”, “va bene mercoledì?” io rispondo “per me va bene”, poi vengono fuori mille impegni e io penso: ma solo io non

ho niente da fare? In realtà non è vero, faccio mille cose. Per tornare al discorso di prima, ho bisogno veramente di usare una metafora, un'immagine per spiegarmi, è come quando ero bambino e uscivo da scuola correndo, mica sapevo perché stavo correndo. Non c'era un motivo preciso, avevo solo bisogno di sfogarmi, di fare qualcosa che mi facesse scaricare fisicamente. Ho bisogno di sfogarmi in diverse direzioni, il perché non lo so.

**Il nostro è un gruppo che regala vacanze ed esperienze alle persone, che fa stare insieme le persone. Se parliamo di viaggi, di vacanze cosa non manca mai nella tua valigia?**

Un libro, e poi quello che vorrei veramente portare è la chitarra, che però occupa spazio. Mi porto sempre un libro, i miei testi, le mie cose, in modo che se nel luogo in cui vado trovo una chitarra almeno mi posso mettere a suonare.

**Prima di sederti qui, mi hai portato sul campo da golf. Anche il golf è una tua valvola di sfogo? C'è un giocatore che segui con particolare attenzione?**

Penso che il golf sia una bellissima verifica su se stessi, ti mette di fronte a prove ardue che vanno affrontate anche dal punto di vista mentale, questa è la prima cosa. Il secondo aspetto che mi fa amare il golf, è camminare nella natura, stare nel silenzio, nella pace, lontano dalla città e dal caos.

Il golf ti permette di stare in vacanza anche se non sei in vacanza, è per questo che mi piace.

Il giocatore a cui m'ispiro, spero non si offenda visto il mio livello... e di cui sono anche amico, è un giocatore che ammiro, e che vorrei tornasse a essere il giocatore che si pensava potesse essere, è Matteo Manassero.

**Abbiamo fatto 18 domande come le 18 buche del nostro campo golf. Ora facciamo la 19ma, perché il golfista ha anche questa buca. Vogliamo usare un termine golfistico “Hole in one”. Quale è stato l'“hole in one” della tua vita? La cosa che ti è riuscita meglio, il colpo incredibile.**

La mia famiglia senza dubbio, aver costruito questa cosa straordinaria, essere riuscito a disegnare così bene questo mondo nel quale vivo insieme a mia moglie e a mia figlia. Loro sono la parte migliore di me. E questo lo devo parecchio ai vari esempi che ho ricevuto, ai miei genitori prima di tutto.

**Grazie Alessandro per questa bella giornata trascorsa insieme, adesso è ora di un bel caffè.** — ■

## SPECIAL THANKS

Alessandro Bonan

Stefano Ballasini, Interview

Golf Hotel Punta Ala, Location

Riccardo Veltroni – Foto Nova Grosseto, Photo

Stile-Latino Napoli, Outfits

Ortigni, Shoes

Interview by Stefano Ballasini  
Location Golf Hotel Punta Ala,  
Photo © Foto Nova Grosseto

OUR COFFEE & INTERVIEW WITH

**ALESSANDRO**

**BONNAN**

**Hi Alessandro! While I was preparing this interview, we found ourselves in a bit of difficulty, we realized that it is not easy to ask questions to those who ask the questions by profession. So first we wanted to ask you, "How do you ask the right question?"**

To ask the right question, first of all we need to look into the eyes of the person and immediately speak to their heart, and do it with the heart, because only in this way can we enter into a sort of empathy with those you have in front of you, and you can understand which are the right strings to touch.

**You have been a professional journalist since 1999, how has journalism and journalists changed in these 20 years?**

First of all, thank you for reminding me of this fact, I have been doing this job for more than 20 years, I don't think about it often. Journalism has changed a lot, today we go less in depth than in the past, we dig less, it is more superficial, we say that journalism is a little more "disposable". Also because people have become accustomed to reading in a more hasty manner, they read on social media, document themselves on social media and often do it in a way that is not entirely correct. It happens that they find news that is not true. We read a lot

online, the web has become the main source and at the same time the fastest source. The way of telling a news story online is certainly different, made up of fewer characters, of a speed that once clearly did not exist. First you had to go and buy the paper and read the news on the printed paper. Everything has changed in the television world over the past 20 years. As for me, I describe the sport and I still try to keep the bar straight on a story that is made of both feelings and emotions related to people. The aim is to provide entertainment and fun.

**I have some questions to ask about it. Meanwhile, I'd like to remind you that, 20 years ago, you started your career with a small private Tuscan broadcaster, Rete 37, with a program called "La Tribuna" in which, of course, there was talk of football. Where did this desire to report sport come from?**

Well, soccer has always been my greatest passion. As a child I dreamed of being a footballer, but I soon realized that it wasn't for me. I was good, yes, but nothing special. Nevertheless, the passion for football has always accompanied me. So, when I started doing this work in a city like Florence, I immediately imagined venturing into

the sport's story, the story tied to football. I did everything in the beginning, politics, news, crime news. When I joined this little broadcast company, I got used to doing anything, I think it was a very important school for me. I remember that I followed the Pacciani trial at the time, on the day of the sentence there was a very long live broadcast, they were many hours live, something that for a rather young, and rather inexperienced lad, was very formative. Then came the moment of the basketball boom, in Tuscany there were 6 teams between serious A1 and A2, and there was my first approach to sport, not with football, but with basketball. I did it very willingly, then the jump with this transmission that was called "La Tribuna", and that was considered a bit different compared to the classic local broadcasts because it traveled a bit crosswise with respect to the practice of going straight to the heart of fans. I've always tried to get out of those patterns, from the logic of belly cheering, I say this without wanting to criticize anyone. Let's just say that it was my goal immediately.

**Evidently, your intuition was right. Today you work for SKY, you are one of the most known, recognized and**

# JSH A COFFEE WITH

**important conductors in this sector. But would you have ever imagined yourself so successful? You have calculated everything, did you already had the drawing clearly in mind, or it was more like a dream: who knows if I'll ever get to do it?**

Things took shape slowly, I started working and I grew up working more and more, but I didn't imagine where all this would take me. Not having much confidence in my means, at the time I thought I wasn't that good. I also liked playing, I had this passion for songs, but even there, I wasn't sure I was up to it. When I started making television, they told me that I had the fabric, that I was able to do it well, that it was natural and very spontaneous. And then I started to believe it a little more and I let myself be guided by ambition, which led me immediately to do important things. I aimed high, but I also did a lot of training and I never jostled, as they say in jargon. Slowly, step by step, I arrived.

**Let's take a time jump and get to 2008. From then on you give the face and the voice of one of the most popular and well-known SKY programs, or "SKY Football Market"**

In fact the transmission was born initiated in 2004.

**And there is also a moment, during the 2006 World Cup, in which you work with Ilaria D'Amico.**

Yes, with Ilaria D'Amico I did the world championships. In 2003, with Massimo Corcione, I joined Sky Italia that year, and in 2004 I started doing this Calcio Mercato thing.

**And since then, on summer nights, you kept company with millions of fans eager to hear about their favorite teams and champions. How did you come up with a program based on the Football Market?**

The then Director Massimo Corcione proposed me to do this program. When I arrived in Milan, in the years of "TELE+", before Sky was born, I was in charge of the market show because, however, the football market was the one that from the point of view of the news gave greater satisfaction. If we have to talk about the football that makes news for excellence, let's talk about the football market, the news was there. Among other things, in Tuscany, even quite independently and autonomously, I had begun to keep certain relationships with agents and colleagues who dealt with the market. I had a phone book that allowed me to reach them.

So, Corcione had this intuition and I started in a sort of double role as program presenter and, at the same time, a man in search of news, Di Marzio in 2004 was still there. Within a short time, this young boy who had just started collaborating with Sky was noticed by Corcione who said to me "Look, that boy seems to be awake, he's the coach's son, he has a very attentive look". And we decided to try. From that moment and in a gradual manner, Di Marzio has increasingly dealt with the news, and so up to the present day.

**You have already given us some anticipation, but we want to ask you the question anyway. Your program reminds us of a refined, elegant living room, where the tones are always calm and you can express a thought without feeling attached. So, Alessandro, can we talk about football even without shouting?**

No, you MUST talk about football without shouting. First of all, you have to stop screaming, this is a real invitation that comes to me to those who deal with communication, but also to those who are in a living room to talk. We must always try to respect the ideas of others, and listen to them above all, because we have this propensity to not listen, and to listen a lot to ourselves and little to others. With a touch of irony and lightness, one must try to set up the conversation. You don't have to scream, because you already scream too much on social media, in television broadcasts. At least, this is my style, I don't want to go into the merits of different choices. With my style we can say everything, even uncomfortable things, even rather deep criticisms, but with a tone that must remain relaxing. There is also to say that, in the case of Calcio Mercato, I go on the air at 11 pm, people are at home on the couch, they don't want to be attacked by these situations, I have to accompany the spectators in the night, don't upset them.

**For some time you have called it "The Original", why?**

Because it seemed right to give the program a distinctive sign. Soccer Market is a brand that works, you can't remove it from the title, but over time so many programs have been born in football market and so I said to myself: let's put this extra thing. It does not mean that we are better than others, but that we are different, yes, yes.

**There was a special transmission, please tell us about this. Thinking about your program, that event immediately comes to mind, the launch of Milito's contract. We would like to ask you if the famous "launch of the contract" was one of the most important moments of your show.**

The contract by the trainer Pastorello was one of the most

enjoyable and suggestive moments of the broadcast. In that launch there was a whole era, which had already ended, today it would no longer be possible. Now there is the telematic contract, you send it via email, with the pec, in code. At the time, instead, there was this gesture of Pastorello, even a little unconscious if we want to, that he was desperate and did not know how to carry this contract, and thought well, with a touch of absolute genius, to launch it. When I saw the scene I did not miss it: I tend to be very careful in the crucial phases of situations, I am always on the piece, in the place, I am interested in capturing everything that happens. Initially it seemed to me that I saw badly, then everyone shouted "he launched the contract!" And immediately it occurred to me when we launched paper airplanes at school, I had this flashback and I think I also said it live.

**In addition to being the face of Soccer Market, since 2012 you have also become an actor thanks to the song "Millions of millions", you are also an Italian singer.**

In fact, on Wikipedia we talk about "Italian singer". Occasionally yes, I also sang. As I said before, I keep this passion for the song, I have it since I was a boy. There was a time in the past when it seemed like it would come out. Since I was attentive to the acronyms, for the program I had always chosen them carefully, initials made by others in previous years until I said to myself: but why don't I do it, the initials? And so it was, it was fun, a way to communicate the program to the outside, and put the spirit of the program into it. This is a principle that goes back to the initials of the Seventies, to the programs of the Seventies, those of Saturday night: almost all of us remember them first of all for the initials, they are the notes of the abbreviation that make us enter the program immediately, and boom. I say that a program starts with the acronym, not after the acronym, which is also why I wanted to do it. The first time was a kind of test, but it was such a successful test that success was immediately great.

**The song will go to the top of the charts on iTunes and on music download platforms. You have also organized a charity event. Did you expect so much success? But above all, did you feel a bit like the Britney Spears on duty when your song finished in first place on the charts?**

We say yes, I did not put my head up, but I remember a night call from Di Marzio who monitored the escalation of the song: "you're climbing, you're the sixth, you're the fifth, fourth, third place...!". It was an exhilarating moment that he never repeated, to tell the truth. Perhaps it was the novelty, or perhaps even the discourse of linking the acronym to a charity action, as it often happened later. In any case, I see that even today many are waiting to find out what there is going to be.

**Music is definitely an important part of your life, so much so that you made a documentary about the great Luigi Tenco. Does it inspire you some way?**

It is true that I made a documentary on Luigi Tenco, and it is also very beautiful, but no one will ever see it because Tenco's family members opposed its distribution for reasons that I do not understand. In reality I was upset, because there was also a nice connection to the territory of Tenco, to its logos. It wasn't the usual morbid story about Tenco's suicide, there were his origins, his art and his way of being, it was a beautiful project, so I'm sorry.

To return to the question, it is not so much a question of being inspired by Tenco, he was an extraordinary precursor and if you analyze his texts, what he could communicate in the song, you realize that he really knew how to speak with the heart, a language that does not had never been heard before.

**Besides being a journalist, presenter, songwriter, you are also a writer. A few months ago your second book "La giusto parte" (The Right Side) came out, which, after 6 years, is added to your work "Anatomy of a voice". What brought you writing?**

It's a difficult question because I honestly don't know what prompted me to write. There comes a time when things happen. I was driven by someone who would later become my agent, consultant and friend, he said to me "You are a very good writer, I know because I know how you talk, I know your verbal language and your ability to capture time". So I started and I realized that it was a form of expression that I really liked, that I should continue and improve. I think I did it in a very short time, if we talk about writing I feel very satisfied because it is perhaps my best form of expression and it is the one in which I made the most important progress since I started to date. For me it is also a form of escape and fun that I would never give up. If you ask me "How do you see yourself from very great", I answer you: "I see myself writing books".

**Where does this desire to communicate come from in so many ways?**

It's a good question, it's the first time I've been asked a question like that, which moves strong emotions. I think it

was born from the inner difficulties that I had as a boy and that I had never pulled out, with which I had never before compared a lot. There was a moment in my life when this showdown with myself came, at first it disoriented me, I didn't understand where it came from, but I faced it and I believe that it all started from there. It is not a fact that happened too long ago, we are talking about quite recent history. The step forward, whether we speak of writing, or music, even of the profession of television journalist, has taken place in the last 10, 15 years maximum. When a thing happened and I faced it.

**I read somewhere that you don't like social media too much, or rather that you think they are misused. What do you mean? Do you use Twitter for example?**

Yes, in the form of information, I sometimes document, then I always go to check if what was written is true or not. Social media is a bit like a collective forum, a way of confronting and being with people, and I like this aspect. What I don't like is that the social media is used to insult or hit others, both the person and the ideas. You are given the opportunity to express yourself using verbal violence. There are violent people in the world, many are physically violent. On social media, there are verbally violent ones that want to hurt you with words, and I really don't like that.

**Today we are here in Punta Ala, in our Golf Hotel. Do you still feel Tuscan or have the years in Milan removed you in any way from your origins?**

I feel like a Tuscan in constant travel. I wear my Tuscan everywhere because the Tuscan has beats different from all the others. I keep the beats inside me, they are a distinctive and very important part of me. I must say that I like Tuscany, but I'm in Milan, I live there and I feel good, it's a city I love.

**You're here in Punta Ala with your family. It is difficult to carve out time during the summer as you are always on TV, in June, July, August, warm periods in all senses even for your work. Then this year you did every Sunday. How do you find time for the family?**

I have a lot of time, now I put together a musical group made up of young boys and later we'll play in different clubs. Let's do a few acronyms, a bit of my stuff, and have fun rearranging the pieces. We have a chat, we agree for rehearsals, but each time there is a problem, a new commitment, they are important musicians and they do it by profession. So we can never meet each other. They ask me, "Can we meet on Monday?", I say "It's okay for me", "What about Tuesday?" I say "It's okay for me", "Wednesday?" I say "It's okay for me", then a thousand commitments come out and I think: But is it only me that has nothing to do? In reality it is not true, I do a thousand things. To go back to the previous speech, I really need to use a metaphor, an image to explain myself, it's like when I was a kid and when I was out of school I went running, I didn't know why I was running. There was no specific reason, I just needed to let off steam, to do something that made me physically unload. I needed to let off steam in different directions, why I don't know.

**Ours is a group that gives holidays and experiences to people, that makes people stay together. If we talk about travel, about vacations, what's never missing in your suitcase?**

A book, and then what I really want to bring is the guitar, which however takes up space. I always carry a book, my lyrics, my things, so that if at least I can find a guitar in the place where I go I can play.

**Before we sat down here, you took me to the golf course. Is golf also your outlet? Is there a player you follow with particular attention?**

I think that golf is a beautiful test of yourself, it puts you in front of difficult tests that must be faced also from the mental point of view, this is the first thing. The second aspect that makes me love golf is walking in nature, staying in silence, in peace, away from the city and chaos. Golf allows you to stay on vacation even if you're not on vacation, that's why I like it.

The player to whom I inspire, I hope not to be offended given my level... and of which I am also a friend, he is a player that I admire, and that I would like to return to being the player who he was thought to be, is Matteo Manassero.

**We asked 18 questions like the 18 holes of our golf course. Now let's do the 19th, because the golfer also has this hole, (the clubhouse). We want to use the hole-in-one golf term. What was the "hole in one" of your life? "The thing that succeeded you best, the incredible shot?"**

My family no doubt, having built this extraordinary thing, having managed to draw this world so well in which I live with my wife and my daughter. They are the best part of me. And this I owe a lot to the various examples I received, from my parents first of all.

**Thanks Alessandro for this beautiful day spent together, now it's time for a nice coffee.** — ■



# DRIP COFFEE

# FILTER COFFEE

CAFFE PASCUCCI



[WWW.FACEBOOK.COM/PASCUCCIORREFAZIONE](http://WWW.FACEBOOK.COM/PASCUCCIORREFAZIONE)

[WWW.PASCUCCI.IT](http://WWW.PASCUCCI.IT) puoi ordinare online nel sito [WWW.PASCUCCISTORE.COM](http://WWW.PASCUCCISTORE.COM)



# SELETTI



(R)EVOLUTION IS  
THE ONLY SOLUTION

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