

talentoitaliano

talent speaks italian everywhere

Moda e Lusso

LE IDEE DI SUCCESSO
PER LO STILE
PERSONALIZZATO

Editoria

IL DIGITALE
CHE AVANZA

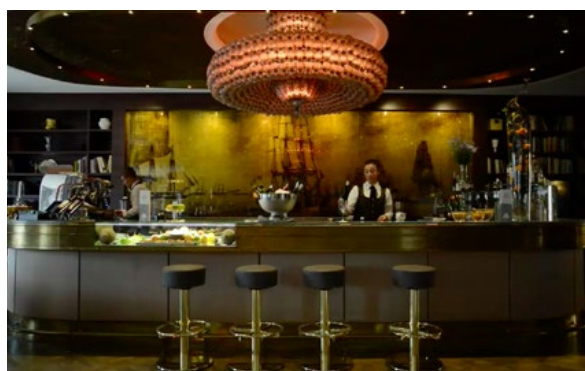
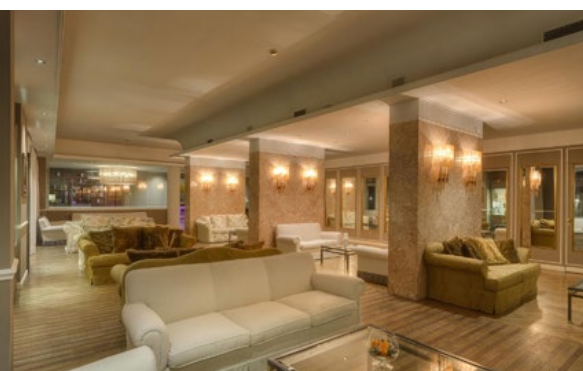
Business e Marketing

STRATEGIE PER APPARIRE
E PER ESSERE...
I NUMERI UNO

I geni del Bel paese

Il Made in Italy non si ferma mai

*Gli imprenditori dinamici e coraggiosi che ce l'hanno fatta,
dall'editoria alla moda, dal marketing al teatro, dal vino al cibo.
Ogni storia racconta un esempio da seguire anche per i giovani
che si affacciano al mondo del Business.*



PLAZA HOTEL LUCCHESI ^{★★★★☆} FIRENZE

87 camere e 10 suite arredate con garbo, confortevoli e silenziose, 2 eleganti sale *meeting* ed eventi, organizzate e attrezzate in modo da soddisfare le esigenze di ogni cliente.

Il ristorante dell'Hotel è ambientato in una accogliente sala affacciata direttamente sui lungarni, per accompagnarvi in un appetitoso viaggio attraverso diverse delizie culinarie locali e internazionali.

Parcheggio privato a pagamento.

Lungarno della Zecca Vecchia, 38 - Firenze
Tel. +39.055.26236 - lucchesi@toflorence.it

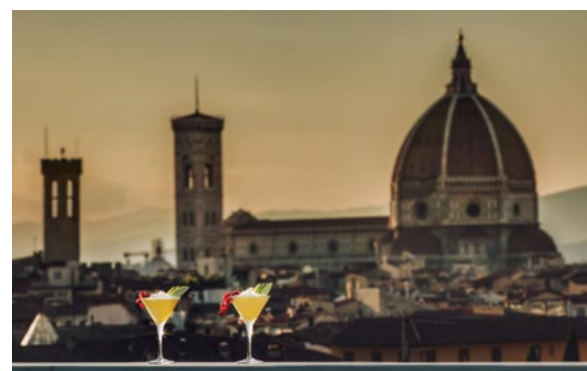
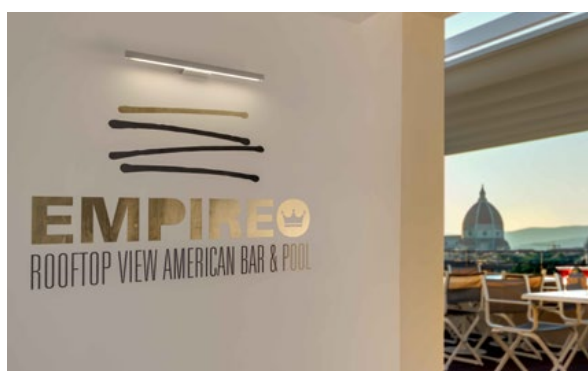
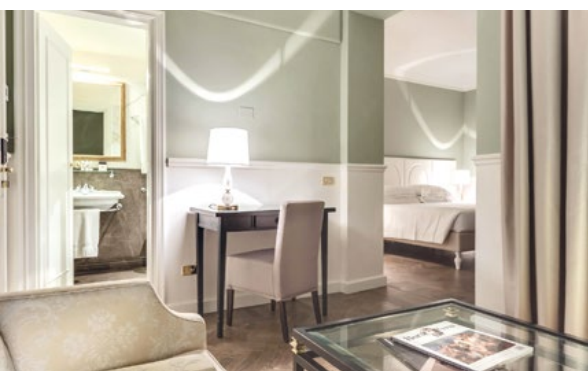


PLAZA HOTEL

LUCCHESI

FIRENZE

★★★★☆



PLAZA HOTEL LUCCHESI ★★★★☆ FIRENZE

Situato nel cuore pulsante di Firenze, a due passi dal Ponte Vecchio e dagli Uffizi, lo storico Hotel Plaza Lucchesi rappresenta fin dal 1860 l'eleganza e la calda accoglienza di questa fiorentina città d'arte. Affacciato al fiume Arno, offre a sud l'incantevole panorama delle colline di San Miniato a Monte e di Piazzale Michelangelo, a nord l'imponente vista sui tetti della città, su Santa Croce e sul Duomo da godere anche dallo splendido RoofTop & Pool.



www.hotelplazalucchesi.it

talentoitaliano

sommario



8

Media Distribution

**Johnsons
Holding**



36

Jewelry and Luxury Watches

**F. Veronesi
& Figli**

12

Luxury
Linens

Pratesi



38

Supercar

Pushstart



16

Custom Life

**My Style
Bags**



40

Italian Vineyards

**Agricola
Fabbriche**

20

Trading
HD

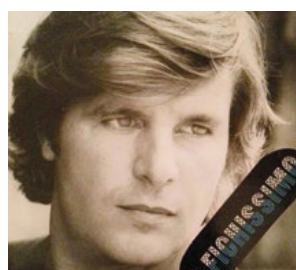
Hintermann & Diaz



44

Healthcare

**Prof. Pipino
Gennaro**



24

Actors Studio

**Mauro
Di Francesco**



46

Fabrics and Tailoring

**Alessandro Pivetti
Sartoria**

28

Business
Integrator
AGEMA®



48

Passion for Elegance

**Marinella
Napoli**



32

Technique
and Technology

Sicor-Sureco



50

Masterchef

**Ristorante
Cavalluccio Marino**

Italiani, Popolo di Santi, Poeti, Navigatori e... Imprenditori. Non solo nel senso stretto del termine, ovvero uomini e donne d'affari, sia beninteso, ma anche e soprattutto nel senso di intraprendere, sperimentare, mettersi in gioco seguendo le proprie piccole o grandi ambizioni.

Gli esempi di italiani di successo in Italia, nel Mondo e attraverso la storia, sicuramente non mancano, siano essi attinenti al mondo degli affari, della scienza, dell'arte o dello sport.

Furono imprenditori di successo Leonardo Da Vinci, Michelangelo, I mercanti della Serenissima Repubblica di Venezia come oggi lo sono coloro che ne hanno idealmente continuato il percorso.

Avendo avuto l'opportunità di vivere e lavorare in contesti internazionali per due decenni, ho avuto personalmente la fortuna di incontrare e di lavorare con Italiani di successo in molti paesi e nei più svariati campi: dai professionisti delle piccole, ma ad alto contenuto di qualità, aziende manifatturiere e della ristorazione ai "Capitani" di grandi aziende multinazionali, dagli imprenditori innovativi nel mondo delle *start-up* ai consulenti di strategia e pianificazione.

Tutti accomunati da un alto talento di base, non solo accademico ma anche e soprattutto fatto di valori e competenze tramandati attraverso le generazioni: il sistema della formazione in Italia facilita un rapido inserimento nel mondo del lavoro e una altrettanto veloce capacità di rapportarsi con clienti, *partner* commerciali e istituzioni: ciò è sicuramente apprezzato e visto come un valore aggiunto.

Inoltre, agli occhi degli osservatori internazionali, la passione nel fare il proprio lavoro è un altro tratto positivo associato all'indole degli Italiani, così come lo è lo spirito di innovazione e imprenditorialità su cui gli Italiani di successo sovente hanno saputo fare leva per imporsi.

Con l'avvento delle nuove tecnologie digitali, il rinnovato interesse per prodotti e servizi ad alto contenuto di qualità e specializzazione e l'apertura di nuovi mercati, in termini geografici e di opportunità, nuovi e promettenti scenari si stanno aprendo per gli Italiani che sapranno continuare a coniugare la propria ambizione con l'innegabile talento e passione che li contraddistinguono.

In bocca al lupo a tutti noi!

Manuele Munerati

Esperto in Enterprise Technology Strategy & Innovation

Londra, Regno Unito



Manuele Munerati consegue la Laurea in Scienze Politiche presso l'Università di Bologna nell'anno 2000. Dopo un periodo di studio alla *University of Manchester* nel Regno Unito si trasferisce negli Stati Uniti dove completa un Master MBA (*Master in Business Administration*) presso il *Daniels College of Business della University of Denver* e lavora nel settore tecnologico e finanziario. Dal 2003 risiede nel Regno Unito dove ha ricoperto significanti incarichi di *management* nel settore *business to business* di grandi imprese di tecnologia e di consulenza e tra i tanti prestigiosi clienti annovera Airbus, Jaguar Land Rover, Heineken, British Telecom, France Telecom e Deutsche Telekom.

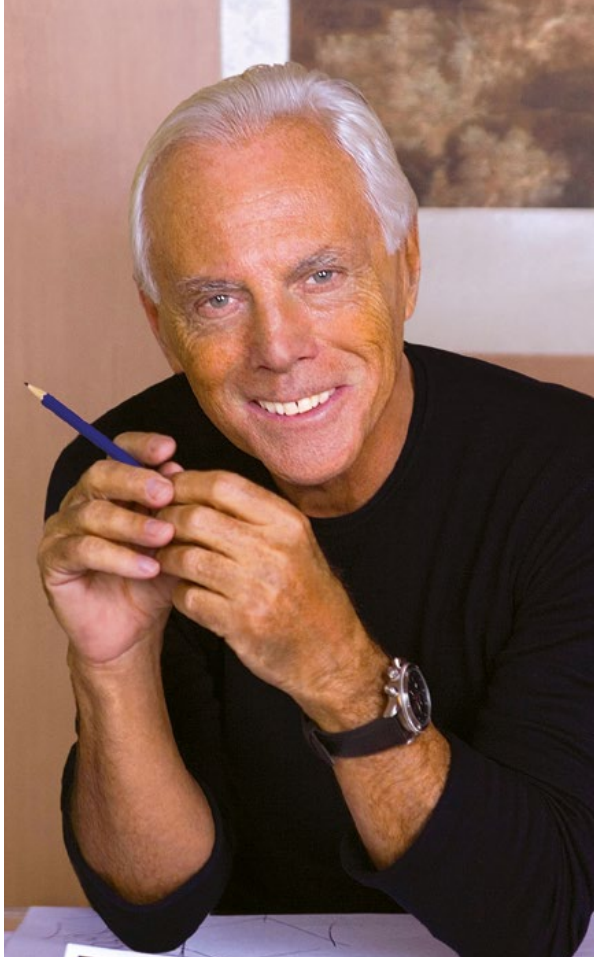
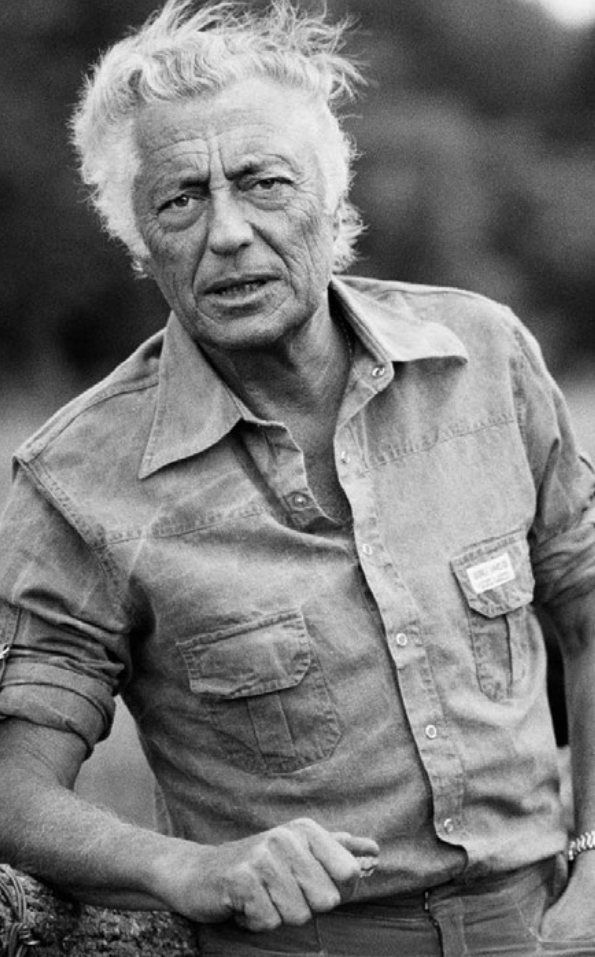


Accenno alla storia ed elogio del Talento Italiano

Cos'è il Talento? È ingegno e capacità, un dono naturale, forse divino, che le persone dimostrano nelle arti così come nella imprenditoria e nello sport esprimendosi attraverso le proprie opere.

Il corso della storia è stato positivamente solcato da molteplici uomini italiani che hanno dimostrato il talento e la sua adattabilità, trasformandolo di pari passo con la società e con le sue esigenze. Da qui appunto l'ingegno che dapprima intuisce poi soddisfa l'esigenza del momento storico modificandone il percorso. Da Giulio Cesare in poi, cruento conquistatore ma anche uomo di cultura, arte e filosofia, curioso esploratore e dettagliato scrittore nel suo *De bello Gallico*, sono infiniti gli esempi nei quali i *geni italiani* si sono espressi incidendo indelebilmente il

proprio nome nelle arti, nella scienza, nella imprenditoria e nello sport. Ed è così che ancora oggi il Mondo ammira estasiato le opere di Giotto, legge con passione i viaggi e le scoperte di Marco Polo, prende spunto dalla letteratura di Dante Alighieri o Boccaccio, festeggia la scoperta dell'America grazie a Cristoforo Colombo e Amerigo Vespucci, visita i musei per dire *"l'ho vista"*....la Gioconda o Monna Lisa di Leonardo Da Vinci, considerato il più grande genio della storia della umanità. L'elenco potrebbe essere infinito e volendo scendere nel dettaglio andando alla ricerca delle storie meno note emergerebbero personaggi incredibili. Così, in questo breve accenno mnemonico ma immenso elogio del *Talento Italiano*, è facile accorgersi che i turisti che visitano l'Italia, dalle città



più grandi ai piccoli borghi, restino rapiti dalle opere del Caravaggio e del Michelangelo così come da meno noti artisti che hanno affrescato e decorato palazzi e chiese.

Alla storia di questi talenti spesso si affianca e si accavalla il mito e qui il pensiero corre anche alla musica con Antonio Stradivari, il più famoso liutaio del Mondo, e Niccolò Paganini, che con i violini costruiti dal primo ne ha raggiunto se non superato la fama.

Successivamente ai talenti espressi nella scultura, nella musica e nella letteratura lo scorrere dei secoli lentamente affianca altri talenti, in particolare nella imprenditoria, nella scienza e nel cinema e teatro e nello sport.

Nascono così personaggi che creano dinastie di imprenditori come Enzo Ferrari, Giovanni Agnelli o Camillo Olivetti che cederanno i timoni delle loro innovative aziende ai figli e ai nipoti; scienziati come Guglielmo Marconi, Enrico Fermi e Rita Levi-Montalcini che dedicheranno il loro talento alla ricerca e saranno insigniti del Nobel, lodevole premio di prestigio mondiale; attori e registi come Federico Fellini, Vittorio De Sica, Marcello Mastroianni, Anna Magnani che con le loro indimenticabili interpretazioni racconteranno dell'Italia e degli italiani facendoli conoscere al mondo intero; sportivi come Tazio Nuvolari e Fausto Coppi che faranno riecheggiare l'importanza delle loro imprese ben

oltre i confini nazionali. La seconda metà del Novecento e l'inizio di questo nuovo Millennio hanno continuato e continuano a portare in primissimo piano personaggi italiani che primeggiano grazie al loro talento in ogni settore e così, ancora una volta lasciando il suggerimento a una memoria agile ci si ricorda dello scrittore Umberto Eco, degli stilisti Valentino Garavani, Giorgio Armani, Miuccia Prada e Maria Mandelli (Krizia), del tenore Luciano Pavarotti e dei cantanti Andrea Bocelli, Lucio Dalla o Laura Pausini, dell'attrice Sophia Loren, dell'architetto Renzo Piano, del fotografo Oliviero Toscani, dell'astronauta Samantha Cristoforetti, degli sportivi Roberto Baggio e Flavia Pennetta.



Il Mondo da sfogliare

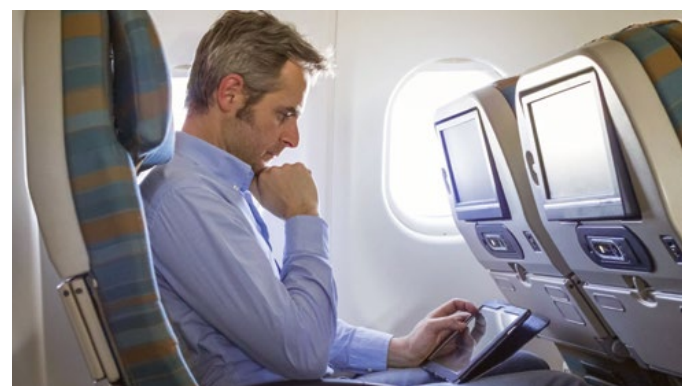
Raggiungere, distribuire, informare

Achille Palma insieme a Tiziano Magni, suo socio, crea nel 2005 **Johnsons Holding** con il fine di raggruppare le sue già esistenti e future società nel campo dell'editoria. In 20 anni entrano quindi a far parte della Holding: *Johnsons International News Italia Srl*, *P Publishing Srl*, *Johnsons Inflight News Italia Srl*, *4 Action Media Srl*, *Johnsons Books* e *Spia Games Srl*.

Johnsons International News Italia, azienda italiana *leader* nell'*export* di giornali quotidiani e di periodici, fondata da Achille Palma nel 1994, vanta un portafoglio clienti che comprende 500

titoli esportati in più di 50 paesi attraverso 70 distributori internazionali. In aggiunta ai servizi di esportazione tradizionale, **Johnsons International** offre ai piccoli e medi editori un valido affiancamento nello studio, nello sviluppo e nella distribuzione dei loro periodici in lingua locale in Germania, Francia, Spagna, Regno Unito e USA. In area *import* **Johnsons International** con la struttura distributiva di *Press-Di*, società del Gruppo Mondadori, è in grado di garantire la migliore diffusione su tutto il territorio nazionale.

P Publishing, creata da Achille Palma nel 1998, si occupa di distribuzione di



 **Johnsons**

Johnsons
BOOKS

4action
media

spia
game2
OUTDOOR-AGENCY

giornali quotidiani e periodici ad alberghi e circuiti dedicati. *Leader* nel mercato, negli anni ha sviluppato una rete capillare di distribuzione che comprende più di 500 alberghi.

Johnsons Inflight News Italia, fondata da Achille Palma nel 1997, offre la distribuzione di quotidiani e riviste a compagnie aeree e *Vip Lounge* in tutti gli aeroporti italiani e, attraverso le *partnership* straniere, in tutti i più importanti aeroporti internazionali. Vanta attualmente più di 40 compagnie aeree che le affidano il proprio rifornimento di “*reading material*” a bordo e presso i *gate* di imbarco. Grazie alle diverse tipologie di servizio offerto, sono a disposizione i più prestigiosi quotidiani nazionali, locali e stranieri reperibili in Italia, oltre a una ampia scelta di periodici nazionali e internazionali.

Più recentemente, nel 2014, nasce **MEDIA BOX** pensata da Achille Palma e

Tiziano Magni per offrire, tramite Johnsons Inflight e P Publishing, un nuovo servizio per la distribuzione digitale di quotidiani e periodici nazionali e internazionali in Italia e nel Mondo, diventando in breve tempo la più efficace piattaforma di edicola digitale B2B per il settore *Hospitality*.

MEDIA BOX è attivata all’interno delle strutture che operano nel settore dell’ospitalità: **Hotel e Resort, Vip Lounge, navi da crociera, treni e aerei.**

Il servizio permette alle strutture clienti, per esempio gli hotel, di offrire ai propri ospiti il collegamento a una edicola digitale con una varietà di testate, nazionali e internazionali, mai vista in passato e agli Editori di raggiungere il proprio *target* di lettori in qualsiasi parte del Mondo, in tempo reale, senza costi di carta, stampa e spedizione.

Johnsons Books, fondata da Achille Palma e Tiziano Magni nel 2013 è l’azienda del

gruppo che si occupa di distribuzione, di libri stranieri, provenienti da tutto il Mondo e di una attenta selezione di libri italiani di forte interesse con un potenziale diffusionale totale di oltre 1.800 librerie in tutta Italia.

4 Action Media, la casa editrice del gruppo Johnsons, è l'unica *publishing company* italiana dedicata al mondo degli *action sport* a 360 gradi. Con oltre 1.000.000 di copie cartacee stampate annualmente e distribuite in oltre 20.000 edicole e in 400 negozi specializzati, 200.000 visitatori unici mensili sul proprio portale **4Actionsport.it**, oltre 100.000 *trafan e follower* sui principali *social media*. 4ActionMedia è il più grande gruppo editoriale italiano specializzato in pubblicazioni dedicate a Snowboard, Surf,

Freeski e Freeride, Windsurf, Skateboard, Kitesurf, Sup, Bike, Running e Outdoor. 4ActionMedia ha l'intento di comunicare il mondo degli *action sport* per promuoverli non solo fra gli appassionati e gli addetti ai lavori, ma anche verso i praticanti occasionali alla ricerca delle prime informazioni, dando luce a un progetto dalle linee guida editoriali e dalle potenzialità promozionali estremamente innovative.

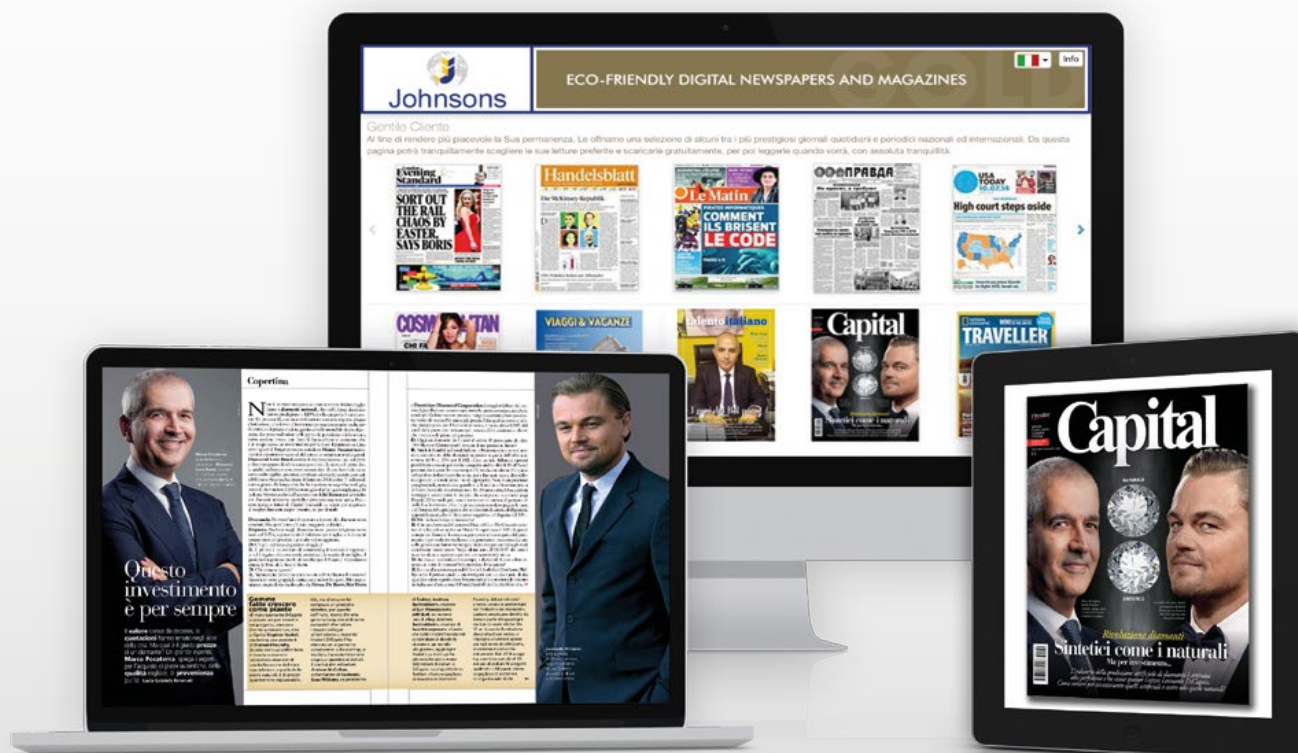
Spia Games, è l'agenzia di eventi del gruppo Johnsons, specializzata nell'*outdoor* e nella ideazione e gestione di progetti di comunicazione integrata in *sportmarketing e product placement*.

Il mondo *outdoor* come strumento di comunicazione, valori e cultura legati agli spazi della casa editrice 4 Action Media.



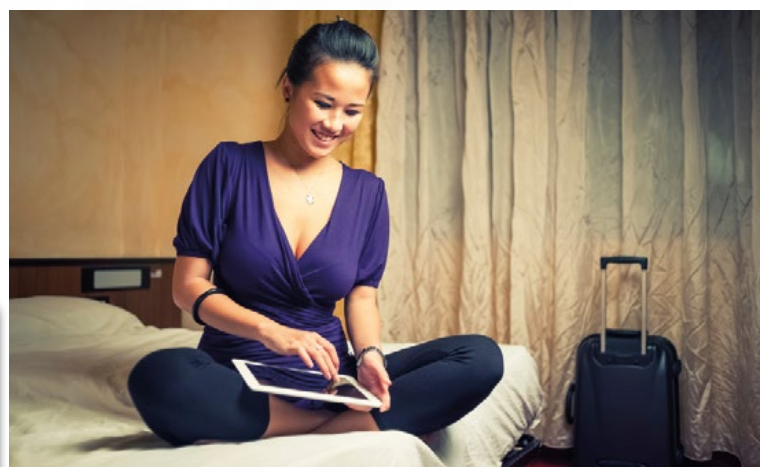
MEDIA BOX

LA NUOVA EDICOLA DIGITALE



***Media Box è la nuova edicola digitale per hotel e resort,
con quotidiani e periodici sempre aggiornati***

Media Box è un servizio unico,
semplice, rapido ed efficace per
avere a disposizione quotidiani
e riviste da scaricare in hotel
e leggere ovunque si voglia.



Collegandosi alla Wi-Fi dell'hotel
con il proprio dispositivo (tablet,
smartphone, pc) l'ospite accede
alla vetrina dove può selezionare
i titoli preferiti da leggere online
o scaricare e salvare gratuitamente.





Pratesi Lab

L'officina
del lusso

Un'antica tradizione toscana vedeva madri e figlie riunite insieme per realizzare preziosissimi lini ricamati a mano. All'inizio del Novecento, il giovane mercante di vini Remigio Pratesi ebbe la brillante idea di commerciare tovagliati di pregio ricamati a mano assumendo queste esperte lavoranti con un contratto di esclusiva. In questo modo, Remigio ottenne al tempo stesso il massimo della qualità e uno stile inimitabile.

Idea questa, che avrebbe trasformato le fortune della famiglia in una delle leggende del lusso dei giorni nostri.

Brunetto, figlio di Remigio, iniziò a vendere i loro capolavori ai mercanti inglesi nel porto di Livorno e, molto presto, divenne il principale fornitore della lussuosa meta turistica toscana di Forte Dei Marmi, dove, nel 1946, la famiglia aprì il primo negozio Pratesi.

Nel 1958 fu inaugurato lo splendido negozio di Via Montenapoleone a Milano: il marchio iniziava a espandersi. Athos Pratesi, terza generazione della famiglia, era animato non solo da una brillante mente imprenditoriale, ma anche dal forte desiderio di fare di Pratesi un nome conosciuto in tutto il Mondo. Sapeva di dover mantenere un delicato equilibrio: preservare il tocco di suo padre e allo stesso tempo introdurre le collezioni in mercati inesplorati.

Intorno al 1966, Aldo Gucci portò Athos a New York. Prese avvio una piccola vendita all'ingrosso e le più eleganti *boutique* americane di biancheria iniziarono a rivendere la linea.

Nel 1972 Athos e sua moglie Dede scelsero Madison Avenue per il loro primo negozio negli Stati Uniti; in poco tempo Madison Avenue divenne una delle vie più eleganti al Mondo e Pratesi una delle

segue a pagina 14

A photograph of a bed with grey and white striped bedding, including pillows and a duvet, positioned in front of a window. The window looks out onto a balcony with a white railing and some greenery. The lighting is soft and natural, coming from the window.

Pratesi

All seasons luxury

www.pratesi.com



segue da pagina 12

mete irrinunciabili. Seguirono le altre *boutique* e la famiglia Pratesi conquistò magnati, artisti e celebrità di Hollywood, tanto che il marchio divenne uno status *symbol* del *jet-set* di tutto il mondo.

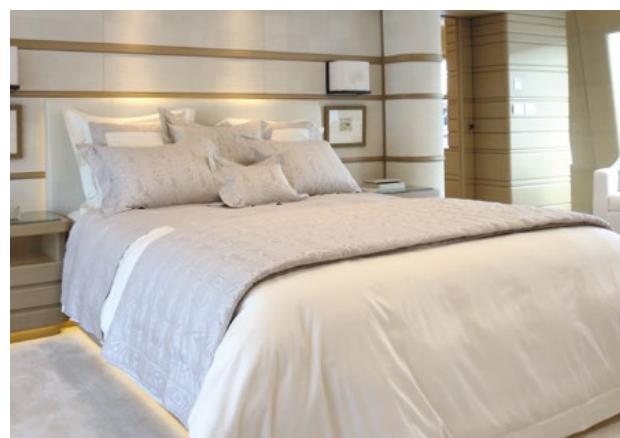
Oggi i successori di Remigio, Federico e la sua famiglia, insieme a un saldo *team* manageriale, lavorano insieme per raggiungere un obiettivo comune: l'eccellenza. Più recentemente, la quinta generazione si è unita alla divisione Yacht & Progetti Speciali della società.

Nella sede della società fuori Firenze, un fidato staff di stilisti, tessitori e ricamatori produce biancheria con metodi da alta moda – a mano, e con una cura che non appartiene a questo secolo.

“I nostri artisti operano con il pieno supporto della nostra famiglia” dice Federico. “Quando lavoro con loro, per me diventa davvero chiaro qual è la più grande risorsa della nostra azienda”.

A Federico Pratesi, presidente della Holding, spetta un ruolo di coordinamento e rappresentanza che, in sintonia con la gestione manageriale del nuovo *CEO* Simone Bocchio, danno vita a un innovativo corso aziendale volto alla crescita e all'espansione internazionale di Pratesi. Simbolicamente inaugurato durante la Milano Design Week, il nuovo *Head Quarter – Showroom*, ospitato all'interno di Palazzo Serbelloni, in corso Venezia, 18, unisce l'anima operativa a quella più creativa del *brand*: 700 metri quadri suddivisi in 11 ambientazioni arredate con elementi simbolo della collezione Fall / Winter 2016 con la quale Pratesi, per la prima volta, unisce la tradizione all'innovazione, per esempio con l'impiego di fili in oro, argento e bronzo su motivi classici del *brand* come le *Tre Righe* o la *Treccia*.

Pratesi®



Showroom Palazzo Serbelloni. Corso Venezia 18, Milano
customerservice@pratesi.com
+39 0573 32853

My Style Bags nasce nel 2008 dalla creatività di Lorenza Bellora che, alla passione per il *design*, unisce l'idea di personalizzare borse e accessori con monogrammi ricamati, per valorizzare l'originalità del pezzo unico che rappresenti il carattere di chi accompagna in viaggio, in ufficio e nella vita di tutti i giorni.

Amante dello stile e del buon gusto, Lorenza Bellora sviluppa una grande conoscenza di materiali pregiati che la spinge a diventare l'ideatrice e la Direttrice Creativa di My Style Bags, con il progetto e il lancio di una linea di borse personalizzabili in pochi minuti con iniziali o nomi ricamati.

"Ho deciso di creare borsoni e accessori di alta qualità prodotti artigianalmente in Italia, per viaggiare comodamente senza dover rinunciare allo stile personale che le nostre borse rappresentano" spiega Lorenza Bellora. *"La personalizzazione è per My Style Bags soprattutto una filosofia che decide di dar voce alla personalità piuttosto che*

segue a pagina 18



My Style Bags

La filosofia che valorizza la personalità





MY STYLE BAGS

M I L A N O

www.mystylebags.it



MY STYLE BAGS M I L A N O



segue da pagina 16

al logo, rendendo le nostre borse molto competitive, uniche, originali e sempre più apprezzate” continua la Direttrice Creativa.

Oltre alla personalizzazione, la giovane azienda milanese sceglie il *Made in Italy* come punto di forza riferimento qualitativo anche per la clientela internazionale, proponendo una vasta gamma di articoli funzionali e sofisticati, capaci di unire un elegante *design* a materiali ricercati. Dopo il primo monomarca My Style Bags in via Ruffini a Milano, l'azienda inaugura a sempre a Milano, il *minimal flagship store* in Corso Garibaldi. Successivamente è la volta di Sorrento, poi di Firenze e

di Forte dei Marmi, oltre ai due *store* capitolini, in Trinità dei Monti e in Viale del Vignola. La *fast customization* di My Style Bags suscita presto interesse oltre i confini nazionali, così dopo un *corner* a Kuwait City, anche il prestigioso grande magazzino di Parigi *Le Bon Marchè Rive Gauche* decide di dedicare al rampante *brand* italiano un *temporary store* durante l'affollato periodo natalizio, con eccellenti risultati di gradimento. Considerato il crescente interesse del pubblico e il parallelo successo delle produzioni My Style Bags nel 2015 ha ampliato le sue vetrine nell'esclusiva Capri, inaugurato il primo monomarca estero a Madrid e uno

MY STYLE BAGS MILANO



showroom a Lugano, garantendosi una sempre più ampia e mirata visibilità.

Configurabile virtualmente su ciascun articolo, la personalizzazione diventa un *must* anche nello *shop online* **mystylebags.it**

Scegliendo il modello fra le collezioni presenti *online* e digitando le caratteristiche del ricamo desiderato è possibile ricevere direttamente il prodotto personalizzato in tutto il Mondo. La produzione My Style Bags si caratterizza per la grande cura dei dettagli e la particolare attenzione alle finiture, infatti, il nome o le lettere da ricamare, il loro carattere e la dimensione, il colore del filato si possono scegliere per

personalizzare e differenziare ogni singolo pezzo rendendolo sempre adatto a tutte le occasioni e in grado di soddisfare qualsiasi esigenza per praticità, funzionalità e *glamour*: lino, cotone, stoffe impermeabili, lana, camoscio, cuoio e pelle si fondono in uno stile sofisticato che non passa mai di moda. *Beauty case*, accessori, porta *tablet*, porta abiti, borse per lo sport, per l'ufficio, per il viaggio, per la vita di tutti i giorni, anche per aziende o per essere unici e *glamour* fin da piccoli con gli zainetti *baby*, ogni linea è contraddistinta da un *design* accattivante, dalle linee pulite ed essenziali e dall'attenta selezione dei materiali per ottenere prodotti raffinati.

La HD Hintermann & Diaz, società di trading, nasce nel 2010 e, in controtendenza con la generale situazione di crisi economica, cresce rapidamente con tasso di incremento progressivo e largamente superiore al 10% annuo.

A questo contribuiscono due fattori, l'efficienza dell'azienda e il settore, il POS al quale i prodotti HD Hintermann & Diaz sono destinati. POS (*point of sale*) è l'acronimo che internazionalmente indica il punto vendita sul quale infatti in modo crescente per la presentazione dei prodotti sono impiegati mezzi promozionali tra i quali, principalmente, gli espositori (*display*) oggetto della produzione di HD, ciò in ogni possibile variante, sia cartotecnica che durevole.

Questo è avvenuto a causa del consolidamento di una realtà che, grazie ad approfondite ricerche a livello mondiale conferma come, nella grande distribuzione soprattutto, ma non solo, la decisione di acquisto avvenga ormai nella larga maggioranza dei casi non preventivamente ma solo al momento effettivo



Soluzioni Pos e Pop HD Hintermann & Diaz

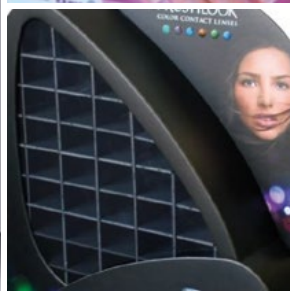
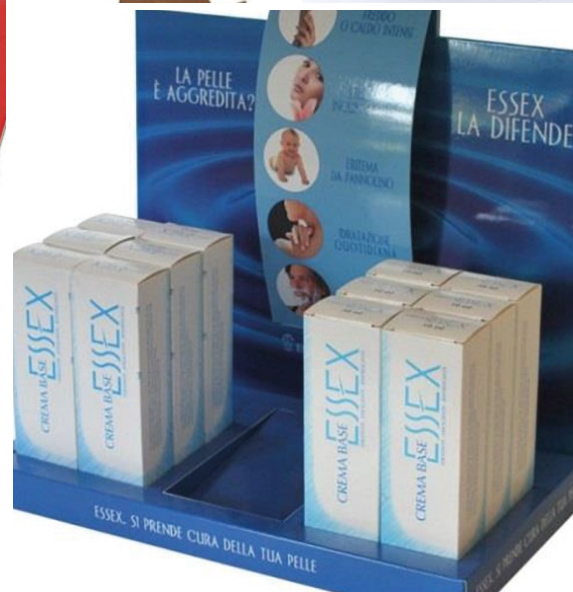
Progetta la tua idea, mostra la tua immagine

dell'acquisto, un effetto emozionale che di impatto attira l'attenzione e cattura l'interesse dell'acquirente attraverso forme e colori pensati e progettati per valorizzare il prodotto in esposizione. Questo ha determinato negli ultimi anni un forte concentrimento degli investimenti promozionali nel POS spesso a scapito della promozione esterna detta "outdoor".

Al di là della situazione tendenzialmente favorevole, un ruolo determinante per la crescita di HD sta, oltre che nella qualità e nella competitività, anche nel soddisfare due fondamentali esigenze di questo mercato: la capacità di progettazione e la rapidità dei tempi di reazione alle richieste della clientela.

Il primo aspetto la progettazione, è determinante. Nella situazione descritta, infatti, un elemento essenziale per il successo dei prodotti che si avvalgono del supporto POS è l'efficacia della presentazione e, a questa, il *display* dà ovviamente un contributo assolutamente fondamentale. La fiducia del committente nell'affido con frequenza

segue a pagina 22



Rendering
Prototipazione

Artwork

Multimedia

Test

Standardizzazione
Bespoke projects

Customer
Service

Supply Chain

HD
Hintermann & Diaz

Filling
Call Off



Gli 80 anni di Camparisoda

Fra i committenti di HD spiccano nomi di prestigio dei diversi settori dell'industria italiana e internazionale come, fra gli altri, Ariston, Sperlari, Bayer, Novartis, Enervit e Campari. Nel 2012 Camparisoda celebra gli 80 anni della inconfondibile bottiglietta disegnata a forma di calice rovesciato nel 1932 dal futurista Fortunato Depero, poliedrico artista del mondo moderno, pittore, scultore e pubblicitario. Per l'evento, Campari incarica un emergente *designer* di Milano di studiare il *restyling* della bottiglietta, mentre HD progetta e realizza un espositore *ad hoc*, proponendo una forma che segue il *design* della bottiglietta e l'*artwork* in linea con lo stile di Campari.

segue da pagina 20

non solo della produzione ma anche della progettazione è un aspetto chiaramente prioritario è indubbiamente un rilevante punto di forza sviluppato da HD.

Il secondo, la rapidità di riscontro, è certamente motivo di notevole importanza in un mercato in cui i tempi tendono a essere sempre più ristretti e le urgenze continue spesso dettate dalla evoluzione delle richieste di mercato e in particolare del consumatore. Si tratta quindi di una opportunità non marginale di soddisfazione per la clientela che in questo modo mantiene, anzi incrementa, non sol la presenza ma anche la visibilità delle proprie produzioni.

La strategia HD prevede, oltre al consolidamento della posizione raggiunta, un già intrapreso sviluppo delle esportazioni e inoltre, un allargamento della gamma di prodotti destinati a favorire il crescente ruolo del *POS* ma anche della complessiva organizzazione della promozione nelle aree interessate.

HD Hintermann & Diaz srl
Via delle due Porte, 1
Robecco sul Naviglio (MI)
Tel. +39.02.9400421

www.hd-display.com



PROGETTO



CAMPIONATURA



RIEMPIMENTO



RENDERING



**PRODUZIONE
INDUSTRIALE**



TRASPORTO

**EXPO DA BANCO
CARTOTECNICA**

EXPO VETRINA

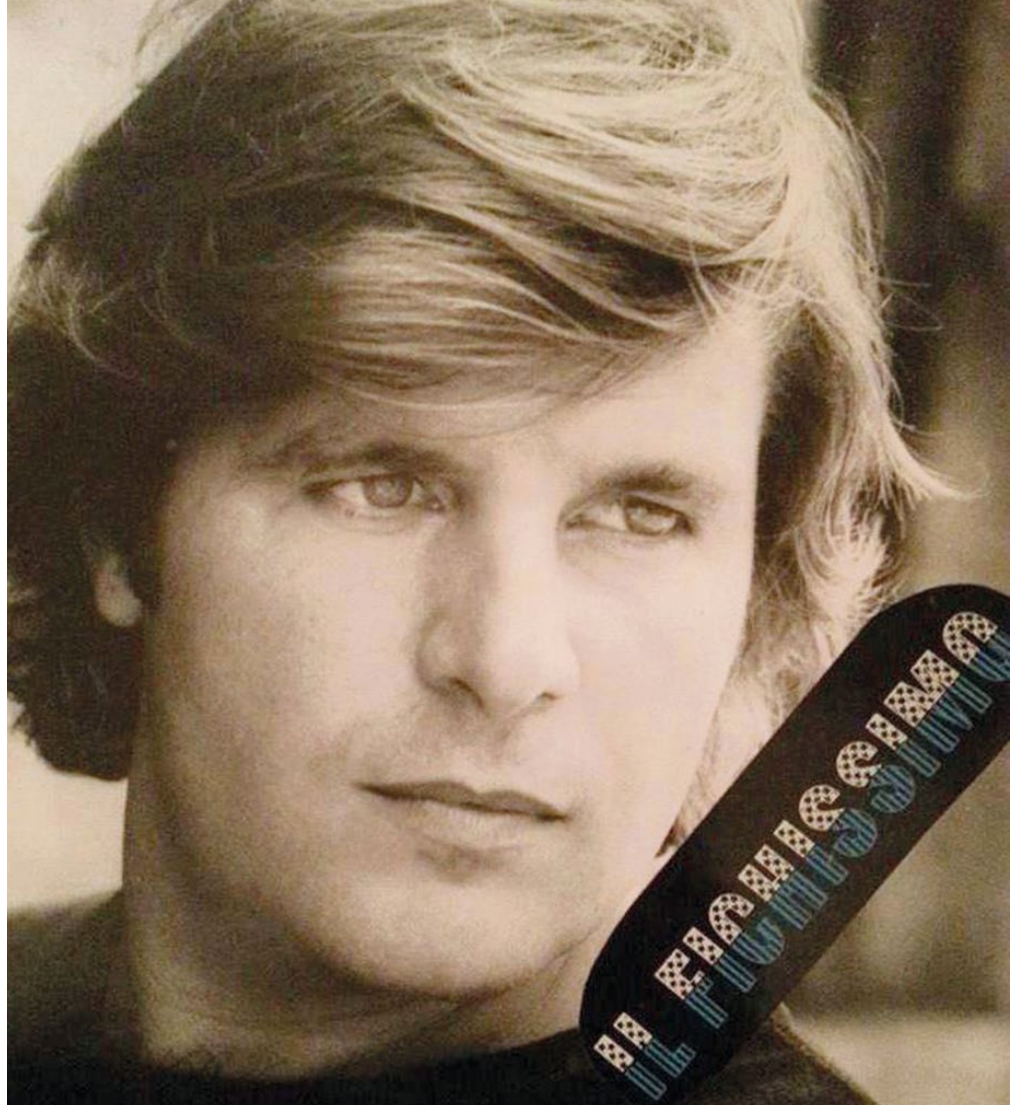
CARTELLI DA BANCO

**EXPO DA TERRA
IN CARTOTECNICA**

BANCHETTI

CUVETTES

CARTELLI VETRINA



Mauro Di Francesco

La vita
per il cinema
del Fichissimo

Metti un giorno che, quasi per caso, apri la porta di un ristorante a Milano ed entrando riconosci Mauro Di Francesco, attore e personaggio di punta dei *cult movie* della commedia all'italiana.

L'enorme e ben gradita sorpresa, organizzata dagli amici, mette in luce un personaggio autentico che si presenta così, esattamente come sempre è apparso attraverso il grande schermo e la televisione: comunicativo, spontaneo, ironico, divertente.

La vita per il cinema di Mauro Di Francesco inizia però dal teatro, sì perché è lì al Teatro Fossati di Milano che il babbo e la mamma lavorano quando nasce "*la sciagura dei miei genitori*" come lo stesso Mauro si definisce ed è Ugo Tognazzi (col quale reciterà insieme a Monica Vitti in *Scusa se è poco* del 1982) a fargli da padrino

al battesimo. Il debutto a teatro a 5 anni è il preludio a una carriera artistica che lo porterà a 16 anni a essere diretto da Strehler interpretando fra gli altri Pirandello a Checov.

Arriva poi il periodo del Derby di Milano quando entra a far parte de *I Repellenti* con Diego Abatantuono, Massimo Boldi, Giorgio Faletti, Giorgio Porcaro ed Ernst Thole ai quali si aggiungeranno in seguito Guido Nicheli e Francesco Salvi.

In quegli anni al Derby lo nota un emergente imprenditore milanese che scrittura *Maurino* per la trasmissione televisiva Gol (quiz a premi sul calcio con le vallette Barbara D'Urso e Patricia Pilchard) in onda sull'emittente privata *Telemilano*. Sono gli anni che precedono la moda *yuppies* e *La Milano da Bere* e quell'imprenditore è chiaramente un giovane e rampante Silvio Berlusconi.



Il contratto è così importante che quando l'amico Boldi ne ha notizia dapprima è incredulo poi vedendo la scrittura inventa *d'emblée* uno degli *sketch* che lo accompagneranno per tutta la carriera: con l'espressione del viso commossa, portando il pugno al petto e battendolo all'altezza del cuore, esclama "Ta-ta-ta-ta-Ta-chicardia!!!". L'ascesa di Mauro Di Francesco diventa poi sempre più rapida e il successo arriva attraverso quelle che restano memorabili interpretazioni di pellicole che, scena dopo

scena e soprattutto battuta dopo battuta, sono entrate nel modo di esprimersi dei giovani di più generazioni. In tutto sono 61 i film interpretati, fra i quali alcuni indimenticabili e qualcuno che ha sbancato ai botteghini: *I Fichissimi* (1981), *Sballato, gasato, completamente fuso* (1982), *Attila Flagello di Dio* (1982), *Sapore di mare 2 - Un anno dopo* (1983), *Il Ras del Quartiere* (1984), *Chewingum* (1984), *Puro cashmere* (1986), *Abbronzatissimi* (1991), *Il Barbiere di Rio* (1996), *Eccezzzionale*



veramente – Capitolo secondo....me (2006).

Nel frattempo con lo scorrere degli anni, emergono o riaffiorano altri talenti artistici e l'attore se dapprima approda in Tv dove lavora con registi del calibro di Fenoglio e Majamo, poi nel 2003 torna al primo amore, il teatro, con *"Il giorno della Marmotta"* insieme a Teo Mammucari e nel 2006 è sul palcoscenico del Teatro Manzoni di Milano con *Vengo a prenderti stasera*, commedia brillante di Lorenzo Beccati (tratta dal suo romanzo *La morte dei comici*) in coppia con Nini Salerno e con il debutto alla regia di Diego Abatantuono. L'innato talento artistico lo porta poi a realizzare quadri e sculture e infine alla scrittura con il suo primo libro di racconti, fra il fantasioso e l'autobiografico, intitolato *La Logica del Paradosso* da leggere per coglierne l'allegria e la tristezza, la magia e la semplicità del quotidiano.

Il consiglio, anzi l'ordine è di leggerlo!



MAURO DI FRANCESCO

La logica del paradosso

*Prefazione
di Lorenzo Beccati*



*Quelli che sognano di giorno sono l'esatto contrario di quelli che sognano di notte.
I sogni sfiorano l'orlo dei grandi segreti e quelli che ne fanno vertià e convinzione sono solo stupiti.
Il genio è colui che vive sconsideratamente, ma ciò che sogna di giorno e di notte è unicamente verità.*

Mauro Di Francesco

www.maurodifrancesco.com



Passione per le idee

Creare attraverso l'immaginazione

Vedere lontano è importante in questo mondo difficile.

Immaginare è qualcosa di più.

È andare in profondità e volare leggeri con le idee
sorretti dalla concretezza della professionalità.

È assaporare il futuro, comprenderne tutte le sfumature,
conoscere oggi quello che sarà domani.

È progettare, creare, organizzare nuovi processi,
trovare soluzioni senza essere appesantiti dalla routine.

È amare le sfide, mettere passione
dove altri vedono solo fredda tecnologia
e vincere costruendo nuovi orizzonti.

Noi immaginiamo

l'aroma della creatività ed il calore della professionalità
da condividere con Voi.

Gli altri vedono solo una tazzina di caffè.



Gli altri vedono,
noi immaginiamo.

AGEMA® con oltre 90 anni di storia, è una realtà industriale e di servizi specializzata nella consulenza di comunicazione, in tutta la sua filiera. Condotta e gestita dalla quarta generazione della stessa famiglia, AGEMA® oggi è *business integrator* di eccellenza nel *commercial printing*, nella creatività e grafica, nel *secure data management*, nell'*advertising* e nelle azioni di *marketing mix* per Istituti Bancari; Aziende del mondo *Wellness, Food, Luxury* e dei canali GD, GDO, DIY; Pubblica Amministrazione; Organizzazioni NonProfit. Nata come *atelier* di stampa, negli anni si è affermata quale *player* di riferimento del settore grazie alle molteplici *expertise* maturate, mantenendo sempre saldo il valore della qualità e del servizio su misura per ogni cliente e per ciascuna delle sue esigenze.

La *mission* di AGEMA® è, infatti, fare di ogni idea creativa una strategia di comunicazione vincente. Un obiettivo che persegue attraverso l'ideazione e la realizzazione di prodotti e servizi dagli elevati standard qualitativi per creare valore e soddisfazione dei clienti, in ottica *cost saving*. Alla base del modello di *corporate governance*, l'affascinante metafora del principio dei vasi comunicanti: lo scambio continuo di competenze e informazioni fra i diversi reparti è l'*asset* strategico che le ha permesso di internalizzare così tante funzioni, garantendo per ogni prodotto di comunicazione un eccellente *time-to-market*. I valori distintivi dell'identità del *brand* AGEMA® sono qualità, efficienza, sicurezza, forte *know how* creativo e logistico, innovazione, tecnologie esclusive e certificate e la sostenibilità.

Comunicazione, creatività, grafica, pre stampa, stampa *offset* e digitale, stampe di sicurezza e carte valori, stampa braille, *merchandising* e *pop material*, fotografia, servizi web, di *e-catalog* e di *back-office* sono le principali specializzazioni di AGEMA®, tutte centralizzate nel Palazzo della Comunicazione, storica sede in centro a Milano. Ognuna di esse è sviluppata con cura del dettaglio da un dipartimento dedicato composto da *team* di professionisti qualificati e persone curiose, che ottimizzano il lavoro di squadra, per raggiungere gli obiettivi attraverso il confronto ma soprattutto studi e ricerca indipendenti e imparziali che possano contribuire al dibattito sui principali temi di ogni settore e dare uno sviluppo in termini di efficienza e di *cost saving* recepibile da tutte le organizzazioni, anche da quelle con le quali AGEMA® è in competizione sui mercati di riferimento. Importante

Gli altri vedono,
noi immaginiamo.

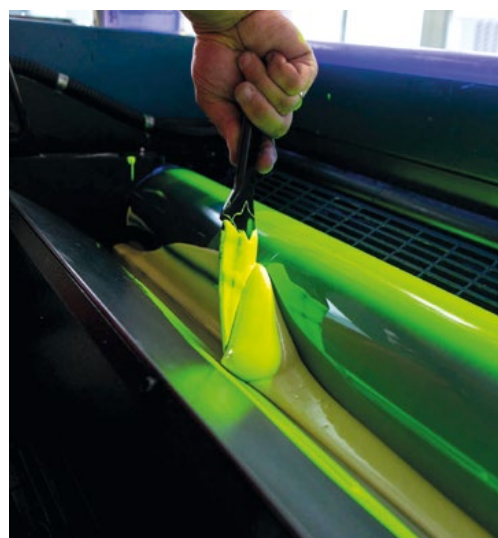


1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S

APRILE

è la specializzazione nel *secure data management* per il settore *Finance*, dove AGEMA® si distingue per massima efficienza e tempi di *delivery* imbattibili che l'hanno resa un *partner* riconosciuto, affidabile e di riferimento sul mercato.

Green mind e sviluppo sostenibile sono principi centrali della filosofia operativa di AGEMA® e della sua *supply chain* (gestione della catena). Testimonianza concreta di questa visione è l'impiego di energia solo da risorse rinnovabili, di *data center eco-friendly*, *packaging* in





mater-bi® e imballaggi FSC; eliminazione completa dei solventi industriali e l'impiego di una flotta di automezzi a metano o elettrici. In un'ottica di controllo e di miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali, AGEMA® ha sviluppato un Sistema di Gestione per Ambiente in accordo con la norma UNI EN ISO 14001:2004, al fine di integrare sempre più le tematiche di responsabilità sociale e ambientale con la propria strategia di *business* come riportato nel piano industriale 2015-2018. Un impegno che porta avanti investendo anche nella formazione delle proprie risorse per incrementare la cultura della tutela ambientale.

L'attenzione allo sviluppo di ogni passaggio delle produzioni ha portato AGEMA® a ottenere ben 73 certificazioni, eloquente manifestazione dell'osservanza delle più stringenti

normative internazionali e di una produzione improntata alla qualità totale. Alla ISO 9001:2008, fra le più importanti si aggiungono ISO 14001:2004; FSC; Carbon Trust Standard; Consorzio Bancomat 103030; Verisign; Energy Star; GMC; Honeywell Secure Site. AGEMA®, che ha fatto del rispetto degli SLA (*service level agreement*) una questione di bandiera, gestisce, attraverso 40 automezzi, fino a 2.800 spedizioni al giorno con livelli di servizio anche "J+0" (consegna il giorno stesso della produzione) con i più importanti centri logistici nazionali. Il *team* Studi e Ricerche di AGEMA® è un centro d'eccellenza nell'indagine e costruzione di nuovi approcci produttivi e di nuove filiere a valore aggiunto nei settori i cui opera. Le aree attualmente oggetto di analisi sono: gestione evolutiva quantità di sicurezza; innovazione nei valori in bianco; standard di colorimetria riproducibili; *data management* a oggetti; logistica integrata e basata sulle richieste dell'utente finale; abbattimento delle sostanze nocive per l'ambiente; *packaging* innovativo e riutilizzabile; gestione di big data interconnessi, anche in formato immagine.





Gli altri vedono
noi immaginiamo





Sicurezza per la vita

Attraverso tecnologie e tecniche collaudate

Sicor S.p.A., società italiana *leader* nella produzione di caschi di sicurezza e strumentazione di analisi nasce dalla fusione di due Società italiane, *La Lombarda Antinfortunistica S.p.A.* e *Sureco S.p.A.*, operanti da oltre 50 anni nel mercato della sicurezza, ognuna caratterizzata da una elevata capacità tecnica e dalla specializzazione in linee di prodotti e tecnologie. Nel corso dei decenni Sicor ha effettuato importanti investimenti in risorse umane e tecnologiche che le hanno consentito di divenire l'azienda di riferimento nel mercato nazionale e di essere altamente competitiva nei mercati internazionali. Sicor è in grado di progettare e produrre una vasta gamma di prodotti di sicurezza per soddisfare le esigenze dei

propri committenti. Dopo l'ottenimento, già nel 1996, della certificazione *UNI EN ISO 9001:1994*, Sicor ha proseguito continuamente nel miglioramento del sistema di gestione per la qualità, acquisendo nel 2002 l'adeguamento della certificazione secondo la norma *UNI EN ISO 9001:2000 (Vision 2000)* e nel novembre 2009 la sua evoluzione in conformità alla *UNI EN ISO 9001:2008*. Analogamente Sicor ha sviluppato il miglioramento dei propri prodotti, sia adeguandoli alle nuove edizioni delle normative tecniche di riferimento perseguendo una politica di sviluppo del prodotto mirata alla soddisfazione delle esigenze del cliente. In questa ottica è stato attrezzato un laboratorio di ricerca e collaudo con apparecchiature per le verifiche

segue a pagina 34



SICUREZZA COMPAGNIE RIUNITE





segue da pagina 32

di resistenza agli urti, alla penetrazione, alla fiamma, al calore radiante, incrementando di conseguenza la collaborazione con primari organismi europei accreditati per *test* e certificazioni di tipo. Il successo di mercato ottenuto in questi anni conferma la validità delle scelte di Sicor.

Sureco divisione della Sicor S.p.A., è presente da oltre 40 anni nel settore della rivelazione di gas. Il patrimonio di esperienza maturato nella fornitura, installazione e assistenza tecnica di oltre 20.000 punti di rilevazione gas la pone quale referente qualificato nel settore della sicurezza rivolta all'industria, al settore sanitario, all'edilizia pubblica e privata.

Da sempre i rivelatori Sicor sono in continua evoluzione al fine di soddisfare le primarie richieste delle norme di costruzioni per ambienti classificati esplosivi, delle performance di rivelatori per gas tossici e ossigeno. Oltre alla produzione di sistemi per la rivelazione di gas fissi, Sicor

fornisce rivelatori di gas portatili e sviluppa specifici sistemi di analisi o rivelazione a campionamento multipunto e/o su specifica richiesta del cliente. Al fine di mantenere costante nel tempo l'efficienza dei prodotti Sicor, uno staff professionale di tecnici si occupa della manutenzione, della calibrazione e delle riparazioni necessarie. Fra i servizi che Sicor garantisce: rilevazione gas tossici, esplosivi e ossigeno, avviamento e manutenzione impianti con relativa analisi dei gas rilevati. Il servizio di manutenzione, calibrazione e riparazione, opera secondo le norme applicabili riguardanti la manutenzione e le riparazioni di dispositivi ATEX. Oltre a seguire costantemente corsi di aggiornamento per le specifiche miscele tossiche, esplosive e asfissianti, lo staff è munito di idonei mezzi e abilitazioni necessarie. Le miscele di gas utilizzate nelle prove sono fornite da primari produttori italiani e sono certificate presso laboratori accreditati.



ELMI PER VIGILI
DEL FUOCO

ELMI DIELETTRICI

ELMO
PER ANTINCENDIO
BOSCHIVO E
SOCCORSO TECNICO

ELMI PER ORDINE
PUBBLICO

STRUMENTI ANALITICI

QUALITÀ



Sicor s.p.A. - Tel. +39.02.3539041
www.sicor-sureco.it

L'orefice Ferdinando Veronesi, figlio del maestro orafo Raffaele Veronesi, inizia l'attività commerciale il 16 maggio 1893, a Bologna in via Orefici. È la data del 15 aprile 1922 a suggellare l'inaugurazione della attuale sede in una posizione di eccezionale bellezza con l'ingresso affacciato su Piazza Maggiore. Nel 1932 la Ferdinando Veronesi e Figli, prima in Emilia e Romagna, inizia la commercializzazione dei prestigiosi orologi Rolex.

La casa di alta orologeria ginevrina in quegli anni inizia a imporsi anche in Italia grazie all'eleganza e all'innovazione tecnica dei suoi orologi da polso, impermeabili (1926) e automatici (1931). L'abilità nel marketing del suo fondatore Hans Wilsdorf, la straordinaria qualità e il lavoro di promozione dei suoi concessionari completano un successo universalmente riconosciuto. Nel tempo, alla vendita, viene affiancato il laboratorio autorizzato all'assistenza sugli orologi Rolex, vero e proprio punto di orgoglio, molto apprezzato dalla clientela.



Questione di polso

Nel 1936 il Re d'Italia Vittorio Emanuele III° concede alla gioielleria il privilegio di apporre lo stemma Reale alle proprie insegne. Pochi anni dopo, nel 1939, la Ferdinando Veronesi e Figli ottiene la concessione degli orologi della Patek Philippe di Ginevra, proprio nell'anno in cui la prestigiosa manifattura festeggia il centenario.

La gioielleria dovrà poi affrontare disavventure legate alla guerra, infatti, nel 1946 Arrigo Veronesi, durante una rapina, è vittima di due disertori polacchi, travestiti da ufficiali, lasciando un figlio, che nascerà postumo e verrà chiamato Arrigo in onore del padre. Quindi è il figlio di Torquato, Carlo, a protrarre la tradizione della famiglia, aiutato più tardi dal giovane Arrigo che, una volta maggiorenne, entra nella società rimanendovi fino al 1985, quando a subentrare sono i figli di Carlo, Marco e Paolo. Oggi, sotto la loro attenta e appassionata guida, la Ferdinando Veronesi & Figli continua a essere una rinomata gioielleria di Bologna, in cui eleganza e buon gusto sono all'ordine del giorno e le cui storiche vetrine mostrano i migliori *brand* di orologi e gioielli. Il negozio vanta una clientela affezionata composta per lo più dalle grandi famiglie bolognesi, che vi si affidano per le occasioni speciali.



E. Veronesi & Figli

gioielleria - argenteria - orologeria DAL 1893
jewellery, silver, watches. SINCE 1893

PIAZZA MAGGIORE, 4/A (ANG. CLAVATURE) - TEL. +39 051224835 - BOLOGNA
www.ferdinandoveronesi.com - info@veronesi1893.it



GRAPHIC LIVE - Bologna

RIVENDITORE AUTORIZZATO - OFFICIAL RETAILER



PATEK PHILIPPE
GENEVE



ROLEX



TUDOR

PANERAI
LABORATORIO DI IDEE.



Chantecler
CAPRI

NIMEI
CIELO
VENEZIA 1270

Gioielleria

ANNAMARIA
CAMMILLI
FIRENZE

Miluna

SERAFINO CONSOLI
JEWELRY

Gioielli di squisita fattura con pietre selezionate. Posateria e oggetti in argento.
Servizio post-vendita e assistenza tecnica qualificata.

Exquisite jewellery with carefully selected precious stones. Silver and tableware.
Warranty and qualified technical assistance of our purchased goods.

Pushstart nasce dalla vincente idea del suo titolare Stefano Ravazzini, capace di rendere possibile il sogno che accomuna milioni di persone di tutto il Mondo: sedersi alla guida di una lussuosa *supercar*, a un prezzo accessibilissimo, in un contesto speciale come quello offerto da Maranello, paese natale del prodotto Ferrari.

L'azienda nasce nel 2009 per dare ascolto alle numerose richieste del mercato di quei tempi, ormai saturo delle "classiche" passive attività turistiche presenti.

Stefano acquista la prima vettura per *il test drive*, la Ferrari F430 Coupé, e l'attività inizia immediatamente a decollare. L'entusiasmo dello *staff* e della clientela è motivante e contagioso, tanto che ben presto si rende necessario l'acquisto di ulteriori vetture e, parallelamente, di personale preparato e affidabile, soprattutto per far fronte alle richieste di sempre più agenzie e *tour operator* (in particolare di mercati internazionali, ed



Realizza il tuo sogno

Su strada e in circuito a cavallo del Mito

extraeuropei), di singoli, famiglie e gruppi numerosi. Il parco macchine conta ora vetture rinomate come la Ferrari F458 Italia e la Ferrari F458 Speciale, e presto ospiterà nuovi modelli come la nuovissima, ultima nata in casa del cavallino, Ferrari F488 GTB e California T e l'astro nascente della casa del Toro: la Lamborghini Huracàn. I *test drive* avvengono su strada ma anche in circuito, grazie all'esclusiva collaborazione con l'Autodromo di Modena.

Il potenziamento e perfezionamento dell'attività nella sede storica della Pushstart a Maranello prosegue con l'offerta di una sala conferenza con simulatori F1 di ultima generazione e con la stretta collaborazione con lo *store* di *merchandise* ufficiale Warm Up e il bar ristorante e Acetaia Tradizionale Driver, nelle immediate vicinanze.

Contemporaneamente, si accresce la rete di contatti con gli operatori del settore dislocati altrove: il circuito di Misano e Imola, punti nevralgici del turismo della riviera romagnola (Rimini e Riccione) e del Lago di Garda, creando una capillarizzazione e un modello replicabile di offerta (per altro copiata anche all'estero!).

PUSH



START

MARANELLO

book now
www.pushstart.it



Tel. +39.0536.945888 - Cell. +39.346.3705035 - Via Dino Ferrari, 41 - Maranello (MO)



Agricola Fabbriche

Elogio al
nettare Divino
Curiosità
e passione per
la tradizione

Il vino e la meticolosa attenzione sviluppata nella sua produzione sono un punto di riferimento in cui si rispecchia la cultura delle civiltà mediterranee. *“Un bicchiere di acqua quando il nostro corpo ha sete è come un bicchiere di vino quando ha sete la nostra anima”* così si esprimeva Mario Soldati ma sono infiniti gli elogi al vino, il nettare degli Dei che non solo soddisfa umane esigenze fisiologiche ma regala nutrimento anche allo spirito e suggella un incontro o un momento importante della vita. Il vino bevuto in tempi e quantità giuste è gaiezza del cuore e gioia dell'anima.

Lungo gli itinerari tracciati dalla Strada del Vino delle Terre di Arezzo, a cavallo del crinale fra i bei borghi di Lucignano e Monte San Savino si trova l'Agricola Fabbriche, un'azienda nata per l'intraprendenza di Caterina Palma,

insieme alla curiosità per un territorio, quello da cartolina a cavallo fra la Valdichiana aretina e il Chianti senese, e dalla passione via via crescente per i suoi frutti più preziosi, le uve di Sangiovese, Colorino, Canaiolo e altri vitigni impiantati come il Merlot.

Dei 50 ettari che circondano la padronale Villa Fabbriche con il parco e il giardino all'italiana teatro di eventi e feste private e banchetti cerimoniali, 8 sono riservati ai vigneti per la produzione di etichette già premiate e apprezzate anche oltre confine. I vini rossi Docg e Igt dell'azienda esprimono, a partire dai nomi, caratteristiche uniche e personalizzate; il nome del vino Camargi, rosso rubino, dal colore intenso, dal sapore armonico e affinato per 10 mesi in barrique di rovere, per esempio ha origine dall'acronimo che unisce le iniziali dei nomi di Caterina e delle figlie Margherita e Giorgia,

segue a pagina 42





segue da pagina 40

mentre Aki, vino dal sapore vellutato, armonico con sentore di frutti rossi legni pregiati e vaniglia, è l'etichetta dedicata al fratello Achille. Le etichette Igt Syrah e Merlot, la Docg Chianti Superiore affiancate dall'Elis, vino da dessert, dalla Grappa Monovitigno Chianti Sangiovese e dal Vin Santo del Chianti Doc completano una produzione di eccellenza gratificata dai punteggi delle guide di settore o dai premi delle manifestazioni enologiche come, fra gli altri, i 2 bicchieri sulla guida del Gambero Rosso Vini d'Italia 2006, la Medaglia d'Oro alla Mostra Nazionale Vini Pramaggiore o

gli 88 punti assegnati da Wine Spectator e meritati dall'etichetta Camargi. La ricetta del successo di queste produzioni è dunque un insieme di ingredienti coltivati da Caterina fin dall'infanzia durante le lunghe estati trascorse in villeggiatura in una magica e gioiale atmosfera, fra amici e parenti, nell'azienda di famiglia. Ingredienti concatenati non per caso fra di loro: curiosità, passione, destino (come nel caso dell'incontro fra Caterina e l'enologo e consulente vitivinicolo Pasquale Cometti), esposizione dei vigneti, tipo di terreno e di microclima ideali, che unitamente al duro lavoro consentono la soddisfazione del risultato migliore, ovvero il gradimento di un pubblico sempre più colto e attento.



*Agricola Fabbriche
Via Fabbriche 2/3 A
Lucignano (AR)
Tel. +39.0575.836152*



AGRICOLA FABBRICHE PALMA
LUCIGNANO



Agricola Fabbriche Palma

www.agricolafabbriche.it - camargi@libero.it

Le conquiste dell'area biomedicale, l'incessante avanzamento tecnologico e lo sviluppo di nuovi metodi chirurgici garantiscono per gli interventi all'anca e al ginocchio risultati di elevata funzionalità, nel rispetto della struttura muscolare e con recupero rapido e totale delle normali attività.

Il Dr. Pipino Gennaro, professore ordinario in ortopedia e direttore del polo scientifico ortopedico dell'Università Ludes H.E.I. di Lugano, Direttore del reparto di Ortopedia dell'Ospedale Villa Regina di Bologna, ha eseguito 5mila protesi di ginocchio, 2mila interventi per protesi d'anca, 10mila fra artroscopie e ricostruzioni e 8mila interventi alla spalla. Ottenuta la laurea in Medicina e la specializzazione in Ortopedia e Traumatologia all'Università di Bologna, oggi, il Prof. Pipino Gennaro, già responsabile mondiale per i sistemi di allineamento intramidollare tibiale per protesi di ginocchio, è titolare di un brevetto (allineatore transepicondylare) impiegato per ottenere l'esatta esecuzione dell'intervento protesico al ginocchio.



Prof. Pipino Gennaro

Specialista in Ortopedia e Traumatologia

L'esponenziale aumento degli interventi – racconta lo stesso professionista – è dovuto alla diffusione della patologia artrosica all'incremento del numero di persone che pratica sport logoranti, che deteriorano le articolazioni”.

Per esempio se nel caso dei primi gradi di lesione o assottigliamento della cartilagine del ginocchio l'intervento più indicato è il trapianto di tessuto, per lesioni di gradi superiori è d'uopo ricorrere alle miniprotesi o alle protesi per risolvere definitivamente casi più avanzati. Argomento assai dibattuto, il trapianto di cartilagine va attentamente valutato, anche rispetto alle esigenze e alle condizioni fisiche del paziente e, di norma, se la lesione non supera il centimetro o il centimetro e mezzo, i risultati che si ottengono con il trapianto sono eccellenti.

Nel corso dell'intervento è prelevata, dalla zona alta del ginocchio del paziente, una parte di cartilagine sana, che è successivamente posizionata nella nuova zona.

Risultati più incerti si hanno invece quando il danno è più elevato, per cui la cartilagine prelevata dal paziente deve essere coltivata in laboratorio prima di essere ricollocata nella fase di intervento.

Quando gli esami diagnostici evidenziano la presenza di lesioni più estese, è necessario un intervento chirurgico di impianto protesico e, con precisione – prosegue il Prof. Pipino Gennaro – *“Qualora a essere usurato sia uno solo dei due comparti dell'articolazione - la parte interna o la parte esterna - si può ricorrere a una protesi*

Prof. Pipino Gennaro

Specialista in Ortopedia e Traumatologia

mono-compartmentale, detta anche mini-protesi per le sue dimensioni contenute. Si tratta di protesi applicate dopo un accurato studio del caso, in base a indicazioni specifiche, in particolare, non si possono impiantare, per esempio, in pazienti con massa corporea eccessiva o che soffrano di osteoporosi. Se a risultare compromessa è l'intera articolazione, occorre invece una protesi totale: certamente un intervento più invasivo, ma che oggi, anche grazie ai moderni disegni protesici, consente di ottenere risultati ottimi – l'intervento eseguito da mani esperte consente la mobilizzazione del ginocchio fin dal primo giorno - e duraturi fino e ben oltre i 30 anni”.

Come si valuta la sostituzione della protesi?

“Il suggerimento è di sottoporsi a un esame radiografico e a una visita dell'ortopedico ogni 4 o 5 anni, a partire dalla data dell'intervento per monitorarne l'integrità e la funzionalità e intervenire quando necessario, sostituendo le protesi. Assolutamente sbagliato è attendere la comparsa del dolore, indice inequivocabile di uno scollamento già avanzato della protesi”.

Il Prof. Pipino Gennaro svolge la sua attività clinica all'ospedale bolognese Villa Regina, nel Poliambulatorio “Padre Matteo D'Agnone” a Bologna e negli ambulatori di Apricena (FG), Aragona (AG), Recanati (MC).

www.pipinogennaro.it



Chirurgia protesica del ginocchio

Specialista in protesi di ginocchio con oltre 5.000 interventi eseguiti



Trapianti di cartilagine

Titolare mondiale di Primo Studio Scientifico Sperimentale su Rigenerazione Cartilaginea



Ortopedia e traumatologia

Professore Ordinario in Ortopedia e Traumatologia presso Ludes H.E.I. University



Chirurgia artroscopica del ginocchio

Specialista in artroscopia e ricostruzione legamentosa con oltre 10.000 interventi eseguiti



Chirurgia protesica dell'anca

Specialista in protesi d'anca con oltre 2.000 interventi eseguiti



Chirurgia della spalla

Specialista in chirurgia della spalla con oltre 8.000 interventi eseguiti

Interventi eseguiti dal Prof. Pipino Gennaro

5.000

protesi
al ginocchio

2.000

protesi
d'anca

10.000

artroscopia e ricostruzione
legamentosa del ginocchio

8.000

alla
spalla



Le linee dell'eleganza

Il dettaglio che esprime il carattere

Da sempre appassionato di moda e alla ricerca di una personale eleganza volta alla valorizzazione dello stile e del dettaglio, Alessandro Pivetti è il “Sarto a Domicilio”. Quello che evoca un film d'atmosfera, in effetti, è la volontà di recuperare l'autenticità della tradizione sartoriale italiana.

Attento all'inclinazione delle mode, che spesso anticipa, grazie a una ricerca approfondita e a una visione esperta e intuitiva del mercato, Alessandro seleziona, secondo il suo gusto, campionari, assolutamente completi per tessuti e colori, che rendono la scelta un piacevole momento in cui il cliente è libero di sfogare il proprio estro e la propria immaginazione, affiancato dai consigli di un esperto *personal fashion coach*. La scelta del tessuto è il primo e basilare, di 12 passi che portano a indossare un capo unico, originale e irripetibile, in grado di rappresentare il carattere, a volte anche solo l'umore, di un uomo, mascherandone con garbo il difetto e valorizzandone con decisione il pregio della figura. Successivamente si passa alle misure, al cartamodello, al taglio del

tessuto, alla imbastitura e a una prima prova direttamente a casa o in ufficio. Poi è il momento dell'adeguamento seguito dalla confezione, dalla finitura a mano, dal trattamento a vapore e dalla stiratura.

Infine, ecco il momento in cui l'abito è consegnato a domicilio direttamente dal sarto e pronto per essere indossato. Oltre alle stoffe per gli abiti che realizza, Alessandro Pivetti seleziona personalmente e con lo stesso talento nel cogliere pregio e innovazione di tessuti e linee, gli accessori che completano perfettamente la confezione dell'abito su misura.

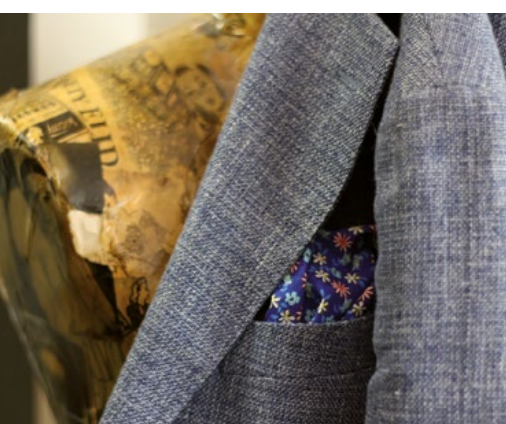
Alessandro è dunque maestro nel selezionare *pochette*, sciarpe anche in tessuti estivi, cravatte, *papillon*, gemelli, calzature e nella realizzazione di camicie su misura, un mondo ricco di dettagli e di forme: collo, polsini, asole, bottoni e personalizzazioni rendono ogni creazione un pezzo unico. Le stoffe per gli abiti, così come tutti gli accessori, complementi imprescindibili per chi dell'eleganza ne fa un *must*, sono disponibili anche presso lo *showroom* di via Cavallotti in centro a Mirandola.



ALESSANDRO
PIVETTI
Sartoria

Il sarto a domicilio

L'UNICITÀ DEL PRODOTTO FATTO A MANO
DIRETTAMENTE A CASA TUA.



- * ABITI
- * CAMICIE
- * GIACCHE
- * ACCESSORI
- * **SU MISURA**



PARTNER UFFICIALE | PER GUIDARE CON STILE



EMILIAN **A**UTO
GROUP



VISITA IL SITO »
ALESSANDROPIVETTISARTORIA.IT

SHOWROOM
via Cavallotti 14
Mirandola (MO)

dal martedì al sabato
09:30 / 13:00
16:30 / 19:30

tel. +39 339 6215192
info@alessandropivettisartoria.it
WWW.ALESSANDROPIVETTISARTORIA.IT



L'intraprendenza di Eugenio Marinella, che nel 1914 decide di scegliere una piccola bottega sull'elegante Piazza Vittoria, è all'origine di quella che giorno dopo giorno, *nodo dopo nodo*, si trasformerà in una favolosa storia di successo italiano e napoletano ancor prima.

La seconda intuizione è rappresentata dalla scelta dei fornitori, per i quali Eugenio arriva a Londra, per garantirsi scelte esclusive e raffinate, così come saranno le proposte del marchio. Il fiuto per la scelta vincente, Eugenio lo dimostra ancora una volta quando, attento alle evoluzioni della società e della moda, a un certo punto interrompe la produzione di camicie privilegiando invece quella della cravatta, accessorio del quale oggi il marchio Marinella è praticamente sinonimo. Negli anni '80, l'amico di famiglia e allora Presidente della Repubblica Italiana Francesco Cossiga diventa, quasi per caso, un autentico ambasciatore di Marinella, omaggiando i capi di stato ai quali faceva visita di una scatola con 5 cravatte Marinella e regalando un'inattesa pubblicità al



Questa di Marinella è una storia vera

Un secolo di storia, cent'anni di stile

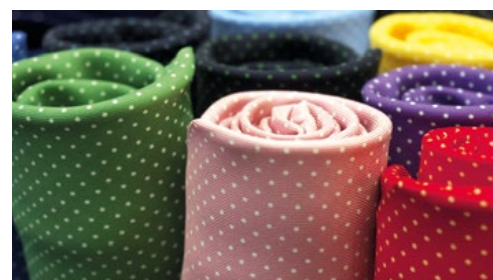
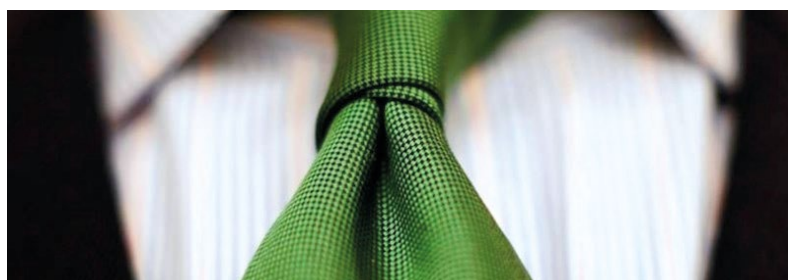
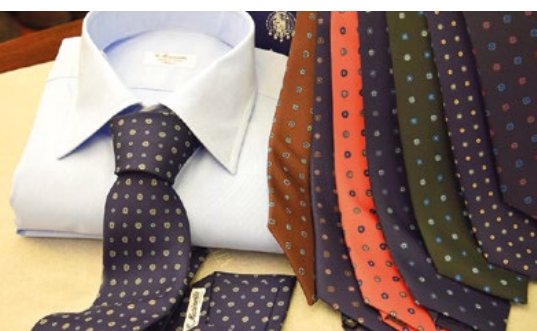
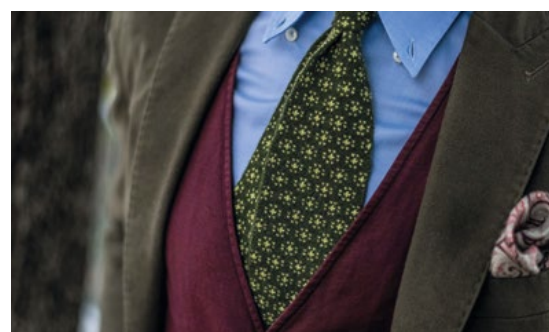
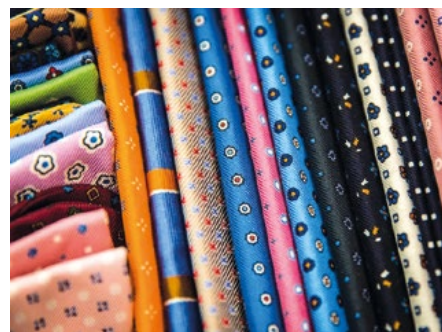
marchio. Così a indossare le cravatte Marinella sono Bill Clinton, Re Juan Carlos, il Principe Alberto di Monaco e diversi esponenti di casa Agnelli insieme a tutti quegli uomini dotati di buon gusto, che alla vista e al tatto, sanno riconoscere una cravatta confezionata su misura da mani esperte. Dopo Eugenio e Luigi, oggi è Maurizio Marinella, terza appassionata generazione della stessa famiglia, a dirigere l'azienda ancora oggi di stampo produttivo rigorosamente artigianale ma con uno spirito imprenditoriale in sintonia con il *marketing* moderno pur mantenendo quel senso di accoglienza e disponibilità verso la clientela proprio delle persone di stile. Marinella dunque ha allargato i suoi orizzonti affacciandosi sulle piazze più importanti e prestigiose del Mondo: da Milano a Zurigo, da Montecarlo a Parigi, da Amsterdam a Londra, da New York a Tokyo, fra *corner shop* e *showroom*, oltre alla storica sede di Napoli, Marinella conta 23 punti vendita, gli unici a autorizzati alla vendita delle produzioni del marchio napoletano che oggi a fianco delle cravatte propone accessori, borse, profumi e orologi per l'uomo ma anche per la donna.



100
1914 • 2014



E. MARINELLA
NAPOLI



www.marinellanapoli.it





Sapore di mare

A cena al porto
di Riccione
“da Tonino”
al Cavalluccio
Marino

Lil presente che si nutre di un passato importante tramandato da nonno Tonino, che nel 1964 aprì un bar su questo inimitabile scorcio di Riccione, fra sabbia, cielo e mare. Un bar diventato pian piano un ristorantino dove Tonino, con l'aiuto di moglie, sorelle e figlie, cucinava il pesce alla brace.

L'armonica conduzione familiare è arrivata ai giorni nostri con lo stesso entusiasmo originale, ma nella cornice di una meravigliosa ed elegante struttura con 250 posti interni e 150 affacciati sul rinnovato lungomare di Riccione. Gli ambienti oggi sono tre, con una prima sala dove spicca il bianco degli arredi e del tovagliato e un piano superiore, da dove si gode il panorama dell'insenatura fra il porto e il mare, con elementi di arredo elegantemente inseriti che raccontano la storia marinara del locale e della sua cucina. L'organizzazione della brigata è perfetta: tutta la famiglia si alterna, si scambia e si supporta dalla mattina alla sera, nonostante i tanti

amici che fanno capolino in qualsiasi momento del giorno. Anche in cucina si alternano magistralmente due *chef*, Totò e Stefano, provenienti da due culture ed esperienze diverse ma con lo stesso spirito unito della famiglia Tosi: il mare Adriatico, comune denominatore di buon gusto nell'ospitalità come a tavola. Il mare mette d'accordo tutti e il pesce, neanche a dirlo, è un fortissimo simbolo cristiano che simboleggia abbondanza. La cucina, evolutasi nel rispetto delle proprie origini semplici e genuine, oggi propone alcune specialità come la catalana di crostacei, le ricche crudità di pesce e la favolosa trilogia di tonno oppure, tra i primi, gli spaghetti al tegame con crostacei e molluschi, i passatelli di spigola e i Bauletti Cavalluccio Marino per proseguire con il Gran fritto misto con baccalà in pastella, astice fritto direttamente pescato dall'acquario, gamberi e calamari e la gran grigliata di crostacei, da provare e da gustare di fronte al mare.



CAVALLUCCIO MARINO
RICCIONE

www.ristorantecavallucciomarino.com



Piazzale del Porto, 3 - Riccione (RN) - Tel. +39.0541.693128 - cavalluccio.riccione@libero.it



Passione per il ***mare***



**SOGNI[®]
NEL BLU**
Tour Operator

Isola di Lampedusa: Tel. +39.0922.973566 - Fax +39.0922.973682

Sicilia: Tel. +39.091.6124380 - Fax +39.091.589497

info@sogninelblu.it

www.sogninelblu.it