

GERONIMO

Magazine

Giugno 2022 - N. 44

ANDREA
FALZARESI

ANDREA CONTI
IMMORTAL
BRAND

HAPPINESS

MAGED NASHED
KENOVO

TOP
ADVENTURE
PARK

RADIODRAMMI
DI ROMAGNA



Oltre ai segnali di fumo



Da oltre 30 anni ideiamo, progettiamo e sviluppiamo software per la gestione delle attività contabili, fiscali e amministrative.

I nostri clienti sono aziende, **Commercialisti, consulenti del lavoro, associazioni di categoria, Pubbliche Amministrazioni** e **Ordini professionali**.

Clienti che operano in ambiti complessi e hanno bisogno di essere efficienti, precisi e sicuri. Noi forniamo loro soluzioni semplici per gestire con efficacia il proprio business.

La proprietà, totalmente italiana, di Bluenext è un segno di fiducia nel paese. La direzione generale, nella città di Rimini, è all'interno di un edificio all'avanguardia dal punto di vista architettonico e del benessere di chi vi opera.

info@bluenext.it | www.bluenext.it

> bluenext <

Software per
Professionisti e Imprese





VULCANGAS

UFFICI:

SOCIETA' ITALIANA GAS LIQUIDI S.p.a.
ITALIANA CARBURANTI S.r.l.
VULCANGAS PADANA S.r.l.
VULCANGAS UMBRA S.r.l.
SOCIETA' ITALIANA ENERGIE
RINNOVABILI S.r.l.



UNITA' OPERATIVE:
LIQUIGAS S.p.a.
BUTANGAS S.p.a.
LAMPOGAS EMILIANA S.r.l.

VULCANGAS

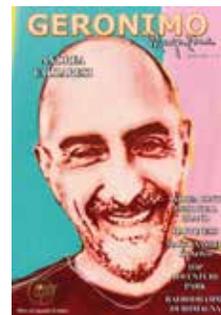




VULCANGAS
SOCIETÀ ITALIANA GAS LIQUIDI

SOMMARIO

- | | |
|--|--|
| 8 <i>Amelia Earhart</i> | 56 <i>Fondazione Isal</i> |
| 10 <i>Andrea Falzaresi</i> | 58 <i>Maurizio Urbinati</i> |
| 14 <i>Andrea Conti</i> | 60 <i>Claudia Marchi</i> |
| 20 <i>Happiness</i> | 62 <i>Gioia e Luca Romano</i> |
| 24 <i>Maged Nashed</i> | 66 <i>L'antica Marineria Riminese</i> |
| 28 <i>Radiodrammi di Romagna</i> | 68 <i>Hamadi Khachermi</i> |
| 30 <i>Alberto Francioni</i> | 72 <i>Fotografia Europea 2022</i> |
| 32 <i>L'estate magica di Cattolica</i> | 74 <i>Paolo Maltoni</i> |
| 34 <i>Villa Solinas</i> | 76 <i>Laboratori Outdoor</i> |
| 40 <i>Matteo Cevoli & Davide Ugolini</i> | 78 <i>Cocktail più famosi della storia</i> |
| 42 <i>In-Equilibrio</i> | 80 <i>"Dialoghi di natura e di amore"</i> |
| 44 <i>Alidangelo</i> | 82 <i>True Stories</i> |
| 46 <i>Il Turismo Ecosostenibile</i> | 84 <i>Ricordi di un avvocato penalista</i> |
| 48 <i>Borgo Sant'Andrea</i> | 86 <i>Mezzopieno</i> |
| 54 <i>Sognando California</i> | 88 <i>Letti e ascoltati</i> |



Opera in copertina di Stefano Ronci
in collaborazione con
Galleria d'Arte Zamagni Rimini

CONTRIBUTI

Stefano Baldazzi
Cristina Barnard
Marialuisa Lu Bertolini
Cesare Brancaleoni
Clara Capacci
Ilaria Capuccini
Davide Collini
Daniela Farina
Georgia Galanti
Daniela Muratori
Elio Pari
Vittorio Pietracci
Eusebio Pietrogiovanna
Roberta Sapio
Nina Sapucci
Marco Valeriani
Ennio Zangheri

Salvo accordi scritti la collaborazione
a questa edizione è da considerarsi
del tutto gratuita e non retribuita



ROC: I.P. 1100.744 - Testata registrata presso il Tribunale di Rimini, numero 3/2018

GERONIMOMAGAZINE
EDITRICE E PROPRIETÀ GERONIMO
NETWORK COMMUNICATION SRLS

REDAZIONE: Corso D'Augusto, 81
47921 Rimini
tel. 333 99 68 310

Direttore Responsabile
Vittorio Pietracci
redazione@geronimo.news

Progetto grafico
Ennio Zangheri
zangheriennio@gmail.com

Stampa: Modulitalia s.r.l.
Saludecio (Rimini)

Direzione Commerciale
geronimo.redazione@gmail.com

Concessionaria esclusiva per la pubblicità GERONIMO NETWORK COMMUNICATION - geronimo.redazione@gmail.com



Pubblicazione mensile in distribuzione gratuita presso attività
commerciali della Provincia
Vietata la riproduzione anche parziale di testi e foto
Copyright 2019



Il giornale online della riviera
www.geronimo.news



10



NICE TO MEET YOU



44



14

46



20



“Siete pronti? Siete caldi?”

Era il 1987 quando Madonna si presentava con questa frase sul palco di Torino per uno dei suoi live rimasti storia della musica in Italia.

Abbiamo preso in prestito il saluto iniziale della popstar per il n.44 di Geronimo Magazine, che arriva dritto al cuore dell'estate e che si presenta – come sempre – con un assortimento di notizie e di personaggi che contraddistingue da sempre il nostro periodico.

La faccio breve e vado dritto all'argomento.

La copertina e quindi il servizio principale sono dedicati ad Andrea Falzaresi, avvocato mancato e oggi patron di una catena di Club Family Hotel posizionati tra Milano Marittima e Riccione, pluripremiati da Tripadvisor. Facciamo poi la conoscenza di Andrea Conti, fondatore e CEO di Immortal Brand ovvero un'agenzia Made in Rimini specializzata nelle strategie di posizionamento dei brand. Vi raccontiamo inoltre la rinascita del marchio Fashion Happiness ad opera di 6 ex dipendenti che si sono costituiti in cooperativa subentrando alla vecchia proprietà per non far morire l'azienda. Percorriamo insieme la storia di Maged Nashed, imprenditore nel campo della rigenerazione di dispositivi elettronici che con la sua catena Kenovo si sta espandendo in tutta Italia. Matteo Cevoli e Davide Ugolini ci fanno un bel racconto sulla solidarietà con l'impresa Rimini-Roma in tandem. Parliamo quindi di esperienze in ambiente ecosostenibile con il fondatore di Top Adventure Park, azienda leader in Europa per il turismo green. E' estate, c'è voglia di divertirsi e socializzare: continua la rubrica “Sognando California” sulla storia delle disco e del clubbing che hanno segnato la storia della Riviera Romagnola e parte una nuova rubrica sulla storia dei cocktail e della mixology.

Questo e tanto altro nel vostro mensile preferito, divenuto ormai una realtà in pianta stabile nel panorama editoriale della Riviera, ideale da portare al mare e leggere sotto l'ombrellone tra un bagno e una partita a beach volley. Quindi, buona lettura e soprattutto buona estate: la stagione del riscatto è già partita.



48



24

60



28



62



30

68



40



Il direttore



72

AMELIA EARHART

LA DONNA CON LE ALI

Americana del Kansas, nel maggio del 1932 esattamente 90 anni fa, compì un'impresa storica. La prima trasvolata in solitaria dell'Atlantico che dall'Isola di Terranova in Canada la portò in 15 ore di volo in Irlanda del Nord. Pochi anni dopo il pilota Charles Lindbergh è stata la prima donna ad attraversare l'Oceano Atlantico senza soste. Ricevette molti prestigiosi riconoscimenti come la Legion d'Oro, la Medaglia d'Oro della National Geographic Society e la Distinguished Flying Cross del Congresso degli Stati Uniti, onorificenza normalmente riservata ai membri delle forze armate distinti in missione speciali. Un'eroina mondiale dell'aviazione che ha sempre lottato per la parità di diritti e proclamata icona del femminismo.

La fama le permise di ottenere nuovi fondi per finanziare le sue iniziative legate al volo, comprese le campagne per incentivare le donne a pilotare. Divenuta una celebrità in tutto il mondo, fondò la Ninety-Nines, la prima associazione di pilote donna per le quali venne studiata anche una serie di capi di abbigliamento.

A 40 anni la sua nuova sfida prevedeva la circumnavigazione aerea del globo, solo lei e il suo navigatore, una rotta di 47mila km vicino all'equatore, con un aereo Lockheed Model 10 Electra modificato allo scopo, ma non giunse mai a destinazione.

Il 2 luglio del 1937 era partita da Lae in Papua Nuova Guinea per raggiungere l'isola di Howland, un piccolo sperduto atollo circondato dalla barriera corallina in mezzo all'Oceano Pacifico. Dopo 35mila chilometri di

volo, all'ultima tappa, la motovedetta della guardia costiera americana che la seguiva in mare non riuscì a trasmettere le indicazioni di volo per i forti venti e il cielo coperto che ostacolò la navigazione notturna di Amelia mandandola fuori rotta. Negli anni '20 e '30 la tecnologia radio era ancora agli albori. Dichiarata dispersa furono avviate imponenti ricerche, per le quali si mobilitò il presidente Roosevelt, su 250mila miglia quadrate di mare senza risultati. Dopo l'ultimo contatto via radio di cui era rimasta traccia, lei e il copilota Fred Noonan furono dichiarati formalmente dispersi in mare.

A tutt'oggi la vicenda è ancora poco chiara e una teoria sostiene che dopo la caduta in mare dell'aereo, passarono gli ultimi giorni da naufraghi sull'isola di Nikumaroro, lei ferita lievemente e Noonan in modo serio. A supportare questa tesi i segnali radio per cercare aiuto che lei mandò per 6 giorni. Una spedizione di ricerca successiva trovò una parte del carrello del suo aereo sugli scogli, resti delle sue scarpe, un coltello tascabile e alcuni frammenti ossei.

Si esaurì il carburante, precipitarono e morirono nell'impatto? Furono catturati e giustiziati dai giapponesi perché scambiati per spie?

Non lo sapremo mai.

Lady Lindy, la signora dell'aria, come veniva soprannominata non ha stabilito solo dei record mondiali ma ha scritto una pagina di storia.

Intervistata dopo le prime imprese disse *"L'unica cosa che desiderassi al mondo era vagabondare. Nel cielo"*.



Romagna

La terra della dolce vita



www.visitromagna.it

SCOPRI DI PIÙ





di Elio Pari

ANDREA FALZARESI

il manager vincente!

Ci eravamo conosciuti quasi due anni fa. Un personaggio incredibile.

Prima però facciamo un veloce “rewind” dalla puntata precedente.

Il suo destino pareva quello di fare l’avvocato, con una laurea in giurisprudenza già bella in tasca. Poi “le cose della vita” lo hanno dirottato tutto da un’altra parte: ha sterzato improvvisamente cambiando visione, emozioni ed ambizioni. Ha filato tutto liscio.

Oggi a 53 anni compiuti non è sicuramente pentito della carriera intrapresa, anzi la rivendica con entusiasmo.

Andrea Falzaresi è attualmente un importante *self made man* di casa nostra.

Post covid, dopo aver passato un periodo temporale importante, Andrea si ritrova imprenditore super-consolidato e al top; gestisce, assieme ad un gruppo di soci-amici, una catena di 12 alberghi nel tratto costiero più bello della riviera, Milano Marittima - Cervia - Riccione, a marchio “Club Family Hotel”.

Tanto per entrare meglio nei dettagli, snoccioliamo qualche numero di questo colosso dell’accoglienza: oltre 600 dipendenti, 1.150 camere attive (12 hotels), 350.000 presenze annue. Oltre il 40 per cento sono gruppi di famiglie, e si parla di 20 milioni circa di fatturato ogni 12 mesi di lavoro. Cifre da capogiro...

Alle strutture esistenti fino a qualche tempo fa si sono aggiunte poi 250 camere con 3 hotel nuovi dei quali uno è il Best di Riccione, un altro il Bologna di Milano Marittima (ora Mima Apart Hotel Boutique) e infine l’Hotel Tosi, aperto l’anno scorso.

Il fatturato è aumentato insomma?

“Un pochettino.” (ride soddisfatto) *Ma quando si aumentano le strutture, quindi anche i costi è normale che a fine corsa il fatturato sia in progressione. E’ obbligatorio che il plus sia anche un guadagno e non solo mero fatturato”.*

Il covid non vi ha fatto quindi molta paura?

“Direi al tirar delle somme di no, perché adesso c’è una grande voglia di ripresa e di vacanza. Sarà un bellissimo periodo: luglio e agosto specialmente, senza dimenticare un giugno perfetto, poi anche settembre. Penso che sia abbondantemente superato il covid.”

Ma cosa riuscite ad offrire sul mercato ai vostri clienti in più degli altri competitor???



“Siamo in pista da oltre un decennio, seguendo una mia idea ben precisa a livello di impostazione. In quanto volevo dare risposte forti e mirate alle famiglie che venivano in vacanza in Emilia Romagna. Il mio sogno non era sicuramente quello di continuare ad offrire attraverso l’albergo, la sola camera per dormire con la prima colazione, pranzo e cena. Volevo garantire una serie di servizi innovativi, tutti racchiusi in un unico pacchetto. Il progetto che mi ronzava in testa, poter costruire un prodotto contenente tanti plus al proprio interno. Ovviamente la formula partorita un decennio orsono non è quella attuale. Nel corso del tempo abbiamo affinato, modificato, aggiornato,

modernizzato, adeguato i cosiddetti “pacchetti” di mese in mese, di anno in anno, fino a ritrovarci nel 2022 con strutture che funzionano alla perfezione e migliaia di clienti soddisfatti. Siamo gli unici alberghi, ad esempio, ad elargire il servizio pediatrico gratuito. Cosa vuol dire questo? Che in ogni hotel quando un bambino/a di una coppia non sta bene, c’è la possibilità di operare un primo intervento medico in struttura dal lunedì al venerdì in orari prestabiliti. Questo tranquillizza i nostri “clienti genitori”. Abbiamo realizzato, tra i primi a farlo, il pronto intervento medico. Ho pensato poi a “DrinKy”, l’open bar che ti segue. Quando i nostri ospiti arrivano nei “Club Family Hotel”, forniamo loro una borraccia personalizzata, che si può riempire senza nessun costo aggiuntivo ai vari dispenser sparsi nelle varie area bar e quindi portare in spiaggia, camera, nelle passeggiate, bordo piscina...dove vogliono praticamente, dispongono di una bevanda fresca, ripeto: senza sovrapprezzo. I vari ospiti possono cambiare struttura durante il soggiorno: ne abbiamo 12 a disposizione e a scelta, semplicemente chiedendo di poterlo fare. Così i turisti hanno la possibilità di conoscere tutta la Romagna attraverso i nostri alberghi, passando da uno all’altro, cambiando località giorno dopo giorno. Queste sono alcune, solo alcune delle nostra particolarità e peculiarità”.

Family Hotel significa ospitalità a 360 gradi. È stato un percorso importante e di grande crescita...

“Decisamente. Ciò è derivato dall’unicità del prodotto che proponiamo a livello sia nazionale che internazionale. Parliamo di hotel, strutture, senza uguali per numero di servizi. Siamo la catena più premiata da TripAdvisor. La settimana scorsa abbiamo ottenuto e quindi





vinto l'undicesimo posto a livello mondiale e il settimo posto in Europa dei Family hotel.”

Te lo saresti aspettato agli inizi?

“Eh no, all'epoca mi chiedevo come certi esseri umani potessero gestire al massimo due hotel. Invece alla fine direi che è più facile portarne avanti 12 che uno solo. Certo i problemi si moltiplicano, ma sono anche più facilmente risolvibili, perché puoi spostare le risorse umane disponibili da un posto all'altro, con grande flessibilità. Così si ottimizza e si riesce meglio anche a tamponare bene in condizioni di emergenza.”

L'intercambiabilità di far trascorrere da Milano Marittima, a Cervia o Riccione dal pranzo alla cena della sera, per il vostro target di riferimento, il cliente, per esempio, è qualcosa di straordinario.

“Come dicevo sopra è una nostra tipicità, oltre agli “open bar” aperti tutto il giorno in spiaggia. Oggi poi la vacanza non è solo svago, sfogo, ma un momento in cui si sa cosa si vuole spendere senza sorprese finali extra. D'altra parte il mio pensiero è sempre volto a rendere i bambini felici in modo che tutto sia più semplice anche per i genitori. L'idea originaria era proprio trasformare gli hotel in dei piccoli parchi giochi. Dando agli adulti varie possibilità di inclusione, alternative, nelle varie zone marittime dove siamo presenti. Così nessuno si annoia.”

In Italia forse siamo sopra una certa media di livello europeo avendo un patrimonio paesaggistico da fare invidia a mezza Europa.

“Proprio così. Dobbiamo quindi iniziare a riportare gli stranieri in Italia e nella nostra Romagna. In questo momento di Pentecoste ho già 200 camere occupate da turisti provenienti da oltre confine. Le formule varie, le possibilità di scelta offerte, serviranno ancora di più a far scoprire al cliente straniero, l'attrattiva peninsulare. Bisogna capire bene cosa vogliono i turisti provenendo dall'estero. Cercano in primis i servizi o le piscine in spiaggia? Preferiscono vivere il mare? Dobbiamo solo andar dietro alle esigenze degli esseri umani e modernizzarci. Specialmente nel modo di pensare e di ascoltare, oltretutto osservare.”

Qual'è post coronavirus, il vostro rapporto con la comunicazione attiva: le fiere, il cartaceo, l'online?

“Noi da tempo partecipiamo molto poco a fiere e rifuggiamo il cosiddetto marketing istituzionale, quello che in pratica è in odore di stantio. Quindi il focus

operativo, il lavoro comunicazionale non è mai fermo. Neppure in cosiddetti tempi morti di stagione. Neppure durante la pandemia ci siamo stoppati. Operiamo su piattaforme in rete. Troviamo internet un mezzo potentissimo: i siti delle strutture che gestiamo sono piene zeppe di visite giornaliere. Numeri da capogiro e gli accessi sono veri, non fake. Non serve avere un sito o più di uno belli per fare vetrina. La rete va fatta funzionare è un acceleratore di guadagni sempre in moto: giorno e notte, 24 ore su 24. Ogni anno oltre 2 milioni e mezzo di persone usano le pagine web “Club Family Hotel” per chiedere info, stringere contatti, fare ricerche di vario tipo. In autonomia produciamo depliant ad hoc, oltre 1 milione di pagine cartacee, veicolate sui quotidiani o all'interno di centri commerciali. Di conseguenza siamo molto ben visibili e ricercati, anche facilmente a livello di indicizzazione. Ben identificati da chi vuole analizzare il prodotto che andiamo a proporre.”

Analisi breve dell'estate 2022. Torneremo a galla anche con il PIL?

“Sarà bellissima e piena di eventi straordinari anche se occorre valutare in modo accurato la grande incognita economica post-estate. Forse il Pil crescerà, ma dall'altra parte vale la pena di tenere d'occhio l'inflazione...”

Diamo una occhiata al futuro, svelaci i nuovi progetti in anteprima della vostra catena e di Andrea Falzaresi.

“In 12 lunghi anni siamo riusciti a mettere insieme ben 12 hotel. Lo sviluppo di crescita posso definirlo “tumultuoso” ma razionale. Questo grazie ad un prodotto, proposte uniche, che ci hanno permesso di collezionare numeri da record a livello di catena family in Romagna e in Italia. I premi vinti in Italia e in tutta Europa lo dimostrano. Alle mie parole del nostro precedente incontro son seguiti fatti tangibili e concreti. Progetti??? Tanti. Questa estate 2022 la considero una esperienza post Covid e speriamo post bellica importante. Siamo usciti da una guerra, il Covid, leccandoci tutti quanti qualche ferita. Ma opportunità e progetti innovativi bollono in pentola. Va tutto afferrato al volo, specialmente a livello di business turistico

E...io voglio starci dentro, con le mie squadre e il mio bel gruppo di soci.

Per continuare a vincere ancora!”



grafica Studio Luca Sarti

2022 SOTTO
IL SOLE
DI
RICCIONE



ANDREA CONTI di IMMORTAL BRAND

Da lupo solitario a grande motivatore di team

Incontriamo Andrea Conti, brillante quarantenne Founder e CEO di IMMORTAL BRAND, un'agenzia specializzata in brand positioning con sede a Rimini

Ci vuoi raccontare come è maturata l'idea di inserirti in questo campo?

“Immortal Brand è l'evoluzione di Big Rocket, un'agenzia di marketing sempre creata da me per supportare gli imprenditori nel miglioramento delle performance aziendali.

Prima di decidere di diventare imprenditore nel mondo della comunicazione, il mio ruolo è stato per alcuni anni quello di manager in una azienda importante della grande distribuzione. Poi il salto nel vuoto.

Quando ho iniziato a studiare la situazione, ho capito ben presto che non potevo creare una generica agenzia di marketing. Rimini è una delle città italiane col più alto tasso di communication agency

rispetto alle imprese. Sono sempre stato appassionato di brand, soprattutto quelli con una rilevanza di tipo sociale, per cui quando è stato il momento di scegliere in cosa specializzare l'azienda ho pensato fosse una buona idea lavorare sul brand positioning anche se hai tempi, ormai sette anni fa, nessun imprenditore sapesse di cosa si trattasse.

È una cosa difficile da realizzare?

“In generale le aziende non pensano di aver bisogno di un brand ma di visibilità sui social, vedono solo la punta dell'iceberg: marketing = post sui social.

In realtà il marketing si costruisce dal fondo e poi si arriva in superficie, il marketing è un processo in cui la parte invisibile è molto più ampia di quella visibile, proprio come per l'iceberg. Ci abbiamo subito messo la faccia iniziando a comunicare, attraverso eventi, la nostra diversità di approccio rispetto alle agenzie generiche.

Per fare posizionamento, oltre a un'approfondita conoscenza delle dinamiche di mercato, occorre molto



coraggio: un conto è capire di doversi differenziare dai competitors, un altro è andare fino in fondo a rimarcare la propria unicità, decisamente questo non è uno sport per tutti. Andare a posizionare un'azienda significa cambiarle un po' il destino, renderla possibilmente immortale, per cui il primo passo è stato testare su di noi le nostre strategie, un po' come fanno i tatuatori che prima di incidere la pelle dei clienti testano la loro manualità sulla propria pelle. Siamo partiti operando una scelta drastica su Big Rocket che da azienda generalista che vendeva un po' di tutto si è specializzata unicamente in brand positioning. Mettendoci un po' di audacia abbiamo fatto una specie di salto nel vuoto puntando tutto su di un'unica business unit.

Il raddoppio del fatturato mi ha dato la conferma che poteva funzionare e di lì abbiamo iniziato ad essere conosciuti come “*quelli che creano e lanciano i brand*”.

Oggi siamo arrivati a più di 90 brand e start up lanciate, la stragrande maggioranza delle quali operative e che hanno anche superato il difficile periodo pandemico. Come dico sempre *<se pianti un chiodo dritto ci sono più probabilità che vada in fondo>*.

Convinti che occorra uscire dalle logiche del proprio settore, portiamo le logiche del B2B (business to business) dentro il B2C (business to consumer) e viceversa: in questo modo creiamo sempre delle fratture e proposte uniche difficilmente copiabili.

A livello locale abbiamo avuto buone soddisfazioni come quella con Rinascita Basket Rimini che ci ha dato molta visibilità.

Oggi la maggior parte dei clienti è fuori regione, distribuita in tutt'Italia”.

Veniamo ad Immortal Brand

“Nato 5 anni fa come evento creato con Big Rocket è diventato ufficialmente il brand madre. Io ho una con-

vinzione incrollabile: tutte le attività imprenditoriali nascono da una mancanza avvertita nel mondo da parte dell'imprenditore che poi genera un agire, una impresa per l'appunto. La forza della mancanza avvertita, quel dolore che non ti permette di accontentarti dello status quo, hanno un impatto molto importante nel destino dell'azienda. Nel mio caso il movente è stata la grande paura che ho provato nel 2016 quando ho lasciato un posto a tempo indeterminato per lanciarmi nel sogno imprenditoriale. Con entusiasmo ma anche un po' di incoscienza perché non sapevo minimamente cosa mi aspettava. Ricordo che i dati e le statistiche che consultavo allora dicevano che il 50% delle start up muoiono, l'80, 90% non arrivano a 10 anni di attività. E io avevo lasciato la comfort zone e investito i pochi soldi che avevo nella mia neonata azienda. Però mi ripetevo che il mio sogno non poteva morire. Troppa speranza, troppa fiducia e troppo futuro per fallire. Mi sorreggeva la visione, la sensazione che in qualche modo ce l'avrei fatta.

Dopo aver capito le regole del marketing, ho iniziato a concentrarmi su fattori altrettanto determinanti per il benessere aziendale, fattori che determinano la prosperità dell'azienda e la sua longevità. Ho studiato psicologia comportamentale, filosofia, high performance management, leadership, tutti elementi che mi hanno aiutato a costruire il modello di pensiero Immortal Brand che mette al centro dello sviluppo aziendale lo sviluppo del potenziale umano reso possibile attraverso una solida cultura aziendale fondata su principi molto chiari. Anche perché legate al destino dell'azienda ci sono le vite delle persone, delle loro famiglie e la qualità della vita stessa. Non esattamente cose di poco conto.

Il principale segreto delle aziende di successo è trovare il delicato equilibrio tra lo sfruttamento del vantaggio competitivo acquisito sul mercato e la capacità di innovarsi ogni volta che il mercato cambia. Ma innovare è molto complesso e faticoso.

Io non considero l'innovazione come un'attività sporadica quanto piuttosto un mindset. Oltretutto l'innovazione è pericolosa per il fatto che ha un tasso di fallimento connaturato altissimo. Molto spesso le aziende muoiono perché davanti ai mutamenti della scena socio-economica non sono abbastanza compatte e coese per modificarsi velocemente.



Se c'è una cultura aziendale forte e le persone risultano disposte a sacrificare una parte del loro tempo, della loro identità in funzione della salvezza dell'azienda, tendenzialmente le sfide si vincono.

Prima di intraprendere azioni di brand positioning nelle aziende il metodo di lavoro di Immortal Brand prevede un'analisi e un lavoro sul livello di allineamento del management per constatare quanto è solida la cultura aziendale, l'elemento fondante senza il quale non si possono fare strategie di posizionamento e sviluppo”.

Come avviene questo allineamento? Dove cominciate a seminare?

“Innanzitutto i miei ragazzi sono allenati all'estremo, sottoposti ad un training continuo di formazione. Tutto quello che portiamo nelle aziende è prima sperimentato e testato su di noi.

Il lavoro che viene fatto riguarda l'identità individuale affinché non prevarichi mai il bene collettivo dell'azienda. Oltre alle competenze tecniche, alleniamo costantemente la leadership e la consapevolezza di sé. Se dall'analisi preliminare constatiamo un problema di cultura aziendale, prima di lavorare sul brand, il prestep è la revisione dello scopo, della visione e dei principi. Procediamo ad un programma di riallineamento a tutti i livelli verso la mission, lo scopo. Dopo questo intervento si vede che l'azienda cambia passo”.

È complicato lavorare ad un cambio di mentalità? Trovi più scogli quando l'età media è alta oppure è una questione di forma mentis?

“Il primo impatto non è facilissimo. Inizialmente vengo percepito come il nemico perché chiedo di cambiare mindset e modo di lavorare. L'età anagrafica non è rilevante, nel corso del tempo ho visto persone molto adulte eccezionalmente aperte di mente così come giovani imprenditori spaventati di fronte al più piccolo cambiamento.

Il mercato moderno richiede un'apertura mentale radicale e fuori dal comune perché ciò che viene validato oggi fra un mese potrebbe essere già obsoleto.

Occorre essere sempre pronti a rimettere in discussione sistemi, processi, idee. Il tutto è gravoso e noi supportiamo le aziende a prendere decisioni strategiche, complesse e importanti basate su dati e evidenze empiriche.

Non partiamo mai con la presunzione di aver ragione



a priori e non siamo maghi con la formula magica, portatori di risultato garantito. Il nostro approccio è molto socratico, di dubbio e ricerca continua. Utilizzando un approccio empirico basato su fatti, risultati e numeri creiamo delle ipotesi, le testiamo e verifichiamo se sono sorrette dai numeri e dai feedback che arrivano dal mercato e dai processi aziendali. Se funzionano le implementiamo, se non succede potrebbero essere non funzionali in quel momento o solo da rivedere.

Occorre essere disposti a veder fallire i tentativi per poi recuperarli e ottimizzarli, il fallimento parziale è funzionale all'innovazione e va percepito come esperimento necessario alla crescita. Come? Con un allenamento quotidiano da riprodurre all'infinito : test - fallimento - implementazione - ripartenza.

È un lavoro che si fa sul campo, non è facile e veloce ma lento e difficile.

Molti imprenditori si aspettano la soluzione panacea esempio <ti faccio avere più contatti che genereranno più fatturato>

Il mercato generalmente lavora sui problemi sintomatici. Se ti metto solo un cerotto, l'eritema si potrebbe manifestare da un'altra parte.

Noi di Immortal Brand ci concentriamo sui problemi cronici”.

Quali sono i problemi cronici delle aziende?

“Mi capita spesso di entrare in aziende dove regna una visione non tanto positiva del futuro. Mi è subito chiaro che la maggior parte dei problemi sono legati all'assenza di uno scopo e una visione condivise. Ciò avviene quando le dinamiche e gli interessi sono più legati alla legittimazione dell'individualità piuttosto che del benessere collettivo. Questo determina assenza di fiducia nel management, assenza di trasparenza, giochi di potere, bassa produttività perché non si collabora ma ci si protegge.

Noi chiediamo agli imprenditori: “vuoi la soluzione cerotto o quella radicale?” Quelli che scelgono il cerotto non sono disposti al sacrificio richiesto da ogni cambiamento e non possono lavorare con Immortal Brand”.

Cosa devono chiedersi gli imprenditori prima di rivolgersi a voi?

“La prima domanda che dovrebbe farsi ogni imprenditore/imprenditrice riguarda la motivazione profonda che li ha spinti a intraprendere il cammino imprenditoriale. Se la risposta ha a che fare con bisogni edonistici, soldi o prestigio, tranne qualche caso eccezionale, le aziende non hanno un grande futuro. Se quello che li muove va oltre il beneficio personale e si focalizza soprattutto sul bene collettivo, sul contributo per far crescere le persone e generare prosperità negli altri, il servire principi umani, allora sono sulla buona strada per creare un brand immortale.



Gli imprenditori che ce la fanno a mio avviso sono quelli che continuano a crescere insieme al proprio capitale umano che è la loro più grande risorsa. Investendo su di loro l'energia per farli crescere si acquista enorme valore come impresa”.

Hai dichiarato che un'impresa dovrebbe essere una famiglia di modelli di business. Vuoi spiegare questo concetto?

“È il problema tipico del modello di business italiano. Molti imprenditori sono talmente innamorati delle loro idee e delle loro aziende che non riescono a guardare altro o a pensare in maniera differente. Non è detto che il loro modello di business attuale possa funzionare nelle condizioni di mercato future. Un po' come la diversificazione del rischio quando si fanno investimenti, se ti focalizzi su di un unico modello di business sottoponi il tuo sistema impresa ad un pericolo elevato.

Il modello Immortal Brand prevede di partire dal massimizzare le performance del modello di business madre per produrre fatturato e utili e contemporaneamente far crescere come alberelli altri modelli di business figli finanziati dal madre. Questi, come abbiamo appurato in molti casi di intervento, potrebbero progredire più velocemente del business primario e nuove generazioni di business potrebbero sostituire o affiancare il primo.

Ti faccio l'esempio dei 4 modelli di business che stanno operando nella mia azienda: **Immortal Brand** lavora sulle strategie di posizionamento per grandi aziende italiane dai 3 ai 50/70 mln di fatturato. **Big Rocket**, che verrà rivitalizzato con un'operazione di riposizionamento, si occuperà solo di start up le quali hanno dinamiche completamente diverse, **High Performance Management** presidia il lavoro di cultura aziendale e in **Immortal Lab** facciamo formazione imprenditoriale a piccoli e medi imprenditori in tutt'Italia”.

Ottenete subito il feedback nelle aziende o avvertite titubanza quando andate a fare questo genere di operazioni?

“Ti rispondo dicendo che dipende dal tipo di fame imprenditoriale che troviamo. Gli imprenditori visionari con l'ambizione sana del voler far crescere la loro azienda e la forza di fare scelte coraggiose sono quelli vincenti.

Devono credere in noi. Il rapporto di fiducia che chiediamo è fondamentale. Non deriva dalla supponenza dalla specializzazione sulle strategie di brand sviluppate in anni di esperienza sul campo e i risultati ottenuti. Nel tempo ci siamo impegnati molto raccogliendo casi di successo a ripetizione”.

La fiducia da parte del consumatore la vedi come driver del futuro per le imprese?

“Assolutamente sì. La fiducia intesa come credibilità delle aziende è la parola cardine del mercato moderno. Sarà la moneta del prossimo decennio perché in un'arena sempre più smaterializzata in termini di relazioni o riesco con il mio brand a creare grande fiducia o non vendo.

La percezione del valore di un prodotto, servizio, impresa non è immediata, va costruita con solide basi. Comunicando continuamente la tua big idea, la tua mission, i tuoi principi al mercato diventi un brand e aumen-

ti esponenzialmente il tasso di fiducia e conversione in clienti”.

Parliamo di e-commerce. Ritieni ci sia troppa aspettativa e ossessione da parte degli imprenditori a riguardo?

“L'e-commerce è a tutti gli effetti un modello di impresa e va gestito come un'impresa. Molti lo vedono come un modello di business più facile e con minori costi di struttura. In realtà i costi sono molto alti, la competizione feroce e se non crei un brand con una solida idea differenziante scordati di vendere: il mercato è già saturo di prodotti e brand, non c'è bisogno di altro, i prodotti veramente innovativi sono pochi e a quel punto conta solo la percezione di unicità che riesci a creare intorno ad un prodotto o servizio attraverso il valore supplementare del brand”.

Per concludere raccontami qualcosa di te?

“Sintetizzo con un'altra frase <avevo perso la voce, ho ritrovato la voce>. C'è stato un tempo in cui ho vissuto un'esistenza che non avevo scelto pur pensando fosse quella giusta. Poi, ammalandomi seriamente, mi sono reso conto che non stavo vivendo la mia vita. A quel punto ho iniziato un processo, per così dire evolutivo, dove ho sentito la necessità di far sentire veramente la mia voce e, come l'ho trovata io, di donarla anche agli altri.

Oggi il mio scopo è, attraverso il mio lavoro, continuare ad avere una voce forte e significativa e fare da ponte alla crescita di altre persone, da specchio del loro valore.

Nella vita avrei potuto fare lo scrittore, ho scritto due romanzi vincendo anche un premio letterario ma era un mestiere troppo solitario. Io sono portato a lavorare in team, sviluppare le cose con altri e farli crescere accanto a me.

L'anno scorso in piena pandemia mi sono anche sposato. Ci tengo a sottolineare che mia moglie rappresenta una parte importante del successo che ho avuto fino qui. Sono una persona con un gravitas, un peso specifico notevole e lei riesce a farmi vedere il lato leggero e dolce della vita.

Sono assolutamente grato del fatto che lei faccia parte della mia vita”.





GLI ESPERTI TECNOLOGICI DELLE RISORSE UMANE

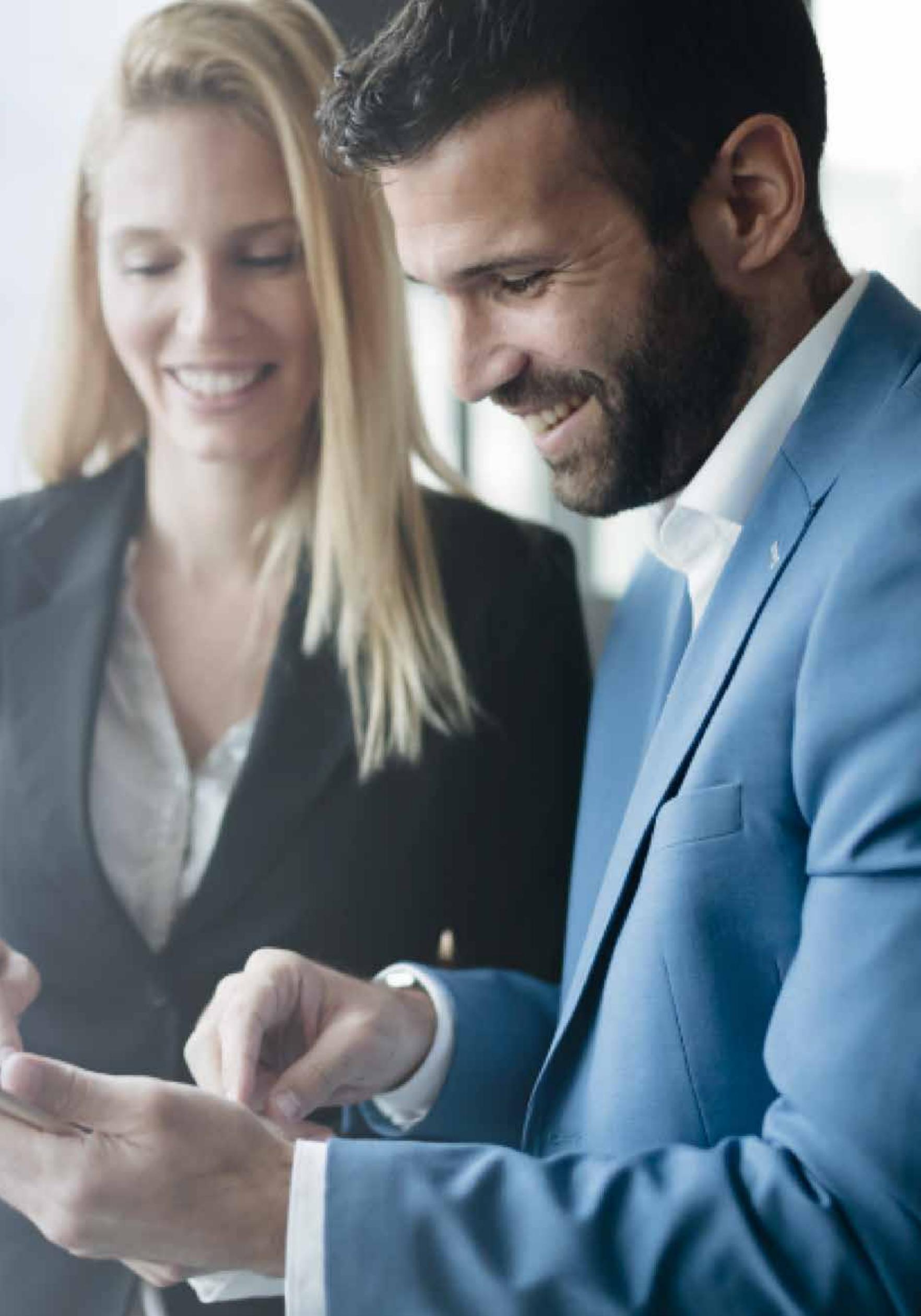
Da oltre 20 anni al fianco delle aziende nella gestione del personale, **Blutec** oggi consolida la sua attività come partner delle proprie aziende clienti e dei loro HR Manager, mettendo al loro servizio la propria esperienza come consulente e fornitore di **soluzioni tecnologiche per le risorse umane**.

I nostri servizi sono rivolti alle aziende che vogliono **migliorare il loro modo di lavorare**, risparmiando costi e ottimizzando le risorse.

Blutec supporta le aziende nel loro percorso di crescita attraverso l'individuazione delle migliori strategie e l'applicazione di strumenti informatici personalizzabili in base alle esigenze delle singole aziende.

La passione per l'innovazione e il cambiamento ci guida nell'offerta ai clienti di tutte le soluzioni in grado di **migliorare l'efficienza dei processi**.

www.blutec.it





di Cristina Barnard

I sei capitani coraggiosi della rinascita di **HAPPINESS**

Vogliamo presentarvi una storia che racconta dell'Italia che riparte, che narra di persone che hanno scelto di mettersi in gioco investendo, grazie allo strumento del WBO, le loro energie economiche e personali e nella rigenerazione di un'azienda del territorio in crisi economica. Una decisione coraggiosa nell'intento di salvare un patrimonio Made in Rimini in termini di know how e di capitale umano che altrimenti sarebbe andato perduto.

Elisa Maroncelli, Chiara Rossi, Leonardo Laricchia, Antonio D'Ortona, Marcello Balzani e Giacomo Sacconi sono i sei ex dipendenti che hanno rimesso in pista il fashion brand riminese Happiness.

Elisa, come President della nuova cordata spiegaci cos'è il WBO.

“Il Workers Buyout è il recupero di un'impresa o di una sua parte, realizzata dai dipendenti che in forma cooperativa subentrano nella proprietà. Grazie al sostegno della legge Marcora dal 1985 sono state salvate in Italia oltre 350 aziende in crisi, e da pochi mesi anche la nostra”.

Facciamo un passo indietro. Nel febbraio 2020 il tribunale dichiara fallita Piccoli e Grandi, l'azienda che produce il marchio Happiness e boccia il piano di recupero presentato dagli ex proprietari. Continua tu...

“Noi dipendenti eravamo a rischio licenziamento. Il curatore fallimentare vedendo che il brand continuava a piacere al mercato, decide di proseguire con l'esercizio provvisorio facendo scemare l'ipotesi disastrosa di chiudere tra l'oggi e il domani. Qualcuno ci suggerisce di

costituirci WBO, un meccanismo che non conoscevamo ma che ci apre uno spiraglio. Ne parliamo con il referente di ConfCooperative Romagna che esordisce dicendoci che i soldi non sono un ostacolo perché esistono Fondi ai quali poter attingere. Il vero problema, ci spiega, è tutto il resto: *-Dovete essere credibili, costituire un gruppo affiatato con la visione giusta, ricoprire ruoli in posizioni strategiche ed essere disponibili a togliervi la giacchetta da dipendenti per vestire i nuovi panni da imprenditori-*.

Ci siamo, per così dire, scelti in sei in base alla fiducia che avevamo l'uno nell'altro con la fortuna di ricoprire anche i ruoli giusti per dar vita al nostro sogno. E così io che venivo dalle Risorse Umane sono stata nominata presidente della newco, Chiara a condurre l'amministrazione, Leonardo è il vice presidente e responsabile della finanza, Marcello a capo del settore retail a seguire la gestione dei nostri negozi diretti, Antonio responsabile dell'ufficio prodotto e coordinatore della direzione creativa e Giacomo responsabile del magazzino e della logistica.

Costituimmo la società nell'aprile 2021 e alla terza asta, ci viene aggiudicata l'azienda anche grazie al diritto di prelazione che abbiamo potuto sfruttare in quanto WBO. È stata la nostra carta magica ma è valso anche il metterci alla prova del curatore che nei mesi precedenti l'aggiudicazione, ci aveva permesso di affiancarlo nella gestione”.

A dicembre 2021 avete rogitato diventando imprenditori con tutti gli annessi e connessi. Oltre all'emozione quale altro sentiment vi ha pervaso?





“È stata una grande gioia ma non abbiamo dimenticato la nostra dimensione da dipendenti. Continuiamo ogni giorno a ricordarci da dove siamo partiti e quali sono i nostri valori. Quindi sì imprenditori nella visione e nella strategia ma con l’heritage dell’essere stati dipendenti, mantenendo l’umiltà e piedi ben piantati per terra”.

Avete intrapreso questa strada con tanto coraggio e un po’ d’incoscienza, ma con le idee ben chiare sul da farsi, la rinascita si fa dunque interessante. Quali sono i pilastri del vostro intervento?

Interviene Chiara “Un’importante piano di rilancio nel design, nella comunicazione e distribuzione e nella struttura produttiva.

Abbiamo ampliato il team di agenti sul territorio italiano dalla Valle d’Aosta alla Sicilia per riguadagnare quote di mercato wholesale.

È stata ottimizzata la piattaforma di e-commerce dove i clienti digitali possono trovare tutto il nostro mondo inclusa la vendita delle ultime taglie a prezzi favorevoli.

Nel settore della logistica l’intervento di Giacomo sta dando più attenzione e cura alle spedizioni per i tre diversi canali di distribuzione: il wholesale, lo shop on-line e il retail con i nostri 4 negozi diretti di Rimini, Riccione, Milano Marittima e Forte dei Marmi.

Nei prossimi mesi partirà il nuovo battage pubblicitario dove saremo portatori sani di una comunicazione carica di messaggi positivi e proiettata al futuro attraverso il riposizionamento come brand sostenibile e innovativo. Vogliamo stabilire una comunicazione diretta e interattiva con i clienti di lunga data lanciando segnali forti e diretti ai nuovi. Proponiamo uno street style con nuovo slancio e smalto, contaminato da messaggi di valore.

Abbiamo chiamato Peace un pacchetto flash dedicato solo ai nostri negozi e alla vendita on-line rigenerando capi di passate collezioni con immagini e grafiche coloratissime che inneggiano alla pace nel mondo.

Nella prossima collezione che si potrà vedere a partire dalla fine di agosto, saranno tantissime le novità: il cartellino, i tessuti, i concetti grafici...ma non posso dire di più!”.

Quali sono i capi più desiderati?

“Sicuramente le felpe, T-shirt e pantaloni genderless disponibili anche con vestibilità over nei monocolori energetici come il lime, la nuova stampa camouflage e poi l’Army Bag, l’iconico borsone in tela oramai prodotto cult che si presta agli usi più svariati”.

La vostra voglia di rinascita si intuisce anche dal-



la nuova immagine di un brand si’ frizzante, colorato e versatile ma costituito da capi street impeccabili con tessuti e lavorazioni premium, fatti per durare nel tempo, attenzione ai dettagli e colori emozionali.

Risponde Leonardo “Sì”. Nella moda oggi molti prodotti si somigliano, la differenza sta nella promessa che viene fatta. Il mondo dell’abbigliamento ha subito un’accelerazione incontrollata che ha generato la fast fashion. Moda usa e getta che, pagata di meno, non dura più di una stagione causando anche un grave danno ecologico. Noi ci identifichiamo piuttosto nella slow fashion, una moda etica che essendo realizzata con materiali di qualità ed ecosostenibili, resiste nel tempo e accompagna i nostri clienti nel loro quotidiano.

Le stampe ad esempio non sono tutte uguali. Noi da sempre le realizziamo a mano con telai serigrafici e non in digitale. Con il risultato di un prodotto eccellente che giustifica un prezzo leggermente più alto perché i nostri capi durano tutta una vita. La qualità si ottiene anche attraverso meccanismi virtuosi nella ricerca dei materiali come i filati di eccellenza o i nostri cotone 100% organici senza poliesteri, a prova di peletti che vengono normalmente rilasciati da materiali semisintetici.

L’80% della nostra produzione è fatta in Italia e non è poco. Dietro a questo c’è il valore intrinseco del capo più che del brand”.

Salvati i posti di lavoro e poste le basi per un nuovo futuro carico di sfide affrontate con grande determinazione. Qual’è la vostra vetta?

Conclude Elisa “Stiamo lavorando all’armonia della continuità operata attraverso una crescita del marchio e costellata di importanti innovazioni. Happiness si rivolge alle percezioni dei consumatori che vogliamo vedere come amici del brand.

Siamo al timone di questa nave soltanto da quattro mesi. I passi successivi dovranno essere giusti e calibrati. Siamo molto attenti ad una gestione sana, credibile e non scriteriata, perché questa responsabilità la sentiamo bruciare sulla nostra pelle e non vogliamo deludere prima noi stessi e poi chi ha creduto e continua a credere in questa avventura.

Il prodotto è fatto qui, noi veniamo da questa terra con coraggio nostrano. Ci piacerebbe che i clienti finali capissero l’impegno e l’assoluta trasparenza di quanto dichiariamo in termini di qualità e valori, che ci sostenessero e seguissero con fiducia.

Ecco questo sarebbe già l’Everest”.



L'ATOLLO

Chiringuito
e isole di gusto.

Bagno 34
La Dolce Vita
Lungomare Murri 6,
47921 Rimini RN

latollo.com

A giugno
ricomincia l'Estate,
prepariamoci a viverla.

 [latollo_](https://www.instagram.com/latollo_)

 [L'Atollo](https://www.facebook.com/L'Atollo)

 +39 328 827 7375

info@latollo.com



di Cristina Barnard

MAGED NASHED

L'attitudine a non mollare mai

Maged Nashed è un imprenditore nel campo dell'informatica di origini egiziane che, supportato dalla sua fede religiosa, ha trasformato la perseveranza in resilienza reagendo positivamente alle difficoltà e trovando sempre nuovo slancio per continuare a costruire il suo sogno. In vent'anni di attività, passo dopo passo ha raggiunto obiettivi sempre più importanti riuscendo a creare un business attivo nel settore della rigenerazione e vendita di dispositivi elettronici. Dalla Ex Novo Computer Group ha creato nel 2018 Kenovo, una rete di negozi diretti e in franchising e shop on line di devices ricondizionati presente in tutt'Italia.

Lo incontro nel suo quartier generale all'interno del Gros Rimini dove si è insediato da tre anni nella nuova sede di 2200 metri.



Maged, cosa ti ha portato nel 1995 a trasferirti dal Cairo all'Italia?

“In Egitto lavoravo come rappresentante e sognavo di andare all'estero per realizzarmi. Ho deciso di partire per la Svizzera dove avevo uno zio, poi sono arrivato a Milano dove ho fatto tanti generi di lavori per imparare la lingua e per mantenermi. La fortuna vuole che appena arrivato c'è stata una sanatoria per gli immigrati non regolari e anch'io ho ottenuto un permesso di soggiorno regolare. A Milano l'incontro con quella che è divenuta mia moglie, romagnola, mi ha fatto decidere di mollare tutto e stabilirmi qui dove ho trovato subito un impiego come verniciatore in una azienda di porte di legno nella zona Celle. C'erano diversi macchinari tecnologici che prevedevano la conoscenza dei PC, allora mi sono fatto avanti dicendo al figlio del proprietario che sapevo usare il computer. Lui rimane stupito perché non era consueto tra gli operai. Mi fa seguire un corso alla SCM e mi affida una macchina costosissima. Me la cavo bene e arrivo anche a realizzare dei prototipi nuovi di porte.

Dentro di me però c'era il desiderio di mettermi in proprio senza sapere ancora in cosa. L'occasione arriva quando mi propongono di vendere dei prodotti elettronici provenienti da un fallimento. Decido di provarci lasciando, col dovuto tempo di preavviso, un lavoro sicuro

dove mi trovavo bene. Ho rassicurato mia moglie e mia suocera preoccupate di un futuro incerto e rischioso, convinto di poter riuscire a creare qualcosa di mio.

Non è stata una passeggiata. Nel 2004 la tecnologia usata non si vendeva facilmente e nessuno conosceva il termine “rigenerato”. Non disponevo ancora di uno spazio allestito con i miei prodotti, giravo le Fiere dell'Elettronica in tutt'Italia per vendere. Il mio primo sacrificio è stato prendere un negozio in affitto a Santa Giustina, frazione di Rimini. Il proprietario mi ha aiutato moltissimo dandomi fiducia e tempo per onorare gli impegni. Insisteva perché prendessi anche lo spazio attiguo ma io avevo paura di non riuscire a far fronte a oneri sempre più gravosi. Le cose invece vanno benino, inizia a servirmi più spazio e prendo anche il negozio a

fianco allargandomi e facendo un passettino alla volta.

Nel 2014 conosco un'altra persona splendida di Santarcangelo che mi propone un intero capannone rendendosi disponibile a suddividere gli spazi come mi servivano, con il soppalco, il laboratorio, il magazzino. Mi sembrava di sognare. È stato un aiuto inestimabile, la seconda persona che mi ha dato piena fiducia. Ho sempre incontrato persone che hanno creduto nelle mie possibilità e dalle quali ho imparato ogni volta qualcosa.

Grazie a Dio, perché io confido sempre in Dio e questa forse è la mia forza. Tutto quello che ho potuto fare è avvenuto grazie a lui. Ero già di fede evangelista quando vivevo in Egitto, come il 10% della popolazione. Il nostro credo, a differenza della religione cattolica, è personale. Un'esperienza tra te e Dio che io personalmente vivo sentendolo dentro di me. Non ho dubbi nell'affermare che Dio è un grandissimo amico, il fulcro sul quale ho costruito tutto, dalla famiglia al lavoro”.

Veniamo alla perseveranza. La tua mente non hai mai smesso di produrre idee nella direzione dell'ampliamento del business...

“Dopo due anni che mi ero stabilito in quel capannone ho cominciato a sentire la smania di fare di più nel senso che avvertivo la necessità di replicare il mio negozio nella convinzione delle potenzialità di quel business. Comincio a lavorare al progetto studiando la notte

il format dell'arredo, realizzando i pallets in laminato, le gondole per appoggiare i portatili, tutte mie creazioni in arte povera che ancora oggi caratterizzano tutti i negozi Kenovo.

Piano piano ho cominciato ad integrare l'offerta con gli smartphone e ogni genere di dispositivo fisso o portatile dai tablet alle consolle per i videogiochi.

Ho sempre cercato di farmi conoscere sul territorio in maniera educata e seria e devo dire che sono stati tanti i riminesi che direttamente o indirettamente hanno contribuito a sviluppare questa cosa che non so dove potrà arrivare, però...”

Nelle tue azioni c'è sempre una importanza sottolineata alla parola rispetto. Che significato gli dai?

“È qualcosa di molto prezioso per me. Rispetto all'interno della mia azienda verso i collaboratori in ogni fase del lavoro, verso il cliente che voglio rendere soddisfatto nella qualità che promettiamo di garantire, e verso le persone in generale. È un valore etico”.

Quando nasce il discorso franchising?

“Nel 2018 grazie ad un terzo fortunato incontro con quello che oggi è il mio general manager, Michael Branca, abbiamo presentato il progetto al Salone del Franchising a Milano. Lui veniva dal mondo dei franchising, io da quello dell'informatica, insieme abbiamo progettato la rete di negozi diretti e indiretti che oggi conta più di 40 punti vendita in centri commerciali e su strada in Ita-

lia distribuiti dal nord al sud. Il nostro valore aggiunto è stato offrire una serie di servizi, pre, durante e post vendita. Il garantire svariati tipi di prodotto e una assistenza continua ha fatto la differenza”.

Quali sono i canali di reperimento prodotto e quanto conta l'offerta a prezzi ridotti rispetto al nuovo?

“Io non compro da privati. I negozi sono abilitati a fare permuta e ritiro dell'usato per venire incontro al cliente e aiutarlo nello smaltimento ma le mie fonti di approvvigionamento sono grandi società a livello internazionale dagli Stati Uniti all'Oriente, Nord Europa incluso. Canali preferenziali fidelizzati dai quali ritiriamo dispositivi di fine leasing che mi hanno sempre permesso di avere prodotto di qualità business a disposizione. Per farti un esempio, in piena pandemia c'è stata una crisi di mercato, era aumentata la necessità di dispositivi per il lavoro da remoto ma non si trovavano portatili in Italia. I miei contatti mi hanno comunque permesso di attingere al prodotto in ogni situazione”.

La rigenerazione avviene nei vostri laboratori?

Si' e questo distingue sul mercato il nostro lavoro. Si tratta di prodotti seminuovi che rigeneriamo internamente e rivendiamo con un packaging dedicato e personalizzato a brand Kenovo”.

Al vostro interno avete uno staff di tecnici informatici. È difficile oggi reperire figure specializzate sul mercato?



“Tutto il nostro staff è formato internamente anche per i negozi affiliati. Siamo più che disponibili a preparare personale adeguato ma trovarlo è un problema notevole. Recentemente ho proposto al Centro Zavatta di Rimini, già nostro cliente, di istituire una sorta di academy per diventare tecnici di smartphone. Dovrebbero essere le scuole professionali a proporre i ragazzi da collocare dopo la scuola ma queste non ci segnalano i soggetti più meritevoli a causa della legge sulla privacy. Una cosa assurda che contrasta con i proclami -non c'è lavoro per i giovani-. Non cerchiamo maghi ma ragazzi che abbiamo voglia di imparare un lavoro”.

Oltre al risparmio economico a parità di prestazioni di alta qualità, entra in gioco il tema della sostenibilità. Un acquisto di prodotto RIGENERATO favorisce l'economia circolare e aiuta a proteggere l'ambiente.

Quanto incide questo plus nella vendita?

“Quello dei device rigenerati è un mercato globale in ascesa. L'Italia è un paese che sta rispondendo bene a queste proposte. Ci sono altre nazioni che hanno da sempre per cultura più sensibilità ecologica verso il ricondizionamento. Gli Stati Uniti hanno imposto alle scuole l'acquisto di soli apparati ricondizionati e green per aiutare l'ambiente. È stato calcolato che uno smartphone lascia un'impronta di carbonio notevole: 17,2 kg di CO2 all'anno mentre con lo stesso dispositivo ricondizionato cala a 8,2 kg. Solo nel 2021 abbiamo contribuito a ridurre le emissioni di CO2 per oltre 6.583.757 kg.

Ci sono molte aree dove poter operare per cambiare la mentalità, ridurre i rifiuti tecnologici e recupera-



re componenti preziosi. Nel 2019, secondo i dati del Global E-Waste monitor delle Nazioni Unite, sono state prodotte 53,6 milioni di tonnellate di rifiuti elettronici, oltre 7 kg per ogni abitante del Pianeta. Una enormità che cresce più velocemente della popolazione mondiale. Bisogna intervenire.

In questo momento anch'io sto definendo un nuovo progetto all'interno della mia azienda riguardante lo smaltimento RAEE che noi possiamo recuperare, avviare a raccolta differenziata attraverso i nostri consorzi”.

Cosa c'è in cantiere per il prossimo futuro?

“L'obiettivo è diventare il brand di riferimento in Italia per il rigenerato raggiungendo quota 100 punti vendita entro i prossimi 2 anni, arricchendo ulteriormente l'offerta sia dei prodotti che dei servizi tenendo sempre al centro il cliente e le sue esigenze”.

Attraverso la tua esperienza hai visto crescere nel tempo la fiducia del consumatore che all'inizio, specie in Italia, era sospettoso nei confronti dei rigenerati. Qual è stata l'evoluzione?

“Quando ho iniziato io, vent'anni fa, è stato un bagno di sangue. Era difficilissimo spiegare il prodotto e farsi conoscere. Il fattore tempo però è stato determinante permettendo alla fiducia di crescere e alla gente di prendere confidenza con questo mondo.

Oggi tutti parlano di rigenerato ma molti sono imprenditori improvvisati.

L'importante è averle le idee e il coraggio. E una tenacia fuori dal comune che ti permette di andare avanti inseguendo i tuoi sogni”.



KENOVO

TECNOLOGIA RIGENERATA



**Riparazioni
Express,
Assistenza
privati e aziende**

IL TUO DEVICE
PRONTO IN
30 MINUTI!

**Ritiro
dell'usato**

RITIRIAMO IL
TUO USATO
TRAMITE PERMUTA
O PAGAMENTO
CASH

**Pagamento
a rate**

FINO A 12 RATE
SENZA BUSTA
PAGA!

IL TUO STORE DI FIDUCIA!

Scopri le
offerte del
mese!



www.kenovo.it



di Daniela Muratori

RADIODRAMMI DI ROMAGNA

Archivio sonoro “in divenire” della drammaturgia Emiliano Romagnola

“Vi sono cose che succedono solo in dialetto”, come ebbe a dire il poeta di Santarcangelo di Romagna **Raffaello Baldini**. Storie che ad ascoltarle si può ridere, ma non troppo, forse perché la vita si muove su due binari: commedia e tragedia, dove nei personaggi descritti, al di là dei loro inevitabili limiti, c'è in tutti un bisogno di pienezza di umanità. E il dialetto sa perfettamente - e meglio - tradurre questa necessità.

Nasce con questo obiettivo **RADIODRAMMI DI ROMAGNA**, un archivio sonoro del Teatro dell'Emilia Romagna, dei suoi autori, delle sue voci e dei suoi molteplici dialetti. Si tratta di un progetto ideato da Città Teatro, compagnia teatrale riccionese con sede operativa a San Clemente (RN), da anni impegnata nella produzione e valorizzazione degli autori e del dialetto. Un progetto concepito unendo le forze di più persone, ideato da **Francesca Airaudo** e **Giorgia Penzo** per Città Teatro, con la cura generale di **Davide Schinaia**, la comunicazione di **Giulia Airaudo** e un **Comitato Scientifico** composto da **Fabio Bruschi**, **Giuseppe Bellosi** e **Davide Pioggia**. Con lo scopo di creare un archivio sonoro

dell'esistente, stimolando attori e autori ad arricchire il repertorio, per dare vita, grazie alla digitalizzazione, a una maggiore divulgazione di opere poco conosciute, specie oltre i confini regionali. Ma è anche qualcosa di più, a cui molti artisti hanno già aderito registrando nella versione “radiofonica” un Primo Volume di opere in dialetto già portate al successo in teatro.

Quando vi siete accorti che c'erano i presupposti per realizzare questo progetto? Giorgia Penzo: «Da circa 10 anni la nostra Compagnia Teatrale, Città teatro, si interessa alla drammaturgia del dialetto contemporanea; appena troviamo dei testi interessanti proviamo a metterli in scena, complice il fatto che **Francesca Airaudo** è una attrice dialettologa (e non è sempre facile trovare attori che recitino in dialetto). Fra le prime opere che abbiamo portato in scena ci sono i testi di Francesco Gabellini, un autore, poeta e drammaturgo riccionese, già finalista al Premio Riccione per il Teatro nel 2005. Poi pian piano abbiamo allargato la cerchia dei contatti e delle conoscenze di coloro, fra artisti e attori, che conoscono il dialetto e lo portano in scena, iniziando



proficue e interessanti collaborazioni. Ci teniamo anche a utilizzare il dialetto nei nostri corsi, abbiamo addirittura un progetto per bambini che si chiama *Burdell* e lo proponiamo nelle scuole elementari. È a questo punto che ci siamo resi conto che la lingua dialettale andava recuperata, bisognava trovare un modo per raccontare non solo le radici, ma anche la contemporaneità, arrivando a contattare un pubblico trasversale.

Francesca Airaudò: «Grazie al background della nostra Compagnia Teatrale, abbiamo cercato di scoprire se ci fossero dei fondi disponibili per sostenere la diffusione dei nostri spettacoli in dialetto, fin quando abbiamo aderito ad un bando indetto dalla Regione Emilia-Romagna con il progetto **RADIODRAMMI DI ROMAGNA**, che fra tanti, ha avuto il punteggio più alto. E questo ci ha permesso di avere un prezioso contributo della Regione Emilia-Romagna, ai sensi della LR 16/2014 “Salvaguardia e valorizzazione dei dialetti dell’Emilia-Romagna” e in seguito anche delle collaborazioni private.»

In quanto tempo avete realizzato questo progetto?

Giorgia Penzo: «Già dal Lockdown per il Covid avevamo iniziato a riflettere su nuove opportunità di ascolto per quei testi che avevamo già sperimentato.

Ci sono voluti diversi mesi fra progettazione, studi di fattibilità, pre-produzione ed esecuzione delle registrazioni a cura degli artisti. Naturalmente le tecnologie moderne ci danno la possibilità di rendere tutto più fruibile, per cui abbiamo pensato che la pratica di ascolto più diffusa fosse il podcast: per la divulgazione è stata scelta la piattaforma *Spreaker*, che permette la distribuzione in contemporanea su varie piattaforme di *streaming* quali *Spotify*, *Apple Podcast*, *Google Podcast*, *Amazon Music/Audible*, *Deezer*... Tutti gli spettacoli sono stati ri-editati: ci siamo chiusi in Teatro, il Giustiniano Villa di San Clemente (Rimini), luogo funzionale e simbolico, intitolato al poeta-ciabattino della Valconca, un teatro che gestiamo ormai da molti anni, dove sono stati costruiti degli ambienti sonori ad hoc.»

Francesca Airaudò: «Ad oggi abbiamo inciso il Primo Volume - sono registrazioni che abbiamo realizzato fra marzo e aprile 2022 - che contiene i primi 6 podcast completamente incisi in originale, ascoltabili gratuitamente sul sito di Città Teatro e su <https://www.radiodrammidromagna.it>: Toni di **Cesare Zavattini**; *Detec-*

tor, *La custode*, *Iper* di **Francesco Gabellini**; *Pinocchio in dialèt* da *Pinocchio Riminese* di **Amos Piccini**; *Stal mami reloaded* da *Stal mami* di **Liliano Faenza**.»

Tra gli obiettivi del progetto, oltre a creare un archivio sonoro dell’esistente si vuole stimolare altri attori e autori ad arricchire il repertorio, in che modo?

Giorgia Penzo: «Siamo partiti conoscendo poco di questo mondo, iniziando con dei testi che avevamo già sperimentato a teatro, testi a cui abbiamo dato una nuova vita e che speriamo possano essere divulgati il più possibile e valicare i confini emiliano romagnoli. Ma soprattutto, in previsione di un Secondo Volume, siamo alla ricerca di nuovi autori, augurandoci che ci venga rinnovato il finanziamento, perché ci piacerebbe promuovere un bando *ad hoc* per autori di Radiodrammi, con un premio alla drammaturgia.»

Francesca Airaudò: «In realtà ci sono tanti autori che scrivono in dialetto, ma nei molti archivi sonori dedicati alla poesia o all’aspetto più glottologico o fonetico, abbiamo rilevato che mancasse uno specifico dedicato al Teatro. Tra l’altro la trasposizione di un testo dalla scena all’ascolto non è facile: ci abbiamo dovuto ragionare e alla fine abbiamo voluto omaggiare la radio!»

Per concludere, non è superfluo ribadire quanto ricordato dal Comitato scientifico nella presentazione del progetto **RADIODRAMMI DI ROMAGNA**: “(...) *Il dialetto non è più nostalgico e residuale ma vivo e immerso nel contemporaneo. In Romagna il nuovo teatro in dialetto procede a macchie di leopardo, a partire dal sodalizio ravennate tra Nevio Spadoni, poeta e drammaturgo, e le Albe. Poi nascono altri autori: Giovanni Nadiani a Faenza, Denis Campitelli a Cesena, Francesco Gabellini a Riccione, poeta e sperimentato drammaturgo. Ora si tratta di seguire questi sviluppi, formalizzarli e metterli in rete: nei libri e soprattutto nei mezzi di comunicazione, dalla radio ai podcast. Un approccio alle parole e ai suoni del dialetto dunque non solo come tesoro linguistico di un passato da custodire ma come accadimenti del contemporaneo*”. Nondimeno, come dice **Gianni Celati** a proposito dell’opera di Spadoni: “*Ci sono cose che con l’italiano scritto non è più possibile fare. Una di queste è la ricerca d’una lingua plurale, abitata non da una sola voce (l’autore!), ma da tante voci sparse come echi del mondo.*”





di Stefano Baldazzi

ALBERTO FRANCIONI

Storie di mare e di pesci volare

I Francioni sono pescatori da tre generazioni. Iniziò il bisnonno di Alberto, continuarono il nonno e poi il babbo, mentre la mamma gestiva un banco di pesce al mercato coperto.

Non ci vuole molta immaginazione per prevedere il futuro che i genitori di Alberto vedevano per il loro figlio. Infatti lui, appena quattordicenne, ottiene il foglio di ricognizione, documento necessario per poter navigare e fare la stagione sul peschereccio di famiglia. Però Alberto capisce in fretta che quel mestiere non fa per lui. Non è certo la volontà di lavorare che gli manca, semplicemente non ama quel mestiere; così scende dalla barca e va a cercarsi un altro lavoro.

La storia di Alberto inizia alla gelateria K2, dove lavora come commis e matura l'idea di iscriversi alla scuola alberghiera. Nel mondo della ristorazione, a Rimini lo sappiamo bene, ci sono alcuni personaggi che sanno trasformare qualsiasi locale in un esercizio di successo. Non sono molti, ma sia che rilevino una attività già avviata, o che trasformino un locale dismesso in ristorante, sarà un successo. Non sono molti, dicevo, perché, noi romagnoli non siamo clienti facili da accontentare. Amiamo essere trattati da amici, ma con cortesia e discrezione; siamo abituati alla buona cucina, perché in quasi tutte le nostre case si mangia bene; ci piace la comodità di un ambiente curato, desideriamo essere trattati come fossimo l'ospite più importante; non amiamo le lunghe attese e siamo attenti al rapporto qualità prezzo. Le competenze necessarie per ottenere questi risultati sono tante: la conoscenza delle materie prime, la capacità di organizzare e gestire un team, l'attitudine al rapporto con qualsiasi tipo di cliente, l'abilità nel trattare con i fornitori, la passione, la volontà, la disponibilità a non guardare mai l'orologio e, in ultimo, far credere a chi ti osserva che sia tutto facile, perché mentre lavori ti stai pure divertendo.

Questo mix complesso di competenze e talenti, non è mai casuale: deriva da un'approfondita ricerca per un continuo miglioramento.

«La mia richiesta per entrare come aspirante cuoco alla scuola alberghiera non andò a buon fine per mancanza di posti, ma mi accettarono per seguire il corso di sala bar. Fu l'inizio della mia fortuna. Durante i cinque anni di apprendimento scolastico fui mandato a fare esperienza, come



cameriere, al Grand Hotel De Bains di Riccione. La cucina era gestita dal notissimo chef Gino Angelini. Fu proprio lui nel 1988 a farmi entrare, come cameriere, al Ristorante Europa. Ci sono rimasto cinque anni; Piero e Gilberto mi hanno insegnato tutto quello che occorre conoscere in questo mestiere. Un'esperienza molto positiva che proseguì in un altro locale storico, nel cuore di ogni riminese: il Pic Nic. Lì ci ho lavorato per tre anni e ho capito di essere pronto per provare a buttarmi in un'esperienza imprenditoriale».

La porta del sasso, il locale di Verucchio, ricordo che ebbe un immediato successo, direi che come prima gestione hai fatto subito centro.

«Una bella esperienza, fatta in società con Paesani e durata tre anni. Poi, nel 2001 sono diventato il direttore della Taverna da Righi, ristorante stellato di San Marino».

Avevi quasi trent'anni, immagino che oltre al lavoro, avessi anche qualche altro interesse.

«Direi proprio di sì! C'era Arianna, che è diventata mia moglie e mi ha dato la gioia di diventare padre di tre splendidi figli. Dopo gli anni da Righi, con Arianna abbiamo programmato un viaggio di lavoro: Singapore, Cambogia e Vietnam, furono le mete che scegliemmo per provare ad avviare un nuovo progetto imprenditoriale. Volevamo dar vita a una catena di gelaterie. Ci abbiamo dedicato circa sei mesi, ma non ci è piaciuto.

Io non sono fatto per gestire grandi catene; amo le attività a carattere familiare, dove anche la componente che riguarda il rapporto con i dipendenti, ha un valore che sta al centro del progetto».

Quindi rientrate in Italia e tu sei costretto a cercarti un nuovo lavoro.

«No, purtroppo il lavoro era già pronto. Dico purtroppo perché, in quel periodo ho dovuto sostituire mia mamma, che si era ammalata, nella gestione del banco al mercato del pesce.

Arriviamo così al 2003; anno in cui l'ingegner Marconi apre a Montalbano un agriturismo con centro ippico e mi chiama a gestirlo. Il locale si chiama Antiche Macine, sarà il primo in Italia inserito nella guida Michelin con la dicitura "ristorante ameno". Un'altra bella esperienza durata circa un anno e mezzo».

Credo che a questo punto della storia sia già evidente,

per il lettore, comprendere quanta conoscenza e voglia di mettersi continuamente in gioco, siano alla base del successo di un imprenditore!

Nel frattempo arriva il primo figlio; con tua moglie avete costruito una famiglia molto affiatata, che ha nei propri geni anche la voglia di viaggiare, ma di questo parleremo fra un po', mentre ora diamo un breve cenno su quello che sarà il locale che ti ha fatto conoscere e amare a Rimini, il Canevone:

Il Canevone dei Veneziani, è uno degli edifici medievali del nostro centro storico. "L'antichissimo Canevone di Santa Maria della Misericordia di Venezia", così come denominato in una epigrafe sulla facciata, rappresenta certamente un rarissimo esempio di edificio civile del Medio Evo, giunta fino ai nostri giorni in buone condizioni di conservazione.^[1] Il suo nome deriva da canava che sta ad indicare letteralmente "la bottega dove si vende il vino al minuto, talora anche pane ed altri commestibili", ma per esteso anche "magazzino per il grano o per il sale".^[2] In realtà l'edificio non fu concepito come magazzino, ma lo divenne solo nel XV secolo, probabilmente a seguito di una donazione fatta dal proprietario di tre edifici residenziali trecenteschi.

«Siamo arrivati al 2005: Arianna era in dolce attesa, io lavoravo come cameriere di sala al ristorante Hasta Luego. Transitavo spesso in via Tonini dove c'è appunto il ristorante Canevone, fino a quel momento caratterizzato da gestioni con alterne fortune.

Dato che lo vedevo sempre vuoto decisi di farmi avanti. La proprietà, scottata dai precedenti insuccessi e le relative insolvenze, mi chiese garanzie fidejussorie e copertura anticipata dell'affitto. Ci pensai bene, poi con Arianna decidemmo di provarci. Abbiamo inaugurato il locale nel mese di settembre del 2006, ribattezzandolo Il pescato del Canevone.

Il ristorante è subito entrato nelle guide più prestigiose del settore, oltre che nel cuore dei riminesi. Insomma un successo!»

Con un impegno come questo immagino abbiate dovuto accantonare la vostra passione per i viaggi.

«Assolutamente no! I quarantacinque giorni di fermo pesca che regolano il settore a Rimini, ci hanno permesso di mantenere viva questa abitudine. Sarà uno di questi viaggi a farci capire come volevamo indirizzare la nostra vita. Era il 2014, con due figli a fianco e un in arrivo, abbiamo deciso di visitare l'America. Durante il volo per Miami, Arianna ha avuto una minaccia d'aborto, così appena atterrati si è reso necessario un ricovero. Per fortuna tutto si è risolto per il meglio; abbiamo solo modificato il programma di viaggi, optando per una vacanza tranquilla in Florida. Nelle isole Barriera di Tampabay abbiamo scoperto Longboat Key, un posto di cui ci siamo innamorati. L'anno successivo ci siamo tornati e abbiamo acquistato

casa. La nostra intenzione era quella di restare lì per viverci. Avevamo trovato un'ottima scuola Montessoriana per i nostri figli, che gli avrebbe consentito di apprendere più lingue».

Difficile gestire il Canevone dalla Florida.

«Da lì si è concretizzata la mia idea di coinvolgimento del personale. Siamo rientrati a Rimini e ho proposto a mia sorella e ai dipendenti del ristorante, di entrare in società con me per gestire il locale. Così è stato: il Pescato del Canevone ha mantenuto la sua identità e io ero libero di tornare in America».

Tutto a posto quindi.

«Neanche per sogno. Abbiamo scoperto che quel posto ci piaceva come luogo di vacanza, ma non per viverci. Così abbiamo fatto per un po' di anni la spola tra l'Italia e gli States, fino a quando ho scoperto che alle Canarie c'era un'altra ottima scuola: la Canterbury School. Cinque anni fa ci siamo trasferiti lì e siamo felici!

Alberto sei un mito! Però noi oggi siamo a Rimini e stiamo chiacchierando durante una tua pausa lavoro. Quindi c'è qualcosa che non mi torna...

«Io faccio ancora parte della cooperativa pescatori e qui siamo nel palazzo, in via Leurini alla sinistra del porto, dove ha la sede la cooperativa. All'ultimo piano c'è un ristorante che, come il Canevone ha avuto qualche inciampo nelle varie conduzioni, così mi sono fatto avanti e ho ottenuto la gestione. Storie di Mare e Pesci Volare ha inaugurato il 13 maggio».

Il resto ve lo racconto io: nonostante un'apertura in sordina, solo grazie al passa parola, il locale, da subito, ha avuto i tavoli pieni. Alberto ha riscoperto quanto affetto hanno per lui i riminesi, a partire dal personale che è ritornato al completo. Lui continua con la sua lavagna che indica piatti che seguono l'andamento del pescato giornaliero; dispensa sorrisi, atten-

zione al cliente e piatti genuini che non cucina, quello lo fa solo per gli amici, ma pensa e indica alla brigata. Come primo anno resterà aperto fino a che la stagione lo consentirà, poi dall'anno prossimo riproverà la formula di partecipazione del personale, per essere libero di godersi il sole alle Canarie, quando qua, indossando il cappotto, potremo comunque andare a cena nel suo ristorante.

Alberto hai finito con le sorprese?

«In realtà ho ancora un sogno nel cassetto: una parte d'Italia che mi piace, oltre alla Romagna, è quella fetta di Emilia attorno a Modena. Penso che lì un'osteria di pesce ci starebbe molto bene!».

Ok, fai quello che ti pare, basta che ci lasci aperti i ristoranti di Rimini!

STORIE DI MARE E DI PESCI VOLARE

Via Leurini 2 Rimini

Tel. 375 5089186

info@storiemarerimini.it



L'ESTATE MAGICA DI CATTOLICA

“La Regina dell’Adriatico non vede l’ora di accogliere i suoi turisti ed offrire intrattenimento ed eventi di qualità”. Con queste parole la Sindaca di Cattolica, Franca Foronchi, annuncia con entusiasmo la nuova grande stagione estiva ricca di appuntamenti. “Quello che abbiamo presentato nelle scorse settimane è un calendario che ha la volontà di avere una città sempre viva ed attrattiva con manifestazioni di richiamo capaci di soddisfare un pubblico trasversale. Abbiamo riconfermato numerosi appuntamenti oramai caratterizzanti e siamo al lavoro per gli ultimi dettagli del weekend della **Notte Rosa** ed il **Ferragosto** con il concerto ed i tradizionali fuochi d’artificio in spiaggia. Ma soprattutto vogliamo contraddistinguerci come Città Regina della Musica grazie ai grandi nomi attesi in Piazza della Repubblica e non solo. Non mancheranno gli appuntamenti dedicati all’enogastronomia e quelli sportivi.

IL MAGGIO DELLO SPORT. In oltre 3000 hanno preso parte all’appuntamento ciclistico della **Granfondo Squali** ed in più di 500 alla grande competizione internazionale di nuoto **Ocean Man** a maggio. Anche a settembre lo sport sarà protagonista con i **Tornei di tennis**, previsti tra il 9 ed l’11 settembre.

MYSTFEST. Dal 13 al 19 giugno torna il primo e più importante festival internazionale del Giallo e del Mistero, con una nuova edizione dedicata ai “Misteri nello Spazio”. La kermesse indaga il giallo nella letteratura, nella musica, nel cinema e nell’arte. “Il Mystfest – spiega la Sindaca - torna puntualmente a Cattolica con la 49esima edizione del **Premio Gran Giallo** della Città di Cattolica. Un traguardo importante per una manifestazione che, alla vigilia del mezzo secolo di vita, è sempre capace di rinnovarsi e rilanciarsi. L’Amministrazione crede molto in questo evento che ha reso Cattolica punto di riferimento nel panorama italiano per i concorsi dedicati al giallo e al noir”. Al centro della programmazione del Festival le presentazioni delle ultimissime novità editoriali del genere, con tanti scrittori tra gli ospiti, come **Veronica Pivetti**, **Carlo Lucarelli**, **Massimo Carlotto**, **Barbara Baraldi**. Sarà, inoltre, l’occasione per celebrare i 70 anni della storica collana Mondadori “Urania” dedicata ai racconti di fantascienza. Omaggio anche al maestro del noir italiano, **Giorgio Scerbanenco**: la figlia Cecilia parlerà della vita del padre, ricostruita nel libro “Il fabbricante di storie” giovedì 16 giugno insieme a Carlo Lucarelli con letture di Pino Quartullo. “Per una settimana - aggiunge la Sindaca - la nostra città sarà il giusto proscenio in un intreccio di arti e di questo ringraziamo l’impegno con cui il settore cultura del Comune di Cattolica lavora alla programmazione riuscendo a migliorare continuamente l’offerta proposta”.

CONCERTI. Il cuore musicale ed artistico sarà l’**Arena della Regina** dove si alterneranno sul palco Irama (**8 luglio**), Elisa (**15 Luglio**), Francesco De Gregori ed Antonello Venditti (**16 luglio**), Achille Lauro (**23 Luglio**), Marracash (**30 luglio**), Blanco (**6 Agosto**), Pinguini Tattici Nucleari (**13 Agosto**), Litfiba (**20 Agosto**), Coez (**27 agosto**). “L’Arena della Regina - spiega la Sindaca - si conferma una piazza artistica di qualità

tra le più importanti del panorama musicale italiano. Grazie al lavoro improntato dal settore turistico di Palazzo Mancini ed all’offerta presentata dalla Pulp Live Concerti, siamo stati in grado di presentare un cartellone di appuntamenti capaci di soddisfare un pubblico eterogeneo”.

LE PIAZZE CITTADINE. In Piazza I° maggio il weekend 10-11 giugno sarà dedicato agli idoli dei teenagers: atteso il firmacopie di Luca D’Alessio – LDA ed il concerto di Matteo Romano con le partecipazioni di Rea e Nicol di Amici21, Federico Baroni ed ancora Thomas Bocchimpani e Liner. In via di definizione anche il primo fine settimana di luglio che sarà dedicato alla **Notte Rosa** con **Patty Pravo** in concerto giorno 2. Per la Piazza del Mercato Coperto si sta lavorando ad un cartellone di esibizioni dedicate al ballo ed alle tradizionali **orchestre di liscio**. L’atmosfera **anni ‘80/’90** rivivrà in Piazza I° Maggio con un calendario di live che si sta approntando. A luglio, tra il 22 ed il 24, la città sarà invasa dai centauri per il **World Ducati Week 2022**.

LA RIQUALIFICAZIONE. “Agli appuntamenti si aggiunge anche una volontà più generale di riqualificare luoghi identitari, ma non solo, della città. L’ atteso restyling e la messa in sicurezza della passeggiata di ponente, il percorso pedonale che collega via Fiume al torrente Ventena, il completamento del rifacimento lungo l’asse dell’antica via Flaminia, dalla via Pascoli lungo via Cattaneo sino all’innesto alla rotonda di Piazza Vincenzo Filippini. Consegniamo alla città il totale recupero di questa arteria che ha segnato la nascita e lo sviluppo della città. Una operazione che ha un importante valore culturale e si inserisce in una più ampia visione di città nella quale valorizzare al meglio il nucleo storico cittadino, i siti culturali del Museo della Regina e della Galleria Santa Croce che sorgono lungo quest’asse. Per viale Bovio abbiamo pensato ad una illuminazione scenografica con delle lanterne sospese che danno un tocco di colore alla via. Ed inoltre nuovi arredi urbani, con vasi e fioriere aeree tra viale Bovio, via Mancini e luci alle palme di viale Dante. Infine si sta completando il primo stralcio del nuovo lungomare Rasi-Spinelli ed anche i bagnini, in collaborazione con l’Amministrazione, hanno proceduto alla posa del nuovo camminamento che costeggia le cabine. Oltre a rendere più funzionale il percorso, questo consentirà di apprezzare l’ intervento con un ampliamento della visuale”.

LA RIPARTENZA. “Dopo due anni di ristrettezze e di limitazioni legati all’emergenza sanitaria, con il settore artistico che ne ha sofferto in modo particolare, presentiamo eventi che richiedono uno sforzo organizzativo importante. Non era facile riproporsi ad alti livelli e far approdare a Cattolica anche quest’anno nomi ed eventi di questo calibro. Prosegue il lavoro e l’impegno è massimo da parte di tutti gli attori in campo per presentare una Cattolica sempre più attrattiva. Siamo sicuri – conclude la Sindaca - che di questo sforzo organizzativo ne beneficerà tutta la comunità, che la città e gli operatori saranno capaci, come sempre, di accogliere i nostri ospiti con il calore tipico della Romagna, valore aggiunto che ci contraddistingue da sempre”.

MYSTFEST

CATTOLICA 13-19 GIUGNO 2022
XLIX GRAN GIALLO CITTÀ DI CATTOLICA
IV PREMIO ANDREA G. PINKETTS

WWW.MYSTFEST.COM

*Saluti da Cattolica
città di mare
e di misteri*





di Davide Collini

L'epopea delle prestigiose ville di Marina centro:

VILLA SOLINAS

Lo “Stradone dei Bagni”, così era chiamato negli ultimi decenni dell’ottocento l’attuale viale Principe Amedeo che portava allo Stabilimento Balneare del Kursaal (inaugurato nel 1873 in sostituzione di quello dei Conti Ruggero e Alessandro Baldini assieme a Claudio Tintori del 1843, Geronimo n. 7 - dicembre 2018), era al centro delle attenzioni. In questo periodo di grandi fermenti economici e politici la principale via di collegamento con la Marina, alberata e pressochè priva di costruzioni, suggeriva la possibilità di edificare ville signorili, cosa che avrebbe portato indubbe utilità alle varie attività economiche preposte alla giovane industria del villeggiante, al commercio e al decoro della città

. Il Comune desiderava quindi ardentemente una zona litoranea centrale frequentata da residenti abbienti e si era reso disponibile a concedere cospicui appezzamenti di terreno attorno allo Stabilimento Bagni anche a “forestieri” “per la costruzione delle loro dimore, purchè fossero di rango elevato o solidamente benestanti.

Nella parte finale di Viale Principe Amedeo, ora come allora, si fronteggiano due ville storiche tra le pri-



Villa Solinas, ingresso principale su Viale Principe Amedeo

me ad essere edificate e che, all’epoca, introducevano il turista allo spettacolare Kursaal: sulla sinistra Villa Baldini (poi Lega Baldini, 1870. La storia di Ruggero Baldini su Geronimo n.20 – marzo 2020) austera e rigorosa, e sulla destra, adiacente alla moderna chiesa di San Girolamo, la sontuosa Villa Solinas (1874) oggetto del nostro racconto.

Già il nome, Solinas, incuriosisce nella sua assonanza tipicamente sarda. E di fatto Gian Maria Solinas Apostoli, discendente da una famiglia di notabili sardi con ascendenze nobiliari estinte, proveniva dalla grande isola italiana essendo nato a Sassari l’11 Luglio del 1836 (deceduto a Roma il 23 febbraio del 1914) e faceva parte di quella aristocrazia molto ben vista dall’am-

ministrazione riminese che cercava di selezionare possibili residenti per le nuove lottizzazioni della marina. Deputato e poi nominato senatore nel 1909, avvocato esperto in questioni giuridiche e finanziarie, aveva ricoperto varie importanti cariche nella città di Cagliari.

E’ probabile, come suggeriscono eminenti studiosi, che i contatti con famiglie aristocratiche riminesi siano avvenuti tramite nobili o parlamentari locali, forse



Villa Solinas, la fontana di Filogenio Fabbri e il suo giardino all’inglese.

LABORATORIO ANALISI nuovaricerca⁺ Clinica

NATO A RIMINI PER RIMINI E LA ROMAGNA

Lontani dal clamore i Biologi di Nuova Ricerca sono punti fermi,
riferimento sicuro per medici e pazienti



Protagonista da 40 anni del mondo della sanità e della vita della città.
Energia innata che ha nel suo Dna valori forti di una storia territoriale
e personale fatta di ricerca e voglia di crescere

esserci per tutti
pazienti professionisti istituzioni

a 2 anni dal covid una storia in più da raccontare
vissuta con stile e generosità

Sede di Rimini
Via Settembrini, 17/H
47923 Rimini - (RN)
Tel +39 0541/319411
Fax +39 0541/319494
info@nuovaricerca.com

Sede di Villa Verucchio
Piazza Europa, 36
47826 Villa Verucchio - (RN)
Tel +39 0541/319400
Fax +39 0541/319401
villaverucchio@nuovaricerca.com

Sede di Santarcangelo
Via San Marino, 176
47822 Santarcangelo di Romagna - (RN)
Tel +39 0541/355200
santarcangelo@nuovaricerca.com

anche tramite Enrico Serpieri (nato a Rimini il 9 novembre del 1809, morto a Cagliari l'8 novembre del 1872) che, proprietario di alcune miniere isolane, dal 1863 ricopriva la carica di Presidente della Camera di Commercio del capoluogo sardo. Altra ipotesi non verificata fa capo a Guglielmo Bilancioni, affermato pittore e soprattutto cugino di quel Gaetano Urbani che diverrà progettista, fra le altre, anche di Villa Solinas (ed anche autore del Piano Urbanistico della Marina), che si era recato nel capoluogo sardo a ritrarre famiglie nobili.

Comunque si siano svolte le pubbliche relazioni in questo periodo storico la richiesta di Gian Maria Solinas Apostoli, (ricco borghese e politico conosciuto, quindi gradito all'amministrazione comunale) di poter ottenere un terreno su cui costruire una villa padronale, viene accolta e il deputato del Parlamento nazionale, nonché direttore generale della Banca Sarda, ottiene l'aggiudicazione gratuita del terreno adiacente allo Stradone dei Bagni e attiguo allo stabilimento balneare (Kursaal), con il benestare dell'allora sindaco Pietro Fagnani, favorevole alla nascita e allo sviluppo della "città di Marina".

A questo punto, i giochi sono fatti. Il Solinas ha ottenuto il terreno, manca solo il progettista.

E qui le strade si intrecciano con le vicende professionali di Gaetano Urbani di cui abbiamo poco fa accennato, valente tecnico comunale. Nato a Rimini il 21 novembre 1823 da Giovanni Battista e Costanza Bi-



Villa Solinas alla fine dell'Ottocento (Vincenzo Contessi, 1892-1902)



lancioni, dopo gli studi al Ginnasio di Rimini si era iscritto all'Università di Bologna alla facoltà filosofica (allora derivata dalla facoltà fisico matematica del periodo napoleonico) che all'epoca formava, per vari gradi nei quattro anni di corso, dai periti agli ingegneri con laurea al quarto anno. Laureatosi come dottore in filosofia e matematica, Gaetano Urbani

si era trasferito a Roma per corsi di perfezionamento e frequentare l'Accademia di San Luca. Ed è di questo periodo il contatto con il famoso architetto modenese Luigi Poletti (nato a Modena nel 1792 - deceduto a Milano nel 1869) progettista del teatro di Rimini

(edificato fra il 1843 e il 1857) dedicato a Vittorio Emanuele II, ultimo raffinato rappresentante della scuola romana di architettura prediletta da Papa Pio IX, di cui diviene allievo per lezioni di architettura presso l'istituto sopra menzionato. Perfezionista e dotato di un gusto raffinato ed elegante l'Urbani, grazie

anche alle entrate ottenute con la conoscenza del Poletti, incomincia il suo percorso professionale riminese che lo vedrà gradatamente affrontare lavori sempre più impegnativi ed importanti facendolo diventare a tutti gli effetti il principale fautore della nuova città di Marina. Impossibile in queste righe descrivere tutti gli interventi urbanistici e architettonici del valente ingegnere riminese.

Ben visto dai Conti Alessandro e Ruggero Baldini che lo avevano fortemente promosso presso l'amministrazione comunale progetta, fra le altre, la loro villa



Villa Solinas, vista laterale (Vincenzo Contessi, 1878)



Villa Solinas, vista laterale attuale



BRAIN&CARE

PROF. BONCI & PARTNERS BY GIA.MIAMI

MILANO, RIMINI e TORINO in partnership with



“Ho superato con successo
la mia **INSONNIA**”

C.G. 24 anni - Miramare



“Ho superato con successo
la mia **DIPENDENZA**”

E.M. 35 anni - Rimini



“Ho affrontato con successo
il mio **PARKINSON**”

B.T. 63 anni - Rimini



“Ho superato con successo
la mia **ANSIA** e la mia
DEPRESSIONE”

A.R. 43 anni - Bellaria



MIAMI
MILANO
RIMINI
TORINO

WWW.BRAINANDCARE.COM
INFO@BRAINANDCARE.COM



numero verde nazionale esclusivamente per
informazioni e prenotazioni check-up gratuiti



Villa Solinas, dettaglio architettonico della facciata



Villa Solinas, ingresso laterale.

nel 1870 e, nel 1874, Villa Solinas.

Gaetano Urbani, ingegnere comunale e architetto illuminato, dotato di indubbie doti e di valide intuizioni progettuali, perirà prematuramente di lì a poco il 28 gennaio 1879 a soli 56 anni : nel passare velocemente sotto al ponte della ferrovia lungo il porto canale con il suo calesse trainato da un cavallo, urta uno spigolo e viene scaraventato contro un muro. Ricoverato in precarie condizioni in un edificio vicino vi perirà due giorni dopo. Fatta questa doverosa premessa sull'artefice di Villa Solinas riprendiamo il discorso sullo storico edificio che troneggia ancora oggi sullo "Stradone dei Bagni". Il contrasto, forte, con la vicina chiesa di San Girolamo moderna e avveniristica per il periodo in cui venne eretta (architetto Luigi Fonti, 1964), non passa certo inosservato.

Indubbiamente elegante e molto particolare nelle forme, sviluppata su due piani con seminterrato e dotata di simmetrie architettoniche nelle due ali laterali, ricalca in parte lo stile neogotico, soprattutto nella forma delle finestre e nei vari decori presenti nelle aperture dell'edificio caratterizzati dalla presenza di animali fantastici e fiori di cimasa realizzati in cemento colorato. Il colore, ricercato e voluto fin dalla sua progettazione, l'accostamento cromatico dei materiali utilizzati rende Villa Solinas unica nel panorama delle ville ottocentesche sopravvissute caratterizzandone fortemente la presenza all'occhio attento del passante che non può far altro che rimanerne letteralmente affascinato ed incuriosito.

Il giardino, meglio sarebbe definirlo il parco, che av-



Villa Solinas, vialetto con statue

volge Villa Solinas venne realizzato all'inglese con ampio respiro, abbellito con vialetti interni e statue ed è tuttora riconoscibile ed encomiabile, anche se la varietà delle specie vegetali è comunque fortemente ridotta rispetto al progetto iniziale.

Di rilievo la fontana centrale realizzata in cemento stampato e firmata dallo scultore Filogenio Fabbri

(1880- 1940) : di questo poliedrico autore riminese formatosi all'Accademia di Belle Arti di Firenze, fra le tante opere, la splendida "Fontana dei Quattro Cavalli" inaugurata il 29 giugno 1928 e tuttora presente, dopo il suo ricollocamento nella posizione originaria, nel Parco Federico Fellini. Scampata a terremoti, guerre e pressochè continuamente abitata, Villa Solinas ha ricevuto un necessario intervento di restauro conservativo alla fine degli anni '90 del secolo scorso (architetto Massimo Mori) che ha sapientemente mante-

nuto le caratteristiche originarie dell'edificio ripristinando e riproponendone le peculiarità distintive.

Passeggiando su viale Principe Amedeo non si può non notare l'imponente ed originale cancello d'entrata in ferro e ghisa stampata affiancato da due pilastri in pietra di San Marino che sorreggono, a loro volta, due originali cimase: elaborato nelle forme, ricco di decori e fortunatamente sopravvissuto assieme a quello laterale agli eventi e alle requisizioni belliche del secolo scorso, racchiude Villa Solinas quasi a proteggerne, in guisa di scrigno, la pregevole ricchezza architettonica e la sua lunga storia riminese.

Foto Archivio Fotografico Gambalunga, Collini Davide e web.



TI È MAI CAPITATO DI
**ESSERE
IN ANTICIPO
SULLE
TENDENZE?**

**VIENI A SCOPRIRE
LA NOSTRA VISIONE CREATIVA**

PAVIMENTI E RIVESTIMENTI, SUPERFICI CONTINUE OLTREMATRIA, PAVIMENTI IN LEGNO, PIETRE NATURALI, PROPOSTE E COMPOSIZIONI TESSILI, ARREDAMENTI, CUCINE, BAGNI E ACCESSORI, ARREDI DA ESTERNO, SOLUZIONI ILLUMINOTECNICHE, REALIZZAZIONE CENTRI BENESSERE, SERVIZI DI POSA E TANTE ALTRE IDEE PER PROGETTARE E ARREDARE OGNI TIPO DI AMBIENTE.



di Elio Pari

MATTEO CEVOLI & DAVIDE UGOLINI

Sport & Solidarietà

Ci sono tanti cuori variegati a Rimini che operano nel campo della solidarietà.

Non c'è per forza bisogno di essere una grande azienda o un'associazione multi-potente. Serve invece avere profondi valori e molta voglia di esserci. Mostrarsi presenti, ma soprattutto fare qualcosa di chi sta peggio di riesce a stare in piedi sulle proprie gambe. In fondo siamo noi ad avere questa possibilità di vivere serenamente e rendere felici le nostre anime.

Ne parlo oggi con degli amici:

Matteo Cevoli e Davide Ugolini. I due sono stati negli ultimi 24 mesi tra i volti maggiormente visibili in tema solidarietà. Credo pertanto che meritino attenzione. Partiamo da Matteo.

Ho detto prima “due anni di lavoro” per “dare una mano alle persone che soffrono”. Domanda a botta calda. Come avete costruito l'impresa Rimini - Roma in tandem pedalando con a “bordo” esseri umani non autosufficienti?

M: “Siamo partiti un tantino col dubbio e alla fine si è rivelata un'impresa fantastica. Nonostante la difficoltà nel muoversi e gestire la bicicletta. Questi ragazzi una volta montati in sella non hanno avuto problemi. Né a pedalare, né tantomeno a confrontarsi con le difficoltà che si possono incontrare durante il percorso – salite, curve, traffico, discese... Sono stati veramente bravissimi. Tutta la situazione è risultato inaspettato, fantasmagorico!”

Partiamo dal valore di quel che fate. Cosa voleva dire la vostra mission? Principalmente mandare un vostro particolare messaggio attraverso lo sport?

M: “Volevamo mostrare che tutte le persone, anche quelle meno fortunate, possono esserci. Anche pedalando in quel caso, chiunque: nessuno escluso. Ripeto. Tutti possono essere in grado di esserci...Magari attraverso amici come noi prendere la bici, via in sella a fare viaggi o gite turistiche... Senza usare per forza la macchina! Se questi ragazzi hanno compiuto l'impresa, adesso nessuno può avere scuse.”

Matteo, tu se uno sportivo doc. A Rimini rappresenti assieme a Davide un movimento...

M: “Ho praticato attività fisica ad ogni livello per tanti anni. Da piccolo il calcio, poi mi sono dato al triathlon e adesso ho terminato di gareggiare come agonista. Perché è terminato il periodo in cui potevo farlo. Ho 43 anni e ora mi dedico ad allenare i ragazzi che vogliono avvicinarsi a tutte queste attività.”

Sei fidanzato, sposato?

M: “Sono fidanzato, lei non è triatleta... non so come mi



sopporto (ride).

L'altro “cuore” che stiamo intervistando è Davide Ugolini. Quindi proseguiamo nel racconto.

D: “Io a differenza di Matteo ho 48 anni. Qualche giorno fa abbiamo presentato l'evento 2022. Anch'esso è formativo e guarda, sorride Davide, al sociale. Intendiamo raccogliere fondi per la terapia intensiva neonatale dell'ospedale Infermi di Rimini. Fondamentalmente abbiamo organizzato un trekking che coinvolgerà tutta la nostra bella provincia. Ovviamente intendo i comuni – partendo dal litorale e ri-

salendo per la ciclabile del Conca, inerpilandoci sino a Villa grande. Poi giù per la ciclabile del Marecchia. L'ultima tappa sarà all'ospedale di Rimini a consegnare il ricavato.”

Cosa vorreste regalare alla terapia neonatale?

D: “Il reparto neonata ha un continuo fabbisogno di macchinari, strumenti e di tutto ciò che occorre necessariamente ai bambini nati prematuri, o con disabilità. Ci siamo posti un obiettivo prestigioso, quello di raccogliere denari per acquistare una strumentazione che li aiuti a respirare autonomamente.”

E per il futuro?

D: “Diciamo che lo scopriremo alla fine dell'evento 2022! Facciamo un passo alla volta. Questo è già molto laborioso. Organizzare bene richiede tempo e risorse mentali. La nostra testa continua a frullare e ci fa guardare avanti – ma la teniamo buona lì. Appena avremo finito il prossimo compito, partiremo per qualcosa di ancora più intrigante e grande.”

Vorrei tornare a Matteo. Ci racconti qualche altra bella esperienza degli ultimi tempi?

M: “Per il sociale abbiamo organizzato due eventi sul genere di quello di cui abbiamo finito di parlare sopra. Anche prima, nonostante il covid abbiamo operato insieme, andando a Livorno coast to coast... in una notte sola! Sono 300 chilometri e abbiamo dormito in tenda, in un campo sperduto, facendo da mangiare in una cucina da campo, all'ultimo momento. Percorsi simili continuiamo a farli, sia in notturna che di giorno. Da Guinness dei primati”

La vostra bellezza è che non rappresentate nulla di politico o similari, fuorché le vostre anime con i sogni allegati. Non state a indicare una fede particolare, forse invece potreste simboleggiare proprio tutte le credenze nell'insieme! Date un segnale molto forte e importante: la disuguaglianza nella positività rispetto agli altri. Siete disuguali, ma importantissimi. Siete i primi a fare così, non apparentati, a Rimini...

M: “Noi cerchiamo attraverso la passione per lo sport di aiutare le associazioni e chiunque abbia necessità ad essere

maggiormente visibili e concreti sul territorio... Penso a Esplorare l'anno scorso, o magari proprio alla terapia intensiva del reparto neonatale di Rimini oggi, "La prima coccola". Se poi riusciamo ad aiutare in modo più importante anche altri, magari raccontando il nostro operato regresso via video - come avverrà - attraverso un documentario Sky, siamo felicissimi."

Qual è il vostro sport preferito? Siete così multiformi...

D: "Noi veniamo da un passato importante contornato da imprese tra le più variegate. Adesso coi primi acciacchi cerchiamo di tenere comunque alto l'entusiasmo per lo sport con un focus sul sociale. Portiamo esperienza e sapere, mettendoli a disposizione degli altri".

M: "Riguardo allo sport favorito ti direi triathlon, chiosa Matteo, ma ora mi risulta personalmente così impegnativo! Quindi il trekking e la bicicletta."

Rimini è una delle prime cinque città italiane per pratica sportiva. Ci sono tantissimi praticanti, ma forse poche strutture?

M: "Pochissime strutture, quindi anche poche persone vengono da noi quando si tratta di organizzare eventi di richiamo nazionale o internazionale. È un problema molto difficile da risolvere. Pensa a cosa succede quando si svolgono le maratone o il Challenge... La situazione si fa drammatica e nessuno riesce a cogliere questi "attimi" per lavorare e dare profonda visibilità a un progetto sportivo forte e continuativo. Tieni presente che dopo il covid si tratta di un processo fondamentale da percorrere, specialmente in termini di salute pubblica."

Lo sport si era fermato e ora riprende, come vi sembra il nostro movimento locale sul piano dei social e della comunicazione?

M: "Mi pare buono ma si potrebbe fare di più: senz'altro. Rimini, la provincia, devono trovare le sinergie e creare comunicazione con l'entroterra. Quando faccio la guida per gli stranieri, loro colgono e valorizzano ogni dettaglio rispetto a dove sono, compreso quello che noi diamo per scontato. Per metterla in modo semplice e anche un tantino paradossale. Pure il panino col prosciutto fatto bene va valorizzato, perché prima gli italiani, quindi gli stranieri, lo apprezzano. Necessario creare un circuito virtuoso, che coinvolga in una bella economia locale tutte le forze in campo."

Davide: quale iniziativa di solidarietà, vostra e non, ti ha colpito più favorevolmente?

D: "Come si fa a realizzare una classifica? Ognuna ha un suo timbro e un proprio significato. Tutti hanno cercato di dare qualcosa in più a qualcuno. Forse la più bella è proprio quella che ancora abbiamo in mente, o che stiamo cercando di concretizzare. Per questi motivi ci aspettiamo di dare ancora più notorietà al messaggio che vogliamo trasmettere!"

Torniamo daccapo: quali paure avevate iniziando un

evento così dedicato come la Rimini-Roma?

M: "Le difficoltà erano tantissime, principalmente il fatto che siamo solo in due. Anche coinvolgendo terzi, un progetto si basa comunque sul nostro principale entusiasmo e su una stretta temporalità. Spesso e volentieri noi ci capiamo anche senza parlarci. Ma per coinvolgere altri e tenere viva la loro attenzione, specialmente in soggetti fragili e non autosufficienti, ci vuole pazienza e la paura di non riuscire la devi mettere nel conto. Nonostante ciò non ci siamo mai persi d'animo. Mollare mai."

Mi stai dicendo che ogni situazione si pensa, si mette in cantiere e in ogni caso si conclude?

D: "Proprio così e per questo motivo ci troviamo un anno per l'altro. Gli intoppi per strada sono tanti e occorrono mesi e mesi, per mettere insieme tutte le tessere del puzzle. Ci muoviamo sempre con largo anticipo!"

Matteo, ci puoi descrivere l'anno che verrà per sommi capi?

M: "Come diceva Davide, faremo un trekking che percorrerà l'intera provincia. Non a caso l'abbiamo chiamato "Piccolo Grande Cuore" e la traccia su cartina ha proprio la forma di questo organo che ci tiene in vita... Speriamo in una buona partecipazione e che il macchinario che doneremo, ridoni la vita e il sorriso a tanti bambini. Tornando al nostro lavoro, alla kermesse: questo è strutturato su quattro giorni di attività con altrettante tappe. Ciascuna ripartita in mattina e pomeriggio. In questo modo tutti potranno prendervi parte, magari anche solo con una camminata di qualche chilometro. Solo partecipando ai pranzi e alle cene si potranno effettuare le donazioni. Ogni sera ci sarà una super-festa e tutto l'incasso verrà devoluto alla associazione "Prima Coccola". A Pennabilli e a Villa Verucchio ci saranno rispettivamente il "Pennabilli Social Club" e "l'Orchestra Casadei" che abbiamo intercettato nel suo lungo tour italiano. Siamo in ansia....Prima parlavamo di paura.....Oggi il timore più grande è sperare che il pubblico si muova e ci segua...e il tempo sia clemente!"

Non abbiamo dubbi andrà tutto ok. A proposito, vogliamo dare ai nostri lettori gli indirizzi e le pagine social entro i quali si possono trovare notizie dell'evento 2022?

M: "Certamente, su Instagram sono: Davide Mamimo, Jang0 e inoltre Mood 100% dove ci sono le raccolte foto delle varie imprese. Inoltre, nella bio che cambia a seconda dei vari progetti troverete il link per iscrivervi e avanzare le vostre proposte insieme ai prezzi di pranzi e cene, oltre ai recapiti telefonici."

Allora buona corsa. Lo sport vince anche per chi non riesce a farcela ogni giorno, grazie anche a persone come voi due.





di Georgia Galanti

IN-EQUILIBRIO

Ragazzi sui trampoli alla Notte delle Streghe

A San Giovanni in Marignano arriva la Notte delle Streghe, dal 23 al 26 giugno, e le strade si riempiono di artigiani, stand gastronomici e una variopinta galleria di figure specializzate nelle arti magiche, le Streghe, appunto. L'edizione di quest'anno, "Le radici della magia", vede tra i protagonisti dell'ultimo giorno, con la loro parata, i giovani sui trampoli che hanno partecipato al laboratorio promosso dal Comune di San Giovanni in Marignano e curato dall'associazione BimbiperNatura. Abbiamo incontrato Mirco Ruggeri che ci ha raccontato l'esperienza.

Come nasce la tua passione per i trampoli?

Nel 2005 ho partecipato al laboratorio di una manifestazione che si chiamava Partot Parata, dove l'idea era che ogni cittadino poteva essere artista ed esprimersi, così io ho costruito i miei trampoli e ho imparato ad andarci. L'anno seguente la maestra volò negli Stati Uniti per far parte di una compagnia teatrale molto conosciuta che si chiama Bread and Puppet. Io mi sono messo in gioco, ho iniziato a insegnare alle prime 25 persone. Questo processo si è ripetuto per altre 5-6 volte, quindi più o meno ho insegnato ad andare sui trampoli a circa 150-200 persone in 15 anni.

Com'è stato organizzato il laboratorio?

Abbiamo partecipato a un bando del Comune pensando che per i ragazzi dagli 11 ai 14 anni costruire i tram-

poli e poi imparare a usarli fosse un buon modo per collegare la manualità necessaria per costruirli lavorando il legno e l'impegno per acquisire l'abilità per indossarli e camminare. Una sfida personale, che allena l'autostima: provare, cadere, riprovare, riuscire. Il punto di partenza era provare qualcosa di nuovo. C'è stata molta curiosità, aiuto reciproco e collaborazione, e piano piano si è creato il gruppo, e ora vedersi per studiare i trampoli è diventato un buon pretesto per trascorrere del tempo insieme. Abbiamo fatto otto incontri, e ora siamo alla fase finale, la cucitura dei costumi. È stato molto bello vedere i ragazzi cimentarsi con la falegnameria e con la sartoria. Siamo partiti dalle materie prime grezze, e ora stiamo lavorando con Susanna Domunyan alla cucitura dei costumi che serviranno per l'ultimo giorno quando sfileremo per le strade del paese insieme al primo gruppo di trampolieri di San Giovanni in Marignano. Mentre facevamo le prove per le strade del paese ci è arrivata la proposta del Comune di partecipare anche noi alla Parata il 26 giugno, e i ragazzi si sono subito eccitati all'idea.

Durante la Festa delle Streghe l'associazione BimbiperNatura sarà presente in Piazza Silvagni con l'Erbarium della strega, con racconti e profumi della tradizione popolare, e con suggerimenti di ...stregoneria, per svelare la magia della natura.



NUOVO

OPEL MOKKA

LESS NORMAL. MORE MOKKA /

100% ELETTRICO, DIESEL O BENZINA.

Scopri il nuovo stile puro e audace di Opel. Nuovo Mokka ti aspetta in concessionaria.



**PRENOTA IL TUO TEST DRIVE!
ANCHE SABATO 9.00 - 12.30 E 15.00 - 19.00**



O P E L



Marcar srl
Via Flaminia, 341
47924 Rimini

T. 0541 374312



di Daniela Muratori

ALIDANGELO

Caffetteria e Libreria

Entrai nella libreria e aspirai quel profumo di carta e magia che inspiegabilmente a nessuno era ancora venuto in mente di imbottigliare.

Carlos Ruiz Zafon

Alidangelo è un piccolo bar, si trova a Rimini in via Castelfidardo n. 58, ed è gestito da Alice Spagnoli e Angelo Di Gregorio, coppia ben affiatata sia nella vita che nel lavoro. E la loro intesa si può toccare con mano, non appena ti avvicini a questo piccolo, intimo spazio, perché all'improvviso diventa grande, luminoso, accogliente come fosse la loro casa. E prima ancora di conoscerli personalmente, si capisce da subito che in questo posto circolano energie positive, perché entrambi coltivano delle passioni e te le servono ancora prima di aver ordinato un cappuccino, caffè o aperitivo, su un piatto d'argento di amabile simpatia. Ma non c'è arcano alcuno o altre furberie. Infatti, non ci vuole molto a capire che la chiave della bella atmosfera di questo spazio insolito è la particolare relazione che c'è fra la letteratura che cura e gestisce Alice e il caffè di cui Angelo è un professionista. Tutte e due le cose, motivate anche dalla determinazione, sono la forza motrice della loro attività.

Come si è fusa la caffetteria con la libreria?

Angelo: «Il mondo della notte andava scemando, non c'era più gente che apprezzava il cocktail, non si beveva più per puro piacere ma per evitare di pensare. Il caffè invece, contrariamente all'alcol, aiuta a pensare. Per cui ho capito che dietro al caffè c'è un mondo, e che per arrivare fin dove oggi siamo arrivati, occorreva metterlo in pratica. Basta solo pensare che negli anni '90 un barista non poteva assolutamente cambiare la regolazione del



macinatore del caffè. Questo è stato uno dei motivi che mi ha spinto ad andare oltre le mie conoscenze pratiche, volevo sapere di più, capire cosa c'era davvero nel caffè. Incuriosito ho cominciato a guardare i professionisti del caffè, poi mi sono iscritto a dei corsi e sono tornato a studiare. Oggi posso dire che dopo 12 anni in questa attività c'è tutto il mio sapere, ed è con passione che cerco di trasmettere a ogni cliente la condivisione. Spiegando sempre, come fosse la prima volta, che bere un caffè significa provare delle sensazioni, anche se poi la differenza la fa il gusto.»

Alice: «I miei genitori sono sempre stati rilegatori, e in via XX settembre a Rimini avevano una piccola bottega artigianale, dove rilegavano libri e restauravano il libro antico. Si può dire che sono nata e cresciuta in mezzo ai libri, perché mentre i miei genitori lavoravano io stavo nel box e respiravo l'odore della carta, inchiostro e colla. Inoltre, sono nata il 23 aprile, giornata mondiale del libro, per cui percorrere questa strada è stato un destino naturale. È accaduto tutto spontaneamente, solo dopo alcuni anni ho cominciato a pensare a una mia autonomia nell'attività di Angelo. Poi abbiamo fatto un viaggio a Roma, dove per caso siamo stati in una libreria Mondadori, che corrispondeva esattamente alla nostra idea di caffetteria e libreria.»

La forza motrice della vostra attività sono le vostre passioni, quali sono state le scelte che vi hanno distinto nel vostro piccolo ma nobile spazio?

Alice: «Ho iniziato a predisporre dei libri nel nostro piccolo spazio in punta di piedi, facendo dei tentativi. All'inizio il mio intento era quello di fare *book crossing*, ma erano più i libri che portavano via che quelli che ci



lasciavano. Siccome ogni volta che spariva un libro mi procurava sofferenza, poiché io parto sempre dal principio che i libri sono sacri, ho iniziato a proporre libri nuovi insieme a qualcosa di usato. Questa idea aveva preso piede, ma ci siamo resi conto che il libro usato veniva svalorizzato, perché erano libri che non potevi rivendere come nuovi e nello stesso tempo erano nuovi, ma metterli a 2 euro significava deprezzarli. Così, da quel momento ci siamo concentrati solo sul nuovo, con un compromesso: a chi acquista il libro offriamo un caffè, unendo in questo modo le nostre due passioni.»

Angelo: «Una volta entrato nel mondo del caffè ho capito che non solo ero curioso e affascinato, ma mi piaceva proprio. Per me usare 4 caffè diversi è normale, ma mi sono accorto che, oltre ai baristi appassionati come me, nessuno informa il consumatore sul tipo di caffè: come è cotto, da dove proviene, chi lo cuoce, chi fa la selezione del chicco verde, come è lavorato, a che temperatura va estratto, e a completamento dell'opera: quali caratteristiche sensoriali deve avere la bevanda. Perché il fine del lavoro è quando la bevanda arriva nella tazzina. Tutte queste informazioni sembrano dettagli, ma in realtà fanno la differenza, perché i miei clienti se tornano è perché sanno come faccio il caffè e quanta cura ci metto a prepararlo.»

Il mercato del libro è ricco e vario, più o meno come il mercato del caffè, quindi la domanda sorge spontanea: come vengono scelti gli autori e i titoli dei libri, e come viene composto un espresso nella vostra caffetteria e libreria?

Alice: «Per l'acquisto dei libri mi avvalgo di un distributore on line da cui attingono sia grandi librerie come Feltrinelli e Mondadori, e piccole case editrici indipendenti. Tra l'altro proprio in questo momento sto scoprendo delle piccole aziende, che mi interessano per distinguermi da altre realtà. Infatti ci sono svariate qualità di caffè e piccole e diverse case editrici. Queste ricerche le faccio perché mi piace proporre sempre qualcosa di originale. Ma forse il lavoro più impegnativo è quello della presentazione, che organizzo personalmente. Se il libro ha un impatto positivo su di me, contatto l'autore, combino la data e faccio la presentazione.»

Angelo: «Effettivamente il mercato del caffè è altrettanto ricco e vario. Tanto che faccio parte di un team di assaggiatori che mi ha permesso di andare in giro per il mondo, e di essere il trainer per una scuola dell'Asia - Corea e Cina - dove ho imparato tante cose. Noi siamo conosciuti per l'espresso, ma viaggiando ho conosciuto stili diversi di fare il caffè, altrettanto buoni e fatti con



tanta passione. Attualmente collaboriamo con un torrefattore di Seveso che per questa scuola, di cui faccio parte io, insegna a tostare il caffè, a cuocerlo. Dal 2020 collaboriamo solo con lui perché abbiamo deciso di alzare l'asticella, quindi di usare caffè di tostatura fresca dove abbiamo una tracciabilità, e ciò significa che sappiamo cosa c'è dentro la miscela: Brasile, Colombia, Guatemala, India, Uganda. Non facciamo una grande pubblicità, perché non è bene che un barista poi faccia il saccente. Quel che conta è avere tostature fresche, un contatto diretto e di fiducia con il torrefattore, con cui andiamo sicuri sul tipo di verde che sceglie, che di fatto significa che in quello che fa c'è tanta passione. Quello del caffè è un mondo che ti deve piacere, devi per forza essere un appassionato altrimenti non c'è risultato.»

Alidangelo è davvero una bella sorpresa, ovunque ti sieda sembra di essere in un posto appartato, anche se sei nel cuore della sempre esuberante Rimini, e se ti dai il tempo di uno sguardo attento o lasci fare al caso prima o poi trovi il libro giusto ma sul caffè potrebbe decidere qualcun altro, "anche se poi la differenza la fa il gusto".

 **Romagna Acque**
Società delle Fonti S.p.A.



IL TURISMO ECOSOSTENIBILE

una realtà in forte crescita in Romagna e non solo

Intervista ad Alfredo Manzaroli Presidente di Top Adventure Park, azienda Leader in Europa per il turismo Ecosostenibile

Nel 2022 si fa un gran parlare di Turismo Green, turismo outdoor, turismo esperienziale...ma lei è 3 lustri che se ne occupa, è stato in qualche modo un pioniere qual è la sua definizione? Perché è diventato così popolare? La nostra filosofia aziendale è semplice, c'è un ribaltamento completo del protagonista rispetto ad un parco tematico tradizionale. Nel parco tradizionale il protagonista è il parco stesso o la singola attrazione dove l'utente è solo uno spettatore passivo, una volta salito può anche chiudere gli occhi e la giostra farà comunque le sue evoluzioni, nei nostri parchi l'utente è il protagonista principale che si muove in modo attivo in un contesto naturale definendo in via del tutto autonoma la propria esperienza, in questo approccio il parco è solo

uno strumento che rende possibile l'esperienza, ognuno è protagonista e ogni esperienza è unica e irripetibile. Ovviamente questo approccio lascia forti legami emotivi, ricordi indelebili e crea un percorso di crescita con la voglia di superare i propri limiti.

Manzaroli, quest'anno la sua azienda compie 15 anni, cos'è cambiato nel frattempo a livello culturale? Vi considerate ambientalisti?

E' cambiato molto, moltissimo, 15 anni fa quando apriamo il nostro primo parco a San Marino fu una vera e propria battaglia per far capire cosa si andava a fare, non c'era minimamente percezione, tutti ci davano dei matti...l'idea di fare un parco divertimenti ecologico, senza attrazioni elettriche senza giostre era completamente fuori dagli schemi. Ora dopo 15 anni i Parchi avventura anche grazie alla nostra attività incessante sono entrati nella cultura delle persone, inoltre il turismo outdoor è



in crescita del 18%, è e sarà sempre di più il futuro, l'idea di far divertire le persone senza inquinare e stando a contatto con la natura è sicuramente vincente e dà un messaggio bellissimo. Per questo ci consideriamo ambientalisti della nuova generazione, ovvero non radicali, ma con insita la cultura di utilizzare in modo sostenibile il territorio, la natura e farlo in modo da sensibilizzare la nostra utenza in modo inclusivo e proporre un'alternativa green al tradizionale divertimento consumistico.

Bambini che si divertono sugli alberi anziché giocare al cellulare, è una magia di 2 ore o può diventare un life style?

Per alcuni è una magia e una scoperta, soprattutto per chi abita in città e non ha un Top Adventure Park nelle vicinanze...ma per tanti è uno stile di vita. Abbiamo migliaia di abbonati, anche adulti che usano i nostri parchi per socializzare, fare sport, divertirsi in modo sano e bruciare calorie, ricordiamo che i nostri parchi non utilizzano energia elettrica e producono ossigeno anziché Co2, piantiamo una media di 200 nuovi alberi e piante all'anno perché il turismo ecosostenibile ha un suo equilibrio fatto di grande rispetto e riconoscenza verso la natura.

Oltre 100 parchi avventura costruiti in tutta Italia, presto anche all'estero, quale il più bello e quale il più difficile

La stessa risposta per entrambe le domande, Riccione. Senza nulla togliere al nostro primo storico parco di San Marino, che amo con tutto il cuore e dal quale non riesco a separarmi, il parco di Riccione per me è come un figlio, ho lavorato quasi 18 mesi senza sosta per vederlo nascere, vincere qualche scetticismo iniziale creando

una struttura che potesse essere prima di tutto un punto di incontro e socializzazione per le famiglie prima ancora che una struttura ricreativa, quando dopo l'apertura abbiamo fatto 2.000 abbonamenti in un mese abbiamo capito che il messaggio era stato capito in pieno e ci avevano accettato. Ma ci ho messo 9 mesi a riprendermi, avevo perso 10 chili dallo stress. Dopo 2 anni considero Riccione parte della mia vita, è una città stupenda che ci ha accolto a braccia aperte e gli siamo super riconoscenti per la grande opportunità e l'affetto; San Marino è la nostra "mamma", senza la quale non ci saremmo, Riccione è il nostro capolavoro che ha dato una visibilità internazionale all'azienda.

San Marino, poi Riccione, Rimini...quali sono i nuovi obiettivi?

L'obiettivo primario è creare turismo Ecosostenibile a km Zero, con più punti dove la qualità del servizio, la sicurezza e l'ospitalità sono di altissimo livello. La nostra esperienza è unica nella mia carriera ho mandato sugli alberi più di 700.000 persone, i miei ragazzi si esercitano senza sosta e i miei collaboratori ogni giorno lavorano per alzare standard di sicurezza, logistica e divertimento, crescere e aprire nuovi parchi è un obbligo morale.

Stiamo lavorando per aprire a Pesaro nel 2023 e da giugno 2022 apriremo nella nuovissima Location di Lido di Spina (20 minuti da Ravenna) in una grande collaborazione con Club del Sole che porterà a altre nuove aperture nei prossimi anni. Ovviamente siamo onorati di collaborare con un Gigante del Turismo Esperienziale come Club del Sole, l'obiettivo è arrivare a 10 parchi gestiti e altri 10 in franchising nei prossimi 5 anni, l'avventura continua!





di Davide Collini

Storia e vicende dell'antico Borgo Sant'Andrea

Ho avuto la fortuna di crescere con i miei due nonni, Collini Eliseo e Rosati Ugo, che spesso mi raccontavano le loro storie. Erano più che altro vicende di vita vissuta che abbracciavano un periodo temporale molto lungo, indicativamente dalla fine dell'800 fino al secondo dopoguerra del secolo scorso.

Persone affabili e molto affiatate tra di loro, avevano un rituale domenicale: quello di inforcare una bicicletta vestiti a festa e andare nel Borgo Sant'Andrea, passare qualche ora lì assieme a chiacchierare e a bere un buon bicchiere di vino.

Di fatto il Borgo Sant'Andrea è sempre stato, e non solo per loro, un punto di riferimento molto accogliente per i riminesi che sin da tempi remoti trovavano, e tutt'ora possono trovare nelle sue strade attività artigianali e commerciali, ristoro, e peculiarità cittadine intriganti e genuine.

Ed è proprio grazie a questo ricordo familiare che la curiosità di esplorare brevemente la storia del Borgo Sant'Andrea è venuta alla ribalta. Vediamo quindi ora di ripercorrerne per sommi capi la storia.

Le origini del Borgo di Sant'Andrea ruotano principalmente attorno a quelle della sua chiesa, sin dai tempi più antichi importante fulcro caratterizzante la vita di questa parte della città.

L'antico Borgo Sant'Andrea sorgeva appena fuori le mura medievali della città di Rimini, e si affacciava sulla Porta Montanara (I sec. a.C) punto di accesso alla città provenendo dalla cosiddetta via Aretina, che conduceva al Cardo Massimo e, successivamente, al porto.

Gli scavi effettuati in zona, curati dallo storico bibliotecario della Gambalunghiana Luigi Tonini fra il 1863 e il 1865, portarono alla luce resti dell'antica chiesa dedicata ai Santi Andrea e Donato consistenti, fra l'altro, in molti frammenti lapidei ed anche un reliquiario in argento. In tale occasione Il Tonini riuscì anche a disegnare la pianta dell'antica chiesa eretta, si suppone, come cappella funeraria di una importante famiglia del luogo in stile bizantino probabilmente attorno al IV-V secolo. L'edificio religioso, contraddistinto da una pianta a croce greca, di piccole dimensioni e con numerose sepolture attigue di origini romane e greche di cui vennero trovate diverse epigrafi, era posizionato all'esterno delle mura cittadine, su di una conosciuta strada di comunicazione e fuori dalla Porta Montanara. Come di consueto in queste situazioni la piccola chiesa era sin da allora un importante punto di riferimento attorno alla quale si era costituito un piccolo borgo di case.

Nel Medio Evo, indicativamente dopo il 1350, l'ampliamento delle mura cittadine incluse al suo interno sia la Porta Montanara che il Borgo di Sant'Andrea. Esternamente rimase solo la chiesa dei Santi Andrea e Donato



Il Borgo Sant'Andrea, Piazza Mazzini e la Chiesa di San Gaudenzo



Vista aerea del Borgo Sant'Andrea nel 1960 (Foto Minghini)

e qualche abitazione in quella che oggi possiamo individuare come una iniziale via Saffi.

Il Borgo che si era venuto a creare era già da allora contraddistinto da numerose attività artigiane e punto di contatto e commercio con le realtà agricole fuori dalle mura riminesi.

La piccola chiesa, passata più volte in diverse proprietà religiose fra il 1144 e la seconda metà del 1400, verrà distrutta indicativamente attorno al 1463 durante l'assedio di Rimini nelle guerre malatestiane.

Il suo piccolo borgo subirà praticamente la stessa sorte e il titolo di Sant'Andrea passerà nel 1582 ad un piccolo luogo di culto posto all'inizio del colle di Covignano che, grazie al vescovo di Rimini Giovanni Battista Castelli (1574 – 1583, molto attivo e presente con visite nelle chiese, parrocchie cittadine e nei vicariati rurali), prenderà il titolo di Sant'Andrea dell'Ausa dal torrente riminese che attraversava il territorio molto esteso della parrocchia fuori dalle mura cittadine.

Si dovrà attendere il 1858 per veder costituirsi la parrocchia di San Gaudenzo attigua alle mura della città con la nuova chiesa parrocchiale (edificata su progetto di Filippo Morolli e inaugurata nel 1856).



RIGENERA, TONIFICA E RILASSA. IL TUO SOGNO DI BENESSERE A PORTATA DI MANO.

**MINIPISCINE - VASCHE IDROMASSAGGIO - NUOTO CONTROCORRENTE - SAUNE
INFRAROSSI E FINLANDESI - PERGOLE BIOCLIMATICHE - BAGNO TURCO**



**Con i prodotti Beauty Luxury prenderti cura del tuo benessere diventa ancora più
semplice: Creiamo il tuo Angolo di Relax su Misura!**

La nostra missione, il tuo benessere! Contattaci per un preventivo gratuito.

**Tel: 0541 648566 - info@beauty-luxury.com - beauty-luxury.com
Beauty Luxury® Via Flaminia, 300 - 47924 Rimini (RN)**



L'ottocentesca chiesa di San Gaudenzo nel 1933

L'intitolazione al Santo Patrono della città di Rimini era stata voluta dopo che il Santuario di San Gaudenzo posto sulla Via Flaminia (dove venne poi edificato il Palazzo della Contessa Sartoni, divenuto poi Istituto Pio Felice e ora sede del Palazzetto dello Sport) era stato distrutto durante l'Occupazione Napoleonica (si veda Geronimo n 32 giugno 2021). Il borgo, dal 1877, viene intestato a Mazzini e all'insigne repubblicano verrà dedicata anche la piazza su cui si affaccia la chiesa di San Gaudenzo, denominazione che comunque è giunta sino ad oggi, anche se meno usata dai riminesi. Il terremoto del 1916 causerà notevoli danni alla chiesa di San Gaudenzo che subirà la distruzione del campanile, ricostruito nel 1921.

Durante la Seconda Guerra Mondiale (6 marzo 1943) un aereo da addestramento ne colpirà la facciata ed una lapide ne ricorda sul nuovo edificio il triste avvenimento.

Rasa al suolo dai pesanti bombardamenti avvenuti tra il 12 e il 15 marzo del 1944, la chiesa di San Gaudenzo viene ricostruita nelle forme attuali su nuovo progetto di Luigi Campanini. I lavori, iniziati nel 1948 finiranno nel 1950.

Elencate le alterne vicissitudini che portarono nei secoli a costituire e differenziare il luogo di culto, passiamo ora brevemente alla storia ed alle peculiarità del Borgo che lo hanno contraddistinto nel tempo.

Questa parte della città, rimasta comunque nella memoria collettiva più come Borgo Sant'Andrea che Borgo Mazzini tende, tra il 1825 e il 1832, a rigenerarsi e ad espandersi con la presenza, al suo interno, di numerose attività commerciali e artigianali che la caratterizzeranno nei decenni a venire.



Vita nel Borgo Sant'Andrea (Maioli, 1946)



La chiesa di San Gaudenzo vista dall'originaria Porta Montanara (Maioli 1925)

Le vie più importanti del borgo erano e sono tuttora, fra le altre, la via Covignano, prolungamento della più centrale via Saffi, aperta nel 1578 e definita, tra l'ottocento e il novecento per il suo manto sassoso, in gergo la "pulvrera" e viale Valturio, sul tracciato dell'antica via da cui si poteva accedere alla città, transitando dalla cosiddetta "porta del Gattolo" inglobata nelle mura del castello malatestiano.

Punto privilegiato di incontro tra le realtà rurali e la cittadina che ne diveniva in tal modo il logico sbocco commerciale, il Borgo Sant'Andrea era rinomato per la mostra del bestiame che si teneva nel Foro Boario (il cosiddetto Campo della Fiera). Questo mercato, indicativamente situato nelle attuali via Melozzo da Forlì e Cignani, fino a lambire la vecchia circonvallazione, si teneva ogni mercoledì con gente che arrivava da tutta la campagna circostante per esibire, vendere e acquistare, il bestiame allevato.

Altra grande caratteristica del Borgo Sant'Andrea, e probabilmente la più importante, era lo "Stabilimento Industriale per Laterizi e Calce dei Fratelli Fabbri" o come tutti chiamavano la "Fornace Fabbri". L'ottocentesca impresa che ha chiuso i battenti nel secolo scorso, è stata molto probabilmente la più grande fabbrica riminese i cui prodotti hanno contribuito, in maniera rilevante, alla costruzione della città moderna.

Presenti sul territorio fin dall'età romano-repubblicana, dapprima operanti nel contesto cittadino poi, dall'età augustea, fuori dalle mura riminesi, le fornaci hanno sempre caratterizzato il luogo dove operavano. Il



La Fornace Fabbri dopo la chiusura (Minghini, 1976)



VIENI A SCOPRIRE LE NUOVE

SUPERFICI ECOLOGICHE

OLTREMATERIA[®]

PAVIMENTI E RIVESTIMENTI, SUPERFICI CONTINUE OLTREMATERIA, PAVIMENTI IN LEGNO, PIETRE NATURALI, PROPOSTE E COMPOSIZIONI TESSILI, ARREDAMENTI, CUCINE, BAGNI E ACCESSORI, ARREDI DA ESTERNO, SOLUZIONI ILLUMINOTECNICHE, REALIZZAZIONE CENTRI BENESSERE, SERVIZI DI POSA E TANTE ALTRE IDEE PER PROGETTARE E ARREDARE OGNI TIPO DI AMBIENTE.



territorio, che diverrà poi il regno della Fornace Fabbri, era denominato nel 400 “ la Ghirlandetta “ ed intestato nel 1452 a Isotta degli Atti, amante e poi moglie di Sigismondo Malatesta Signore di Rimini. (si veda Geronimo n. 40 febbraio 2020). Varie vicende ne porteranno la proprietà dai Malatesta a nobili riminesi fino ad arrivare al 1500 quando Pandolfo IV Malatesta salda un debito di famiglia cedendo il podere alla famiglia Dini. Non vi sono notizie dei due secoli successivi fino ad arrivare al 1800 quando l'intero podere giunge nella disponibilità della famiglia Fabbri che riunisce nella proprietà i vari appezzamenti terrieri frammentati tra diversi proprietari.

La Fornace dei Fratelli Fabbri era posta in una zona particolarmente adatta allo scopo, ricca di materiale argilloso (la creta prelevata dalla “ cava “ riminese) e l'acqua, copiosa dal torrente Ausa e dal corso del Mavone. Dotata a partire dal 1855 di tre forni Hoffmann che permettevano un ciclo continuo la Fornace Fabbri disponeva anche di analoga attrezzatura per la calce.

Notevole l'estensione che occupava che caratterizzava la vista di Rimini per chi arrivava dall'entroterra. Si veda allo scopo la bella immagine d'epoca fornita, assieme alle altre, gentilmente dall'Archivio Fotografico Gambalunga. La lunga e alta ciminiera, i fabbricati, le case a schiera per gli operai (denominate “ la fila “ tuttora indicativamente presenti), le opere per la produzione dei laterizi sarebbero notevoli anche oggi. Il ciclo produttivo prevedeva la cottura della pietra portata dalla vicina Verucchio per la calce bianca, la cottura del sasso estratto dal fiume Marecchia per la calce idraulica e la lavorazione dell'argilla, nei primi tempi manuale e successivamente con macchinari, estratta dalla vicina cava. Attiva fino al 1974, la Fornace dei Fratelli Fabbri verrà demolita nel 1979 per l'espansione abitativa della città

e la costruzione del complesso del Palacongressi. Chi era bambino agli inizi degli anni '70 del secolo scorso ricorda ancora i vagoncini arrugginiti sotto all'ottocentesco ponte in via della Fiera per il trasporto della creta . Rimane oggi alla città, lo splendido Lago della Cava nell'omonimo parco, dove veniva prelevata l'argilla per la produzione dei manufatti della fornace.

Attrattiva borghigiana su cui non è possibile non parlare è l'ottocentesco “ Lavatoio pubblico “, di fondamentale importanza per le lavandaie fino al secolo scorso che esercitavano questa attività per guadagnare qualcosa per il loro sostentamento familiare . Situato nell'attuale omonima via e dotato di una ricopertura in muratura nei primi del novecento, continuerà a esercitare la sua funzione fino agli anni '60 quando ne fu purtroppo deciso l'abbattimento a seguito dei mutamenti urbanistici. Giustamente ripristinato in tempi successivi è tutt'ora visibile ed una delle più importanti caratteristiche della storia dell'antico borgo.

Detto questo, l'invito è quello di visitare il Borgo Sant'Andrea passeggiando per andare alla riscoperta dei suoi vicoli e delle sue molteplici tipiche caratteristiche, magari anche durante la bella Festa che si tiene in concomitanza con la Celebrazione del Santo Patrono cittadino, San Gaudenzo, il 14 ottobre di ogni anno. La grande manifestazione , che si snoda fra le vie storiche Covignano, Saffi, Melozzo da Forlì, Montefeltro, Lavatoio e Piazza Mazzini con musica, mostre, incontri, mercatini, degustazioni e tanto altro non vi lascerà indifferenti e vi consentirà di passare momenti assolutamente piacevoli a contatto con la storia di questa parte della nostra città e la più genuina tradizione riminese.

Foto Archivio Fotografico Gambalunga e Collini Davide.





primecleaning[®]
COOPERATIVA



Prime Cleaning Soc. Coop. è una cooperativa con sede a Rimini specializzata nella fornitura di servizi integrati ad aziende, gruppi industriali, enti pubblici e privati.

Grazie alla capacità di intervenire globalmente con una gamma di attività specifiche e coordinate all'elevata elasticità nell'erogazione dei servizi siamo in grado di offrire ai clienti soluzioni personalizzate, flessibili e modulari.

L'affidabilità che da sempre contraddistingue PRIME CLEANING ha favorito il consolidamento dei rapporti con Banche, Assicurazioni, Enti Pubblici locali o nazionali, Gruppi industriali o commerciali, Strutture sanitarie, Scuole ed Università.

I NOSTRI SERVIZI



sanificazione
COVID



pulizia



disinfestazione



giardinaggio



outsourcing



pulizia strade,
raccolta, trasporto
valorizzazione rifiuti



logistica,
facchinaggio
imballo



prodotti per
l'igiene della persona



handling
aeroporuale



servizi ausiliari
non educativi



di Daniela Muratori

UN VIAGGIO NELLA MOVIDA ROMAGNOLA

SOGNANDO CALIFORNIA

Seconda puntata

L'estate è di nuovo qui! Sono iniziati i primi caldi torridi, finalmente le giornate sono più lunghe, le spiagge hanno ripreso la loro fisionomia stagionale, le hall degli alberghi riflettono come specchi la superficie delle loro piscine, i ristoranti sul mare promettono menù fantasmagorici, i bar il drink più sublime. Direi che ci siamo, possono accendersi i riflettori sulla riviera romagnola!

Rimini d'estate si spoglia della sua parte più intima e riservata e diventa il centro del mondo. E pensandoci bene, anche se molte sono le versioni de *L'ombelico del mondo*, più che Roma o una città del sud America, Jovanotti quando ha scritto questa canzone potrebbe aver pensato benissimo a Rimini o Riccione, da cui è partita la sua carriera. Ma sono le parole che evocano i nostri luoghi e le persone che da una generazione all'altra, in Romagna vengono a trascorrere le vacanze.

“Questo è L'ombelico del mondo, non si sa dove si va a finire. Questo è l'ombelico del mondo, senti che sale questa energia.” E si può constatare ogni sera al tramonto, di notte, da un qualsiasi punto panoramico a picco sulla costa, quando verso l'imbrunire, a una a una si accendono le luci, e a memoria si possono percepire le voci e la musica della movida romagnola.

Abbiamo avuto degli anni mitici e aveva ragione Raf, quando cantava *“Cosa resterà degli anni Ottanta, afferrati e già volati via”*, perché la riviera romagnola si è trasformata nel tempo, non solo perché cambiano le mode, le tendenze e le generazioni, ma poi accadono cose imprevedibili, come in questi ultimi due anni, in cui la pandemia generata dal Covid-19, ha messo in ginocchio diverse attività, in primis il mondo della disco.

Ecco perché questo secondo appuntamento di *Sognando California* apre proprio con le discoteche, ricordando che da questa estate si possono tornare a varcare i

cancelli dei più prestigiosi locali, dove non mancheranno sorprese ed eventi organizzati.

Partendo da sud, nella zona Parco Le Navi a Cattolica, c'è il **Malindi Beach Café** che sembra fatto apposta per concludere la giornata con un aperitivo al tramonto, seduti con i piedi ben piantati nella sabbia. Un posto dove puoi bere un drink ma anche cenare prima che si faccia notte, e ancor prima di immergersi, svoltato l'angolo, al **Bikini Disco Dinner** famoso per le sue feste a tema e centro della movida notturna di Cattolica, dove si balla al ritmo di nuove sonorità elettroniche, house, techno, trance. Proseguendo verso Misano Adriatico, spostandoci dalla zona mare verso l'interno, vicino alla zona artigianale, troviamo la **Villa delle Rose**, uno dei locali più *glam* della riviera. Il locale si presenta come una elegante villa, con un'arena all'aperto e una parte al chiuso, dove si organizzano diversi eventi, e spesso cene con spettacolo.

La popolarità di questo locale deriva da un delicato equilibrio tra animazione, eventi, musica e location, note ai suoi habitués con quattro tipi di serate: Cocoon, Clorophilla, Visione e Vida Loca. A questo percorso si aggiungono i locali della celebre collina delle discoteche. Parliamo di quei locali distanti l'uno dall'altro solo pochi chilometri, ma che possiamo percepire dalla strada statale a qualunque ora della notte ci si trova a passare, sia per i laser che dalla campagna sparano verso il mare e sia per la musica, un tempo dance, afro e funky, ora sonorità elettroniche e house. Il **Byblos Club**, è l'unica discoteca-ristorante che è rimasta negli anni una casa, dallo stile mediterraneo, dove ogni sera ti sembra di andare a cena da degli amici. Immerso in un parco verdeggiante di pini e ulivi delle colline di Misano Adriatico, il **Byblos** come altri locali hanno fatto la storia del diverti-



mento sulla Riviera Adriatica, e nel corso degli anni non ha mai perso il suo stile inimitabile. Il venerdì propone una serata speciale, per la cena, spettacolo con cantanti, ballerine, acrobati, commedianti. Mentre dopo due anni di chiusura forzata, il **Peter Pan** trasforma il suo aspetto e la natura del locale, con tre ambienti musicali: due interni e uno esterno.

Gli ambienti interni si suddividono in una sala principale dove si balla. Mentre non trascurabile è la sala rialzata che si trova su un terrazzo al primo piano, elemento trasgressivo dal momento che l'accesso è riservato a un pubblico più adulto. D'estate protagonista del grande garden esterno è la piscina su cui impera la consolle, dove si esibiscono DJ internazionali, veri professionisti, che con sonorità ricercate animano le piste. Ben altra storia è quella del **Musica Club**, che ha riaperto i battenti nell'estate 2020 sulle ceneri del ex **Prince**, il mitico club creato nel 1993 da celebri pr. È un locale elegante ma con influenze di clubbing e underground, con una clientela elegante. Le serate del Musica Club si presentano con eventi di tendenza, con DJ famosi nell'ambito della techno e techno house.

Rimanendo nell'entroterra, in collina, il mitico **Coccorico**, conosciuto come **Cocco**, officina creativa della *club culture* e locale simbolo della musica techno fin dagli anni novanta. Non dimentichiamo che questo locale dalla storia controversa, negli anni passati nella classifica "Top 100 clubs", stilata da DJ Magazine nel 2015, si collocava al primo posto tra le discoteche italiane e al 16° nel mondo. Questo tempio della musica aveva chiuso circa tre anni fa, poi grazie a nuova gestione propensa a dargli una nuova vita, si sono riaperte le porte della Piramide e con l'estate è tornato ad illuminare le colline di Riccione. Per riqualificare tutta la struttura non si è badato a spese, si è investito molto nelle tecnologie: i laser proiettano figure sulla piramide che a sua volta si illumina, disseminata di migliaia di led capaci di cambiare colore, ed



è qui, sotto la piramide, che si balla compiendo un rito antico. Sulla statale verso Rimini, altro locale storico è **l'Altromondo Studios**, è stato il prototipo della disco romagnola. Aperto nel 1967 ha introdotto per primo la figura del dj che oggi sono le vere star dei locali. Disegnato dagli architetti Pietro De Rossi e Giorgio Ceretti, si contraddistingue per la sua forte impronta post-industriale, la sua scenografia futuristica, con i maxi schermi e laser cromatici. Propone un genere musicale che va dal commerciale, techno, techno house, elettronica, hip hop, e revival anni '70 e '80. Sempre rimanendo sui locali che hanno fatto la storia e sono stati il punto di riferimento del divertimento a Rimini, c'è il **Carnaby**, che in questi ultimi anni ha riqualificato i suoi spazi con 3 piani di pista puntando sui giovani stranieri provenienti da tutta Europa.

Tornando sul mare verso Rimini, vale la pena di fare un salto alla discoteca **Coconuts**, in una delle zone più turistiche e più frequentate. Il locale richiama quelle atmosfere di certe città americane della Florida del sud: Miami, Key West, Orlando, Boston, si divide in due zone: Street Bar all'aperto con i tavoli e una zona interna dove si balla offrendo differenti tipologie musicali: raggaeton, commerciale e latino. È il tipico locale mordi e fuggi, e dal momento che si trova vicino al porto, sul lungomare, ci si può fermare per un drink o per ballare, e quando ci si è stancati, visto che non c'è un biglietto per l'entrata ma si paga solo la consumazione, si è liberi di andare altrove.

Tra la fine degli anni '90 e 2000 le discoteche finiscono di essere luoghi di sballo, cambia la filosofia dell'intrattenimento e nascono nuovi posti d'atmosfera polifunzionali, dove mangiare e bere cocktail ascoltando della buona musica. Sul prossimo numero, la nostra rubrica *Sognando California*, ci porterà ad esplorare altri spazi e modi di stare insieme, altre realtà di aggregazione originali che hanno preso forma in questi ultimi anni.



Il mal di schiena: un'esperienza comune e spesso sottovalutata

Il mal di schiena è una delle sindromi dolorose acute e croniche più frequenti e in Italia sembra colpire circa 1 persona su 5. Anche per la sua elevata frequenza, spesso viene banalizzato e sottovalutato, ma è importante prestarvi attenzione poiché è una condizione che può facilmente diventare cronica.

Il primo punto da considerare è che **esistono molti tipi di mal di schiena**. A volte si presenta come un dolore alla zona lombare (la parte bassa della schiena) e in questo caso si definisce *lombalgia*; quando il dolore si irradia alle gambe si parla invece di *lombosciatalgia* o più comunemente di *sciatica*, mentre quando si presenta nella zona cervicale irradiandosi alle braccia si parla di *cervico-brachialgia*. La lombalgia e la lombosciatalgia spesso si manifestano in modo acuto e violento, con possibile blocco nel movimento: il cosiddetto *colpo della strega*. Nella maggior parte dei casi il mal di schiena è riconducibile a cause meccaniche (come un'ernia del disco), ma può anche essere associato a patologie infiammatorie delle articolazioni come le *spondiloartriti*, che è importante curare tempestivamente. Il mal di schiena cronico di tipo infiammatorio può essere un sintomo anche di altre malattie reumatiche come l'*artrite psoriasica* e l'*artrite reumatoide*.

Come riconoscere un mal di schiena da cause meccaniche da uno di tipo infiammatorio? Solitamente il dolore di origine meccanica migliora col riposo e peggiora con l'attività fisica. In particolare, la lombosciatalgia si presenta come un dolore violento che s'irradia a un arto inferiore, la cui causa principale è un'ernia del disco. A seconda del livello in cui si presenta l'ernia si può avere un'irradiazione del dolore alla coscia (in questi casi si parla di *cruralgia*) o alla gamba oppure al piede (è il caso della sciatica). Un importante segnale di pericolo da considerare è la difficoltà a piegare o muovere il piede, associato a una debolezza della gamba quando si cammina e/o a una difficoltà nel trattenere le urine. In questi casi è urgente una visita medica specialistica. Il dolore infiammatorio è invece tipicamente associato a peggioramento a riposo o al risveglio, insorgenza notturna, persistente rigidità mattutina e attenuazione del dolore col movimento. È utile sapere che le spondiloartriti, al contrario di quanto si possa immaginare, si manifestano tipicamente in età giovanile, alternando periodi in cui la malattia è attiva e periodi di benessere. Questa alternanza può portare a sottovalutare la problematica, con ricorso all'automedicazione e all'uso inappropriato di farmaci analgesici.

Diagnosi e trattamento precoci del mal di schiena sono fondamentali, perché quando esso diventa cronico può determinare importanti conseguenze sia fisiche (ad esempio alterazioni del sonno), sia psicologiche e sociali (come depressione e problematiche lavorative).

La prima cosa che dovete fare, se provate dolore diffuso e persistente, è rivolgervi al medico di famiglia e fornirgli una serie di dati sul dolore che gli permetteranno di inquadrare il problema: l'intensità, la localizzazione, fattori che lo migliorano/peggiorano, presenza/assenza di rigidità mattutina ecc. Il medico di famiglia potrà quindi indirizzarvi verso lo specialista più opportuno, che potrà essere il terapeuta del dolore o il reumatologo in funzione del tipo di dolore. Riguardo alla terapia del dolore, sappiate che in Italia esiste una rete di centri specializzati ad essa dedicata; per maggiori informazioni al riguardo è possibile contattare il numero verde di Fondazione ISAL: 800.101288.

La prevenzione ha un ruolo fondamentale quando si parla di mal di schiena! Ecco alcuni punti da ricordare:

- **Imparare la giusta tecnica di sollevamento.** Durante tutto il movimento si dovrebbe tenere il busto eretto, per abbassarsi e risalire si dovrebbero usare solo le gambe e il peso dovrebbe essere tenuto il più possibile vicino al corpo.
- **Assumere una posizione corretta davanti al computer.** La sedia dovrebbe essere dotata di supporto lombare, la schiena dovrebbe rimanere dritta e ci si dovrebbe posizionare frontalmente al display, con gli occhi all'altezza della cornice superiore del monitor.
- **Riduzione del sovrappeso.** Un eccesso di peso aumenta le sollecitazioni a carico della colonna vertebrale o alterarne la conformazione, favorendo la comparsa di dolore lombare.
- **L'attività fisica previene la lombalgia cronica.** Non esistono attività sportive ideali ed è importante scegliere un livello di attività adatto alla propria condizione fisica, iniziando sempre con un adeguato riscaldamento. Il riposo non favorisce la guarigione, anzi può rallentarla o impedirle. A lungo termine l'immobilità indebolisce i muscoli e favorisce un aumento di peso. Dopo qualche giorno di riposo è importante riprendere gradualmente le normali abitudini di vita, evitando sforzi eccessivi e ascoltando il proprio corpo.



"Dare una mano, perché sarebbe bello mettere la parola fine davanti alla parola cronico, così, per fargli un dispetto!"

Fabio De Luigi

fondazione
ISAL
Ricerca sul dolore

**ISTITUTO DI RICERCA
SUL DOLORE**

*Curare il dolore:
un gesto d'amore e di scienza*

Una storia lunga un quarto di secolo per la promozione della ricerca scientifica e della solidarietà sociale nell'universo del dolore cronico



33°

Palio de lo Daino

MONDAINO 18-21 AGOSTO 2022



mondainoeventi.it



MAURIZIO URBINATI

I cinquant'anni d'oro del Maestro fornaio

di Marco Valeriani

C'è chi scolpisce il marmo bianco. Chi sceglie la pittura materica. Chi opta per legno o pietra lavica. E chi, ancora, ha fatto del proprio percorso professionale il primo e unico segno distintivo di tutta una vita. Maurizio Urbinati è tra quest'ultimi. Artista e artigiano. Maestro panificatore e abile pasticciere. Docente alla Fugar, talentuoso della mollica, orefice del pane. In una sola parola, anzi due, Maestro fornaio con la M maiuscola. Definizioni tecniche a parte, di Maurizio Urbinati - da qualche settimana ha festeggiato i 50 anni di attività professionale - ciò che cattura - e suona come insegnamento alle giovani generazioni - è il sincero attaccamento al lavoro. Il traguardo del mezzo secolo è di quelli da cerchiare in rosso e rende bene l'idea di quanto Urbinati abbia dato a un mestiere così totalizzante e appagante, seppur non privo di tante preoccupazioni. Questi cinquant'anni rappresentano l'acme della sua avvincente vicenda personale. A tal punto da meritare - sceneggiatori e registi si facciano avanti - un lungometraggio a coronamento dell'impegno sempre profuso - mai esempio fu più centrato e congruo - a piene mani; senza risparmiarsi un solo giorno. Nei progetti di Urbinati chissà poi non spunti l'idea dell'autobiografia o di un libro in cui, immagini comprese, quell'impercettibile filo della memoria venga completamente svelato alla luce del sole. Nato in una famiglia umile, da padre contadino e madre casalinga - è il quarto figlio - Maurizio, con la partenza del fratello Giovanni per il servizio militare, comincia a dare una mano al padre nel governare le mucche nelle stalle e consegnare il latte in un piccolo punto di raccolta.

Una volta cresciuto, sembra trovare la propria strada grazie all'impiego come aiuto-meccanico in un'officina poco distante da casa. Ma quella scelta non lo soddisfa e a fine aprile del 1972, appena 17enne, si presenta al cospetto di un fornaio di Rimini, Pozzi, che all'epoca cerca personale.



L'offerta economica - 100mila lire alla settimana - fanno la sua felicità e così, senza porre altro indugio, accetta il lavoro a dispetto della famiglia che non condivide la decisione. In quel forno, Maurizio entra - ecco il principio della narrazione lunga 50 anni - proprio nel mese di maggio. È il momento in cui incontra una ragazzina di 14 anni, Fabrizia, che già gli stava parecchio a cuore. Inizia a frequentarla e la va a prendere con la Lambretta all'uscita dal lavoro. La relazione cresce e piano piano diventa sentimento vero e profondo. Anche lei - vedi Cupido quando scocca la freccia dell'amore - comincia a lavorare nello stesso panificio in cui è occupato Maurizio. Seguono le nozze, nel 1978; la nascita del primo figlio,

Manuel, nel 1982; l'inaugurazione, nel 1983, assieme al fratello Sergio, del Panificio Fratelli Urbinati a cui viene aggiunta la pasticceria. Nel 1987, si celebra la nascita del secondo figlio, Denis, e nel 1990 l'ampliamento del panificio e della pasticceria dopo aver acquisito il fabbricato dell'ex Consorzio Agrario di Santa Giustina. Nel 2006, il fratello Sergio si ritira in pensione e lascia il testimone al nipote Manuel. Padre e figlio iniziano quindi a lavorare fianco a fianco.

Urbinati ancora adesso possiede un dono prezioso: sa modellare il pane e dar forma a fiori, animali, paesaggi. Saper infondere un'anima all'impasto - perché il pane è fonte di vita - è qualcosa a cui Maurizio aggiunge, in segreto, ingredienti che nulla hanno a che fare con lievito, sale, farina e acqua.

A modo suo, infatti, riesce a moltiplicare il valore dei gesti e dei ritmi tipici del forno quasi fosse un direttore d'orchestra attento alla minima "stecca". Pronto a intervenire - forte dell'esperienza accumulata - dove la partitura risulta debole, dove la tessitura della materia prima richiede aggiustamenti e ritocchi in corsa. Del resto il profumo e l'aroma del "suo pane", quello che ogni giorno esce dai forni di Santa Giustina e trova posto -

accanto a piadine, pizze, spianate, ciambelle, dolci e decine di altre specialità per ogni gusto e palato - sui banchi della rivendita collocata lungo la via Emilia e dietro le vetrine del locale di Santarcangelo di Romagna, inonda da sempre le case di migliaia di riminesi e non solo dei riminesi (chiedete in giro).

Artefice di magnifiche sculture, rappresentazioni sacre, sfilatini extralarge e torte da capogiro - a lui si deve il dolce simbolo di un'edizione della Notte Rosa di Riccione - Maurizio è pure curioso collezionista di biciclette da lavoro. Da vero cultore, in giro per l'Italia ne ha raccolte quasi sessanta e vorrebbe vederle presto esposte in un museo dedicato fatto con tutti i crismi.

Urbinati è altresì un appassionato delle tradizioni legate alla famiglia contadina: con un carro per il trasporto delle balle di fieno, trainato da un trattore, ha partecipato a sagre e fiere in tutta la Romagna. E nelle vesti di novello mecenate, in Valmarecchia, dalle parti di Ponte Santa Maria Maddalena, ha riportato all'antico splendore un mulino ormai ridotto in macerie. "Non potevo - dice - lasciarlo nell'abbandono più totale. Mi sono rimboccato le maniche e via. Altre notti in bianco e altri sacrifici. Pezzo dopo pezzo l'ho riportato alla dimensione originale in omaggio a chi lì aveva lavorato. Ha riconquistato la dignità di cui era portatore nei legami al mio mondo".

Oggi - a distanza di molte ore rubate al sonno, tanta costanza e molte rinunce - l'azienda fondata da Maurizio Urbinati conta 25 collaboratori e lui, il fondatore, festeggia, con pieno merito, i 50 anni di attività professionale.

Dice di sé: "Il fornaio è un sogno nato 50 anni fa e che ho realizzato nel tempo con il sostegno della mia famiglia e con i sacrifici dei figli Manuel e Denis cresciuti nell'attività. Ma quando si è uniti, ogni sfida si può affrontare. Quando si è insieme si affronta tutto!".



ROSE & CROWN

British Pub

IN RIMINI SINCE 1964

Viale Regina Elena, 2 - Rimini - Tel. & Fax 0541 391393
info@roseandcrown.it - www.roseandcrown.it



di Georgia Galanti

CLAUDIA MARCHI

L'amore muove il mondo

Cattolichina, appassionata di calcio, due libri: Claudia Marchi, di professione *love coach*, una donna piena di energia, sempre alle prese con i problemi di cuore degli altri per arrivare a occasioni e soluzioni migliori, senza perdersi mai d'animo.

Com'è nato il tuo ultimo libro?

Il mio ultimo libro nasce due anni fa, in piena pandemia, dopo aver scritto la mia autobiografia, non proprio un Carnevale di Rio. Le mie amiche volevano ridere e così mi sono iscritta a tutte le chat di incontri! Essendo una donna divorziata potevo muovermi liberamente in un circo fatto principalmente di uomini già impegnati in cerca di avventure. C'è molta solitudine in realtà in questo zoo parallelo, donne che si illudono e uomini che scappano dopo aver ottenuto ciò che vogliono. Sono un po' tutte storie simpatiche, se così vogliamo definirle, come quella dell'uomo gatto. Io le vivevo con l'obiettivo di scrivere un libro e lo dicevo chiaramente alle mie "vittime", tutti salvatori della patria che pur di tagliare il traguardo si travestivano da eroi. Penso che invece, chi vive la cosa credendoci, passi grosse delusioni. Ma viviamo in un'epoca di social e la stessa pandemia ha favorito l'uso di tali chat.

Quali sono le tue passioni?

La mia passione di sempre, il calcio, riempie il mio cuore. Dopo aver svolto il ruolo di portavoce per il Rimini Football Club, e aver assistito a due promozioni di fila, ora sono responsabile per il calcio femminile della Provincia di Rimini. Nel calcio femminile c'è molta passione, meno interessi e maggiore divertimento, in

linea con i miei principi.

Raccontaci del tuo lavoro

Svolgo la libera professione per Sosrelazioni.it. Mi piace molto ed è una grande fortuna avere l'opportunità di farlo. Non è un lavoro semplice, nulla lo è. Devi essere una persona empatica, in grado di ascoltare, cosa che oggi è fuori moda. Ascolto per circa un'ora le persone che si rivolgono a noi per recuperare il rapporto con l'ex. Ascoltare significa immedesimarsi nell'altro, capire come si sente, e poi trovare la soluzione ai suoi problemi. Un team di coach seguirà la persona passo passo fino al raggiungimento degli obiettivi prefissati. Un lavoro che mi da molte soddisfazioni. Ho imparato a essere ancora più forte, e ho capito molto di me e della mia vita.

Cos'è per te l'amore?

L'amore è follia, irrazionalità allo stato puro. L'amore, se non quello incondizionato per i figli, è anche puro egoismo.

Le relazioni non sono altro che lo specchio di ciò che noi siamo. Il comune denominatore delle persone che incontro è la volontà di stare bene ed essere amate. Le donne vogliono sentirsi valorizzate, gli uomini vogliono sentirsi all'altezza.

Il percorso richiede impegno, e mettersi in discussione non è da tutti, ma porta a ottimi risultati, per riappropriarsi delle proprie certezze, e gestire le emozioni. Il valore della vita lo misuri in virtù delle volte in cui ti sei emozionato. E quando si dice che l'amore risolve tutti i problemi, no, non è una frase fatta, l'amore muove tutto. Andiamoci a prendere ciò che ci fa stare bene!





COSTRUIAMO EMOZIONI
www.topadventurepark.com

Top[®] Adventure Park FRANCHISE



IL PRIMO POLO IN EUROPA PER IL TURISMO ECOSOSTENIBILE



**IL PRIMO FRANCHISE DEL
TURISMO ECOSOSTENIBILE
IN ROMAGNA
DIVERTIMENTO
VI ASPETTA
DA APRILE**



WWW.TOPADVENTUREPARK.COM

GIOIA E LUCA ROMANO

*i due imprenditori del bis
“Made in Napoli” a Rimini*

di Marco Valeriani

Un claim azzeccato: “Come un giorno a Napoli”. Un’idea di cucina vincente. Prodotti e specialità che fanno la differenza, predisponendo alla “napoletanità”.

Gli ingredienti del successo Rossopomodoro sono semplici. Rimandano all’intima essenza dello stare bene a tavola. Del saper prendere il cliente per la gola, così da sedurlo coi sapori e i profumi capaci di saziare e invitare al ritorno. A Rimini, Rossopomodoro è sinonimo dello stile verace - e della costante partecipazione alla vita sociale cittadina - firmato dai fratelli Romano: Gioia e Luca. La prima pizzeria Rossopomodoro nasce a Napoli nel 1998. Oggi si contano oltre 130 locali in tutto il mondo: da New York a Tokyo passando per Londra, Rio De Janeiro e il Qatar. “Il 25 aprile - racconta Luca - abbiamo festeggiato il 14° anniversario dall’apertura del ristorante qui a Marina Centro. Da allora, era il 2008, Rossopomodoro ha sfornato qualcosa come 1 milione di pizze. E proprio Rimini vanta nel suo palmares ufficiale l’attuale Campione del Mondo delle Pizzerie Rossopomodoro, Ferdinando Percoco”.

Facciamo qualche passo indietro e cerchiamo di capire meglio quando comincia l’avventura nel mondo della ristorazione da parte dei fratelli Romano. Vale a dire nel momento in cui, Luca, classe 1975, deejay professionista, s’innamora di questo “mestiere”, nell’accezione più ampia del termine, nei primi anni Duemila a Capri.

È stato “amore a prima vista”?

“È stato subito amore. Di quelli che t’abbracciano e ti trasmettono energia. Il mio posto è qua, accanto a mia sorella Gioia, impegnato a fare sempre meglio e a far crescere



le mie esperienze Rossopomodoro in una città turistica tra le più celebrate in Europa”.

Al primo Rossopomodoro, Gioia e Luca hanno affiancato dal 7 aprile, non distante dal quartier generale affidato alle cure del Senior Manager, Carlo D’Angiò, un altro locale. Sull’insegna campeggia la scritta “la Bottega”. E più sopra il brand Rossopomodoro a far risaltare i cromatismi dell’insieme - rosso e giallo -: quasi l’insegna fosse lì a strizzare l’occhio a quanti passeggiano sul Lungomare in cerca di novità e cose buone da assaggiare. Del resto, lo si dice spesso in Romagna, ci vuole “sbuzzo”. Occorrono intuizione, rapidità d’esecuzione, conoscenza approfondita del mercato. Sapersi orientare in base ai mutamenti generazionali, aver piena consapevolezza di quanto le persone cambino in rapporto ai tem-

pi. Senza però cedere alle tentazioni del “mood”, sebbene i consumatori, giovani in primis, dedichino molto tempo alle scelte in fatto di cibo.

“La formula scelta per la Bottega - dice Gioia Romano - si rifà al goloso e tipico street food napoletano e va

ad aggiungersi, nel cuore della Marina, a un’offerta ormai consolidata e altamente riconoscibile sia nel brand sia nei gusti. Ne la Bottega a farla da padrone troviamo le pizze, i fritti e le tante specialità in omaggio alla cucina che ha sicuri estimatori ovunque. Pizza rotonda classica, pizza a portafoglio - si piega in due e si morde al volo - pizza alla pala tipo Sorrento, croccché, panini napoletani, Parigina e sfogliatelle compaiono nel menù a deliziare i palati più esigenti e gli appassionati del cibo di strada. Non mancano nella carta i cavalli di battaglia dedicati alla terra di Romagna e appena appena rivisitati: vedi



ISOLA dei PLATANI

il centro commerciale naturale

www.isoladeiplatani.it

  ISOLA DEI PLATANI

1 GIUGNO - ore 23:00

FESTA DELLA REPUBBLICA



**FUOCHI
D'ARTIFICIO
TRICOLORE**
Porto canale
Bellaria



03/04/05 GIUGNO
dalle 09,00 alle 24,00

Via Torre - Viale Paolo Guidi
Viale Perugia - Zone Adiacenti

TRICOLORE IN SHOPPING

NOTTE ROSA SHOPPING

dal 01 al 03 LUGLIO
dalle 9,00 alle 24,00

Via Torre - Viale Paolo Guidi
Viale Perugia - Zone Adiacenti

 PIZZA
QUADRATO

 RomagnaBanca
BANCA CREDITO COOPERATIVO ITALIANO

 RADIOGEMMA

 GERONIMO.NEWS

 STUDIO LEGALE
Civile Commerciale Penale
Avv. Adele Ceccarelli

 BICO ARMANI
Carpentier
Impresa Edile
Call. 029 8018266  AR Carpentier
www.arcarpentier.it
Via della Repubblica, 23 - San Marino (RN) - Tel. 0541 827214

 CAMION VELA
IVANO MOSCA
330 41 45 45
LA TUA PUBBLICITÀ IN GRANDI QUANTITÀ E DOVE VOGLI

 ERBA VITA
NATURE IN SCIENCE

 SID
Registrazione Tribunale di San Marino n. 10/000
Sistema P.I.S. per RTT, e DDO
Sistemi Touch Screen per la Ristorazione
Software Gestionali per il punto vendita
Sistemi Anticripping
www.sidromagna.it

 F.lli PIRONI di Francesco Pironi Snc
Officina Multimarche - Vendita e Assistenza
Via F.lli Cervi, 7 - 47814 BELLARIA-IGEA MARINA (RN)
Tel. 0541/347504 - Mail: fipellipironi@gmail.com

 PROMOD
Via Roma, 141 - San Marino (RN) - Tel. 0541 827214

 Ortopedia Salus

la piadina con salsiccia, friarielli e provola”.

“Archiviato il lancio de la Bottega di Viale Vespucci, 91 - ormai consacrata tempio dei mangiari Made in Napoli - fa eco Luca - siamo tornati a progettare le attività che ci porteranno a fine giugno; impegnati nella scuola di pizza per bambini e adulti; nell’organizzazione delle feste di compleanno e a riproporre l’aperitivo one free: il primo giro di Spritz, all’ora del tramonto, dal lunedì al venerdì, lo offrirà Rossopomodoro. Per avere il coupon basterà scaricare l’App Rossopomodoro dallo smartphone e il gioco è fatto”. “La scuola di pizza per adulti - spiega Carlo D’Angiò - prevede una masterclass al giorno, dal lunedì al venerdì, fino a un massimo di 6 iscritti, a partire dalle 17 e conclusione alle 20; mentre la scuola di pizza per bambini - secondo disponibilità dei giorni e prenotazioni effettuate con buon anticipo - fino a un massimo di 20 partecipanti, a partire dal primo pomeriggio e termine entro le 19. Sia nel primo sia nel secondo mini corso, metteremo a disposizione degli iscritti i nostri Maestri pizzaioli, gli spazi e le attrezzature idonei a preparare la “pizza personale” che sarà poi cotta nei nostri forni e servita al tavolo. A tutti faremo omaggio del grembiule firmato Rossopomodoro. Amici e clienti vivranno per un giorno l’atmosfera della pizzeria napoletana tradiziona-



le: ricca dei suoi ritmi, dei suoi gesti e di ciò che l’hanno resa unica e ineguagliabile”.

Il 2022 ha portato in dote a Rossopomodoro Rimini altri due traguardi d’eccellenza: il premio nazionale Pizza d’Oro - consegnato a Cervia nelle mani di Gioia Romano -; il titolo di NIP Master Chef a Luca Romano, già istruttore/pizzaiolo della NIP (Nazionale Italiana Pizzaioli): creatura della NIP Food, azienda di formazione forlivese fondata nel 1999 dal World Master Chef Dovichio Nardi. Il premio Pizza d’Oro, per dovere di cronaca, mette l’accento sulle migliori pizzerie italiane che nel periodo 2019-2022 si sono distinte sotto il profilo della resilienza e della professionalità.

Non ultimi in ordine di prestigio, vanno segnalati la partnership con la Rimini Calcio F.C. - Rossopomodoro Rimini nella stagione sportiva appena conclusa ha mantenuto la collaborazione in qualità di sponsor e sede de La Casa del Rimini F.C., da

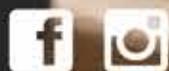
pochissimo promosso in Serie C -; assieme al progetto, ancora da perfezionare, di regalare agli amanti della pizza, la “versione” Rimini: una pizza dall’inconfondibile fragranza “rivestita” dai colori della maglia biancorossa. Infine, Rossopomodoro Rimini negli anni ha consolidato un proficuo rapporto con alcune decisive realtà del volontariato nazionale e internazionale promuovendo numerose azioni di sostegno anche di natura economica.



Rimini raddoppia la voglia di pollo!

”

- **Centro Comm. Ausa**
Via Euterpe, 3.b
- **Centro Comm. Le Befane**
Via Caduti di Nassiria, 20



L'ANTICA MARINERIA RIMINESE

Il legame fra Rimini e il mare è molto antico e risale alla fondazione nel 268 a.C. dell'antica città romana Ariminum che si rivelò da subito un importante snodo marittimo di traffici mercantili. Questo legame fra Ariminum e il mare è ancora oggi impresso negli splendidi mosaici di epoca romana conservati nel Museo della Città.

La piccola pesca faceva parte delle attività quotidiane delle famiglie di pescatori locali con un fiorente sviluppo nel secondo dopoguerra. Le imbarcazioni più utilizzate, adatte ai bassi fondali e ad un approdo senza porto, erano la battana e il battanino, costruiti con materiali a basso costo e con tecniche poco sofisticate, che le rendevano meno resistenti all'usura e al tempo. Si trattava di una pesca povera, rivolta al ristretto mercato della città, che rappresentava prevalentemente un'attività integrativa. Si salpava presto, spesso nel cuore della notte, per rientrare nelle prime ore del mattino. Le donne aspettavano a riva, con le loro biciclette, pronte per andare a vendere il pesce in paese e nelle campagne circostanti. Il pescato era costituito, per lo più, da vongole, pesce azzurro, moletti e sogliole. Con le nasse che venivano calate dai mosconi si pescavano le seppie. La tratta veniva eseguita con una grande rete a strascico e richiedeva la forza di almeno venti uomini.

Con l'impianto delle scogliere, che hanno comportato la modificazione del fondale, ma, soprattutto, in seguito allo sviluppo del turismo balneare, l'attività di pesca, a metà degli anni sessanta del secolo scorso, si è ridotta. Molte delle imbarcazioni, spogliate delle vecchie attrezzature e con le chiglie riverniciate, hanno continuato a solcare le acque della riviera riminese, accompagnando i bagnanti nelle escursioni turistiche lungo il litorale.

Le vele al terzo sono vele storiche tipiche dell'Adriatico, caratterizzate dalla forma a trapezio, un tipo di vela che si adatta alle imbarcazioni a fondo piatto che così risultano ben equilibrate e quindi in grado di risalire il vento. La denominazione *al terzo* si riferisce al punto in cui la cosiddetta antenna è fissata all'albero, a un terzo circa della sua lunghezza. Chi ha avuto la fortuna di vederle nei nostri porti avrà notato che le vele hanno tutte un disegno diverso, che è una specie di araldica dei pescatori per cui ogni disegno era il segno di riconoscimento della famiglia.

Da alcuni anni è nata a Rimini l'**Associazione Vele al**

terzo con lo scopo di conservare, valorizzare e divulgare le tradizioni della Antica Marineria Romagnola attraverso il recupero della memoria storica, la ricerca, il restauro e l'utilizzo delle imbarcazioni tradizionali dell'Adriatico, la conoscenza e divulgazione della "cultura dell'andar per mare" e dell'ambiente marino. Sono tre le barche d'epoca restaurate e gestite dalle Vele al terzo di Rimini – un lancione, l'Amarcord che è l'ammiraglia della flotta, due battane, la Piera e Vanina (quest'ultima in gestione al museo Scaion) e il trabaccolo associato Arcioun. L'associazione organizza ogni anno sul porto canale una manifestazione dedicata alle barche di Romagna, un vero e proprio raduno che si può definire un museo galleggiante.



La Marineria Romagnola ha avuto un ruolo documentato nel tempo con il suo patrimonio di conoscenze generate nei secoli e per lungo tempo dimenticate.

A Viserbella di Rimini è stato istituito nel 1999 ad opera di un gruppo di cittadini fortemente impegnati nel recupero della storia e delle tradizioni, il particolarissimo **Museo della Piccola Pesca e delle Conchiglie, 'E' Scaion'**. Il Museo

prende il nome dall'attrezzo di ferro per la pesca delle vongole e conserva dei documenti d'epoca sugli usi e costumi, manufatti e attrezzature della piccola pesca come asce, pialetti, graffietti, seghe, trivelle, reti da pesca, remi, e vecchie barche pescherecce restaurate, oltre a un'importante collezione di conchiglie, la Collezione Capici, la più completa raccolta del Mediterraneo, un reparto dedicato ai fossili e una mostra fotografica.

Lo scorso maggio è stato inaugurato a Rimini il **nuovo Il Museo Diffuso della Marineria – Lungofiume degli Artisti e dei Capanni da Pesca** – uno spazio aperto, che nasce dal bisogno di rappresentare la tradizione marinara riminese lungo un itinerario per i luoghi che testimoniano la cultura del mare: il Museo della Città con un'importante sezione archeologica dedicata al mare, l'antica pescheria del XVIII secolo, il porto, il faro, i cantieri navali dei maestri d'ascia, gli antichi borghi marinari di San Giuliano e i capanni da pesca.

Si tratta di un "museo senza barriere" il cui racconto espositivo inizia dalle sponde del fiume Marecchia, dove su plance appositamente illustrate con immagini e testi ha inizio la descrizione della marineria di Rimini.

Piùme[👑]

COCCOLE PER TE E LA TUA CASA

Per la tua spesa fatti guidare dal cuore.

Portiamo **bellezza, igiene e convenienza nella tua spesa** quotidiana, forti di un'esperienza pluriennale nell'ambito dei prodotti per la pulizia della casa, la profumeria e la cura del corpo.

Lo facciamo con il sorriso, **selezionando i migliori marchi del mercato** e rimanendo **sempre attenti a farti risparmiare** senza che tu debba rinunciare alla qualità, perché mettiamo il cuore in tutto quello che facciamo.

Rimini

Via Circonvallazione Occidentale, 134

Riccione

Via Circonvallazione, 27

Novafeltria

Viale Giuseppe Mazzini, 68

San Marino

Dogana - Dogana Centro Atlante -

Domagnano - Fiorentino - Gualdicciolo

piumeshoponline.com

Seguici sui social:

 [piume_official](https://www.instagram.com/piume_official)  [smollpiume](https://www.facebook.com/smollpiume)





di Elio Pari

HAMADI KHACHERMI

vivo di magia!!!

Hamadi Khachermi è un amico oltre che un professionista dell'illusione. Quella vera. Nel mondo dello spettacolo queste sono ancora cose belle da vedere.

Hamadi: da quanti lustri fai questo lavoro?

“Da ben 50. Devo dire di aver iniziato ben presto, a 9 anni. Una vita spesa per lo spettacolo, a stupire grandi e piccini. Un percorso anche di grande ricerca e sperimentazione”

E adesso, sono curioso: quanti primavere hai?

“Ben 61. Ma continuo a far comparire e sparire le cose e le persone, come se fosse sempre la prima volta. (ride) L'illusione vive proprio con noi, al di là dei numeri da manuale, della magia e della scena. Noi cerchiamo di fare un'invenzione, creare l'attesa, la giusta emozione, oltre che offrire il gioco a chi ci segue.”

Quanto ci mette un mago internazionale come te, illusionista, a creare una propria visione di lavoro?

“Prima di tutto ci vuole moltissimo allenamento, ore e ore ogni giorno. Con l'esperienza poi si apprendono altre particolarità. L'inventore deve fabbricare un di più, poi metterlo in azione e infine farlo diventare spettacolo. Al termine di tutto, se ciò sarà ben mixato, il lavoro diventerà un gioco internazionale.”

Il covid ha rallentato moltissimo tutto il comparto dello show business. Come ne avete risentito, dalle navi da crociera alle piazze, sino ai teatri?

“Purtroppo siamo stati fermi... Ma secondo me si è trattato anche di un vantaggio. Abbiamo avuto agio per riflettere, creare, inventare, allenarci, memorizzare. Parlo per me, con grande rispetto dei colleghi: ho inventato nella pausa forzata di 24 mesi uno spettacolo completo ed esclusivo.”

Quale lavoro ti ha dato maggiore soddisfazione?

“Almeno alcune. Ringrazio la Rai nella persona di Michele Guardì per l'opportunità che mi ha concesso di lavorare con uno spettacolo, ospite fisso per molte puntate al talk i “Fatti Vostri”. Poi devo aggiungere la tournée a Londra con un manager in gambissima, il quale mi ha preso con sé per dieci lunghi anni. In quelle situazioni ho conosciuto vere celebrità come il fratello di Michael Jackson. Un privilegio aver realizzato quel percorso ben gestito professionalmente.”

Oggi c'è un ritorno alla normalità, cosa farai



quest'estate?

“Siamo pronti per mostrare quanto abbiamo preparato. Aspettiamo ancora un management all'altezza e poi daremo tutto. Tornando alla domanda precedente, devo dire che una volta la televisione era molto presente verso il nostro lavoro. Oggi troppa guerra e poca magia in tv. Noi però siamo pacifisti. (ride) Speriamo che la situazione rallenti ora, nel 2022 cerchiamo la quiete assoluta e che chi ha voluto la guerra ritorni da dov'è partito.”

Ci sono giovani talenti che si stanno avvicinando alla vostra disciplina e che sono pronti per essere lanciati in orbita?

“Nella mia scuola aperta 12 anni fa a Caserta ho coltivato tanti

baby maghi. Mi viene in mente, ad esempio, il giovane Doris. Oggi viaggia sui 25 anni...di pura magia. È stato pure lui alla Rai. La nostra arte non deve mai bloccarsi, restare ferma perché in fondo c'è il trucco. Questo lavoro piace ai vecchi e ai bambini. Tutti mi chiedono sempre: ma da dove...? La risposta è che ci sono più fattori: manipolazione, trasformazione, apparizione e sparizione, illusione, tutte cose che affascinano ogni età dell'uomo e della donna. A chi vede i nostri show come superati, dico quindi che la magia non esiste, sono solo trucchi e tanta preparazione. Non è magia nera, attenzione: è solo illusionismo. È come una canzone vecchia di 80 anni che viene ancora fischiata. Certo anche la magia va aggiornata... Alla mia venerabile età seguo ancora bene gli sviluppi della casa giapponese – Tenio – e colleziono tutti i giochi di illusionismo prodotti dalla casa nipponica.”

Un consiglio ai giovani?

“L'importante è che abbiano voglia di apprendere umili, partendo dalle manine del bambino, al quale viene regalata la prima scatola magica.”

Cosa faresti e cosa non rifaresti in questi anni?

“Sai che rifarei praticamente tutto? Il pubblico mi ha sempre ringraziato, complimentandosi al termine di ogni esibizione. L'unica cosa che non farei forse... fammi pensare.”

Ridurrei a zero il tempo vuoto in cui non faccio nulla. Sarebbe un bel numero saltare nel tempo da uno spettacolo all'altro. Sempre in palcoscenico.”

Perciò possiamo proprio dire che la migliore magia è quella che si deve ancora fare!

24·25
GIUGNO
2022

san marino
green festival



Promosso da Fuorigioco Network | Direzione e comunicazione di Gabriele Geminiani |  San Marino Green Festival

montefeltro
green festival
VALMARECCHIA *edition*

24·25
SETTEMBRE
2022

Club
family
RICCIONE
Hotel

**UN MONDO
PER TUTTA
LA FAMIGLIA**



La catena per famiglie
n.1 in Italia, n.2 in Europa
e n.4 nel mondo!!

Best of the Best

GRAZIE DI  A TUTTI VOI!



Viale Gabriele D'Annunzio, 132 - 47838 Riccione (RN)
+39 0541 641403 - +39 324 8103224
www.clubfamilyhotelriccione.com - info@clubfamilyhotelriccione.com

COMUNE DI
RICCIONE







di Georgia Galanti

FOTOGRAFIA EUROPEA 2022

Raccoglie elementi naturali, l'artista Federica Minelli, durante le sue lunghe passeggiate in campagna e al mare, elementi naturali che rimangono impressi sulla stoffa utilizzando una tecnica che ferma, sulla seta così come sul cotone, la traccia del paesaggio per sempre, senza far uso di alcuna sostanza chimica o nociva.

“Gli elementi che permettono queste impressioni sono il calore (solitamente si tratta di bollitura), l'aceto, l'ossido di ferro, il rame, il tannino contenuto nei vegetali stessi e nulla più”, racconta Federica Minelli.

È una pratica dalle origini antichissime e la pioniera è India Flint, un'artista, alchimista, botanica australiana che si è ispirata alla tradizione, tipica del nord Europa, di decorare con piante e fiori le uova durante il periodo di Pasqua. Questo metodo di stampa ha origine dalla tintura naturale, ma si differenzia da essa perché non va ad estrarre solo il colore, ma imprime la forma dei ve-



getali direttamente su stoffa. Spiega Milena Becci, curatrice della mostra NATURA IMPRESSA alla Galleria Comunale Santa Croce di Cattolica: “una delle chiavi di volta di questa tipologia di lavori è il tempo, l'attesa: è fondamentale non aver fretta per raggiungere la meraviglia del risultato.

Federica Minelli è figlia degli Appennini del Centro Italia e ora cammina anche lungo la costiera romagnola per cogliere l'ispirazione del momento e creare composizioni, colorate e giocose, che appaiono in continua trasformazione, così come lo è l'ambiente naturale che ci circonda.

La stampa ecologica suggerisce milioni di soluzioni disegnative e tintorie sulle quali lavorare e la ricerca nella camminata è mezzo indispensabile e immersivo per poi trovarsi faccia a faccia con le varie combinazioni. Il macrocosmo diventa microcosmo di una natura impressa nelle stoffe e negli occhi di chi guarda”.



Foto Adele Amadio e Leonardo Galanti



*L'energia da un
nuovo punto di vista*

In **Eliantis** supportiamo le aziende nel percorso verso l'utilizzo ottimale dell'energia, grazie al monitoraggio energetico ed ambientale, al controllo degli impianti utilizzati, all'analisi dei consumi e alla scelta di fornitori di energia affidabili.

Mettiamo a disposizione **strumenti e tecnologie avanzate** per uno sguardo nuovo ed efficace sul **mondo dell'energia**.



di Georgia Galanti

PAOLO MALTONI

Arte poesia visione

I suoi quadri sono esposti in un giardino-bosco, tra gli alberi. Da lontano appaiono ombre, effimere presenze, vivide entità nascoste. Incontriamo Paolo Maltoni a Saludecio presso l'associazione culturale Keplero dove, in esterno, si trova la sua mostra.

La sua arte nasce negli anni '80, a 17 anni, quando alle superiori, il suo prof di italiano Carlo Sorace, anche psicologo e psicoterapeuta, lo sostenne e lo incita a esprimersi e a scrivere liberamente.

“Scrivere e fare sculture come terapia” racconta Paolo Maltoni. “È stato grazie al mio prof che ho capito che ero un artista. Da ragazzo ero molto sensibile e molto emotivo, non ero malato o matto, come volevano farmi credere le persone intorno a me, che mi dicevano, “ti isola, vai sempre nel mare, nei boschi, ma stai con noi!” Io avevo bisogno di stare da solo, di ascoltare il mio magma interiore, di immergermi nel mare e nella natura che sempre mi accoglieva. Così è nata la mia arte, fatta di presenze, visioni, entità, e ho iniziato a sentirmi meglio. In casa mia sorella e mio babbo erano artisti, colori e tele ovunque, lavori manuali, opere. Sono sempre stato attratto dalla materia, il ferro, la ruggine, e così sono riuscito a capire meglio me stesso, e poi all'università ho scelto filosofia. Ho iniziato a fare mostre nell'87, ma nel '99 ho sospeso, non esprimevo più, c'era una parte primitiva di me che rinnegavo. In questo ultimo periodo

ho ripreso a esporre con l'aggiunta delle poesie.”

Esplorare il proprio mondo interiore e riuscire a portarlo fuori è un bel risultato, significa diventare consapevoli.

“Far uscire quello che è dentro e far entrare quello che è fuori, è difficile” continua Paolo Maltoni “ma la natura è mia alleata, è una fonte di ispirazione, mi sostiene e mi dà forza, e mi spinge ad agire nella realtà. Amo i materiali che si deteriorano, come la roccia che si sgretola.

E amo il mare, che mi sostiene, e mi culla come un grande utero, è la mia dimensione, in surf o a piedi. Mi piace uscire presto la mattina quando tutti dormono, e il contatto con la natura è forte, autentico, incontaminato, e andare a vedere l'alba, tutti i

giorni, e il tramonto, con i suoi riverberi. In quei momenti le persone non esistono più, sono ombre scure che corrono, sono contente e si uniscono.

Nelle mie opere cerco di afferrare queste ombre, queste apparizioni. Mi piacciono i posti selvaggi, dove c'è poca gente, per resettarmi e ispirarmi, immaginare le mie opere ed esprimere il trascorrere del tempo. E mi piace quando cadi, la sensazione delle onde che ti accarezzano, ti rivoltano, ti fanno girare, e poi torni fuori come non fosse accaduto niente”.

E, come finisce una sua poesia: “La leggerezza è ciò che resta.”



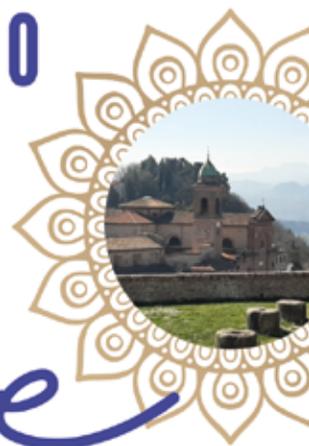


ROCCA MALATESTIANA DI VERUCCHIO

RIGENERATI A VERUCCHIO CON DUE GIORNI BENESSERE

18-19 GIUGNO 2022

Armonie



SABATO 18 GIUGNO

ore 16 "Sulle orme degli animali guida"
incontro con Eleonora Tassani

ore 17 Vinyasa Yoga con Monica Bartolini

ore 18 "L'acqua di lunga vita e altre
ricette" visita guidata alla Rocca del Sasso
alla scoperta di ricette di bellezza, medicina
e alchimia.

ore 18-21 Bio Picnic ricevi in Rocca il tuo
cestino da consumare sugli spalti 

ore 19.30 Meditazione con campane
tibetane e tamburo sciamanico con
Mariano Minolfo

ore 21 Spettacolo di physical theatre
"Rossa in viso" compagnia di danza Aucun

NELLE DUE GIORNATE

-  Mercatino con oltre 20 espositori *spalto*
-  Massaggio Shiatsu con Arianna Marchi *sala "Ippolita"*
-  Aura-Soma con Francesca Bollini (*domenica*) *spalto*
-  Area Tarocchi con Ornella Lella Zaffini
sala Malatesta all'Inferno
-  Laboratorio creativo per bambini "Mandala che
passione" *stand AmaParco*
-  Laboratorio di tintura vegetale *stand Filo e Foglia*

SU PRENOTAZIONE

-  cestino a cura dei ristoratori di Verucchio
-  colazione a cura di Bio Market di Villa
Verucchio

Info e prenotazioni

0541 670280

roccaverucchio@atlantide.net

DOMENICA 19 GIUGNO

ore 5.25 Saluti al sole Ananda Yoga 
con Mandala Sabrina Rossi *spalto della Rocca*

ore 8 Yoga per la Donna con Emilie 
spalto della Rocca

ore 10 Pilates con Valentina Urbinati del centro
Psyche *spalto della Rocca*

ore 11.30 "L'acqua di lunga vita e altre ricette"
visita guidata alla Rocca del Sasso alla
scoperta di ricette di bellezza, medicina e
alchimia.

ore 12-15 Bio Picnic ricevi in Rocca il tuo
cestino da consumare sugli spalti 

ore 15 Presentazione del libro e del
percorso "La Via delle Fatiche di Ercole" di
Carla Venturini. Astrologia esoterica,
Psicosintesi, Fiori di Bach, Tarocchi di
Marsiglia. *sala magna*

ore 16 Laboratorio "I profumi del Giardino" Erbe
profumate, riconoscimento e impiego.
Preparazione di dentifricio e crema per le mani.
stand Giardino delle Erbe di Casola Valsenio

ore 17 Esercizi di ricarica e meditazione
Ananda Yoga con Mandala Sabrina Rossi
sala magna

ore 18 "Armonie nel canto" laboratorio di
Psicofonia con Chiara Aldrovandi

ore 20 Canti e Mantra con Mantra Vibes





LABORATORI OUTDOOR

L'ambiente naturale come spazio di gioco e apprendimento

La natura è l'elemento più vicino allo sviluppo cognitivo ed emotivo del bambino, è autentica, insegna l'attesa, la cura, la resilienza, la lentezza, stimola la sua sensibilità e l'apprendimento.

I "Laboratori outdoor", per i bambini da 2 a 6 anni e i loro genitori, condotti da Emanuela Tonti e Ingrid Casadei, partono dall'idea che per i bimbi del nido e della scuola dell'infanzia stare all'aperto è una condizione naturale, oltre che un evidente piacere. Il progetto nasce con l'intento di avvicinare bambini e adulti alla bellezza della natura, alla sensazione di benessere regalata da qualche ora trascorsa fuori, all'aperto, in contatto con l'esterno e con se stessi, curiosando, sperimentando, scoprendo o semplicemente so-stando in un ambiente naturale.

"È una continua scoperta" racconta Emanuela Tonti, "avventurarsi con i bambini e i genitori in luoghi naturali quali il fiume e i parchi, oltre ai giardini delle stesse scuole che abbiamo esplorato da un punto di vista meno quotidiano e abituale. Nell'incontro al fiume, per esempio, dopo aver letto un libro illustrato, abbiamo creato insieme una piccola topografia ispirandoci alla mappa presente sul luogo, sperimentato giochi per allenare lo sguardo, identificando gli 'oggetti intrusi' disseminati nel percorso, esplorando con le lenti il labirinto dei ce-

spugli. E poi incontrare le foglie più starnate, gli insetti più sorprendenti, e il fiume stesso che abbiamo guardato e ci ha offerto l'argilla che abbiamo lavorato insieme. Infine abbiamo ringraziato cantando una canzone".

"Esplorare i luoghi naturali è sempre una scoperta", prosegue Ingrid Casadei. "Nel tratto che porta alla foce del Conca abbiamo fatto una passeggiata di osservazione con binocoli, riconoscimento di alberi con tavole illustrate, e caccia al tesoro. I bambini e i genitori erano molto attenti e ci siamo confrontati in cerchio su come affiancare un bambino in natura. Durante i laboratori nei giardini delle scuole dell'infanzia abbiamo ricercato i tesori nel giardino, investigato sulle terre e sabbie, creato composizioni con colori naturali ottenuti da verdure come rape e spinaci, coinvolgendo anche genitori e nonni che hanno partecipato attivamente".

Chiediamo sempre permesso quando entriamo in contatto con la natura; e ricordiamoci di ringraziare, alla fine, per il regalo ricevuto. Ogni spazio naturale custodisce grandi tesori e noi siamo sempre ospiti.

Curato dall'associazione culturale Celestrosa il progetto "Laboratori outdoor" fa parte del tavolo distrettuale 06, con Misano, Cattolica e San Giovanni in Marignano; capofila è l'Istituto Comprensivo di Cattolica e il Centro per le Famiglie per la promozione e le iscrizioni.





*ENERGIA PULITA PER
CURARE IL MONDO*

BIOMAX
AGRICOLA

Via della Badia, sn - Coriano
www.biomaxagricola.it



Un viaggio alla scoperta dei cocktail più famosi della storia

Prima puntata

“L’ora del cocktail è la pausa tra i tentativi e gli errori del giorno e le speranze della notte”

Herbert Hoover

31° Presidente degli Stati Uniti d’America

È scoppiata l’estate. Quando le giornate si allungano e le temperature si scaldano va in onda il rito dell’aperitivo. L’importante è che sia fatto ad hoc con ingredienti di qualità come hanno capito da tempo gli happy hour addicted.

Bere un drink in maniera responsabile è un percorso di cultura e gusto, qualcosa che si impara, allenando il palato e la nostra capacità di distinguere tra i sapori, le qualità, le annate e i tipi di drink.

Da questo numero iniziamo un viaggio affascinante nel mondo dei cocktail raccontandovi l’evoluzione e proponendovi una cartolina degustativa dei grandi classici, dagli ever green alle new entry.

Storia

Il 1786 è l’anno in cui il distillatore ed erborista piemontese Antonio Carpano inventa in Italia la formula del vermouth, un vino liquoroso ottenuto attraverso la miscela di vino moscato con erbe aromatiche e spezie.

La bottega di Carpano si trovava nel centro del capoluogo piemontese e avere il Palazzo Reale a pochi passi creò l’occasione per inviarne un omaggio a re Vittorio Amedeo III che lo apprezzò al punto da introdurlo tra le abitudini di consumo della famiglia reale.

Da allora, si diffonde nei caffè europei la moda del vermouth come aperitivo, favorendo la creazione dei primi miscelati.

Secondo la legge il Vermouth deve avere almeno il 75% di vino che viene poi aromatizzato, dolcificato e lasciato invecchiare. La gradazione alcolica è variabile ma non può essere mai inferiore al 15.5%. Il vino, rigorosamente di qualità eccellente, è in genere il moscato a cui va poi aggiunto zucchero pari al 13-15% ed erbe aromatiche per lo più tenute segrete dalle case produttrici.

La nascita più ampia dei drink può essere datata 1806 se consideriamo la prima definizione di cocktail pubblicata su un giornale, il Balance and Columbian Repository di Houston, ovvero una “bevanda stimolante composta da superalcolici di vario tipo, zucchero, acqua e amari”.

Questi liquori erano generalmente distillati ottenuti dal vino, dall’uva o dalla frutta, come brandy, grappa, acquavite e cognac oltre al vermouth, che stava ormai spopolando come aperitivo in tutta Europa.

Gli avvenimenti che da fine ‘800 cambieranno per

sempre il modo di bere sono due: la nascita della refrigerazione che diffonde la fabbricazione del ghiaccio portando anche nel Vecchio Continente i primi “on the rocks” italiani, **Americano** e **Negroni** e l’arrivo della soda nei sifoni, prodotta su scala industriale.

Sempre in quel periodo nasce lo shaker (dall’inglese shake scuotere) per miscelare la mistura portando la moda di costruire direttamente il drink nel bicchiere.

Nell’epoca del Proibizionismo, tra il 1920 e il 1933, negli Stati Uniti, tramite il XVIII emendamento e il Volstead Act, viene sancito il bando sulla fabbricazione, vendita, importazione e trasporto di alcool che durerà per 13 anni. Vietare l’alcool non fu l’idea improvvisa di qualche sostenitore dello Stato etico, ma il risultato di un movimento di opinione diffuso da più di un secolo alimentato da una ripresa del sentimento religioso ma, soprattutto, dai pesanti effetti sociali determinati dall’abuso di birra, vino, e alcolici in genere. Negli Speakeasy, i locali clandestini, simbolo di quel periodo, dove si entrava con una parola d’ordine e si somministravano alcolici illegalmente, diventa piuttosto difficile reperire bevande alcoliche di buona qualità se non sottobanco. Cominciano a circolare i prodotti di contrabbando, la cui produzione e commercializzazione è in mano alle bande di gangsters, fra cui spiccano quelle di Al Capone e Lucky Luciano.

Nascono i cosiddetti gangster duo cocktail dal sapore secco e deciso che volevano rispecchiare l’idea dell’uomo forte degli anni ruggenti. La trilogia dei cocktail criminali era composta da **Godfather**, **Godmother** e **French Connection** caratterizzati dalla presenza del liquore Amaretto accompagnato da un distillato.

I barmen dell’epoca del Proibizionismo chiamato anche The Noble Experiment, cominciano a mescolare mi-



scele di alcol, oli essenziali, benzene e altre sostanze chimiche, alquanto nocive, i Bath Tub Spirits. Il motivo era quello di fornire delle bevande accettabili senza particolari criteri e in base al loro intuito e disponibilità da utilizzare come basi per la realizzazione di drink miscelati.

Proprio in questo periodo vennero elaborate numerose ricette che tutt'ora troviamo presenti nella lista ufficiale pubblicata dall'IBA (International Bartenders Association) che comprende più di 60 cocktail divisi in 3 categorie: gli indimenticabili, i classici contemporanei e i drink della nuova era.

Durante i *Roaring Twenties*, i ruggenti anni '20, scorse a fiumi il consumo di gin, spesso di pessima qualità, per la sua maggior facilità di vendita e produzione, non necessitando dei lunghi invecchiamenti prima del consumo, come nel caso del Bourbon. I drink a base di gin spopolano e nascono capolavori come il **Martini Cocktail** a base di gin e vermouth dry e l'**Angel Face** a base di gin, apricot brandy e calvados.

Gli anni Venti e Trenta sono stati dunque l'epoca d'oro dei cocktail e alcuni dei drink inventati nei due decenni

sono ancora oggi richiesti e famosi come lo erano allora:

il **Bloody Mary** preparato con vodka, succo di pomodoro e spezie piccanti come il Tabasco o la Salsa Worcestershire, il **Gimlet** a base di gin e lime cordial, il **Tequila Sunrise** con tequila, succo d'arancia e granatina, il **Corpse Reviver** con gin, triple sec, Kina Lillet, succo di limone e assenzio, il **Buck's Fizz** inglese, parente del **Mimosa**, a base di champagne e succo d'arancia.

Il whisky non passa mai di moda restando sempre un prodotto elitario ma con la fine del proibizionismo nel 1933 il distillato di riferimento è il rum, di diversi invecchiamenti, miscelato con aggiunta di aromatizzanti alcolici e succhi. In America si trovavano ovunque drink a base rum, distillato della vicina Cuba, agevolmente contrabbandato notte tempo dalla vicina Florida. Nei locali si serviva spesso il **Moonshine**, tecnicamente un whisky bianco o se vogliamo una vodka poco raffinata, ottenuta dalla distillazione notturna al riparo da occhi indiscreti, di segale e mais, senza nessun tipo di invecchiamento, che viene miscelato a acqua, zucchero e limone, per smorzare il carattere e celarne la presenza.

NEGRONI

Il **Negroni** è ritornato in gran spolvero grazie alla rinascita dei suoi componenti, il gin e il vermouth.

È un cocktail storico a base di bitter Campari, vermouth rosso e gin.

Un drink conosciuto universalmente e sinonimo di made in Italy, con un'allure di gran lunga maggiore rispetto all'italianissimo **Spritz** a base di vino bianco, spesso prosecco, un bitter amaricante e seltz, e una popolarità seconda solo all'**Old Fashioned**, un cocktail per bevitori seri a base di bourbon in cui vengono dissolti zucchero, angostura bitter ed essenza di scorza d'arancia.

È nato a Firenze nel 1919, ideato dal conte Camillo Negroni, bon vivant cosmopolita.

Elegante poliglotta, cowboy, maestro di scherma, giocatore d'azzardo e amante del bere miscelato, il gentiluomo era un frequentatore abituale del Caffè Casoni, diventato in seguito Caffè Giacosa, nella centrale via de' Tornabuoni. Qui il barman Fosco Scarselli aveva come specialità il **Milano-Torino**, cocktail molto in voga all'epoca, ma capitava di frequente che l'istrionico conte Camillo si mettesse al bancone. Fu così che, in un giorno di maggio, il conte decise di modificare quel cocktail classico, a base di vermouth rosso, Campari e soda. Durante i suoi lunghi e frequenti viaggi nel Wyoming, a Londra e New York aveva appreso l'arte della miscelazione. Nella Grande Mela aveva avuto occasione di assaggiare l'Americano, di cui il

Negroni voluto dal conte, grande bevitore, è in un certo senso la versione rinforzata con il gin al posto del selz. Come tocco finale distintivo, una mezza fetta d'arancia. Era nato il **Negroni Cocktail**, giunto immutato, dopo quasi un secolo, ai giorni nostri.

Infinite varianti vengono aggiunte in tutto il mondo. Dal **Cardinale** dell'Hotel Excelsior a Roma nel 1950, dove il Martini rosso è sostituito con il Dry, al celebre **Negroni Sbagliato** creato da Mirko Stocchetto del Bar Basso a Milano, il giorno in cui scambiò lo spumante Brut con la bottiglia di gin. Senza dimenticare il **Negrosky**, con vodka al posto del gin, il **Tegroni**, a base di tequila o mezcal, entrambi creati da Mauro Mahjoub, il **Japanese Negroni** con il sakè al posto del gin.

È un cocktail pre-dinner servito nel tumbler basso con un grado alcolico abbastanza alto, circa il 30%.

Ricetta classica

3 cl di gin
3 cl di bitter Campari
3 cl di vermouth rosso
fetta d'arancia

Si prepara direttamente nel bicchiere

Raffreddare un tumbler basso

Mettere dei cubetti di ghiaccio

Aggiungere le dosi di gin, vermouth e bitter in questo rigoroso ordine con l'aiuto del jigger.

Mescolare e completare con una fetta di arancia



“DIALOGHI DI NATURA E DI AMORE”

di Nina Sapucci

Roma Galleria Borghese dal 14 giugno al 18 settembre 2022

Si tratta di una mostra dossier a cura di Maria Giovanna Sarti, nata in occasione del prestito dell'opera autografa realizzata dal Maestro veneto intorno al 1565, concessa dal Kunsthistorisches Museum di Vienna nell'ambito di un programma di scambio culturale tra le due istituzioni. L'occasione per mettere in connessione le opere intorno ad alcuni temi costanti nella produzione del pittore: **la Natura**, intesa come paesaggio ma anche luogo dell'agire umano; **l'Amore** nelle sue diverse forme, divino, naturale, matrimoniale; e **il Tempo**, che scandisce la vita dell'uomo, ne regola il ciclo e lo assimila all'armonia dell'Universo.

Natura e Amore sono legati da un rapporto armonico, parte del ciclo della Vita, cui allude l'allegoria amorosa e musicale di Ninfa e pastore, tra le ultime opere del maestro, considerata da alcuni la summa delle sue aspirazioni artistiche.

La mostra trova il suo luogo naturale nella sala XX, al primo piano del museo, dove sono già esposti dipinti di scuola veneta e di Tiziano. L'attuale disposizione di

“*Amor sacro e Amor profano*” e di “*Venere che benda Amore*” – posti uno di fronte all'altro – ha suggerito la collocazione di “*Ninfa e pastore*” lungo l'altro asse, di fronte a “*Le tre età*” sulla parete opposta, qui proposto nella replica di Sassoferrato che nel corso del Seicento copia – con ogni probabilità proprio per i Borghese – una versione presente a Roma del dipinto di Tiziano. “*Ninfa e pastore*” è il pendant perfetto del dipinto sulla parete opposta: si tratta della medesima riflessione, ma alla fine della vita del vecchio pittore, sull'amore, sul tempo che scorre e tutto divora.

In occasione della mostra sarà pubblicato il primo numero della collana Galleria (De Luca editore) che intende approfondire in maniera monografica temi e opere della collezione Borghese. Il primo numero è dedicato a Tiziano, in particolar modo al dipinto “*Venere che benda Amore*” e alla produzione degli ultimi anni, su cui sono state condotte recenti indagini diagnostiche i cui risultati sono presentati per la prima volta.



Tiziano Vecellio “Ninfa e pastore” olio su tela Vienna Kunsthistorisches Museum)



sabinamonti

INTERIORDESIGNER

*Una stile sobria, non minimale, in perfetta sintonia
tra la dimora e l'anima della persona che la abita.*

Mostra Giuseppe Veneziano

TRUE STORIES

Bologna Palazzo Pallavicini dal 16 giugno al 18 settembre 2022

L'evento, a cura di Valerio Dehò, inaugura la stagione estiva mettendo in scena l'esibizione antropologica dell'universo ultra pop di Giuseppe Veneziano.

L'artista, immerso nel mondo dei fumetti e dei cartoons, esplora le debolezze e i falsi miti che ci circondano, mettendoli a nudo con un approccio ironico e graffiante, provocatorio e irriverente.

Ecco che ritrae se' stesso come la Gioconda, imita Dali' che a sua volta fa il verso a Velazquez mentre dipinge Biancaneve. Spiderman prende il posto di Jeff Koons e la Ragazza con l'orecchino di perla si scatta un selfie senza veli.

Supereroi dei cartoni che in un mix&match vengono contrapposti ai miti del passato con incursioni nella storia dell'arte, da Goya a Raffaello in un racconto fuori dalle righe.

Giuseppe Veneziano classe 1971, siciliano di origine, vive e lavora a Milano. È considerato dalla critica artistica uno dei principali esponenti della corrente New Pop italiana e del gruppo Italian Newbrow. Si muove in quella che lui definisce "terza dimensione", che non è realtà e non è finzione: è la finzione della realtà.



© Giuseppe Veneziano | Giuseppe Veneziano, La madonna degli Influencer, 2021, acrilico su tela, 110x80 cm.

THE WHITE REVOLUTION



**Capsula Pascucci in fibra vegetale
un contenitore rivoluzionario**

La nuova capsula Pascucci, un sistema rivoluzionario, interamente vegetale,
prodotta con sistemi dal bassissimo impatto ambientale.

Priva di residui in tazza offre un eccellente Caffè Pascucci.





di Cesare Brancaleoni

RICORDI DI UN AVVOCATO PENALISTA

Cesare Brancaleoni

Ercole era in attesa di giudizio per favoreggiamento e sfruttamento della prostituzione della moglie.

Un giorno d'estate prossimo al tramonto ricevetti una telefonata del Direttore del vecchio carcere di Pesaro, tristemente noto per i grossi topi che infestavano le celle.

Ercole, per protesta contro la protrazione della carcerazione preventiva, eludendo la sorveglianza degli Agenti, con l'agilità di una scimmia era riuscito a salire sul tetto della prigione e non consentiva a nessuno di avvicinarsi, lanciando coppi in direzione degli assediati.

Erano trascorse alcune ore dall'inizio della protesta e attorno alla vecchia Rocca Costanza si erano radunate centinaia di persone.

Il Direttore confidava nel mio intervento per convincere il detenuto ribelle a scendere dal tetto.

Mia moglie già pronta per andare a cena in un ristorante cittadino decise eccezionalmente di seguirmi con la pro-

Conobbi Walter nella sezione di custodia preventiva del carcere minorile di Bologna, in via del Pratello.

Alto, di corporatura robusta, violento, aveva ben presto soggiogato i suoi giovani compagni di sventura.

Tutti lo ammiravano per il suo disprezzo delle regole ed anche le guardie lo temevano.

Sarebbe diventato un capo.

Adolescenza e giovinezza furono caratterizzate da frequenti arresti per vari reati e da lunghe carcerazioni.

Aveva partecipato a innumerevoli risse ed il suo volto era stato deturpato da una profonda ferita.

Nel tardo pomeriggio di una giornata autunnale il Comandante degli agenti di custodia di un piccolo carcere abruzzese ove Walter stava spiando una pena definitiva per violenze a pubblici ufficiali mi telefonò in studio per informarmi che armato del collo di una bottiglia frantumata si era barricato in una cella d'isolamento impedendo agli agenti di entrare.

Mi misi in viaggio e dopo alcune ore raggiunsi la prigione.

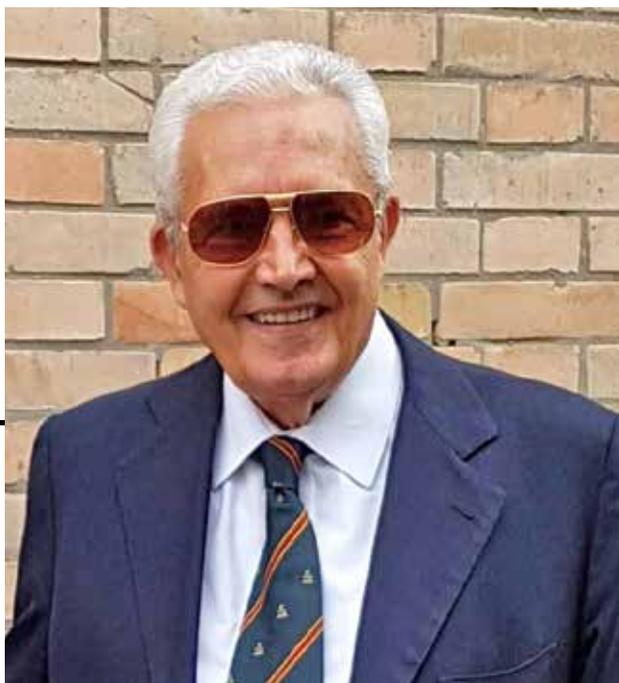
Accompagnato dal Comandante e da uno stuolo di agenti in tenuta di antisommossa nei sotterranei ove si trovavano le celle d'isolamento mi affacciai allo spion-

spettiva di cenare in un ristorante di Pesaro.

Riconosciuto dai giornalisti accorsi e fotografato unitamente a mia moglie chiesi al Direttore di condurmi all'interno del carcere nel luogo più vicino ad Ercole.

Dopo tante ore in quella scomoda posizione in una giornata caldissima non desiderava altro che interrompere la protesta salvando però la faccia con i compagni di sventura.

Io rappresentavo l'alibi ideale e non fu necessario particolare impegno per persuaderlo a scendere tra gli applausi dei curiosi.



Il giorno dopo sul Resto del Carlino di Pesaro apparve la mia foto insieme a mia moglie con la didascalia: "Ecco l'Avv. Cesare Brancaleoni accompagnato dalla moglie del detenuto, nota prostituta".

Da quel giorno mai più mia moglie mi accompagnò in occasione delle mie trasferte professionali.

cino e vidi Walter a torso nudo in evidente stato di agitazione psico-motoria.

Lo salutai e colsi subito nei suoi occhi un lampo di contentezza per la mia presenza.

Chiesi il motivo della sua protesta ed appresi con meraviglia fatti che per la loro gravità e delicatezza non intendo rendere pubblici.

Sapeva perfettamente per precedenti esperienze cosa sarebbero stati costretti a fare gli agenti se non si fosse arreso.

Dovevo fornirgli un motivo per consentirgli di escludere con gli altri detenuti che la sua decisione fosse stata provocata da vigliaccheria.

Estrassi allora dal taschino della giacca gli occhiali da sole ray ban dicendo che glieli avrei donati se mi avesse consentito di ben figurare accettando il mio invito a por fine alla protesta.

Senza profferir verbo abbassò il capo in segno di assenso.

Assisteci all'interrogatorio e a tarda ora della notte rientrai a Rimini.

Alcuni anni più tardi, la vigilia di Natale, uscito dal carcere dopo anni di detenzione, si presentò in studio e mi porse un orsetto di peluche.

Era un uomo capace di gratitudine.



PERCHÈ IN RIVIERA ESISTONO LE PIZZERIE...

poi c'è Primaopoi

APERTO TUTTE LE SERE

Viale Giovanni Pascoli, 95 - tel. 0541 386470 - Rimini
www.pizzeriaprimaopoi.it



MEZZOPIENO

Rubrica enogastronomica a cura di Ilaria Cappuccini

on instagram: just.saywine

Da sempre la cultura enogastronomica del nostro bel Paese mi emoziona e mi trasporta attraverso viaggi fatti di profumi, colori ed ingredienti che mi permettono di aprire nuove finestre sulla biodiversità del nostro territorio. Una scoperta in continua evoluzione, la storia e la tradizione che si fondono con le innovazioni e che insieme scrivono il libro dei sapori italiani, tutto da scoprire.

L'Albana è la Romagna

L'Albana è il vino che parla di noi, il vitigno che ci rappresenta, che rappresenta noi romagnoli, noi che siamo accoglienti e versatili, noi che siamo unici ed inimitabili, noi che per il nostro carattere e la nostra storia, le nostre tradizioni e la nostra grande voglia di evoluzione siamo riconosciuti in tutto il mondo.

L'albana è, almeno quanto noi romagnoli, un vitigno versatile ed unico, di grande carattere e, allo stesso tempo, di estrema piacevolezza.

Quando si sente parlare di Albana di Romagna, molto spesso, e per troppo tempo, si è arrivati con il pensiero ad immaginare la famosa versione passita di questo vino, la versione che lo ha reso tanto conosciuto.

Oggi è bene sapere, però, che l'Albana viene prodotta in svariate tipologie e che, attraverso ognuna di queste, si esprime in modo identitario e particolare.

Un'interessante curiosità: l'Albana di Romagna è stato il primo vino bianco in Italia a ricevere il riconoscimento DOCG nel 1987, fatto che sottolinea la storicità di questo vino che una volta rappresentava il classico vino del contadino, mentre oggi vive una rinascita grazie ai vignaioli che hanno iniziato a produrre grandi vini che regalano belle soddisfazioni anche e soprattutto grazie alle crescenti capacità tecniche che permettono di ottenere prodotti intensi, di spessore e dall'intrigante complessità.

I primi a parlare di Albana furono Plinio il Vecchio e Plinio il Giovane che descrivevano il vino ottenuto da questo vitigno come un vino eccellente, da quella volta l'Albana si fa strada e si distingue fino ad aggiudicarsi oggi grandi note di merito, grandi successi e grandi riconoscimenti.

L'Albana di Romagna è un vino veramente particolare, molto spesso si sente parlare di vino rosso travestito da vino bianco, con i suoi sentori tipici di frutta gialla come banana, pesca, albicocca, susine e agrumi affiancati da profumi di miele, fiori, nocciole e note minerali.

Ma quello che caratterizza l'Albana e la rende un prodotto unico è soprattutto la sua incredibile struttura, il corpo, i tannini, l'ottima sapidità e la morbidezza che regalano un sorso



molto avvolgente.

A proposito della versatilità del vitigno, potrai trovarlo e provarlo nelle versioni: spumantizzata, secca, secca da vendemmia tardiva o da muffa nobile, orange wine, amabile, dolce e passita.

L'Albana viene prodotta in tutta la Romagna anche se alcune zone si distinguono per qualità, come Oriolo dei Fichi dove il suolo sabbioso rende il vino particolarmente fresco, profumato ed elegante.

Mentre a Bertinoro, zona di origine del vitigno, l'Albana trova il proprio terroir ideale, infatti i suoli misti di argille, calcare e sabbie gialle agevolano la complessità del vino, regalando un prodotto di particolare spessore, dal corpo ricco e rotondo.

L'albana è anche un vino molto divertente da abbinare alla gastronomia: nella versione secca si abbina perfettamente con pesce, sushi, tartare di carne, carne bianca come il coniglio, ma anche carbonara, pollo al curry e piatti più speziati ad aromatici.

La versione amabile e quella dolce sono perfette in abbinamento con la pasticceria secca, come la nostra ciambella romagnola, mentre la versione passita è da provare con i formaggi, anche erborinati, con il foie gras e sicuramente con dolci più cremosi come ad esempio la zuppa inglese o il tiramisù!



LA NOTTE ROSA

PINK & LOVE

1-3
LUGLIO
2022
ROMAGNA



La terra della dolce vita
Romagna

www.lanotterosa.it
f @LaNotteRosa

@lanotterosa.it
@notte_rosa

#notterosa
#RomagnaPinkLove

LETTI E ASCOLTATI

LA PIÙ AMATA di Teresa Ciabatti

La più amata (Mondadori, 2017) di **Teresa Ciabatti**, è un romanzo da tenere in considerazione, in prossimità delle vacanze, da leggere sotto l'ombrellone o anche stesi sul divano con l'aria condizionata accesa. Si legge tutto d'un fiato, tanto che la scrittura diretta e convulsa non risparmia niente e nessuno, neanche lei, **Teresa Ciabatti**, la figlia, la protagonista.

"Mi chiamo Teresa Ciabatti, ho quattro anni, e sono la figlia, la gioia, l'orgoglio, l'amore del Professore." Il Professore è Lorenzo Ciabatti, primario dell'ospedale di Ortebello. Tutti lo amano tutti lo temono, e Teresa è la sua figlia adorata, l'unica a cui è consentito indossare l'anello con lo zaffiro. L'anello dell'Università Americana, o l'anello del potere, come dicono alcuni infermieri, medici e la gente del paese. Chi è Lorenzo Ciabatti? Teresa decide di scoprirlo immergendosi nel liquido amniotico dolce e a volte velenoso della sua infanzia, quando era una ragazzina viziata ma infelice. E sceglie di raccontarsi con un percorso a ritroso, dove ad un certo punto la cieca ammirazione del padre si confonde con un forte risentimento nei suoi confronti. Man mano che ci si addentra nel racconto ci sorprende una scrittura densa, nervosa, a tratti violenta, che tra vissuto e immaginazione, restituisce **Teresa Ciabatti** alla storia della sua famiglia, che va di pari passo con un'intera epoca.



“LOVE ME DO” The Beatles

Il 5 giugno 1962 è contrassegnata come una data storica per la nascita del beat inglese. Sessant'anni fa in quel giorno i 4 ragazzini di Liverpool fecero la prima audizione del pezzo **Love me do** agli Abbey Road Studios di Londra voluti dal direttore di produzione della Emi, George Martin dopo essere stati rifiutati dalla Decca.

Ai tempi, quelli che diventeranno i leggendari Fab Four, li conoscevano in pochi fuori da Liverpool o Manchester. Al 45 giri del debutto seguì un altro singolo, **Please Please me** che nel 1963 divenne il loro primo album. Oltre a **Love me do**, ottava traccia originale, il primo LP conteneva anche 6 cover, tra cui quella della celeberrima "**Twist and shout**" degli Isley Brothers. Fu pubblicato con l'etichetta discografica Parlophone costola della casa discografica EMI, nata nel 1931, dalla fusione di Columbia e Gramophone Company.

La versione di **Love me do** nell'album ha come batterista Andy White perché allora George Martin non aveva ancora piena fiducia in Ringo Starr che suonò nella prima versione del 45 giri britannico. Sarà poi la versione con Ringo alla batteria a essere inclusa nei successivi CD antologici. In breve tempo l'album schizzò in cima alla hit parade inglese dando ufficialmente il via alla Beatlesmania che l'anno dopo contagiò anche gli Stati Uniti e l'Europa.

Love me do era un pezzo ancora acerbo ma freschissimo nella sua semplicità. Costituiva una novità per quei tempi, dato che i cantanti raramente componevano i brani interpretati nei loro album. Costruito solo su due accordi piacque da subito perché all'epoca nessuna altra band poteva vantare un sound del genere. È caratterizzato dal mitico inizio con il suono lamentoso dell'armonica a bocca, che ricordava il rhythm & blues,

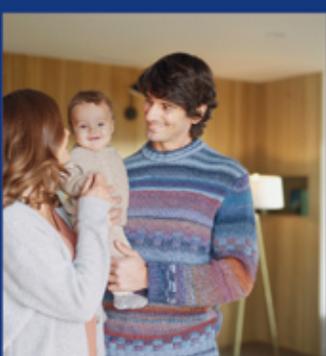
suonata da Lennon a cui segue la strofa cantata sempre da John con Paul McCartney che scrisse il testo, si dice, già nel 1958 a 16 anni quando marinava la scuola per poi completarlo insieme a Lennon. La leggenda narra che John Lennon avesse rubato l'armonica due anni prima in un negozio di Arnhem nei Paesi Bassi. Sul lato B appare il brano **P.S. I love you**.

Da quel momento tutto cambiò per sempre nel mondo della musica pop.





**OVUNQUE SIA
LA CASA
DEI TUOI SOGNI,
NOI TI AIUTIAMO
A TROVARLA.**



COLDWELL BANKER

**PRIME
PROPERTIES**

Corso D'Augusto, 197/199 Rimini (RN)
tel: 0541 1524449
email: rimini@cbitaly.it

Viale Virgilio 4, Riccione (RN)
tel: 0541 1412040
email: riccione@cbitaly.it



COLDWELLBANKER.IT



COLDWELL BANKER

PRIME PROPERTIES

Corso D'Augusto, 197/199 , 47921 Rimini (RN) | tel: 0541 1524449

email: rimini@cbitaly.it | www.coldwellbanker.it/rimini



Elegante appartamento nel centro storico di Rimini, in un palazzo del '600 denominato Palazzo Spina e adiacente al Corso d'Augusto, con affaccio diretto sulla caratteristica piazzetta Carlo Zavagli.

RIMINI - Centro storico

m² 105 mq | 2 | 1 | 289.000 €



Splendido Appartamento con vista sui tetti del centro storico di Rimini. Le caratteristiche signorili e la cura nella scelta dei materiali fanno di questo immobile un pezzo unico nel suo genere.

RIMINI - Centro Storico

m² 150 mq | 3 | 2 | 529.000 €



Villa bifamiliare completamente ristrutturata con ampio giardino di 2000 mq. Caratterizzata da un bellissimo portico e da una terrazza panoramica che offre una bellissima vista sul mare.

CERASOLO

m² 380 mq | 3 | 3 | 539.000 €



Splendida villa con rifiniture di pregio e soffitti con travi a vista. Immersa nel verde tra ulivi e vigneti, è dotata di scuderia, box cavalli e zona selleria.

SANTARCANGELO

m² 586 mq | 3 | 3 | 1.200.000 €



Splendido Attico con bellissima vista sulle colline, ottima distribuzione degli spazi interni, molto ampi e luminosi. L'ampio terrazzo è l'ideale per trascorrere piacevoli momenti di relax.

RIMINI - Rivazzurra

m² 200 mq | 3 | 3 | 535.000 €



Casa semi indipendente a Covignano, in posizione panoramica, situato in una delle due torri principali del "Castello dei Conti Spina".

RIMINI - Covignano

m² 162 mq | 3 | 2 | 780.000 €



COLDWELL BANKER

PRIME PROPERTIES

Viale Virgilio 4, 47838 Riccione (RN) | tel: 0541 1412040
email: riccione@cbitaly.it | www.coldwellbanker.it/riccione



Elegante e moderna Villa di recente costruzione, costruita con materiali di pregio, è caratterizzata da ampi e luminosi ambienti e dotata di giardino e comodo garage. Situata in zona residenziale a pochi passi dal mare.

RICCIONE - Alba

m² 360 mq | **3** | **3** | **1.150.000**



Nel cuore del centro storico di Cesena, Favoloso Appartamento inserito in esclusivo contesto, frutto di un intervento di ristrutturazione che ha impiegato materiali ricercati e di qualità.

CESENA - Centro Storico

m² 250 mq | **5** | **5** | **1.350.000 €**



Elegante appartamento recentemente ristrutturato, in zona centralissima a pochi passi dalla spiaggia. Ottima soluzione sia come residenziale che come investimento, grazie all'elevata capacità reddituale.

RICCIONE - Centro

m² 100 mq | **2** | **2** | **890.000 €**



In zona residenziale a qualche centinaia di metri dal mare, Villa unifamiliare strutturata su tre livelli, circondata da un giardino ottimamente tenuto, con Portico e siepi a beneficio della privacy.

RIMINI - Rivazzurra

m² 400 mq | **4** | **3** | **750.000 €**



Stabile sviluppato su 3 livelli fuori terra, con accesso tramite strada privata, situato in ottima zona residenziale. Composto da 4 appartamenti, uno al piano terra, due appartamenti al primo piano ed uno al secondo, parzialmente mansardato.

RICCIONE - Fontanelle

m² 355 mq | **8** | **6** | **890.000 €**



Appartamento di recente costruzione, situato al primo ed ultimo piano di un moderno condominio a schiera.

GABICCE MARE

m² 80 mq | **2** | **1** | **230.000 €**



SAN MARINO ORO

INVESTI NEL TUO FUTURO



GOLD MARKET
Acquisto di metalli preziosi
ai migliori prezzi sul mercato



BULLION
Investimenti in oro fisico



VAULT STORAGE
Custodia in totale sicurezza
tramite servizio di Security Patrol



REFINING & TRADING
Servizi per operatori
professionali