

# ...solcare il mare...alla insaputa del cielo...

AMO MOLTO IL MARE, LA SUA POTENZA, LA SUA IMMENSITÀ, IL SUO RESPIRO ED IL SUO PROFUMO...

## L'onda

Nella cala tranquilla scintilla, inteso di scaglia come l'antica lorica del catafratto, il Mare. Sembra trascolorare. S'argenta? S'oscura? A un tratto come colpo dismaglia l'arme, la forza del vento l'intacca. Non dura. Nasce l'onda fiacca, subito s'ammorza. Il vento rinforza. Altra onda nasce, si perde, come agnello che pasce pel verde: un fiocco di spuma che balza! Ma il vento riviene, rinalza, ridonda. Altra onda s'alza, nel suo nascimento più lene che ventre virginale! Palpita, sale, si gonfia, s'incurva, s'alluma, propende. Il dorso ampio splende come cristallo; la cima leggiera s'arruffa come criniera nivea di cavallo. Il vento la scavezza. L'onda si spezza, precipita nel cavo del solco sonora; spumeggia, biancheggia, s'infiora, odora, travolge la cuora, trae l'alga e l'ulva; s'allunga, rotola, galoppa; intoppa in altra cui 'l vento diè temprà diversa; l'avversa, l'assalta, la sormonta, vi si mesce, s'accresce. Di spruzzi, di sprazzi, di fiocchi, d'iridi ferve nella risacca; par che di crisopazzi scintilli



Itinerari

## Lineablu

Rai



nella foto: Donatella Bianchi giornalista e conduttrice di "LINEA BLU" in onda su RAI UNO

# “DONATELLA” BIANCHI

e di berilli  
viridi a sacca.  
O sua favella!  
Sciacqua, sciaborda,  
scroscia, schiocca,  
schianta,  
romba, ride, canta,  
accorda, discorda,  
tutte accoglie e fonde  
le dissonanze acute  
nelle sue volute  
profonde,  
libera e bella,  
numerosa e folle,  
possente e molle,  
creatura viva  
che gode  
del suo mistero  
fugace.  
E per la riva l'ode  
la sua sorella scalza  
dal passo leggero  
e dalle gambe lisce,  
Aretusa rapace  
che rapisce la frutta  
ond'ha colmo suo  
grembo.  
Sùbito le balza  
il cor, le raggia  
il viso d'oro.  
Lascia ella il lembo,  
s'inclina  
al richiamo canoro;  
e la selvaggia  
rapina,  
l'acerbo suo tesoro  
oblia nella melode.  
E anch'ella si gode  
come l'onda, l'asciutta  
fura, quasi che tutta  
la freschezza marina  
a nembo  
entro le giunga!

Musa, cantai la lode  
della mia Strofe Lunga.

**Gabriele  
D'Annunzio  
1904**

**Lineablu:**  
il profilo dell'Italia visto  
con gli occhi di una  
donna.

Raccontare il mare attraverso i  
protagonisti della vita di tutti i giorni  
in una trasmissione televisiva che  
è diventata negli anni un "must"...

Donatella è una donna colta, raffinata...ha un viso dolce e bello, gli occhi grandi e uno sguardo intelligente. La sua statura minuta, è in tagliante contrasto con il suo personaggio forte...

**Ritengo sia importante precisare come arrivi, nella vita di ciascuna donna, il momento in cui si possa e debba decidere la propria meta, individuare strategie d'azione e prendere decisioni. Per te questo "momento" è arrivato quando?**

*Credo nel destino che nel mio caso ha scelto il momento e la strada. Sedici anni sono pochi per scegliere. Ma la scomparsa di mio padre mi ha imposto la prima grande scelta autonoma della vita. Ho continuato a farlo, decidendo ogni volta la direzione spesso "suggerita" dagli incontri e dagli eventi. I figli, la famiglia, il privato sono spesso entrati in conflitto con le mie scelte. Ho rinunciato spesso agli spazi da dedicare a me stessa, ma mai agli affetti e alla grande passione per il mestiere che sognavo di fare fin da bambina. Tra successi, fallimenti, gioie e delusioni il bilancio oggi è comunque in positivo.*

**Sembra che le uniche cose che facciano audience siano le liti, le polemiche, i corpi femminili esposti, le parolacce, i pettegolezzi...e poi...è bello scoprire che non è solo così...non credi?**

*E' vero...l'affetto della gente, l'amore del pubblico televisivo per il nostro programma mi sorprendono ogni anno. La bellezza della semplicità di un tramonto o di un corteggiamento tra creature marine, la mancanza di protagonismo che lascia spazio ai veri personaggi di un quotidiano fatto di piccole e grandi imprese, di scommesse con il tempo e con le forze della natura, la riscoperta dei valori che in mare non ti mancano mai come il rispetto, l'altruismo, la solidarietà, uniti ad un racconto fatto di immagini e musiche scelte con amore forse fa la differenza a Lineablu. Noi, non facciamo altro che innamorarci ogni volta di quel racconto che scaturisce dalla sintonia di un gruppo di lavoro molto motivato.*

**Mi disse un giorno un mio carissimo amico "Se vuoi diventare giornalista, devi attaccare un chiodo al muro e piantarlo a forza di testate"...ti senti di condividere questa affermazione?**

*...Fino a farsi male. Ma ne vale sempre la pena.*

**Nella vita extraprofessionale chi è Donatella Bianchi..?**

*Una mamma, alle prese con una meravigliosa figlia diciottenne che cerca la sua strada, Federica, e con Pierluca, otto anni. Un divorzio alle spalle e una convivenza difficile a distanza (il papa' di Pierluca vive in Sardegna). Una*

*donna, una bilancia, attratta dal bello e dalle armonie. Sempre alla ricerca di un equilibrio difficile ma ottimista e amante della vita.*

**Raccontaci quando è cominciata la tua carriera televisiva...**

*Tv private. Credo di esserci cresciuta dentro. A La Spezia. Poi le prime esperienze giornalistiche al "Secolo XIX" e l'esordio in tv a Domenica In accanto all'indimenticabile Corrado. Poi Raidue, il TG Regionale, Raitre e dal 94 Raiuno.*

**Finora hai fatto programmi più "da inviata". E una conduzione "da studio"?**

*Magari! Non ho mai nascosto il mio interesse per lo studio, se fossi stata dieci centimetri più alta e avessi avuto dieci anni di meno... forse... avrei avuto qualche possibilità in più. La linea editoriale del precedente direttore di rete prevedeva solo conduttrici giovani e perfette! Almeno in mezzo al mare, tra pescatori, subacquei e velisti questi problemi non li ho.*

**Donatella, come si prepara un reportage?**

*Pensando al progetto. Nel caso di Lineablu alla location e al messaggio. E' un lavoro di gruppo come ti dicevo e come tale va condiviso. Con gli altri autori del programma Marco Zavattini e Sergio Nuti diamo le linee guida ai redattori. E' come un magazine, si compone di dieci, dodici servizi, che pianifichiamo dalla redazione. Due, tre settimane di studio e di preparazione. Poi si arriva sul set, con il regista e i tecnici per le riprese. Può capitare però che tutto il lavoro di preparazione ed impostazione salti per un incontro, un'imprevisto, una segnalazione. E tutto si rimette in discussione sul campo, fino ad azzerare tutto e ricominciare in tempo reale. Basta un temporale, una maestra lata imprevista e si cambia. In sedici anni non abbiamo mai "bucato" una puntata e di questo vado particolarmente fiera.*

**Parlaci di "Storie dal mare" ...il libro che ti vede coautrice con Egidio Trainito, presentato da Folco Quilici e Giulia D'Angelo edito da Aliberti Editore in uscita in questi giorni...**

*Storie dal mare è il coronamento di un doppio sogno. Desideravo scriverlo da tempo ma non trovavo il coraggio di farlo. L'incontro con Maurizio Costanzo, che firma la collana di cui "Storie dal Mare" fa parte, mi ha convinto. Condividere con un grande maestro come Costanzo un progetto di scrittura è stato un immenso privilegio.*

di Valeriana Mariani



**Donatella Bianchi** (La Spezia, 1963) è giornalista e conduttrice televisiva italiana. Ha debuttato in televisione a **Domenica In**, condotta da Corrado. Torna in tv su Rai Due con **Sereno Variabile** quale inviata speciale in giro per il mondo e successivamente su Rai Tre con **Tgr Italia Agricoltura**. Dal 2000 conduce **Linea Blu**, in onda il sabato pomeriggio su Rai Uno.



## Donatella Bianchi Storie dal mare

Racconti mediterranei della conduttrice di Lineablu



Con gli interventi di Egidio Trainito

Aliberti editore

Il fascino del Mediterraneo nasce dalla spuma del mare, dove terra e acqua si incontrano, dove le leggende prendono vita e, grazie alle voci dei loro protagonisti, si fanno storie.

Sono nove anni che Donatella Bianchi, con il suo **Lineablu**, naviga lungo gli ottomila chilometri di coste della penisola italiana, scoprendo fondali, atmosfere e tradizioni del mare nostrum, ma anche problemi ed esigenze legate alla tutela e allo sviluppo sostenibile dell'economia marittima. E, ribaltando le prospettive, racconta com'è la terra vista dal mare.

Storie dal mare racconta l'incanto che ancora oggi siamo capaci di avvertire di fronte alle insondabili profondità del Mediterraneo, mare che abbraccia terre di miti e forse anche di magia. Come possiamo non pensare alla magia quando leggiamo di persone talmente soggiogate dalle bellezze di un luogo, dalla sua storia e dalla sua natura al punto da rimanere lì, per decenni, completamente sole? Come possiamo non pensare alla magia quando leggiamo di un'unica donna al mondo custode di un'arte antica alla quale è stata iniziata? Come possiamo non pensare alla magia quando leggiamo di amori folli, come quello di Dalla per le Tremiti, quello di Baglioni per Lampedusa, quello di Arrigo Levi per Stromboli? Come possiamo non pensare alla magia quando leggiamo di Niki Francisco, il più giovane ambasciatore Unicef, che a terra non sopravviverebbe ma in mare riesce anche a seguire le lezioni di scuola? Come possiamo non pensare alla magia quando leggiamo di naviganti espertissimi, di apneisti da record, di uomini che volano e di relitti scomparsi? Forse il vero incantesimo è quello che esercitano i luoghi, a loro volta personaggi grazie agli interventi di Egidio Trainito, naturalista innamorato pazzo della Sardegna che si occupa principalmente di sviluppo compatibile del turismo e di progetti di conservazione in aree marine protette.

**Storie dal mare** è un libro profondamente mediterraneo, in bilico tra terra e cielo, tra mito e realtà. *"Da questo libro traspare un grande amore per il Mediterraneo, il nostro mare - spiega Giulia D'Angelo, direttrice della libreria internazionale "Il Mare" - Donatella Bianchi ci racconta le storie dei personaggi che ha incontrato lungo le coste italiane in un avvincente racconto di una grande innamorata del nostro Mediterraneo".*

# “360” LUSSO

IL BELLO COME STILE DI VITA

## VIVERE IL MARE

Quasi fosse troppo grande e troppo potente per le virtù comuni, l'oceano ignora compassione, fede, legge, memoria. La sua incostanza può essere mantenuta conforme ai propositi umani solo con una risolutezza indomita, e con una vigilanza insonne, armata, gelosa, in cui, forse, c'è sempre stato più odio che amore. Odi et amo può ben essere la professione di fede di coloro i quali coscientemente o ciecamente hanno consegnato la propria esistenza al fascino del mare. Tutte le passioni tempestose

VIMERCATE  
MILANO ITALY



## LARGO ALLE EMOZIONI: KEY LARGO 36 SESSA MARINE

Lo stile di un open, l'eleganza di un cruiser, la potenza di tre motori fuoribordo Yamaha da 350 cavalli. Largo alla potenza, largo al confort, largo allo stile: Key Largo 36 dietro all'anima sportiva di un open con la predisposizione per la propulsione di tre motori fuoribordo da 350 cavalli, nasconde il cuore di un cruiser, con due cabine e un bagno sottocoperta. Con i suoi 11,5 metri di lunghezza e l'eccezionale larghezza di 3,5 metri, Key Largo 36 offre incredibili spazi interni ed esterni. Nel pozzetto, ampio divano poppiere gemellato alla panca in murata sinistra, che si può unire e formare un divano "U-shaped", stand up attrezzato di grill, lavello e ghiacciaia, mentre a prua il comodo prendisole "full space" con casse stereo impermeabili integrate, sfrutta completamente la superficie disponibile. Dotato di consolle con chart plotter integrato e possibilità di installare il pilota automatico, Key Largo 36 coniuga in modo ottimale design e innovazione tecnologica, garantendo da un lato grande confort e completa abitabilità degli spazi, dall'altro ottime performance di manovrabilità anche alle alte velocità ed in condizioni di navigazione complesse. Ciò è reso possibile dal sistema di timoneria idraulica a doppio cilindro servoassistita e dai flap elettrici racing a doppio pistone. Carena a V profonda e poliedrica e bracket di poppa integrato con le geometrie progettuali, contribuiscono ad ottimizzare l'installazione dei tre motori fuoribordo e garantire il corretto afflusso dell'acqua alle eliche. Key Largo 36 è attrezzata con 3 sedili guida anatomici, di cui quello del pilota regolabile elettricamente in altezza, montati su supporti elastici silent block, in grado di smorzare le vibrazioni. La motorizzazione minima prevede una coppia di motori da 300 cavalli, mentre la massima permette di installare tre motori fuoribordo da 350 cavalli, per velocità superiori ai 50 nodi e 35 nodi di crociera! "Abbiamo voluto creare un prodotto molto particolare" afferma Massimo Radice, Vice Presidente di Sessa Marine, "per un cliente che cerca potenza, stile e confort e ama distinguersi anche con una barca di soli 11 metri. Un'imbarcazione per vivere la giornata in mare con eleganza e che permette di prolungare la crociera anche di notte, grazie all'accoglienza degli spazi interni, caratteristici di un cruiser di grandi dimensioni". Scelte materiche, contraddistinte dall'attento dosaggio delle proprietà cromatiche e dall'interazione con la luce. Toni cacao per le sellerie, coordinati nella zona guida e più chiari per la zona relax. "oltre all'aspetto cromatico e illuminotecnico" afferma Christian Grande, designer del progetto "abbiamo profuso particolare impegno nello scegliere rivestimenti tattili, che invitano la mano a percorrere le forme e a posarvi, come nel caso dei velluti dorati, utilizzati per le testate dei letti: un leggero tocco e l'effetto globale cambia". Finiture di grande pregio integrano teak e lucide superfici bianche per l'esterno, con il corpo barca che raccoglie le sellerie e ne amplifica i rapporti cromatici, grazie alla livrea bicolore e alle ampie finestrate panoramiche laterali in cristallo temperato, tra i quali spicca la finestra rettangolare che si apre sulla cabina di poppa. Nota particolare, il sistema di apertura a mare della murata destra: un inedito "battente" integrato nelle forme dell'imbarcazione, invisibile una volta chiuso e che permette lo sbarco laterale e la discesa a mare lontano dai motori. Nella versione "T-Top", la Key Largo 36 è coperta da hard top rigido completo di capote estensibile posteriormente che scompare nelle forme del tettuccio.

Fondata nel 1958 dalla Famiglia BRAGA-RADICE, Sessa Marine entrò nel mondo nautico nel 1968 con un tasso di crescita di oltre il 20% durante gli ultimi 10 anni, un turnover nel 2007-2008 di oltre 70 M di Euro, Sessa Marine offre oggi una gamma di imbarcazioni di altissima qualità, 4 linee di prodotto che vanno dai 20 ai 68 piedi. L'obiettivo di questa "family company", ampiamente riconosciuta per la propria capacità gestionale.

dell'umanità quando era giovane, l'amore della rapina e l'amore della gloria, l'amore dell'avventura e l'amore del pericolo, insieme con il grande amore dell'ignoto e i vasti sogni di dominio e di potenza, sono passati come immagini riflesse in uno specchio, senza lasciare alcun segno sulla faccia misteriosa del mare.

Impenetrabile e senza cuore, il mare non ha dato nulla di se stesso a coloro che ne hanno corteggiato i precari favori. Diversamente dalla terra, non si può soggiogarlo a nessun prezzo di pazienza e di fatica. Benché siano tanti coloro che il suo fascino ha adescato e condotto a una morte violenta, la sua immensità non è mai stata amata come sono state amate le montagne, le pianure, persino il deserto.

(di Joseph Conrad)

SOLCIO DI LESA  
NOVARA\_ITALY



## GIORGIO BEZZI: UN UOMO CON L'ANIMO DEL VIAGGIATORE

Classe 1931, cofondatore dell'Associazione ACON, Cavaliere del Santo Sepolcro, Flag of North Italy del Rotary Club, membro attivo dell'UCINA sin dal 1967, Giorgio Bezzi è un personaggio a tutto tondo con grande voglia di fare e tante cose da dire sul mondo della nautica ma non solo. Cinquant'anni fa la passione per la navigazione spinge l'allora giovane studente universitario a lasciare gli studi alla Bocconi, nonostante i risultati eccellenti, per tentare, assieme a due soci, la grande avventura della nautica. Da un piccolo cantiere di costruzione e riparazione canoe a Solcio di Lesa, sul Lago Maggiore, Giorgio Bezzi comincia quello che lui stesso definisce un grande viaggio nell'affascinante mondo della creazione di una barca. Alla fine degli anni '60, i Cantieri Solcio vivono un'importante innovazione, con il passaggio dalla realizzazione di barche in legno (di 5 - 7 metri) alla produzione di imbarcazioni in vetroresina con il procedimento del controstampo ad iniezione di espanso. Una rivoluzione nei materiali, ma anche di mentalità: Giorgio Bezzi è uno fra i primi a livello mondiale a crederci, nonostante lo scetticismo iniziale di molti addetti ai lavori. Dal 1963 il presidente Bezzi decide di partecipare ad ogni edizione del Salone Nautico di Genova; un appuntamento fondamentale per tutti gli appassionati di nautica. Di anno in anno viene presentata la produzione di una vastissima gamma di imbarcazioni, alcune delle quali sono talmente innovative da lasciare una traccia indelebile nella storia del settore, ad esempio i modelli della gamma Tempest e Super Tempest, entro e fuoribordo e Typhon e Super Typhon, dotato di scafo con carena planante a V. Si tratta di progetti di design e tecnica, un connubio perfetto di stile e prestazioni da 4 a 6 metri, adatti ad un pubblico esigente che desidera un mezzo performante e distintivo. Imbarcazioni all'avanguardia che soddisfano i desideri e le aspirazioni dei naviganti che vogliono il meglio da qualsiasi punto di vista. Perfettamente in sintonia con lo spirito dell'epoca che enfatizzava la frenesia della vita quotidiana facendo tornare prepotentemente alla ribalta il mito della velocità. I Cantieri Nautici Solcio, sotto la guida di Giorgio Bezzi coadiuvato da Sergio Tadini, valido professionista ed esperto del settore, vantano una tradizione unica che nulla ha da invidiare ad altri più blasonati cantieri: tanto che negli anni successivi vengono lanciate sul mercato altri due modelli che tracciano la strada alle imbarcazioni del futuro. La pilotina Solcio 6.50 e il Solcio 21 piedi sono modelli dalle caratteristiche creative e qualitativamente eccezionali. A metà degli anni '80, Giorgio Bezzi si lancia in una nuova impresa: ottenuta la licenza d'importazione, introduce nel mercato italiano le imbarcazioni del

 nella foto in alto:  
Giorgio Bezzi, presidente dei Cantieri Nautici Solcio, una delle realtà più longeve del mondo della nautica.

marchio norvegese Fjord. Si tratta di barche straordinarie, dotate di carena planante, capaci di arrivare a 30 nodi, tra cui il 38 Fly, vero mega yacht per l'epoca. Grazie agli ottimi risultati ottenuti, Giorgio Bezzi raggiunge accordi commerciali per la distribuzione anche con Saga e Windy, entrambi tra i migliori cantieri norvegesi. Negli anni '90 vede la luce un altro grande successo nato dal genio di Giorgio Bezzi, su disegno dell'architetto Gregori: è il modello Major, una barca da trasporto lunga 11,31 metri, che può ospitare fino a trentaquattro passeggeri seduti. La posizione di pilotaggio rialzata consente al timoniere una perfetta visibilità e un totale controllo sulle manovre. La carena, studiata nei minimi dettagli, permette di ottenere buone prestazioni anche con poca potenza. Viste le caratteristiche peculiari, questo tipo di imbarcazione viene tuttora utilizzata come taxi sulle acque del lago Maggiore per portare i turisti dalle sponde a visitare le splendide isole Borromee in Italia ed è stata esportata in Svizzera, Germania ed in alcuni stati del continente africano. Altra svolta molto significativa è la specializzazione nella distribuzione di marchi che incarnassero la filosofia e lo spirito dei Cantieri Nautici Solcio: nel 1987 Giorgio Bezzi ottiene l'esclusiva per l'Italia del brand Sealine, uno dei più importanti cantieri inglesi, un sodalizio eccezionale che dura da più di vent'anni. Inoltre distribuisce il marchio Absolute, una delle più innovative realtà italiane del settore, in tutto il nord d'Italia. Oltre alla sede storica di Solcio di Lesa sul Lago Maggiore, nel 2002 è nata Solciomare con due prestigiose sedi a Sanremo Portosole e Marina Genova Aeroporto: punti vendita esclusivi, in cui collaboratori selezionati garantiscono professionalità e competenze tecnico-commerciali. Un totale di venti addetti distribuiti nelle tre sedi: una squadra capace ed affiatata che può offrire un'ampia gamma di servizi ed una completa assistenza post vendita ai clienti. Ci sono anche una serie di punti vendita associati che fanno parte del network dei Cantieri e che sono dislocati nei maggiori porti turistici del nord Italia, ad esempio a Marina di Varazze, Capalbio, Aprilia Marittima e Lavagna. Tutti garantiscono un servizio Customers Care altamente tecnico e competente. Nel 2009 Cantieri Nautici Solcio ha implementato la propria rete di servizi grazie alla partnership con tre nuovi punti vendita: ad Ancona, Ravenna e La Spezia. L'obiettivo dei Cantieri Nautici Solcio nel medio lungo periodo è quello di continuare ad essere competitivi nel mercato della nautica grazie ai propri plus, che sono l'eccellenza e la diversificazione dei servizi offerti: dalla vendita al rimessaggio, dalla consulenza finanziaria alla gestione dei posti barca. Anche se nel breve periodo è necessario contenere i costi, Giorgio Bezzi sostiene: "Questa crisi ci renderà più forti: ciò che non ci distrugge, ci fortifica. I nostri clienti si rivolgono proprio a noi perché sanno che siamo in grado di affrontare le incognite e di consigliarli al meglio. Con oltre 50 anni di attività, abbiamo un patrimonio di tradizione, passione e conoscenza che vogliamo continuare a mettere al servizio del mondo della nautica."

Sara Marcon - Agenzia Gruppo Rem

# GAETANO LISCO

## ATTORE DI ORIGINI PUGLIESI CHE DA PIU' DI VENT'ANNI RISIEDE A NEW YORK

Nato a Bari il 26 ottobre del 1961, emigrato a New York il 4 febbraio del 1986...residente americano e cittadino italiano.

*" Cinque anni di scuola d'arte, quattro di medicina all'università del Policlinico di Bari e due anni di marina prima dell'ammissione ad una scuola di recitazione al teatro Abeliano di Bari. Successivamente al compimento di questa scuola d'arte drammatica incominciai a lavorare come attore di prosa in Italia affinché decisi di studiare la recitazione americana chiamata "Il Metodo" insegnata all'Actors Studio di New York da Lee Strasberg ed altri insegnanti. Fui ammesso in lezioni private con l'allora direttore dell'Lee Strasberg institute con il quale studiai per molti anni, poi conobbi Shelley Winters e mi ammisi nel suo master class all'Actors studio. i miei ultimi 7 anni di studio del metodo li trascorsi grazie all'incontro con Al Pacino con il suo mentore ed insegnante Charley Laughon. In questi 23 anni di permanenza in America ho avuto modo di lavorare in teatro, cinema e televisione, anche in film e televisioni in Europa. Negli ultimi 10 anni ho vissuto tra New York e Miami Beach ma presto ritornerò a vivere prevalentemente a New York. Attualmente sto lavorando sul copione per un film sulla vita del pittore quattrocentesco fiorentino: Masaccio..ma il mio sogno è quello di portare in teatro a New York ed anche in Italia l'Amleto..in una mia produzione, regia e ruolo principale. Un ambizioso progetto sul quale ho dedicato 23 anni della mia vita. Uno dei miei ultimi interessi e' il tango argentino, tanto da aver iniziato un intenso regime di studio e pratica qui in Miami, un importante presenza di una cultura Americo/Latina"*

“  
UOMINI CON LA PASSIONE PER IL MARE  
”





## PIRELLI PZERO ESPERIMENTO TRA MARKETING E DESIGN DIVENTATO UN CULT

A fine Ottocento erano impermeabili in caucciù. Oggi l'abbigliamento della griffe di pneumatici ha un'anima sperimentale. Dall'appeal fashion&sexy. In comune, nell'arco di 127 anni, l'impronta di una gomma dallo spirito hi-tech.

Un progetto trasversale dallo spirito hi-tech. Costruito tra marketing e moda. Con radici forti ancorate nell'industrial design. E soprattutto con una storia antica, iniziata nel 1877 alle porte di Milano. A 125 anni dal primo esperimento, è nel 2002 che rinasce l'abbigliamento firmato Pirelli. Porta un sigillo nuovo, PZERO, ispirato al pneumatico che la società lombarda creò nel 1987 per la berlina Ferrari F40. E sfodera un emblema modernista, una P dalle proporzioni aerodinamiche decorata da un grande punto. Ieri erano impermeabili, soprabiti, cappotti impermeabilizzati e realizzati in un allora sconosciuto caucciù. Oggi il progetto voluto da Marco Tronchetti Provera ha un'anima nuova, sperimentale, ad alta tecnologia. "Da una ricerca di marketing era emerso che il marchio PIRELLI era glamour, sexy e fashion. E questo appeal era stato dato al brand proprio dal calendario, il mitico The Cal. Per questo motivo abbiamo deciso di dare il via a un progetto di industrial design, che ha fatto da apripista per una serie di avventure molto simili", spiega Antonio Gallo, responsabile di PIRELLI PZERO. L'avventura del gruppo milanese è partita in punta di piedi. Soltanto due oggetti destinati a diventare cult: una scarpa da vela, PIRELLI PZEROAcqua. E una giacca dalle performance futuriste, PIRELLI PZEROAria. "Il debutto è stato affidato a una coppia di oggetti che potesse rappresentare il nostro mondo e che allo stesso tempo fosse capace di mostrare un carattere forte, indipendente, corredato da un alto standard qualitativo. Anche per questo sono stati necessari due anni di gestazione, per poter trovare il design più giusto e i partner migliori, specializzati nei rispettivi settori di prodotto". Oggi i numeri del progetto sono diversi. La collezione è diventata un total look. Con tanti numeri. Sette sono i designer che compongono l'ufficio stile del marchio. Uno è il libro fotografico dedicato al progetto, con scatti di Marco Anelli, Alberto Giuliani, Lorenzo Castore. Quattro sono i partner che affiancano Pirelli come licenziatari (Incom per l'abbigliamento, Morellato&Sector per gli orologi, De Rigo Vision per gli occhiali e Tecnorib per i gommoni). Dalla primavera-estate 2008 la collezione calzature, ideata dal designer Alberto Del Biondi, è il risultato della nuova strategia di produzione e commercializzazione delle calzature PIRELLI e dopo la cessazione del contratto di licenza del marchio con la società Licensing Projects. Nasce infatti la società Pzero srl, una società creata ad hoc per seguire direttamente e strutturare un vero e proprio business. La nuova collezione si identifica con la prima suola vertebra che si curva come una schiena ma al tempo stesso risulta indeformabile: un vero e proprio trionfo della tecnica e della tecnologia. La linea Pzero è distribuita in Italia nei 200 Top negozi di abbigliamento e calzature. Tra questi Biffi a Milano, San Carlo a Torino, Russo a Capri, Luisa a Firenze, Sugar di Arezzo. All'estero è già consolidata la presenza in particolare in Spagna, Benelux, Svizzera, Russia e Nord America. Oltre 20mila sono le T-shirt vendute nell'ultima stagione e stampante con l'emblema di super P, il pugno-logo del marchio. Non si contano, invece, i testimonial che affollano l'album vip del brand. "In poche stagioni PIRELLI PZERO è diventato uno status symbol per una generazione. Ha registrato un successo che nemmeno noi ci aspettavamo. Quando nel 2003 abbiamo aperto il corner da Bergdorf Goodman a New York, abbiamo esaurito immediatamente le scorte e abbiamo avuto liste d'attesa incredibili: per l'orologio avevamo prenotazioni per 400 modelli. E oggi continuiamo a registrare elevati tassi di sviluppo". Perché la storia è destinata a ripetersi. Ieri erano le pubblicità disegnate dai ritrattisti anni Cinquanta. Oggi sono gli scatti di Naomi Campbell. In comune, l'impronta di un pneumatico dallo spirito hi-tech. Nel 2005 è stato firmato un accordo in licenza con Tecnorib per la produzione dei gommoni PIRELLI PZERO. Così Pirelli celebra dopo 10 luminosi lustri l'antica produzione di gommoni gommati. Proprio nel 1955 nasceva, infatti, il Nautilus: il primo battello pneumatico. Il primo gommone P Zero Pirelli è stato varato nelle acque di Portofino nel maggio 2006.

Daniela Carati\_PIRELLI PZERO





**LA RICERCA TOD'S LANCIA UNA PRIMA COLLEZIONE DI GIOIELLI**

Tod's lancia una linea di gioielli che guardano all'arte e al design, ispirandosi ai colori delle tele di **Mondrian**, ma anche ai dipinti di **Tamara Lempicka**.

Sono pezzi unici, accessori preziosi e moderni, perfetti da indossare in ogni occasione, vere e proprie sculture che fondono insieme pelle e argento.

**LA FORMULA 1 DEGLI OCEANI. IL CLASS1 POWERBOAT CHAMPIONSHIP**

La formula 1 degli oceani, il Class1 Powerboat Championship. Il prossimo appuntamento in calendario per questo campionato di velocità e tecnologia marina che si è concluso il 19 luglio ad **Arendal** - Norvegia - con il BMW Norwegian gran prix. Non appena le barche lunghe 14 mt attraverseranno il mare aperto, rombando ad una velocità di 270 kmh di velocità, il satellite di **Edox chronometer technology** sarà fautore delle tempistiche ufficiali.



**I VENERABILI PROFUMI DELLA SOCIETÀ KRIGLER**

Creato nel 1922 a Monte Carlo. L'unica **Sparkling Diamond 22** è basato su nettare di Champagne con fragola, cocco, musc. Un intenso, fresco, raffinati profumi. Il simbolo di eleganza e in ultimo la creazione

di profumi. Un pezzo di gioielleria con i suoi cristalli all'interno della bottiglia! Profumi che vengono preparati esclusivamente in un negozio al **Plaza Hotel di New York** potrebbero essere una dolce idea regalo per quanti si trovano a passare proprio da quelle parti e hanno in mente di portare un dono un po' speciale a qualcuno che l'attende a casa.

**BULGARI HA FESTEGGIATO I 125 ANNI DI ATTIVITÀ NEL SETTORE DELL'ALTA GIOIELLERIA**

Si chiama **Serpenti** la nuova collezione di preziosi firmata **Bulgari** che così come il nome della linea si ispira al mondo e alle qualità dei serpenti. Un figura filiforme e flessuosa che presta i suoi tratti tipici ad una collezione di altissima gioielleria di sicuro successo.



**LORIBLU RAPPRESENTA IL MADE IN ITALY NEL MONDO.**

Per questa ragione, il suo prodotto si rivolge ad un target attento ai dettagli, alle finiture, alla ricerca dei materiali, alle preziosità e all'esclusività. Elemento di coesione e di coordinamento creativo presso

**LORIBLU** è l'ufficio stile, la cui guida sin dagli albori è **Graziano Cuccù**, stylist di tutte le collezioni. Nella foto un modello della collezione estate 2009



Torniamo a parlare di **BlackBerry** e telefonia di lusso, chi non è innamorato. Nessuno, ma soltanto in pochi possono permettersela, purtroppo. Abbiamo già visto diverse **luxury edition**, in oro, diamanti, e varie altre combinazioni, ma il modello di oggi è quasi esclusivamente dedicato ad un target femminile.



La **Maison Perrier Jouët** stappa uno Champagne da Guinness dei Primati, il **PJ1825**. Dodici tra i maggiori guru mondiali di vino e champagne provenienti dai quattro angoli del globo, si sono riuniti a Epemay presso la Maison Perrier-Jouët per vivere una verticale d'eccellenza dei suoi più pregiati vintage: la degustazione di venti annate storiche custodite nel caveau della Maison. Un evento straordinario reso memorabile e irripetibile dall'apertura della Cuvée Perrier-Jouët 1825, il più vecchio Champagne esistente al mondo.



**Pirelli PZero** presenta il modello Ultra Light: l'occhiale leggero come una piuma, pesa solo 20 grammi, ben il 30% in meno rispetto al peso medio di un occhiale da sole tradizionale. Innovazione dunque grazie ad una particolare lega metallica già utilizzata nella medicina sperimentale: il Nitlon. Materiale sofisticatissimo e rivoluzionario composto da una elevatissima percentuale di titanio, elemento chimico che eccelle per leggerezza. Primaria importanza al design come costante dell'intera collezione.



On-line il portale e-commerce [www.gasmy.it](http://www.gasmy.it) Italian Fashion Store. In vetrina: Gucci, Prada, Dolce&Gabbana, Emilio Pucci, Moschino, Chloé, Lanvin, D&G Balenciaga, Baci e Abbracci, Blumarine, Blugirl, Fendi, Dior, Dirkemberg, Jhon Galliano, Liù Jo, Guess, Burberry, Y.S. Laurent, Piero Gazzarrini, Pinko, L'Altra Moda, Frankie Morello, Versace e Roberto Cavalli



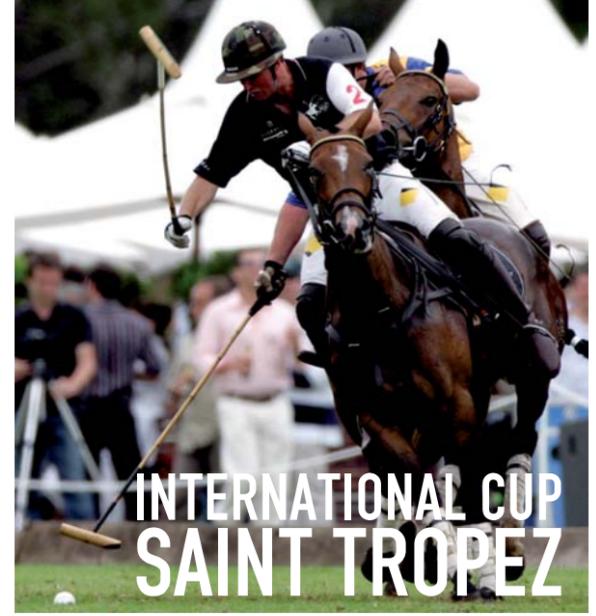
**Drive your Dreams**



LA NUOVA GALLARDO SPYDER LP 560 - 4 SPIDER auto sportiva per eccellenza, con silhouette accattivante e 560 cavalli

**Uno degli eventi di polo più attesi dell'anno**

Dieci squadre, quaranta giocatori e più di centosessanta cavalli, una località che da più di mezzo secolo è tappa preferita da VIP internazionali, un perfetto equilibrio tra sport e feste, tra desiderio di vittoria e semplice godere della vita; questa è la International Cup di Saint Tropez, il torneo che ogni anno a luglio attira gli appassionati di polo a questo esclusivo club sulla Costa Azzurra



**INTERNATIONAL CUP SAINT TROPEZ**

**DeLuxe Porto Cervo Rhapsody 2009**

Lusso estremo in Costa Smeralda per la sesta edizione del DeLUXE: il lusso incomincia dal lifestyle. Auto sportive e yacht di lusso, ma anche elicotteri, gioielli, capi d'alta moda, champagne e grandi liquori hanno suscitato fantastiche emozioni in quanti si sono lanciati nell'esplorazione della rassegna.

Nella celebre località della Costa Smeralda, avvolti in una suggestiva cornice ambientale, gli espositori hanno messo in mostra i loro fiori all'occhiello, nati da uno straordinario mix di design, contenuti, immagine e qualità. Il risultato? Emozioni a profusione per quanti hanno avuto la fortuna di visitare gli stand.



Un viaggio attraverso i tanti partner dell'evento per scoprire l'organizzazione di questo prestigiosissimo appuntamento estivo. L'eccellenza parte dal servizio pertanto gli ospiti sono stati alloggiati in tre strutture targate **Starwood Hotels**, l'**Hotel Cervo**, il **Cala di Volpe**, il **Romazzino**, e nelle superesclusive ville private del Pitrizza. Ad accoglierli l'elicottero **A109S GRAND** di **AgustaWestland** mentre **Danimar**, dealer esclusivo di **Azimut Yachts**, ha presentato a Porto Cervo il nuovissimo **Azimut 100 Leonardo**. Gli amanti dei super yacht hanno avuto di che lustrarsi gli occhi anche grazie a **Fashion Yachts Group**, che ha presentato il **Fashion 85**, e alla straordinaria partecipazione di **ISA**, **International Shipyards Ancona**, il cantierenavale "boutique" specializzato nella costruzione di grandi yacht custom. Nel mondo del lusso di rigore le belle auto, immancabili: la **Bugatti Veyron 16.4 Grand Sport**, la sportiva più veloce al mondo fra le vetture omologate per la normale circolazione, ma anche la **LP 670-4 Super Veloce**, la **LP 560** e lo **Spyder**...tutte e tre **Lamborghini**, portate al DeLUXE da **Autocentri Balduina**. **Mercedes-Benz** e **McLaren** hanno invece presentano la nuova **SLR Stirling Moss** ispirata al celebre pilota britannico detentore del record della leggendaria Mille Miglia, **Maybachla 57-S** e **Pagani** la **Zonda Cinque**, la più estrema vettura da strada mai creata. La storica casa **Bulgari** farà brillare il DeLUXE Porto Cervo Rhapsody 2009 con la nuova collezione Parentesi Cocktail, dal design moderno e incisivo, fino a una selezione di gioielli e orologi delle nuove collezioni **Sotirio Bulgari** e **Assioma D**. Oro bianco, diamanti e preziose perle rosa caratterizzano i rari gioielli antichi della **Galleria La Piramide**, mentre scintillanti cristalli mantengono alta la tradizione d'eccellenza firmata **Daniel Swarovski**. **Pietrof Luxury Brand** a Porto Cervo presenta il lusso personalizzato in tutte le sue possibili declinazioni, dai gioielli agli arredi passando per ristoranti e alberghi. Se è vero che lusso è benessere e relax, anche per questa edizione 2009 non poteva mancare la collaborazione con il **Prestige Village**, a disposizione dei clienti della Marina di Porto Cervo dal 5 luglio al 2 settembre. Tra le presenze eccellenti, l'agenzia **Engel & Völkers** di Porto Cervo, operatore immobiliare di pregio che, grazie allo "shop concept" in 28 Paesi e 4 continenti è in grado di offrire servizi tagliati ad hoc per le esigenze del cliente. Il DeLUXE Porto Cervo Rhapsody 2009 è stata poi un'occasione per scoprire la prima acqua di lusso a base di petali d'oro, **Exousia Gold - Luxury Water Experience**, un'esclusiva acqua di design che unisce le elevate proprietà di una selezionata fonte italiana alle ultimissime ricerche medico-estetiche sull'anti-aging e anti-stress. Gli amanti di Bacco infine, al DeLUXE di quest'anno, sono stati deliziati dai vini di **Chateau Lascombes** e lo Champagne firmato **Perrier-Jouët**, che con il suo approccio limited edition, continua a essere presente nei luoghi e negli eventi più esclusivi al mondo.



# C-HOTEL & SPA

CASSAGO BRIANZA  
LECCO \_ ITALY

E' stato realizzato grazie all'intuizione di Andrea, laurea in economia e gestione aziendale primogenito della famiglia Colzani, : *"Mi ha affascinato il progetto di investire in una struttura ricettiva d'eccellenza, dedicata non solo al turismo business, segmento significativo in un territorio da sempre caratterizzato da una forte presenza imprenditoriale, ma anche ad turismo nuovo, alternativo e contemporaneo, dove l'ospite è alla ricerca del benessere psico-fisico, del relax, della tranquillità, delle bellezze naturali ed del patrimonio artistico e storico, preferibilmente lontano dai classici circuiti turistici più conosciuti. Un esempio emblematico è il recente Cammino di Sant'Agostino, progetto turistico brianteo premiato dall'Expo dei Territori Verso il 2015, che ha valorizzato Cassago Brianza con un nuovo itinerario di fede, ma anche di svago, consentendo al viaggiatore la conoscenza dei più significativi punti d'interesse del territorio a nord di Milano. La filosofia sulla quale si basa il concetto di C-HOTEL - continua Andrea Colzani - è l'estrema attenzione per l'immagine e il design, che rappresentano non il fine ma il mezzo attraverso il quale regalare all'ospite sensazioni ed emozioni di comfort e tranquillità. L'ordine visivo, voluto dal rigore del minimalismo, suggerisce un senso di serenità in una dimensione quasi atemporale".* Le diciotto suites dagli spazi luminosi ed essenziali, dal raffinato design "made in Italy", sono caratterizzate dall'uso della pietra del mare, dalle pregiate essenze e dallo accostamentodi colori neutri che creano con il contributo della luce naturale una atmosfera rilassante, calda e sensuale. Nel progetto è stata data grande enfasi alle tecnologie e alla domotica integrata. A completamento dell'offerta, C-HOTEL mette a disposizione un'ampia sala fitness - con attrezzature Tecnogym, opportunità del personal trainer per corsi individuali o piccoli gruppi - e la C-SPA, con tre vasche termali, interne ed esterne, bagno turco, cascata tonificante ed energizzante, zona relax e solarium, trattamenti con innovativi prodotti professionali ed esclusive tecniche di massaggio. Per entrambe, il concetto fondamentale è la formula di utilizzo a numero chiuso, su prenotazione sia per gli ospiti dell'hotel che per la clientela esterna, per garantire sempre, dalle 6 alle 24, un ambiente non congestionato ma rilassante e piacevole, nel pieno rispetto del wellness psico-fisico. Anche il giardino privato, intimo e silenzioso - ove si scorge a ovest tra le verdi colline, Montorfano e nelle giornate più limpide, il Monte Rosa - progettato dal paesaggista Emilio Trabella, l'ampio solarium, il concetto innovativo di colazione all'italiana con un'accurata selezione di prodotti artigianali C-Colzani, il rilassante lounge bistrò ambiente ideale per la degustazione di un drink, le boardrooms per riunioni o presentazioni di lavoro, la cortesia della concierge per ogni necessità (autista, personal shopper, guida turistica, etc.), rientrano nel concetto fondamentale di accoglienza e benessere a 360 gradi in un contesto d'eccellenza.

Antonella De Chiara

## “360°” GUSTO



### LA BELLA DI CERIGNOLA

è una varietà a Denominazione di Origine Protetta (D.O.P.) di oliva autoctona coltivata nel foggiano. **DISTRIBUTORE CERTIFICATO: Piero Casamassima**, un'avventura imprenditoriale iniziata trent'anni fa con l'obiettivo di commercializzare e trasformare i prodotti del suolo della sua area geografica oggi diretti al mercato statunitense e poi verso l'Oriente. **La filosofia aziendale:** La continuità del gusto dei propri prodotti e la continuità produttiva, l'ottimo servizio e l'investimento nella ricerca e nel marketing.



### I PISTACCHI DI BRONTE

Il pistacchio fa parte dei caratteri forti della Sicilia e, quello che è unico e insuperabile per qualità, profumo, aroma, sapore, valore. **DISTRIBUTORI CERTIFICATI: Vincenzo Longhitano e Nino Marino** giovani titolari dell'azienda "Pisti". **La filosofia aziendale:** una produzione artigianale e di qualità esportata in tutto il mondo.



### L'AGNELLO DI SAINT-MICHEL

La denominazione di origine protetta di agnello di Mont St. Michel è stata approvata dall' Institut National des Appellations d'Origine. **DISTRIBUTORI CERTIFICATI: "Trattoria la Marmetta"** lungomare di Porto San Giorgio **La filosofia aziendale:** Ristorazione di altissima qualità



## HOTEL VICTORIA LA CULTURA A QUATTRO STELLE

Sorge nel cuore di **Trieste**, a pochi passi da Largo Barriera, l'**Hotel Victoria**, raffinatissimo albergo a quattro stelle dalla vocazione letteraria che affonda le proprie radici nel passato multiculturalmente della città. E' infatti ospitato nell'edificio che accolse lo scrittore irlandese **James Joyce**, uno dei personaggi più significativi della cultura europea dei primi del '900 che proprio a Trieste concepì la sua opera più importante, l'"Ulisse". Un forte legame con il passato, quindi, che è però un augurio affinché l'hotel possa diventare un punto di riferimento per la fervente vita artistica e culturale della città. La vocazione dell'albergo si manifesta inoltre nell'ospitalità offerta alla presentazione di libri e altre manifestazioni letterarie, a vernissage, mostre, concerti, che lo pongono al centro della vita culturale triestina. Una piccola curiosità: alle pareti dell'albergo sono appese le opere dell'architetto **Gustavo Palumbo**, dipinti neoclassici che riportano frasi tratte dalle più famose opere di James Joyce. Orange - Gruppo Rem



## SORRENTO \_ ITALY CROWN PLAZA IL FIORE ALL'OCCHIELLO DEL GOLFO

E' una nuova realtà affermata nell'area stabiese, divenuta in poco tempo, punto di riferimento e richiamo per lo sviluppo turistico del territorio. Un innovativo spirito imprenditoriale ha saputo dimostrare come sia possibile rivalutare e riconvertire un'industria dismessa in un hotel di prestigio e di richiamo internazionale. Era impresa difficile immaginare che dalle ceneri del vecchio cementificio, triste e in disuso, sarebbe poi rinata, come per incanto, una moderna struttura alberghiera ricca di fascino e design. L'ambizioso progetto di riconversione industriale ha tenuto conto, sia dell'intervento edilizio volto alla conservazione dell'immagine storica del vecchio opificio industriale, sia dell'impatto ambientale tendente a fermare il degrado in cui l'area era da tempo abbandonata. Oggi, il Crowne Plaza Stabiae Sorrento Coast si presenta quale destinazione ottimale per turisti, congressisti e uomini di affari, ed inoltre la sua superficie così ampia lo rende anche luogo ideale per eventi di ampio respiro.

## GATTAFONI GROUP

LEADER TECNOLOGICO DI MERCATO NEL SETTORE DEGLI ASCENSORI E DELLE SCALE MOBILI, FORNISCE SOLUZIONI CHE CONSENTONO DI MUOVERSI DA UN POSTO ALL'ALTRO IN MODO SICURO, CONFORTEVOLE E SENZA ATTESE. SVILUPPO SOSTENIBILE, SICUREZZA, QUALITÀ ED ECCELLENZA DEL SERVIZIO, SONO PRIORITÀ SULLE QUALI HA PUNTATO DA SEMPRE IL LEADER E FONDATORE DEL GRUPPO: **ALFREDO GATTAFONI**.

IL MIGLIORAMENTO CONTINUO È IL SUO Credo e LA MISURA DEI RISULTATI, LA BASE PER OTTENERLO. LE DUE AZIENDE DEL GRUPPO: **TECNOLIFT** E **PROFESSIONALIFT**, CHE VANTANO UNA CARRIERA CINQUANTENNALE SI PROPONGONO OGGI, SIGLANDO UN ACCORDO CON 10 FRA LE PIÙ GRANDI AZIENDE A LIVELLO NAZIONALE, DI IMPORRE SUL MERCATO UN ASCENSORE ALTAMENTE INNOVATIVO CHE PRENDE IL NOME DI **"PROGETTO 900"** UNICO NEL SUO GENERE SIA IN TERMINI DI CARATTERISTICHE TECNICHE CHE IN RELAZIONE AL CONSUMO. QUESTO INNOVATIVO ASCENSORE OLEODINAMICO CON ASSORBIMENTO INFERIORE AI 3 KW, (CON OPZIONE A 220 WOLT MONOFASE O 380 WOLT TRIFASE) GARANTISCE UN FORTISSIMO RISPARMIO ENERGETICO RISPETTO AGLI STANDARD CHE ATTUALMENTE "VIAGGIANO" CON NON MENO DI 10KW.



# VIVERE MEGLIO CON PIU COMFORT, RIDUCENDO DI UN TERZO IL CONSUMO ENERGETICO

Ricerca tecnologica ed estetica, sicurezza e risparmio energetico. Questi i requisiti fondamentali dell'innovativo ascensore oleodinamico funzionante anche a batterie e certificato in relazione alle vigenti leggi sull'acustica. Perché l'antico si sposi al nuovo, perché il sapore artistico del passato si esprima attraverso l'intervento tecnologico. Un ascensore che si adatta facilmente ad ogni esigenza, richiedendo limitate predisposizioni murarie, bassi consumi e limitati costi d'esercizio. Il progetto, che verrà lanciato nei prossimi mesi tramite un'apposita campagna destinata alle componenti del mercato più sensibili a tali tematiche, sarà poi oggetto di ulteriori e continue implementazioni.

GATTAFONI  
“ALFREDO”

MARKETING & ADVISING, PROPRIETARIO di  
GATTAFONI GROUP (Tecnolift srl e Professionalift elevator)

# LAMP

MARGHERA  
ITALY



Magiche stalagmiti in vetro caratterizzano questa collezione che racchiude in sé il potere della natura primordiale e la magia degli elementi. Sembrano infatti scolpite dal vento e modellate dalla pioggia queste piccole sculture quasi di ghiaccio, dove la luce si concentra e regala ai nostri spazi un sorprendente tepore. Disegnata da **Patrizia Volpato**, la linea **ALASKA** è proposta in molteplici declinazioni e soluzioni, che la rendono perfetta per essere inserita in ogni tipo di ambiente. Si va dai faretto alle sospensioni, singole o composte da più elementi, alle piantane e alle realizzazioni da tavolo, fino ai pezzi più grandi da 240 cm, perfetti per impreziosire una hall d'albergo o una raffinata boutique. Realizzate in vetro trasparente, le lampade ALASKA terminano con una goccia in vetro opaco disponibile in nero, bianco, rosso, oro o argento. Anche la base è personalizzabile scegliendo la versione in stoffa damascata, marrone o panna, adatta ad ambienti più classici, oppure quella in metallo lavorato in acciaio o foglia d'oro.



**ALASKA** di Patrizia Volpato  
La magia della natura

abbiamo scelto  
per voi



ROSADDESIGN  
Interior design

**sytec**  
Piero Scoccia mobile 337.789227  
infosytec@libero.it

**impianti tecnologici civili ed industriali**  
a casa o in azienda avrai sempre la necessità di collegare controllare muovere connettere...  
\*Gli impianti: elettrici\_fotovoltaici \*I sistemi: domotica\_sicurezza\_comunicazione automazione \*Il controllo: accessi

Via Camposanto 11\_Torchiario\_63020\_Ponzano di Fermo\_Fm\_Tel. e Fax 0734.630209



Dai Laboratori Bioline l'esclusiva sinergia fra **Cellule Staminali Vegetali** e attivi di ultima generazione per rilanciare i processi vitali della pelle e per valorizzare i dettagli più preziosi del viso.

**Details of Beauty** l'innovativa linea **Bioline** di prodotti specifici che, grazie all'utilizzo di tecnologie d'avanguardia, permette di **RIDURRE** gli inestetismi cutanei e **PERFEZIONARE** la pelle nei minimi dettagli.

**ESCLUSIVISTA** Marche Abruzzo Molise  
Beauty Services\_via Torino 5/7\_Grottammare (AP)\_0735.587643\_www.beautyservices.it

NEWS \*CASA \*BELLERAZZA  
DETAILS OF BEAUTY SERVICES by BIOLINE

SAN QUIRINO\_PN\_ITALY