

WWW.INEWSSWISS.COM

INEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE



Peppe Zullo



ART
MARBELLA

GINA PARK

**CETARA
PARLA INGLESE**

U-BOAT
ITALO FONTANA





**FINE
FOOD**



PER MOMENTI DAVVERO SPECIALI.

Concedetevi momenti di assoluto piacere per il palato con le delizie Fine Food, provenienti da ogni angolo della Terra. Ad esempio lo Champagne Grand Cru Prestige Fine Food del viticoltore Jean-Etienne Bonnaire, realizzato esclusivamente con uve Chardonnay del comune Grand cru di Cramant. Il suolo calcareo del suo terroir conferisce a questo Blanc de Blancs una mineralità e una freschezza uniche, mentre il bouquet è dominato da agrumi e lievi sentori di ananas, accompagnati da delicati aromi floreali e di noce.

WWW.COOP.CH/FINEFOOD



Per me e per te.

Inhalt



EDITORIAL

- 5 - REDAKTIONELLE GABRIELLA GROPPETTI
- 7 - EDITORIALE DI PINA BEVILACQUA
- 9 - EDITORIAL BY BRIAN BASNAYAKE
- 11 - EDITORIAL CARLA BORDOLI CRIVELLI VISCONTI

SWATCHES

- 12 ITALO FONTANA UNVEILS THE CHIMERA NET
- 13 ITALO FONTANA PRESENTA IL CHIMERA NET

TOURISM

- 20 NEW YORK CITY MEETS ZURICH
- 26 MOVENPICK HOTEL E RESORT
- 28 URLAUB AUF DEM MINIKONTINENT
- 30 THE EVER-EXPANDING WORLD OF TOURISM
- 33 PUGLIA, ECCO LE 6 TOP DESTINATION ELETTE DAI GIORNALISTI E OPINION LEADER ALLA BIT DI MILANO
- 42 MEETING POINT IN SALENTO
- 44 BIT, TURISMO E LE NUOVE SFIDE DEL FUTURO
- 46 ARTIGIANI IN LIGURIA: IL VENTO È CAMBIATO SI RIPARTE DALLE ECCELLENZE
- 48 CETARA PARLA INGLESE: AL VIA IL PROGETTO "DO YOU SPEAK ENGLISH"

MUSIC

- 50 DEAR JACK ALLA 66A EDIZIONE DEL FESTIVAL DI SANREMO CON MEZZO RESPIRO
- 54 TOP 20

ENOGASTRONOMIA

- 56 L'INSTITUTE OF MASTER OF WINE
- 57 UN 2015 DA SOGNO E UN NUOVO ANNO TUTTO DA SCRIVERE PER PEPPE ZULLO
- 60 ITALIA, CAMPIONE DEL MONDO DEL VINO, SOCCORRE I FRANCESI

KUNST

- 66 MAURIZIO CARUSO 2
- 68 AUSSTELLUNG WERNER BOMMER
- 69 ARTE LAGUNA: UN CONCORSO PER ARTISTI INTERNAZIONALI
- 70 EXPOSITION JEAN-PIERRE SERGENT ANIMA MUNDI BIS 5 MARS 2016
- 72 ABITARE ITALIA CASA MUSEO

PERSONALITY

- 78 BOOM DEI VIDEOGIOCHI ECCO PERCHÈ
- 80 ASTENERSI PERDITEMPO GIANNI SANTORO
- 82 SERGIO SAVONA NUOVO RESPONSABILE PROMOZIONE IN ANTENNA RSI

CINEMA

- 84 MARE D'ARGENTO
- 87 GIFFONI SI RICONFERMA PALCOSCENICO DI INCONTRI INTERNAZIONALI

COMMUNICATIONS

- 90 GIUBILEO LA SFIDA DI BERGOGLIO
- 92 ITALIA TANTA POTENZA, POCA ENERGIA
- 94 SALUTO DEL NUOVO AMBASCIATORE D'ITALIA IN SVIZZERA E LIECHTENSTEIN
- 96 GOOGLE GEFÄLLT'S IN ZÜRICH

AUTO

- 98 DEBUT MUNDIAL DEL NUEVO INFINITI Q60 EN EL SALÓN INTERNACIONAL DEL AUTOMÓVIL DE DETROIT
- 99 EL INFINITI Q30 RECIBE EL PREMIO EURONCAP A LAS MEJORES PRESTACIONES EN SU CATEGORÍA
- 100 PRONTE PER IL DEBUTTO EUROPEO AL SALONE DI GINEVRA
- 102 LA NUOVA LEXUS GS ANCORA PIÙ DINAMICA E PREGIATA
- 104 PRIMA MONDIALE DELLA LEXUS LC500 AL SALONE DI DETROIT 2016

IMPRESSUM

VERLAG

Antonio Campanile

EDITORIAL DIREKTOR

Pina Bevilacqua

TESTIMONIAL VIP

DIREKTOR MARKETING/ W ERBUNG

Antonio Campanile

CHEFREDAKTOR

Gabriella Groppetti (deutsche Redaktion)

Heidi Giuliani (deutsche Redaktion)

Bryan Basnayake (englische Redaktion)

Luisa Pavesio (italienische Redaktion)

Director Ereignisse. Piero Melissano

Inews Salento

REDAKTION

Sabrina Tortomano

Luana Nocco

Antonella Montesi

Pietro De Seta

Emanuele Iacovo

Palma Bucarelli

Beatrice Feo Filangeri

Gianni Motori

Mariella Nica

Antonella Millarte

Eugenio Forestieri

Pino Laudano

Erika Ventura

Thomas Lang

Marco Montini

Massimiliano Teramo

Giuseppe Iacovo

Rocco Delli Colli

Gianni Barone

Dalia Sgarbis

Vincenzo Muni

Italo Caroli

Salvatore Tramontana

Rita Albrecht

Bruno Sonetto

Isabella Pileri

Social Media Manager

REDAKTION CHUR

Cosimo Vonghia

Antonio Sellito

REDAKTION TESSIN - Via Peri Lugano

Rita Albrecht

Ludovico Gentile

Antonio Varrica

Nicola Cathieni

REDAKTION VIENNA

Erich Bauer

REDAKTION BASILEA

Piero Esteriore

Michele Ferrante

Mimmo Esteriore

Davorka Zguric

REDAKTION MOSCA

Antonella Rebuzzi

Brenda Liquadri

REDAKTION ROM

Alfonso Benevento

Angela Verde

Michele Viola

REDAKTION MAILAND

Eugenio Forestieri

REDAKTION TURIN

Francesco Mescia

REDAKTION SIZILIEN

Francesco Di Dario

Rita Pennisi

REDAKTION APULIEN

Eustachio Cazzorla

Nicola Tramonte

Domenico Potenza

REDAKTION PARMA

Giuseppe Laudano

REDAKTION BOLOGNA

Simona Artanidi

REDAKTION ORSARA-FOGGIA-PUGLIA

Eustachio Cazzorla

Brenda Liquadri

Nicoletta Altieri

MARKETING/ WERBUNG

antonio@campanile.ch

GRAPHICS:

Morena Fiorucci

ART DIRECTOR:

Paolo Ugalini

WEB MASTER:

Claudio Giuliani

PHOTOGRAPHER

Claudio Giuliani

Nuccio Mastrogiacomo

Rocco Lamparelli

Patrizio De Michele

Lino Sprizzi

Nicola Tramonte

photos-people.ch

Francis Bissat www.fb-photografie.ch

Patrick Frischknecht

Daniele Maiolo

ABO-SERVICE

antonio@campanile.ch

DRUCKZENTRUM

VCT - Herostrasse 9 - 8048 Zürich

VERLAG

MEDI@PRESSE SWISS

Agency Marketing & Communication

iNEWS swiss life style magazine

Herostrasse 9 Zürich Switzerland

Swiss Tel. 0041 79 405 39 85

Italy Tel. 0039 334 839 3583

Inews: Zürich-Roma-Berlin-Mosca-Marbella-Como.

www.campanile.ch

www.inewsswiss.com

Abbonamento / soci CHF 100.-

Monatliche Ausgabe





Editoriale

Liebe Leserinnen,
und (vor allem) liebe Leser,
Viele Boulevard-Medien würden ohne tägliche Zurschaustellung optischer Verfehlungen von wichtigen und oft unwichtigen Zeitgenossen kaum mehr existieren. Deshalb wird auch hier ein wenig gelästert:
Wenn sich in die Jahre gekommene Männer mit orange gefärbter Matte (Donald Trump), einem bis zur Unkenntlichkeit gelifteten Gesicht (Mickey Rourke), Fusselbart (Brad Pitt) und gammlicher Kleidung (Jonny Depp), präsentieren, erhalten sie zumindest noch eine Art "Altersbonus". Wobei man die (meist jungen und gestylten) Frauen an deren Seite doch gerne mal fragen würde, weshalb ihnen das Aussehen ihres Partners so egal ist.

Ich betrachte gerne junge Männer, besonders wenn sie hübsch und gepflegt sind. Doch leider präsentiert sich mein "Anschauungsmaterial" (sorry der Ausdruck) diesen Winter besonders seltsam. Sportliche Typen mit verwegendem Aussehen tragen Anoraks mit Fellkragen und, noch schlimmer, stülpen sich Kapuzen, deren wuschelige Nylonhaare sich einen Wettstreit mit dem sorgsam rasierten Dreitagebart liefern, über. Oder sie tragen grässliche Mützen die nicht mal den Zweck erfüllen, die Ohren zu bedecken: "Helixing" heissen diese Kappen, deren Wulst über der Ohrmuschel endet. Gerne sind diese Kopfbedeckungen von ihren Trägern auch selbst gestrickt oder gehäkelt (nochmals: Wir sprechen hier von jungen Männern). Dann gibt es noch diese grässlichen Frisuren-Trends. Die eine präsentiert sich als Art umgekehrte Tonsur: Der Schädel ist fast kahlrasiert, nur oben auf dem Kopf prangt eine Rondelle von Haaren, gerne mit viel Gel in die Höhe gepinselt. Schlimmer ist meiner Meinung nach nur noch der unter Musikern oder DJ's weit verbreitete Dutt (auf gut Schweizerdeutsch auch "Bürzi" genannt). Meine Grossmutter trug Zeit ihres Alterslebens so eine Frisur - und japanische Samurais tragen sie noch heute. Doch das war Grossmutter nicht bekannt, sie fand es einfach bequem, die Haare so zu bändigen.
Und dann noch, liebe Herren der Schöpfung: Nichts ist gegen einen schönen Wollpullover einzuwenden. Doch mit Motiven wie Rentier-Herden oder Schneemänner ist diese winterliche Bekleidung weder modisch noch en vogue, sie wirkt einfach nur lächerlich.

Eines der nächsten Editorials zum Thema Mode widme ich gerne wieder den Frauen. Doch so viel vorab: Die unvorteilhaften Skinny-Jeans sind definitiv out, ebenso die seltsamen, aus der 70er-Jahren Modenkiste hervorgeholten Culottes. Die Frisuren werden eleganter, Langhaar trägt man mit Wellen, zum Zopf geflochten oder als Chignon und lange, neonfarbige Fingernägel sind passé.

Mit herzlichen Grüssen
Gabriella Groppetti

IMPRESSUM

EDITORE

Antonio Campanile

DIRETTORE EDITORIALE

Pina Bevilacqua

TESTIMONIAL VIP

DIREZIONE MARKET ING & PUBBLICITÀ

Antonio Campanile

CAPO REDATTORE

Gabriella Groppetti (deutsche Redaktion)

Heidi Giuliani (deutsche Redaktion)

Bryan Basnayake (englische Redaktion)

Luisa Pavesio (italienische Redaktion)

DIRETTORE EVENTI

Piero Melissano
Inews Salento

REDAZIONE

Sabrina Tortomano

Luana Nocco

Antonella Montesi

Pietro De Seta

Emanuele Iacovo

Palma Bucarelli

Beatrice Feo Filangeri

Gianni Motori

Mariella Nica

Antonella Millarte

Eugenio Forestieri

Pino Laudano

Erika Ventura

Thomas Lang

Marco Montini

Massimiliano Teramo

Giuseppe Iacovo

Rocco Delli Colli

Gianni Barone

Dalia Sgarbis

Vincenzo Muni

Italo Caroli

Salvatore Tramontana

Rita Albrecht

Bruno Sonetto

Isabella Pileri

Social Media Manager

REDAZIONE COIRA (CH)

Cosimo Vonghia

Antonio Sellito

REDAZIONE TICINO - Via Peri Lugano

Rita Albrecht

Ludovico Gentile

Antonio Varrica

Nicola Cathieni

REDAZIONE VIENNA

Erich Bauer

REDAZIONE BASILEA

Piero Esteriore

Michele Ferrante

Mimmo Esteriore

Davorka Zguric

REDAZIONE MOSCA

Antonella Rebuzzi

Brenda Liquadri

REDAZIONE ROMA

Alfonso Benevento

Angela Verde

Michele Viola

REDAZIONE MILANO

Eugenio Forestieri

REDAZIONE TORINO

Francesco Mescia

REDAZIONE SICILIA

Francesco Di Dario

Rita Pennisi

REDAZIONE PUGLIA

Eustachio Cazzorla

Nicola Tramonte

Domenico Potenza

REDAZIONE PARMA

Giuseppe Laudano

REDAZIONE BOLOGNA

Simona Artanidi

REDAZIONE ORSARA-FOGGIA-PUGLIA

Eustachio Cazzorla

Brenda Liquadri

Nicoletta Altieri

MARKETING/ PUBBLICITÀ

antonio@campanile.ch

GRAFICA:

Morena Fiorucci

ART DIRECTOR:

Paolo Ugolini

WEB MASTER:

Claudio Giuliani

FOTOGRAFI

Claudio Giuliani

Nuccio Mastrogiacomo

Rocco Lamparelli

Patrizio De Michele

Lino Sprizzi

Nicola Tramonte

photos-people.ch

Francis Bissat www.fb-fotografie.ch

Patrick Frischknecht

Daniele Maiolo

ABBONAMENTI

Redaktion@italiannews.ch

TIPOGRAFIA

VCT - Herostrasse 9 - 8048 Zürich

CASA EDITRICE

MEDI@PRESSE SWISS

Agency Marketing & Communication

iNEWS swiss life style magazine

Herostrasse 9 Zürich Switzerland

Swiss Tel. 0041 79 405 39 85

Italy Tel. 0039 334 839 3583

Inews: Zürich-Roma-Berlin-Mosca-Marbella-Como.

www.campanile.ch

Abbonamento / soci CHF 100.-

Monatliche Ausgabe

www.inewsswiss.com



Editoriale

L'AMERICA È QUI

Non è il titolo di un film, ma il mantra che da anni va ripetendo Antonio Campanile, Ceo della nostra MEDI@PRESSE SWISS AG, casa editrice e lanciatissima global communications & public relations agency. In effetti la Svizzera resta l'Eldorado dell'Ue, in particolar modo per l'Italia (malgrado la sua estensione e popolazione la Confederazione è il 4° Paese importatore di prodotti Made in Italy al mondo!) ed i suoi principali competitors comunitari, cioè Francia, Germania, Spagna, Regno Unito. La Svizzera, che ha una posizione davvero strategica all'interno dell'Europa, vicina un po' a tutto e tutti. Che sta risentendo pochissimo della recessione. Che coccola imprese e imprenditori in loco. Che vanta una finanza solida, infrastrutture eccellenti, un'economia flessibile e competitiva, un mercato variegato di consumatori, che grazie ad un consistente ricambio continuo diventa vetrina globale eccellente. La Svizzera che ha una delle più fitte reti mondiali di accordi di libero scambio con diverse aree, tra cui l'UE e la Cina. Che facilita la produzione e circolazione delle merci con un quadro legislativo semplice e trasparente, procedure doganali moderne, un'imposta sul valore aggiunto pari all'8% (cioè molto più bassa rispetto alla media degli altri Paesi), normative ideali tipo il traffico di perfezionamento (le merci che vengono introdotte temporaneamente in Svizzera per essere raffinate attivamente o per essere esportate verso altri Paesi non sono sottoposte ai dazi doganali se rispettano determinate condizioni) o il dazio sul peso, deve per forza rappresentare un riferimento sempre più consistente per l'economia europea. Dunque ha proprio ragione Antonio Campanile, «L'America è qui!», da noi, in Svizzera. «È vero», dice Giuseppe Marcello Martinelli, che con il suo AMORE MIO Italian Quality Food gira il mondo. Dice Mario David Odicini, che con il suo Labeataly Group sviluppa concept ristorativi e il food italiano all'estero... E praticamente è un coro!

Cordiali saluti

Pina Bevilacqua

IMPRESSUM

EDITOR

Antonio Campanile

MANAGING EDITOR

Pina Bevilacqua

TESTIMONIAL VIP

DIREKTOR MARKET ING / ADVERTISING

Antonio Campanile

CHIEF EDITOR

Gabriella Groppetti (deutsche Redaktion)

Heidi Giuliani (deutsche Redaktion)

Bryan Basnayake (englische Redaktion)

Luisa Pavesio (italienische Redaktion)

DIRECTOR EVENTS Piero Melissano

Inews Salento

EDITORIAL BOARD

Sabrina Tortomano

Luana Nocco

Antonella Montesi

Pietro De Seta

Emanuele Iacovo

Palma Bucarelli

Beatrice Feo Filangeri

Gianni Motori

Mariella Nica

Antonella Millarte

Eugenio Forestieri

Pino Laudano

Erika Ventura

Thomas Lang

Marco Montini

Massimiliano Teramo

Giuseppe Iacovo

Rocco Delli Colli

Gianni Barone

Dalia Sgarbis

Vincenzo Muni

Italo Caroli

Salvatore Tramontana

Rita Albrecht

Bruno Sonetto

Isabella Pileri

Social Media Manager

EDITORIAL BOARD IN CHUR

Cosimo Vonghia

Antonio Sellito

EDITORIAL BOARD IN TICINO

VIA PERI LUGANO

Rita Albrecht

Antonio Varrica

Ludovico Gentile

Nicola Catheni

EDITORIAL BOARD IN VIENNA

Erich Bauer

EDITORIAL BOARD IN BASILEA

Piero Esteriore

Mimmo Esteriore

Michele Ferrante

Davorka Zguric

EDITORIAL MOSCA

Antonella Rebuzzi

Brenda Liquadri

EDITORIAL BOARD IN ROME

Alfonso Benevento

Michele Viola

Angela Verde

EDITORIAL BOARD IN MILAN

Eugenio Forestieri

EDITORIAL BOARD IN TORINO

Francesco Mescia

EDITORIAL BOARD IN SICILY

Francesco Di Dario

Rita Pennisi

EDITORIAL BOARD IN APULIA

Eustachio Cazzorla

Domenico Potenza

Nicola Tramonte

EDITORIAL BOARD IN PARMA

Giuseppe Laudano

EDITORIAL BOARD IN BOLOGNA

Simona Artanidi

EDITORIAL BOARD IN ORSARA-

FOGGIA-PUGLIA

Eustachio Cazzorla

Nicoletta Altieri

Brenda Liquadri

MARKETING/ADVERTISING

antonio@campanile.ch

GRAPHICS:

Morena Fiorucci

ART DIRECTOR:

Paolo Ugalini

WEB MASTER:

Claudio Giuliani

PHOTOGRAPHY

Claudio Giuliani

Rocco Lamparelli

Lino Sprizzi

photos-people.ch

Francis Bissat www.fb-photografie.ch

Patrick Frischknecht

Daniele Maiolo

Nuccio Mastrogiacomo

Patrizio De Michele

Nicola Tramonte

ABO-SERVICE: Redaktion@italiannews.ch

PRINT: VCT - Herostrasse 9 - 8048 Zürich

PUBLISHER

MEDI@PRESSE SWISS

Agency Marketing & Communication

i NEWS swiss life style magazine

Herostrasse 9 Zürich Switzerland

Swiss Tel. 0041 79 405 39 85

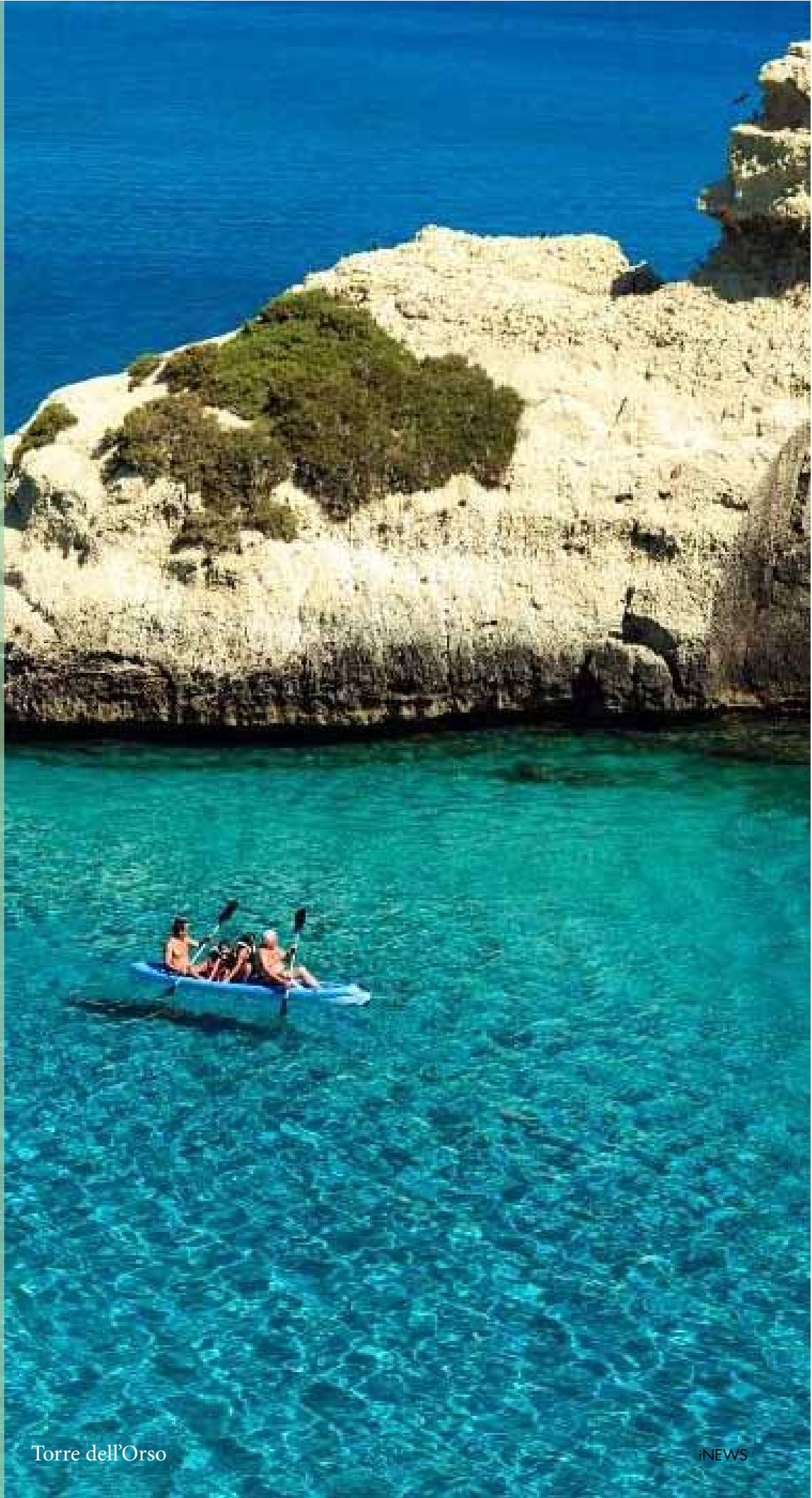
Italy Tel. 0039 334 839 3583

Inews: Zürich-Roma-Berlin-Mosca-Marbella-Como.

www.campanile.ch

www.inewsswiss.com

Abbonamento/ soci CHF 100.- Montly issue





Editorial

Dear Readers,

We left behind, so the weather pundits say, the hottest year on record and another altogether volatile one at that. Not only did the weather play havoc but human activity caused untold damage in every sphere of life on earth. It is an unforgivable tragedy the human race has found no means to avoid such misdeeds and usher a semblance of peace and harmony in the world. So we have embarked on yet another year of uncertainty with only residual hope for a better future.

The World Economic Forum (WEF) in Davos once again saw the elite and the mighty of the world congregate to pledge their support for the fight against discrimination and inequality. Sadly, the WEF has become a side-show to the United Nations, involving the business and entertainment elite in mostly an unsuccessful bid to influence the political leaders of the world. For all the goodwill of the rich, the famous and the powerful on the planet, a gross lack of vision has thwarted their best intentions turning into meaningful actions. The marauding terrorist movements all across the globe too have contributed to the malaise in which we find ourselves.

Moreover, the year began with plunging oil prices and falling share prices all across the global trade exchanges amidst worries about the mighty Chinese economy. Global growth prospects have been downgraded in the aftermath, and further budget restrictions are looming ever closer in all rich the economies of the West as well as the East. The world economy is battling the slide into a catastrophic deflation again while the leading central banks are showing uncharacteristic indecisiveness in dealing with the situation.

The year 2016 will mark the 31st Olympic Games that South America will host for the very first time. The Rio 2016 Games in Brazil (5 – 21st August) and the Paralympics (7 – 18th September) are already marred, six and seven months respectively before the event, by fears of incomplete stadia, infested waters and the looming threat of the Zika virus. The largest economy in South America is struggling on all fronts and will have to come up with almost superhuman efforts to overcome the mountain of problems before the games start. The Government will have to get out of its siege-mentality and work with a stubborn air of confidence to face the situation and win the day to embark on staging a spectacular event that will find a significant place in the annals of the Olympic movement.

This year will furthermore mark the US Presidential Elections with the prospect of a vehemently fought election campaign. It will be a major test for an already polarized nation that will choose between the first woman President of the USA, a business tycoon without any experience in public office and a social democrat in the European mould.

Hence, 2016 will be, no doubt, a momentous year, and we dearly hope that it will be for good reasons alone! Regardless of the negative news and catastrophic events, will continue to spread optimism and good news to keep all our readers and associates in the best possible humour and hope. Do have a great read inside!

Yours sincerely,

Brian Basnayake

IMPRESSUM

EDITOR

Antonio Campanile

MANAGING EDITOR

Pina Bevilacqua

TESTIMONIAL VIP

DIRECTOR DE MARKETING Y PUBLICIDAD

Antonio Campanile

JEFES DE REDACCIÓN

Gabriella Groppetti

(Redacción alemana/deutsche Redaktion)

Heidi Giuliani

(Redacción alemana/deutsche Redaktion)

Bryan Basnayake

(Redacción inglesa/englische Redaktion)

Mursia Petrachi

(Redacción italiana/italienische Redaktion)

Carla Bordoli Crivelli Visconti

(Redacción española/spanische Redaktion)

Luisa Pavesio *(italienische Redaktion)*

EVENTOS DIRECTORA Piero Melissano

Inews Salento

REDACCIÓN

Daniela Corti

Cristiana Corti

Isabel Moreno Sánchez

Gabriele Beate Hefehele

Juan Miguel Fernández Pérez

Ana Parra Rojas

Jorge Juan López Carrera

Lola Montes Bruña

Lidia Moreno Aguilar

Luana Pavesi

Sofia Beatrice Monti

Zulay Gómez Carrera

Luciano Pappalardo

Pasquale Balestriere

María José Camacho Pérez

Corina Butas

Vania Penha da Silva

Rosario Martínez Rodríguez

INFORMACIÓN EN ALEMÁN, COSTA DEL SOL

Gabriele Beate Hefehele *(periodista)*

MARKETING/PUBLICIDAD

antonio@campanile.ch

www.inewsswiss.com - www.campanile.ch

RELACIONES PÚBLICAS

Luana Pavesi *(marketing/PR/comunicación)*

FOTOGRAFÍA

Antonia Guerra

Eugenio D'Hamo

INFORMACIÓN MÚSICA Y EVENTOS

Sofia Beatrice Monti

(cantante y relaciones públicas)

MODA, IMAGEN, TENDENCIAS

Lola Montes Bruña *(personal shopper)*

María José Camacho Pérez *(hair stylist)*

Vania Penha da Silva *(beauty consultant)*

GASTRONOMÍA NACIONAL E INTERNACIONAL

Bruno Filippone

Luciano Pappalardo *(Chef)*

Pasquale Balestriere *(Chef)*

Zulay Gómez Carrera *(ayudante Chef y control aprovisionamiento)*

INFORMACIÓN ECONOMÍA Y FINANZAS

Juan Miguel Fernández Pérez

(derecho y fiscalidad)

Jorge Juan López Carrera

(inversiones financieras)

Eduardo V. Luján

INFORMACIÓN MÉDICO-CIENTÍFICA

Ana Parra Rojas

ARTE

Emilia Bordoli

Katia Biundo

COLABORADORES WEB Y REDES SOCIALES

Vincenzo Ottavio Pesce

(web&community manager)

Lidia Moreno Aguilar *(community manager)*

Corina Butas *(social networker)*

INICIATIVAS SOCIO-CULTURALES

Rotary Club Estepona - Costa del Sol

www.inewsswiss.com





Editorial

¡Ganas de Primavera!

Pues sí, queridas lectoras y queridos lectores: Parece ayer que estábamos celebrando la Navidad con nuestras familias y seres queridos y sucesivamente el comienzo de un nuevo año y...en un abrir y cerrar de ojos aquí estamos mirando hacia la primavera, la estación del despertar no solo de la naturaleza – aunque este invierno no ha sido muy frío, que se diga, al menos en la Costa del Sol! – sino de nuestros proyectos, de nuestra vitalidad y entusiasmo.

Y, como no, también INEWS tiene sus novedades en España, y precisamente en la provincia de Málaga, ciudad de los Museos, y de su espléndida Costa. Hemos llegado hasta Estepona, transformada en estos últimos años por su Alcalde José María García Urbano en Jardín de Arte, solar y alegre, decorada en todas sus calles del centro con miles de macetas de flores multicolores, murales espectaculares, entre los que destaca La Casa de la Buena Gente, de la artista Conchi Álvarez (www.lacasadelabuenagente.com) y además de esculturas del afamado artista Santiago de Santiago (www.santiagodesantiago.es) que están llenando de nuevo significado plazas y rotondas...Y precisamente en Estepona tiene ahora INEWS su nueva sede para la redacción española, en el Centro de Negocios La Espiga, Avda. Andalucía, 42, 2ªA. Afianzamos así nuestra presencia y creamos un lazo aún más fuerte entre nuestra central de Zúrich y la península ibérica. ¡Todo un reto para nuestros fantásticos colaboradores actuales y para los nuevos corresponsales que vayamos adquiriendo en este nuevo año!!

Os dejo con estas buenas noticias, ya que de la lamentable situación política de España es mejor no hablar, porque los que están en juego ya solitos dan su espectáculo muchas veces con solo abrir la boca...Ahora bien, eso sí...¡En Estepona tenemos mucha suerte!!!

Un saludo cordial,

Carla Bordoli Crivelli Visconti



U-BOAT
ITALO FONTANA

ITALO FONTANA UNVEILS THE CHIMERA NET

U-BOAT creations even from different collections are often characterized by a rugged and masculine “retro-style look”. Following his passion for designs coming from the past and the great success of the latest Skeleton model, today Italo Fontana, creator of U-BOAT, unveils the Chimera Net.

Developed on the iconic Chimera B&B, the case features bezel and caseband constructed of blackened steel, whereas the short lugs and caseback are formed of naturally aged bronze.

The dial consists of three superimposed discs with the last layer made of a laser cut fine wire mesh in stainless steel which allows the movement to be half-seen.

U-BOAT means always innovation and Italo added an extra patented fourth counter on the dial showing the 24 hours of the day and marked by a little bronze hand. Under the optic thick and flat sapphire glass on the back of the case, ready to be admired is the U-77 Valjoux Top Soigné automatic mechanical movement, modified and personalized to U-BOAT specifications.

The back of the case boasts a personalized 925 sterling silver rotor with subsequent coating PVD opaque black with blue screws.

Last but not least, nestled between the iconic left hand crown and its crown guard, a patented sculpted pusher can be depressed to eject the inner-crown from its recessed position and enabling ease of adjustment for both the date and time. 300 items limited edition.



ITALO FONTANA PRESENTA IL CHIMERA NET

Le creazioni U-BOAT anche se provenienti da differenti collezioni sono spesso caratterizzate da un “look retrò” vissuto e marcato.

Seguendo la sua passione per design provenienti dal passato e il grande successo dell'ultimo modello Skeleton, oggi Italo Fontana, creatore di U-BOAT, presenta il Chimera Net.

Sviluppato sull'iconico Chimera B&B, la cassa è caratterizzata da ghiera e carrure in acciaio brunito mentre le anse ed il retro cassa sono in bronzo naturalmente invecchiato.

Il quadrante è composto da tre dischi sovrapposti con l'ultimo strato caratterizzato da una fine rete metallica in acciaio e tagliata al laser che permette di intravedere il movimento dell'orologio.

U-BOAT da sempre è sinonimo di innovazione. Italo ha aggiunto sul quadrante un quarto contatore brevettato, che mostra le 24 ore del giorno marcate da una piccola lancetta color bronzo. Sotto lo spesso vetro zaffiro ottico sul retro della cassa pronto per essere ammirato è il movimento meccanico automatico U-77 Valjoux Top Soigné, modificato e personalizzato secondo le specifiche U-BOAT.

Il retro cassa vanta un rotore in argento 925 brunito e opacizzato attraverso un trattamento PVD con viti blu.

Da ultimo e non meno importante, nascosto sotto l'iconica corona sinistra e la sua sicura, un pulsante zigrinato e brevettato può essere spinto per l'estrazione della corona dalla sua posizione di fermo e permettere un più facile aggiustamento della data e dell'ora. Edizione limitata a 300 pezzi.

SALES DEPARTMENT
sales@u-boatwatch.com
Tel + 39 0583 469288 | Mob. + 39 348 7914639

PR DEPARTMENT
Gianfilippo Versari press@u-boatwatch.com Mob. +39 338 9510499

Head Office Via per San Gennaro, 13 Gragnano, Capannori - 55012
Lucca - Italy
Ph: +39 0583 469288 Fax: +39 0583 462249 info@u-boatwatch.com



violeta

BY MANGO



NEW IMAGE AND NEW SIZES IN THE SPRING/SUMMER 2016 COLLECTION

Following several collaborations, the model Candice Huffine becomes the new face of the campaign.

What's more, Violeta by MANGO is extending the size range to 54 and becoming curvier than ever Barcelona, 26 January 2016 – Violeta by MANGO presents its new Spring/Summer 2016 collection with the support of Candice Huffine. The American model, who has worked with the brand on other occasions, has become the new face of the campaign.

The photo shoot, which took place in Mallorca in mid-December, was led by the photographer Sergi Pons, with whom the brand has collaborated on numerous occasions. Candice shared the photo shoot with the American model Tara Lynn, who is featured in the brand's catalogue alongside Candice. The styling was by the Violeta by MANGO team, while José Carlos González was responsible for hair and make-up. The campaign will hit the streets and the brand's various advertising platforms from 1 February.

On her collaboration with the brand, Candice Huffine said: It is always a pleasure to collaborate with Violeta! I really identify with the brand

and I am delighted to be a part of this project, which is committed to the world of curvy fashion. The garments are incredible and I like the idea that all women have access to the latest trends, something I have always defended.

As a new feature and to mark the second anniversary of the brand's creation, it has extended its size range to cater for consumers up to size 54, as a result of the numerous requests it has received from them. The aim of Violeta by MANGO is to dress a young target market with garments designed to be comfortable, feminine and modern. The secret to this project, launched in January 2014, lies in the care taken in the technical pattern details from size to size and in being able to offer a high quality collection for any moment of the day, aimed at a modern and demanding woman who wants to feel attractive, sexy and fashionable.

The brand's new collection has a clear 70s inspiration running through it. In this decade, denim emerges as a key material, whether in flared trousers, long skirts and overshirts. The golden hues of cognac and mustard merge in garments such as jumpsuits and overalls, offerings that perfectly represent the youthful freedom and optimism of this era.

For more information, visit <http://press.mango.com/UK>



compra la tua **CASA al MARE**

a partire da € **80.000**



Calabria



REALE
IMMOBILIEN & FINANZEN

MEDI@PRESSE SWISS

Herostrasse 9 - 8048 Zürich - Schweiz - Tel. +41 79 405 39 85 - www.inewsswiss.com
Iuliano Alfredo Tel. 076 337 40 30

VILLAGE SWISS



Jahresfest **60, 70 & 80**

mit DJ Manolo und the Taperets

19. März 2016, 21:00 Uhr

Normal

25 CHF

VIP

35 CHF

Incl. 1 Cupli

Hotel Landhus

Katzenbachstrasse 10, Zürich-Seebach

Jaque Avila, Tel. 079 414 50 27

WWW.INEWSWISS.COM

INEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

Agenda Viaggi





Zürich
meets
New York

NEW YORK CITY MEETS ZURICH



THE BROADWAY COLLECTION



In the case of visitors from Switzerland, United States is definitely on course to set a record. Each year the US draws half a million Swiss across the Atlantic. Of that number, more than a third pays a visit to New York City, at least at the start of their travel in the United States or for the entire duration of their stay. These latest figures illustrate the appeal of New York City for the Swiss. Considering that in 2010, it was just 181'000 visitors! 89 percent of the Swiss visitors mention shopping as one of their primary activities, followed by, 85 percent sight-seeing, 46 percent music/concert, 41 percent fine dining and 36 percent museums.

As Christopher C. Heywood, head of communications at NYC & company emphasized in his presentation to the members of the press at this year's Visit USA event at the Mövenpick Regensdorf, it is a "new" New York City that awaits visitors from all over the world. It is no longer just Manhattan that draws the visitors. Countless new tourist attractions have been added to the four other districts of this global metropolis. Numerous innovative buildings and attractions are now there to be explored and admired in the Bronx, Brooklyn, Queens and Staten Island. In Brooklyn the new Brooklyn Botanic Garden is guaranteed to spell bound the visitors as it would the intricately restored

Kings Theatre. Furthermore, Queens, the Bronx and Staten Island are now waiting with a variety of attractions, exhibitions and sports events. Importantly the hotel industry too has made a significant contribution. The number of hotel rooms is projected to grow from the currently 107'000 beds to 125'000 in the year 2018.

381 travel trade professionals were attending the seminars at the Visit United States event on Wednesday, 3rd February. Amongst the exhibitors were the likes of Avis, Caesars Entertainment, Choice Hotels, Georgia Tourism, Greater Miami, Hilton, Las Vegas, Puerto Rico, Tennessee Tourism or Virgin Atlantic Airways. The organizer of FTI, Hotelplan, Kuoni, Thomas Cook and TUI Suisse were also present as exhibitors.

Two of the highlights of the day were the refreshingly informal talk given by Mrs Suzan G. LeVine, Ambassador of the USA to Switzerland, and the delightful singing of some Broadway hits by two singers from The Broadway Company.

www.nycgo.com



www.iNEWSSTYLES.COM

iNEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

SANREMO A ZURIGO
GAMBERO ROSSO
JESUS CHRIST SUPERSTAR
TRATTORIA A' LEONI
A ZURIGO
DE CHIRICO A FERRARA
MERCEDES
HYUNDAI
IBEROTEL APULIA

CREDIT SUISSE
FLAVIO RIZZELLO
SORRISIE CANZONI
DENNER
IBEROTEL APULIA
MOVIEPICK REGISDORO ZURICH









NEWS RELEASE

MÖVENPICK HOTELS & RESORTS

ENDS 2015 ON A HIGH NOTE
WITH 12 NEW HOTELS SIGNED
IN ONE OF ITS MOST SUCCESSFUL
YEARS TO DATE



The five new builds include Vietnam's first-ever integrated destination resort located on Phu Quoc – an island tipped to become the region's next great holiday hotspot. The 500-key Mövenpick Resort Phu Quoc will open in 2017, as will the 450-key Mövenpick Resort Cam Ranh Bay in Vietnam's popular Nha Trang district. Deals to manage Mövenpick Resort Boracay in the Philippines, Mövenpick Hotel Kota Bharu in Kelantan, Malaysia, and Mövenpick Sukhumvit 15 Bangkok, Thailand, were also inked in 2015.

"We are ramping up our cluster strategy for South-East Asia's leading markets," said Andrew Langdon, appointed by Mövenpick to the newly created role of Senior Vice President Asia, charged with driving this development plan forward.

In the **Middle East**, MHR secured three properties spanning 972 keys. It consolidated its position in Saudi Arabia with high-profile property deals in Riyadh and Jeddah respectively, while in Pakistan, the firm signed an agreement to operate the 361-key Mövenpick Hotel Centaurus Islamabad, which is set to open in 2018.

MHR also penned deals for three properties in **Africa**, one of the world's fastest-growing regions for hotel development, adding 1,030 keys to the mix.

The new hotels, two of which are located in affluent areas of Nairobi and Abuja in Nigeria and the other, Mövenpick Hotel Mansour Eddahbi Marrakech – the group's third property in Morocco – will take its Africa portfolio to 26 properties. The hotels in Nairobi and Marrakech are planned to open already in 2016.

In **Europe**, where MHR is a dominant player, the company added the 260-key Mövenpick Stuttgart Airport II to its rapidly expanding portfolio of upscale hotels.

"By rigorously accelerating our development plans in 2015, strengthening our position in both established and emerging markets, we have created a solid pipeline and laid the foundations for further growth," said Pérès.

2015 PROPERTY OPENINGS

While MHR was busy inking new property deals in 2015, the company also opened four new hotels in strategic locations across the Middle and South East Asia; one in Saudi Arabia, one in Turkey and two in Thailand.

The hospitality firm opened its first property in the Saudi capital and its 10th in the kingdom, the 438-key Mövenpick Hotel Riyadh; debuted in two new locations in Thailand with the 297-key Mövenpick Hotel Sukhumvit 15 Bangkok and the 262-room Mövenpick Siam Hotel Pattaya, taking its portfolio in the country to five properties strong; and launched its fourth hotel in Turkey, the 136-room Istanbul Golden Horn.

About Mövenpick Hotels & Resorts:

Mövenpick Hotels & Resorts, an international upscale hotel management company with over 16,000 staff members, is represented in 24 countries with 83 hotels, resorts and Nile cruisers currently in operation. Around 20 properties are planned or under construction, including those in Chiang Mai (Thailand), Bali (Indonesia) and Marrakech (Morocco). Focusing on expanding within its core markets of Europe, Africa, the Middle East and Asia, Mövenpick Hotels & Resorts specialises in business and conference hotels, as well as holiday resorts, all reflecting a sense of place and respect for their local communities. Of Swiss heritage and with headquarters in central Switzerland (Baar), Mövenpick Hotels & Resorts is passionate about delivering premium service and culinary enjoyment – all with a personal touch. Committed to supporting sustainable environments, Mövenpick Hotels & Resorts has become the most Green Globe-certified hotel company in the world. The hotel company is owned by Mövenpick Holding (66.7%) and the Kingdom Group (33.3%). For more information, please visit www.movenpick.com.

Rapidly-expanding Swiss hospitality firm secured one new property a month last year, growing its hotel portfolio by 15 percent.

Baar, Switzerland, 5 February 2016: Mövenpick Hotels & Resorts (MHR) ended 2015 on a high note, signing 12 new properties and expanding its portfolio by 15 percent.

The Swiss hospitality firm, which currently operates 83 hotels worldwide, accelerated its expansion plans during the course of the year, inking one new hotel management agreement a month and adding 4,088 rooms to its inventory in high-growth markets across Asia Pacific, Europe, the Middle East and Africa.

With another 26 properties under negotiation that will bring an additional 7,272 keys to market, MHR is cementing its status as one of the most dynamic players in the upscale segment.

"2015 was a very successful year for us with the 12 new hotels signed consolidating our position in several strategic locations that we have earmarked for expansion," said Jean Gabriel Pérès, CEO of Mövenpick Hotels & Resorts.

"It marked the start of an unprecedented period of growth, with our portfolio set to increase by almost 50 percent until 2020, and we look to build on this momentum with exciting projects in key markets, working towards our ultimate goal of 130 properties (open and signed) by 2020."

THE REGIONAL BREAKDOWN

MHR's 2015 expansion strategy saw the firm build on its cluster strategy in **South-East Asia**, where it signed five new properties totalling some 2,000 keys across Thailand, Malaysia, Vietnam and the Philippines, taking its future total portfolio in the region to 19 properties.



URLAUB
AUF DEM
MINIKONTINENT



Nur gerade 200 Kilometer Meer trennen Gran Canaria und die Westsahara, geografisch gehört die Insel zu Afrika, politisch zu Spanien. Doch nicht nur wegen der ganzjährig milden Temperaturen wird man "süchtig" nach dieser Destination: 2014 reisten rund 110 000 Schweizer Touristen auf die grösste der Kanarischen Insel, darunter seit drei Jahren auch ich und mein Partner. Während eines Ausflugs entdeckten wir die Hauptstadt Las Palmas. Mit etwa 380 000 Einwohnern eine überschaubare Stadt mit guter Infrastruktur, die zu entdecken aber doch einige Tage in Anspruch nimmt.

Wer es einfach mag, wählt als Unterkunft eine Hotelburg im Süden der Stadt: "All Inclusive" und leider schon ein wenig "Ballermann" weil die Angebote so günstig sind, vor allem im Sommer. Doch wer im Frühling, Herbst oder Winter die etwa vier Stunden von der Schweiz aus fliegt, hat Las Palmas quasi für sich: Nette Leute, hilfreiche Buschauffeure und liebenswerte Einheimische, die den Gästen gerne alle möglichen Tipps zur Erkundung der Stadt weitergeben. Museen, Galerien, Geschäfte besichtigen - in dieser Stadt wird einem nicht langweilig.

Durch Zufall lernten wir José Antonio Sosa kennen, respektive die wunderschönen Apartments, die er mitten in der Fussgängerzone von Las Palmas an Gäste vermietet. Der bekannte Architekt (www.joseantiososa.com oder www.nred-aquitectos.eu) hat in Europa schon beeindruckende Gebäude erstellt und lässt seinen Loft-Apartments ebenfalls dieselbe Aufmerksamkeit zukommen: Grosszügige, helle Räume, das Mobiliar aus edlen Materialien und bis hin zur Kaffeemaschine wird eine vollständige Einrichtung geboten. Für den Preis von etwa 100 Euro pro Tag fühlt man sich wirklich wie zuhause.

Und der "Hausherr", obwohl er für seine Bauten quer durch die Welt reist, ist auch gerne bereit, für die Gäste eine kleine Führung durch "sein" Las Palmas zu machen. Beeindruckend vor allem das Museo Canaria, das die Lebensräume der Bewohner des kleinen Archipels, so wie sie vor Jahrhunderten per Schiff eintrafen und sich dort niedergelassen haben, veranschaulicht. Auch die Kathedrale oder die Kirche Padre San Francisco di Assisi lässt Staunen.

AB IN DEN SÜDEN

Hat man Las Palmas erkundet, empfiehlt sich die Reise in den Süden der Insel.

Wobei die Fahrt nur eine gute halbe Stunde per Taxi oder Bus dauert. Und schon ist man in einer klimatisch anderen Zone. Die Destinationen hier heissen Playa del Inges, Mas Palomas oder San Augustin. Die Wolken haben sich verzogen, es ist einige Grade wärmer als in der Hauptstadt und es warten gepflegte Strände, Beach-Restaurants, Boutiquen, Flaniermeilen und wunderbare Meeresluft auf die Urlauber.

In der zweiten Ferienwoche sind wir José Antonio Sosa ebenfalls treu geblieben: In San Augustin, einem kleinen Ort kurz vor der bekannten Destination Playa del Ingles, baute der Architekt ein Terrassenhaus mit 40 Apartments. "Buganvilla" heisst das Resort, benannt nach den Blumen, die auf Gran Canaria wachsen und das Auge erfreuen. Und auch hier fehlt es an nichts: Fürs Frühstück wird auf Bestellung sogar frisches Brot geliefert. Die Apartments bestehen aus einem grosszügigen Salon mit Küche, einem Schlafzimmer, dem Bad und einer grossen Terrasse mit wunderschönem Blick auf den Pool oder aufs offene Meer.

Von der zweiten Woche ebenfalls begeistert (die Betreuer von Buganvilla, Cristina, Alfonso oder Jessica sind praktisch rund um die Uhr für ihre Gäste da) verabschieden wir uns mit einem herzlichen "Hasta la vista" und freuen uns auf den nächsten Besuch.

www.thelofflaspalmas.com
www.buganvilla.com

Meer Natur und Kultur an der Adria - Jesolo



THE EVER-EXPANDING WORLD OF TOURISM

It is uncertain times that we live in these days and, regardless of the debate about how dangerous the world has become nowadays, hazards in travel, domestically and internationally, continue to exist even though science and technology have made travel substantially safer. Hence, paradoxically perhaps, tourism is surely the one branch of trade that seems quite often imperturbably immune to the countless vagaries – environmental as well as socio-political – affecting not just travel but life in general around the globe. We know for sure that technological advances in the travel sector have contributed to sustaining the enthusiasm of the travelling public. Technology and advancements in knowledge have also helped to provide many more countries and regions with access to the tourist trade, making it ever more attractive and affordable for people of all ages and tastes. It may not be that fortune is constantly smiling on the tourist trade, yet neither environmental dangers nor terrorists' threats have dampened the travelling public's desire for travel and adventure.

Now is the time of year in Europe when the travel and tourism trade is busy unveiling their services and the latest products to the trade and the wider public. The travel and tourism trade fairs across Europe are attracting record numbers of visitors, and consequently, airlines

and hotels all across the globe are preparing with obvious relief for the anticipated growth in the market. It looks as if the downturn in the global economy is hardly having an impact on the travel trade. However, these trends are not a given for every region of the world. In fact, Switzerland's winter attractions are not currently among the beneficiaries of the positive trends. A most disappointing and quite uncharacteristic winter will take much of the blame for falling visitor numbers in many of the ski resorts in this country.

It is also some comfort for the trade that not even the increasing threats to tourists from increasingly brazen and heartless terrorists in volatile regions are preventing the public from craving for foreign holidays and seeking out ever more exotic destinations in the furthest reaches of the globe. Perhaps it is to avoid the dangers lurking in some of the traditional tourist spots that some visitors are looking for tranquility or outdoor challenges in remote areas or little-known destinations.

This year the Ferienmesse at the BERNEXPO in Bern (12th – 15th January) once again attracted over 40'000 people dreaming of their next holiday. This year the fair decided on some extra attention-grabbing and focused on the Mediterranean and the Nordic countries



LIST OF TRAVEL & TOURISM TRADE FAIRS IN EUROPE

along with the Arctic. No doubt, the public and the travel trade duly appreciated the interestingly different regions to the delight of the exhibitors. The Fespo at the Hallenstadion in Zurich (26th – 29th January), definitely the biggest travel trade fair in Switzerland, again booked an enormous number of visitors. Over 63'000 holiday-seekers and golf enthusiasts flocked to the show that this year gave pride of place to water. From cruises across the world's oceans to water sports in every part of the globe, this year's Fespo had pleasant surprises and exciting offerings for every kind of traveller.

It was with many regrets and to the obvious disappointment of the exhibitors and the public that the organizers of the Basler Ferienmesse announced their decision to cancel this year's event scheduled for 5th – 7th February 2016. The forthcoming fairs in Switzerland and the leading travel trade events in Europe are listed in our select list of Travel & Tourism Trade Fairs in Europe.

Ferienmesse St. Gallen
12th – 14th February 2016
Experience and Information Fair for Holiday and Travel
Olma Messen St. Gallen
Splügenstr. 12
CH-9008 St. Gallen,
Tel: +41 (0)71 2420101
Fax: +41 (0)71 2420103
Display e-mail address
www.olma-messen.ch

Vacances
11th – 13th November 2016
Exhibition for Holidays, Sports and Leisure
Palexpo
www.palexpo.ch Contact: BERNEXPO AG
Geneva
Zürichstrasse 27
Route François-Peyrot 30, CH-8134 Adliswil-Zürich
1218 Le Grand-Saconnex
Telefon *022 761 11 11 | Tel: +41 (0)44 487 43 30
Fax: +41 (0) 44 487 43 43
vacances@bernexpo.ch

TTW Deutschschweiz
27th October 2016
Trade Travel Workshop in the German Speaking Part of
Switzerland
Zurich
Switzerland
www.ttw.ch



BIT

11th – 13th February 2016
International Tourism Exchange
 Fiera Milano
 Strada Statale del Sempione, 28
 20017 Rho (Milano)
 Italy
www.bit.fieramilano.it

Children's Tour

18th – 20th March 2016
Travel and Leisure Activities for Children and Families
 Modena
 Italy
www.childrenstour.it

ITB Berlin

9th – 13th March 2016
The world's leading travel trade show
 Messe Berlin - Messedam 22,
 D-14055 Berlin
 Germany
www.itb-berlin.de

IMEX

19th – 21st April 2016
International Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events
 Exhibition Centre Frankfurt
 Ludwig Erhard Anlage
 60327, Frankfurt
 Germany
www.imex-frankfurt.com

British Tourism & Travel Show

16th – 17th March 2016
British Travel Trade Fair
 Nec Birmingham
 Birmingham, West Midlands B40
www.tourismshow.co.uk

WTM

7th – 11th November 2016
World Travel Market
 ExCeL - London
 1 Western Gateway, Royal Victoria Dock
 London Docklands, E16 1XL
 England UK
 Telephone: +44 (0)20 7069 4000
 Website: www.excel-london.co.uk | www.wtmlondon.com

B-Travel

15th – 17th April 2016
International Tourism Show in Catalonia
 Montjuic – Fira Barcelona
 Avenida Reina Maria Cristina s/n
 08004 Barcelona
 Spain
www.saloturisme.com

IBTM

29th November – 1st December 2016
Global Incentive and Business Travel and Meetings Exhibition with Conferences
 Barcelona,
 Spain
www.ibtmworld.com

PUGLIA

ECCO LE 6 TOP DESTINATION
ELETTE DAI GIORNALISTI E OPINION LEADER
ALLA BIT DI MILANO





Igornalisti e gli opinion leader internazionali e nazionali esperti di moda e turismo eleggono Alberobello, Castellana Grotte, Oria, Melendugno, Castro e Nardò le 6 TOP DESTINATION DELLA PUGLIA da non perdere per le prossime vacanze primavera estate 2016 in un viaggio lento e senza tempo dalla Vale d'Itria al Salento dal titolo "Puglia, il sapore della vita".

A promuovere la bellezza di questi luoghi alla BIT DI MILANO 2016 appena conclusa sono stati il sindaco di Castellana Grotte, Franco Tricase e il presidente di Castellana Grotte srl, Domi Ciliberti, i vicesindaci di Oria e Alberobello, Egidio Conte e Daniela Salamida con il presidente dell'Associazione Arteca, Carmelo Sumerano per il Museo vivente del trullo, gli assessori al turismo di Melendugno e Nardò, Anna Elisa Prete e Maurizio Leuzzi, il consigliere delegato al turismo di Castro Pasquale Rizzo con la presidente della Pro Loco Maria Coluccia. A fare gli onori di casa il vicepresidente dell'Associazione regionale pugliesi, Giuseppe Selvaggi.

Tre le esperienze da fare: una vacanza a Iberotel Apulia (www.iberotel-apulia.com) presentato dalla responsabile marketing, Mariangela Giannuzzi, che fa del benessere a tutto tondo la sua mission aziendale, un bicchiere di vino o di spumante di negroamaro della Tenuta Marano di Guagnano, di cui hanno parlato il responsabile commerciale,

Nicola Pulpo e la presidente, Rosa Marano (www.tenutamano.it) e le ceramiche di Maria Teresa Gigante della bottega d'arte l'Arca di Noè in via Acaya a Lecce. Partner Semar Viaggi tour operator (www.semar-viaggi.it).

Gli amministratori hanno presentato la bellezza dei loro territori nel corso di ben due conferenze stampa, organizzate e moderate dalla giornalista Carmen Mancarella, direttore della rivista di turismo e cultura del Mediterraneo Spiagge (www.mediterraneantourism.it) che ha svolto in soli otto anni con l'aiuto di Comuni, Assessorato al turismo della Regione Puglia, Pugliapromozione, Gal e partner privati, ben 35 educational per giornalisti, ospitandone ben 700 (con una media di circa 20 a press tour).

Affollatissime le conferenza stampa. Al Circolo della Stampa nella sala Tobagi c'erano 200 giornalisti. Tutte esaurite le cartelle stampa. Alla Bit invece erano oltre 50, tutti esperti di moda e turismo.

A fare da testimonial alla conferenza stampa in Bit è stato, a sorpresa, il cantautore Eugenio Finardi che ha raccontato ai giornalisti quanto sia innamorato della Puglia, dopo aver firmato da direttore artistico l'evento Natale nelle Grotte per conto di Castellana Grotte srl. Ma entriamo subito nel vivo del viaggio ed andiamo nel Salento dei due mari.



FRIZZANTE COME IL MAR ADRIATICO; FERMO COME IL MAR JONIO

Per conoscere la cultura e la coltura del vino di negroamaro che è frizzante come il Mare Adriatico sempre mosso dai venti e fermo come il mare Jonio andiamo a Guagnano dove c'è la Tenuta Marano, voluta dall'imprenditore Salvatore Marano che ha investito nel Salento e in particolar modo a Guagnano: zona di grandi cantine che esportano vino in tutto il mondo (ben sette su appena 6mila abitanti!) e che sorgono nel mare verde dei vigneti (www.tenutamarano.it). Tenuta Marano produce vini di grande pregio come il rosso Raritas, Salice salentino dop, il None, rosato igp, il primitivo Ameno, rosso igp e i tre spumanti di negroamaro Carlo V, extra brut, extra dry e dolce ed è in procinto di aprire il primo spumantificio del Salento. E se le bollicine sono frizzanti come il mar Adriatico sempre scosso dai venti, i vini rossi e rosati sono fermi come il Mar Jonio, quasi sempre placido con cinque gradi di temperatura in più.

IBEROTEL E LA FILOSOFIA DELL'ANTISTRESS

E per dormire il meglio è a Iberotel Apulia a Ugento (www.iberotel-apulia.com) un ecoresort lambito da una spiaggia dai colori azzurro intenso a lido San Giovanni, marina di Ugento divenuta capitale mondiale dell'antistress perché è riferimento di altri 14 resort sparsi in tutto il mondo per l'aggiornamento nel campo del benessere. È a Iberotel Apulia che ha sede infatti l'Antistress Academy. Tra il 14

maggio e il 4 giugno e tra il 10 e il 30 settembre arriveranno a Iberotel Apulia i maggiori esperti del benessere e dell'antistress, mentre tutti i trattamenti benessere e le attività sportive saranno all inclusive per chi deciderà di prenotare in quelle date.

www.iberotel-apulia.com

www.youtube.com/watch?v=JCl0rDq6aG8

www.youtube.com/watch?v=HSc0Em0zM2Y

ALBEROBELLO LA CULTURA DEI TRULLI E IL PRIMO MUSEO VIVENTE DEL TRULLO

ALBEROBELLO

Il nostro viaggio parte da Alberobello, nella Valle d'Itria, patrimonio mondiale dell'Umanità Unesco. **Alberobello** è conosciuta universalmente per i suoi **trulli**: costruzioni architettoniche uniche al mondo e straordinario esempio di come le strutture apparentemente più semplici, si rivelano anche le più ingegnose. Le sue caratteristiche peculiari, unitamente al fatto che **gli edifici sono tuttora abitati**, rendono unico il sito, che rappresenta un vestigio eccezionale di tecniche costruttive antiche, in un paese riconosciuto come una delle più importanti regioni del mondo in relazione all'**architettura di pregio e all'urbanistica**. Ma la **cultura di un luogo** non si manifesta solo negli aspetti materiali ma anche negli **aspetti immateriali**, che si trasmettono di generazione in generazione attraverso la lingua, la musica, il teatro, i comportamenti, la gestualità, le pratiche i costumi e molte altre forme sociali e culturali. **Alberobello** risulta per questo,





essere iscritta anche nella prestigiosa **World Heritage List** per gli aspetti immateriali della sua cultura locale. **Alberobello** è quindi testimonianza dell'eccezionalità di un passato sopravvissuto intatto, con le sue tradizioni culturali e architettoniche, nel mondo moderno. Raccontare Alberobello attraverso un video www.youtube.com/93qDjqMkck0 "Alberobello Unesco World Heritage Site" e sognare di essere in questo paese da favola. Per restare aggiornati seguite tutti gli eventi sulla pagina **Facebook Ufficiale** del Comune: www.facebook.com/comunedialberobello/ Comune di Alberobello Capitale dei Trulli

"C'è grande voglia di fare sistema, costruire un'immagine comune e condivisa del nostro paese da presentare agli operatori e ai tour operator nazionali ed internazionali - ha dichiarato l'assessore al Turismo e vice Sindaco di Alberobello Daniela Salamida. Alla Bit proporremo Alberobello come destinazione turistica, come paese capace di accogliere il visitatore e coinvolgerlo in eventi, proposte e iniziative a sostegno di un turismo esperienziale. La Bit - conclude Daniela Salamida - sarà il luogo ideale per presentare il costituendo Polo Culturale Esperienziale, all'interno del quale, ben si colloca, il "Museo Vivente del Trullo" progetto proposto dalla associazione Arteca per raccontare una Alberobello incontaminata, da scoprire, in uno dei rioni più suggestivi: L'Aia Piccola".

MUSEO VIVENTE DEL TRULLO

Un passato che si vuole far rivivere attraverso il "**Museo Vivente del Trullo**" da realizzare nel **Rione Aia Piccola**. Il progetto della **Associazione Alberobellese Arteca** sarà presentato alla **BIT 2016**. **Un museo vivente aperto al pubblico**, un itinerario turistico culturale in cui la gente, gli alberobellesi ma soprattutto i visitatori, potranno ammirare gli abitanti di oggi vestiti come quelli di due secoli fa e immergersi nella vita e nelle attività dell'epoca. Un percorso nella storia, in cui il pubblico ammira i trulli che per il "**Museo Vivente**" tornano ad essere botteghe e ambienti domestici, corredati da utensili e attrezzi originali. Il **Rione Aia Piccola** è il luogo perfetto per far rivivere l'antica atmosfera della vita quotidiana degli inizi dell'**Ottocento**. Guide e attori diventano gli artigiani, i contadini, le donne, i bambini, i venditori del tempo che con gesti e costumi tipici, introducono il visitatore nella storia e nel contesto ambientale di allora. Il **percorso museale** riproduce alcuni mestieri e scene di vita quotidiana tipici della tradizione, per ricreare un'atmosfera e una dimensione ormai lontane e dimenticate ma fortemente riflesse ancora oggi nel modo di vivere quotidiano dei pugliesi. www.artecalberobello.it
www.youtube.com/watch?v=If8sNVg56b4

CASTELLANA GROTTA EMOZIONI SEMPRE NUOVE GRAZIE AI GRANDI EVENTI

A pochi chilometri da Alberobello, si trovano le Grotte di Castellana, situate alle porte della **Valle d'Itria**. Si aprono nelle Murge sud orientali a circa 1,5 km dal Comune di **Castellana Grotte**.

Le Grotte di Castellana custodiscono da più di **90 milioni di anni** un luogo incantato dove la natura ha generato scenari di inimmaginabile bellezza. Opere uniche, modellate dalla forza dell'acqua e celate nel buio grembo della Terra. **Stalattiti, stalagmiti, concrezioni dalle forme più insolite e dalle suggestive sfumature di colore**, si alternano in una continua danza ritmata dallo stillicidio che, ancora oggi, continua a nutrire tanto splendore.

Da 77 anni, oltre 15 milioni di visitatori hanno potuto ammirare i **tre chilometri di percorso** sotterraneo che terminano con la meravigliosa **Grotta Bianca**, un'ampia caverna unica al mondo per il totale candore.

Le Grotte di Castellana sono **aperte tutto l'anno** e offrono visite accompagnate da **guide professioniste** anche in lingua inglese, tedesca e francese, oltre all'italiano. La **visita completa** ha un costo di 15€ e sono previste riduzioni per gruppi e convenzionati.

Le Grotte di Castellana sono state, inoltre, riconosciute **le uniche grotte accessibili** d'Italia grazie al **progetto C. A. S. A.**, un'equipe di operatori specializzati, formati appositamente per far vivere a tutti i visitatori che presentano forme di disabilità le emozioni sensoriali dell'ambiente ipogeo, garantendo la massima sicurezza.

Unica anche la possibilità di esplorare le Grotte di Castellana vivendo le **emozioni dei primi scopritori** grazie a **Speleonight**, una visita sensoriale su prenotazione che si effettua al buio, equipaggiati di caschetto e luce frontale. Un'esperienza mozzafiato per ammirare le grotte guidati dall'esperienza di veri speleologi.

Le Grotte di Castellana offrono anche la possibilità di vivere emozioni uniche grazie ai **grandi eventi** che vengono organizzati ciclicamente all'interno dell'ampia Caverna della Grave; uno scenario di incomparabile bellezza che ha già fatto da sfondo a **concerti musicali** con artisti del calibro di **Vinicio Capossela, Gino Paoli, Nada, Ron, Servillo**, oltre ad **eventi culturali** di grande spessore, tra cui **Stefano Benni e Luca Bianchini**. Da alcuni anni, inoltre, le Grotte di Castellana ospitano **Hell in the Cave**, il più grande spettacolo sotterraneo al mondo arricchito da stupefacenti danze aeree e fantastiche



scenografie. Ispirata alla **Divina Commedia di Dante Alighieri**, è sold out ad ogni replica. Ha riscosso inoltre grande successo l'evento Presepi in Grotta e la rassegna **"Natale nelle Grotte"** con la direzione artistica di Eugenio Finardi. Grandi artisti della musica e del teatro si sono esibiti in Grotta. Unica la rappresentazione di Medea, che recitata al buio, aiuta i visitatori a sentire le grotte come un organismo vivente, provando emozioni uniche.

Vivere le Grotte di Castellana significa **immersersi in una esperienza capace di coinvolgere ogni senso**, significa ritrovare profonde emozioni legate a memorie ancestrali, significa riscoprire l'essenza della bellezza, incontaminata e pura. E non solo.

Oggi, le Grotte di Castellana, sono un mondo da scoprire e riscoprire ogni giorno dell'anno.

www.youtube.com/watch?v=oFJQoNofDN8

Viste le Grotte, vale la pena fare un giro nel centro storico di Castellana, borgo medioevale dominato da una cattedrale romanica e che in pieno inverno, l'11 gennaio, si illumina con i fuochi delle Fanove: quasi cento falò vengono accesi contemporaneamente per ricordare il miracolo della Madonna della Vetrana, che salvò i cittadini di Castellana dalla peste.

ORIA IL CENTRO STORICO MEDIOEVALE E LA ORIA FESTEGGIA I PRIMI 50 ANNI DEL TORNEO DEI RIONI

Nel cuore della Puglia, Oria. La città che sorge su tre colli è dominata dal castello federiciano, racchiuso in un borgo medioevale dalla incomparabile bellezza. Unico è il quartiere ebraico da cui si accede attraverso la Porta degli Ebrei con le sue viuzze. Qui nacque un grande della Farmacologia, il medico Shabbataj Donnolo cui è dedicato uno dei due ospedali di Tel Aviv.

Ogni estate e quest'anno eccezionalmente anche il 15 maggio Oria ricorda l'arrivo di Federico II di Svevia, avvenuto realmente nel 1225. L'imperatore attese infatti a Oria la sua sposa che arrivava dall'Oriente, Jolanda di Brienne, che avrebbe poi sposato nel Duomo di Brindisi nel novembre dello stesso anno. Nell'attesa Federico II, che amava cacciare nella grande foresta oritana, bandì il torneo dei rioni con giochi e combattimenti: un evento che quasi 800 figuranti ricordano ancora oggi con lo spettacolare Torneo dei Rioni. Per festeggiare il 50enario della manifestazione l'appuntamento è tra il 14 e il 15 maggio, quando Oria si trasformerà in una città medioevale con cavalieri, dame e duelli nella Notte Bianca. Poi sarà celebrato il Torneo come ogni anno il primo week end di agosto.

www.youtube.com/watch?v=4HjqM3UuKGA

MELENDUGNO

Arriviamo ora sulla costa adriatica. Ad appena 20 chilometri da Lecce e venti da Otranto, affacciato sul mare si trova Melendugno. Morbide e bianche spiagge caratterizzano il suo territorio con le sue cinque marine Bandiera Blu e Cinque Vele di Legambiente: Torre Specchia Ruggeri, San Foca, Roca Vecchia, Torre dell'Orso e Torre Sant'Andrea. Tutte dominate da una torre di guardia, voluta dall'imperatore Carlo V su tutte le coste pugliesi per difendere il territorio dall'attacco dei turchi, le spiagge sono punteggiate da alte dune, ricoperte di gigli selvatici e protette dalle pinete.

La spiaggia più bella, anche se d'estate è affollatissima, è Torre dell'Orso, sempre placida e con acque trasparentissime: una baia di poco più di un chilometro le cui alte dune sono ricoperte da una pineta, come se fossero una chioma verde.

Racconta l'antica storia del Messapi, il popolo dei due mari che abitava il Salento, prima dell'arrivo dei Romani, il sito archeologico di Roca Vecchia, dove è stata rinvenuta nella grotta della Poesia piccola il Santuario del Dio Taotor messapico, Turor latino e Tahotor greco, cui i naviganti della Terra d'Otranto rivolgevano preghiere prima di attraversare il Canale d'Otranto.

Poco distante c'è la Grotta della Poesia Grande, che il National Geographic ha decretato essere tra le prime dieci piscine naturali più belle al mondo.

Un colpo d'occhio poi sono i faraglioni di Sant'Andrea, che con le loro mille forme dominano il mare limpido e cristallino: la Sfinge nel piccolo villaggio dei pescatori, l'Italia con la tipica forma di Stivale e lu Pepe un arco, sotto cui è bello passare a nuoto.

LA PRIMA SPIAGGIA ATTREZZATA PER I DISABILI

Inaugurato l'estate scorsa ecco il primo lido attrezzato per i disabili. A realizzarlo l'Associazione Io Posso sulla spiaggia principale di San Foca Le Fontanelle con il contributo di Comune di Melendugno e partner privati. Un progetto straordinario, primo in Italia, che con passerelle adeguate, dà la possibilità alle persone malate di Sla e diversamente abili di fare il bagno in libertà.

www.youtube.com/watch?v=31v8rQOIJr4

www.youtube.com/watch?v=twvN_-lGmS8



CASTRO, GROTTA ZINZULUSA, BORGO MEDIOEVALE E LA STRAORDINARIA SCOPERTA DELLA STATUA ATENA ILIACA

Castro è così bella che viene definita la Perla del Salento. Si affaccia su un mare limpido e cristallino e i servizi sono così avanzati e rispettosi dell'ambiente da aver ottenuto per ben cinque anni consecutivi l'importante riconoscimento del Fondo europeo per lo sviluppo e per l'ambiente BANDIERA BLU.

Se Castro Marina si caratterizza per il suo mare limpido e cristallino, Castro Alta è un borgo medioevale dall'incomparabile bellezza arroccato su un'altura-balconata da cui si domina il mare.

IL RITROVAMENTO DELLA STATUA MINERVA

È qui sull'acropoli che quest'estate è avvenuto un importante ritrovamento: la Statua della Dea Athena Iliaca del IV secolo avanti Cristo di cui era stata trovata nel 2008 una piccola statuina in bronzo. Lì si trovava il suo tempio dove avvenivano gli scambi commerciali nel mondo antico.

Secondo il professore Francesco D'Andria che ha guidato la campagna di scavi, Castro era infatti un importante EMPORIO, dove tutti i commercianti del Mediterraneo si ritrovavano riconoscendosi sotto una civiltà e una fede comune.

AUMENTANO I TURISTI

Il ritrovamento della statua ha fatto aumentare il numero di viaggiatori a Castro. Sono infatti aumentate sia le visite della Grotta Zinzulusa che rappresenta il fiore all'occhiello della marina, che le visite nel centro storico dove è possibile fare sosta nel museo archeologico all'interno del castello aragonese che sarà inaugurato in primavera.

IL BIGLIETTO UNICO

L'amministrazione comunale ha ideato il biglietto unico. Che permetterà di visitare la Grotta Zinzulusa e il centro storico guidati da guide esperte del luogo.

IL DIVERTIMENTO CON GLI EVENTI

A Castro ci si diverte. Sono infatti tantissimi gli eventi che l'amministrazione comunale organizza per intrattenere i numerosi ospiti nelle sere d'estate.

Tra tutti il Premio Castrum Minervae conferito ogni anno a personalità illustri che hanno legato il proprio nome al Salento, il Wine Fest, il Castro in jazz e la notte bianca, quando tutto il borgo antico si anima di musica, buoni sapori e divertimento.

www.castropromozione.it e pagina FB Castro

www.youtube.com/watch?v=NPPgyJLdgn0

la scoperta della Statua della Dea Minerva

vimeo.com/132652852

www.youtube.com/watch?v=sxtYXKcHl50





NARDO' CENTRO STORICO BAROCCO E NATURA SELVAGGIA FANNO DA SET A GRANDI FILM: SEI MAI STATO SULLA LUNA?

Dopo il successo del film "Sei mai stato sulla luna" con Raul Bova, Nardò si conferma la città più cinematografica del Salento. Il suo centro storico barocco, le ville gentilizie e la natura selvaggia fanno da set naturale ai tantissimi film che puntualmente si girano qui.

Vaste distese di ulivi secolari, fanno della città salentina, la città dell'olio per eccellenza, e del vino negroamaro con interessanti realtà che si stato affermando sempre di più sui mercati internazionali. Il centro storico dalle chiese barocche, i palazzi gentilizi e le case contadine a corte, tipiche del Salento, sta vivendo un momento di forte rinascita e rilancio. Sempre più viaggiatori infatti hanno deciso di acquistare a Nardò la loro seconda casa: inglesi, francesi e tanti settentrionali.

Nardò ha ricevuto dal presidente della Repubblica la medaglia d'oro al valor civile perché immediatamente dopo la seconda Guerra mondiale accolse gli ebrei nelle ville della marina di Santa Maria al Bagno. Nacquero storie di amore e di amicizia, raccontate oggi nel Museo dell'accoglienza di Santa Maria al Bagno, una casa utilizzata dagli ebrei liberati dai campi di concentramento e caratterizzata dai graffiti dove essi raccontavano il Sogno di ritornare nella Terra promessa.

Poco più a Nord, da visitare c'è Santa Caterina con la sua Portoselvaggio e l'area marina protetta, Palude del Capitano, che si estende fino a Porto Cesareo.

NARDO' EVENTI

È la Rassegna di musica, danza e cultura ad avere sempre più successo a Nardò. Una rassegna che fa di Nardò e di tutto il Salento un luogo di incontri e culture nel Mare Magnum: il Mediterraneo.



Dove dormire

Iberotel Apulia Antistress Resort ****

Via vicinale Fontanelle
Casella Postale 106
73059 Marina di Ugento (LE)
tel +39 0833 93 10 02
fax. +39 0832 93 36 46
www.iberotelapulia.com
info@iberotelapulia.com

www.youtube.com/watch?v=JCl0rDq6aG8
www.youtube.com/watch?v=HSc0Em0zM2Y



Artigianato

Maria Teresa Gigante

Bottega d'Arte Lecce L'Arca di Noè
Via Acaya 7
73100 Lecce
tel 347 60 36 262
mariateresagigante2@gmail.com



Azienda vitivinicola

Tenuta Marano

Via Provinciale 158
73 010 Guagnano (Lecce)
tel 0832 177 19 88
www.tenutamarano.it



Semar Viaggi Tour operator

Semar Viaggi

Baglivi Tours
Piazza d'Italia 66
73 100 Lecce
Tel 0832 33 15 33
www.semar-viaggi.it

Iberotel

Apulia
Antistress Resort

- Moderna offerta All Inclusive nel parco naturale di Ugento
- Direttamente sul mare
- Relax sotto gli alberi d'ulivo
- Iberotel Spa, oasi di benessere
- Il più grande paesaggio di piscine del Sud Italia
- Comfort e relax nella tranquillità della pineta
- 33 attività All Inclusive per adulti e bambini
- Percorsi avventura sugli alberi, Dragon Boats, Eco Golf Academy, Adventure Golf
- Programma Antistress Personalizzato
- **Ideale per eventi, meetings, incentives e team building**



Contattateci per la vostra offerta personalizzata!

www.iberotelapulia.com

Marina di Ugento (LE) - Salento

+39 0833 931002 info@iberotelapulia.com



unique antistress resorts in the world
www.antistressresorts.com





Iberotel
Apulia

IBEROTEL APULIA INTERNATIONAL WELLBEING MEETING POINT IN SALENTO

IBEROTEL APULIA, DAS ZENTRUM FÜR ANTISTRESS
KOSTENLOSE WELLNESS-BEHANDLUNGEN VOM 14. MAI BIS
4. JUNI UND VOM 10. – 30. SEPTEMBER

Iberotel Apulia, das Zentrum für Antistress. Zwischen dem 14. Mai und dem 4. Juni und vom 10. – 30. September 2016 werden alle Gäste kostenlose „all inclusive“ Wellnessbehandlungen bekommen können.

Unser Ziel und Bestreben? Wohlbefinden für Körper und Geist, um neue Energie für den Wechsel der Jahreszeit zu tanken. Nichts ist besser als sich eine Pause in einer einzigartigen natürlichen Umgebung zu gönnen.

Das Resort, im Herzen des Regionalparks und der Küste von Ugento gelegen, aus Carparo, dem Tuffstein der Stadt Lecce, gebaut (im Unterschied zu dem weichen Stein des Barock), interpretiert die Seele von Salento: Eingebettet in die Stille eines üppigen Pinienwaldes direkt am kristallklaren Meer, liegen alle Zimmer von Standard bis Suite mit Blick auf den typischen salentinischen Innenhof, wo einst das soziale Leben stattfand.

Regenerieren Sie sich einfach bei einem Spaziergang am Strand: bei Sonnenuntergang, wenn die Sonne in das Meer eintaucht oder in der Morgendämmerung beim Erwachen der Natur. Außergewöhnlich

sind die im Park beheizten Swimmingpools, Whirlpools und Rutschen, die Jung und Alt genießen können.

Während die Kinder und Jugendlichen sich im Mini-Club oder beim Amphitheater vergnügen, haben die anspruchsvollen Gäste täglich die Wahl zwischen Yoga, Pilates, Meditation, Fitness und Gym® Facelift und Gesichtsgymnastik, eine Alternative zum Skalpell. Und in einem Land, das Treffpunkt zwischen Ost und West ist, dürfen die orientalischen Disziplinen nicht vergessen werden: Qi Gong, inspiriert von der chinesischen Medizin und Kampfkunst, die Stärkung der inneren Energie mit Meditationsübungen, Konzentration, geistige und Atemkontrolle. Auch Tai Chi, das chinesische Boxen, das im Westen als präventive Medizin praktiziert wird, können Sie ausüben.

Aber Sie können auch Spaß mit Nordic Walking, das Gehen mit Stöcken ähnlich dem Skifahren, Golfunterricht, Gymnastik und Geräteübungen (easy line) haben. Zudem können Sie Smovey, eine Technik der tiefen Entspannung und Spass, die Musik und das Vibrieren der Ringe verwendet, um die Gehirnhälften zu harmonisieren, erleben.

Zusätzlich können Sie Spa-Behandlungen auf Anfrage (nicht im Preis enthalten) genießen. Zu den Mahlzeiten bieten wir biologische und



vegetarische Gerichte, zentrifugierte und frische Säfte den ganzen Tag an. Am 22. Mai, treffen sich die weltweit führenden Experten des Wohlbefindens, unter der Leitung des Antistress-Trainers Simon Elliot, um über die neuen Techniken der Entspannung zu diskutieren und experimentieren, und das Angebot für ihre Kunden damit zu verbessern.

Iberotel ist der ständige Sitz der Antistress Akademie, mit anderen 14 Fünf-Sterne-Resorts auf der ganzen Welt, die die Philosophie des Antistress gewählt haben: von Indonesien bis Griechenland, von Kuba bis zu den Fidschi-Inseln, Französisch-Polynesien, Indonesien bis zur Ukraine, der Französischen Riviera, Österreich, Kuba, Marokko, China, Malaysia und Mexiko (www.antistressresorts.com). Alle 14 Resorts haben als Referenz die Stress-Akademie von Iberotel, um immer aktuell zu sein und das Beste für seine Gäste zu bieten. Lassen Sie sich die Gelegenheit mit besonderen Ermäßigungen für

Aufenthalte zwischen dem 14. Mai und dem 4. Juni 2016, und zwischen dem 10.

und 30. September 2016, nicht entgehen.



antistress academy

www.iberotelapulcia.com



BIT, TURISMO E LE NUOVE SFIDE DEL FUTURO

Febbraio è il mese della BIT. Dall'11 al 13 febbraio Milano ospiterà la **manifestazione turistica multitarget più importante d'Italia**. Tre giorni davvero intensi, dei quali 2 dedicati al mondo B2B, con enti del turismo provenienti da ogni parte del mondo, tour operator, compagnie aeree, albergatori e altri operatori del settore intenti a incrociare i propri interessi, promuovere prodotti, creare sinergie, costruire nuove relazioni e ristrutturare rapporti consolidati. L'ultimo giorno, il sabato, sarà invece dedicato al grande pubblico, occasione perfetta per fare un giro tra i padiglioni, raccogliere materiale, parlare direttamente con gli esperti, per scegliere la meta ideale per le prossime vacanze.

Saranno 4 le aree espositive presenti: si andrà dal Leisure World, dedicato al turismo tradizionale, con le importanti novità rappresentate dalle zone dedicate al turismo enogastronomico e al wedding, al Luxury World, area dedicata al turismo del lusso, comparto che in Italia sta conseguendo ottimi risultati, con una crescita 2015 stimata tra il 10% e il 20%. E ancora l'area Mice, dedicata al mercato meeting ed eventi, oppure la Destination Sport, che aprirà il sabato e che sarà dedicata alle discipline outdoor classiche, come arrampicata, boulder, equitazione, trekking, running e cicloturismo, con la novità 2016 rap-

presentata dai Water Sports (dal canyoning al diving, dalla canoa al kitesurf). L'area, dotata di zone esperienziali aperte al pubblico dove sperimentare ben 19 discipline outdoor (presente anche una piscina per immersioni), da quest'anno sarà anche una mostra mercato, dove acquistare servizi e prodotti direttamente sul posto.





Altra bella novità del 2016, sempre all'insegna dello sport, sarà la Bit.Run, una 10km che si correrà sabato 13 febbraio, alla quale tutti potranno partecipare. I runner partiranno dalla Montagnetta di San Siro e arriveranno fino all'ingresso della Bit. In palio un bel po' di premi a estrazione e, soprattutto, due viaggi a Phuket proprio nel periodo in cui si terrà la Laguna Phuket International Marathon, dal 4 al 5 giugno 2016. Per iscriversi alla competizione basta accedere a <http://bit.fieramilano.it/it/bitrun>.

La BIT 2016 arriva in un momento davvero un particolare. Anzitutto è la prima BIT del dopo Expo, che in qualche modo è stata una sorta di enorme Fiera del turismo durata 6 mesi. L'Esposizione Universale, benché dedicata al tema della nutrizione, ha certamente acceso la curiosità e la voglia di viaggiare dei visitatori che si sono ritrovati di fronte a evocativi padiglioni di luoghi lontani, alcuni dei quali, prima di allora, probabilmente non erano stati neppure immaginati come possibili destinazioni turistiche.

Così questa BIT dovrà cavalcare quell'onda e valorizzarla nel modo migliore, anche perché il mondo fieristico, soprattutto nel B2C, sta attraversando un momento di profondo e radicale cambiamento. Le

nuove tecnologie della comunicazione permettono al consumatore di bypassare enti, agenzie, operatori. Sempre più spesso il turista reperisce da sé le informazioni nella rete e costruisce autonomamente la sua vacanza. Così la fiera deve ripensare sé stessa dando quel qualcosa in più, offrendo ai turisti ciò che in rete è ancora difficile, se non impossibile, da trovare. Stiamo parlando dell'expertise dei professionisti del settore, della socialità connessa al face to face, di esperienze reali e d'infotainment. Le zone esperienziali nella Destination Sport, certamente, rispondono anche a questo bisogno. E la bella idea della Bit.Run è anch'essa un bel modo per arricchire l'esperienza fieristica con socialità e intrattenimento.

Particolare per la fiera milanese è anche il momento storico in cui questa s'inserisce. Da un lato le statistiche 2015 raccontano di una netta ripresa generale dell'industria turistica in quasi tutto il mondo, con un incremento del numero di viaggi, rispetto all'anno precedente, del 4,4%. Dall'altro i recenti avvenimenti legati al terrorismo internazionale pongono nuove sfide e la necessità di ricostruire un clima di fiducia e di ripensare l'idea stessa del viaggio, con il tema della sicurezza sempre più al centro delle decisioni dei soggetti in causa, dai turisti agli operatori fino ai territori ospitanti.



ARTIGIANI IN LIGURIA: IL VENTO È CAMBIATO, SI RIPARTE DALLE ECCELLENZE

Dicembre 2015, la Regione Liguria invita una delegazione di giornalisti provenienti da tutta la Svizzera, nonché rappresentanti delle Camere di Commercio Italiana e Elvetica. Obiettivo: far conoscere un grande progetto di scambio non solo culturale, ma soprattutto produttivo.

È ambizioso il progetto lanciato dall'Assessore Regionale allo Sviluppo Economico e all'Artigianato Edoardo Rixi, giovanissimo esponente della Lega Nord, un progetto che intende rilanciare appieno, partendo dal forte impulso di Expo 2015, la Liguria, regione piena di risorse così poco sfruttate negli anni precedenti alla Giunta Regionale di centro destra.

Il rilancio viene presentato in una preziosa cornice, quella dell'elegante palazzo sede della Regione Liguria nella storica Piazza De Ferrari, salotto genovese, e noi giornalisti veniamo subito coinvolti in una visita turistica alla scoperta dell'artigianato locale, prezioso e nascosto.

Sopravvivono infatti a tutt'oggi nel capoluogo ligure illustri esempi di attività artigianali rare non solo in Italia, ma anche nel mondo, quali, ad esempio, la bottega liutaia dell'Architetto Pio Montanari, ove si costruiscono, interamente a mano, violini; il processo di creazione e costruzione degli strumenti avviene in un affascinante edificio del centro storico medievale, così seducente che lo stesso liutaio Montanari ci racconta come la bottega sia stata scelta quale ambientazione dello spot pubblicitario di una nota marca di vini.

Veniamo guidati lungo un percorso che porta a scoprire l'oreficeria genovese, la tradizione di vetrai, ceramisti e restauratori che, in un mondo dove sempre più avanza il Made in China, mantengono standard altissimi e la memoria di antichi saperi.

A conclusione della visita, l'Assessore Rixi afferma che alle ditte liguri non mancherà il successo anche oltre i confini nazionali: "Siamo certi che i nostri artigiani sapranno farsi apprezzare anche in ambito internazionale e azioni mirate di promozione attraverso gli stakeholders



dei territori confinanti sono un passaggio fondamentale per l'avvio all'internazionalizzazione delle nostre produzioni”.

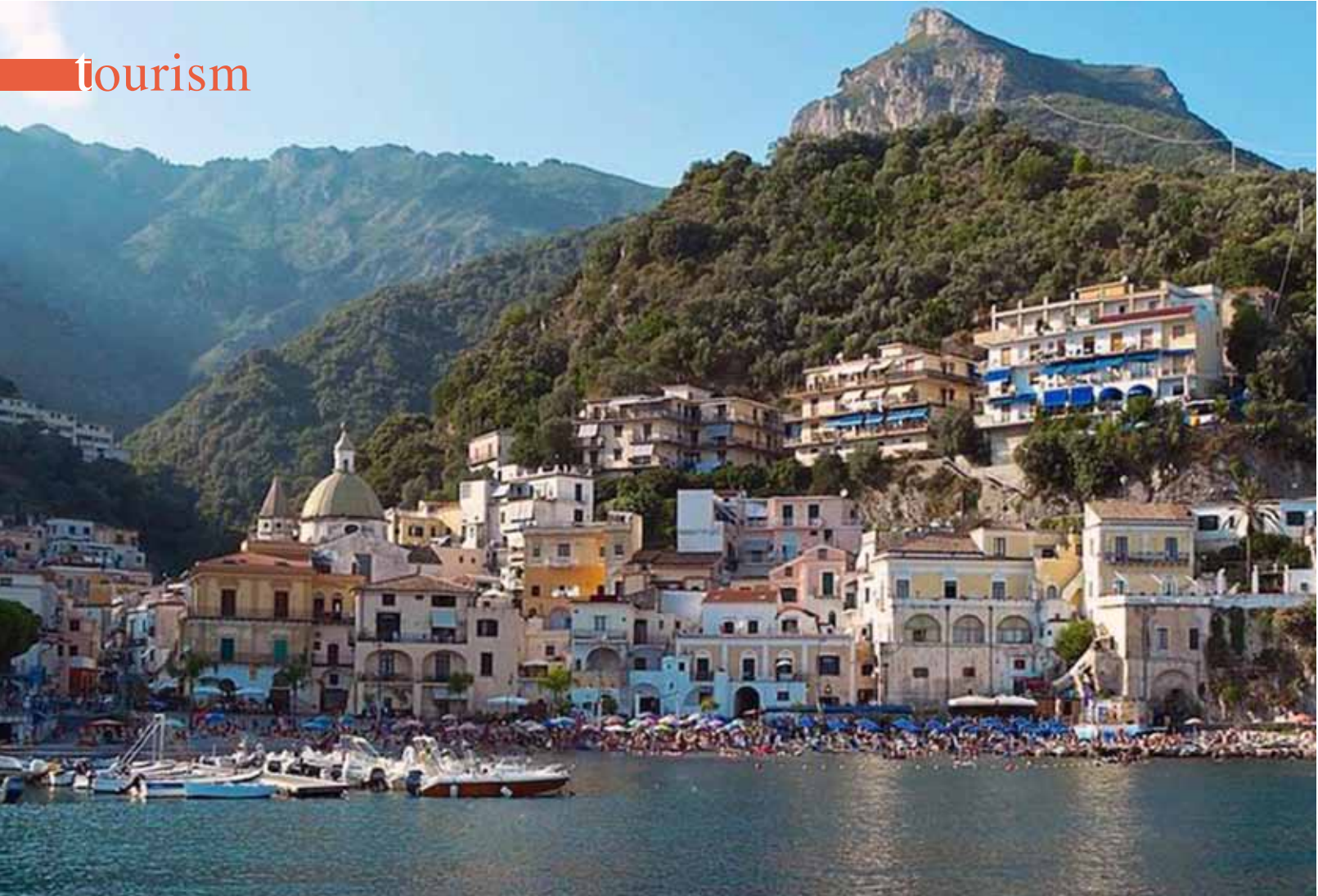
Sono infatti 56 i Maestri Artigiani della Liguria che hanno visto certificate le proprie conoscenze dal diploma conferito a dicembre presso il Palazzo della Borsa di Genova.

Un riconoscimento prestigioso quanto difficile da ottenere: al maestro viene infatti richiesto di provare di avere almeno sette anni di anzianità nel settore di riferimento, l'attitudine all'insegnamento del mestiere e il superamento di un colloquio sulle conoscenze tecniche. Solo l'eccellenza può quindi accedere agli accordi che la Regione Liguria ha mediato con numerosi noti brand di moda italiana, come Missoni e Versace.

A consegnare i riconoscimenti è stato lo stesso Rixi, peraltro all'origine della creazione del marchio “Artigiani in Liguria”, ulteriore segnale di quanto l'Assessore creda profondamente nella possibilità concreta di rilancio dell'economia ligure: “Dovranno essere 56 ambasciatori del nostro artigianato di qualità nel mondo- commenta Rixi- ma anche nella nostra regione perché a loro è affidato il compito di trasmettere le tecniche e i segreti delle lavorazioni artigiane di eccellenza della nostra tradizione alle nuove generazioni”.



Isabella Pileri



CETARA PARLA INGLESE. AL VIA IL PROGETTO "DO YOU SPEAK ENGLISH?"

Al via a Cetara il progetto "English Project - Do you speak English?" promosso dall'associazione "Amici del Forum dei Giovani" e dal Forum dei Giovani di Cetara, in collaborazione con il Comune e con la Parrocchia di San Pietro Apostolo, che ha messo a disposizione i propri spazi per poter svolgere le lezioni.

L'iniziativa è stata accolta con entusiasmo e sostenuta dall'assessore alla Cultura e al Turismo Angela Speranza.

Lunedì 18 gennaio parte ufficialmente l'EP, che nasce per ampliare l'offerta di servizi presenti sul territorio e perseguire gli obiettivi presenti nel *Progetto integrato per la qualità del comparto turistico* "Qualità Cetara", promosso dal sindaco Secondo Squizzato, in collaborazione con gli operatori del settore turistico.

"Qualità Cetara" ha lo scopo di migliorare l'offerta nel borgo marinaro, sempre più meta di turisti stranieri che decidono di trascorrere le vacanze in Costiera amalfitana. L'obiettivo è quello di offrire un corso di lingua inglese, finalizzato all'apprendimento delle nozioni fondamentali per i più piccoli, e di concetti specifici del settore turistico per gli operatori e per quanti hanno intenzione di arricchire il

proprio bagaglio culturale. Il corso è quindi suddiviso in fasce d'età, partendo dai bambini di 4 anni, e avrà la durata di 4 mesi.

Per chi vorrà, è previsto un quinto mese di preparazione per sostenere un esame che, a fronte di un esito positivo, permetterà di ricevere un attestato di lingua riconosciuto in tutt'Europa. "Ieri si sono ufficialmente chiuse le iscrizioni e abbiamo registrato numeri importanti: ben 100 iscritti, tra cui 32 commercianti, per i quali il corso è gratuito perché offerto dal Comune di Cetara, proprio nell'ambito del progetto Qualità Cetara", ha affermato con viva soddisfazione l'assessore Speranza, che si avvarrà della collaborazione dell'esperto linguistico Giovanna Della Porta.

Cetara, 9 gennaio 2016

Addetto stampa:
 Claudia Bonasi
 tel. +39 089 761171
 fax +39 089 9849397
 mobile +39 340 8677002
 claudia@puracultura.it

WWW.INEWSWISS.COM

iNEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

M U S I C

ALESSANDRA AMOROSO

DEAR JACK
ALLA 66° EDIZIONE
DEL FESTIVAL DI SANREMO
CON MEZZO RESPIRO

SERATA DELLE COVER:
UN BACIO A MEZZANOTTE





1. **LA STORIA INFINITA** (P. Stefanini - L. Consortini - D. Simonetta - P. Romitelli)
2. **GUERRA PERSONALE** (D. Simonetta - P. Romitelli)
3. **MEZZO RESPIRO** (S. Paviani - R. Balbo - L. Rifflessi - C. Corradini)
4. **ORO** (G. Mango - Mogol)
5. **IO E TE** (V. Atzei - O. Angiuli)
6. **OSSESSIONE** (P. Stefanini - D. Calvetti - M. Colavecchio)
7. **NON È SOLO UN PICCOLO PARTICOLARE** (A. Filippelli - F. Martorelli)
8. **AMORE E VELENO** (O. Angiuli - D. Calvetti - L. Cantarini)
9. **THE BEST TIME** (A. Presti - D. Simonetta - L. Cantarini)
10. **UN BACIO A MEZZANOTTE** (P. Garinei - A. Giovannini - G. Cramer)
11. **UNO SBAGLIO INSIEME** New Version (D. Calvetti - D. Simonetta - L. Chiaravalli)
12. **ORA O MAI PIÙ** New Version (P. Romitelli)
13. **LE STRADE DEL MIO TEMPO** New Version (P. Romitelli - E. Munda)

IL 12 FEBBRAIO ESCE IL NUOVO ALBUM "MEZZO RESPIRO"

1.LA STORIA INFINITA Brano di apertura del disco in cui parliamo di come spesso ci muoviamo negli stessi territori per comodità, o semplicemente perché sappiamo bene a cosa andiamo incontro, anche se una vita vissuta entro i confini non è vita. La paura del fallimento è l'anestetico ai nostri sogni e l'errore più grande è sopravvivere. In questo brano c'è l'esortazione a buttare il cuore al di là dell'ostacolo e provare a mettersi continuamente in gioco e in discussione.

È un brano in cui il ritmo serrato di batteria e basso ed i suoni di chitarra con una melodia molto orecchiabile determinano un'atmosfera liberatoria.

2.GUERRA PERSONALE Il brano parla delle guerre che ognuno di noi affronta con se stesso e per se stesso, nei momenti di difficoltà, alla continua ricerca di una costante che rappresenti un punto di riferimento nel quale rifugiarsi e trovare conforto e sostegno. Ognuno può immedesimarsi a proprio piacimento, a seconda delle proprie esperienze. È un brano che mostra di avere un gran carattere emotivo, catturando sin da subito con dei cori simili a sospiri che fanno da apripista a ritornelli molto potenti ed incisivi.

3.MEZZO RESPIRO È una storia d'amore giunta al termine, ma che allo stesso tempo sembra non voglia finire. Vuole farci riflettere su comportamenti che sembrano semplici ma in realtà valgono più di mille parole, dallo stare in silenzio ad un "mezzo respiro" per non ignorare una storia che lascia un segno nel cuore. Vuole far capire che l'amore, quello vero, resta, e nonostante tutto non si potrà mai ignorare quello che è successo nel passato. Questo è il primo inedito che abbiamo suonato insieme in sala prove improvvisandolo quasi totalmente.

4.ORO Siamo stati invitati ad una serata tributo a Mogol e abbiamo deciso di partecipare con Oro. Per noi è stato molto stimolante rielaborare un brano di tale prestigio e abbiamo cercato di dargli una nuova veste in "puro stile Dear Jack" mantenendone i tratti caratteristici e introducendo uno scheletro ritmico e armonico funk-elettronico senza rinunciare alle nostre radici "rock." Per noi è stato un

onore poter inserire Oro in questo disco rendendo così omaggio a Pino Mango.

5.IO E TE La fine di un amore o di un'amicizia è un momento difficile che ti lascia amarezza, ma può diventare un'esperienza positiva per poter cambiare, essere migliori per se stessi e per gli altri. Con il tempo si può anche perdonare ma voler dimenticare tutto senza dover per forza restare ancorati al passato. Una ballad dal sapore elettronico, dalle sonorità nuove e con una ritmica incessante che sembra voler ricordare una marcia.

6.OSSESSIONE Con questo brano abbiamo voluto sperimentare un sound di base elettro-rock ma con influenze latine che fino ad oggi non ci è propriamente appartenuto. Racconta del desiderio inaspettato che si può provare nei confronti di una persona che fino a quel momento consideravamo amica mettendo quindi in discussione la celebre "regola dell'amico" degli 883.

7.NON È SOLO UN PICCOLO PARTICOLARE L'importanza dei piccoli gesti sui quali spesso costruiamo grandi progetti. Sono piccoli particolari che rendono unica una storia e rendono unici i ricordi. Ballad elettro-pop sui cui abbiamo appositamente sperimentato una ritmica "fuori genere" unita a pad e synth con lo scopo di rendere l'atmosfera del brano mistica e molto particolare.

8.AMORE E VELENO Una storia. Tante, forse troppe preoccupazioni.

Quante volte non riusciamo a vivere a pieno una relazione frenati dalle paure e dai timori che come un virus infettano i nostri sentimenti?

Questa canzone è un inno, un invito a guardarsi negli occhi e lasciarsi trasportare e sentirsi liberi di vivere la magia di quell'istante.

9.THE BEST TIME In alcune fasi della realizzazione del disco l'istinto ha preso il sopravvento su di noi e "The Best Time" ne è un perfetto esempio. Sfogare un sound puramente rock è stato per noi



un impulso da assecondare. Il testo, in inglese, racconta della capacità di distruggere il rancore, allontanare i rimpianti, per cercare di tenersi stretto chi amiamo o desideriamo, accompagnati dal desiderio del sesso. L'atmosfera è da immaginare in un'oasi intima e calma avvolta dalla frenetica realtà metropolitana. Un mondo musicale diversissimo da quello in cui ci immaginate, un mondo che comunque ci appartiene completamente.

10. UN BACIO A MEZZANOTTE Fin dal primo ascolto abbiamo pensato ad un arrangiamento alternativo che calzasse perfettamente con la nostra immagine di band. La possibilità di incastare le voci poi è stata la ciliegina sulla torta che ci ha fatto dire: "È lui, è il brano giusto." Abbiamo dato un'impronta più moderna senza però privarci del valore aggiunto che può dare un'orchestra immaginando come il Quartetto Cetra avrebbe potuto interpretarlo a distanza di anni. Siamo orgogliosi di poter eseguire questo brano dandogli una nuova veste.

11. UNO SBAGLIO INSIEME (già in Domani è un altro film - Seconda parte) È stata scritta da Diego Calvetti, produttore musicale del nostro secondo album. Gli sbagli sono inevitabili, ma quando si fanno insieme si arriva al punto di star male per quanto si sta bene.

12. ORA O MAI PIÙ (già in Domani è un altro film - Seconda parte) Una ballad che mostra un amore non contraccambiato e la sofferenza che si prova quando la persona amata si allontana sempre più. Le attese di una risposta mai ricevuta ad una dichiarazione fatta sono sempre lunghe e pesanti, quando in realtà l'unica che si riceve è un silenzio che lascia al passare del tempo la soluzione per smettere di soffrire.

13. LE STRADE DEL MIO TEMPO (già in Domani è un altro film - Seconda parte) La canzone parla dell'incapacità dell'uomo di avere relazioni sentimentali stabili e che quindi percorre strade estranee guidato dall'inganno della nostalgia che si scopre essere solo un abbaglio. Il brano è molto ipnotico, con una buona commistione di rock ed elettronica.

www.dearjack.it - Facebook: www.facebook.com/dearjackrock -
Twitter: @DearJackOf
Instagram: instagram.com/dearjackof

BIOGRAFIA DEAR JACK

I Dear Jack sono **Lorenzo Cantarini (chitarra), Francesco Pierozzi (chitarra), Alessandro Presti (basso), Leiner Riflessi (voce), e Riccardo Ruiu (batteria)**. La formazione attuale nasce dopo che, nel settembre 2015, i percorsi artistici dei Dear Jack e del cantante Alessio Bernabei hanno preso strade diverse, e con l'arrivo del giovanissimo Leiner Riflessi.

La band si forma nel 2012 e partecipa all'edizione 2014 di "Amici", il talent show condotto da Maria De Filippi, dove riesce ad arrivare in **finale** e ad aggiudicarsi il "Premio della critica" e a luglio aprono i concerti dei Modà negli stadi a San Siro e all'Olimpico.

I grandi traguardi per i Dear Jack arrivano anche dal punto di vista discografico e radiofonico con il loro album d'esordio "Domani è un altro film - prima parte" (Baraonda Edizioni Musicali), che si è piazzato per ben **sette settimane al primo posto delle classifiche italiane**, raggiungendo il doppio disco di platino con 150.000 copie vendute, e diventando l'album più venduto in Italia nei primi sei mesi del 2014, pur essendo uscito solo a maggio. A ottobre 2014 è poi partito il "Domani è un altro film - Il Tour" che ha portato i Dear Jack ad esibirsi nei palazzetti di tutta Italia fino alla fine dell'anno e che ha fatto registrare un grandissimo successo di pubblico.

Nel 2015 i Dear Jack hanno partecipato alla **65ª edizione del Festival di Sanremo con il brano "Il mondo esplode tranne noi"** contenuto nel disco di platino "Domani è un altro film (seconda parte)". Nello stesso anno i Dear Jack hanno vinto i **Nickelodeon's Kids' Choice Awards nella categoria "Cantante Italiano Preferito"** e gli **Italian MTV Awards 2015 come "Best Band"** e pubblicato i singoli 'Eterna', scritta da Kekko Silvestre dei Modà, e "Non importa di noi". Sul canale **Youtube** della band i Dear Jack hanno totalizzato **29 milioni di visualizzazioni**. Nell'estate del 2015 i Dear Jack sono stati impegnati con il "Domani è un altro film (seconda parte) - Il Tour" che si è concluso all'Arena di Verona con un grande concerto evento.

I Dear Jack sono in gara nella categoria "Campioni" della 66ª edizione del Festival di Sanremo con il brano **Mezzo Respiro**, e nella serata delle cover canteranno **Un Bacio a Mezzanotte** del Quartetto Cetra. Entrambi i pezzi sono contenuti nell'album "Mezzo Respiro" in uscita il 12 febbraio. La band tornerà sulle scene il 16 marzo 2016 live all'Alcatraz di Milano.



David Naman

Per la 66ª edizione del Festival di Sanremo David Naman sceglie i Dear Jack, e i Dear Jack scelgono David Naman. Tanti, infatti, sono gli aspetti che accomunano la band con il marchio di abbigliamento attivo dal 1996: freschezza, passione, spensieratezza, ambizione, esperienza, ma sempre un po' di pazzia. "Be young" non solo come dato di fatto ma, soprattutto, come approccio alla vita.

In concomitanza con il lancio della nuova collezione Spring Summer 16, David Naman vestirà i cinque giovani componenti del gruppo durante le esibizioni live a Sanremo, scegliendoli come testimonial perfetti per rappresentare lo stile del brand. Leiner, Lorenzo, Riccardo, Francesco e Alessandro, cinque ragazzi dalle personalità forti e ben distinte, che David Naman ha cercato di esaltare con look personalizzati, sia nello stile più casual per le interviste durante il daily di Sanremo, sia in quello più formal ed elegante per le serate del Festival. Vedremo i Dear Jack in David Naman anche nel video ufficiale del brano che sarà presentato all'Ariston, "Mezzo Respiro".

"Questo tipo di featuring viene da sé: quando si viaggia sulla stessa linea d'onda è facile trovare del feeling per collaborare bene insieme" - si sbilancia così David Mayer Naman, art director & founder della firma Made in Italy. Una collaborazione importante, quindi, che lascerà soddisfatte entrambe le parti

davidnaman.com

iNEWS

Durante la settimana del Festival di Sanremo i Dear Jack indosseranno le Snobs Shoes, i modelli Charlie, Double e Cortina. Il gruppo è venuto a ritirarle presso lo Snobs Store di Galleria San Federico in centro a Torino.

Modelli di scarpe classici rivisitati, made in Italy, prodotti da un'azienda torinese fondata nel 2011 da Enrico Autano, Massimo Reviglio e il radiofonico Charlie Gnocchi, la Snobs è presente nei migliori negozi italiani e in tutto il mondo.



CARLO PIGNATELLI VESTE I DEAR JACK A SANREMO IN OCCASIONE DELLA SERATA DEDICATA ALLE COVER

Torino, febbraio 2016. In attesa che i riflettori vengano puntati sul Palco dell'Ariston per il 66mo Festival della Canzone Italiana, Carlo Pignatelli si annuncia come uno dei principali protagonisti della kermesse musicale grazie alle sue creazioni con le quali vestirà il gruppo dei Dear Jack.

In occasione della serata dell'11 febbraio dedicata alle cover, lo stilista torinese vestirà i ragazzi della band che intoneranno un grande classico del panorama musicale nazionale, "Un bacio a mezzanotte" portato al successo dal Quartetto Cetra.

Eleganza, sartorialità e savoir faire Made in Italy saranno gli atout principali degli abiti creati da Carlo Pignatelli che sapranno impreziosire le note senza tempo dello storico brano, illuminando con le texture preziose e la cura dei particolari la kermesse sanremese e i suoi giovani protagonisti. Abiti studiati ad hoc dallo stilista, in cui le giacche rock hanno un cuore romantico e sono rese uniche dal collo a guru, segno inconfondibile del suo stile: sono smoking e frac dalla linea grintosa, in un gioco di colori scuri e dettagli in raso, illuminati da preziosi cristalli Swarovski.

Lo stilista torna così ancora una volta a mettere la sua firma nell'appuntamento più atteso dello spettacolo nazionale portando in primo piano la sua signature fatta di eleganza e sartorialità assolutamente italiani.



CARLO PIGNATELLI

iNEWS 53

ITALIAN

TOP 20

WWW.INEWSSWISS.COM

iNEWS

MUSIC

- | | | | | | |
|----|---|--|----|--|---|
| 1 |  | ALESSANDRA AMOROSO
VIVERE A COLORI
SONY | 11 |  | BENJI & FEDE
20:05
WM ITALY |
| 2 |  | MARCO MENGONI
LE COSE CHE NON HO
SONY MUSIC | 12 |  | J-AX
IL BELLO D'ESSER BRUTTI
NEWTOPIA |
| 3 |  | MODÀ
PASSIONE MALEDETTA
ULTRA SUONI 5 | 13 |  | GIANNA NANNINI
HISTORY
RCA RECORDS |
| 4 |  | LAURA PAUSINI
SIMILI
WARNER MUSIC | 14 |  | GIUSY FERRERI
HITS
SONY MUSIC ITALIA |
| 5 |  | TIZIANO FERRO
TZN - THE BEST OF
EMI | 15 |  | FRANCESCO DE GREGORI
DE GREGORI CANTA BOB DYLAN - AMORE E FURTO
CARAVAN |
| 6 |  | IL VOLO
L'AMORE SI MUOVE
SONY MUSIC | 16 |  | VASCO ROSSI
SONO INNOCENTE
EMI |
| 7 |  | EMMA
ADESSO
UNIVERSAL | 17 |  | MAX GAZZÈ
MAXIMILIAN
VIRGIN RECORDS |
| 8 |  | BIAGIO ANTONACCI
BIAGIO
IRIS | 18 |  | FEDEZ
POP-HOOLISTA
(COSODIPINTO EDITION) |
| 9 |  | JOVANOTTI
LIVE 2184
UNIVERSAL | 19 |  | LUCA CARBONI
POP-UP
RCA LABEL GROUP/RLG |
| 10 |  | NEGRAMARO
LA RIVOLUZIONE STA ARRIVANDO
SUGAR MUSIC | 20 |  | MALIKA AYANE
NAIF
SUGAR |

WWW.INEWSWISS.COM

INEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

WINE & FOOD



PEPPE ZULLO



VINO, L'INSTITUTE OF MASTERS OF WINE TORNA IN ITALIA PER LA 5ª EDIZIONE DEI CORSI PER ASPIRANTI AL TITOLO MW E SCEGLIE LA CAMPANIA

7 gennaio 2016). Prosegue la collaborazione tra l'associazione Grandi Marchi e l'Institute of Masters of Wine (IMW), l'accademia londinese impegnata da oltre 60 anni a formare i più influenti e qualificati esperti del settore in tutto il mondo, che torna in Italia scegliendo la Campania per la 5ª edizione dei corsi introductory e intermediate level. Sarà infatti la cantina Mastroberardino a ospitare, dal 4 al 6 marzo 2016, la due giorni di formazione intensiva dedicata agli operatori italiani che aspirano ad essere ammessi al selettivo corso di studi per MW o a quelli che, avendo già superato l'esame, stanno proseguendo il percorso per acquisire il titolo internazionale più ambito per chi lavora nel settore vino.

Iniziata nel 2012 grazie alla collaborazione con l'Istituto Grandi Marchi, l'associazione dei 19 brand portabandiera del vino italiano nel mondo e la prima ad attivare l'interesse dei MW verso il nostro Paese, la formazione promossa dall'organizzazione con sede a Londra è tra le più complete e rigorose a livello mondiale, con 340 membri in 24 Paesi capaci di orientare i consumi e le vendite e poco più di 80 studenti divenuti MW negli ultimi 10 anni. In Italia - ancora priva di un MW - sono stati 128 i partecipanti alle 4 masterclass dell'IMW negli ultimi 3 anni con 25 operatori ammessi a proseguire gli studi. I corsi sono rivolti ai professionisti con almeno 5 anni di esperienza

in ambito vitivinicolo o in possesso di una qualifica di settore (es. diploma o certificazione di sommelier, laurea in enologia, viticoltura o wine business e simili) e devono avere una buona padronanza della lingua inglese.

La segreteria organizzativa è affidata alla IEM, International Exhibition Management.

Programma, iscrizioni e info su www.istitutograndimarchi.it; info@istitutograndimarchi.it

Sede dei corsi IMW: Mastroberardino, via Manfredi, 75 - Atripala (AV).

Istituto del Vino Grandi Marchi: Alois Lageder, Argiolas, Biondi Santi Greppo, Ca' del Bosco, Michele Chiarlo, Carpenè Malvolti, Donnafugata, Ambrogio e Giovanni Folonari Tenute, Gaja, Jermann, Lungarotti, Masi, Marchesi Antinori, Mastroberardino, Pio Cesare, Rivera, Tasca D'Almerita, Tenuta San Guido, Umani Ronchi.

*US Istituto del vino Grandi Marchi: interCOM
Benny Lonardi, 334/6049450; direzione@agenziaintercom.it*



Peppè Zullo

UN 2015 DA SOGNO E UN NUOVO ANNO TUTTO DA SCRIVERE PER PEPPE ZULLO

IL 2016 APERTO DAL NUOVO SITO INTERNET DI NUOVA SALA PARADISO TRA STORIA, PRESENTE E FUTURO IN 12 MESI L'EXPO, I PREMI, LE COLLABORAZIONI, LE TV E QUELL'APPUNTAMENTO DA INCORNICIARE

“Quello appena trascorso è stato un anno fantastico, il 2016 sarà pieno di novità importanti a cui stiamo già lavorando”. E' con queste parole che Peppe Zullo, il cuoco del simple food for intelligent people, saluta i 12 mesi andati in archivio e dà il benvenuto a un futuro già in itinere e tutto da scrivere. Sono tanti gli “scatti” memorabili del 2015. A marzo scorso, Villa Jamele ha ospitato uno degli eventi più significativi dell'anno. Alcuni dei migliori cuochi d'Italia sono stati chiamati a realizzare i loro piatti utilizzando la pasta Senatore Cappelli prodotta da Daunia&Bio. “È stato un appuntamento molto importante”, ha dichiarato Peppe Zullo, “perché ha raccontato una storia vera, fatta di autentiche eccellenze, e ha fatto comprendere come l'unica strada percorribile sia quella della nostra vocazione alla qualità e all'unicità di sapori e prodotti”.

Sempre a marzo scorso, il cuoco-contadino è stato tra i relatori e testimonial dei due giorni di seminario che l'Università e il SIAN dell'Asl

Foggia, con il coordinamento di Michele Panunzio, hanno dedicato alla buona alimentazione come fattore di cultura e prevenzione contro il cancro e le malattie degenerative nell'ambito del progetto MedFood Anticancer. Un appuntamento di grande rilievo scientifico, durante il quale Peppe Zullo è stato chiamato a testimoniare il proprio percorso e la filosofia che lo ha reso celebre nel mondo, quella riassunta in un semplice “dalla terra alla tavola”. Alla platea dell'Aula Magna della Facoltà di Economia dell'Università di Foggia, uno degli atenei all'avanguardia in Europa sui temi della ricerca alimentare, il cuoco di Villa Jamele ha spiegato le tappe che lo hanno portato a realizzare nella sua tenuta orsarese il primo ristorante nell'orto d'Italia, una vera e propria scuola della buona alimentazione. Qualche giorno dopo, a Milano, lo chef pugliese ha ricevuto il premio nazionale “Acqua di Chef” 2015 contest per la miglior ricetta dell'anno. Nel capoluogo lombardo, il cuoco-contadino ha presentato, attraverso un video magistralmente realizzato da Wild Rat Film di Niki Dell'anno, la sua parmigiana di borragine. “La mia parmigiana”, ha detto Peppe Zullo illustrando la ricetta, “mette insieme alcuni degli elementi più preziosi della grande cucina pugliese e mediterranea: il nostro olio extravergine, il pomodoro, le proprietà di un'erba spontanea bella e saporita come la borragine e, ancora, la gustosa sapidità naturale del caciocavallo dei Monti Dauni. In un'unica ricetta, sono racchiusi lo straordi-



nario potenziale e la ineguagliabile ricchezza della Puglia". Nasce dalla stessa filosofia la collaborazione con la Luiss, la Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli, che ha scelto il cuoco orsarese quale testimonial per l'inaugurazione del primo orto universitario-didattico del mondo a Roma e per una serie d'iniziative legate alla promozione della cultura enogastronomica italiana intesa come fattore di conoscenza, sviluppo e benessere condiviso. La coerenza del suo approccio alla cucina e alla riscoperta, in chiave innovativa, degli "alimenti-architrave" della dieta mediterranea, è stata una delle chiavi dello straordinario successo ottenuto da Peppe Zullo all'Expo di Milano dove, per tutto il mese inaugurale dell'Esposizione Universale, il cuoco orsarese ha rappresentato la cucina pugliese gestendo il Ristorante Puglia nel padiglione Eataly.



L'ideatore del "simple food for intelligent people" ha ricevuto il premio Argos Hippium 2015, un prestigioso riconoscimento giunto nel 2015 alla sua ventiduesima edizione con un testimonial eccezionale, il premio Oscar Luis Bacalov. Per lui non vale il detto "nemo propheta in patria", poiché a giugno è stato proprio il suo paese natale, Orsara di Puglia, a consegnargli il "Calice d'Oro" in occasione della 28esima Galleria Enogastronomica Orsarese-Festa del Vino. Sempre a giugno, Peppe Zullo è entrato a far parte di Symbola, Fondazione per le Qualità Italiane presieduta da Ermete Realacci che, dal 2005, promuove un modello di sviluppo orientato alle eccellenze in cui si fondano tradizione e innovazione, sostenibilità ambientale e valorizzazione del capitale umano. Il 4 giugno, il cuoco orsarese è stato protagonista di una puntata speciale di Geo&Geo in occasione della Giornata Mondiale dell'Alimentazione con collegamenti in diretta con l'Expo. Il 24 giugno, LaEffe, network televisivo del Gruppo Feltrinelli, nell'ambito di una trasmissione dedicata ai migliori cuochi italiani, ha seguito e documentato il lavoro di Peppe Zullo mandando in onda un meraviglioso video. Il ciclo di RED dedicato alle eccellenze della cucina italiana ha raccontato Davide Oldani, Don Pasta, Davide Scabin e Peppe Zullo, definiti come "i fantastici 4" del gusto 'made in Italy' nel mondo. A luglio e agosto, inoltre, come nei mesi precedenti, il cuoco di Villa Jamele e Nuova Sala Paradiso è stato più volte ospite degli studi romani della Rai, protagonista di molte puntate di Geo&Geo.

A settembre, la Cantina del Paradiso si è fatta galleria d'arte accogliendo i quadri di Elisa Donetti, con la mostra intitolata "Tra cielo e terra. Frammenti Urbani". Dai matrimoni all'arte, le location di Nuova Sala Paradiso e di Villa Jamele, grazie alla filosofia del suo grande "cerimoniere", ospitano eventi e momenti di felicità, dove il sogno ogni volta diventa progetto di vita, passione, amore.



In ottobre, invece, è arrivato il ventesimo Appuntamento con la Daunia, l'evento organizzato da Peppe Zullo per promuovere le migliori espressioni del made in Italy, che nel 2015 è stato dedicato all'ideale percorso di "EXPO A/R", un viaggio andata e ritorno denso di significati.

Al ventesimo Appuntamento con la Daunia hanno partecipato giornalisti, intellettuali, artisti, donne e uomini d'arte e di passione da tutta Italia, perfino dalla Corea. "Sono venuti non per celebrare il cambiamento avvenuto in questi ultimi 20 anni", ha dichiarato Peppe Zullo, "ma per comprendere in che modo dargli più slancio, per condividere idee e progetti che continuino a coltivare il futuro, oggi". Coltivarlo davvero, a partire da luoghi semplici e straordinari come l'orto di Villa Jamele, la Cantina del Paradiso, posti che hanno saputo diventare "centro" quando erano "periferia". Un concetto, quest'ultimo, espresso anche dalla coreana Gina Park, chef-giornalista-scrittrice, donna 'dal multiforme ingegno', che è venuta a Orsara per andare a vedere dove è iniziato il progetto di Peppe Zullo, il cuoco-contadino che ha conosciuto all'Expo di Milano. Proprio nel capoluogo lombardo, durante l'Esposizione Universale, Gina Park e il cuoco pugliese sono stati i protagonisti di un seguitissimo cooking show col filo conduttore della cima di rapa.

Nel 2015, il network televisivo più seguito del Giappone ha dedicato gran parte del proprio documentario sul pomodoro proprio al cuoco e all'orto di Villa Jamele.

Il resto è storia dei giorni nostri, con tante iniziative che hanno caratterizzato un dicembre da incorniciare, fatto di collaborazioni importanti, di un filo-rosso che lega il cuoco orsarese a innovazioni ed eccellenze emergenti come il progetto di VaZapp. Il 19 dicembre, a

Villa Jamele, è andato in scena un matrimonio "100% vegetariano". "Io amo pronunciare una frase in cui credo molto", ha spiegato Zullo, "che è questa: The future in the nature. Ecco, la natura ci offre cose meravigliose, anche per chi fa una scelta vegetariana, ma non solo".

A Natale lo chef pugliese ha avuto un ottimo riscontro per i suoi menù "made in Capitanata". Prima della fine dell'anno, il cuoco pugliese ha dato alle stampe il suo nuovo calendario: 12 mesi che si sposano con la felicità, i matrimoni celebrati nelle strutture di Orsara, gli eventi ospitati nelle diverse location, la gioia della condivisione. A Capodanno, assieme a oltre 300 persone, Peppe Zullo ha brindato a un 2016 che ha già cominciato a regalare interessanti novità, come il nuovo sito internet www.nuovalaparadiso.it che mette insieme 30 anni di storia e un futuro già ricco di progetti e sogni da realizzare e condividere.





ITALIA, CAMPIONE DEL MONDO DEL VINO, SOCCORRE I FRANCESI

C’è un’Italia che continua a vincere anzi potremmo dire quasi a stravinere. E’ **l’Italia del vino**, che quest’anno ha battuto la Francia collocandosi al primo posto al mondo come produttore di vino. L’investitura ufficiale di “Campioni del mondo” per la produzione vinicola è venuta proprio dalla Commissione Ue. L’Italia nella campagna **2015/2016 produrrà 48,8 milioni di ettolitri di vino con un aumento del 13%** rispetto all’anno precedente mentre la Francia cala al secondo posto fermandosi a 46,4 milioni di ettolitri. Comunque anche quest’anno c’è stata la conferma che la lotta all’ambito titolo continua ad essere un discorso a due con i nostri cugini d’oltralpe.

Una rivalità antica quella tra Italia e Francia immortalata nel ciclismo dal mitico Tour de France del 1948 vinto da Bartali (al quale Paolo Conte dedicò una canzone diventata, ormai cult, ” ...e i francesi che s’incazzano... che le palle ancor gli girano”) proseguita poi negli anni anche in ambito calcistico con la vittoria ai mondiali del 2006 (quella della testata di Zidane a Materazzi). Rivalità che, immutabile, continua nel vino. Ma adesso forse, a stemperare la tensione, si è verificato un fatto nuovo: **Marco Simonit & Pierpaolo Sirch “preparatori d’uva”** famosi in tutto il mondo, sono stati chiamati dai nostri acerrimi rivali per curare le loro viti. Un riconoscimento dello straordinario know how (tutto italiano) elaborato dalla squadra Simonit & Sirch. I “Preparatori d’uva” presteranno la loro opera per due Maisons di assoluta grandezza, la **Chateau Latour**, punta di diamante della produzione

vinicola francese (produce solo vini di altissima qualità, basti pensare che una sua bottiglia da sei litri è stata battuta all’asta da Christie’s per la cifra di 135.000 euro!) e la Maison del **Moët & Chandon**. Un nome che ovunque nel mondo è sinonimo di champagne di classe e prestigio.

UNA SERIA MINACCIA PER I PREGIATI VIGNETI

Le due Maisons hanno richiesto l’intervento di **Simonit & Sirch** per preservare il loro patrimonio più prezioso: i vigneti, minacciati seriamente da deperimento e mortalità precoce dovuta alle malattie del legno «Nella zona di Bordeaux»- racconta Marco Simonit-«il deperimento dei vigneti è un problema endemico, molto grave, che falciava oltre il 10% delle piante di **Cabernet Sauvignon** all’anno. Chateau Latour ha deciso di chiamarci per svolgere un’opera di prevenzione perché il nostro metodo, al quale siamo giunti dopo anni di lavoro, consente di rendere le viti meno vulnerabili. Abbiamo progettato un **metodo di potatura nuovo** che riduce l’effetto nocivo che hanno i tagli sul sistema linfatico della pianta, lavoriamo soprattutto su piante giovani e su quelle adulte non compromesse. Il nostro obiettivo è quello di arrivare in cinque anni ad un sistema di potatura innovativo cucito addosso proprio allo Chateau Latour. Ennesima filosofia sarà applicata anche nei vigneti di Moët & Chandon per allungare la loro vita e renderli più resistenti. Avere delle piante più longeve è possibile ed è un’esigenza insopprimibile per le grandi Maisons, perché garantisce la continuità qualitativa e la riconoscibilità dei loro vini»

PIZZERIAS GEHT AUS

MANGIARE BENE ESSEN MIT GENUSS



RESTAURANT CONCORDIA



RESTAURANT CORALLO



RISTORANTE LE SCALE



RISTORANTE PAESTUM



RISTORANTE PIZZERIA DREISPITZ



PIZZERIA VIRTÙ - SPAGHETTERIA



DON LEONE

RESTAURANT CONCORDIA

RESTAURANT CORALLO

RISTORANTE LE SCALE

RISTORANTE PAESTUM

RISTORANTE PIZZERIA
DREISPITZ

PIZZERIA VIRTÙ - SPAGHETTERIA

DON LEONE

RESTAURANT SCALA

PIZZA PASTA CIAO

TAVERNE DA ANGELO

PIZZERIA DA AMICI

PIZZERIA OKAY ITALIA

RESTAURANT PIZZERIA
FANTASIA

PIZZA & PASTA ANTONIO

SIHLFELDSTRASSE KREIS 4

WEINBERGSTRASSE KREIS

WERDSTRASSE KREIS 4

UETLIBERGSTRASSE 22

SAATLENSTRASSE 110

BIRCHSTRASSE 147

WAFFENPLATZSTRASSE KREIS 2

ROTBUCHSTRASSE KREIS 6

WEINBERGSTRASSE KREIS 1

BADENERSTRASSE KREIS 3

SCHAFFHAUSERSTRASSE KREIS 6

GLADBACHSTRASSE KREIS 7

SEEBACHERSTRASSE 167

HARDTURMSTRASSE KREIS 5



RESTAURANT SCALA



PIZZA PASTA CIAO



TAVERNE DA ANGELO



PIZZERIA DA AMICI



PIZZERIA OKAY ITALIA



RESTAURANT PIZZERIA FANTASIA



PIZZA & PASTA ANTONIO

SWISS GEHT AUS

MANGIARE BENE ESSEN MIT GENUSS

RISTORANTE PIZZERIA BELLA VISTA	WWW.BELLAVISTA-MURI.CH
RISTORANTE MOLINO ZURIGO	WWW.MOLINO.CH
DA CIRO	WWW.RISTORANTE-CIRO.CH
IL GIGLIO	WWW.ILGIGLIO.CH
IL TARTUFO	WWW.ILTARTUFO-ZUERICH.CH
IL GALLO	WWW.ILGALLO.CH
RISTORANTE TOSCANO	WWW.RISTORANTE-TOSCANO.CH
RISTORANTE ITALIA	WWW.RISTORANTE-ITALIA.CH
CASA DA VINCI	WWW.CASADAVINCI.CH
GANDRIA	WWW.RESTAURANT-GANDRIA.CH
IL CAMINO	WWW.RISTORANTE-CAMINO.CH
PANTHEON	WWW.ILPANTHEON.CH
CASA AURELIO	WWW.CASAAURELIO.CH
SCHWAN HOTEL & TAVERNE	WWW.HOTEL-SCHWAN.CH
IL BOCCIODROMO	WWW.BOCCIACONO.CH
IL PUNTO	WWW.RISTORANTE-PUNTO.CH
RISTORANTE CIAO MÖWENPICK	WWW.MOEVENPICK-REGENSDORF.COM
RISTORANTE AZZURRO	WWW.RISTORANTEAZZURRO.CH
RISTORANTE SORRISO	WWW.SORRISO.CH
TRATTORIA ITALIANA ★★★★★	WWW.TRATTORIA-ITALIANA.CH
RESTAURANT MESA ★★★★★	WWW.MESA-RESTAURANT.CH
DAL BUONGUSTAIO ★★★★★	WWW.DAL-BUONGUSTAIO.CH
IL FARO DÜBENDORF ★★★★★	WWW.ILFARO.CH
RISTORANTE VENEZIA ★★★★★	WWW.VENEZIA-BUELACH.CH
RISTORANTE 4 LEONI ★★★★★	WWW.4LEONI.CH
IL SALENTO Restaurant Pizzeria	WWW.IL-SALENTO.CH
RISTORANTE ROMANTICA	WWW.RISTORANTEROMANTICA.CH
RISTORANTE BARBATTI	WWW.BINDELLA.CH
CASA FERLIN	WWW.CASAFERLIN.CH
RESTAURANT PINOCCHIO CH-8600 DÜBENDORF TEL.: +41 43 819 15 19 E-MAIL: INFO(AT)DUEBENDORF-PINOCCHIO.CH	WILSTRASSE 100



RISTORANTE PIZZERIA BELLA VISTA - KIRCHBÜHLSTRASSE 7 - 5630 MURI



RISTORANTE DAL TOSCANO



RISTORANTE ROMANTICA



RISTORANTE PINOCCHIO

★ = PROPRIETARIO ITALIANO

★ = CUOCO ITALIANO

★ SERVIZIO ITALIANO

★ = BUONA QUALITÀ

★ = INGREDIENTI ITALIANI

★ = TESTATO

SWISS GEHT AUS



RISTORANTE CARUSO



RISTORANTE-TOSCANO



HOTEL-TAVERNE SCHWAN



IL SALENTO RESTAURANT PIZZERIA

MANGIARE BENE ESSEN MIT GENUSS

RISTORANTE PIZZERA BELLA VISTA	056 664 12 87
RESTAURANT GRIGIONI GRAUBÜNDEN	081 413 32 16 *
RESTAURANT LA CARRETTA	081 413 38 95
RESTAURANT, PIZZERIA PADRINO	081 253 03 01
RESTAURANT TICINO	081 253 13 07 *
RESTAURANT, PIZZERIA LA MERIDIANA	081 416 82 85
RESTAURANT JARNO	081 416 82 85 *
RISTORANTE CARUSO	081 641 30 30
GROTTO SERTA	091 945 02 35
OSTERIA BELLAVISTA	091 985 89 12
TRATTORIA VITTORIA	091 609 11 57
GROTTO GRILLO	091 970 18 18
BELVEDERE	091 941 13 51
GROTTO MORCHINO	091 994 60 44
OSTERIA DEI TIRATORI	091 943 34 95
GROTTO TICINESE	091 967 12 26
CACCIATORI	091 605 22 36
RISTORANTE DA CANDIDA	091 649 75 41
RISTORANTE CYRANO	091 922 21 82
RISTORANTE SANTABBONDIO	091 994 85 35
COLLINA D'ORO	091 994 74 97
RISTORANTE IL CASTAGNO	091 611 40 50
RISTORANTE LA GRIGLIA	091 945 11 58
LA PERLA DEL LAGO	091 973 72 72
HOSTARIA DEL POZZO	091 940 91 58
LOCANDA DEL BOSCHETTO	091 994 24 93
MOUETTE DEL MÖVENPICK	091 923 23 33
GROTTO VALLERA	091 647 18 91
IL FARO DÜBENDORF	GROTTO: 044 821 62 03 RESTAURANT: 044 821 61 64
IL FARO EMBRACH	RESTAURANT: 044 865 03 20
IL FARO HERRLIBERG	RESTAURANT: 044 915 81 11 BANKETT / SAAL: 044 915 81 13
IL FARO WALLISELLEN	RESTAURANT: 044 830 46 52 TAKE AWAY: 044 830 46 54
RISTORANTE VENEZIA	043 411 50 00
IL SALENTO RESTAURANT PIZZERIA	*043 311 68 78

SAVE
THE
DATE

ART MARBELLA

MODERN & CONTEMPORARY ART SHOW

MARBELLA - SPAIN
JULY 29TH \ AUGUST 3RD
PALACIO DE CONGRESOS
Y EXPOSICIONES DE MARBELLA
WWW.MARBELLAFAIR.COM

IBERIA 

MARBELLA
CONGRESOS 

Puerto de Indias
MARBELLA

Cristal de Sèvres
CRISTAL DE SEVRES

WWW.INEWSWISS.COM

INEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

K U N S T

ART / MARBELLA 16

JULY 29th / AUGUST 3th WWW.MARBELLAFAIR.COM



CLAUDE  DAUPHIN

THE ARTIST



MAURIZIO CARUSO 2

Dipinge per “cicli”, Maurizio Caruso, ed ha fatto del colore-luce la sua divinità ispiratrice, il suo elemento tematico e stilistico principale, che la fa da padrone nella sua esperienza creativa e dà forza al suo personalissimo universo esistenziale e pittorico proteso tra Oriente ed Occidente, che si incontrano e si fondono sulla scena della vita come dell’arte. Un colore forte, fiammeggiante, il suo, direi quasi “selvaggio”, fauve, per il suo modo di interpretare figure e paesaggi in temperie dalle forti accensioni cromatiche, creando e scandendo gli spazi nel dipinto in superfici piane senza modellato, incurante della profondità ottenuto attraverso il chiaroscuro, così da delineare sulla tela situazioni a metà tra certo iconismo popolare, quasi da arte povera, e un approccio modernamente concettuale, postmoderno, “anacronistico” e citazionistico insieme (fa pensare in certi tratti a Salvatore Fiume con il vitalismo e la sensualità araba e medio-orientale, della sua pittura). Ma non è solo questo: c’è anche un pensiero che scorre da un’opera all’altra e dice di un’attitudine conoscitiva, di una volontà di esplorare il reale per fissarne l’emozione sulla tela o sul cartoncino perché serva anche agli altri, spettatori distratti di un mondo che reclama attenzione e cui Caruso sa dare un’anima.

Il risultato è duplice: grazie al trattamento del colore, riesce a raggiun-

gere una corrispondenza tra suggestione emotiva e ordine della composizione, cosa questa che non è di poco conto, in tempi in cui l’arte contemporanea va liberandosi dal cerebralismo e da certa fredda oggettualità che l’ha caratterizzata nell’ultimo mezzo secolo; con la sua scansione per “cicli” (penso alla serie dedicata all’Africa, al “Surrealtotemico”, o ai “Colori proibiti”), dà l’impressione di un continuo cambiamento, di un modo di stare al passo con i tempi con una capacità fortemente propositiva in chiave quasi visionaria.

Colori e figure si fondono dunque in maniera essenziale prestandosi reciprocamente forza: i primi secondando ed esaltando il contorno dell’immagine; le seconde offrendosi in luminose teorie ed esponendosi alla luce, frontalmente, senza prospettiva.

Val la pena di aggiungere un’ulteriore notazione, il ruolo che gioca la poesia, testimoniato dalla presenza di molti ritratti dedicati a poeti. Campanella, Pasolini, Ezra Pound, Caproni e specialmente Cinzia Demi, che compare non solo in un ritratto del 2007 a lei intitolato ma anche in altre opere (come Aletheia, del 2006, e Maddalena del 2013), stanno a significare come il suo immaginario si nutra di essenziali linfe di emozioni e sentimenti che la parola della poesia è capace di veicolare.





AUSSTELLUNG WERNER BOMMER

Werner Bommers bildnerische Arbeit bewegt sich im Spannungsfeld von Figuration, Abstraktion und Ungegenständlichkeit.

Figürliches ist mal im Zentrum, mal eingebettet in Rhythmus und Formen, mal versteckt hinter und unter gegenstandslosem Farb- und Form-Gefüge.

Ziel ist eine formale Einheit von vorgegebenen und selbst kreierten Bild-Realitäten.

Werner Bommer

1948 geboren in Rickenbach TG

1968 Lehrerdiplom, Lehrerseminar

St. Michael Zug

1970 - 74 Hochschule für Gestaltung und

Universität Basel

Zeichenlehrer-Diplom

1974 - 92 wohnhaft in Zug

Lehraufträge an den Pädagogischen

Hochschulen Luzern und Zürich

Lebt und arbeitet in Zürich





ARTE LAGUNA: UN CONCORSO PER ARTISTI INTERNAZIONALI

Il 12 dicembre si è chiuso il bando del prestigioso premio Arte Laguna, patrocinato fra gli altri dai Ministeri degli Affari Esteri e dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, dalla Regione Veneto nonché da Cà Foscari, IUAV e Istituto Europeo di Design.

Il bando è rivolto ad artisti internazionali, scultori pittori fotografi e artisti digitali. Ideatore del concorso e presidente della prestigiosa giuria internazionale è il critico d'arte Igor Zanti, del cui lungo curriculum ci limitiamo a ricordare per il pubblico svizzero gli incarichi di curatore della Galleria Barbara Mahler di Pura e della collezione UBS di Lugano. I premi da assegnarsi sono di particolare pregio, in denaro e non solo, ma l'elemento di maggiore attrattiva per gli artisti è la mostra del marzo 2016 nell'Arsenale veneziano per i 120 finalisti: trenta opere per sezione - pittura, scultura, installazioni e fotografia - più dieci video e altrettanti progetti di arte ambientale, e cinque performances che saranno presentate nel corso della cerimonia inaugurale. Le opere di arte digitale saranno invece esposte al Future Centre, sede veneziana di Telecom Italia.

Ora che il bando è chiuso, tocca alla giuria e ai rappresentanti dei partners internazionali - sarebbe troppo lungo elencarli tutti, ma i nomi sono del livello di Telecom, Swatch e Fondazione Berengo - individuare gli artisti da invitare alle quattro mostre previste in gal-

leria, ai tre festival e alla creazione di nuove opere per due aziende italiane. Il lavoro dei giurati è già iniziato, ma solo il 19 Marzo all'Arsenale di Venezia il pubblico potrà conoscere i nomi dei sei i vincitori assoluti, più quelli di chi si aggiudicherà i premi speciali per sezione. Ancora una volta, da Venezia arriva un'iniziativa importante che, col coinvolgimento di istituzioni e partner ai massimi livelli, declina con rigore l'immagine di bellezza e internazionalità di una delle più famose città d'arte del mondo. E siamo certi che gli artisti prescelti non tradiranno le aspettative degli organizzatori.



**ARTE ART PRIZE
LAGUNA 15.16**



EXPOSITION JEAN-PIERRE SERGENT ANIMA MUNDI BIS 5 MARS 2016

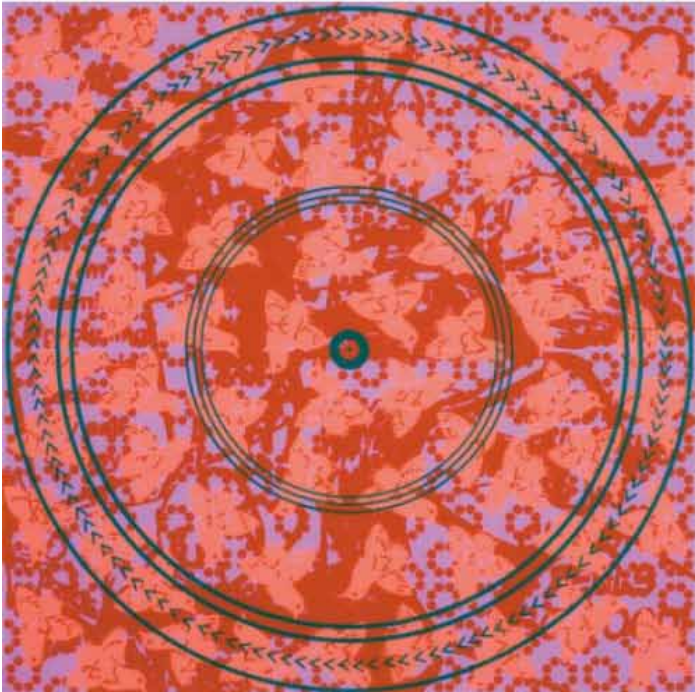
GALERIE KELLER | SELNAUSTRASSE 15 | 8001 ZURICK FINISSAGE
LE SAMEDI 5 MARS DE 1H À 17H HORAIRES

JEAN-PIERRE SERGENT
Artiste peintre franco-new-yorkais, il vit et travaille aujourd'hui à Besançon. Son travail est exposé internationalement depuis plus de vingt ans et plusieurs expositions monographiques importantes lui ont été consacrées : en 2011 au Musée des Beaux-Arts de Mulhouse, en 2012 à la Ferme de Flagey (Musée Courbet), durant l'été 2013 au Kunstpalais de Badenweiler en Allemagne. En été 2015, il a eu deux expositions personnelles en Suisse : Erotic Graffitis & Sacred patterns à Bâle & Earth Is The Region Of The Fleeting Moment à Montreux, et il a également participé à la 7ème Biennale de Besançon en octobre ainsi qu'au MAG de Montreux en novembre.

ANIMA MUNDI

Les oeuvres de Jean-Pierre Sargent présentées dans cette exposition sous le titre Anima Mundi, ou l'Âme du Monde, sont de fait des oeuvres emmenant le spectateur vers un "centre" universel et transcendant. L'Anima Mundi étant par définition : la force vitale dans l'Univers manifesté ; les peintures de l'artiste sont en quelque sorte les représentations mêmes de ces énergies-forces que sont les couleurs, la vitalité ou la sexualité. Les sages millénaires montrent empiriquement que dans la réalité des choses, il semble qu'il faille régulièrement réensemencer notre monde intérieur ainsi que le Monde en général : La terre, les rivières, la Nature, les cultures (terrestres, ethniques et

intellectuelles) etc... pour que l'Humain et le Monde puissent survivre et prospérer. Ainsi les peintures de l'artiste semblent avoir ce pouvoir "magique", démiurgique et transcendant. Elle nous font accéder à ces voyages cosmiques, paradoxalement à la fois intimes et universels, effrayants et salutaires, sur les traces des sages philosophes hindous, amérindiens ou même directement dans les lieux imaginaires et paradisiaques décrits par Lucien de Samosate dans ses Voyages extraordinaires: - 14. Le Banquet, L'Élysée. (...) C'est une prairie délicieuse, environnée d'arbres nombreux, épais, dont le feuillage ombrage les convives couchés sur un tapis de fleurs. (...) En guise de couronnes, les rossignols et l'ensemble des oiseaux musiciens cueillent des fleurs de leur bec dans les prairies voisines et les font neiger sur les convives qu'ils survolent en chantant. Semblablement, toutes les images proposées ici par l'artiste sont chacune extraites d'une réalité tangible : des fleur de lotus, la Déesse maya de la pluie Ixchel, les crânes de mort aztèques, l'esprit du Jaguar (El Tigre), les femmes asiatiques liées en bondage et en extase sexuelle, les trances chamaniques etc...qui sont toutes des images de rituels existants ou préexistants, ou des scènes de contemplation. Ces mélanges iconographiques harmonieux ou chaotiques, peuvent, grâce aux couleurs et aux superpositions créées par l'artiste, provoquer et induire des résonances et des émotions qui nous emportent vers ce lieu universel, au sens vrai de l'Anima Mundi, dans un voyage initiatique, imaginaire ou réel, au centre gordien vital de l'Âme du Monde.





ABITARE ITALIA



GALLERIA ROSSELLA COLOMBARI

ABITARE ITALIA CASA MUSEO

DESIGN WEEK - SALONE DEL MOBILE 2016

OPENING 12 APRILE
VIA MARONCELLI 10 - H.18/23

Il progetto espositivo ideato per questa mostra rappresenta l'intera esperienza della vita da gallerista di Rossella Colombari. Per questa occasione, gli spazi della Galleria vengono ristrutturati, ripensati e trasformati in una sorta di *sodalitates litterarum*, attraverso la ricostruzione di un arredo particolarmente accurato (sala da pranzo - salone). Le forme protagoniste, fanno convivere autori e stili di periodi diversi ispirandosi alle raffinate esperienze Interiors degli anni '70.

Il bisogno di ottenere un effetto di unicità si traduce nello studio delle proporzioni e delle strutture stilistiche, garantito dalla competenza dell'Ideatore che assume il ruolo di anfitrione, come nei salotti francesi d'epoca illuministica.

Un luogo di aggregazione che contrasta la banalità di un semplice allestimento ed accresce la richiesta del confronto tra posizioni di diverse esperienze. Un symposio di collezionismo contemporaneo per tornare al piacere di capire l'Oggetto.

Solo nomi di Artisti e Designer che hanno segnato la storia, partendo dall'Antico per arrivare al Design del XX secolo, passando per le forme della Pittura più contemporanea.

Le opere inedite, provenienti da collezioni private, trovano quindi il loro dialogo e raggiungono un equilibrio estetico.

I personaggi raccontati in una visione metafisica di un raro arazzo dai toni blu e rossi, firmato Turnais (1457), con Carlo V alla conquista delle Fiandre, vanno a sposare uno straordinario cabinet in lamiera di Paul Evans, simile ad un cofano nuziale medievale, dall'aspetto brutale. Il carattere bellico di entrambe gli oggetti, espresso dalla forza del colore, è uno dei loro leitmotiv. Lasciando l'ingresso si accede alla Sala da pranzo dove le vetrate, vestite con tende futuriste progettate da Levi Montalcini, diventano sipario. Le loro trasparenze fanno da cornice al tavolo in cristallo, pezzo unico, ideato dagli architetti Claudio Lazzarini e Carl Pickering. L'ambiente è illuminato da un grandioso lampadario degli anni '70, che lascia nella penombra, in un'atmosfera magica, le opere di Piero Livio: *Objet de curiosit * immortalate in campagne di vetro.

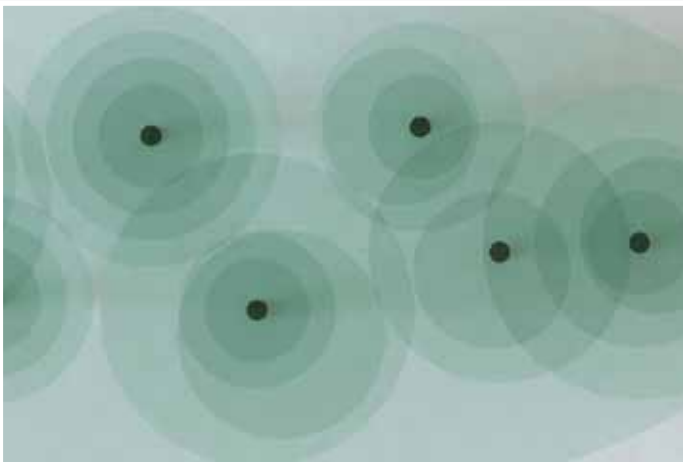
In questo gioco, si aggiunge un boudoir-salotto arredato con divani e poltrone di Carlo Zen.

La leggiadria del Liberty e quella settecentesca continuano il loro dialogo con le opere di Marc Quinn: fiori fotografati altrove e riportati pittoricamente qui per unirsi alle pergamene di Ottavio Monfort.

Una stanza delle meraviglie dove qualit , maturit  e le dottrine di oltre 35 anni di carriera convivono. La memoria in costante esercizio per guardare, crescere e far rivivere un oggetto.



Tavolo, Courtesy of Arch. Lazzarini & Pickering and Galleria Colombari
Dining Table, Courtesy of Arch. Lazzarini & Pickering and Galleria Colombari



(dettaglio), Tavolo, Courtesy of Arch. Lazzarini & Pickering and Galleria Colombari
(detail), Dining Table, Courtesy of Arch. Lazzarini & Pickering and Galleria Colombari



*Kongur Tagh Highlands, Marc Quinn, 2011, Courtesy Waddington
 Coustot Gallery*



(dettaglio), Tende, Gino Levi Montalcini, 1932-34, Courtesy Galleria Colombari
(detail) Curtains, Gino Levi Montalcini, 1932-34, Courtesy of Galleria Colombari

a lato: Tavolo, Courtesy of Arch. Lazzarini & Pickering and Galleria Colombari
*Dining Table, Courtesy of Arch. Lazzarini & Pickering and Galleria Colombari French vase,
 Age of Directory, ca. 1975, Courtesy of Galleria Colombari*

ABITARE ITALIA
 Casa Museo
 dal 13/04 al 25/05

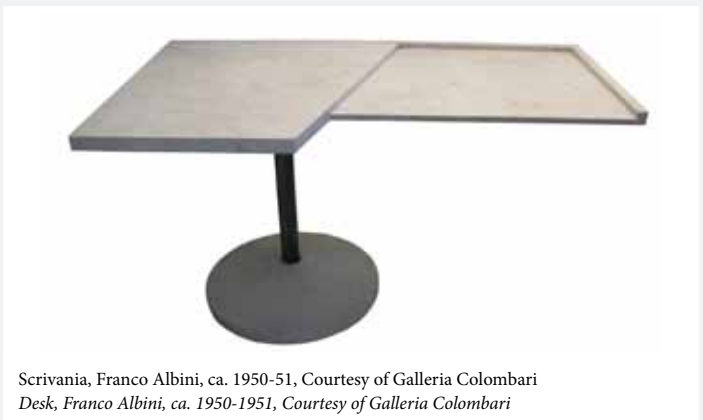
contatti
 GALLERIA ROSSELLA COLOMBARI
 www.galleriacolombari.com
 via Maroncelli 10, 20154 Milano
 T. +39 02 29001189
 galleria@galleriacolombari.com

coordinatore
 MAGDALINI TIAMKARIS
 Galleria Rossella Colombari
 T. +39 02 29001189
 gal.leria.rcolombari@gmail.com

ufficio stampa
 PAOLA COLOMBARI
 via Maroncelli 13, 20154 Milano
 T. +39 02 29091252
 Mob. +39 348 2635056
 info@edizionigalleriacolombari.com



Comò, Studio Attilio e Giuseppe Terragni, ca. 1937
Cabinet, Studio Attilio e Giuseppe Terragni, ca. 1937



Scrivania, Franco Albini, ca. 1950-51, Courtesy of Galleria Colombari
Desk, Franco Albini, ca. 1950-1951, Courtesy of Galleria Colombari



Carlo Mollino e specchio di Ettore Sottsass,
 Courtesy of Galleria Colombari
 Installation view, Carlo Mollino and Ettore Sottsass mirror,
 Courtesy of Galleria Colombari



Carlo Mollino, Lampadario Sala Lutrario, 1962-1964
 Carlo Mollino, Lamp Sala Lutrario, 1962-1964



Galleria Rossella Colombari a Design Miami, Dicembre 2015, Courtesy of Galleria Colombari
 Installation view, Design Miami, December 2015, Courtesy of Galleria Colombari



Galleria Rossella Colombari a Design Basel, Giugno 2015, Courtesy of Galleria Colombari
 Installation view, Design Basel, June 2015, Courtesy of Galleria Colombari



Giò Ponti, 1950, Courtesy of Galleria Colombari
Installation view, Giò Ponti, 1950, Courtesy of Galleria Colombari



Vaso francese, Direttorio, ca. 1975, Courtesy of Galleria Colombari
French vase, Age of Directory, ca. 1975, Courtesy of Galleria Colombari



(dettaglio) Arazzo, Turnais, 1427, Courtesy of Galleria Colombari
(detail) Tapestry, Turnais, 1427, Courtesy of Galleria Colombari

Per amare la bellezza bisogna conoscerla: seguendo questa semplice regola nei tanti anni passati a frequentare la memoria di oggetti della cultura materiale italiana e internazionale, Rossella Colombari ha prodotto la ricerca e il ritrovamento di molti di essi, che si credevano perduti o di cui non si ricordava più l'esistenza. Incurante delle mode e delle tendenze, ha creduto possibile la ricostruzione di un mondo di bellezza molto italiana: perlomeno quella che artisti designer e architetti hanno a loro volta immaginato come l'unica possibile per il loro essere. Albini, Mendini, Mollino, Chiesa, Ponti, Sottsass, sono solo alcuni dei grandi, o grandissimi autori, che con le loro opere sono passati dagli spazi fisici e mentali che negli anni Rossella, prima con la sorella Paola, poi da sola ha loro offerto per essere ritrovati dai contemporanei che non hanno avuto possibilità di conoscerli direttamente.

Ora dalla sua fantasia e autorevolezza nasce un nuovo progetto che non rinnega nulla del passato e del presente della sua ricerca, ma li trasforma in un futuribile, per così dire quantistico: un "Multiverso" dove convivono tempi e mondi che normalmente non si incontrano, o che non crediamo possibile si incontrino. Eppure quest'incontro è la modalità con cui ogni giorno riflettiamo, lamentiamo o speriamo nell'esperienza del mondo, riannodando tra loro in un personale intreccio i fili del vissuto passato e di quello immaginato per l'oggi e il domani.

La sua idea di Abitare Italia è dunque la piccola grande utopia di trasformare una galleria in uno spazio/tempo dove far convivere insieme il design del XX e del XXI secolo con l'arte, antica e contemporanea: così che queste diverse forme di espressione e di costruzione della realtà degli oggetti possano attraversare i secoli, i millenni e far rivivere all'osservatore, all'appassionato o esperto, le stesse sensazioni che abitando con essi possano aver provato persone del tutto simili a noi, semplicemente vissute in altri tempi e società.

FORMA OMNIA VINCIT ABITARE ITALIA

Il progetto del nuovo spazio, oltre che una completa risistemazione dell'interno, sta anche nella creazione di eventi in cui periodicamente si incontreranno amanti delle arti, per condividere l'esperienza di Multiversi sempre differenti: un ambiente conviviale e animato dalla presenza di mobili, oggetti, quadri e sculture messi "in corto circuito" tra loro, a creare il dialogo tra i partecipanti e le forme esposte.

Alla fine, sono proprio le forme a prevalere nel tempo e sul tempo. Idee, visioni, tecniche, materiali convergono tutte nelle forme della bellezza, danno ad esse il significato più profondo: non solo economico e affettivo, ma storico e culturale. In un tempo di grandi crisi identitarie, nella confusione tra globalità e universalità, è responsabilità degli esperti - come quella degli artisti e dei progettisti - riaffermare la singolarità dell'esperienza italiana, raccontarne la particolarità, la sua capacità di mantenere valore nel tempo. Sarà questa capacità dell'arte il soggetto delle mostre di Abitare Italia, con l'attrattiva di accostamenti insoliti e inaspettati, di autori come di opere: una sorpresa continua, con la regia accorta e discreta di Rossella.



live
Dj
set

made in SALENTO

SUD SOUND SYSTEM

FEAT. PAPA LEU SELECTER

BOOMDABASH

09.04.2016 #KOMPLEX 457

HOHLSTR. 457 / 8048 ZÜRICH / DOORS OPEN 22.00 / WWW.KOMPLEX.CH

LIVE PIZZICA PERFORMANCE "I-SSAMITI"

LIVE "DE LUCA" // "VINZ & EMA"

STEFANODJ DIJOE AXO DICARMINE DJFRENCH SOLO DJNICO DJCESCO

TICKETS UNTER: STARTICKET.CH // DSEVENTS.CH

GEWINNE TICKETS AUF EVENTSINFO.CH

EVENTS
INFO.CH

CENTRO
MARE

tuttoItalia.ch

Pagina

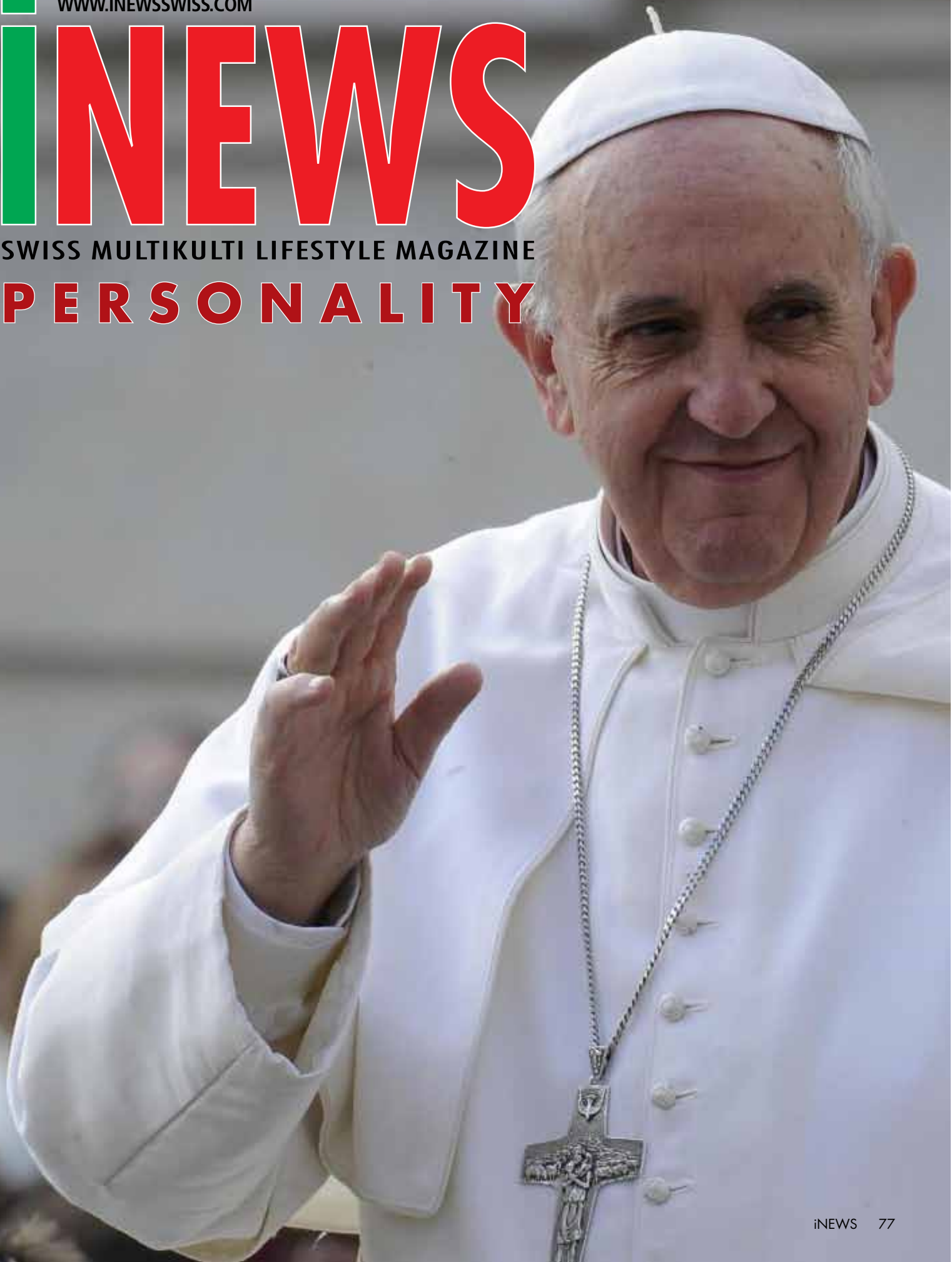
SUD SOUND SYSTEM

WWW.INEWSWISS.COM

iNEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

PERSONALITY





BOOM DEI VIDEOGIOCHI

ECCO PERCHÉ...

Il mercato mondiale dei videogames è in piena espansione. Un'industria che a livello globale, racconta il Financial Times, vale quasi 100 miliardi e che, secondo l'Economist, a fine anno ha sorpassato i ricavi di cinema e musica messi assieme. Nel 2015 il videogioco solo in Italia ha fatturato un miliardo, mentre in Svizzera sono attualmente una sessantina le start up che si sono lanciate nel gioco digitale. Per capirne di più abbiamo incontrato Riccardo Cangini, pioniere dell'industria italiana del gaming. Fondatore di Artematica Entertainment nel 1996 e cofondatore di IUDAV (Istituto Universitario Digitale di Animazione & Videogiochi) nel 2013, Cangini ha regalato al popolo videoludico titoli come I Play 3D Soccer, Druuna: Morbus Gravis, Martin Mystère: Operazione Dorian Gray, oltre ad una serie di altre avventure grafiche su Dylan Dog, Diabolik, Tex.

Professor Cangini, la sua produzione ormai quanti titoli commerciali conta? A caldo direi un centinaio. Una produzione piuttosto eterogenea che ha abbracciato diverse piattaforme, tipologie di prodotto e target: videogiochi e applicazioni per PC, console, social network, mobile, edutainment, skillgames, adver games, virtual sports, etc

games passando dai vecchi coin-op da sala giochi per arrivare ai nuovissimi caschetti virtuali Oculus Rift.

Le sue partnership principali?

Abbiamo avuto la fortuna di lavorare con realtà di alto profilo, da Warner Bros a Ubisoft, da Disney alla RAI, dalla Ducati alla Ferrari, a Ferrero, da Lilly a Granarolo, passando per Vasco Rossi, Violetta, Spiderman, Winx.

Il suo principale progetto in cantiere?

In realtà sono 2! Il 1° (che in meno di 4 mesi ha fatto più di 150.000 download) è il videogioco di ANIMAL-ACTION, lanciato in Italia il 1° settembre 2015 e prossimamente sui mercati esteri. Il 2° è invece top secret... Posso dire solo che il giocatore indossando un caschetto virtuale e dei joypad 'tracciabili' vive ed interagisce in un mondo virtuale.

Come va la 'lotta' tra colossi multinazionali e produttori indipendenti?

La lotta continua, ma non vede multinazionali da una parte e indipen-

denti dall'altra: ci muoviamo in segmenti differenti un po' come nel cinema. Alla fine le multinazionali si scontrano fra loro per mantenere o incrementare le rispettive quote di mercato, cosa non facile. Probabilmente è anzi più difficile per i big che non per gli indipendenti, soprattutto laddove i 'piccoli' siano skillati. Di questi tempi per me vige l'assunto "o micro o macro", il resto adiacente è piuttosto instabile e a rischio. Oltretutto le piccole società hanno sia il vantaggio di una maggior reattività che l'opportunità di sperimentare e proporre titoli originali che possano funzionare anche laddove rivolti a nicchie di mercato.

Stati Uniti, Giappone, Cina... L'Europa (magari proprio grazie all'Italia o la Svizzera) conquisterà mai una sua leadership nel firmamento mondiale del videogiochi?

Il Regno Unito era già nel firmamento a dire il vero, è sempre stato molto avanti e in proporzione, considerati 60M di abitanti rispetto al quintuplo degli Stati Uniti, l'UK rappresentava un mercato molto significativo. In Gran Bretagna nacquero e si svilupparono 2 società come Sinclair e Acorn che, specialmente la prima, segnarono la storia dei cosiddetti Home Computers.

Nei fatti anche l'Italia sarebbe dovuta rimanere e consolidarsi nel mondo dei videogiochi considerata la leadership europea rappresentata da Olivetti nel settore dei computer, leadership eccellente che in un universo alternativo probabilmente l'ha vista primeggiare anche rispetto ai big di oggi. Pochi ricordano che negli anni '70 De Benedetti attraverso Elserino Piol (Dir.Gen. di Olivetti) rifiutò la proposta di Steve Jobs di acquisire il 20% di Apple... Olivetti ha segnato la storia dell'informatica a livello mondiale e avrebbe potuto creare, teoricamente, quelle condizioni atte a permettere un mercato anche di produzione oltre che di consumo. Ad ogni modo oggi è tardi e, almeno nel segmento dei videogiochi per PC e console, così come li conosciamo oggi, non credo sia possibile conquistare una qualche leadership, né per l'Italia, né per qualsiasi altro Paese europeo. Non riesce nemmeno più a competere il Giappone che gode di un mercato interno molto effervescente. Oggi produrre videogiochi tripla A, cioè i più belli e ambiti dai 'giocatori incalliti', può costare diverse centinaia di milioni di dollari, cosa che permette esclusivamente a major americane di competere a quel livello. In settori diversi, ad esempio su mobile, non è invece da escludere nulla e c'è tanto, tantissimo da lavorare.

Dal 2010 gli imprenditori svizzeri di videogiochi beneficiano del sostegno della fondazione Pro Helvetia e del progetto Game Culture. In Italia?

In Italia si parla da tempo, ma non mi risulta esista né un programma concepito appositamente per sostenere e consolidare il settore, né fondi specifici di qualsiasi natura. Casomai non è impossibile tentare di risultare eleggibili per progetti cofinanziati dall'Unione Europea, i cui fondi sono accessibili anche dal nostro Paese. La percezione è che in Italia siamo talmente indietro da non permettere di pensare positivo.

L'offerta formativa svizzera in videogiochi è ricca e sostanzialmente pubblica (il Dipartimento degli studi in Game Design della Scuola d'arte di Zurigo è nato nel 'lontano' 2004). In Italia?

In Italia ci sono diverse iniziative e corsi di studio per imparare a realizzare videogiochi, oltre a programmi didattici veri e propri. Ad esempio lo IUDAV, dove gli studenti, oltre a studiare tutte le competenze necessarie per divenire developer, dopo un percorso di studi triennale possono ottenere una laurea in Videogiochi e Animazione appartenente alla classe L-20 - Scienze della Comunicazione. Da questo punto di vista credo che in Italia stiamo lavorando bene, al pari di altre nazioni.

In pochi anni un passatempo per adolescenti si è trasformato in un'attività universale per adulti, maschi e femmine. Come è successo? È un fenomeno irreversibile?

È successo che le tecnologie digitali, specialmente il Nintendo DS, internet, Facebook e i device mobile (smartphone e tablet) diventando 'facili' ed accessibili anche ad utenti che non erano troppo inte-

ressati al mondo dei computer (e delle console) hanno pure sdoganato i videogiochi. Un fenomeno irreversibile perché se alla parola videogiochi togliamo il prefisso video ci rendiamo conto che giocare è un'attività importantissima che coinvolge persone di qualsiasi età, sesso, etnia, credo... E attraverso le 'nuove' tecnologie digitali oggi ogni persona può trovare divertente interagire con qualcosa di ludico che rappresenti i suoi gusti, al di là che si tratti di sparare ad un alieno, irrigare un campo di fiori o trovare una parola sensata fra un insieme disordinato di lettere.

Videogiochi violenti: cosa fare? In Svizzera nel 2010 nacque una proposta di legge per bandirli, che poi non si tradusse in legge..

Come negli altri settori dell'entertainment anche in quello dei videogiochi esistono vari generi (storico, attuale, sci-fi, divertente ecc) e, soprattutto, varie tipologie (picchiaduro, party, puzzle, strategico, arcade, simulazione, sportivo, sociale, di corsa, avventura, sparattutto, azione, orrore ecc). I generi FPS (First Person Shooter o anche sparattutto) anziché Action sono quelli su cui tipicamente si scagliano giornalisti e politici, spesso più per questione di visibilità che non per reali motivi etico-sociali. E comunque sul tema è bene ricordare che studi e ricerche effettuati da università di tutto il mondo hanno sia dimostrato che giocare comporta benefici sotto il profilo intellettuale e sia che è comprovata la mancanza di nesso gioco violento = influenza sullo sviluppo psico comportamentale di bambini e giovani. Inoltre solo il settore dei videogiochi si attiene ad un'attenta certificazione per la quale ogni confezione posta in vendita adotta un bollino PEGI con indicato sia l'età minima suggerita per fruire del videogiochi che le fasce età di eventuali contenuti come: turpiloquio, discriminazione, droga, paura, sesso, violenza, gioco d'azzardo e gioco in rete. Di certo né la fiction cinematografica e né quella su carta adottano sistemi così attenti; se lo facessero la quarta di copertina di American Psycho oltre a riportare un bel 18+ dovrebbe mostrare altri 7 simboli di allerta... Infine statisticamente sono molto meno giocati i titoli violenti di tutti gli altri, ma è poco di moda ricordarlo. Candy Crush nel 2015 contava mezzo miliardo di giocatori al mese, Farmville (dove si gestiva una fattoria) al mese ne faceva 110 milioni, Flappy Birds vanta circa 100 milioni di download, Mario nelle versioni console ben più di 200 milioni di venduto. A conti fatti Gran Theft Auto, una delle saghe di giochi considerati più violenti, sembra poca cosa rispetto agli altri 'giochini'.

I videogiochi si sono fatti strada fin nei musei (il Grand Palais di Parigi, lo Smithsonian American Art Museum di Washington...). Il videogame è un'arte?

Indubbiamente, anche se occorre sempre ricordare che la prerogativa principale è e sempre resterà far divertire i giocatori. Poi l'ingegno umano e la bellezza raggiungono in determinati contesti un livello di piacere, coinvolgimento e stupore che non ci si può esimere dal considerare anche il videogiochi una stupenda forma d'arte. Per inciso anche la più complessa.

Il videogiochi che ha soppiantato il cinema, la TV, i fumetti, da cosa verrà a sua volta soppiantato in futuro?

Non credo che il videogiochi abbia soppiantato il cinema e gli altri media, più che altro ne ha ridotto il largo consumo essendo una giornata composta da 24 ore e competendo tutti sempre per lo stesso obiettivo: intrattenere e divertire.

Certo è che l'evoluzione tecnologica si riflette anche su tutti i segmenti dell'entertainment, talvolta rivoluzionandone gli apparecchi attraverso i quali fruiamo dei contenuti, così è stato per il vinile, le cassette e ormai i CD. Nel settore dei videogiochi l'arrivo dei caschetti virtuali apre contesti eccezionali che eroderanno ulteriormente i mercati 'classici', quelli dei film, dei fumetti e dei romanzi, proiettando gli utenti in nuovi mondi interattivi e in contesti sensoriali-percettivi, qualcosa che assomiglierà sempre di più ai sogni e che ci farà sembrare un po' di essere in Strange Days... Speriamo di arrivarci in modo sano, cosciente e preparato, altrimenti la società come la conosciamo oggi sarà inesorabilmente finita in GAME OVER.



@STENERSI
PERDITEMPO
Gianni Santoro

GIANNI SANTORO: DALLA WEB SERIES CON GEPPY CUCCIARI AL SUCCESSO DI "ASTENERSI PERDITEMPO"



Gianni Santoro e il suo inconfondibile sorriso ironico. Anche questo trapela dalle pagine del suo primo romanzo, "Astenersi perditempo", un dissacrante ritratto dell' "amore 2.0".

Si, perché il Gianni Santoro personaggio televisivo, che vanta nel proprio palmares partecipazioni a telefilm su MTV, Camera Café, nello spot Vodafone, nel mondo della televisione e del giornalismo, non si è limitato a dipingere le relazioni di oggi, spesso fuggivevoli e ciniche.

È andato oltre, analizzando decine e decine di "avventure", storie visute da lui stesso o dai suoi amici: un successo editoriale previsto, perché noi tutti, in questo mondo senza punti di riferimento, passiamo dal precario del lavoro a quello sentimentale.

In "Astenersi perditempo" un uomo ferito gioca al chiodo schiaccia chiodo, compulsivamente, cercando donne in siti, chat e passando dal sesso reale a quello virtuale.

Lui, semplicemente, non vuole più "sprecare" energie né sofferenze per celebrare quel rito chiamato amore e... ci riesce benissimo! Il romanzo, che racconta di ben 700 appuntamenti al buio in 15 anni, è quasi una guida alla sopravvivenza in campo sentimentale per uomini e donne.

Ma Gianni Santoro non è solo scrittore, bensì un artista poliedrico, capace di passare dal tono ironico-comico a quello serio della cronaca, dal mondo della letteratura a quello più scanzonato della televisione e delle web series.

Quando ti sei avvicinato al mondo del giornalismo?

Dunque:ho iniziato ad approcciare il mondo del giornalismo a 25 anni, collaborando con un periodico sportivo di Monza, che in un certo senso è la mia seconda città. Nel 1989 ho iniziato la collaborazione con un autorevole settimanale di Monza, occupandomi di calcio ma anche di "costume" e attualità.

Successivamente ho lavorato anche in radio private e agenzie di stampa, poi sono approdato alla tv (sempre a livello locale), e nel 2006 per due anni sono stato anche corrispondente della Gazzetta dello Sport.

Come è nata l'idea di "Astenersi perditempo"? Già il titolo è geniale!

L'idea del mio libro mi è stata suggerita da amici ai quali raccontavo le mie esperienze legate agli incontri per trovare l'anima gemella. Si divertivano un sacco nel sentirsi raccontare quelle storie talvolta grottesche e al limite della realtà. Così ho iniziato a scrivere anche se all'inizio ero poco convinto, però mano a mano che il libro prendeva forma capivo che in fondo era stata una scelta azzeccata...

C'è stato un momento in cui ti sei detto "Mollo tutto e lascio perdere la scrittura", magari legato a difficoltà nel trovare un editore? Tutti gli scrittori, persino Camilleri, ci sono passati.

Quando ho cominciato a proporre il testo alle varie case editrici; in alcuni casi c'è stato dell'interesse, anche da parte di grosse case, ma al momento propizio è mancata probabilmente la convinzione di rischiare su un autore sconosciuto. Fino al momento in cui, quando ormai non ci credevo quasi più... è arrivata la telefonata di Giraldi editore, da Bologna....

Tu sei noto non solo nel mondo della letteratura, ma anche in quello televisivo. Cosa si prova a lavorare fianco a fianco con personaggi con personaggi televisivi del calibro di Geppy Cucciari e Belen Rodriguez?

Riguardo alle mie esperienze con Belen c'è poco da dire...

Posso solo dirti che Belen è molto disponibile con le persone della troupe... insomma.. non sembra tirarsela..

Sull'esperienza con Geppy Cucciari sono con lei in una web series che sta girando: lei nella finzione è un'apassionata di tutto ciò che riguarda gli anni Ottanta.

È stata carina anche lei.. a pranzo mi ha invitato al suo tavolo con altre persone del suo entourage.... (fa l'occhiolino in modo allusivo).

Insomma, Gianni Santoro è uno scrittore che riserva sorprese e desta molta curiosità, quindi speriamo di incontrarlo ancora per fargli tante altre domande.

Nel frattempo possiamo divertirvi a leggere fra le righe di "Astenersi perditempo" questa mirabolante storia di un Casanova del terzo millennio.



SERGIO SAVOIA NUOVO RESPONSABILE DELLA PROMOZIONE IN ANTENNA RSI



Sergio Savoia è stato nominato nuovo responsabile della promozione in antenna RSI. Succede a Claudio Lazzarino, recentemente passato al ruolo di produttore di Rete Uno, ed entrerà in funzione in primavera.

La scelta di Sergio Savoia è avvenuta nell'ambito di un concorso interno ed esterno, al quale hanno partecipato una sessantina di persone.

Nato a Faido nel 1964, Sergio Savoia ha studiato Storia medioevale in Svizzera e in Italia. Agli inizi degli anni '80 ha cominciato a collaborare con la RSI come animatore, conduttore, autore e giornalista, diventando anche responsabile dell'animazione radiofonica.

Dopo 17 anni di radiotelevisione, ha iniziato a lavorare per il WWE, allo European Alpine Programme, che dirige dal 2006.

Autore di alcuni libri (tra cui *Lo Svizzionario*), ha tenuto corsi di scrittura creativa e comunicazione, tradotto manuali e svolto attività di consulente, collaborando con diverse testate.

Il suo ruolo comprenderà la promozione coordinata in antenna dell'offerta televisiva, radiofonica e multimediale della RSI.

Per maggiori informazioni potete rivolgervi alla responsabile della Comunicazione RSI: Stefania Verzasconi stefania.verzasconi@rsi.ch, Tel +41 79367 1516

WWW.INEWSWISS.COM

INEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

C I N E M A



NARDIS PRODUCTION & BRAIN DIGITAL
PRESENTANO

Mare d'argento

UN FILM DI
CARLOS SOLITO

CON

ALESSIO VASSALLO

NANDU POPU

CHIARA TORELLI

DANILO PALMISANO

ANGELO CORELLI

ANDREA DE CAROLIS

DOMINGO SIBILIO

MUSICHE DI

MANGO E NANDU POPU DEL SMO SOUND SYSTEM



NARDIS PRODUCTION & BRAIN DIGITAL PRESENTANO MARE D'ARGENTO CON ALESSIO VASSALLO NANDU POPU CHIARA TORELLI
DANILO PALMISANO ANGELO CORELLI ANDREA DE CAROLIS DOMINGO SIBILIO FERNANDO SANTOPIETRO
SCRITTO E DIRETTO DA CARLOS SOLITO MUSICHE DI MANGO E NANDU POPU (SMO SOUND SYSTEM) STORY EDITOR VALENTINA STRADA D.O.P. E AIUTO REGIA STEFANO PASSARO
EDITING E VFX FEDERICO PASSARO DIRETTORE DI PRODUZIONE ANTONIO PIROGIANNI ASSISTENTI DI PRODUZIONE ELISA SANTO TONICO DI PRESA DIRETTA NICO TRIPALDI
OPERATORI MATTEO BEA SCENOGRAFIA MARIANTONETTA SALVATORE COSTUMI ANGELO NAPOLITANO MAKE UP & HAIR LAURA CACCIAPAGLIA
FOTOGRAFIA DI SCENA MARIO IOVINELLA BUNKEN GIRO PIROGIANNI E CHRISTOPHER SOLITO





MARE D'ARGENTO

Il cinema per difendere gli ulivi pugliesi e cantare la bellezza del suo territorio attraverso l'occhio del regista, fotografo e scrittore Carlos Solito.

Mentre la Procura della Repubblica di Lecce stoppa le eradicazioni, mettendo in seria discussione le certezze sull'efficacia del piano Silletti annunciate dall'Unione Europea e dal Ministero delle Politiche Agricole, esce il cortometraggio MARE D'ARGENTO, interpretato da Alessio Vassallo, Nando Popu dei Sud Sound System, Chiara Torelli e il giovanissimo Danilo Palmisano. La colonna sonora è Mediterraneo di Mango.

#maredargento #difendiamogliulivi #weareinpuglia

COMUNICATO STAMPA DEL 7 GENNAIO 2016

La nodosa maestosità degli ulivi di Puglia, le chiome regali agitate dal maestrale e l'inconfondibile paesaggio che dal Gargano al Salento, passando per il Tavoliere e la Murgia, caratterizza l'intera regione, sono i protagonisti di un film. Anche il cinema scende in campo in difesa dell'albero simbolo del Mediterraneo che secondo il mito sarebbe stato il dono di Atena nella sfida con Poseidone per il dominio dell'Attica.

Nel marasma di preoccupanti notizie del batterio Xylella, rivelatosi una grande farsa con dolorose eradicazioni di ulivi secolari del piano di emergenza del Governo, la cui efficacia - ipotizzando reati a vario titolo - è stata messa in discussione dalla Procura di Lecce con sequestri preventivi e indagati, il regista fotografo e scrittore Carlos Solito firma Mare d'argento. Un cortometraggio, fortemente sostenuto dai patron delle incantevoli masserie Torre Coccaro, Torre Maizza e Borgo San Marco a Fasano, e dai food brand Agricola del Sole e Selezione Casillo di Corato (Ba). Il film, scritto dallo stesso Carlos Solito, il cui talento narrativo da tempo è noto alle cronache italiane ed estere per il suo focus legato al sud Italia, nasce dall'intenzione di celebrare la magia dell'uliveto Puglia e di tutto ciò che esso contiene a partire dalle monumentali masserie, imbiancate a latte di calce, i frantoi ipogei, i muretti a secco e gli insediamenti rupestri del territorio di Fasano in provincia di Brindisi.

A raccontare le più rappresentative bellezze di questo luogo, tra Murgia Meridionale e la costa dell'Adriatico, c'è il punto di vista e le avventure di un eroe bambino, Vittorino, interpretato da Danilo Palmisano. Nativo di Locorotondo, 11 anni, insieme ai tre coetanei Angelo Corelli, Andrea De Carolis e Domingo Sibilio, è stato selezionato dalla locale Scuola di Teatro Glittèr che già in altre occasioni si è



rivelata un ottimo bacino casting per altre produzioni cinematografiche made in Puglia.

Prodotto dall'abruzzese Nardis Production (con la produzione esecutiva dalla campana Brain Digital) a esaltare il progetto ci sono le partecipazioni dei volti noti Alessio Vasallo (Il giovane Montalbano 1 e 2, I Borgia, St@lker, Fino a qui tutto bene, Fratelli minori, A testa alta, I martiri di Fiesole), Nando Popu dei Sud Sound System impegnato in prima fila contro il problema Xylella, Chiara Torelli (Sanguievivo, Pizzicata, Senza ne arte ne parte).

Tutto ha inizio dalle storiche masserie Torre Coccaro e Torre Maizza (che rappresentano appieno gli stilemi più tipici e suggestivi dell'architettura pugliese) e continua fino a Borgo San Marco nota anche per i suoi insediamenti rupestri. Incapace di nuotare, Vittorino vincerà una personale sfida contro nemici e paure, incontrando, di volta in volta, personaggi da fiaba e sopra le righe, cantori di una Puglia storica e magica.

L'obiettivo del cortometraggio è quello di mostrare una Puglia tradizionale e poetica allo stesso tempo, un luogo tra sogno e realtà dove gli uliveti secolari rappresentano il miglior teatro da gioco e trasfigurazione fantasiosa del reale di un bambino. Sviluppando modelli e contenuti realistici attraverso il filtro dell'immaginazione il protagonista, coi suoi incontri strampalati, racconta dietro una prospettiva magica e sentimentale questo unicum paesaggistico e culturale. Sul profilo cinematografico, si vuole caratterizzare la Puglia come un territorio affascinante e senza tempo, con rimandi estetici al linguaggio del neorealismo. A marcare le atmosfere ci sono le musiche dello stesso attore Nando Popu e la colonna sonora che porta la firma di Mango col brano musicale Mediterraneo al quale il regista è particolarmente legato. A riguardo Laura Valente, moglie del cantautore lucano scomparso un anno fa, scrive: "Quando abbiamo la fortuna di incontrare un bravo cantastorie, all'improvviso e con naturalezza, mentre lui racconta, noi torniamo a essere un po' bambini e la nostra vita, per qualche istante, è di nuovo semplice e profumata come le lenzuola stese al sole. Grazie Carlos, Mediterraneo di Pino ha trovato un nido".

Link trailer film MARE D'ARGENTO

<https://www.youtube.com/watch?v=DcitRjXtRjs>

Link mega foto in alta risoluzione film MARE D'ARGENTO

https://mega.nz/#F!AFhQB4t!VSijs4-h_LbnEyZ5Wku0yw

Per informazioni,

richiesta di visualizzazione del film per intero,

interviste agli attori e al regista

Antonio Piergianni

m +39 3474659384 | antoniopiergianni@hotmail.com

carlos.solito@libero.it

BIOGRAFIA CARLOS SOLITO

Carlos Solito, 37 anni, collabora per La Repubblica, Il Messaggero, Rolling Stone, Icon, Credere, Bell'Italia, In Viaggio, Marcopolo, Partiamo, Viaggi de Il Sole 24 Ore, Traveller, Sport Week de La Gazzetta dello Sport, Oggi, Dove, Sette e Style de Il Corriere della Sera, Luoghi dell'Infinito dell'Avvenire e altri. Già autore del docufilm "ALLANM" - per il mensile Rolling Stone - e del videoclip "Che ci vado a fare a Londra" del nuovo album del rocker italiano Omar Pedrini (Universal Music dis.), per il suo "tachicardico" andirivieni cura per la rivista Vanity Fair il blog di viaggi e incontri umani Tachicardia (<http://tachicardia.vanityfair.it>). Insignito di vari riconoscimenti giornalistici e fotografici - tra gli ultimi il Mare Nostrum Awards, il Premio Viaggiatore, il Premio Oliofficina - con la sua fotografia, scrittura e video racconta, tra transumanze creative, un Sud Italia lontano dalle rotte e dalle logiche comuni ai più. Nel 2011 ha esposto a Lecce e a Venezia presso la 54^a Esposizione Internazionale d'Arte della Biennale di Venezia nel Padiglione Italia, e ancora sue mostre fotografiche sono state esposte ad Amsterdam, Parigi, Montréal, New York, Bogotá, Praga, Milano, Roma, Napoli e altri luoghi d'Italia. Già "scovato" anni fa da Franco Dragone (tra i padri de Le Cirque du Soleil e produttore del suo docufilm Québec, my version

nel 2012), Carlos Solito è interpellato anche da enti governativi (come i Ministeri per il Turismo) per documentare le emergenze turistiche dei rispettivi territori. Tra i vari incarichi quello del Québec, della Giordania e, nel 2013, in occasione dell'Anno della Cultura Italiana in USA, quello dell'agenzia NYC GO per raccontare le realtà delle Little Italy tra il Lower Manhattan, Brooklyn e Bronx. Diversi sono i libri (narrativa, fotografici e guide) pubblicati in Italia e all'estero per White Star, National Geographic, Mondadori, Elliot, Touring Club Italiano, Versante Sud, Giunti, Skira, Rizzoli, Sitcom/Marcopolo, San Paolo/Famiglia Cristiana, Editoriale Domus, Carsa, Massa, Adda, Besa e altri. Tra gli ultimi libri ci sono Montagne (Elliot) curato e scritto insieme a Dacia Maraini, Paolo Rumiz, Maurizio Maggiani, Andrea Bocconi e Andrea Gobetti; Atlante degli oli italiani (scritto da Luigi Caricato) di Mondadori; Basilicata, narrazioni di paesaggi (insieme alla Società Geografica Italiana) di Touring Club Italiano; Nel blu (di Oscar Farinetti) di Feltrinelli per i quali ha curato l'apparato fotografico. In occasione di Expo Milano 2015 ha firmato le fotografie dello spazio Eatly di Oscar Farinetti e sta curando la direzione artistica del progetto (da lui stesso ideato) Nel nome del Padre, storie di grano e di terra nel Cluster Cereali e Tuberi per la holding Casillo Group.





GIFFONI
experience

PHOTO by SANCTUARY film directed by Marc Brummund

GIFFONI SI RICONFERMA PALCOSCENICO DI INCONTRI INTERNAZIONALI

I SUOCERI ALBANESI VIZI E VIRTÙ DEL NOSTRO TEMPO

Gianni Clementi sforna un'altra delle sue divertentissime commedie, questa volta scritta su misura di Francesco Pannofino e di sua moglie (nella vita e sul palcoscenico) Emanuela Rossi. Emanuela è strepitosa nei panni di una chef vestale della cucina molecolare fatta di gocce distillate di lacrime di pollo (o qualcosa del genere) che proposte a Pannofino, alla ricerca perenne invece di una amatriciana con tre etti di pecorino, sono un vero affronto. Ma i problemi che i coniugi debbono affrontare non sono questi. Il loro tormento è la figlia Camilla, una brava ed espressiva Elisabetta Clementi, che, come gran parte dei ragazzi di oggi, pensa soltanto a inviare sms e a lamentarsi dei suoi genitori, senza mai degnarli di un sorriso o di un gesto affettuoso. Pannofino è un consigliere comunale, preso dalla politica e dai dubbi dei suoi compagni di partito, dalle idee progressiste, almeno così lui pensa. È superfluo dire quanto Pannofino riesca a riempire la scena. I suoi controtempi, le sue battute, le sue perplessità sono un vero godimento per gli spettatori che hanno sottolineato con continui applausi le sue battute oltre naturalmente a quelle dei suoi compagni di scena. La casa dei due borghesissimi coniugi è invasa da Benedetta, una erborista, seguace della new age, alla perenne caccia di un uomo da accalappiare. La interpreta una dinamica e puntuale Silvia Brogi, molto brava a interagire e a commentare con l'amica Ginevra (Emanuela Rossi) gli umori dell'irrequieta figlia. L'adrenalina sale quando sulla scena irrompe un singolare personaggio, l'inquilino del piano di sotto, un eccentrico tenente colonnello interpretato con notevoli effetti comici da Andrea Lolli. Con lui arriva la svolta della commedia perché il colonnello reclama la rottura di una tubatura e quindi è necessario chiamare in soccorso un idraulico. E chi può fare un lavoro del genere oggi in Italia? Ma sì, un albanese: Igli, un bravissimo Maurizio Pepe, tanto perfetto nell'interpretare il carattere



di questi nostri cugini d'oltre Adriatico, da farlo sembrare un vero attore albanese. I suoi duetti con Pannofino sono tra i più divertenti di una già divertentissima commedia. Igli si accompagna con un nipote diciottenne (Lushan) che è interpretato da Filippo Laganà. A questo punto la commedia si

trasforma in una serie di effervescenti scenette comiche dove i due ragazzi daranno una bella lezione di vita ai cosiddetti "grandi". Una commedia che Gianni Clementi ha modulato sui nostri difetti, sul nostro modo di essere intolleranti o quanto meno faziosi nei confronti di chi invece riesce ad avere una dignità e dei valori più profondi dei nostri. Si ride con gusto, mentre la storia ha i ritmi di un film, costituita com'è di numerosi stacchi e scene che fanno avanzare velocemente la storia, fino a un classico finale dove tutti imparano a guardare la vita con un'altra prospettiva. La splendida ed accogliente sala del Giffoni Teatro accoglie con entusiasmo e divertimento la commedia che con due ore di puro divertimento fa anche riflettere sulla nostra quotidianità mettendo in evidenza i nostri pregiudizi spesso ingiustificati.

ARSENICO E VECCHI MERLETTI COMMEDIA DEI MISTERI

Più nota per l'adattamento cinematografico che ne fece nel 1944 Frank Capra, Arsenico e vecchi merletti è una spassosissima com-



media scritta nel 1939 dallo statunitense Joseph Kesselring e calcata negli anni da una rosa di pregevoli interpreti tra cui, in Italia, si ricorda la coppia Dina Galli-Rina Morelli che insieme ad un cast comprendente Paolo Stoppa, Olga Villi, Guido Verdiani, Arnoldo Foà e

Cesare Fantoni diede vita, per la regia di Ettore Giannini, alla prima edizione nostrana della pièce. Difficile reggere il confronto con quei mostri sacri di carattere ed interpretazione ma in questi giorni ci ha provato il regista Giancarlo Marinelli che, chiamando due attrici di lunga carriera ed assoluta verve quali Ivana Monti e Paola Quattrini, ha saputo riadattare il testo in funzione dell'epoca, del carisma interpretativo e della fantasia emozionale che ne guida la scrittura noir alquanto surreale. Al Teatro di Giffoni è infatti in scena, con un nutrito ed assortito organico composto in primis da Sergio Muniz (fonte di originali ed umoristiche variazioni testuali, data la sua origine spagnola) e Andrea Cavatorta, Paolo Perinelli, Serena Marinelli, Peppe Bisogno, Francesco Maccarinelli e la partecipazione di Paolo Lorimer.

La vicenda, come ben noto, ha come protagoniste due apparenti povere vecchiette che fanno opere di bene avvelenando, con sorsi di vino al sambuco corretto all'arsenico e da loro stesse preparato, attempati forestieri soli al mondo convenuti nella loro abitazione per trovare un alloggio temporaneo. Con le ziette Abby e Martha deve combattere Mortimer Brewster, severo critico teatrale e terzo fratello di un altro pericoloso assassino (Jonathan) sopraggiunto in casa dopo anni di latitanza e di un disturbato mentale, Teddy, convinto di incarnare il presidente Theodore Roosevelt. Il "Canale di Panama", luogo immaginario dove quest'ultimo seppellisce - credendoli vittime di guerra o traditori della nazione - i cadaveri, è la cantina dello stesso appartamento, fonte di incontri e di vicissitudini che ingarbuglierà gli avvenimenti ma sarà sempre solo evocato. La chiave surrealista è sicuramente la nota di colore che maggiormente permea la messa in scena di questa versione sui generis: per rappresentare il luogo degli incontri, dei delitti, dei rincontri, dei patteggiamenti, dei pericoli in vista, delle promesse di matrimonio (tra Mortimer e la sua paziente fidanzata che abita nel vicinato), degli arresti e soprattutto degli equivoci, il regista ha immaginato una enorme simbolica teiera, gioia per gli occhi insieme ai giganteschi chocolate chip cookies e cucchiaini che accompagnano la scenografia, nonché funzionale ai continui spostamenti laterali e verticali dei personaggi coinvolti. Non c'è mai un cambio di scena (se tralasciamo una boutade dello zio americano in mutande e cilindro nell'avansipario), ma vi è un particolare studio delle prossemiche che produce istintivamente un ritmo crescente, spesso spezzato da deliziose musiche anni Cinquanta (ovviamente made in USA) nelle quali i personaggi escono dal ruolo per divertirsi a coreografare i propri movimenti.

Affinità elettive ed affinamento caratteriale per le due primedonne Monti-Quattrini che con un savoir faire unico dimostrato nella mimica facciale, nell'andamento gestuale e nei batti e ribatti della conversazione criminale dai toni pacati, ironici ed esilaranti, confermano vincente la scelta interpretativa che ciononostante soggioga, ma a fin di bene, la seppur forte presenza scenica di Muniz, nipotino per bene, ma impazzito e schiacciato dai fatti funesti. Equilibrata la recitazione della sua promessa-cacciata-e-ritrovata dolce metà (che riveste i panni di Serena Marinelli), mentre grottesca e acutamente ponderata la liaison del fratello crudele dalla faccia rifatta stile Nosferatu (convincente ed inquietante, ma mai macchiettistico nonostante il personaggio ritratto, è Paolo Lorimer) e del suo socio-pseudo chirurgo plastico dall'accento tedesco (Cavatorta). Brillante l'esibizione del poliziotto aspirante drammaturgo (Perinelli) che sfocia in un divertente assolo stile semi-burlesque, come raffinato

e totalmente stralunato - perfetto anche nel physique du role della trama, Peppe Bisogno, il nipote Teddy, felicemente tormentato dal suo alter-ego presidenziale. Insomma, col gusto di trasformare in favola argomenti attuali di un profondo spessore quali l'eutanasia e i rapporti familiari, una piacevole commedia accolta come sempre dall'attento pubblico della Sala Truffaut di Giffoni Valle Piana.

FILOMENA MARTURANO COMMEDIA DEL CORAGGIO

Eccola la "Filumena Marturano" di Gloriana e Nello Mascia, in scena al Teatro di Giffoni Valle Piana accolta con entusiasmo dal pubblico napoletano prima e dal pubblico di Giffoni ora.

Da quegli spettatori che a questo straordinario personaggio creato dalla sapiente, e bellissima, drammaturgia chiedono significati e comportamenti, giudizi morali e testimonianza storica che vada oltre il proprio tempo ed il tempo stesso di Eduardo De Filippo, proiettandosi verso ed oltre i nostri giorni.

Così la Filumena di Gloriana, di cui cerchiamo di trovare tracce nel suo precedente lavoro d'attrice popolarissima, è "popolare" essa stessa. Coraggiosa e credibile ben oltre il "colore", senza necessità di sovraccarichi mélo, ma con la semplice e assoluta forza della parola, perfetta sempre nel gran meccanismo delle battute della commedia, con l'asciuttezza impoverita del gesto, con il suo rinunciare ad essere stata bella ed essere ancora piacente, con l'aggressiva forza di una disperazione gridata, incattivita e feroce.



Povera Filumena dimessa, rabbiosa, ignorante, ferita dalla vita, eppure madre amorosa, a covare il disprezzo per chi le fu amante ed ora fa parte solo del suo progetto di povera conquista sociale.

Nemica certo di Domenico Soriano, per maternità orgogliosa contro la sua insicura paternità. Guerra eterna tra sessi che Eduardo seppe trasformare in teatro. Nello Mascia è protagonista al suo fianco, con gli scatti nervosi di chi sospetta la sconfitta, nello spettacolo che ha costruito da attore e da regista. Raffreddandone la temperatura grazie alle intuizioni della scenografia di Raffaele Di Florio, fatta di vuoti e di colori improvvisi (il disegno luci è di Lucio Sabatino), e di pannelli mobili che creano separazioni improvvise e definitive lontananze, ed ai costumi disegnati da Luca Sallustio. Così si scontrano e si definiscono le passioni di quel microcosmo doloroso ed a volte anche divertente.

Nello spettacolo ritroviamo battute ormai diventate quotidiane parole e sentimenti spesi oltre ogni realtà, e Mascia, certo cercando di dar loro nuova vita, ha costruito presenze e invenzioni come l'infermiera-amante provocante come una Marylin, o l'Alfredo di Giancarlo Cosentino chiamato a fare da coro fuori campo. Così Antonio D'Avino, Antonio Filogamo e Gianluca d'Agostino sono i tre amatissimi figli con simpatia, e il loro piccolo piccolo show di malandati cantanti è un siparietto divertente.

La commedia quindi ha anche aspetti originali che la allontanano in alcuni momenti dalle classiche rappresentazioni, rendendola attuale e scorrevole. Così come moderna e meno drammatica di quella resa da Eduardo risulta l'interpretazione di Nello Mascia.

Cloris Brosca fa una Rosaria segaligna, ferita e appassita anzitempo. Rossella Amato, Valentina Elia e Sergio Caporaso completano la distribuzione. Inutile dire che la vittoria di Filumena è sicura come la sua passione, e che il cuore degli spettatori è tutto per lei, con entusiasmo ed inquietudine non soltanto popolari, negli applausi, inevitabili e scroscianti, che chiudono la serata.

WWW.INEWSSWISS.COM

INEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

COMMUNICATIONS





GIUBILEO LA SFIDA DI BERGOGLIO

L'Anno Santo è sempre un evento straordinario, ma quello che si è aperto simbolicamente a Bangui, in centrafricana, il 29 novembre ed ufficialmente l'8 dicembre a San Pietro, lo sarà ancora di più. Perché è il 1° Giubileo del terzo millennio. Il 1° indetto da Francesco, il Papa argentino dalla vita 'normale' (niente auto di rappresentanza, un alloggio semplice, i pasti alla mensa dei dipendenti...).

Il 1° Anno Santo tematico della storia, intitolato alla misericordia. Una virtù esigente, tanto cara anche a Giovanni Paolo II (promotore della domenica della Divina Misericordia), che dà l'impronta definitiva a questo Pontificato in un mondo lacerato da guerre, minacce terroristiche, migrazioni di massa, fondamentalismi, xenofobia, povertà, inquinamento. Un preziosissimo valore spirituale la misericordia, che può anche diventare categoria politica. Ne è segno l'anteprima del Giubileo che Francesco ha voluto a tutti i costi nella Repubblica Centrafricana, definita il Paese più povero del mondo, diviso dal conflitto civile tra fazioni musulmane e cristiane. Di particolare rilevanza,

nell'attuale momento storico, anche il forte accento 'giubilare' sul tema del dialogo interreligioso, perché proprio la misericordia «ci relaziona all'Ebraismo e all'Islam, che la considerano uno degli attributi più qualificanti di Dio», quindi, auspica Papa Bergoglio, questo Anno Santo «possa favorire l'incontro con queste religioni» ed «espella ogni forma di violenza e discriminazione».

Il Giubileo della Misericordia è il 1° a dover fare i conti con la minaccia del terrorismo islamico. Il 1° davvero telematico, con un sito internet ufficiale (www.iubilaeummisericordiae.va, disponibile in 7 lingue e accessibile anche all'indirizzo www.im.va) collegato ai principali social network (Facebook, Twitter, Instagram, Google Plus e Flickr). Il 1° che potrà essere celebrato anche senza il tradizionale pellegrinaggio a Roma avendo il Papa voluto l'apertura di Porte Sante nelle diocesi e nei santuari del globo. Altra peculiarità di questo Giubileo sarà l'invio nella Quaresima 2016 in tutte le diocesi del mondo di 800 "missionari della misericordia", a cui il Papa darà la facoltà di perdonare i peccati riservati alla Sede apostolica, aborto compreso. Perché



Francesco prova a riscrivere l'antica grammatica dell'indulgenza (ovvero la possibilità di cancellare le conseguenze del peccato, che nel caso del Giubileo è plenaria e richiede la Confessione, l'Eucaristia, la preghiera secondo le intenzioni del Sommo Pontefice, un pellegrinaggio) facendola passare necessariamente attraverso le 14 Opere di Misericordia, 7 corporali (Dar da mangiare agli affamati. Dar da bere agli assetati. Vestire gli ignudi. Alloggiare i pellegrini. Visitare gli infermi. Visitare i carcerati. Seppellire i morti) e 7 spirituali (Consigliare i dubbiosi. Insegnare agli ignoranti. Ammonire i peccatori. Consolare gli afflitti. Perdonare le offese. Sopportare pazientemente le persone moleste. Pregare Dio per i vivi e per i morti). Questo Anno Santo Straordinario, che si è aperto l'8 dicembre, solennità dell'Immacolata Concezione, nel 50° della conclusione del Concilio Vaticano II (un evento che spalancò le porte della Chiesa al mondo, ancora tutto da scoprire e realizzare secondo Bergoglio), nonché di uno storico gesto di riconciliazione tra ortodossi e cattolici (la Dichiarazione comune del Papa Paolo VI e del Patriarca Ecumenico Atenagora che il 7 dicembre 1965 cancellò le sentenze di scomunica scambiate tra la Chiesa di Roma e quella di Costantinopoli nel 1054), si chiuderà, con il sigillo della Porta Santa della Basilica di San Pietro, il 20 novembre 2016, nella solennità di Cristo Re dell'Universo.

Un Giubileo straordinario (cioè slegato dalla tradizionale cadenza venticinquennale) come lo furono, nel secolo scorso, quelli del 1933, indetto da Pio XI per il 19° centenario della Redenzione, e quello del 1983, indetto da Giovanni Paolo II per i 1500 anni della Redenzione. Gli Anni Santi straordinari celebrati fino ad oggi sono oltre 90, quelli ordinari 26. L'ultimo è stato il Grande Giubileo del 2000 di Papa Wojtyła. Il 1° Giubileo cristiano fu voluto nel 1300 da Bonifacio VIII. Dal 1475, per permettere a ogni generazione di vivere almeno un Anno Santo, il Giubileo ordinario fu cadenzato con il ritmo dei 25 anni e non più dei 100 come in origine. Anticamente presso gli Ebrei il Giubileo era un anno dichiarato santo che cadeva ogni 50 anni, nel quale si doveva restituire l'uguaglianza a tutti i figli d'Israele, offrendo nuove possibilità alle famiglie che avevano perso le loro proprietà e perfino la libertà personale. Ai ricchi, invece, l'anno giubilare ricordava che sarebbe venuto il tempo in cui gli schiavi israeliti, divenuti

nuovamente uguali a loro, avrebbero potuto rivendicare i loro diritti. La Chiesa cattolica ha dato comunque al Giubileo ebraico un significato più spirituale, consistente in un perdono generale, un'indulgenza aperta a tutti, e nella possibilità di rinnovare il rapporto con Dio e il prossimo.

Il Giubileo straordinario della Misericordia sarà un anno caratterizzato da un fitto calendario di eventi, che attireranno a Roma milioni di pellegrini. Il 19 gennaio è previsto il Giubileo degli operatori dei pellegrinaggi. Il 10 febbraio, mercoledì delle Ceneri, l'invio nelle diocesi del mondo degli 800 "missionari della misericordia". Il 22 febbraio si svolgerà il Giubileo della Curia Romana. Il 4 e 5 marzo la celebrazione penitenziale le "24 ore per il Signore". Il 3 aprile Giubileo per quanti aderiscono alla spiritualità della Divina Misericordia. Il 24 aprile il Giubileo dei ragazzi. Il 5 maggio la veglia di preghiera per "asciugare le lacrime". Il 29 maggio è in programma il Giubileo dei diaconi. Il 3 giugno quello dei sacerdoti. Il 12 giugno quello degli ammalati e dei disabili. I giovani celebreranno il loro Giubileo nella Giornata Mondiale della Gioventù che si terrà dal 26 al 31 luglio 2016 a Cracovia. Il 5 settembre Giubileo degli operatori e volontari della misericordia. Il 25 settembre Giubileo dei catechisti. L'8 e 9 ottobre Giubileo mariano. Il 6 novembre il Giubileo dei carcerati, fortemente voluto da Papa Bergoglio, che per la 1° volta porterà in San Pietro detenuti da ogni parte del pianeta. Il 13 novembre 2016 verranno chiuse le Porte Sante nelle basiliche romane e nelle diocesi del mondo. Il 20 novembre chiusura della Porta Santa di San Pietro.

Tra i tanti altri appuntamenti, da segnalare le 12 udienze giubilari, sempre di sabato, una al mese. I 12 segni di misericordia che il Pontefice compirà di venerdì ogni mese come gesto di vicinanza alle categorie più svantaggiate. Dall'8 al 14 febbraio nella basilica di San Pietro l'attesissima ostensione delle spoglie di San Pio da Pietrelcina e di San Leopoldo Mandic, grandi esempi di confessori, dunque profeti della misericordia e protettori del Giubileo. Domenica 4 settembre in Piazza San Pietro canonizzazione di Madre Teresa di Calcutta, la piccola suora albanese che ha vissuto quasi tutta la vita in India al servizio degli ultimi.



ITALIA TANTA POTENZA, POCA ENERGIA

L'invidia frena l'Italia. Una vera e propria sindrome, radicata e diffusa, per colpa della quale ci si concentra più sull'impedire all'avversario di vincere che sul cercare di vincere in prima persona.

L'Italia non riesce a valorizzare al meglio le sue enormi risorse anche a causa dell'incapacità di fare sistema perché ognuno pensa a se stesso, nessuno riesce ad elaborare un progetto complessivo e intanto si è smarrito il gusto di sentirsi italiani. A causa della burocrazia e la iperproduzione di leggi che allungano i tempi per tutto sottraendo a privati ed imprese diversi miliardi di euro l'anno. Mentre persistono i cancri del malaffare, dell'evasione (solo nel 2015 sono stati recuperati 15 miliardi di euro evasi!), della corruzione nel settore pubblico (nei primi 10 mesi del 2015 dipendenti e funzionari della pubblica amministrazione hanno provocato all'erario dello Stato un danno di oltre 3,8 miliardi!), tant'è che al Pil ufficiale di circa 1.500 miliardi di euro si affianca un Pil sommerso equivalente a circa un terzo, ovvero ad almeno 540 milioni, e un Pil 'criminale' superiore ai 200 miliardi. È quanto emerge dal Rapporto Italia 2016 dell'Eurispes, uno dei più autorevoli istituti di studi politici, economici e sociali italiani.

«Si sono sottovalutati gli effetti che la recessione e le politiche adottate per combatterla hanno prodotto: la messa in discussione delle tradizionali certezze, il blocco della mobilità sociale, l'impoverimento di ampi

strati della popolazione e soprattutto dei ceti medi, la concentrazione della ricchezza in un numero sempre più esiguo di soggetti, la caduta della qualità dei servizi, il progressivo smantellamento del welfare, la consegna al limbo di intere generazioni di giovani, l'abbandono del Mezzogiorno, la crescita della pressione fiscale diventata ormai insostenibile, e tanto altro ancora», sottolinea il fondatore dell'Eurispes Gian Maria Fara. «Ma bisogna prendere atto che finalmente qualcosa comincia a muoversi e che al tradizionale piangersi addosso per l'accanimento del "destino cinico e baro", spesso straniero e talvolta tedesco, viene opposta una forte volontà di reagire per cercare di uscire dal pantano nel quale questo lungo periodo di crisi ci ha costretti». In effetti, stando a Rapporto Italia 2016, raddoppia la percentuale di quanti ritengono che la situazione economica dell'Italia sia rimasta stabile nell'ultimo anno (dal 14,6% del 2015 al 30,3%) e si dimezza quella di chi pensa che ci sia stato un netto peggioramento (dal 58,4% al 23,3%); in aumento gli ottimisti (dall'1,5% al 16,2%). Inoltre diminuisce la percentuale di chi non riesce ad arrivare alla fine del mese (il 27,3%, -19,9% rispetto al 2015) e di chi è costretto ad utilizzare i risparmi per andare avanti (il 44,5%, -18,3%). Ripartono i consumi, anche quelli superflui, per viaggi, vacanze, tempo libero, estetista, e calano i consumatori che si rivolgono a punti vendita più economici quali grandi magazzini, mercatini, outlet, discount.



Secondo Rapporto Italia 2016 quello italiano è un popolo di iperconnessi, anche se ancora troppo legato a certe abitudini. Secondo le rilevazioni di Eurispes, il 93,1% degli over 18 ha ormai un cellulare, il computer portatile supera (64,5%) quello fisso (54,7%), mentre navigare sul web è diventato una realtà per l'81,5% dei cittadini del Bel Paese (sebbene il 77% sia ancora escluso dalla banda ultralarga), i quali sulla Rete principalmente cercano informazioni (97,8%), usano i social network (68,9%), guardano YouTube (66,8%), controllano il proprio conto bancario (61,5%), fanno acquisti (55%), con casilimite (soprattutto tra gli utenti 15-24enni) di ben 65 connessioni al giorno. Lo smartphone si conferma lo strumento tecnologico più diffuso nello Stivale (75,7%); l'utilizzo più frequente restano le telefonate (99,3%), seguite da app (54,2%), social network (51,1%), giochi (33,1%), 'selfie' (28,1%). Sono invece meno della metà i possessori di tablet/ipad (43,3%), di abbonamento alla Tv a pagamento (42,1%, rispetto al 36% del 2015). Poco meno di un terzo ha una console per videogiochi (31,3%), il 27,5% una smart Tv. Tuttavia la modalità di fruizione dei contenuti televisivi più diffusa resta quella tradizionale. E il mezzo principalmente utilizzato dagli italiani per comunicare resta la telefonata (66%); l'unica vera alternativa è WhatsApp (29,3%) visti i numeri di SMS (2,2%), e-mail (0,4%) e Skype (0,2%).

Italiani amici della Natura, ma con qualche significativa eccezione. Quasi la metà vive con un animale domestico (43,3%) e in 2 case su 10 ce n'è più di uno; preferiti ancora cani (60,8%) e gatti (49,3%). L'86,3% degli italiani è contrario alla produzione di pellicce, l'80,7% alla vivisezione, il 68,5% alla caccia, ma le percentuali sono in calo rispetto al 2015 (rispettivamente del 4, 7 e 10%). Secondo le rilevazioni di Eurispes, aumenta chi vorrebbe abolire l'utilizzo di animali nei circhi (dal 68,3% al 71,4%) e negli zoo (dal 5,3% al 54,9%), ma calano i contrari ai delfinari (dal 64,8% al 56,3%). E soprattutto il 37% dell'acqua potabile viene sprecato, contro il 21% della Francia e il 7% della Germania; un fenomeno 'a macchia di leopardo', con percentuali analoghe tra Nord (Veneto 35,6%) e Sud (Calabria, 35,4%). Crescono ancora vegetariani e vegani, che nel 2015 rappresentavano l'8% della popolazione (il 7,1% i vegetariani). E la sharing economy, specie per quanto riguarda la mobilità. Infatti, in un'ottica di riduzione dei costi, nell'ultimo anno l'11,1% ha utilizzato servizi di car sharing, il 10,4% di ride sharing, l'8,1% di bike sharing, il 4,6% ha sperimentato l'home sharing scambiando casa o ospitalità.

Cambia il modo di pensare degli Italiani, ma fino ad un certo punto. Il 71% si dichiara cattolico, però solo il 25,4% è praticante (il 21,1% escluso

sivamente in occasione di battesimi, comunioni, cresime e funerali). Il 75,2% crede nella vita eterna dopo la morte, il 73,2% ai miracoli, il 59,6% all'esistenza del Paradiso e dell'Inferno, il 56,6% alla presenza di angeli e demoni. Sacramenti considerati più importanti il battesimo (87,9%) e il matrimonio (84,2%), seguiti da comunione (78,2%), cresima (77,2%) e confessione (64,4%). I cittadini italiani appartenenti a minoranze religiose rappresentano il 2,9% della popolazione (erano appena l'1% negli anni Ottanta e il 2,1% nel 2008): il gruppo più folto (27%) è costituito dai protestanti, seguiti da testimoni di Geova (25,7%), musulmani (15%), ortodossi (9,6%), buddhisti (9,1%), ebrei (2,2%), induisti e i neo-induisti (1,9%). Eurispes rileva inoltre che il 50,1% degli italiani non è d'accordo con l'ammissibilità alla comunione per i divorziati e risposati civilmente; c'è molta più apertura sulla questione del mantenimento del celibato sacerdotale (il 51,6% non è favorevole) e sulla possibilità per le donne di celebrare la Messa (il 50,7% è d'accordo).

La stragrande maggioranza si dice favorevole alla tutela giuridica delle coppie di fatto, indipendentemente dal sesso, e la metà circa dice sì al matrimonio same sex. In lieve rialzo (ma ancora sotto il 30%) la percentuale di coloro che concordano con la possibilità per le coppie omosessuali di adottare bambini. Netta apertura sulla legalizzazione della marijuana (i favorevoli passano dal 33% al 47,1%) e circa una legislazione sull'eutanasia (il 60, +4,8% rispetto al 2015).

In crescita gli italiani che pensano che vivere nel Bel Paese sia una fortuna (71,9% contro il 60,5% del 2015). Ma dal 2006 è aumentata del 10% la percentuale di italiani che si dicono disposti ad andare a vivere altrove; nel 2006 erano il 37,8% e nel 2016 dovrebbero superare la quota di chi invece non lascerebbe mai l'Italia (47,1% contro 42,1%). L'identikit dell'italiano disposto a trasferirsi all'estero è un uomo (48,4%), di età compresa tra 18 e 24 anni (66,3%), residente nel Nord del Paese (53%) o nelle isole (52,3%), in possesso di una laurea (50,1%), senza matrimoni o convivenze in essere (60%), single (57,7%), cassintegrato (75%), in cerca di occupazione (66%) o studente (61,7%). Le motivazioni che spingono gli italiani a guardare oltre confine sono soprattutto il lavoro (50,9%), maggiori garanzie sul futuro (27,7%), un minore costo della vita (27,1%). Tra le mete più ambite dell'attuale emigrazione secondo Rapporto Italia 2016 non c'è più la Svizzera, ma Australia (17%), Regno Unito (15%), Germania (14,6%), Usa (11,9%) e Spagna (10,8%). C'è poi un 41,6% degli italiani che sogna, una volta raggiunta la pensione, di trasferirsi all'estero per godersi finalmente la vita.



SALUTO DEL NUOVO AMBASCIATORE D'ITALIA IN SVIZZERA E LIECHTENSTEIN

Care connazionali e cari connazionali,

sono lieto ed onorato di essere stato chiamato a ricoprire il ruolo di nuovo ambasciatore d'Italia presso la confederazione svizzera e il principato del Liechtenstein.

Continuando il lavoro intrapreso dai miei predecessori, è mia intenzione contribuire a rendere ancor più profonde e significative le già eccellenti relazioni tra il nostro paese e le nazioni amiche che ci accolgono, la Svizzera e il Liechtenstein. Si tratta di un compito complesso ed emozionante ad un tempo, che l'ambasciata e la rete consolare, ed io personalmente, consideriamo prioritario e su cui intendiamo porre il massimo impegno. È anche una sfida, in un certo senso, che desideriamo affrontare insieme a tutti voi.

Sono oltre 600.000 i connazionali che vivono e lavorano in Svizzera. Si tratta della più cospicua comunità straniera. La nazione elvetica, che già in passato si è valsa dell'ingegno e del sacrificio dei tanti migranti italiani che hanno contribuito alla sua costruzione, torna ad essere oggi epicentro di una nuova ondata di giovani che qui si trasferiscono e che qui portano il loro sapere, la loro esperienza, le loro speranze. E' quindi specialmente a voi, care concittadine e cari concittadini, che rivolgeremo la nostra attenzione, con l'obiettivo prioritario di migliorare i servizi offerti dall'ambasciata e dai consolati dipendenti, rendendoli maggiormente fruibili, più efficienti e rispondenti alle esigenze odierne.

Lo sviluppo dei settori economico-commerciale, culturale e scientifico e tecnologico resta l'altro caposaldo privilegiato. Già oggi l'Italia vanta in questi campi eccellenze indiscusse, che vanno tuttavia ulteriormente valorizzate. E' necessario, a mio avviso, un profondo lavoro di promozione e di comunicazione delle numerose iniziative italiane che hanno luogo in territorio svizzero, con l'obiettivo ultimo di far apprezzare la nostra forza imprenditoriale ed il nostro inestimabile valore artistico e culturale. Il sito web dell'Ambasciata e gli account già aperti sui social media verranno nelle prossime settimane potenziati proprio per rispondere a questa urgente esigenza.

L'ambasciata e i consolati sono a vostra disposizione. Possono migliorare soprattutto se vi sarà tra di noi un dialogo diretto e continuo. Vi invito a farci pervenire i vostri suggerimenti e quanto vorrete condividere con noi.

Un caro saluto

Marco Del Panta

PROFILO BIOGRAFICO

Marco Del Panta nasce a Firenze l'8 dicembre 1961. Conseguita nel 1986 la laurea in Scienze Politiche presso l'Università di Firenze, nel 1988 entra nella carriera diplomatica.

Dopo aver trascorso un periodo a Roma, nel marzo del 1991 viene assegnato al Consolato di Vienna. Nel 1995 intraprende una nuova esperienza diplomatica a Il Cairo. Nel 2000 rientra al Ministero degli Affari Esteri, dove ricopre incarichi presso la Segreteria Generale e successivamente presso la Direzione Generale per la Promozione e Cooperazione Culturale. Nel settembre 2004 viene assegnato a Bruxelles alla Rappresentanza permanente presso l'Unione Europea. Dal 2007 al 2012 presta servizio presso l'Istituto Universitario Europeo di Firenze quale Segretario Generale. Nel 2012 viene nominato Vice Direttore Generale per gli Italiani all'estero e le Politiche Migratorie per le questioni migratorie ed i visti. Dal 14 gennaio 2016 è il nuovo Ambasciatore d'Italia in Svizzera e nel Liechtenstein.



GOOGLE GEFÄLLT'S IN ZÜRICH

«EIN GLÜCKSFALL»: GOOGLE-CHEF ERIC SCHMIDT LOBT DEN STANDORT ZÜRICH IN DEN HÖCHSTEN TÖNEN UND IN ALLER DEUTLICHKEIT

Am WEF in Davos konfrontierte die Schweiz am Sonntag den Google-Chef mit den Vorwürfen am Standort Zürich, die ein Schweizer Ingenieur und Google-Mitarbeiter kürzlich gegenüber der NZZ am Sonntag geäussert hatte.

Die Kritik: Zürich büsse Attraktivität ein und verliere Mitarbeiter an den Standort London, weil man keine Arbeitserlaubnisse mehr für Mitarbeitende von ausserhalb der EU erhalte. Ausserdem seien Vorschriften wie die Arbeitszeiterfassung schädlich für jeden Unternehmergeist.

Glaut man den Worten von Schmidt, der seit August 2015 Chef der Google-Muttergesellschaft Alphabet ist, sieht die Situation alles andere als bedrohlich für den Standort Zürich aus. In Zürich zu investieren, sei die beste Entscheidung, die man bei Google je getroffen habe, so Schmidt.

Auf die Frage, ob die Schwierigkeit, Ausländer zu rekrutieren, das Wachstum hemmen würde, antwortet Schmidt mit wenig Bedenken.

Der Standort habe sich bisher sehr gut entwickelt und werde das auch weiterhin tun, weil alle Zürich liebten. «Zürich ist und bleibt für uns ein riesiger Erfolg», so sein Fazit.

Google ist seit 2004 in Zürich ansässig und begann mit einem Zwei-Mann-Büro. Heute beschäftigt der IT-Gigant 1600 Menschen in der Limmatstadt. Zur Zeit zieht Google schrittweise vom zu klein gewordenen Hürlimann-Areal in die neue SBB-Überbauung Europaallee, wo das Unternehmen theoretisch bis zu 5000 Mitarbeitende unterbringen könnte.

Auf den Standort Zürich kam Google durch den Schweizer Informatiker Urs Hölzle. Der Baselbieter ist nach den beiden Gründern Sergej Brin und Larry Page der dienstälteste Google-Mitarbeiter. Hölzle promovierte 1994 in Stanford, wo er die beiden späteren Gründer kennenlernte.

Heute ist er für die weltweite IT-Infrastruktur und die Datenzentren verantwortlich. (hae/Schweiz am Sonntag).



WWW.INEWSWISS.COM

I NEWS

SWISS MULTIKULTI LIFESTYLE MAGAZINE

A U T O





DEBUT MUNDIAL DEL NUEVO INFINITI Q60 EN EL SALÓN INTERNACIONAL DEL AUTOMÓVIL DE DETROIT

Infiniti ha presentado hoy en el Salón Internacional del Automóvil de Detroit (NAIAS) su nuevo coupé deportivo, el Infiniti Q60. Diseñado y desarrollado para ofrecer las mejores prestaciones, el Q60 combina un diseño atrevido con una dinámica propia de la marca de lujo y altas prestaciones.

El exterior audaz del nuevo Infiniti Q60 representa una poderosa elegancia a través de sus proporciones y expresivas líneas musculares en tensión. El coupé deportivo mantiene las líneas distintivas y ángulos agudos del concept car original que se presentó en este mismo salón el año pasado.

En el contexto de este salón Carlos Ghosn, CEO de la Alianza Renault-Nissan, ha declarado que: “Siendo la tercera versión de la generación del icónico coupé deportivo de Infiniti, el nuevo Q60 se nutre de la herencia de la marca y de su liderazgo tecnológico. Refuerza así la reputación de Infiniti en términos de rendimiento, elegancia y diseño orientado al conductor”.

Con un motor de alto rendimiento V6 biturbo de 3.0 litros, el nuevo Infiniti Q60 estará disponible con tracción trasera y dos potencias: 300CV o 400CV, siendo este último una de las mejores relaciones potencia-eficiencia en el segmento de coupés deportivos.

El Q60 ofrece una experiencia realmente atractiva, gracias al equilibrio

único de Infiniti entre el confort de la marcha y una conducción ágil. Fruto de ello es la nueva suspensión de Infiniti disponible en este modelo (opcional) denominada Dynamic Digital Suspension diseñada para proporcionar una respuesta precisa al volante y un confort de marcha superior.

Además, la segunda generación del sistema Direct Adaptive Steering otorga mejores niveles de sensación de dirección y retroalimentación al Q60, y el selector de modo de conducción ofrece a los conductores la opción de personalizar las respuestas precisas de la dirección en función de sus preferencias.

Roland Krueger, presidente de Infiniti Motor Company, ha añadido en Detroit que “El Infiniti Q60 transmite una poderosa elegancia a través de su diseño atrevido, tecnología de nueva generación y un sistema de propulsión que ofrece hasta 400CV. El Q60 sin duda atraerá a nuevos clientes a la marca y certifica nuestra presencia en el segmento de los coupés deportivos”.

La presentación mundial del nuevo Infiniti Q60 llega en un momento de rápido crecimiento para Infiniti, en el marco de una intensa ofensiva global del producto. Infiniti ha cerrado el año con un récord de ventas de 215.250 nuevos vehículos, un incremento del 16% con respecto al año anterior.



EL INFINITI Q30 RECIBE EL PREMIO EURONCAP A LAS MEJORES PRESTACIONES EN SU CATEGORÍA

El Infiniti Q30 ha sido galardonado en la categoría de vehículo pequeño familiar 2015 por sus prestaciones por parte de la organización independiente líder en seguridad de vehículos en Europa, EuroNCAP. El anuncio de esta concesión coincide con la llegada de las primeras unidades del modelo a Europa. Gracias a los sistemas de seguridad que incorpora el nuevo Infiniti Q30, éste ha obtenido excelentes resultados en categorías como la protección de los ocupantes del vehículo, la protección a pasajeros infantiles y la protección a los peatones superando a todos los competidores que se probaron en el mismo segmento. Lógicamente estos resultados han otorgado al Q30 la máxima calificación de cinco estrellas en el último test de seguridad Euro NCAP a finales de 2015. François Goupil de Bouillé, Vicepresidente de Infiniti Europa, Oriente Medio y África “Es un honor contar con este reconocimiento para nuestro nuevo Q30. Este es un claro ejemplo de las excelentes cualidades de nuestro primer vehículo compacto y el resultado de nuestro desarrollo continuo para implementar tecnologías innovadoras en materia de seguridad en todos nuestros modelos. Nuestro objetivo siempre ha sido ofrecer a nuestros clientes una experiencia de conducción única con la máxima seguridad para todos los pasajeros”. *Para más información sobre el informe detallado de los resultados de EuroNCAP entra en: www.euroncap.com/en/results/infiniti/q30/22031.*

SOBRE INFINITI

La sede central de Infiniti Motor Company Ltd. está ubicada en Hong Kong con una presencia comercial en más de 50 mercados en todo el mundo. La marca se fundó en 1989. Su gama de vehículos premium se fabrica actualmente en las instalaciones de Infiniti en Japón, Estados Unidos, Reino Unido y China. Infiniti también tiene previsto ampliar la producción en México en 2017.

Los estudios de diseño de Infiniti están ubicados en Atsugi-Shi, cerca de Yokohama, en Londres, San Diego y Beijing.

Infiniti está desarrollando significativamente su cartera de productos. La marca ha sido mundialmente reconocida por su diseño icónico y por sus innovaciones tecnológicas enfocadas en el conductor.

Para más información sobre Infiniti España entra en www.infiniti.es. También puedes seguirnos en Twitter (@Infiniti_RRPP), Facebook (InfinitiESP) e Instagram (infiniti_es).

Contacto:

Eva Soria Encinar marketing y comunicación de Infiniti España

T: +34 915238707

E: eva.soria.e@infiniti.es



PRONTE PER IL DEBUTTO EUROPEO AL SALONE DI GINEVRA

L'INFINITI Q60 COUPE'DAI TRATTI SPORTIVI E IL CROSSOVER COMPATTO PREMIUM QX30

- Infiniti continua ad aggiornare e rinnovare la sua gamma di prodotti
- Q60 e QX30, fedeli alle concept cars cui si ispirano, sono state 'progettate per le performance'
- Nuovi modelli ampliano la gamma Infiniti in un momento di crescita record delle vendite

Rolle, Svizzera – Con l'anteprima europea della coupè sportiva Q60 e della crossover compatta QX30, Infiniti presenterà due modelli completamente nuovi al Salone Internazionale di Ginevra il 1° marzo 2016, accanto alla Q50 ulteriormente rinnovata. Tutti e tre i modelli condividono l'iconico linguaggio di design e le tecnologie innovative oltre che la precisione di guida tipiche di Infiniti.

La nuova coupé sportiva Q60 assicura una guida sportiveggiante grazie al nuovo motore twin-turbo V6 estremamente avanzato capace di erogare 405 CV; con lei la crossover compatta QX30, che si

caratterizza per i suoi esterni "simil concept car" altamente scolpiti, l'elevata posizione di guida e l'assimmetria dell'abitacolo. Questi due modelli verranno affiancati dalla rinnovata berlina sportiva Q50, che promette prestazioni elevate e migliori dinamiche in grado di offrire un'esperienza di guida più interessante e appagante.

François Goupil de Bouillé, Vice Presidente Infiniti Europa, Medio Oriente e Africa ha commentato: "Questo è un momento emozionante per Infiniti: abbiamo trasformato la nostra linea di prodotti e stabilito record di vendite in Europa e in tutto il mondo. I nuovi modelli progettati per il loro debutto europeo a Ginevra sottolineano il nostro impegno ad allargare la nostra gamma di prodotti in direzioni nuove e emozionanti, ispirate alle audaci concept car. Questa è la strategia di Infiniti volta a realizzare nuovi successi nel 2016 e oltre".

Il personale disegno della Q60 traduce il linguaggio di design di Infiniti di "potente eleganza", con proporzioni distintive e linee tese e muscolose. La trasmissione innovativa e la potenza erogata attraverso le ruote posteriori assicurano una guida sportiva e appagante.



Informazioni su Infiniti:

Infiniti Motor Company Ltd. ha sede a Hong Kong e vanta una rete di vendita che si estende a circa 50 Paesi. Il marchio Infiniti è stato lanciato nel 1989. La sua gamma di automobili di lusso è attualmente prodotta in stabilimenti ubicati in Giappone, negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Cina. Infiniti prevede inoltre di estendere la sue attività produttive al Messico entro il 2017.

I Centri Design di Infiniti sono situati a Atsugi-Shi, vicino a Yokohama (Giappone), a Londra (Regno Unito), a San Diego, CA (Stati Uniti) e a Pechino (Cina).

Infiniti è nel bel mezzo di una grande offensiva di prodotto. Il marchio è stato ampiamente acclamato per il suo iconico design e per le innovative tecnologie di assistenza alla guida.

Maggiori informazioni circa Infiniti, la sua Total Ownership Experience® e le sue avanzate tecnologie industriali sono riportate al sito www.infiniti.ch. I più recenti messaggi da Infiniti su www.infinitipress.eu.

Visitaci su:

Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn o YouTube.

Il 3.0 litri V6 biturbo ad alte prestazioni della nuova ed esclusiva famiglia powertrain 'VR', che sta per essere mostato a Ginevra, nasce dalla lunga esperienza del marchio nella progettazione di propulsori a sei cilindri e sviluppa 405 CV, uno dei migliori rapporti potenza-efficienza nella classe delle coupé sportive di lusso.

Progettata per una nuova generazione di acquirenti premium, la nuova QX30 con la sua posizione di guida dominante e la linea audace, va ad affiancare la Q30 nella nuova linea di prodotti compatti premium di Infiniti. Rimanendo fedele all'approccio di 'potente eleganza' del design che ha caratterizzato la originale QX30 concept, la vettura traduce il nuovo approccio di design di Infiniti per lo sviluppo del prodotto.

Accanto a Q60 e QX30, Infiniti presenterà una versione aggiornata della berlina sportiva Q50, che ha svolto un ruolo chiave nella eccellente crescita del marchio a livello globale nel recente passato. Accanto al nuovissimo potente motore V6 della coupé sportiva Q60, fa il suo debutto a Ginevra la seconda generazione dello sterzo elettronico diretto (Direct Adaptive Steering) di Q50 - completamente aggiornato rispetto al sistema di frenata di prima generazione - e il nuovo nuovo sistema di sospensioni Dynamic Digital Suspension di Infiniti, che è stato progettato per fornire riscontri in termini di tenuta di strada e comfort di marcia al vertice del segmento sulla berlina sportiva.

Il lancio in Europa di questi nuovi e aggiornati modelli arriva in un momento di rapida crescita per Infiniti, e nel bel mezzo di un intenso periodo di lancio di prodotti a livello globale. Infiniti ha venduto nel mondo la cifra record di 215.250 veicoli nuovi nel 2015, con un aumento anno su anno del 16%. In Europa occidentale, 7.000 clienti hanno acquistato una nuova Infiniti lo scorso anno, un incremento del 45% rispetto al 2014.



LA NUOVA LEXUS GS ANCOR PIU' DINAMICA E PREGIATA

- Nuovo design del frontale e della parte posteriore
- Efficace evoluzione della storia del modello
- Prime consegne a febbraio

Al primo sguardo, ciò che più colpisce di questa rivisitazione del modello è indubbiamente il nuovo design. Anche per la GS, il linguaggio stilistico Lexus è stato sistematicamente e coerentemente sviluppato e si presenta ora più sportiva che mai. I principali interventi riguardano la calandra a clessidra, tipica della marca, che è stata ulteriormente enfatizzata nonché i nuovi fari tripli a LED.

Anche l'abitacolo è stato rielaborato e sfoggia un ambiente ancor più pregiato con il volante di nuova realizzazione e l'impiego di nuovi materiali. Un ottimo esempio al riguardo sono gli intarsi in legno prodotti con la tecnica del taglio al laser dal reparto pianoforti di Yamaha. Il sistema multimediale aggiornato con ampio schermo da 12.3" e il visore a testa alta ulteriormente migliorato accentuano il carattere lussuoso della nuova GS.

La rivisitazione del modello porta con sé anche una gamma di motorizzazioni ampliata. Ora la GS propone due sistemi propulsivi ibridi e un motore turbobenzina.

Insieme alla GS F, presentata in precedenza, la gamma GS dispone di 4 varianti di motorizzazione, un fatto unico per Lexus.

- Il sistema propulsivo della GS 450h accoppia un motore V6 a benzina di 3.5 litri con un motore elettrico ad alte prestazioni. Il sistema ibrido eroga pertanto sportivi 345 CV con un consumo normalizzato da appena 6,0 l/100 km ed emissioni di CO2 di 139 g/km.
- La GS 300h condivide il medesimo propulsore della IS 300h, composto da un motore a benzina di 2.5 litri accoppiato a un potente motore elettrico. Questa variante offre dinamici 223 CV con un consumo normalizzato incredibilmente basso da 4,4 l/100 km ed emissioni di CO2 di appena 104 g/km che valgono alla GS 300h la categoria d'efficienza energetica A.
- La terza e nuova motorizzazione, montata sulla GS 200t, è costituita dal motore turbobenzina di 2.0 l di nuovo sviluppo che trasmette la propria forza motrice alle ruote posteriori mediante il rapido cambio automatico a 8 rapporti. Il moderno turbocompressore twin scroll e il sistema a doppio ciclo assicurano anche in questo caso valori di consumo moderati.

La GS è stata ulteriormente ottimizzata anche dal profilo del dinamismo. Grazie all'aumento ulteriore della rigidità della carrozzeria e all'ottimizzazione di sospensioni e freni, i modelli GS sono più che mai dinamici. La nuova modalità di guida «CUSTOMIZE» offre al conducente ancor più possibilità di regolare il comportamento della vettura come meglio preferisce. La GS 450h F SPORT è dotata inoltre del sistema Lexus Dynamic Handling che collega la sterzata posteriore dinamica attiva con il servosterzo elettrico, incluso sterzo ad azione variabile, per regalare un divertimento al volante straordinariamente dinamico e stabile.





PRIMA MONDIALE DELLA LEXUS LC 500 AL SALONE DI DETROIT 2016

L'AFFASCINANTE COUPÉ DI LUSSO INAUGURA UNA NUOVA ERA DELLA MARCA DI LUSSO

- *Design, prestazioni e qualità delle finiture posizionano la LC 500 tra le ammiraglie della marca Lexus*
- *La coupé si avvale di una piattaforma di nuovissima architettura che promette un dinamismo di guida eccelso*
- *Eccellente collaborazione tra designer e ingegneri è sfociata in una rivoluzionaria cultura dello sviluppo di vetture*

Allorché Lexus ha presentato nel 2012 il prototipo LF-LC al Motor Show a Detroit, stampa e pubblico si sono chiesti se l'affascinante design e le audaci proporzioni della coupé 2+2 posti sarebbero mai sfociate in un modello di serie. Oggi, quattro anni dopo il debutto del rivoluzionario prototipo, Lexus risponde alla domanda presentando la LC 500. «La LC 500 è una pietra miliare sia per Lexus sia per me personalmente» ammette Akio Toyoda, Chief Branding Officer e Master Driver per Lexus. «Alcuni anni fa abbiamo deciso di conferire alla

marca Lexus un'impronta più emozionale e marcata, proponendo dei modelli allineati a tali caratteristiche e capaci di garantire il futuro. Nel contempo questa atletica ammiraglia coupé simboleggia l'orientamento futuro della marca grazie alle sue proporzioni, al suo design e alle sue prestazioni, ed è destinata ad incrementare decisamente l'attrattiva di Lexus nel mondo intero».

Con il suo affascinante stile e le sue impressionanti prestazioni, la nuova LC 500 è un esempio eccellente di ciò che può produrre la straordinaria collaborazione tra designer e ingegneri. Gli sviluppatori hanno instancabilmente lavorato per trasferire quanto più possibile le caratteristiche del prototipo LF-LC al modello di serie LC 500.

Per Lexus il progetto LC 500 va pertanto ben oltre lo sviluppo di una nuova coupé. La LC 500 rappresenta un cambiamento nel processo di sviluppo che inaugura una nuova era della marca Lexus. «I designer e i tecnici hanno superato tutti gli ostacoli grazie all'impegno comune. Sono riusciti a far confluire nel modello di serie molto più della semplice idea di base del prototipo» sottolinea l'ingegnere capo Koji Sato.



DESIGN

La grande somiglianza tra la vettura di serie e la concept car LF-LC si vede di primo acchito. Gli elementi del design, le proporzioni e il potente dinamismo si ritrovano nella versione di serie LC 500. Il suo look è caratterizzato da una linea aerodinamica ed atletica, curve sensuali, forme emozionali e un tetto in carbonio integrato con fluente continuità che genera un impressionante equilibrio e conferisce alla coupé una presenza di grande effetto.

Nella parte frontale della LC 500 predomina una marcata interpretazione della calandra a clessidra, abbinata alla grande forza espressiva dei proiettori a triplo LED che sono tra i più sottili proiettori LED sul mercato. La silhouette della carrozzeria è caratterizzata da un profilo longilineo, dalla linea del tetto che declina in modo marcato, un passo lungo con sbalzi corti e un cofano motore piatto. Dietro, le luci sottili assurgono a inconfondibile firma luminosa del design.

La configurazione dell'abitacolo della LC 500 riunisce eleganza e sportività ed è in perfetta armonia con il design lussuoso e dinamico della carrozzeria. La posizione di guida è stata allineata in modo tale da consentire un'emozione di guida sportiva grazie alla gestione intuitiva di tutti i comandi e spicca per la sua elevata ergonomia. «La stretta collaborazione tra designer e ingegneri è iniziata sin dalle prime fasi di sviluppo, per consentire ai designer di interiorizzare l'idea di dinamismo dei tecnici e dar loro modo di farla confluire nel design», afferma Tadao Mori, designer capo della LC 500.

TELAIO

Per conferire alla marca Lexus un orientamento avveniristico, la LC 500 doveva essere in grado di offrire quelle emozioni di dinamismo di guida che nessun'altra Lexus era stata capace di offrire prima d'ora. Nel contempo il team responsabile dello sviluppo doveva mantenere il proverbiale comfort di guida Lexus.

La LC 500 è il primo modello Lexus impostato su una piattaforma di nuova concezione, parte integrante di una nuova architettura globale e al tempo stesso fondamento delle future vetture della marca Lexus. Sato spiega: «Abbiamo impiegato un tempo di sviluppo più di tre volte superiore a quello normale per ottenere tra l'altro una sensazione di sterzo lineare e per trovare il punto ideale di contatto con la strada. Abbiamo inoltre attribuito una grande attenzione all'ottimizzazione della geometria e alla calibrazione del telaio».

TRAZIONE

La forza motrice viene trasmessa alle ruote posteriori della LC 500 dallo stesso scattante motore V8 5,0 litri montato anche sulla RC F e sulla GS F. Il motore aspirato V8 è stato scelto per le qualità della sua risposta, lo sviluppo lineare della potenza e il suo sound decisamente emozionale. Il propulsore in lega leggera con 32 valvole eroga una potenza di 473 CV e una coppia di 527 Nm.

Un cambio automatico a 10 rapporti di nuovo sviluppo, il primo su un'automobile di lusso, trasmette la potenza alle ruote posteriori con brevi passaggi di marcia, degno di un cambio a doppia frizione. Con un'accelerazione inferiore a 4,5 secondi da 0 a 100 km/h la LC 500 fissa un nuovo riferimento dal profilo della potenza e dell'agilità.

ELETTRONICA ALL'INTERNO

L'ammiraglia coupé sarà dotata per la prima volta del nuovo sistema multimediale Lexus 2017. Il sistema è dotato di un software e di un'interfaccia grafica particolarmente veloce e flessibile. I passeggeri della LC 500 beneficiano di un'emozione acustica straordinaria: nell'abitacolo il sistema audio Mark Levinson è infatti di serie.

La LC 500 è inoltre dotata del rinomato Lexus Safety System+, che integra diverse tecnologie di sicurezza e sistemi di assistenza alla



Larghezza 1920 mm
Altezza 1345 mm
Passo 2870 mm
Trazione posteriore
Sbalzo anteriore: 920 mm – posteriore: 970 mm
Dimensioni ruote (davanti e dietro) 20 pollici (serie)
21 pollici (opzione)
Dimensioni pneumatici davanti: 245/40 RF21, dietro: 275/35 RF21
davanti: 245/45 RF20, dietro: 275/40 RF20
0 – 100 km/h inferiore a 4,5 secondi

Contatti:

A disposizione dei media: Stefan Gottstein
Manager PR Lexus
Tel. 062 788 87 04
stefan.gottstein@lexus.ch

Maggiori informazioni su: www.lexus.ch,
www.lexus-media.ch

guida: il Pre-Crash Safety System PCS, che aiuta ad evitare incidenti e a minimizzarne le conseguenze; il cruise control adattivo ACC, nonché il cruise control adattivo DRCC, attivo a qualsiasi velocità; l'assistenza al mantenimento di corsia LKA, che impedisce al conducente di uscire inavvertitamente dalla corsia di marcia, e i fari abbaglianti automatici AHB che, commutando automaticamente tra anabbaglianti e abbaglianti, migliorano la visibilità in condizioni di oscurità.

DATI TECNICI LC 500
Potenza 473 CV a 7100 U/min
Coppia 527 Nm a 4800 U/min
Cambio automatico a 10 rapporti
Posti 4
Lunghezza 4760 mm

A proposito di Lexus

Lanciata nel 1989, la marca Lexus si è affermata nel mondo intero per la costante ricerca della perfezione, la qualità superiore e le tecnologie d'avanguardia che equipaggiano le sue automobili nonché per la promessa di massima soddisfazione del cliente. Oggi questi valori si riflettono ancor più distintamente nella nuova gamma di modelli composta da vetture affascinanti ed emotive, moderne e dinamiche. Nel segmento di lusso, Lexus è l'unica casa automobilistica a proporre una gamma completa di modelli ibridi puri e automobili spiccatamente dinamiche che offrono un piacere di guida sportivo. Il volume di vendita mondiale di Lexus nel 2015 ha superato le 650'000 unità.

Iberotel

Apulia
Antistress Resort

- Moderna offerta All Inclusive nel parco naturale di Ugento
- Direttamente sul mare
- Relax sotto gli alberi d'ulivo
- Iberotel Spa, oasi di benessere
- Il più grande paesaggio di piscine del Sud Italia
- Comfort e relax nella tranquillità della pineta
- 33 attività All Inclusive per adulti e bambini
- Percorsi avventura sugli alberi, Dragon Boats, Eco Golf Academy, Adventure Golf
- Programma Antistress Personalizzato
- **Ideale per eventi, meetings, incentives e team building**



Contattateci per la vostra offerta personalizzata!

www.iberotelapulia.com

Marina di Ugento (LE) - Salento

+39 0833 931002 info@iberotelapulia.com



unique antistress resorts in the world
www.antistressresorts.com

