SPORTCLUB

YOUR **LIFESTYLE** MAGAZINE

MARZO 2018

L'ALTRO VOLTO DI
PAOLO RUFFINI

All'interno

PEOPLE METIS DI MEO • ARTE MAUPAL • OLIMPIADI INVERNALI ARIANNA FONTANA • CIRCOLIADI AL VIA LA TERZA EDIZIONE

LA POTENZA INCONTRA L'EFFICIENZA. CAMARO V8 O CAMARO TURBO.

Sta a te scegliere tra la Camaro più efficiente che sia mai esistita, o la massima prestazione sotto forma di Camaro V8.
Nella Camaro Turbo, peso ridotto, una corporature atletica e 275 CV (202 kW) con 400 Nm di coppia si uniscono per offrire dinamiche di guida eccezionali.
Con il suo cambio automatico a 8 rapporti, accelera fino a 100 km/h in soli 5,9 secondi - con un consumo medio di carburante di 8,1 litri per 100 km.
La nuova Camaro V8 combina le massime prestazioni, un design da togliere il fiato e tecnologie innovative.
Il potente motore V8 da 453 CV (333 kW), 6,2 L - in grado di erogare 617 Nm di coppia - la fa la Camaro più potente di tutti i tempi.
Entrambi sono disponibili come coupé o cabriolet.

CAMARO TURBO & CAMARO V8

Prenota subito un test drive presso il tuo Partner Chevrolet.

AUTOSTEMAC
06.20610137

VIA SERRACAPRIOLA, 48 - 00133 ROMA
Ingresso diretto dal GRA tra uscita 17 e 18 in corsia esterna
info@autostemac.com

FIND NEW ROADS

CHEVROLET

Consumo di carburante: Camaro V8 urbano 19,0-17,0 / extraurbano 9,1-7,7 / combinato 12,8-11,1 (l / 100 km);
Camaro Turbo urbano 10,3-10,2 / extraurbano 6,7-6,6 / combinato 8,1-8,0 (l / 100km).
Emissioni di CO2 combinate: Camaro V8 292-252; Camaro Turbo 184-181 (secondo (CE) N. 715/2007). Classe di efficienza: G.
Veicolo mostrato con equipaggiamento opzionale.

SOMMARIO

8 COVER
PAOLO RUFFINI

12 TENNIS
SERENA WILLIAMS

14 SERGIO PALMIERI

16 CHE SPORT CHE FA
LE OLIMPIADI NASCOSTE

18 OLIMPIADI
ARIANNA FONTANA

20 SPORT & FINANZA
MARCEL VULPIS

24 TURISMO
NEW YORK

30 PEOPLE
METIS DI MEO

33 PADEL CLUB

50 BRAND EXPERIENCE
MUSEO ALESSI

53 VINO
L'ENOFILO

55 ACCESSORI
IDEE PER LA BICI

58 UBI BANCA
OBIETTIVO ROMA

60 ARTE
MAUPAL

64 MOVIE
LE USCITE DI MARZO

65 MUSICA
GLI APPUNTAMENTI

66 FOOD
MARCO MARTINI

68 CIRCOLIADI

70 IL PREMIO DI UNA VITA

72 MOTORI
RUBRICA A CURA DI HURRY!

Sport Club
via Morlupo, 51 00191 Roma
tel. 393.3270.621
www.sportclubonline.it
info@sportclubonline.it

Sport Club – Anno XVI – n. 127
MARZO 2018
Reg. trib. di Roma n. 591/2004
del 30-12-04

Direttore responsabile
Luigi Capasso
direttore@sportclubonline.it

Art Director
Valeria Barbarossa
redazione@sportclubonline.it

Hanno collaborato a questo numero
Valeria Barbarossa, Giuliano Giulianini, Paolo Cecinelli, Marcel Vulpis, Eugenio De Paoli, Luigia Latteri, Luca Parmigiani, Luca Perugini, Andrea Bureca, Marta Angelucci, Marco Oddino, Ufficio Stampa Presidenza Regione Lazio.

Pubblicità
Agenzia Nazionale
Marketing Xpression
Via della Giustiniana, 959
00189 Roma
Marco Oddino
m.oddino@mktgx.com
Tel. 335 6684027

Pubblicità
Agenzia Locale
Governale ADV
di Giuseppe Governale
Media&Communication
Via Bernardo Blumestihl 19
00135 Roma
Tel. 06.89020451 – Cell.335.8423911
governale@governaleadv.it

Fotografie
Luca d'Ambrosio

Stampa
TECNOSTAMPA – Sutri (VT). Finito di stampare nel mese di marzo 2018

Salvo accordi scritti o contratti di cessione di copyright, la collaborazione a questo periodico è da considerarsi del tutto gratuita e non retribuita. In nessun caso si garantisce la restituzione dei materiali giunti in redazione.

Sport Club – Free Press Italia
www.sportclubonline.it

@SPORTCLUBonline

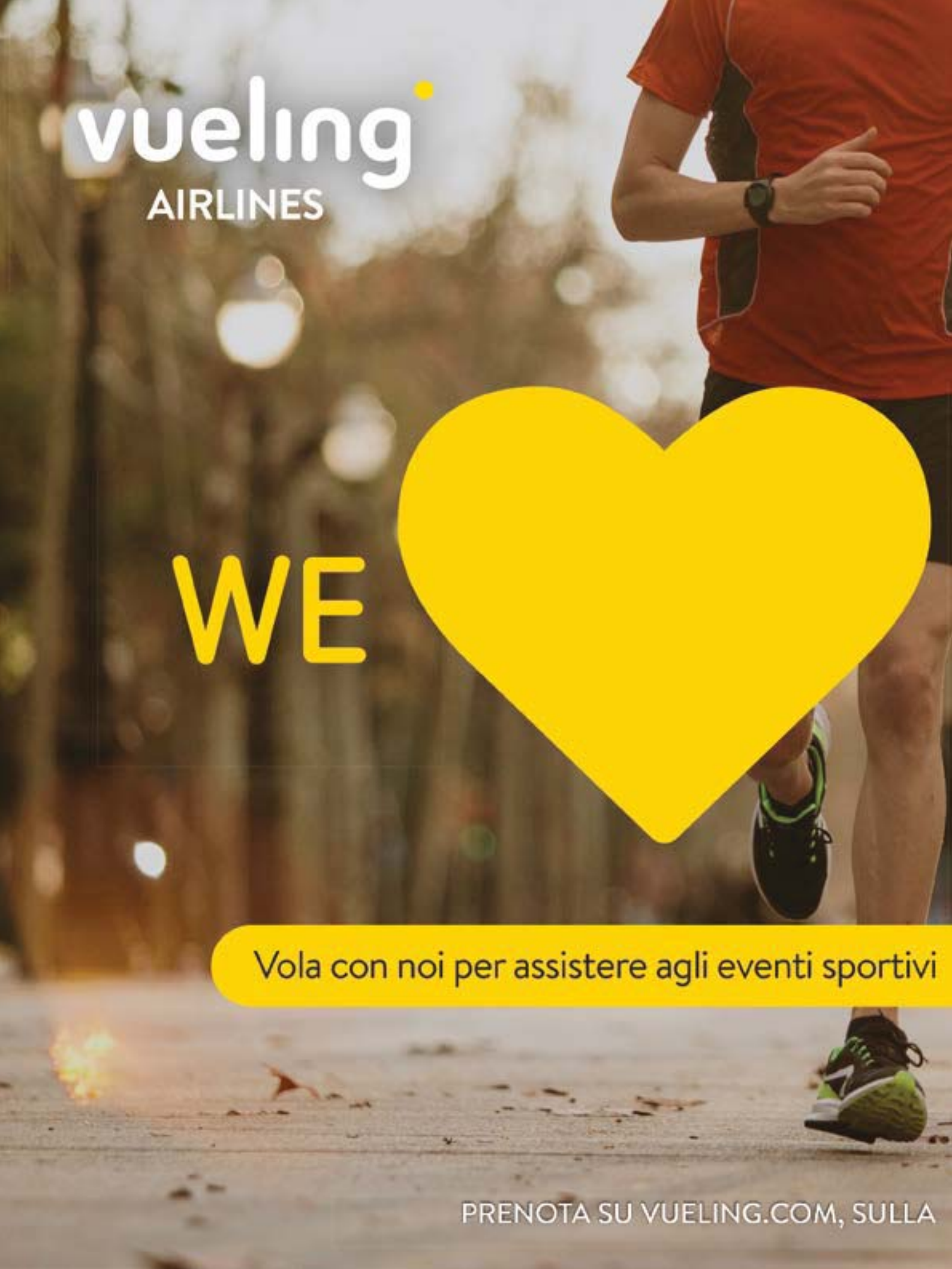
Caffè Portofino

Gelateria Enoteca Bistrot

CAFFÈ PORTOFINO ROMA | PIAZZA COLA DI RIENZO 116, ROMA | +39 06.32110837

BERTOLD STR. 44, FREIBURG | +49 07.61.29.22.939 | WWW.CAFFEPORTOFINO.IT | INFO@CAFFEPORTOFINO.IT

Campagna pubblicitaria realizzata da **Be Different Magazine** per Caffè Portofino. | Ph: **Leonardo Gestari** | Model: **Floriana e Andrea** di Alpa Model Agency | Make up: **Asia Lucarini, Valentina Rossi** di Accademia Professionale di Trucco di Roma | Hair stylist: **Valentina Rossi** di Accademia Professionale di Trucco di Roma


vueling
AIRLINES
WE
Vola con noi per assistere agli eventi sportivi
PRENOTA SU VUELING.COM, SULLA

WE
LOVE
PLACES
VIAGGETTO
SPORTIVO
più importanti delle nostre destinazioni.
NOSTRA APP O IN AGENZIA VIAGGI.

Un amore indissolubile per il cinema e la capacità di contagiare il pubblico con la sua grande energia.

di Marco Oddino – Foto: Chiara Calabrò

INTERVISTA ESCLUSIVA A PAOLO RUFFINI

SEMPLICEMENTE IRRESISTIBILE

Personalità straordinaria e carisma irresistibile: attore cinematografico e teatrale, regista, autore, conduttore tv e grande talento comico. Dai cinepanettoni alle pellicole d'autore, dal piccolo schermo al palcoscenico, si è affermato tra i più grandi artisti del panorama italiano.
Un amore indissolubile per il cinema e la capacità di contagiare il pubblico con la sua energia.

Da giovane hai lavorato come animatore turistico in diversi villaggi vacanze. Che scuola stata?

Ho imparato davvero molto, ho avuto un grande maestro che mi ha insegnato prima di tutto il valore della relazione con il pubblico, l'importanza di stabilire quella sintonia che in scena diventa intesa. Artisticamente ho avuto a possibilità di sperimentare e alcuni rituali mi sono rimasti dentro, ad esempio c'è una frase, che ho imparato allora, con cui chiudo ancora i miei spettacoli: "Se davvero vi siete divertiti fatecelo sentire!".

La tua carriera ha molte sfaccettature: conduttore televisivo, attore, comico, regista, scrittore e doppiatore. Come è iniziato tutto?

Da ragazzo avevo partecipato, con un piccolo ruolo, al film Ovosodo, Paolo Virzì mi aveva scelto con un casting a scuola, ma era finita lì, non immaginavo sarebbe diventato un lavoro. Il cinema è da sempre la mia passione, fin da piccolo divoravo tutti i film di Bud Spencer e Terence Hill, avevo un appuntamento fisso con i cinepanettoni a Natale e scoprivo poco a poco la poesia del cinema d'autore da Fellini a Kubrick. Mi piaceva moltissimo anche la tv: sono cresciuto con Mike Bongiorno e Corrado, sognavo di fare il presentatore. L'opportunità è arrivata con Mtv, ho mandato una video-cassetta al concorso Cercasi Vj e sono stato preso a Select, poi sono passato alla Rai con Stracult, poi è arrivato anche il cinema, prima come attore e poi come regista.

Quanto sei legato alla tua terra? Non ti senti prigioniero delle radici?

Perché mai? Le radici sono importanti ma non sono delle catene. Ormai vivo più che altro all'autogrill Cantagallo, sull'autostrada del Sole! Seriamente… Abito felicemente a Milano, ma il legame che conservo con Livorno, dove sono nato e cresciuto, è speciale. Quando penso alla mia città penso a Piero Ciampi, a quei poeti maledetti che riuscivano a tradurre la solitudine in componimenti meravigliosi, porto sempre con me il grande senso di libertà che si respira a Livorno e la leggerezza, la capacità di non prendersi mai troppo sul serio e di saper prendere in giro soprattutto le cose serie.

Quella dell'ottimismo è da sempre una filosofia che ti caratterizza, inoltre è noto il tuo costante impegno in ambito sociale, spesso attraverso l'attività teatrale.

Credo che il teatro sia un'urgenza, e, più di qualunque altra forma di arte e spettacolo, abbia il potere di annullare le distanze tra palcoscenico e platea. Come dico sempre: al cinema gli attori sono grandi, in tv sono piccoli, a teatro invece sono semplicemente veri. Proprio per questo ho deciso di portare in scena UP&Down, uno spettacolo comico e commovente, con la regia di Lamberto Giannini. I protagonisti sono attori – della Compagnia Mayor Von Frinzius – con una particolarità: sono ragazzi molto "UP", con la Sindrome di Down. Con questo spettacolo, attraverso l'ironia e la comicità, cerchiamo di affrontare il significato della parola "disabilità".

Cos'è la disabilità?

La disabilità forse è negli occhi di chi guarda il limite senza riuscire a vedere le possibilità. Di chi non sa trasformare la diversità in opportunità, di chi non è resiliente. Quante persone non sono abili alla felicità, all'accoglienza, all'ascolto. Loro ci dimostrano che essere UP o Down non dipende dal numero di cromosomi ma dalla capacità di accorgersi della bellezza.

Cosa ne pensi del fatto che i ragazzi Down grazie allo sport socializzano tanto e si sentono "normali"?

Credo che nessuno di noi sia "normale", io per primo non sono "normale" affatto. Credo che siamo tutti

«LA DISABILITÀ FORSE È NEGLI OCCHI DI CHI GUARDA IL LIMITE SENZA RIUSCIRE A VEDERE LE POSSIBILITÀ...»

Foto: Teo Di Biase & Mario Iovinella

diversamente abili, diversamente normali e meravigliosamente diversi. Questi ragazzi sono tutti semplicemente speciali. In realtà non sono la persona più adatta per parlare di sport perché non l'ho mai praticato, l'unico sport che davvero conosco è andare al cinema. All'attività sportiva riconosco però il grande valore che può avere la condivisione e il fatto che il gioco di squadra sia un efficace strumento d'inclusione perché trasmette la responsabilità di sostenersi a vicenda e di adoperarsi insieme per un obiettivo comune, e questo vale per tutti. Il progetto che porto avanti con questi ragazzi straordinari è legato in primis all'arte e al loro indiscutibile talento, che dimostrano quando salgono su un palco, ma per certi versi ci sono aspetti riconducibili anche ai principi sani dello sport, perché l'arte (quella vera) e lo sport (quello vero) sono "democratici", sono di tutti e per tutti. Confesso però che c'è qualcosa che oserei definire "antisportivo" nel mio impegno con gli attori di questa compagnia: io lavoro con loro per puro egoismo! Perché lavorare con loro è qualcosa che mi riempie l'anima e che ogni volta mi insegna un modo nuovo per essere felice. Guardo la vita attraverso gli occhi pieni di gioia che hanno questi attori con la Sindrome di Down e scopro che sanno contagiare tutti con la "Sindrome di UP"!

Di cosa parla lo spettacolo UP&Down?

È uno happening comico che parla delle relazioni, delle diversità, della capacità di meravigliarsi. Soprattutto questo spettacolo può definirsi "continuamente irripetibile" perché si lavora con il pubblico, con l'umore che c'è in sala e sul palco, in più c'è una grossa dose di improvvisazione. Lunedì 19 Marzo debutteremo al Teatro Sistina di Roma, poi saremo anche al Teatro Nazionale di Milano e in molte altre città d'Italia. Si tratta di molto più di uno spettacolo a cui assistere, è una vera e propria esperienza a cui partecipare.

Lo spettacolo si conclude un un grande abbraccio finale. Cosa significa per te questo gesto e quanto è importante in questo spettacolo e nella vita?

Considero l'abbraccio un gesto potente e rivoluzionario. Trovo sia qualcosa di poetico e addirittura terapeutico. Abbracciare significa includere, stringere dentro e non tenere fuori, significa accogliere, donare qualcosa di te all'altro e ricevere un regalo. Nello spettacolo è particolarmente significativo perché rappresenta la volontà di superare le distanze tra palcoscenico e platea e creare un'occasione di vera condivisione.

Foto: Teo Di Biase & Mario Iovinella

UP&DOWN – IL NUOVO SPETTACOLO COMICO DI PAOLO RUFFINI,
CON GLI ATTORI DELLA COMPAGNIA MAYOR VON FRINZIUS.
19 MARZO – ROMA TEATRO SISTINA

22%
VAT EXEMPTION on ROME AIRPORT *purchases.*

TOTAL TAX FREE

Scopri l'Airport Mall e beneficia dei prodotti moda senza l'IVA del 22%.

L'iniziativa è valida su abbigliamento e accessori, per passeggeri con destinazione non-UE.

AREA D'IMBARCO INTERNAZIONALE E - AEROPORTO LEONARDO DA VINCI

SHOPPING BY ROME
THE AIRPORT MALL

ADR Aeroporti di Roma

L'ULTIMO SMASH DI SERENA

Vuole tornare quella di prima. Quella feroce e spietata. Vuole tornare a vincere come ha fatto in tutta la sua vita, almeno fino alla maternità. 72 torni vinti, 23 Slam. Ha scritto la storia di questo sport. Più di un anno fa annunciò il forfait dai tornei di Indian Wells e Miami perché era incinta. Il 1° settembre 2017 è nata Alexis Olympia Ohanian Jr. dopo numerose complicazioni durante il parto. La bimba ora ha sei mesi e il marito di Serena, l'imprenditore informatico Alexis Ohanian, per festeggiare il ritorno alla vita e al tennis giocato ha realizzato quattro cartelloni pubblicitari con il volto della moglie e ne ha tappezzato un'autostrada per comunicare a tutti che la moglie è «la migliore mamma del mondo».

Serena non sapeva nulla, si è ritrovata il suo volto – formato gigante – impresso su quattro manifesti a Palm Spring, dove abitano, e lungo la strada che porta a Indian Wells dove si gioca il prossimo torneo Wta. Accanto a lei – nella foto - la figlia Alexis. Sull'ultimo manifesto, invece, una scelta meno kitsch: la lettera "G" per greatest. La più grande di tutti i tempi.

"Li ho disegnati io stesso, con un piccolo aiuto di Jr. (la figlia)" ha raccontato sui social il marito. Serena è stata la Regina del Tennis

Non è mai stato un passaggio facile. Tornare in campo dopo la gravidanza non sempre è una cosa semplice. Serena Williams si è fermata quindici mesi per la maternità e alcune complicazioni dopo aver dato alla luca la piccola Alexis. **di Paolo Cecinelli**

mondiale per 20 anni. Ha vinto e guadagnato come nessun'altra nella storia del tennis. Ha iniziato a giocare all'età di cinque anni tenendo sempre come riferimento la sorella Venus. Ha giocato – era giovanissima - contro tutte le grandi del passato attraversando tre generazioni di campioni. Ma se si guarda avanti bisogna dimenticare quello che è stato. Ora deve ritrovare le certezze, la forma e i suoi riferimenti. E' già tornata in campo in doppio con Venus per una prima apparizione di prova alla FederCup. Ha perso. Rientrare nel circuito dei tornei è uno shock, ci vuole tempo. Ha bisogno dell'adrenalina da torneo, ha bisogno della competizione. Nei suoi progetti ci sarebbero anche gli Internazionali d'Italia di Roma in programma dal 7 al 20 maggio. Lo ha svelato in un'intervista al 'New York Times' spiegando che è dovrà ripartire da zero senza aver fatto alcuna preparazione fisica per mesi. "Per Roma sarò al meglio, potrebbe diventare davvero il mio primo obiettivo". Giocherà un numero limitato di tornei: Indian Wells, Miami, Roma, Madrid. Poi Roland Garros e Wimbledon. Il mondo del tennis si chiede se Serena Williams riuscirà a tornare numero 1 al mondo ma c'è anche chi crede che un'assenza di 15 mesi dai campi potrebbe averla ringiovanita nel fisico. Bisognerà attendere gli Internazionali d'Italia...

SERGIO PALMIERI

I LOVE TENNIS

Una vita dedicata al tennis e da oltre 15 anni indiscusso direttore tecnico degli Internazionali BNL d'Italia, Sergio Palmieri si prepara ad affrontare l'ennesima sfida con l'imminente arrivo della tappa romana del circuito ATP 1000.

di Marco Oddino

Una personalità di altissimo profilo e con un importante passato manageriale - è stato anche il manager di John McEnroe - 72 anni compiuti a novembre, Sergio Palmieri è anche Direttore Organizzativo della FIT nonchè Coordinatore del Settore Tecnico, occupandosi anche dell'organizzazione di tutti gli incontri di Coppa Davis e Fed Cup che si disputano in Italia. Grande lavoratore, svolge ogni compito con un attivismo ed una professionalità impagabili, derivanti dalla sua grande conoscenza e passione di ogni aspetto del mondo delle racchette.
Ecco cosa ha raccontato a Sport Club...con qualche aneddoto decisamente simpatico.

Buongiorno Direttore, potrebbe farci un bilancio di quanto e come è cambiato il torneo negli ultimi anni?
E' un bilancio estremamente positivo evidentemente. Negli ultimi anni l'impianto del Foro Italico è diventato bello, efficiente per i giocatori, molto accogliente per il pubblico, sempre più numeroso, i media sono sempre di più, la produzione televisiva all'avanguardia e la copertura mediatica a livello mondiale è assolutamente di primo ordine.

Roma è sempre una delle mete più gettonate dai top player del ranking mondiale. Come mai?
Ogni anno migliora l'accoglienza, cerchiamo di non tralasciare alcun aspetto. Dall'hotel, alla transportation, alla sempre migliore qualità dell'alimentazione. Lo staff che mettiamo loro a disposizione è molto professionale e risponde a tutte le loro esigenze…e poi Roma è bellissima.
Esiste un tennista che non è mai venuto a giocare a Roma e che lei avrebbe voluto ospitare nel tabellone?
Negli ultimi 20 anni hanno praticamente giocato tutti i più forti giocatori e le più forti giocatrici del mondo. Un giocatore che non ha mai giocato in passato e che avrei tanto voluto vedere a Roma è Jimmy Connors. Una sola volta si è visto sui campi del Foro Italico, ma per giocare in doppio in coppia con Ilie Nastase.
Se dovesse trovare un pregio ed un difetto al torneo, quali sarebbero?
Sono troppi gli uni e gli altri. Lavoriamo tutti intensamente per eliminare tutti i difetti che riscontriamo…
Ci racconta un aneddoto che ricorda particolarmente che le è

accaduto durante una edizione passata del torneo?
Sono tanti ed estrapolarne uno non è semplice…comunque ultimissimamente mi ha lasciato allibito il fatto che Kei Nishikori, nella sua camera d'albergo, prima di andare a letto si è troppo rilassato facendo il bagno addormentandosi immerso nella vasca. Risultato: ha completamente allagato la camera con danni ingenti, ma fortunatamente si è svegliato in tempo scampando l'annegamento….

Ed uno con l'esuberante John McEnroe quando era il suo manager?
Troppi episodi hanno caratterizzato la carriera di John McEnroe, ma ricordo con piacere il suo fermo rifiuto di giocare un'esibizione a Sun City in Sud Africa, nonostante l'allora (era il 1984) strabiliante compenso di 1 milione di dollari che gli erano stati offerti . Mi disse " Non giocherò mai in un paese in cui esiste l'apartheid".

Lei durante una intervista dopo la sua elezione alla Presidenza del Comitato Regionale Lombardo ha detto: "Proprio quando va tutto bene è il momento di lavoro il doppio, anzi il triplo… non bisogna mai sedersi".
E' una constatazione che bisognerebbe sempre tenere presente. Per salire ci vuole tempo, sacrificio, volontà, passione; per scendere basta un attimo.

Il sistema tennis in Italia è cresciuto moltissimo, cosa c'è ancora da fare e migliorare secondo lei?
Lavorare, lavorare, lavorare. Il lavoro alla fine paga. Bisogna saper ascoltare i suggerimenti che ci arrivano dai dirigenti, dagli appassionati e da chi gioca.

L'esperienza delle Next Gen ATP Finals di Milano è stata una prima e significativa "mossa" di strizzare sempre di più un occhio verso i tennisti del futuro. Ci racconta le sue impressioni sul format e soprattutto sulle nuove regole sperimentate per la prima volta in un torneo?
Per quello che mi riguarda ho sempre prestato molta attenzione ai giovani e proprio guardando a loro che ho consolidato la mia professionalità nell'ambito del tennis professionistico. Per quanto riguarda le nuove regole sperimentate a Milano, le ho trovate tutte molto interessanti. Spetta ora ai giocatori, ai media, agli sponsor, alle televisioni e soprattutto al pubblico e ai fans, giudicarne la bontà e l'opportunità di renderle pratiche a livello di competizioni professionistiche, vedi ATP tour, WTA tour a Grand Slam. Credo che la fase di sperimentazione non debba essere troppo lunga, altrimenti rischierebbe di essere "non accettata e non opportuna".

Infine, qual è il suo sogno nel cassetto relativamente al torneo romano?
Il mio sogno è che Roma resti per sempre uno dei tornei più importanti del mondo e che i giocatori che partecipano al nostro evento, ritornando a casa dicano : "Roma è un torneo fantastico !!!"

A cura di Eugenio De Paoli

LE OLIMPIADI "NASCOSTE"

La televisione come asset fondamentale per lo sviluppo e la crescita di tutte le discipline olimpiche

Il Presidente del CONI Giovanni Malagò può essere giustamente soddisfatto e orgoglioso per le 10 medaglie conquistate dagli azzurri alle Olimpiadi invernali PyeongChang in Corea del sud. Tre ori, due argenti e cinque bronzi. Doppia cifra Malagò aveva previsto e doppia cifra è stata, con il dodicesimo posto nel medagliere. Non succedeva da Torino 2006.
Ma c'è anche un altro motivo di vanto per la spedizione italiana che conquista il sesto posto nella speciale classifica per piazzamenti nella top ten delle 102 gare disputate: 55 top ten. E' un dato importante perché in proiezione futura vuol dire tanto. E tanto fa sperare. Sugli scudi le "nostre signore d'oro delle nevi": Moioli, Fontana e Goggia.
Grazie in particolare a loro tre, per tre volte sono suonate nella Corea del sud le note dell'inno di Mameli regalando così un brivido caldo e un'emozione unica nella gelida PyeongChang. Ma televisivamente che resa hanno avuto le Olimpiadi invernali nel nostro paese?
Premessa: tutti quegli sport che non sono calcio aspettano quattro anni per avere una vetrina olimpica, che si tratti di giochi invernali o estivi. Un proscenio a livello mondiale fondamentale e unico per lo sviluppo e la crescita delle varie discipline. Ora è vero che nel caso specifico il fuso orario non ha certo aiutato, è vero anche che la qualità delle riprese è stata assolutamente scadente, è vero che spesso deprimente, soprattutto nelle gare sulla neve, è stata la partecipazione del pubblico, ma va detto che, se non ci fosse stata la RAI, gli ascolti televisivi sarebbero stati quasi nulli. Non pervenuta infatti Eurosport che detiene i primi diritti sulle Olimpiadi. Del resto la decisione di non chiudere l'accordo con Sky per la trasmissione sulla sua piattaforma dei Giochi era apparsa subito a molti una sorta di suicidio editoriale annunciato. Il risultato alla fine è stato di una media di ascolto di 9000 spettatori. Che significa quasi zero. Un tema sul quale bisognerà assolutamente riflettere anche in previsione dei Giochi estivi di Tokyo in programma tra due anni.
Anche il CIO dovrà prima o poi capire che l'Olimpiade non può essere solo un business legato al costo dei diritti che, tra l'altro, sono schizzati a quote senza senso. Basti pensare che Discovery è riuscita a fare "banco" mettendo sul piatto del CIO 1,3 miliardi per i diritti Europa delle edizioni dei giochi olimpici 2018, 2020, 2022 e 2024 (2018 e 2020 oltretutto senza Inghilterra e Francia). Una folle corsa al rialzo che va avanti da anni e che rischia di trascinare verso il basso tutto il

movimento olimpico. Gli eventi sportivi di massimo interesse nazionale - tra questi mondiali di calcio e le Olimpiadi - devono essere garantiti per legge in modo tale da raggiungere il massimo numero di persone possibile. Perché la maglia azzurra deve essere di tutti, è un valore assoluto.

Così avviene in altri paesi europei. E questo dovrebbe essere il ruolo garantito della tv di stato che, almeno per quello che riguarda l'Italia, non si può permettere di partecipare ad aste milionarie dovendo oltretutto gestire denaro in gran parte pubblico. Da noi l'unico obbligo è quello legato alle ore di trasmissione: chi detiene i diritti (in questo caso Discovery) deve cedere sul mercato delle televisioni generaliste in chiaro 100 ore tra dirette e differite per le Olimpiadi invernali e 200 per quelle estive. Ora gestire 100 ore significa prima di tutto essere costretti a scelte spesso dolorose e non sempre prevedibili. Secondo si perde in gran parte il senso dello spettacolo olimpico che è uno spettacolo globale e nelle sua globalità dovrebbe essere trasmesso. Un esempio: se alle Olimpiadi di Torino 2006 ci fosse stata la costrizione delle ore di trasmissione, il curling non sarebbe mai andato in onda. Allora oltretutto era una disciplina qui da noi pressochè sconosciuta. Chi avrebbe mai scommesso che, mandato in onda allora addirittura in prima serata, avrebbe potuto registrare oltre 4 milioni di spettatori. Ma quando hai la piena titolarietà dei diritti e riesci a costruire un palinsesto sulle 24 ore, come venne fatto allora, si crea quello strano fenomeno per cui il grosso del pubblico televisivo rimane incollato davanti al video e segue tutto. Anche perché questa è l'impostazione corretta per la trasmissione delle Olimpiadi viste come un grande, unico spettacolo in cui tutto può accadere da un momento all'altro, dove l'attesa per il colpo di teatro ti "costringe" a rimanere sempre lì. E questa è una delle meraviglie dei giochi olimpici, la gara di un giorno in cui tutto può succedere e il risultato che non ti aspetti è quello che alla fine esalta tutto il prodotto. Dove non sempre il favorito vince e il risultato a sorpresa può arrivare da qualunque campo. Tutto ciò premesso e tornando al ruolo della RAI, nel ranking degli eventi più seguiti di questi giochi invernali al primo posto il biathlon femminile del 17 febbraio con 860mila spettatori e uno share del 6.42%. Segue un elenco di 25 discipline trasmesse da RAI 2 e RAISPORT, più o meno tutte a cavallo dell'ora di pranzo, che hanno registrato ascolti tra i 500mila e gli 800mila spettatori e uno share compreso tra il 3,5% e il 6.5%. In questa speciale classifica delle top 25, si trova per 12 volte il pattinaggio sul ghiaccio, 9 volte lo sci nordico, due volte lo slittino e una volta lo sci freestyle e lo snowboard.

Ma TELEVISIVAMENTE che resa hanno avuto le OLIMPIADI INVERNALI nel nostro paese? Il risultato alla fine è stato di una media di ascolto di 9000 spettatori. Che significa QUASI ZERO...

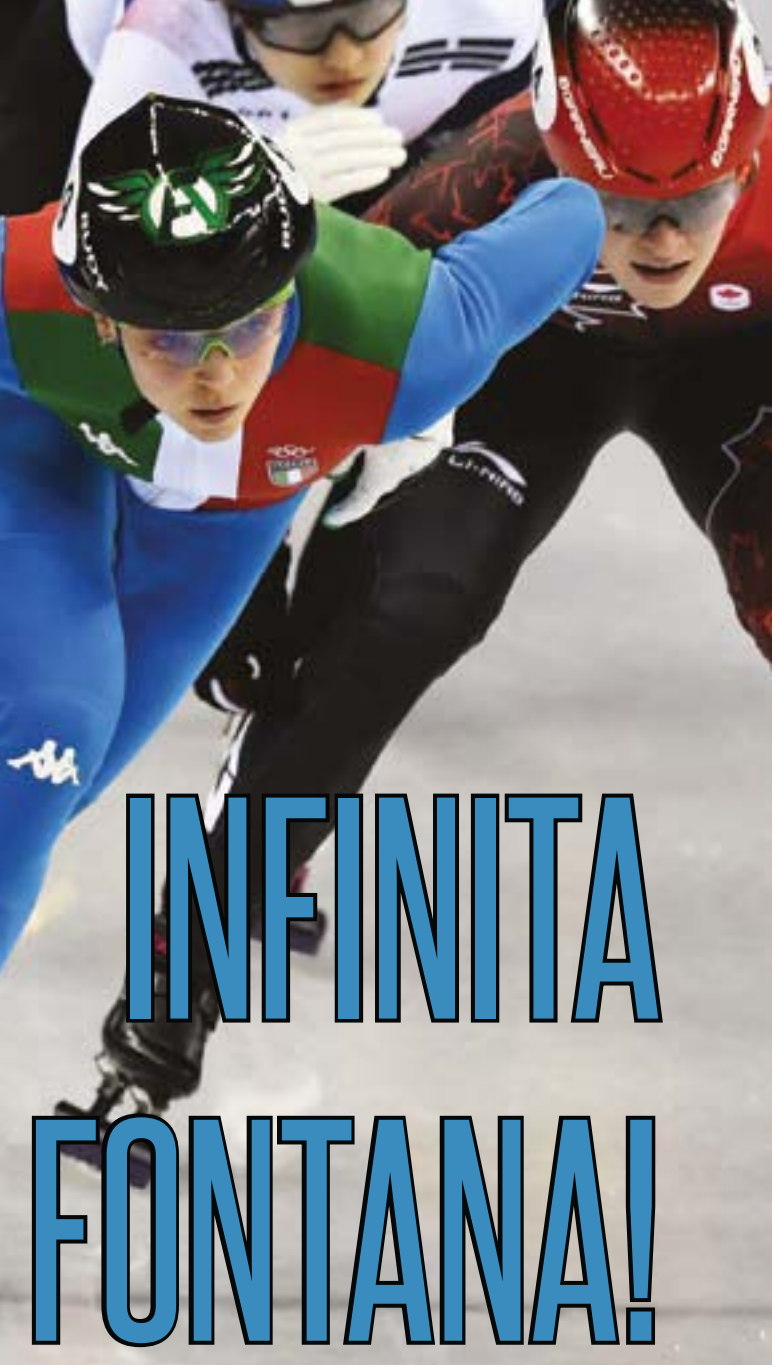
Assente lo sci nordico, che però è stato più volte proposto nelle rubriche e negli studi olimpici con risultati di ascolto tutto sommato buoni. In sintesi si tratta di ascolti eccellenti considerato il panorama descritto, ma certo lontani da quelli di una volta. Rimane la convinzione che se si fosse potuto costruire un palinsesto più ampio le cifre sarebbero state certamente molto più alte. Ci sono due anni per lavorare sui prossimi giochi estivi. Il tempo c'è per studiare soluzioni nuove e diverse a patto che tutti facciano la loro parte. E' auspicabile un tavolo di lavoro, magari promosso proprio dal CONI e/o dalle istituzioni. Le idee non mancano. Attenzione perché già si comincia a far fatica a trovare città disposte a candidarsi per i giochi e sempre più fatica si farà visto che storicamente i costi degli investimenti sono sempre troppo alti e per questo difficilmente recuperabili. Se viene a mancare anche l'apporto della televisione, fondamentale per gli investimenti pubblicitari e non solo…la situazione potrebbe diventare davvero critica per il futuro. In ballo ci sono tutti quegli sport che hanno costruito negli anni pagine indimenticabili di storia per il nostro paese e che non solo per questo meritano di avere una considerazione diversa.

ARIANNA

La portabandiera dell'Italia ai Giochi di PyeongChang 2018 entra nella leggenda con uno storico tris d'ORO, ARGENTO e BRONZO. 8 medaglie in 4 Olimpiadi lo straordinario palmarès della "Fiamma Gialla" valtellinese.

di Gianni Boninsegna

L'ultimo tassello è andato al suo posto, ora il suo meraviglioso puzzle è completo. Arianna Fontana, la regina dello short track tricolore, ha riscritto la storia dello sport italiano chiudendo i Giochi Olimpici Invernali di PyeongChang con uno straordinario tris d'oro, argento e bronzo. Non si è fatta mancare nulla la nostra Portabandiera in Corea, che ha aperto la sua caccia alle medaglie centrando subito il colpo grosso: la medaglia d'oro nei 500 metri! La più giovane medagliata azzurra di sempre a livello invernale, l'icona di un movimento che ruota intorno al suo talento, la campionessa dal sorriso speciale e dallo sguardo magnetico che in pista non fa sconti a nessuno, ha portato il nostro Tricolore dalla cerimonia d'apertura fino al pennone più alto della "Gangneung Ice Arena", l'impianto che ha fatto da



INFINITA FONTANA!

scenografia allo spettacolo messo in scena dalla nostra pattinatrice. Dominando in lungo e in largo la competizione, dalle batterie di qualificazione fino ad una finale stellare, Arianna Fontana ha sfoderato nei 500 metri una prestazione "monstre".
Dopo aver agevolmente vinto i quarti di finale, la bionda valtellinese è stata protagonista di una semifinale da perdifiato, in cui ha realizzato il suo primato personale (e nuovo record italiano) in 42"635 cedendo la scena solo alla beniamina di casa Choi, capace nell'occasione di realizzare il nuovo primato olimpico (42"422). In una finale fatta di adrenalina ed emozioni forti, Arianna ha condotto la gara dal primo all'ultimo metro. Sempre attenta, in uno sport dove la caduta è sempre dietro l'angolo, a chiudere con intelligenza gli spazi e a rilanciare l'azione, la nostra campionessa è volata verso la medaglia d'oro abbassando nuovamente il proprio personal best (42"569) e contenendo il tentativo di rimonta dalla Choi, battuta sulla linea d'arrivo per 22 centimetri e poi arretrata dalla giuria in ultima posizione per un'irregolarità (impeding). L'argento è stato così assegnato all'olandese Van Kerkhof mentre il bronzo è andato alla canadese Boutin. E' l'apoteosi, è festa-tricolore, il primo oro della spedizione azzurra in Corea ha il volto e il sorriso della nostra Arianna. "Ho rincorso questa medaglia per tanti anni, ho iniziato questa stagione con l'obiettivo di arrivare ai Giochi al 100% della condizione. Ci sono riuscita, ho realizzato il mio sogno – queste le prime parole della Fontana che, quasi per annunciare che la festa non sarebbe finita lì, ha poi aggiunto – "oggi si festeggia ma domani sarò nuovamente concentrata al massimo in vista dei prossimi impegni". E la Fontana è stata di parola poiché a distanza di 7 giorni è balzata nuovamente, insieme alla compagna gialloverde Martina Valcepina, l'unica mamma del team Italia a PyeongChang, all'alpina Lucia Peretti e alla portacolori delle "Fiamme Azzurre" Cecilia Maffei, sul podio a cinque cerchi conquistando una fantastica medaglia d'argento nella staffetta sui 3000 metri. L'Italia, trascinata dalle nostre fortissime atlete, si è inchinata solamente allo squadrone di casa della Corea, Paese nel quale lo short track è praticamente sport nazionale, chiudendo al meglio una gara complicatissima per via delle difficili situazioni venutesi a creare in zona cambio e nei sorpassi, quasi da corpo a corpo, fra le atlete. Sempre in controllo fra la terza e la quarta posizione, la staffetta azzurra ha evitato, a poche tornate dal termine, la caduta che ha coinvolto la formazione del Canada e, malgrado la "rottura" del gruppo di testa, le nostre sono riuscite a conquistare la seconda posizione dopo le squalifiche contemporanee di Cina e Canada, con il bronzo assegnato addirittura all'Olanda, vincitrice della Finale B. Una gara talmente pazzesca che nemmeno le atlete impegnate in prima persona sul ghiaccio sono riuscite pienamente a descrivere! Con l'argento in staffetta sono quindi salite a 2 le medaglie conquistate da Arianna Fontana in questa XXIII^ edizione dei Giochi Olimpici Invernali: un oro e un argento…ma manca ancora quel tassello…manca il bronzo. Ed allora ecco arrivare l'ottava meraviglia a cinque cerchi di Arianna, una medaglia ottenuta nella distanza meno amata, i 1000 metri, ma che le è servita per completare la sua leggendaria collezione olimpica. Chiudendo alle spalle dell'olandese Schulting e della canadese Boutin, la nostra "Fiamma Gialla" ha regalato all'Italia la doppia cifra (10) nel medagliere finale entrando nella storia del suo sport con 8 medaglie vinte in quattro edizioni delle Olimpiadi e raggiungendo in testa alla classifica dei più medagliati di sempre due miti dello short track come Apolo Ohno e Marc Gagnon. Grazie al bronzo nei 1000 metri, la Fontana ha fatto di nuovo la storia dello sport italiano salendo, con le sue otto gemme olimpiche, sul secondo gradino del podio azzurro di tutti i tempi nelle edizioni invernali delle Olimpiadi, dietro solo alla fondista Stefania Belmondo, prima con 10 medaglie. La leggenda di Arianna Fontana ora è completa, i cinque cerchi li ha ormai tatuati nel cuore, segni indelebili della sua storia bella e vincente.

LE OTTO MERAVIGLIE DI ARIANNA FONTANA

Medaglia d'oro	500 metri Olimpiadi di PyeongChang 2018
Medaglia d'argento	500 metri Olimpiadi di Sochi 2014
Medaglia d'argento staffetta	3000 metri Olimpiadi di PyeongChang 2018
Medaglia di bronzo	1500 metri Olimpiadi di Sochi 2014
Medaglia di bronzo	500 metri Olimpiadi di Vancouver 2010
Medaglia di bronzo	1000 metri Olimpiadi di PyeongChang (KOR) 2018
Medaglia di bronzo staffetta	3000 metri Olimpiadi di Sochi 2014
Medaglia di bronzo staffetta	3000 metri Olimpiadi di Torino 2006

A cura di Marcel Vulpis, Direttore agenzia Sporteconomy.it

UNA LEVA SEMPRE PIÙ STRATEGICA PER LE AZIENDE DI ABBIGLIAMENTO SPORTIVO CHE VOGLIONO ENTRARE IN CONTATTO CON I TIFOSI

CALCIO & SPONSOR TECNICI

In Europa domina il binomio Nike-Adidas con il 40% del mercato. Seguono l'italiana Macron con l'8%, Joma e Puma con una quota del 7%.

Cresce la competizione tra i marchi di abbigliamento sportivo, con il calcio scelto come piattaforma di comunicazione principale per entrare in contatto con i tifosi. E' la fotografia che emerge dal "Club Licensing Benchmarking Report"dell'Uefa per l'anno finanziario 2016.

Nike e Adidas coprono il 40% del mercato (la casa americana supera la percentuale del 21%), seguite al terzo posto, per la prima volta, dall'italiana Macron (8%). In quartaposizione vi sono Joma e Puma (7% a testa). Al sesto Umbro, marchio storico inglese, con il 4% del mercato. Queste sei realtà controllano il 66% della torta continentale delle sponsorship tecniche.

L'Uefa ha monitorato 16 diversi campionati di calcio e un totale di 41 produttori di materiale da gara. I restanti 35 brand coprono una quota complessiva pari al 34%. Nessuno dei sei top sponsor tecnici dominauno specifico mercato (ovvero con più del 50% dei club sponsorizzati). Adidas, per esempio, firma sette squadre della prima divisione russa, Nike otto di quella turca; in entrambi i casi raggiungono il 44% di "copertura" (la percentuale più alta in ciascuna delle 16 Leghe calcio monitorate dal report).

MERCATO EUROPEO SPONSOR TECNICI*

Nike (21%)
Adidas (19%)
Macron (8%)
Puma (7%)
Joma (7%)
Umbro (4%)
altri marchi (34%)

fonte: "Club Licensing Benchmarking Report" Uefa su anno finanziario 2016
* monitorati 216 club iscritti ai campionati di 16 Leghe di calcio europee

Foto Luca d'Ambrosio

VALORI ANNUALI DEI CONTRATTI DI SPONSORSHIP TECNICA

- Tra 75 e 150 mln di euro: Manchester United (GB), Real Madrid e Barcellona (SPA);

- Tra 25 e 75 mln di euro:
Juventus (ITA), Bayern Monaco (GER), Arsenal, Chelsea, Liverpool e Tottenham Hotspur (GB);

- Tra 10 e 25 mln di euro:
Inter e Milan (ITA), PSG (FRA), Atletico Madrid (SPA), Leicester City (GB);

- Tra 3 e 10 mln di euro:
Napoli e AS Roma (ITA), Borussia Dortmund, Schalke04, Amburgo, Borussia M'Gladbach (GER), OM e AS Monaco (FRA), Benfica (POR), Galatasaray e Besiktas (TUR), West Ham ed Evertom (GB), AFC Ajax (OLA), Celtic (SCO).

fonte: "Club Licensing Benchmarking Report" Uefa su anno finanziario 2016

Nel complesso sono stati analizzati i contratti di 268 squadre di calcio. Belgio (63% di stabilità), Grecia (75%) e Spagna, insieme alla Premier league inglese (80%), sono le serie calcistiche dove si è assistito allarotazione più forte per quanto riguarda gliabbinamenti sponsorizzativi. La serie A svizzera, con quella francese (Ligue1), tedesca (Bundesliga1) e austriaca si caratterizzano, invece, per la totale stabilità (100%).
La media europea dei contratti è 7,9 anni
I più importanti top team hanno scelto marchi globali con contratti prolungati nel tempo. La media europea è 7,9 anni, ma ci sono casi come Chelsea (15 anni), Bayern Monaco (15), Inter FC (11), Real Madrid, Manchester United, AC Milan, Galatasaray,FC Schalke04, AS Roma, Amburgo e AFC Ajax (10 anni), che hanno puntato su accordi a lunga scadenza. Il Liverpool, legato al marchio americano New Balance, si presenta con il sodalizio meno longevo (appena tre anni). I Reds sono seguiti da Borussia M'Gladbach, Besiktas, AS Monaco, West Ham United, Celtic FC, SSC Napoli, Arsenal, con cinque anni di contratto per club. I partenariati pluriennali consentono agli sponsor tecnici di sviluppare strategie articolate di merchandising, con la gestione diretta dell'e-commerce, insieme a quella dei negozi "fisici" sui diversi territori.
Il report dell'Uefa ha suddiviso i club per fasce di investimento (da parte dei marchi di abbigliamento sportivo). Nella fascia più alta di budget (tra i 75 e i 150 milioni di euro annui) il Manchester United, il Real Madrid e il Barcellona. Nella seconda (25-75 milioni) ben quattro club di Premier league (Tottenham, Arsenal, Liverpool, Chelsea),oltre al Bayern Monaco e alla Juventus. Nella terza fascia (10-25 milioni) due club di serie A (Inter e Milan), PSG, Leicester City e Atletico Madrid. Sedici squadre, infine,presentano investimenti tecnici compresi tra 3 e 10 milioni di euro (in questa categoria anche il Napoli e l'AS Roma).

SPONSOR DI MAGLIA IL 12% IN EUROPA È ANCORA SENZA

Un focus speciale è stato realizzato dall'Uefa sul mercato dei main sponsor di maglia. Tradizionalmente il più importante contratto commerciale, sotto il profilo economico, per i club di calcio (ad eccezione dei diritti tv). Due i dati più significativi che emergono dall'indagine (monitorati 268 football club): il 12% delle realtà calcistiche si presenta in campo senza sponsor (in Grecia sette dei 16 club della massima serie hanno iniziato la stagione con la divisa "pulita") e il 64% dei contratti di sponsorizzazione è collegato ad aziende nazionali. L'11% parla asiatico (interessati 31 club), l'8% ha sede in Europa, il 4% in Nord-America e appena l'1% in Africa. La serie A si presenta con oltre il 75% di realtà tricolori, confermando una scarsa internazionalizzazione del nostro massimo campionato. La penetrazione sui mercati esteri è spinta dall'offensiva commerciale di tre club: Juventus, Inter e Milan (tutti molto attenti all'Estremo oriente).
Un ulteriore dato è la percentuale di rotazione degli sponsor di maglia. Il 66% dei marchi era presente anche nella precedente stagione, il 22%, invece, è nuovo (il 12% restante è collegato a divise senza marchi commerciali).
Solo la prima divisione austriaca presenta il 100% delle aziende-sponsor di un anno fa, la Turchia invece si ferma al 39%. La serie A italiana ha una rotazione del 20% e un 10% di marchi assenti sulle divise (ad inizio stagione 2017/18). Austria e Inghilterra (con Premier league e Football Championship) presentano tutti club sponsorizzati (40% di rotazione in Premiership, 42% nella seconda divisione).

18+ GIOCONSAPEVOLE®

IL GIOCO È VIETATO AI MINORI E PUÒ CAUSARE DIPENDENZA PATOLOGICA.
Per regolamenti, bonus e probabilità di vincita www.aams.gov.it, www.intralot.it, conc. 4098/15115

SICURO e LEGALE · aams

Intralot Italia Spa – Conc. N. 4098/15115

SIAMO NATI PER ESSERE SPORTIVI

È nel nostro dna. Siamo nati per muoverci, giocare e cercare il massimo.
Su ogni campo, su ogni pista, in qualunque ring, in casa e in trasferta.
Siamo fatti per amare lo sport in tutte le sue forme.

Siamo Intralot. Siamo passione pura.

intralot

gruppo Gamenet

THE BIG APPLE
LA NY CHE TI SORPRENDE

Sai come si dice. . . o la ami o la odi. Io la amo!

di Fabio Zinanni

Non faccio in tempo a rilassarmi un attimo che mi arriva una email dal Direttore che recita "Fabio, dai… stavolta ti toccano gli Stati Uniti, decidi te la méta, ma devi partire a breve, che hai un obbligo morale verso i tuoi lettori, ti stanno aspettando". E pensare che mi sarei voluto prendere almeno un paio di settimane di sano e puro relax, magari lontano da telefoni e tablet e pc. Ma qualcuno questo "sporco" lavoro dovrà pure farlo…

Stati Uniti: estesi. Troppo estesi. Troppo grandi. Troppo....
Mi voglio allora godere una sola città, quella che ci vai un sacco di volte ma che non riesci mai ad assimilare. Quella che quando atterri dici "what's american boy?!". Dove ti senti a metà tra Alberto Sordi e il fanciullino di Pascoli. Quella, sì. NY. E quale miglior modo di iniziare una nuova avventura se non con la rinata Alitalia? Lo scorso mese è stata anche insignita del premio come migliore compagnia del mondo a livello di puntualità. E poi, volendo essere onesto con me stesso, mi

sarebbe proprio piaciuto lavorare per un'eccellenza così. Ho a casa uno dei miei libri preferiti che si intitola "AZ610, storia di un volo di tutti i giorni", scritto da un ex capitano della compagnia di bandiera e dal quale ho appreso una miriade di informazioni, tecniche e non, su come volano 'sti bestioni dell'aria. E proprio questo numero di volo incantato mi porta in circa 9 ore di piacevole compagnia da Roma a NY, dove atterro (realmente) in perfetto orario, direi quasi tedesco.

Fine febbraio, ore 19 locali. Freddo. Tanto freddo. E pensare che ero appena stato in Portogallo a svernare, mi rituffo nel pieno inverno americano, quello della east coast, quello che quando arriva non punge, stritola. Però è come se mi sentissi a casa. Gli odori, le sensazioni, il caos dell'aeroporto, il profumo dell'America è tutto qui, insieme, e si condensa in un avvolgente ricordo. Esco e salto subito nel primo yellow cab che trovo e mi catapulto con uno dei tassisti più simpatici che avessi mai incontrato nei miei viaggi, un afro-cubano con leggero accento siciliano che mi accoglie con un sorrisone a centoventisette denti e mi racconta la storia della sua vita. Tanto abbiamo tempo. Trascorriamo oltre un'ora nel traffico fino a che raggiungiamo Manhattan. Eh sì, perchè NY non è NY se non inizi da qui. Neanche il tempo di una doccia che mi ritrovo un mega-immenso-fantastico doppio cheesburger in camera. Cerchiamo di capirci subito: quando andate a visitare la Grande Mela, o vi calate nella parte o lasciate perdere. Per questo New York o la ami o la odi. La mattina mi sveglio di buon'ora dopo essermi impasticcato di melatonina per potermi riprendere dal fuso orario. Calzamaglia alla super-pippo, maglia termica, maglione, piumino d'oca, la mia immancabile Nikon, scarpa running, e per la prima volta con le cuffie accese che sparano ad alto volume canzoni di Amy Winehouse e via, fuori in strada ad immortalare istanti di quotidianità.
Sono sulla 59esima (diciamo che stavolta mi sono trattato bene di fronte a Central Park) da dove inizio il mio giro. E' il più grande parco nel distretto di Manhattan, mi trovo nella Uptown, al centro tra i due quartieri residenziali, l'Upper West Side e l'Upper East Side, i quali prendono il nome dalla loro posizione rispetto al parco. E come un bambino mi dirigo dritto dritto verso lo Zoo, nel ricordo della pellicola Madagascar, dove non vedo l'ora di trovare il leone e la zebra e i lemuri e l'ippopotamo e la giraffa e i pinguini che hanno reso celebre questo bellissimo film di animazione. Non aspettatevi uno Zoo enorme (per fortuna!), piccolo, ben tenuto, con i suoi abitanti che sono tenuti molto rispettosamente. Con 18$ si ha diritto ad accedere anche al cinema 4D che non è niente male. Non posso dilungarmi troppo, ma sarei rimasto ancora più delle 3 ore dopo le quali mi hanno letteralmente trascinato fuori gli stessi pinguini… Spinto dal fanciullino Pascoliano che è in me, percorro una parte della celeberrima 5th Avenue e mi dirigo verso il civico numero 1000, dove si trova il Metropolitan Museum of Art e dove hanno girato la saga di "una notte al Museo". Wow… è grandioso, immenso, bellissimo, tutto bianco. Riesco a malapena a bilanciare i colori della mia reflex, tanto è splendente. Entro con un biglietto da 25$ e trovo una mostra che stavo cercando da anni, quella di David Hockney, artista inglese ottantunenne, che ha in esposizione i suoi più significativi dipinti dagli anni '60 in poi. Mi rapisce completamente e neanche il mio stomaco reclama l'ora. Esco dal museo che è pomeriggio inoltrato e, adesso sì, ho una fame incredibile. Subito sulla sinistra, a pochi metri dall'esposizione, c'è un chiosco (Maoz) che prepara cibi vegetariani di buona qualità. Tanto poi stasera me ne andrò a cena da un amico che ha saputo dal mio direttore che mi trovo a NY. Il tempo di divorare un sandwich con falafel, un green bowls, una Coca Cola ed un simil caffè, che risalgo su un taxi per tornare in hotel. Appuntamento alle 7pm con il mio amico Paul che mi porta a mangiare italiano. Cosa? No please, I just wanna eat differently… Invece insiste e mi ci porta di peso. Arriviamo al San Carlo Osteria, una chicca di ristorante, un gusto raffinato, un ambiente caldo e amichevole che quando usciamo

ci danno perfino una cioccolata calda come dolce ricordo. La serata scorre tra risate e momenti importanti, rievocando gli ultimi anni che hanno caratterizzato questa città.
L'indomani mi sveglio di soprassalto con un tonfo che viene da fuori, qualcosa di grosso, qualcosa di allarmante, qualcosa che è nell'aria, qualcosa che veramente ti fa passare la vita davanti in un secondo. La cameriera al piano era caduta. Una fragorosa e impetuosa caduta. Ed aveva sparso le colazioni che stava portando alle camere, tra cui la mia. "Mama, what's up?" e lei "nothing dear, I'm just in love…". La aiuto a rialzarsi e con un grandissimo sorriso mi ringrazia di cuore e dopo un breve scambio di informazioni, mi invita a farmi da cicerone per la city come se fossi un abitante, non da turista. "Sure Mama, one hour and I'm ready, good?" e lei "yeah, that's fine, I'm finishing my working day right now. I'll wait you down". Detto e fatto. Mi vesto come

al solito della mia curiosità e mi reco nella hall dell'albergo dove mi stava aspettando questa bellissima donna sulla sessantina, rotonda, allegra, alla Whoopie Goldberg per intenderci che col suo sorriso mi dice "hi guy, let's go discovering NY". Prendiamo a piedi la 7th verso Midtown e vi giuro che ho passato tutto il tempo col naso all'insù, come fosse la prima volta tra questi grattacieli altissimi che lasciano intravedere il blu del cielo e si specchiano l'un l'altro come in una gara di bellezza. Dopo una bella camminata arriviamo a Times Square, la famosa piazza piena di luci e schermi e persone che attraversano la strada a stormi. Ancora un altro yellow cab e ci porta a visitare il ponte di Brooklyn. Un classico. Una di quelle attrazioni involontarie che devi vedere se vai lì. E Mama mi ha detto una cosa che non sapevo: il ponte fu inaugurato l'anno prima, nel 1883, ma solo nel 1884 fu realmente collaudato. Come? Da uno squadrone di 21 elefanti, 7 cammelli e 10 dromedari che ne certificarono la stabilità. Queste sono le nozioni che amo che solo uno del posto può raccontarti. Guardo l'orologio e chiedo scusa al brontolio del mio stomaco e faccio cenno di voler mangiare qualcosa. Giro gli occhi e trovo uno di quei piccoli ma deliziosi camioncini bombati, stile anni '30, con un enorme hot dog sull'insegna, al quale non riesco proprio a rinunciare. Mi affogo di senape, ketchup e maionese, contorno di chips e Pepsi… Grazie New York di esistere! Mama mi lascia, perchè comunque ha la sua vita, i suoi cari che l'attendono e la ringrazio con un abbraccio infinito per avermi fatto passare una bellissima giornata e avermi fatto sentire un po' di più newyorkese.

Cammino con la mia fida reflex al collo ed immortalo un gruppo di ragazzi che giocano a basket nel più tradizionale dei modi, cento passi oltre un'enorme moto Harley e ancora due grossi ragazzoni che fuoriescono musica da tutti i pori con il loro rap a duemila all'ora. Sono nel quartiere di Brooklyn, dove si masticano le chewing-gum, dove il tempo sembra sia fermo agli anni ottanta. Decido di tornarmene in hotel utilizzando la train, la metro della Big Apple che conta 470 stazioni e ben 24 linee. Un consiglio vi do: se starete qui almeno 4-6 giorni acquistate una MetroCard del valore di 33$ che vi darà corse illimitate, magari evitando di prenderla di notte.

Visto che sono un nostalgico degli anni '80 e visto che sono un fanciullino, mi dirigo verso Park Avenue da dove origina una delle sit-com con la quale sono cresciuto: Arnold. Camminare nelle strade, respirare Harlem, vivere uno dei quartieri più introversi del Paese non ha prezzo. E poi ti ritrovi davanti all'Apollo Theater, uno dei più famosi club musicali degli Stati Uniti ed il più noto al mondo per quanto riguarda gli spettacoli di musicisti afroamericani da dove arrivano personaggi del calibro di Ella Fitzgerald, James Brown, Gladys Knight, Michael Jackson e The Jackson 5. Basta a convincervi che spendere 20$ per una notte lì potrà soddisfare le vostre curiosità? Le mie le ho esaudite tutte, una incredibile serata, una boccata di storia che ti pervade, un brivido nel caldo abbraccio del passato. Sensazioni che a parole non si descrivono.

E come al solito l'orologio non è mio amico. Siamo arrivati quasi alla fine di questo seducente viaggio, ma non prima di aver fatto un tour di Wall Street. Eh sì, una puntatina nel distretto finanziario più importante al mondo non me lo faccio proprio scappare. Due ore circa di visita a piedi di alcuni tra gli istituti finanziari più importanti di New York, che sorgono a downtown di Manhattan.Tra questi ho visitato la sede della borsa americana (appunto Wall Street), la Federal Reserve, il New York Stock Exchange, il Museum of American Finance ed il celeberrimo Toro di Wall Street (simbolo dell'economia americana e location per i selfie di rito). E dopo questa simpatica camminata mi trovo casualmente innanzi ad un altro street food al quale non resisto e devo mangiare le famose BBQ ribs, le costolette di maiale e le ali di pollo arrostite. Poi passo ai Bagel, che sono una sorta di panini a forma di ciambella che vengono mangiati farciti in vari modi anche se la versione più gettonata è quella con crema di formaggio e salmone, e poi mi prendo anche un Cupcake, una sorta di muffin rivestito di leggerissima e dietetica crema di burro… Certo è che tornerò da questo viaggio con almeno un paio di chili in più da dichiarare al momento dell'imbarco!

L'ultima sera qui non mi lascio sfuggire una partita, anzi, "la" partita di cartello NBA tra i New York Knicks e i Golden State Warriors nel mitico impianto del Madison Square Garden. Ho speso una cifra esorbitante per avere il biglietto nel settore 11, ma questo è un regalo che il mio Direttore ha deciso di farmi. Se volete assistere a ciò che gli Americani

definiscono spettacolo, questo è il posto giusto e il match perfetto. Tutto si illumina. Tutti si accendono. La musica va che è una meraviglia, le ragazze pon-pon esistono realmente, entrano i players in campo come fossero dei centurioni al Colosseo. E lo speaker annuncia tutti i nomi dei giocatori, uno ad uno, e lo stadio risponde ad ogni sollecitazione. Brividi. Sussulti. Palpitazioni che solo lo show-business americano riesce a creare. La partita finisce alla grande, tirata come non mai, tutti gli attori recitano la loro parte con grande enfasi. Non mi divertivo così da tanto tempo. E proprio il tempo mi ricorda che è quasi ora di lasciare questa incredibile città.

Ho ancora una giornata a disposizione da spendere in giro, perchè grazie ad Alitalia il volo parte la sera tarda da JFK e quindi posso sfruttarmi in pieno anche quest'ultimo giorno che dedico interamente allo shopping (tanto posso portarmi due valigie da 32 chili in classe Magnifica!). Decido di affrontare i famosi grandi magazzini di NY iniziando da Macy's in Herald Square, è davvero qualcosa da vedere. Il negozio si estende su un intero isolato e anche se non si desidera acquistare nulla, le vetrine sono uno spettacolo per gli occhi. Siccome mia figlia mi chiede sempre di riportarle vestiti, mi butto di peso nel Century 21 (a Lower Manhattan) che è la mèta ideale per gli sconti sui capi, quelli firmati. Mai comprare abiti di marca in una boutique costosa prima di aver rastrellato da cima a fondo questo negozio! È probabile che si trovi lo stesso articolo, ma molto più economico. Sono ormai le sei di pomeriggio ed è ora di incamminarmi verso l'aeroporto, dove conto di rilassarmi un po' prima del volo. Chiamo un taxi al volo, salto dentro, e ritrovo lo stesso afro-cubano con accento siciliano che mi aveva accompagnato all'andata che mi riconosce e abbraccia come un fratello. Stesso tempo, stesso itinerario e dopo un'ora di chiacchierata mi scarica a JFK dove mi attende la storica AZ611 per riportarmi a Roma. Due ore nella lounge e diritto all'imbarco prioritario, neanche mia moglie mi coccola così… poi sali a bordo e ti senti a casa e orgoglioso di essere Italiano.

Le nove ore di volo scivolano via con troppa facilità, vorrei rimanere ancora un po' lassù nel cielo a farmi viziare dai miei nuovi amici, ma siamo già arrivati a Fiumicino.

Cosa riporto da questo viaggio oltre ai 32 chili di regali? Una certezza: quella che a NY puoi andare quando vuoi, come a Parigi o Londra, anche per un long week end, perché la scoperta sia infinita.

TAP
AIR PORTUGAL

A STAR ALLIANCE MEMBER

flytap.it

foto di Juri Baruffaldi

METIS DI MEO

TENDENZIALMENTE ANARCHICA

La conduttrice di Easy Driver, in onda su Rai 1 il sabato alle 11.40, ci racconta del suo grande amore: lo sport.

di Valeria Barbarossa

Metis parlami di Easy Driver.
È una storica trasmissione di Rai1 che ha compiuto 18 anni, ha cambiato giorno ed orario, ora va in onda il sabato alle 11,40. È un programma che riesce a raccontare con grande maestria le bellezze del nostro territorio grazie ad un viaggio su quattro ruote nel quale, ogni settimana, io e la mia collega Veronica Gatto proviamo dalle auto elettriche alle supercar. Un road trip che grazie all'avventura ci permette di far conoscere diversamente il territorio del nostro Bel Paese.

Qual è la cosa che ti piace di più di questa trasmissione?
Ho sempre amato viaggiare e scoprire il nostro territorio per lavoro è meraviglioso. Per giunta posso farlo in auto, proprio come farei nella mia vita di tutti i giorni! Una passione, quella della velocità e della potenza perché le auto mi hanno sempre affascinato ed amo guidare in pista!

Hai lavorato sia come attrice che come conduttrice. Che cos'è che ti piace fare di più?
Ho lavorato sin da bambina come attrice, ma ho smesso pian piano che ho iniziato un percorso come creativa, autrice e conduttrice. Il mio mestiere principale è vendere idee, modi in cui amo descrivere e raccontare la realtà, ovvero scrivere format per i Media, spesso per la Tv e magari condurli se è nelle mie corde. Questo mi ha portata ad avere più vite e ad avere la possibilità di raccontare, con più o meno libertà, idee e punti di vista attraverso il mio modo di osservare, capire, scoprire e conoscere. In fin dei conti penso che trovare il proprio mestiere sia un punto d'incontro fra le proprie passioni, i propri talenti, il proprio carattere e la predisposizione all'investimento ovvero quanto siamo disposti a sacrificare e faticare per inseguire i nostri sogni.

Nell'estate del 2012 hai lavorato come inviata a Londra di Unomattina estate in vista dei giochi olimpici. Che esperienza è stata?
È stata la mia prima esperienza per la mattina di Rai1, una grande famiglia della quale faccio parte da allora. Londra quell'anno aveva un fascino unico. Casa Italia, il luogo che accoglie gli atleti italiani e tutte le manifestazioni collaterali, era una fucina di energia e vitalità, tanto che molti atleti stranieri amavano passare del tempo lì, fra la scusa della cucina e dell'accoglienza. Ho avuto modo di conoscere molti sportivi, dai tutor ai giovanissimi, dagli ex atleti oggi commentatori ai campioni indiscussi. Ho scoperto grinta, tenacia, un forte desiderio di cambiamento e di miglioramento contagioso. Vedere tanti coetanei così motivati, pronti al sacrificio per raggiungere un sogno, è stato un bagaglio emotivo e professionale importante. Mi sono appassionata agli sport meno noti, dall'atmosfera del beach volley in città, alle sfide di fioretto e sciabola all'ultimo urlo.
C'è stato uno sport a cui ti sei particolarmente appassionata?
Da spettatrice amo un certo tipo di spettacolarizzazione, mi dilettano i combattimenti, come judo, lotta e pugilato. Due argenti, Cammarelle e Russo, sono rimasti indelebili. Bellissime, inoltre, le sfide al femminile, mi ricordo Rosalba Forciniti.
Tu che sport pratichi?
Sparsi e vari perché sono sempre in viaggio e la mancanza di regolarità uccide ogni buona abitudine. Provo tutto quando posso, altrimenti mi ritrovo a correre o in sala pesi. Se ho tempo tiro di boxe, altrimenti nuoto per scollegarmi dal mondo.
Qual è il tuo stile di vita?
Quello di una frenetica viaggiatrice innamorata della vita. Sono sempre stata convinta che ci sono talmente tante cose da fare, vedere, conoscere, capire e scoprire che è difficile per me stare ferma. Ho sempre nuove idee per la mente, tanta voglia di provare a mettere in pratica fino all'ultimo sforzo ogni progetto. Sono spesso in treno o in aereo, viaggio molto in auto. Sono golosa ma amo una vita sana. Mai fumato in vita mia. Cammino molto. Amo il cibo e l'ottimo vino, ma scelgo con attenzione: in casa niente prodotti industriali o raffinati, prediligo cibo integrale, bio e quando posso fatto in casa.
Un atleta che apprezzi particolarmente?
Ho subito il fascino di Cassius Clay, Muhammed Alì, stimando il suo carisma e la voglia di combattere per il cambiamento. Mi piace Nino Benvenuti, bravissimo atleta e uomo dal grande cuore e dall'indiscussa classe. Trovo meravigliosa Novella Calligaris. Ho assistito a una gara di Usain Bolt ed ho trovato sovrannaturale la sua energia. Trovo incredibile Micheal Jordan, un grande sportivo e personaggio che ha reso la pallacanestro ancor più coinvolgente. Ma per tornare in Italia, mi ha commossa e conquistata una donna eccezionale, Giusy Versace, voglio definirla artista, atleta parolimpica ed attivista, che con la sua storia colpisce nel profondo del cuore raccontando come lo sport è il luogo della conquista, della rivincita, dove si torna ad essere tutti diversamente uguali.
Ti sarebbe piaciuto diventare una stella sportiva?
Ci vuole moltissima disciplina ed io ho una terribile tendenza all'anarchia. Amo dedicarmi con passione a qualcosa, ma ho necessità di sfruttare appieno i miei mezzi d'espressione, in primis il dono della parola, per questo ho scelto questo lavoro. Sarebbe stata una bellissima prospettiva di vita ma ho sempre avuto necessità di esprimere la mia libertà e il mio fattore di imprevedibilità.

Foto di Assunta Servello per Rai

SELEZIONE ITALIA BY HERTZ FUN COLLECTION

GUIDA LO STILE ITALIANO CON HERTZ.

Con i modelli **Selezione Italia by Fun Collection** puoi fare un tuffo nella Dolce Vita alla guida di vere icone del design italiano.

Scopri ad esempio l'eleganza di **Alfa Romeo Giulia Veloce o Alfa Romeo Stelvio**, la potenza di **Alfa Romeo 4C** o l'iconica **Abarth 124 Spider**.

Non dimenticare che tutti i modelli Selezione Italia by Fun Collection sono **prenotabili per marca e modello**, così avrai la certezza di guidare l'auto prenotata.

Per prenotare ti basta chiamare il numero **199 112211** oppure visitare il sito **hertz.it/selezioneitalia**

HERTZ.IT/SELEZIONEITALIA

Hertz

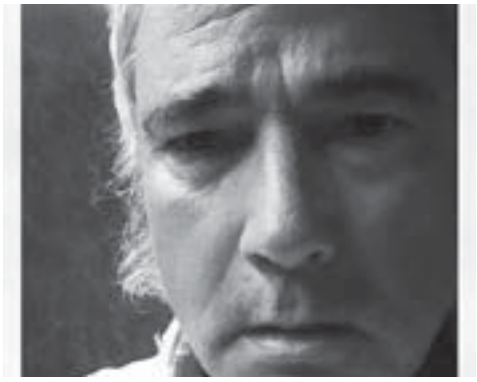
PADELCLUB

MARZO 2018

PORTERÒ IL PADEL OVUNQUE

Il n. 1 al mondo Belasteguin in Italia

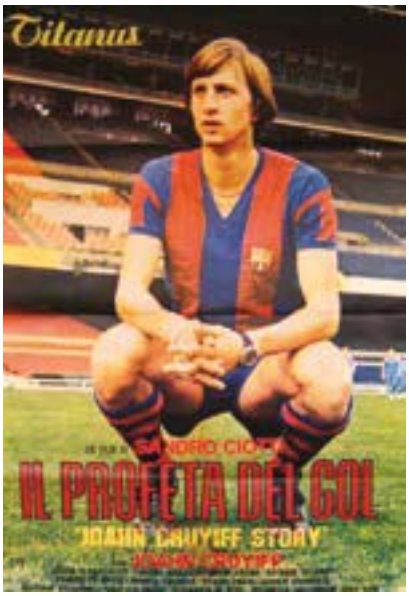
MARCELA FERRARI TOCCINI E PALMIERI SI ALLENANO DA LEI • MARCO CAPORILLI IL MIO PADEL IMPERFETTO



A cura di Paolo Cecinelli

LA VIBORITA

Quando è stato il momento di dare un titolo all'intervista a Bela, ammetto di aver avuto qualche dubbio ma poi improvvisamente è diventato tutto più chiaro. Belasteguin viene a giocare la Serie A per l'Orange e parteciperà ad una serie di eventi promozionali. "Porterò il Padel in ogni angolo d'Italia" mi ha detto. L' apostolo, il Profeta del Padel. Come il titolo di un film – il Profeta del Gol -che fece uno dei miei maestri nella professione di giornalista. Sandro Ciotti. La pellicola prodotta nel 1976 racconta la storia di Johan Cruijff. Quando Bela mi ha detto di essere amico della famiglia dei Cruijff ho deciso per "il Profeta del Padel". In verità è quello che dovrà essere per divulgare il più possibile il Padel in Italia. Comunicare e far appassionare tutti gli italiani. Qualcosa è già successo perché sabato 3 marzo al suo esordio all'Aeronautica c'erano circa 700 persone. Ho accompagnato Saverio Palmieri e Gianmarco Toccini a Barcellona dove si sono allenati tre giorni intensi con Marcela Ferrari, la donna più importante del Padel perché allena Bela, perché è diventata la C.T. dell'Italia femminile ma soprattutto perché a livello umano è una grandissima persona. Garantisco. Ero curioso e sono felice di essere andato perché ho visto cose difficili da raccontare. Per esempio, vedere uscire dal campo Toc e Save ed entrare Belasteguin che era lì fuori ad aspettare. Ammetto che mi ha fatto un certo effetto, sembrava un cambio turno al Padellino… Non voglio mitizzare più di tanto gli eventi ma in quel momento ho avuto la sensazione che quella è davvero la strada da percorrere. Per la trasferta abbiamo organizzato un Luxury-Van con Fabrizio Anticoli, Serf e con i "sempre verdi" Iwan e Federico Coccia che hanno giocato anche 6 ore al giorno. La passione non ha confini e non importa il livello di gioco. Anche loro – a loro modo – sono Profeti del Padel.



Rilassati

DIPINGIAMO NOI IL VIAGGIO DEI TUOI SOGNI

vivere&viaggiare CON Bluvacanze

LA PIÙ GRANDE AGENZIA DI VIAGGI D'ITALIA

www.vivereeviaggiare.it | www.bluvacanze.it

320 PUNTI VENDITA IN ITALIA

FERNANDO BELASTEGUIN

IL PROFETA DEL PADEL

Da 16 anni è l'incontrastato numero 1 al mondo. Fernando Belasteguin viene a giocare in Italia nel Campionato di Serie A con la squadra dell'Orange di Roma ma porterà il Padel in ogni angolo d'Italia grazie al progetto di Luigi Carraro.

Qualcuno non voleva crederci. Bela nella serie A italiana. Tutto vero, giocherà con la squadra romana dell'Orange. Un'operazione voluta da Luigi Carraro. Imprenditore, dirigente e giocatore con una smisurata passione per il nostro sport. Così, senza troppe spiegazioni tecniche ed emotive, nel campionato italiano a squadre arriva il più grande giocatore di tutti i tempi. Un anno fa ci avrebbero presi per matti e invece no. Abbiamo incontrato Bela a Barcellona alla vigilia del suo arrivo a Roma. Ci ha raccontato con entusiasmo e disarmante semplicità i motivi della sua scelta: "Voglio portare il Padel in ogni angolo d'Italia" – ha detto guardandomi diritto negli occhi e facendomi sentire parte del progetto. Bela è così. Ti coinvolge e riesce subito a creare il clima giusto per fare squadra. Ti senti motivato perché riesce a trasmettere un'energia contagiosa. Quando parla di Padel lo fa con il cuore, gli brillano gli occhi. Bela non viene in Italia solo per giocare ma non viene neanche per partecipare. Bela è un vincente e odia perdere. Sono 16 anni che è al comando del ranking mondiale, un'impresa unica che nessun altro sportivo è mai riuscito a realizzare.

"Sono molto contento di venire a giocare in Italia al Campionato per Club – ci racconta rilassato al termine di un allenamento - quando ho parlato con Luigi Carraro la cosa più importante – ancora più del campionato fra i club - era di far parte di un progetto per diffondere il Padel in tutta Italia. Mi sento un difensore del Padel. Tutto quello che ho, l'ho ottenuto grazie al Padel. Ho dato al Padel tutto me stesso, tutta la mia vita ed ora metto a disposizione del movimento italiano la mia esperienza e conoscenza. Ho sposato il progetto di Luigi (in verità lo chiama Luis o Luici) e della federazione italiana con grande entusiasmo. Vogliamo portare sui campi più gente possibile perché il Padel è uno sport spettacolare."

Cosa ti ha convinto del progetto?

"Per me questo è un progetto molto importante perché si tratta di diffondere lo sport. Luigi è molto motivato e per me è uno stimolo. Vogliamo fare in modo che tutta l'Italia pratichi il nostro sport. Per me questo è l'obiettivo più importante che ho in questo momento. Sono un difensore del Padel. Potete contare su di me, sulla mia immagine e sulla mia esperienza."

"Sono venuto in Italia qualche anno fa ma so con certezza che il Padel in Italia - e specialmente a Roma - è cresciuto moltissimo. Ora cerchiamo di dargli l'ultimo impulso perché si consolidi come merita."

Se ti dico un numero? … 17. (sono sedici anni che Bela è numero 1 al mondo…)

"Stiamo lavorando per raggiungerlo per il momento c'è soltanto il 16 ma nella mia testa ci penso ogni giorno che mi alleno".

Come si diventa un vincente come te?

"Credo di aver il difetto di non sfruttare nulla di quello che vinco, sono un umile lavoratore. Penso sempre che devo migliorare, non mi fermo mai a festeggiare. E' una questione di mentalità. Se vinco il master penso subito al prossimo obiettivo, magari anche alle coppie che dovrò affrontare in questa nuova stagione. Sono ossessionato di migliorare e lavorare. Quando finirò di giocare a livello professionale cercherò di sfruttare tutto quello che ho vinto però fino a quando sarò professionista la mia testa e il mio cuore penseranno solo a migliorare. Credo che questa è una delle chiavi principali - o se vuoi la chiave principale - per raggiungere degli obiettivi."

Quando hai iniziato a giocare ti divertivi, ora?

"Beh, ora mi diverto molto meno. Da bambino era il mio hobby, il mio divertimento, ora il mio lavoro. Ero innocente, non ero intossicato dal mondo professionale e riuscivo a vivere ogni sensazione del mondo amatoriale. Ho più ricordi di quel periodo che di quello professionistico."

Qual è stata la vittoria più bella?

"La vittoria più bella è quella di allenarsi tutti i giorni e pensare che la miglior vittoria della mia carriera non è ancora arrivata ma sta per arrivare".

Un messaggio agli italiani che ti aspettano…

"Sono a vostra disposizione per far conoscere il Padel in ogni punto dell'Italia. Voglio dirvi che mi sento molto identificato con voi perché tra i miei avi c'è anche un italiano (il bisnonno da parte della mamma) che tanti anni fa partì da Ancona per l'Argentina. Vi dico una cosa: so riconoscere l'odore della cucina italiana, fa parte della mia infanzia. Quando ero bambino ero sempre a casa con i nonni che cucinavano. Ho dei ricordi personali bellissimi che non potrò mai dimenticare. Mi sento onorato di iniziare questo percorso con Luici e con il Padel italiano. Qui mi sento a casa mia."

Bela con Andrea Balducci

ARIA SPORT

AS antifurti & sicurezza

NON CAMMINO NELLA PAURA • SONO FORTE • SONO CAPACE • NON MI FERMO • NON MI ARRENDO

8 & 10 MARZO

SICUREZZA & KRAV MAGA

Workshop sulla difesa personale

GRATUITO

L'8 ed il 10 marzo si terranno due incontri del workshop "Sicurezza & Krav Maga", organizzato da **ARIA SPORT**, in collaborazione con l'azienda specializzata in sicurezza **ANTIFURTI& SICUREZZA** e l'**ACCADEMIA ANTIAGGRESSIONE di KRAV MAGA**, presso il centro sportivo Aria Sport Somalia.

Stante l'aumento sostanziale, testimoniato dalle statistiche, degli abusi domestici, dove 1 donna su 3 subisce violenza dai propri partner, le tre società hanno deciso di unirsi per sensibilizzare al tema della difesa personale, organizzando una due giorni con lo scopo di insegnare le tecniche di base necessarie per proteggersi in caso di aggressione.

Il workshop è aperto a tutti **dai 14 anni in su**, e si svolgerà **giovedì 8 marzo dalle ore 19 alle 21 e sabato 10, dalle ore 11 alle 13 presso la palestra Aria Sport Somalia**, in Largo Somalia 60 a Roma. Sarà condotto dagli istruttori dell'Accademia Antiaggressione Krav Maga, i quali insegneranno l'utilizzo delle **tecniche antiaggressione** attraverso simulazioni in cui verranno presentati **spray inerti e sirene antiaggressione**, messi a disposizione dalla società Antifurti&Sicurezza.

La sicurezza è una legittima aspirazione di ogni individuo e dal suo graduale compimento ne scaturisce un più ampio e diffuso vantaggio per tutti: sentirci al sicuro. "Sicurezza & Krav Maga" vuole essere un modo per raggiungere questo obiettivo.

GIOVEDÌ 8 h. 19:00 - 21:00
SABATO 10 h. 11:00 - 13:00

> **QUALCHE VOLTA LA SITUAZIONE PIÙ PERICOLOSA È QUELLA PER LA QUALE NON SEI PREPARATA.**

Per info e contatti

info@antifurtiesicurezza.com / 06 83706611

Aria Sport Somalia
Largo Somalia, 60 - 00199, RM
somalia@ariasport.it / Tel. 06 32460770

Aria Sport Somalia | Aria Sport Official

www.ariasport.it

AVIA PADDLE

TUTTI PAZZI PER IL PALETERO SOCIALE

Un'invasione di borse Avia alla prima giornata della Serie A. Diverse squadre si sono presentate con il Paletero sociale con i colori del club ed è stato subito un trionfo di colori.

Foto Luca d'Ambrosio

Oramai fa parte della divisa sociale. I giocatori lo sfoggiano orgogliosi e prima di are la foto della squadra li sistemano a terra tutti in fila, come fossero un banner degli sponsor. Con la Serie A siamo entrati in una nuova fase per l'azienda di Stefano De Santis. Il Paletero con i colori del proprio club è un segno di distinzione, specie se poi i circoli decidono di personalizzarli a seconda della categoria di gioco facendoli diventare oggetti super-esclusivi, memorie di ogni evento. Per la serie che "le categorie vanno rispettate", i club hanno deciso di diversificare i prodotti dedicati alla prima squadra da quelli della seconda e così via. Non si tratta di discriminazione tecnica ma soltanto di marketing per creare delle borse uniche. In questa maniera il Paletero è diventato una specie di medaglia, di certificato di partecipazione ad un campionato. Il Canottieri Aniene ha scelto i colori tradizionali dello storico stemma del club, celeste e giallo pagliarino mentre sulla fascia centrale hanno fatto ricamare i tre scudetti vinti consecutivamente. All'Orange – invece – hanno voluto colori più intensi e brillanti tanto da ricordare le borse della grande Olanda di Cruijff. Prima del match con l'Aniene in un silenzio religioso c'è stata la consegna del materiale tecnico nell'ampio negozio sociale. C'erano anche diversi soci ad aiutare a distribuire il materiale. Sono questi i momenti in cui si "fa squadra" e si crea l'atmosfera giusta perché tutto abbia senso. Senso di appartenenza e rispetto per il proprio club. Luigi Carraro ha consegnato personalmente il paletero sociale al numero 1 al mondo Fernando Belasteguin. Bela è stato disponibilissimo, ha firmato autografi su maglie, borse, foto e racchette. La mania dell'arancione è scoppiata.

Luigi Carraro, Bela e Stefano De Santis

Via Delle Macere n°20 (Interno XII)
00060 Formello (Roma)
T(+39) 06 90400460
info@aviapaddle.com
www.aviapaddle.com

LA FORZA DELLA VOLONTA'

In meno di un anno è passato dalla quarta alla seconda categoria. Fisico atletico e testa matura. Il suo più grande rimpianto è di non aver mai giocato a tennis, Marco Caporilli è diventato però un giocatore di tutto rispetto. Premiato anche ai Padel Professional Awards 2017 come "best player" della sua categoria.

Trentasei anni, imprenditore immobiliare di successo, sposato con Sara, una figlia di 8 anni di nome Giorgia. Marco Caporilli ha conosciuto il Padel soltanto due anni fa ma negli ultimi dodici mesi ci si è buttato dentro facendolo diventare la sua mania, la sua ossessione … ma soprattutto il suo piacere. La famiglia lo segue con partecipazione. Giorgia gira per casa tenendo la racchetta in mano e Sara non si annoia mai ai tornei. Lo aspetta dopo la doccia e in partita lo lascia tranquillo. Moglie ideale per un giocatore di Padel. Nel 2017 Marco ha scalato le classifiche federali passando dalla quarta alla seconda categoria. "Non ho nessuna esperienza tennistica, purtroppo – ci confessa con rammarico - il mio adorato maestro Alessandro Pupillo non aveva troppa fiducia nelle mie possibilità quando gli chiesi di farmi provare a giocare. Si mise a ridere - come soltanto il tuo maestro può permettersi di fare - mi disse: ma come fai tu con questo fisico "palestrato" e legato? Sei quadrato …."

In verità Pupillo aveva ragione perché all'inizio Marco riusciva a malapena a mandare la palla oltre la rete ma i suoi inviti a lasciar perdere crearono invece l'effetto contrario e furono un grandissimo stimolo. Questa è una storia di tenacia, passione e dedizione. Questa è una storia italiana di Padel.

"Per me la sfida è tutto. Mi emoziona. Le parole di Alessandro furono una scossa micidiale, ancora lo ringrazio di avermi detto con crudezza quello che pensava, non tutti lo fanno. Ho ancora tanto da imparare ma devo ringraziarlo per il lavoro che ha fatto su di me. Io sono tenace".

Qual è il piacere che si prova a colpire questa pallina…?
"Non lo so, ma mi diverte tanto. Mi scarico, mi piace il lavoro fisico, tecnico e mentale. Il Padel è tutto questo, insieme. Devi rimanere concentrato su tanti dettagli e se ti distrai la palla non va più dove vorresti. E' una questione di testa. C'è stato un periodo in cui volevo smettere perché mi allenavo tanto ma non vedevo risultati. Ero demoralizzato ma proprio in quel momento Alessandro mi prese da parte e parlammo lungamente. Volevo smettere, ero arrivato a odiare il Padel. Avevo le lacrime agli occhi, mi ricordo quel momento se come fosse ieri. Alessandro mi disse semplicemente "se è vero che ti piacciono le sfide, questa è la tua". Incredibile quanto certe persone possano essere convincenti. Quelle parole furono una vera scossa e mi hanno dato la determinazione per andare avanti. Questo sport non ti regala nulla, devi impegnarti con tutto te stesso. Probabilmente – anzi sicuramente - non arriverò mai ai vertici perché non ho le basi del tennis, anche ho visto molti ex-tennisti muoversi impacciati tra le pareti. Il mio rammarico è proprio questo. Mi piace pensare che con cinque anni di tennis giocato avrei reso più nobile il mio braccio".

VOLEVO SMETTERE, ERO ARRIVATO A ODIARE IL PADEL. AVEVO LE LACRIME AGLI OCCHI, MI RICORDO QUEL MOMENTO COME SE FOSSE IERI. ALESSANDRO MI DISSE SEMPLICEMENTE "SE È VERO CHE TI PIACCIONO LE SFIDE, QUESTA È LA TUA".

Come giudichi quelli che strillano sul campo?
"C'è maniera e maniera. Innanzi tutto in campo, ma ovunque, rispetto ed educazione. Non bisogna mai trascendere nell'offesa ma la goliardia è bella e simpatica (quasi sempre). Ironia e autoironia, non prendiamoci troppo sul serio. Non dimentichiamo però la componente fondamentale: l'agonismo. Io voglio vincere. Sempre, anche contro il mio migliore amico. Il rispetto per l'avversario si trasmette soltanto giocando al massimo, senza fare sconti."
Quanto ti alleni?
"Vorrei di più ma l'attività professionale e la famiglia non lo consentono. Mi alleno tre anche quattro volte la settimana con partite, allenamenti fisici e lezioni. Per quanto riguarda la tecnica mi vedo una volta alla settimana con Alessandro Pupillo. In palestra invece vado tutti i giorni, mi segue il mio preparatore che ha stravolto tutto: routine, carichi e alimentazione. Fisicamente mi sono asciugato tantissimo. Confesso che in alcuni giorni a pranzo mi alleno in palestra e la sera gioco. Faccio la serie C con lo Juvenia, è un bel gruppo perché Alessandro Pupillo e il presidente Simone Ciccariello stanno lavorando bene".
Sei stato ad allenarti in Spagna?
"Ho iniziato la scorsa stagione a Barcellona con uno stage organizzato da Alessandro Pupillo tramite Andrea Balducci. C'erano anche Matteo Spizzica e Giordano Orecchio. Sono stato anche al Sanset di Madrid insieme a Francesco Corsi e Cristiano Aristotile. 5 ore al giorno di Padel molto intenso e passa la paura."
Nel 2017 sei passato di due categorie…
"E' stato bellissimo ed elettrizzante ma il rovescio della medaglia è stato terribile perché quando sali di categoria ti capita di giocare con gente più forte e non riesci più ad arrivare in finale…. Per continuare a vincere devi trovare un partner giusto e non è facile. Verso i neopromossi c'è sempre un po' di diffidenza e devi conquistarti la fiducia degli altri. Io poi venivo dalla quarta categoria e non ero certo il più richiesto. Bisogna costruirsi una reputazione. La verità è che sono diventato 2.4 perché ho giocato qualche torneo con Alessandro Pupillo – subito dopo l'infortunio – e con Francesco Corsi.
Da imprenditore, cosa manca a questo nostro Padel per crescere?
"I giovani, bisogna puntare tanto su di loro. E' quello che ho fatto nel mio lavoro quando insieme alla mia socia Laura abbiamo aperto un'agenzia a Ponte Milvio. Sui campi di Padel ne vedo pochi.".

TORNEO SOCIALE DUE PONTI DA RECORD CON 200 PARTECIPANTI

Ecco 7 dei 12 capitani delle squadre composte da soci del circolo che partecipano al più grande Torneo sociale di Padel mai organizzato. Felicissimo per l'attività sempre molto vivace il presidente Emanuele Tornaboni che ricorda come nello Slam 2017 il Due Ponti registrò l'iscrizione di ben 97 coppie. Nella foto da sin. Stefano Liverani, Mario Tucci, Fabio Brocchi, Lorenzo Verginelli. In basso Alessandro Tassi e Dario Diotallevi. Mancano all'appello Saverio Palmieri, Gianmarco Toccini, Vincenzo "Viki" Giordano, Mauro Antonelli e Mauro Zala.

zeus
EnergyGroup

I NOSTRI OBBIETTIVI SONO I TUOI.
NON PERDERE TEMPO, NON SPRECARE ENERGIA!

I nostri risultati sono garantiti. Metti nel bilancio 2018 il risparmio energetico e scopri come usufruire di credito fiscale e altri strumenti.

Non serve cambiare operatore, basta saper analizzare come consuma il tuo centro. Noi siamo qui per questo , consulenti per la tua energia. **Richiedi una valutazione GRATUITA di monitoraggio e controllo per un mese** e e ti mostreremo come poter arrivare a risparmiare fino al 20% sulla tua spesa annuale.

LA CORSA AL RISPARMIO
INIZIA DA NOI.

Viale Marconi 310 - 00146 Roma
Tel. 06 81153986
info@zeusenergygroup.com

zeusenergygroup.com

MSP

COPPA DEI CLUB, SI ENTRA NEL VIVO!

In arrivo i primi verdetti dalla fase a gironi. A giugno la finale Nazionale TAP Air Portugal. Il 17/18 marzo prima tappa dell'Alpha Padel Cup MSP al Flower Padel!

E' entrata nel vivo la Coppa dei Club 2018! Nella Fase Regionale del Lazio, ben 53 squadre sono partite a gennaio con tanto entusiasmo in questa nuova avventura della Coppa Amatoriale a Squadre organizzata dal Comitato Provinciale MSP Roma e dal Settore Padel MSP Italia, Ente di Promozione Sportiva riconosciuto dal Coni. Il maltempo ha rinviato i primi verdetti della Fase a Gironi, che si concluderanno a ridosso della primavera dando il quadro completo delle formazioni che accederanno al Tabellone Play Off (le prime due squadre di ogni girone) e al Tabellone Play Out (le squadre restanti, nell'ottica di far continuare tutti a giocare, senza nessuna eliminazione nei gironi). La Coppa dei Club con il tempo ha rafforzato la propria immagine di offrire un'opportunità ai propri giocatori per potersi confrontare in una competizione amatoriale a squadre, portando con sé lo spirito di appartenenza a un Circolo. Il cammino della Coppa dei Club, che inizierà da marzo anche in Toscana ed Emilia Romagna, durerà fino alla Finale Regionale del Lazio prevista per il weekend del 26/27 maggio; le due finaliste otterranno quindi il pass per partecipare alla Finale Nazionale TAP Air Portugal che è programmata per il 23/24 giugno nella cornice del MSP Day. Alla Finale Nazionale saranno rappresentate diverse Regioni d'Italia, come le già citate Toscana ed Emilia Romagna, ed ancora Umbria, Sardegna, Abruzzo e Veneto. Come lo scorso anno, la Finale Nazionale sarà sponsorizzata da TAP Air Portugal che metterà in palio dieci voli per la formazione che si laureerà Campione Nazionale. Ma non finisce qui: perché parallelamente alla Coppa dei Club, da marzo partirà il Circuito primaverile amatoriale titolato dall'azienda romana Alpha Padel. La prima tappa si terrà al Circolo Flower Padel nel weekend del 17/18 marzo: confermata la riuscitissima divisione del Tabellone tra livello "Principianti" ed "Avanzato" per consentire un sano e piacevole divertimento anche ai neofiti di questo sport. Queste le date delle altre tappe: 14/15 aprile, 28/29 aprile, 12/13 maggio e Master Finale il 9/10 giugno. Tante sorprese sono in arrivo per il popolo amatoriale del Padel targato MSP! Per info: www.padelamatoriale.it – padel@msproma.it

PADEL SPORT
professionisti per il Padel

PROVE SU *PISTA*

VAIRO COLUMNS GENETIC

Forma a Lacrima. Livello di gioco polivalente. Disegnata con tecnologia 3D. Utilizzando come base principale il Grafene, con telaio bitubolare al 100% di carbonio, tripla lamina di fibra con rinforzo di carbonio impregnato con la resina epoxi (Hot Melt Prepeg) di massima elasticità e resistenza, con rinforzo nella zona critica della racchetta, Nucleo di EVA High Memory.

DOVE TROVARE I NOSTRI PRODOTTI

TUTTO SPORT- via Giovanni Battista Morgagni, 8/10
SPORT & COMPANY – via Candia, 73
BARTONI – via Masolino Da Panicale, 15
SGTENNIS – Via Adolfo Celi,22
TENNIS WORLD – via Budapest, 29
LA PADDLEMANIA – via Martino Longhi 2
SALARIA PADEL CLUB – via S. Gaggio, 5
PADEL CLUB CASALOTTI – Via Borgosesia, 315
PADEL ZONE – Via Dei Gordiani, 191
EUR PADEL CLUB – Via Dei Georgofili, 26/30
AERONAUTICA MILITARE – Lungotevere Salvo D'Acquisto,21.

VAIRO PALETERO TEAM

Scomparto principale, rinforzo doppio. Colori: azzurro, nero, rosa, giallo

NOX ML10 WOMAN CUP 3.0

Forma: rotonda. Racchetta totale adatta a tutti tipi di gioco. Impressionante controllo e potenza. Chi la prova non la lascia più: comoda, forte, potente, duratura. Versione femminile della ML10 PRO CUP che utilizza Miguel Lamperti.

NOX PALETERO STREET BLUE

Scomparto principale per racchette e accessori, tasca laterale e inferiore per accessori

DUNLOP INFERNO MAX

Nuova evoluzione della mitica Dunlop Inferno. Forma ibrida oversize, tecnologia powerflex per una maggiore potenza. Eccezionale combinazione potenza/confort/controllo.

MISTERPADEL.it
online store

MARCELA FERRARI

Ha rotto pregiudizi e vecchie consuetudini allenando la coppia numero 1 al mondo Bela-Lima. Ora è stata nominata Coach della Nazionale Italiana Femminile. Instancabile lavoratrice dai modi gentili.

Arriva puntualissima – anche qualche minuto prima - con il suo Maggiolino cabrio tutto nero, un po' infangato. Sul parafango qualche "simpatico" graffio da parcheggio catalano rende il tutto meno perfetto ma vero. Marcela Ferrari scende dalla sua vettura parlando al telefono, prende un paio di racchette e velocemente entra nel club dove la stanno aspettando Toccinì-Palmieri e dove più tardi arriverà Belasteguin. Saluta tutti con un sorriso coinvolgente, l'impressione è di una donna molto impegnata, manager di se stessa, aiutata in parte – per quanto abbiamo visto – da Andrea Balducci, il motore principale del traffico Italia-Barcellona. Marcela fa tendenza. E' lei che allena la coppia numero 1 al mondo: Bela/Lima e molti altri. Trovare spazio nella sua agenda non è facile. Marcela fa tendenza anche sul campo con i suoi modi dolci e mai strillati. Abbigliamento curato al punto giusto. Sciarpa al collo (in verità è un semplice scaldacollo ma su di lei è molto fashion), viso da bambina, occhi profondi ed espressivi e un'elegante giacca celeste. Marcela è mancina, in campo prende

posizione dietro i suoi allievi con cui parla continuamente consigliando atteggiamenti e correggendo posture e movimenti. Suggerisce e motiva. Sembra di essere in partita. Uno spettacolo. Il ritmo può essere infernale perché Marcela ha la capacità di tirare un numero spaventoso di palle dal cesto. Dall'altra parte della rete ci sono gli "sparring" che si alternano ogni 20 minuti. L'allenamento diventa vario ma i tempi li detta sempre lei. Recentemente è stata nominata C.T. della Nazionale Italiana femminile.
"Sono molto felice e ho una gran voglia fare bene. Ho accettato perché è un progetto serio che spero si realizzerà."
Cosa conosci dell'Italia?
"Il cibo, la cucina, la gente e molti giocatori che sono venuti qui a Barcellona per allenarsi, tutti tramite Andrea Balducci che è il nostro ponte con l'Italia. Conosco abbastanza Roma perché lo scorso anno ci sono stata per un fine settimana. Mi piace la gente , il modo di fare e mi piace come state vivendo il Padel."
Quanto tempo hai bisogno per migliorare il padel italiano?
"Io da sola non posso fare nulla, c'è bisogno che tutte le componenti crescano insieme. Ci vuole il tempo necessario. L'obiettivo comunque è quello di migliorare la squadra italiana femminile, di farla crescere. Bisogna impostare anche un lavoro per i ragazzi che sono fondamentali in tutti i progetti. E' un lavoro profondo, i risultati non arrivano subito. "
Una donna deve allenarsi solo con le donne oppure deve cercare di giocare anche con gli uomini?
"Per me tutti devono giocare con tutti. Ovviamente la velocità della pallina è differente ma la cosa più importante è allenarsi seriamente seguendo anche una preparazione fisica e un'alimentazione adeguata. Bisogna riuscire a lavorare molto sulla testa, sulla mentalità e sulla maturità. Premesso questo, si può giocare e allenarsi con chiunque. Bela e Lima per esempio si allenano con tanti giocatori che gli fanno da sparring. Cambiano continuamente ma non perdono mai di vista l'obiettivo di ogni singolo allenamento. Prima di un torneo le donne devono giocare fra loro per abituarsi alla palla".
Cosa ti ricordi della tua Argentina?
"Sono venuta via molto presto, avevo solo cinque anni. Parlo spesso al telefono con mio zio e gli amici. Per me è sempre un grande piacere, è la terra dove sono nata anche se oramai mi una ragazza di Barcellona."
Toccini e Palmieri….?
"Li chiamo Gianmarco e Save. Sono due grandi persone, hanno tanta voglia di lavorare. Hanno una grande personalità e voglia di migliorare e un'altissima considerazione del Padel. Stiamo facendo un buon lavoro insieme".
Quanto possono migliorare?
"Tanto, credo che in Italia non ci sono tante persone che seguono una vita da giocatori professionisti. Si accontentano di come sono perché già così si tolgono diverse soddisfazioni. Gianmarco e Save invece no, loro vogliono mettersi in discussione".

Marcela come hai fatto a diventare così importante nel mondo del Padel, tu alleni la coppia numero 1 al mondo Bela e Lima…
"Non mi sento importante, per me la cosa più importante sono i giocatori. Un allenatore va e viene. Quando avevo 12 anni andai a vedere per la prima volta un torneo del "Padel Pro Tour", circuito precedente al World Padel Tour, e pensai: "io voglio sedermi lì, dove sono le giocatrici". Era il mio sogno e ho lavorato tanto per raggiungerlo. Bisogna essere consapevoli però ci sono momenti molto belli e altre meno. Ora ricevo tante richieste e questo mi inorgoglisce ma rimango con i piedi per terra perché ho lavorato duro."
Hai rotto le cattive consuetudini e i pregiudizi, hai dimostrato che una donna può allenare i migliori giocatori del mondo. Questo è un messaggio bellissimo e fortissimo per la gente. Questa è una vittoria grandissima. Mi fai venire in mente quelle navi rompighiaccio che con la prua spaccano la banchisa. Tu sei come una nave rompighiaccio.
"Non l'ho mai pensato ma il paragone mi piace e mi riempie d'orgoglio anche se mi innervosisce. Credo che nel mondo ci sia spazio per tutti, ho sempre lavorato duramente e non ho mai pensato se la gente mi trattava come una donna o un uomo. Non dobbiamo dare troppa importanza a questo aspetto ma alla qualità del lavoro che si fa."
Mandi un messaggio alle donne che giocano a Padel?
"Llega Marcela (arriva Marcela), non sono magica ma mi impegnerò al massimo per portare il più alto possibile il Padel Italiano. Non prometto nulla ma vi assicuro lavoro, lavoro e lavoro. Aiuterò tutte le donne del Padel italiano a migliorare."

LA REGIONE LAZIO PER LO SPORT DAL 2013 AD OGGI IN 10 MOSSE

1 FATTO

MESSA IN SICUREZZA ED EFFICIENTAMENTO IMPIANTI SPORTIVI

8,1 MILIONI DI EURO

Concessione di contributi per il miglioramento dei livelli di sicurezza e l'efficientamento energetico degli impianti sportivi pubblici e privati. Adeguati **117 tra palazzetti, palestre, campi polivalenti e piscine.**

2 FATTO

SCUOLA DI SQUADRA

1 MILIONE DI EURO

Fornitura di attrezzature sportive agli istituti scolastici superiori di 2° grado del Lazio, che ha visto l'adesione di 230 scuole, il 92% delle scuole interessate.
Acquistati, tramite gara, **29.000 articoli sportivi** di 118 diverse tipologie.

3 FATTO

CONTRIBUTI A MANIFESTAZIONI SPORTIVE

2,1 MILIONI DI EURO

Contributi finalizzati al sostegno di manifestazioni sportive di associazioni e Enti locali.
Finanziati: **197 associazioni sportive e 68 Enti locali.**

4 FATTO

PROTOCOLLO DI INTESA CON CONI LAZIO

190.000 EURO

Progetti di promozione sportiva in Piazza, Notti bianche dello Sport, Sport in carcere, momenti emozionali, sport e integrazione.

5 FATTO

SOSTEGNO AGLI ENTI DI PROMOZIONE SPORTIVA

200.000 EURO

Sostegno economico una tantum agli Enti di Promozione Sportiva (EPS) riconosciuti dal CONI sul territorio regionale, per il funzionamento e l'attività di promozione sportiva amatoriale e dilettantistica.
Finanziati 13 Enti su 15.

6 FATTO

UN MARE DI SPORT

60.000 EURO

Rilancio del Porto turistico di Roma attraverso l'organizzazione in loco di manifestazioni sportive.
5 federazioni sportive hanno permesso alla popolazione locale e turistica di Ostia di cimentarsi nelle varie discipline sportive durante i tre mesi estivi presso il Porto turistico di Roma.

7 FATTO

PROMOZIONE SPORT DISABILI

280.000 EURO

Contributi finalizzati al sostegno dell'attività sportiva ordinaria, all'acquisto di attrezzature e a manifestazioni sportive per le persone con disabilità.
Finanziate 40 associazioni sportive.

8 FATTO

PRONTI SPORT VIA

4 MILIONI DI EURO

Programma straordinario di riqualificazione, adeguamento e messa in sicurezza degli impianti sportivi di pertinenza di edifici scolastici di proprietà pubblica.
In fase di attuazione: interventi previsti in almeno **120 palestre o spazi sportivi delle scuole del Lazio.**

9 FATTO

SPORT CITTADINANZA E INCLUSIONE

1,4 MILIONI DI EURO

Intervento in corso per favorire l'inclusione sociale attraverso lo sport, sostenendo progetti rivolti a migliorare le condizioni di pari opportunità delle persone con disabilità e garantendo il diritto per tutti i cittadini per l'accesso all'attività motoria e sportiva.

10 FATTO

SPORT E/IN MOVIMENTO

6,5 MILIONI DI EURO

Interventi su impianti sportivi pubblici e privati, per riqualificazione, completamento, ammodernamento, adeguamento tecnologico/energetico, messa in sicurezza e abbattimento di barriere architettoniche.
In fase di attuazione: **interventi previsti tra 65 e 130 impianti.**

REGIONE LAZIO

regione.lazio.it

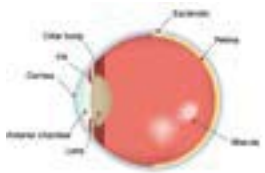
DEGENERAZIONE MACULARE SENILE

Cos'è la degenerazione maculare senile?

La degenerazione maculare senile, detta anche maculopatia, è un'alterazione che colpisce l'area centrale della retina che si occupa della funzione visiva. Il processo degenerativo è dovuto all'invecchiamento del tessuto retinico presente prevalentemente nei soggetti con più di 60 anni, ma esistono anche forme giovanili (rare) associate ad una grave miopia o ad processi infiammatori. Esistono due forme di maculopatia senile: la forma secca, caratterizzata da una progressiva atrofia della retina, e la forma umida, caratterizzata dalla presenza di emorragie ed accumulo di liquido intraretinico, causati dalla comparsa di neovasi nella zona maculare. I primi sintomi che il paziente affetto da maculopatia avverte sono una distorsione delle immagini, soprattutto nella visione da vicino, o la presenza di una macchia nel campo visivo centrale. Oggigiorno, la degenerazione maculare senile è una delle principali cause di ipovisione nella popolazione, con una frequenza in forte aumento a causa delle abitudini di vita attuali.

Degenerazione maculare senile: cosa accade alla retina?

Il primo cambiamento che si può riscontrare nei pazienti affetti da degenerazione maculare senile è l'accumulo di Drusen, depositi di sostanze tossiche che normalmente verrebbero eliminate dall'epitelio pigmentato retinico. È proprio questa loro presenza che può stimolare la formazione di neovasi e quindi una attivazione della forma essudativa. Questi depositi favoriscono infatti la produzione del fattore di crescita vascolare endoteliale (VEGF) i quali, a loro volta, possono comportare una formazione di neovasi che in soggetti sani avrebbero la funzione di elimiare Drusen, ma essendo anomali perdono liquido e sangue con conseguente aumento dello spessore maculare.



Occhio sano

Occhio affetto da maculopatia

Diagnosi e prevenzione della degenerazione maculare senile

Esistono alcuni accorgimenti che possono ridurre l'insorgenza di questa patologia. Fumo, diabete e malattie cardiovascolari sono fattori di predisposizione, è quindi consigliabile seguire uno stile di vita sano. Il fattore genetico è comunque molto rilevante: in caso di familiarità per la degenerazione maculare senile è necessario svolgere esami routinari dopo i 50 anni. Per la diagnosi è necessario effettuare una visita oculistica con esame del fondo oculare che evidenzierà i segni caratteristici della maculopatia senile. L'esame diagnostico ad oggi più importante è l'OCT, Tomografia Ottica a Radiazione Coerente, un esame non invasivo che consente di visualizzare le alterazioni maculari e confermare la diagnosi. In caso di forme dubbie, è possibile eseguire un esame con mezzo di contrasto chiamato fluorangiografia che, attraverso un'iniezione di mezzo di contrasto è in grado di evidenziare i vari tipi di membrana vascolare.

Trattamento della degenerazione maculare senile

Nelle fasi iniziali della malattia, si consiglia uno stile di vita sano e l'assunzione di integratori alimentari a base di antiossidanti. Attualmente sono disponibili trattamenti efficaci per le maculopatie senili di tipo essudativo, caratterizzate dalla comparsa di liquido intraretinico e neovasi. Tali trattamenti consistono nell'iniezione intraoculare di farmaci anti-VEGF che contrastano la formazione dei neovasi e riducono l'edema retinico. Queste terapie sono tanto più efficaci quanto più precoce è la diagnosi, e diventa quindi fondamentale un attento monitoraggio dei pazienti con maculopatia, attraverso controlli periodici e informazione del paziente a riconoscere i primi sintomi di un eventuale aggravamento.

Dott. Cristiano De Gaetano
Mobile: 335 1416917 – Mail: cristianodegaetano@libero.it

MUSEO ALESSI

BENVENUTI NELLA FABBR

La missione di Alessi è di tradurre la ricerca della più avanzata qualità culturale, estetica, esecutiva e funzionale nella produzione industriale di serie.

di Marco Oddino

Fondata da Giovanni Alessi nel 1921 a Omegna, sul lago d'Orta, Alessi ha realizzato nella sua storia migliaia di oggetti, molti dei quali divenuti vere e proprie icone del design contemporaneo. L'universo Alessi conta più di trecento autori provenienti da tutto il mondo e include diverse categorie di prodotto tipiche del "paesaggio" domestico - servizi per la tavola, accessori per la cucina, strumenti per la cottura, piccoli elettrodomestici, complementi d'arredo, illuminazione - ma anche dedicate alla persona. Una delle sue principali caratteristiche è la capacità di conciliare le esigenze tipiche di un'impresa moderna con l'essere un laboratorio di ricerca nel campo delle Arti Applicate, operando su una linea di confine, in equilibrio tra le espressioni più avanzate della creatività internazionale e i desideri del pubblico.
La pratica di "Fabbrica del design italiano", a metà strada tra industria e arte (tra l'immensità del possibile creativo e le esigenze del merca-

ICA DEI SOGNI

to) ha attirato progressivamente su Alessi l'interesse dei musei d'arte applicate e di industrial design di tutto il mondo, e negli anni sono state organizzate molte mostre sulla sua attività. Grazie alla continua attività di sperimentazione, Alessi ha prodotto negli anni un insieme vasto e interessante di prototipi che, insieme alla produzione storica e ai numerosi oggetti raccolti per decenni in tutto il mondo, rappresenta uno spaccato prezioso della storia del progetto. Da qui la creazione nel 1998 del Museo Alessi - progettato da Alessandro Mendini e curato da Francesca Appiani - nato con lo scopo di archiviare questo prezioso patrimonio storico e arricchirlo costantemente attraverso l'acquisizione di tutti gli oggetti, i disegni, le immagini e i documenti di qualsiasi natura, rilevanti per la storia dell'Alessi e più in generale dell'oggetto d'uso domestico. Allestito all'interno della fabbrica di Crusinallo di Omegna (Verbania), il museo espone così un vasto insieme di prototipi, prodotti non più in catalogo, stampati, documenti grafici e progettuali.

Inoltre, stampi, allestimenti d'autore, immagini storiche, libri, riviste e cataloghi. Il tutto racchiuso in una collezione specializzata di arte applicata e di design del XX secolo, con pezzi ormai rarissimi, che assolve alla funzione di archivio organizzato dell'identità culturale dell'Alessi. L'istituzione di un Museo Alessi è stata l'evoluzione fisiologica di un processo ventennale di approfondimento di temi e soluzioni. Molte delle pubblicazioni che in quei vent'anni avevano visto la luce lasciavano intuire tale sbocco, non fosse altro che per l'intrinseca, affascinante, ricchezza poetica e artistica di tanti progetti e per la densità del dibattito intellettuale da cui erano scaturiti.

Tuttavia, la nascita del Museo Alessi si è anche inserita in un momento particolare: nel clima più generale di un ripensamento sulla funzione stessa dei musei. Inoltre, ha risposto a un fenomeno spontaneo e curioso che stava avvenendo: tutta l'Alessi, nel suo complesso, stava in fondo assumendo l'immagine/natura/identità di un museo, un tipo di museo del tutto nuovo, di cui il neonato archivio non era che una parte. L'attività del museo è rivolta sia a rafforzare le attività di metaprogetto e di politica del prodotto (mediante un contributo di conoscenze storiche), sia a relazionarsi in modo più diretto e competente con le strutture museali con le quali Alessi è già da tempo in rapporto. La collezione è infatti un prezioso archivio a disposizione dei curatori di mostre temporanee, interessati a includere nelle loro esposizioni i materiali in esso conservati. Grazie a quest'attività e a quella che coinvolge direttamente il Museo Alessi nella produzione e distribuzione di mostre temporanee, si è infittita la rete di rapporti e collaborazioni con musei di design e arte contemporanea. Per ricordarne alcuni: la Die Neue Sammlung – The International Design Museum di Monaco, il Philadelphia Museum of Art, il 21th Century Museum of Contemporari Art di Kanazawa, il Centre Pompidou di Parigi, il Design Museum di Londra, il Deutsches Architektur Museum di Francoforte, la Fondation Beyeler di Basilea, la Fondation Cartier di Parigi, l'Helsinki Design Museum, il Guggenheim Museum di New York e di Bilbao, il Louisiana Museum di Humlebæk, il MAK di Vienna, il MOMA di New York, MAXXI (Roma), The Montreal Museum of Fine Arts, il Museo de les Artes Decoratives di Barcellona, il Museum of Applied Art di Oslo, il Powerhouse Museum di Sidney, il Victoria & Albert Museum di Londra e il LACMA di Los Angeles.
Tra le mostre direttamente prodotte dal Museo Alessi, ricordiamo "Tea & Coffee Towers" – mostra itinerante che ha toccato, fra gli altri, La Triennale di Milano, il Melbourne Museum, il Groninger Museum di Groningen e il Sir John Soane's Museum di Londra –, "Oggetti e Progetti. Alessi: storia e futuro di una fabbrica del design italiano" presso la Die Neue Sammlung di Monaco di Baviera, "Alessi: Ethical and Radical" al Philadelphia Art Museum, "ALESSI IN-Possible" nata in collaborazione con il Design Museum Holon e ospitata anche a La Triennale di Milano.

Il museo è visitabile su appuntamento: Museo Alessi - Telefono 0323 868611 - museo.alessi@alessi.com

"Una vera OPERA DI DESIGN deve far muovere le persone, TRASMETTERE EMOZIONI, riportare alla mente ricordi, sorprendere, ANDARE CONTROCORRENTE..."

Alberto Alessi
Presidente Alessi

L'ENOFILO

Rubrica a cura di Roberto Coggiatti

TEMPO AL TEMPO... VINO AL VINO

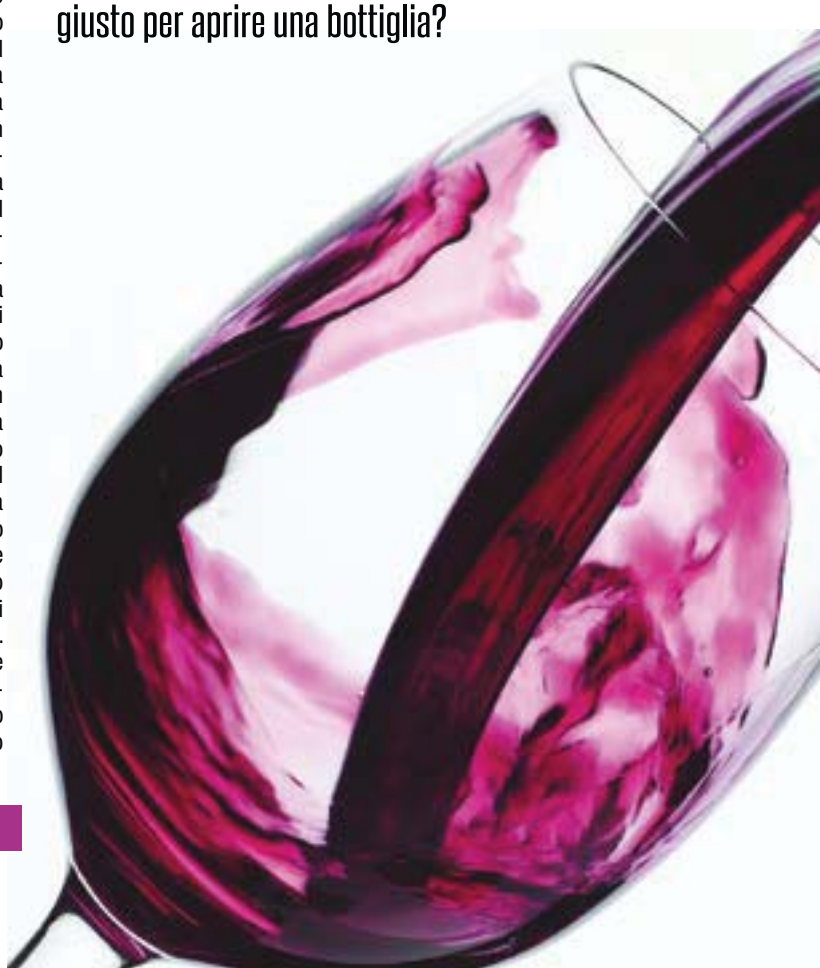
RGS vini con una storia

Roberto Coggiatti - Tel.+39 068809953
Blog: http://rgsblog.projectware.eu - Mail: info.rgsconsulting@gmail.com

#twittevino YouTube rgsblogtv

Care amiche e cari amici di Sport Club, questo mese voglio affrontare un cruciale argomento su cui si dibatte sempre: quando è il momento giusto per aprire una bottiglia?

Di conseguenza dobbiamo chiarire un altro fondamentale concetto, ovvero quando un vino è da considerarsi "vecchio"? Tante volte mi è capitato di dover spiegare che quel determinato vino non era vecchio, bensì arrivato al giusto momento di consumo. E per essere chiari bisogna capire quando è il momento giusto per aprire una bottiglia. Capirete bene che non è sempre lo stesso per tutti i vini. Ogni vino ha un suo ciclo vitale di consumo. Si parte dal momento dell'imbottigliamento, che si può conoscere andando a leggere un codice alfanumerico che si trova su ogni bottiglia è indicato come lotto di produzione, ed in pratica è la carta di identità della bottiglia riporta la data di imbottigliamento e di conseguenza l'annata di produzione del vino. Un consiglio spassionato è quello di non consumare vini con meno di tre mesi di imbottigliamento, questo perché prima dei tre mesi un vino non è ancora pronto. Ci sono poi differenze tra vini bianchi e vini rossi, in genere i bianchi sono pronti più rapidamente, mentre i rossi possono avere bisogno anche di molti mesi prima di essere bevuti e sprigionare tutta la loro consistenza. Devo poi svelare un segreto di bottega, che i produttori tendono a non divulgare. Nella produzione del vino esistono svariati livelli qualitativi che si riflettono sul prezzo, in pratica ci potremo trovare con un vino fatto con la stessa uva, ma che avrà a seconda del livello qualitativo di produzione, prezzi diversi che per i non addetti ai lavori può rappresentare fonte di confusione. Come accennavamo nello scorso numero, la collocazione nei diversi segmenti è legata ad alcuni aspetti. Al tipo di materia prima scelta, alla qualità sanitaria e al quantitativo di resa per ettaro. Un'uva di qualità superiore servirà a produrre vino di livello più elevato. Le tecniche di cantina, affinamento in legno, svolgimento della fermentazione malolattica, permanenza in bottiglia per lunghi periodi prima della commercializzazione. Tutti questi processi contribuiscono all'innalzamento del livello qualitativo e del prezzo. Un vino alpha, prodotto velocemente e partendo da grosse rese per ettaro sarà sempre collocato nella parte bassa della graduatoria, un vino beta con lunghi periodi di lavorazione, con uve provenienti da coltivazioni a bassa resa per ettaro sarà sempre collocato nella fascia alta. Anomalie possono esistere ma con un palato allenato escono subito fuori, nel mondo del vino le bugie hanno sempre le gambe corte. Possiamo scrivere Sassicaia in etichetta, ma se dentro ci mettiamo del Tavernello, un discreto palato si accorgerà della differenza, le truffe in questo senso possono avvenire soprattutto ai danni di consumatori di paesi emergenti che non avendo molto allenamento possono essere all'inizio ingannati. Come mi disse ai suoi tempi il buon Luigino Veronelli, "il vino per conoscerlo va bevuto". Tornando al nostro argomento principale, il momento corretto di stappo è differente tra vino e vino in base alle modalità di produzione, ma soprattutto in base alle caratteristiche del terroir di produzione. Un vino friulano bianco, o un vino bianco del Lazio non andranno mai bevuti al primo anno



di bottiglia, in quanto le caratteristiche organolettiche legate all'acidità intrinseca e alla mineralità dei terreni di produzione li rende naturalmente longevi. Quindi il momento ideale di consumo è classificabile dal secondo terzo anno di imbottigliamento. Badate bene a nessuno è impedito di berlo poco dopo l'imbottigliamento ma lì troveremo una spremuta di limone, ovvero un vino con una struttura particolarmente acida e fresca che migliorerà con lo stare nella bottiglia e raggiungerà l'apice di bevibilità nei mesi successivi o nei due tre anni successivi a seconda del metodo di produzione. A questo punto sveliamo l'ulteriore arcano, le cantine per vivere devono vendere e di conseguenza nei momenti alti del mercato si è istillato nel consumatore l'idea che l'annata corretta fosse l'ultima, in modo da spingere il ristoratore e l'enoteca a spingere le vendite e a liberare gli spazi per l'annata nuova. Aggiungiamo che spesso il produttore poteva finire il vino prima della nuova vendemmia e di conseguenza il poter commercializzare il prima possibile il nuovo vino, anche se non pronto, era una priorità commerciale. Minori problemi si hanno con i vini rossi. Mutuando dalle abitudini francesi, si è stabilito che spesso tali vini a causa dell'alta percentuale di tannini dovessero essere lasciati a riposo per alcuni anni prima di essere degustati al meglio. Quindi riassumendo, il momento e di conseguenza l'annata giusta sono legati al tipo di vino e al modo di produzione. Un vino per essere definito vecchio deve essere assaggiato e nella fase degustativa si può stabilire se è o non è da considerare corretto. Il gusto personale conta molto, c'è chi preferisce vini acidi e chi vini più morbidi. Il mio consiglio è sempre lo stesso usate il buon senso e testate il vino prima di esprimere affrettati giudizi. Ed ora passiamo alla cantina del mese: voglio farvi conoscere La Ferriera di Atina in provincia di Frosinone nella bassa Ciociaria, esattamente nella Valle del Comino. Atina è una particolare realtà del Lazio. Qui Il Cabernet è arrivato nel 1860 grazie all'agronomo Pasquale Visocchi che importò dalla Francia alcuni vitigni, sia a bacca rossa come Cabernet Franc Sauvignon, Merlot, Sirah e Gamay; altri a bacca bianca come Pinot Bianco, Semillon. La Cantina Visocchi iniziò la sua attività intorno al 1868 e, all'epoca, trasformava circa 4000 quintali di uva e i suoi vini erano esportati in tutto il mondo. Questa grande produzione durò per quasi cento anni. Negli anni '50 infatti, il latifondo Visocchi iniziò ad essere smembrato e si ebbe quindi una drastica riduzione delle superfici vitate. Nel 1999 un gruppo di appassionati viticoltori è riuscito ad ottenere il riconoscimento dell'Atina D.O.C. e riportare i vini della zona alle antiche glorie, nasce così il Cabernet di Atina. Vino corposo, sincera espressione di un'area vocata con un microclima unico. Dal colore rosso rubino, si caratterizza per l'elevato contenuto polifenolico. Rivela profumi di frutta a bacca rossa con sentori erbacei, un mix equilibrato che fa del Cabernet Atina D.O.C. un vino caldo e vellutato, adatto ad abbinamenti con i piatti tradizionali, primi piatti con condimenti decisi, carni rosse e formaggi stagionati. La Ferriera srl Società Agricola è gestita da una famiglia che ha una antica tradizione vitivinicola in un territorio di origini Borboniche. La cantina si trova all'interno di un antico stabilimento per la fusione del ferro (magona) situate proprio nel Comune di Atina precisamente nella frazione Rosanisco. Tale stabilimento e stato costruito ed inaugurato da Ferdinando II di Borbone nel 1858 e veniva utilizzato per la produzione del ferro estratto dalle vicine miniere del monte Meta, famose già ai tempi dei romani e che contribuirono a rendere Atina "potens". Ancora oggi è possibile ammirare le strutture murarie del grande complesso siderurgico "LA FERRIERA". La Ferriera produce vini rossi di qualità nella zona a denominazione di origine controllata 'Atina Cabernet DOC: la Valle di Comino. Essa è delimitata a nord dalle catene appenniniche del parco nazionale dell'Abruzzo e a sud dai monti della bassa Ciociaria. I 'Cru' prodotti da queste aree beneficiano di un microclima pedemontano con inverni rigidi ed estati moderatamente piovose. Ci troviamo a circa 350 mt. di altitudine e i terreni hanno una buona capacità di assorbire acqua rilasciandola poi lentamente per capillarità, agli strati terrosi superficiali. Con queste condizioni si raggiungono condizioni pedo-climatiche di temperatura, luce e disponibilità idrica ottimali. La Ferriera possiede terreni coltivati a vigneto per circa 10 ettari, con un impianto di Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon e Syrah di cui circa la metà attualmente a regime. Il clima pedemontano porta ad una maturazione tardiva alle prime settimane di Ottobre. Questo conferisce aromi e sentori tipici con un "terroir" decisamente unico. Il Cabernet e un vitigno che notoriamente conferisce al vino ricchezza polifenolica e ottima struttura, necessari per affrontare anche lunghi periodi di affinamento. Cosa si produce in queste belle colline? Il prodotto di punta è il Realmagona DOC, vinificato con uvaggi Cabernet e Syrah, troviamo poi il Ferrato IGT ricavato, invece, da uvaggi Petit Verdot, Syrah e Cabernet. Le uve provengono dai vigneti della tenuta di Colle Alto in Atina. A questi si aggiunge il Rosato della Ferriera, ottenuto dalla vinificazione in bianco delle uve Cabernet e Syrah, caratterizzato da intensi aromi di frutta mediterranea e da fresche note floreali. Altre etichette sono in fase di realizzazione, un bianco a base di pinot bianco e malvasia, uno spumante metodo classico. Le attrezzature ed i processi sono di nuova concezione con vasche in acciaio inox termoregolate, pressatura soffice, impianto di azoto, laboratorio di analisi. L'affinamento invece avviene, specie per i vini più pregiati, in botti di rovere francese. Lucio Mancini, che porta avanti l'azienda assieme al fratello, è un convinto promotore di questa terra ed i risultati che sta portando avanti stanno dando loro ragione. Diamogli un aiuto, quando vi recate alla vostra enoteca preferita chiedete i vini de La Ferriera.
Salute

Riferimenti
www.laferriera.it

LA COPENAGHEN WHEEL E ALTRI GADGET

BIKE ADDICTION

di Marta Angelucci

Copenaghen Wheel

La Copenhagen Wheel è un kit di conversione in bici elettrica all-in-one tutto racchiuso in un unico "disco rosso" dal peso inferiore ai 6 chili. La Copenhagen Wheel, che aveva suscitato molto interesse al suo lancio, è una soluzione "semplicissima": di fatto la "trasformazione" della normale bici di turno in eBike avviene sostituendo il cerchio posteriore con un altro che monta al posto del mozzo l'intero sistema elettrico ed elettronico. Un "disco rosso" di 5,9 kg che include tutte le componenti del kit, dal motore da 250 W (350 W per il mercato USA) che consente di viaggiare fino a 25 km/h (come da leggi italiane), al sistema di recupero dell'energia in frenata, dai sensori di assistenza alla pedalata fino alle batterie agli ioni di litio. Accumulatori studiati per avere una "vita" di 1000 cicli completi, per ricaricarsi in 4 ore e per consentire un'autonomia fino a 50 km. La selezione dei livelli di assistenza e la visualizzare le diverse informazioni del viaggio avviene tramite apposite app per smartphone Android o iOS di Apple che "dialogano con la ruota tramite Bluethooth". L'unico limite di questa trasformazione hi-tech è che la Copenhagen Wheel può essere applicata soltanto alle biciclette con ruote da 26" di tipo single speed o con cambio a 9 o 10 velocità.

LifePaint

Questa speciale vernice trasparente, creata dalla Volvo Cars, ti permetterà di girare in totale sicurezza anche di notte. LifePaint è un esclusivo spray riflettente a base d'acqua, invisibile alla luce del giorno e che si illumina nel bagliore diretto dei fari delle auto. LifePaint si lava via e non danneggia il colore o la superficie del materiale scelto, per una durata superiore a una settimana di utilizzo normale.

Signal Pod

Non vi sentite sicuri quando, in bici, sollevate le braccia per indicare se dovete andare a destra o sinistra? Con Signal Pod potrete mantenere saldamente le mani sul manubrio: i due indicatori luminosi wireless possono essere azionati comodamente con le dita, proprio come fossero le frecce di un motorino. Oltre all'indicazioni di sinistra e destra, è possibile anche inserire le quattro frecce in caso di difficoltà.

Burley Tail Wagon

Dovete portare il vostro amico a quattro zampe con voi ma siete in bicicletta e lui non ha ancora imparato a stare al passo? Per fortuna esiste questo trasportino per cani e gatti, spazioso e comodo, da poter agganciare al retro della bici e con cui far fare un giro ai vostri amici senza doverli lasciare a casa o portare in macchina!

Topeak Hexus X

Questo piccolo accessorio della Topeak è una sorta di "coltellino svizzero" per biciclette: dotato di 21 funzioni diverse fra cui cacciavite a croce, chiavi a brugola, bottone per svuotamento camera d'aria e leva di auto serraggio. Ideale sia in città che in mountain bike per non rimanere mai a piedi.

MonWatch™

ITALIAN BRAND

EMOZIONATI CON IL COLORE...

24 diversi colori di cinturino intercambiabili.

SCEGLI UN COLORE E FALLO TUO!!

COME CREARE IL TUO OROLOGIO MONWATCH PROPRIO COME TU LO VUOI ANCHE A PEZZO UNICO

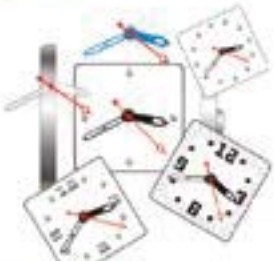
CON MONWATCH (IL MIO OROLOGIO) ORA TUTTO È POSSIBILE

Prendi spunto dai quadranti sul sito e disegna il tuo quadrante come tu lo vuoi. UN SEMPLICE NOME NEL QUADRANTE, UNA DATA DA RICORDARE, UNA FOTO, UN'IMMAGINE, UN LOGO...

Qualsiasi cosa desideri inserire nel quadrante dell'orologio noi la trasformiamo in realtà!

www.monwatchshop.com

info@monwatchshop.com
tel. 392-5673817



1. Scegli il quadrante o disegnalo

+

SPORTCLUB

2. Scegli la Personalizzazione (es. **Logo**)

+

3. Scegli il colore del cinturino (Es. **Nero**)

IL TUO OROLOGIO PERSONALIZZATO!!

AGENZIA PER IL LAZIO Governale Adv | Cell. 335.842.3911

UBI BANCA

OBIETTIVO ROMA

LA STRATEGIA ED I PIANI DI SVILUPPO DEL GRUPPO DI BERGAMO NEL CENTRO ITALIA, PARTENDO PROPRIO DALLA CAPITALE ATTRAVERSO LA MAIN SPONSORSHIP DELL'OLIMPICO, IL TEATRO DEI ROMANI.

di Marco Oddino

Silvano Manella

Sport Club ha incontrato il Dottor Silvano Manella, Direttore Macro Area Lazio, Toscana e Umbria, ecco cosa ci ha raccontato.

Dottor Manella, UBI Banca è il terzo gruppo bancario commerciale per capitalizzazione di Borsa, con quote di mercato rilevanti nelle zone più produttive del Paese. In che modo intendete rafforzare la vostra presenza nel Lazio?

Il Gruppo UBI nell'ultimo hanno ha consolidato notevolmente la propria presenza sul territorio grazie a operazioni di mercato che hanno consentito di incrementare le quote di mercato nelle zone più produttive del Paese. Da poco abbiamo integrato Banca Teatina, ex Nuova Carichieti ed è stata l'ultima integrazione in ordine di tempo delle tre banche acquisite nel 2017 (Nuova Banca Etruria e Nuova Banca Marche). Le recenti acquisizioni hanno modificato l'assetto territoriale della banca dando vita a sette Macro Aree Territoriali. Quella da me diretta comprende Lazio, Toscana e Umbria ed è strategica per la Banca: 266 sportelli, 8 centri impresa e un bacino di oltre 540mila clienti. Serviamo Roma tramite tre direzioni territoriali che gestiscono 105 filiali e oltre 220mila clienti. Un presidio volto a conoscere bene le diverse realtà, a dare risposte tempestive e efficaci nell'ambito di prodotti, servizi e finanziamenti evoluti. Dal 2018 al 2020 verrà effettuato un piano di ristrutturazione di 790 Filiali del Gruppo di cui 35 della nostra Macro Area (19 Lazio, 5 Umbria, 11 Toscana). Il lay out sarà innovativo sviluppando il concetto di filiale sempre open.

Da più di un anno UBI Banca ha una struttura di Corporate & Investment Banking. Quali sono i punti di forza di questa divisione?

La struttura Corporate & Investment Banking, che attualmente conta cir-

Una banca che da sempre si è contraddistinta per tradizione e innovazione, promuovendo il progresso finalizzato a creare valore nella vita economica e sociale del territorio.

ca duecento risorse ed è in forte espansione, è un punto di riferimento esclusivo per ogni tipo di prodotto e servizio pensato per i circa 700 gruppi Large Corporate clienti di UBI Banca e per le circa 8.000 imprese Mid Corporate. Una clientela, quest'ultima, assistita nelle operazioni straordinarie di Finanza Strutturata e Corporate Finance (M&A e accesso al Mercato dei Capitali). CIB si muove su un perimetro di clientela che rappresenta un nucleo portante del sistema produttivo nazionale, se si considera che il Gruppo UBI Banca è presente in maniera selettiva nelle aree economicamente più attive del Paese con circa l'80% di impieghi concentrati in Lombardia, Piemonte e Lazio: Regioni da cui proviene oltre il 40% del PIL italiano. Il portafoglio della divisione può contare su circa 30 miliardi di euro di credito accordato e 20 miliardi di euro di credito utilizzato, ripartito nelle categorie Project Finance, Acquisition Finance, Corporate Finance, Ordinary Credit e Crediti di Firma.

Quali altri servizi offrite alle imprese?

Siamo il primo istituto bancario entrato nel settore del welfare aziendale. Abbiamo sviluppato, interpretando le necessità delle imprese e dei dipendenti, un modello di welfare rivolto sia alle imprese large che alle Pmi. Inoltre attraverso l'attività strategica della divisone commerciale UBI Comunità, la Banca sostiene investimenti orientati a percorsi di imprenditoria sociale legati allo sviluppo locale, di comunità e nuove filiere, assumendo il ruolo di partner strategico degli Enti del Terzo Settore, in grado di accompagnarli nel perseguimento delle finalità sociali e nei processi di crescita sostenibile, offrendo supporto anche a nuove forme di finanziamento come ad esempio i Social Bond.

In che modo vi posizionate sul mercato del private banking?

Siamo tra i primi 4 operatori in Italia. Grazie anche alle recenti operazioni di acquisizione, siamo ancora più presenti in alcune aree come la Toscana, le Marche e l'Emilia Romagna. UBI Top Private gestisce, attualmente, asset per oltre 36 miliardi di euro con 300 professionisti in tutta Italia. Soltanto a Roma gestiamo oltre 1,5 miliardi di euro grazie al lavoro di 15 private bankers. La gestione di questi importanti patrimoni è per noi fonte di grande soddisfazione ma è anche una grande responsabilità.

Nel vostro portfolio ci sono prodotti o soluzioni specifiche per il target famiglia?

Le famiglie, come le imprese, rappresentano il nostro target di riferimento e i prodotti e i servizi vengono studiati ad hoc in modo da essere estremamente competitivi sul mercato. Siamo concentrati sul rendere i servizi bancari tecnologicamente evoluti e affidabili per le esigenze ordinarie del cliente retail, che sia un privato o una famiglia. Soggetti a cui mettiamo a disposizione professionisti dedicati per valutare esigenze di risparmio o di finanziamento. Ad esempio, come avrete visto, in questi mesi abbiamo in corso una campagna pubblicitaria sulle emittenti nazionali su un'offerta di mutui particolarmente interessante.

Nelle principali città italiane il mercato degli immobili è ancora un valido investimento, i finanziamenti hanno in parallelo tassi interessanti?

Le famiglie sono tornate a chiedere finanziamenti, hanno capito che per fare progetti per il futuro è importante cogliere questo momento con tassi bassi e fissi anche per molti anni. Coloro che si rivolgono al nostro istituto oltre a condizioni di particolare vantaggio, vengono assistiti nella scelta della tipologia di finanziamento che rispecchi le necessità individuali. Nel 2017 le erogazioni hanno evidenziato una sostenibile crescita a doppia cifra, crescono i mutui per acquisto casa e frenano le surroghe. L'83% dei mutui erogati è a tasso fisso.

UBI Banca ha acquisito, soprattutto con l'integrazione di Nuova Banca Etruria, competenze nel mondo dell'oro. Che interesse riscuotono gli investimenti in metallo?

In termini di banca dell'oro UBI Banca continua ad essere a fianco delle attività dei distretti orafi italiani come Arezzo, Vicenza, Valenza e Marcianise. In relazione all'oro da investimento abbiamo esteso a tutta la rete della Banca l'attività di vendita di oro, custodia e gestione per privati e investitori. Un'attività che lo scorso anno ha registrato una crescita a doppia cifra.

Dal suo osservatorio ci sono segnali evidenti di una ripresa economica?

Dai dati pubblicati da Banca d'Italia di recente, emerge che a livello di sistema il finanziamento alle imprese è aumentato, sono cresciuti i prestiti al settore privato e, sempre nell'ultimo trimestre dello scorso anno, anche il PIL è cresciuto seppur in misura minore che nel resto d'Europa. I segnali di ripresa sono tangibili anche nella crescita dei consumi e nell'incremento dei depositi. Auspico che tutte le condizioni politiche e congiunturali consentano nei prossimi mesi di consolidare la crescita e la fiducia percepita oggi.

Negli ultimi anni avete messo in campo una serie di iniziative importanti nel mondo dello sport. Nella vostra area quali interventi avete messo in campo?

Il sostegno di UBI Banca al mondo dello sport è in linea con i valori del nostro Gruppo. Il supporto ai club sportivi va dal calcio al basket e non solo. Siamo Main Sponsor della Juventus e dell'Atalanta, Official Sponsor del Brescia Calcio, main sponsor dell'NBA in Italia e della Federazione Italiana Pallacanestro. Allo stesso tempo siamo vicini allo sport amatoriale e dilettantistico con cui condividiamo i sani valori e la massima diffusione tra i più giovani. Affinché venga insegnato ai più piccoli cosa siano il sacrificio e la corretta cultura sportiva, ottimi pilastri di una crescita sana.

In questa ottica, lo scorso anno è stata organizzata la prima Festa dello Sport targata UBI Banca, che ha unito la Giornata della Famiglia, il tradizionale pomeriggio a porte aperte dedicato ai figli dei dipendenti, alla Giornata per lo Sport, la riunione di tutte le realtà sportive sostenute ad Arezzo e provincia. Abbiamo aperto le porte a migliaia di bambini nell'ambito dell'iniziativa nazionale "Bimbi in Ufficio" promossa da Il Corriere della Sera creando un palazzetto dello sport a cielo aperto con i bambini che hanno potuto cimentarsi nelle più disparate discipline.

In ultimo e proprio in questa ottica, siete da pochi mesi diventati il main sponsor di uno dei teatri più importanti in Italia e punto di riferimento da sempre del popolo romano. Come mai la scelta del teatro olimpico e quali sono i vostri obiettivi sul medio periodo?

Abbiamo valutato questo intervento come un importante palcoscenico per affermare il ruolo di UBI Banca nella Capitale. Una sponsorizzazione che rientra nella grande sensibilità ed attenzione che la nostra Banca riserva al mondo della cultura ed in generale delle arti, un'impostazione che intendiamo continuare a valorizzare su tutti i territori serviti. Lo sa ad esempio che ad Arezzo UBI Banca amministra la Casa Museo dell'Antiquariato di Ivan Bruschi? Un unicum nell'ambito del collezionismo di valore che invito ad andare a scoprire.

Il suo “Superpope”, il murales in cui ha rappresentato Papa Francesco nei panni di Superman, ha fatto il giro del mondo. E lo stesso è accaduto quando Mauro Pallotta, famoso street artist noto con lo pseudonimo di Maupal, ha disegnato su un muro vicino al Vaticano Bergoglio intento a giocare a tris usando il simbolo della pace. Due “quadri” portatori di un messaggio positivo che pur se cancellati dopo poche ore dalla Questura romana, hanno spopolato sui social e conquistato le prime pagine della stampa internazionale. Dal Washington Post a Yahoo News International, dal Chicago Tribune a Le Monde ormai Mauro è considerato tra gli artisti Italiani più rappresentativi in Europa e oltre Oceano tanto che nel 2014 il suo lavoro è stato mandato in streaming sui maxi schermi di Seoul, in Korea. Romano verace, 46 anni, cresciuto all’ombra del Cupolone, Pallotta nasce da studi classici, il Liceo Artistico Caravillani e l’Accademia delle Belle Arti di Roma, la cattedra di Pittura, poi la prima esposizione di quadri in una galleria dei Parioli ed i guadagni reinvestiti in materiali per il disegno. Negli ultimi vent’ anni Maupal ha esposto a Londra, Dublino, Mombasa, Barcellona. Ha raffinato una tecnica inconfondibile e uno stile molto personali, inventandosi una sua tecnica spray su lama di acciaio. Ma prima di “sfondare”, per

MAUPAL

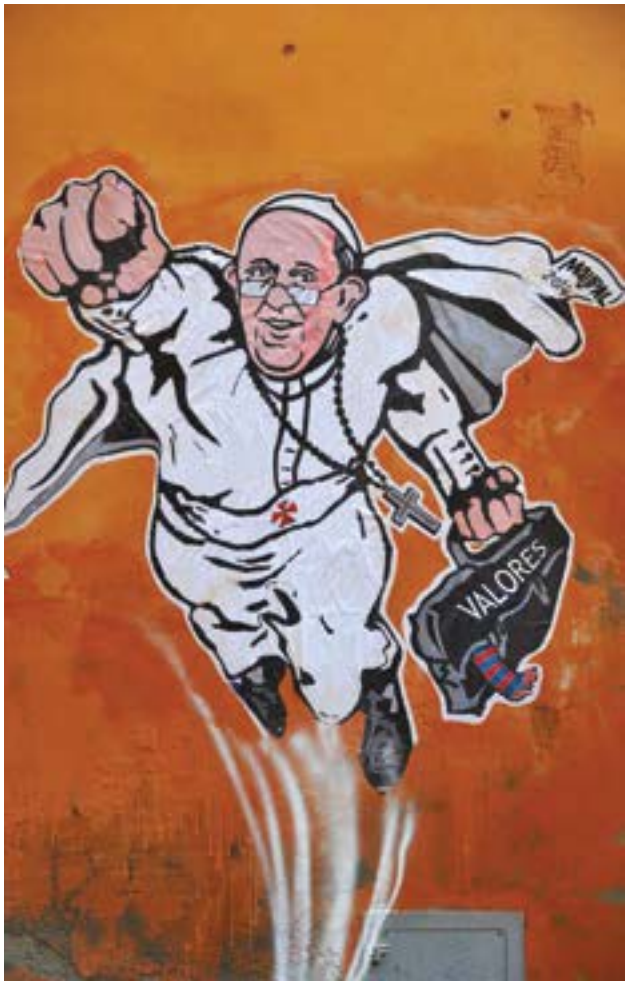
LO STREET ARTIST ROMANO CHE HA CONQUISTATO IL PAPA E TOTTI

di Elena Oddino

campare ha fatto di tutto, cameriere, lavapiatti, traslocatore. Piace l'artista, che è rappresentato da "Le Dame Art Gallery" di Londra ed è reduce dalla mostra personale "Romans" al Boscolo Exedra di Roma, perchè le sue opere, partendo dall'attualità, complice la cinica ironia romana, immortalano in pochi tratti una situazione. Come Romolo e Remo che con un trolley in mano lasciano mamma Lupa, costretti a cercare lavoro all'estero. O Trump con un fungo atomico che emerge dalla capigliatura ed esplode sopra la scritta, "Yes, I can". O ancora Angela Merkel seduta in poltrona, nuda, con frustino in mano e calze a rete, in versione domatrice dei "colleghi" europei. Fino alla "Yoga queen", creata in occasione del referendum scozzese, in cui la Regina Elisabetta fa yoga levitando sui fumi del tè.

Mauro, perché hai scelto di diventare un artista di street art?

Sono un artista d'arte contemporanea, scultore e pittore, prima di essere uno street artist. Mi sono avvicinato alla street art quando ho sentito il bisogno di mettere le mie opere d'arte per strada, per arrivare con il mio linguaggio ad un numero maggiore di persone. Ho deciso di usare la mia arte per aiutare le persone a pensare, per lanciare dei messaggi. Io cerco sempre di dire ciò che penso sintetizzando l'argomento in questione e aggiungendo un pizzico di ironia. Vorrei far passare il messaggio che la



street art è arte di serie A, così come è vista all'estero, e non un hobby per "ragazzacci" che si divertono ad imbrattare i muri.

Perché hai scelto di ritrarre papa Francesco trasformandolo in un Supereroe?

Perché lui è davvero un "super Papa" che usa i suoi poteri per fare del bene. Nel mio disegno ha gli occhiali e la sciarpa, che spunta dalla valigetta con la scritta "valori", con i colori rosso- blu della sua squadra argentina, il San Lorenzo. A significare che Francesco è una persona semplice. E che oggi l'eroismo sta proprio nell'essere umani. Anche il disegno in cui Francesco gioca a tris usando il simbolo della pace, mentre una guardia svizzera controlla che non venga nessuno, nasconde più di un messaggio. Avevo sentito la notizia dei soldati italiani inviati in Ucraina sul confine russo nell'ambito dell'alleanza Nato, e mi è venuta d'istinto. Se fate caso la scala su cui è salito il Papa è al contrario e Bergoglio deve allungarsi molto per segnare il tris della vittoria. Perché la pace è davvero difficile da raggiungere. Perché non a tutti fa comodo. E chi la persegue deve persino stare attento (per questo c'è la guardia svizzera che fa il palo). Al di là di ogni discorso di fede e religione, Francesco è l' unico tra i potenti che fa ciò che dice, un esempio di positività che conquista più con gli esempi che con le parole".

Il Vaticano ha subito twittato con apprezzamento il disegno del SuperPope, dando a te una fama internazionale. Ed oggi quel disegno è diventato un veicolo per fare del bene...

Sì, con il progetto benefico #ordinaryheroes lanciato dal Vaticano con un testimonial d'eccezione come l'ex capitano della Roma, Francesco Totti. Si tratta di una serie di t-shirt, sul cui retro sono riportate alcune frasi di Francesco dedicate alla misericordia, realizzate per finanziare, attraverso l'Obolo di San Pietro, le opere di carità del Papa in favore dei più bisognosi. La maglietta di "Superpope" è in vendita sul sito internet appositamente creato, www.superpope.it. - https://ordinaryheroes.it. Ci sarà poi una speciale maglietta che farà il giro del mondo per essere autografata da super vip dello sport, della cultura e dello spettacolo, e poi essere venduta all'asta al suo rientro in Italia. La prima firma è stata quella di Francesco Totti, la prossima sarà quella di Maradona. Dal Pupone al Pibe, il calcio, e due grandi numeri 10, si sono messi in gioco per una nobile causa. La street art può servire anche a questo!

OGNI GIORNO
REGALIAMO GLI SKIPASS PER OVINDOLI MONTE MAGNOLA

Radio GLOBO

FM 99.6

LE NUOVE USCITE SELEZIONATE DA SPORTCLUB

MARZO AL CINEMA

di Marta Angelucci

Thriller, spionaggio

RED SPARROW *con: Jennifer Lawrence, Joel Edgerton, Jeremy Irons*

Interpretazione provocante e sensualissima da parte di Jennifer Lawrence, stavolta nel ruolo dell'algida e glaciale Dominika Egorova, costretta suo malgrado a diventare una "Sparrow", cioè una giovane spia al servizio del governo russo. Per poter salvare la madre e pagare le sue costose cure mediche, Dominika, attraverso lo zio Vanya (Matthias Schoenaerts), verrà coinvolta in una spirale mortale di doppiogiochismo, fra i russi e gli americani, tra cui Nate (Joel Edgerton), con cui si attiverà una gioco di attrazione e inganni.

Commedia

METTI LA NONNA IN FREEZER *con: Fabio de Luigi, Miriam Leone, Lucia Ocone, Marina Rocco*

Claudia (Miriam Leone), giovane restauratrice, riesce a sbarcare il lunario insieme alle sue amiche vivendo alle spalle della pensione della nonna. Nel momento in cui la nonna però purtroppo passa a miglior vita, le tre amiche saranno costrette ad utilizzare degli stratagemmi per evitare di andare in bancarotta, facendo credere che la nonna sia in realtà ancora viva congelandola… nel freezer! Le tre, e soprattutto Claudia, avranno a che fare però con Simone Recchia (Fabio De Luigi), incorruttibile ma maldestro finanziere a cui è stato affidato il caso di Claudia, di cui si innamorerà.

Azione/fantascienza

READY PLAYER ONE *con: Tye Sheridan, Olivia Cooke, Ben Mendelsohn, Simon Pegg*

Steven Spielberg torna ad affascinarci con un avventura ambientata nel 2045, in un futuro distopico in cui inquinamento e sovrappopolazione hanno trasformato la Terra in un mondo decadente e inquietante. C'è però una via di fuga, sebbene irreale: OASIS, un mondo virtuale in cui le persone possono immergersi come fossero dei giocatori, avendo accesso a una seconda vita in una realtà più rosea. Esiste, all'interno del gioco, una sorta di Dungeon segreto chiamato "il Gioco di Anorak" in cui il creatore di OASIS, James Halliday, ha inserito una serie di sfide impossibili. Riuscendo a vincerle e trovando il tesoro del gioco, si potrà acquisire il possesso di OASIS e l'eredità miliardaria del creatore. Wade Watts, ragazzo giocatore, tenterà di vincere le sfide, scontrandosi con IOI, multinazionale che ha lo stesso obiettivo.

Commedia/drammatico

LADYBIRD *con: Saoirse Ronan, Laurie Metcalf, Tracy Letts, Lucas Hedges*

Ladybird, candidato agli Oscar e ambientato nel 2002 (non più così vicino) nella città di Sacramento, California, oltre ad essere il titolo della pellicola scritta e diretta da Greta Gerwig, è anche il sofisticato soprannome scelto dalla protagonista Christine MacPherson, interpretata da Saoirse Ronan (Amabili Resti), qui alla sua terza candidatura agli Oscar. Ladybird affronta il proprio personale microcosmo di vita ed eventi, rappresentato dalla madre ipercritica ed apprensiva, un padre in piena depressione e i primi amori, turbolenti ed imprevedibili come solo l'adolescenza può essere. Anarchica, ribelle e con un'enorme sete di indipendenza, Christine affronta un viaggio di scoperta all'interno del corso di teatro alla quale è costretta ad iscriversi per guadagnare dei crediti extracurriculari, sognando nel frattempo di trasferirsi in un'altra città della costa orientale, sognando avventure che il proprio presente (forse) non è in grado di darle.

Le selezioni musicali di Sportclub

di Marta Angelucci

LE NOTE DI MARZO

Gianni Morandi – 10/03 – Palalottomatica

Continuano gli appuntamenti del nuovo tour per l'uscita di "D'amore d'autore", il 40esimo album di Gianni Morandi che sarà disponibile in pre-order su iTunes e su Amazon da venerdì 20 ottobre e sarà presentato il prossimo 16 novembre. Il disco esce a quattro anni di distanza dall'ultimo album di inediti "Bisogna vivere". Un progetto unico che porta la firma di grandi autori della musica italiana, tra cui Elisa, Ivano Fossati, Levante, Luciano Ligabue, Ermal Meta, Tommaso Paradiso, Giuliano Sangiorgi e Paolo Simoni.

Paolo Benvegnù – 09/03 – Auditorium Parco della Musica

Paolo Benvegnù, fondatore degli Scisma, vanta una lunga e fortunata carriera da solista: i suoi pezzi, che hanno lasciato il segno nella storia della canzone italiana, sono stati reinterpretati da artisti come Mina, Irene Grandi, Giusy Ferreri e Marina Rei. Oggi torna con "H3+", il primo spettacolo nato da un suo disco: lo spettacolo-concerto "H3+" è un viaggio ai primordi del mondo, alla scoperta di una terra distrutta e rinata sotto forma di pioggia, riossigenata dalla comparsa del mondo vegetale. A restituire la memoria di tutto questo, la coscienza e la visione dell'uomo che ne è stato testimone, le cassette di un vecchio registratore. La voce narrante è quella dell' "Homo Selvaticus", un ipotetico essere senza volto, capace di comparire e scomparire, esistere e morire al tempo stesso, attraversare epoche intere in una sola vita.

PFM Premiata Forneria Marconi – 12/03 – Teatro Olimpico

Premiata Forneria Marconi torna in concerto a Roma, al Teatro Olimpico, per presentare dal vivo il suo ultimo album Emotional Tattoos. Dal 1970 ad oggi i dischi della Pfm sono stati numerosissimi ed i concerti hanno superano ormai quasi le 6000 rappresentazioni. Dal Giappone agli Usa, dalla Corea al Regno Unito, dal Canada al Mesico, ovunque la Premiata Forneria Marconi è accolta come masterpiece del rock d'autore e della musica immaginifica. Memorabile il tour con Fabrizio De André.

Oggi la Pfm è composta da Franz Di Coccio (voce e batteria), Patrick Djivas (basso), Lucio Fabbri (violino, tastiere e chitarra), Marco Sfogli (chitarra), Alessandro Scaglione (tastiere), Alberto Bravin (voce, tastiere, chitarra) e Roberto Gualdi (seconda batteria).

Brunori Sas – 13/03 – Auditorium Parco della Musica

Dopo un 2017 ricco di soddisfazioni, Brunori Sas si lancia in una nuova avventura: "Brunori a teatro, canzoni e monologhi sull'incertezza". Il cantautore porterà in scena uno spettacolo fatto di musica e monologhi. Insieme alla sua storica band, alternerà ai brani cantati intermezzi parlati, descrivendo il mondo contemporaneo col suo stile che coniuga profondità e leggerezza, sacro e profano, malinconia e simpatia.

Thirty Seconds To Mars – 16/03 – Palalottomatica

Thirty Seconds To Mars tornano in Europa. La band di Jared Leto ha annunciato un tour primaverile nelle arene, che li porterà anche nel nostro paese. Si parte l'11 marzo a Colonia, in Germania. Dal 2015 il gruppo sta lavorando a un nuovo album: lo scorso agosto è uscito il loro nuovo inedito, "Walk on Water", e ciò che in molti si aspettano è che il disco sia pronto prima dell'inizio del tour. Secondo alcune indiscrezioni dovrebbe uscire all'inizio del prossimo anno, così da permettere ai fan di imparare le canzoni a memoria prima dei tanto attesi concerti.

Ornella Vanoni – 29/03 – Auditorium Parco della Musica

I nuovo spettacolo di Ornella Vanoni è uno show a metà tra un concerto e un recital in cui, fondendo musica e teatro, l'artista interpreta brani del suo ultimo album Meticci (Io mi fermo qui), grandi classici e cover, e racconta con la sua solita sincera ironia tutto ciò che ha vissuto in 80 anni di vita, la sua visione dei sentimenti e dell'amore e l'arte della seduzione. In "Un filo di trucco un filo di tacco… L'ultimo tour" Ornella Vanoni è accompagnata dalla sua band: Eduardo Hebling (basso e contrabbasso), Paolo Vianello (pianoforte e tastiere), Placido Salamone (chitarra) ed Eric Cisbani (batteria e percussioni). Lo spettacolo, scritto da Ornella Vanoni con Federica Di Rosa, si avvale delle scenografie di Giuseppe Ragazzini.

A CENA CON UNA STELLA

di Elisa Bianchedi

RIGATONE AL SUGO DI CODA

E' una dedica a Roma, firmata dal cuore romano dello chef Marco Martini. Una creazione che nasce partendo proprio da un piatto tradizionale come la coda alla vaccinara. Lo chef ha ripreso tutti gli ingredienti principali di questo piatto come sedano, carote, cipolla, pomodoro, pinoli, uvetta e cacao e li ha elaborati con grande tecnica e competenza per dare vita ad una salsa, alla sua massima espressione che ne conserva tutto il sapore. Ingredienti per 4 persone: 2kg di coda di manzo, 500gr di carote, 200gr di sedano, 100gr di farina, 1 cipolla 2 foglie di alloro, 50gr di uvetta, 50gr di cacao, 50gr di pinoli, 500gr di pomodori pelati, 2l di acqua minerale, sale qb, olio extravergine qb, 1 bicchiere di vino rosso, 100gr di pecorino romano e 450gr di rigatoni.

ESECUZIONE

Prendere la coda passarla nella farina e metterla nel forno per circa 10 minuti a 220 gradi.
Prendere una pentola fare un soffritto con sedano carote e cipolla, unire alla pentola la coda precedentemente cotta, rosolare e sfumare con il vino rosso. Dopo la rosolatura, aggiungere i pelati le foglie di alloro, cacao, pinoli, uvetta e l'acqua. Lasciar a fuoco lento per 12 ore e con l'aiuto di una schiumarola, togliere le impurità e il grasso in eccesso. Dopo la cottura, munirsi di un passino, passare tutto il nostro sugo per ricavare la salsa di coda alla vaccinara. In una pentola con acqua bollente versare i rigatoni, scolarli nella padella e continuare a cuocere con la nostra salsa finché non otterremo una pasta molto legata, terminare la mantecazione con il pecorino romano. Completiamo il piatto con una spolverata di pomodoro, delle foglie di sedano e una dadolata di carote.

MARCO MARTINI RESTAURANT

Marco Martini Restaurant è il ristorante stellato ai piedi dell'Aventino, ospitato in un elegante palazzetto liberty e con una raffinata terrazza lounge. Un progetto nel quale tradizione, istinto, passione, ricerca e qualità delle materie prime, sono plasmati dalle mani dello chef in creazioni sempre originali da degustare in abbinamento ad una vivace proposta di cocktail, basandosi sul concetto di mixology ed abbinamento piatto-cocktail. Non solo ristorante, Marco Martini è anche cocktail bar. La sinergia tra Marco Martini e Daniele Gentili, bar manager, è l'incontro e la fusione di bar e cucina. L'unione di questi elementi ha dato vita al nuovo progetto MMLAB, il laboratorio creativo di Marco Martini. Una idea che nasce da una sorta di osmosi tra due saperi, una sinfonia a quattro mani tra lo chef e il bar manager che è l'impronta e il tratto distintivo di ogni cocktail e piatto servito.

MARCO MARTINI RESTAURANT

MICHELIN

MARCO MARTINI

Marco Martini, giovane chef di origine romana, è stato premiato con la stella Michelin per il Marco Martini Restaurant, che lo vede alla guida ed ai fornelli in prima persona.
Passione, dedizione e sacrificio sono valori fondamentali per Marco, che ha trasmesso anche a Gedda in Arabia Saudita, in qualità di ambasciatore alla Settimana della cucina italiana nel mondo, iniziativa promossa dal Ministero degli Affari Esteri e dal Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali. Nel 2013 si aggiudica il titolo di Chef Emergente d'Italia e a 24 anni viene premiato con la prima stella Michelin come chef executive all'Open Colonna, successivamente nel 2015, arriva la seconda stella Michelin a Stazione di Posta. Un traguardo frutto di determinazione, entusiasmo ed esperienza maturata con importanti nomi del panorama nazionale ed internazionale: prima con il maestro Antonello Colonna a Labico (RM) e presso l'Open Colonna, per passare in seguito nella brigata di Heinz Beck e nella cucina di Tom Aikens a Londra, fino alla recente Stazione di Posta. Per Marco Martini, la cucina è occhi, pancia e testa; l'artigianalità del gusto che, plasmata con passione, creatività e studio si trasforma in eccellenza. La cucina di Marco Martini rispetta la stagionalità dei prodotti, affonda le radici nella tradizione della cucina romana ed italiana, filtrata dalle tecniche ed i sapori appresi dall'Estremo Oriente, e reinterpretata in chiave moderna. L'originalità delle creazioni di Marco Martini si ritrova anche nel processo creativo che lo porta a disegnare ciascun piatto che compone i suoi menù. L'ispirazione prende forma dapprima su carta, in bozzetti realizzati di pugno dallo chef ed in seguito, come in un dipinto, ciascun disegno si concretizza in tavola, arricchendosi di pennellate di gusto e colore. Ogni piatto ha la sua storia da raccontare, fatto di emozioni e ricordi ed un giusto equilibrio di tecnica, concetto, memoria, semplicità e tradizione, reinterpretata con innovazione. Grazie alla creatività dello chef, il menu del ristorante propone un'esperienza sensoriale unica, che coinvolge tutti i sensi, stimolando quello che da Marco Martini è considerato il sesto, la memoria, capace di accendere il ricordo dei sapori. Come nel rugby, seconda grande passione e scuola di vita per Marco Martini, così in cucina, si vince la partita se c'è lavoro di squadra, precisione, cura del dettaglio, profondo rispetto, umiltà e collaborazione; valori fondamentali per lo chef e condivisi da tutta la brigata. Una squadra giovane composta da 19 professionisti, che vantano esperienze nazionali ed internazionali, affiatati ed appassionati sotto la guida ed ispirazione dello chef.

FORVM SPORT CENTER

DUE PONTI SPORTING CLUB

Villa Aurelia Sporting Club

VILLA YORK SPORTING CLUB

Juvenia

FLAMINIO 1973 SPORTING CLUB

NUOVO TUSCOLO SPORTING CLUB

NETTUNO CLUB

ROMA

Circoliadi

18 marzo | 9 giugno 2018

"L'importante non è vincere ma partecipare"

QUALITYDRIVERS

FIRSTSTOP Pneumatici & Servizi

HELPCARD SCONTI SANITÀ

SPORTCLUB YOUR LIFESTYLE MAGAZINE

Giovinale Adv

4QUATTROC PREMIAZIONI SPORTIVE

ADHOCS.IT COMUNICAZIONE | EVENTI | GRAFICA | WEB

ROMA

REGIONE LAZIO

www.circoliadi.it

CIRCOLIADI. L'ELLADE ROMANA DELLO SPORT

Circoliadi, un evento sportivo giunto ormai alla terza edizione e capace di coinvolgere numerosi circoli sportivi romani e non solo. Abbiamo ascoltato i responsabili di ogni circolo ponendo tre domande per sapere cosa si aspettano da questa festa dello sport.

di Gianluca Malavisita

1 Cosa rappresentano le Circoliadi per i circoli sportivi e gli atleti?

2 Come vi state preparando alla competizione?

3 Quali obiettivi vi ponete?

Davide Troiani
Organizzatore Circoliadi

1. Rappresentano sicuramente un'opportunità per tutti i circoli e per i loro soci. Anche se non è facile organizzare una manifestazione del genere essendo un evento molto impegnativo. Qualche circolo che partecipava lo scorso anno, infatti, si è preso un anno sabatico ma ne abbiamo aggiunti di nuovi e questo per noi è molto importante.
2) Siamo pronti ormai. Ricordiamo che è una competizione rivolta soprattutto a quel socio medio del circolo dai 30 ai 50 anni che non pratica sport a livello agonistico ma lo fa quasi per gioco; lo facciamo per tutte quelle persone che vivono quotidianamente il circolo e che vogliono difenderne i colori e la bandiera. Non dimenticando mai la condivisione di quei momenti di festa che i vari partecipanti vivono grazie anche al Terzo tempo che è ormai diventato un nostro cavallo di battaglia.
3) Ci poniamo l'obiettivo di rafforzare i rapporti fra circoli e di dare continuità organizzativa a quello che abbiamo fatto nelle passate edizioni, per crescere nel futuro.

Walter Casenghi
Forum – Villa Aurelia – Villa York - Juvenia

1. Il circolo per noi rappresenta la seconda casa del socio. Quel luogo dove vivere pienamente i valori di lealtà e amicizia dello sport. E le Circoliadi sono soprattutto l'evento sociale di questa condivisione. Sono l'esaltazione di quello spirito

cavalleresco, della tensione sportiva, dell'accoglienza che va oltre la semplice gara.
2. Le Circoliadi sono uno spettacolo che coinvolge sempre più soci. Ed è una cassa di risonanza per fare bella figura. Dura tutto l'anno! C'è la coppa, lo sfottò, l'allenamento, la scelta della divisa, ecco perchè gli atleti si stanno preparando al meglio.
3. L'obiettivo è sempre di più la preparazione alla gara piuttosto che la gara stessa. La cena dopo la gara, il Terzo tempo. L'obiettivo è quello di ricreare un piccolo Palio di Siena, di cementare quei valori dello sport che si stanno perdendo e che noi vogliamo mantenere.

Emanuele Tornaboni
Due Ponti Sporting Club

1. Dopo il terzo anno le Circoliadi sono per noi una conferma. La volontà di diffondere lo spirito olimpico tra i soci, sia per quelli che parteciperanno attivamente alle gare che per tutti quelli che faranno il tifo per i nostri colori. E poi per noi è molto importante il rapporto che si instaura fra i vari circoli, il fair play fra gli atleti anche se il risultato non dovesse essere la vittoria.
2. Essendo i detentori del titolo ci stiamo preparando al massimo per difendere l'ambito trofeo. Stiamo cercando di organizzare le migliori squadre stilando le formazioni e preparando gli atleti con allenamenti specifici. I nostri soci si stanno impegnando molto e sono sempre più agguerriti.
3. Il nostro obiettivo, ovviamente, è confermare i risultati della passata edizione, difendere la nostra bandiera e il trofeo che abbiamo conquistato sul campo.

Paolo Pani
Flaminio Sporting Club

1. Per noi è un'occasione e un piacere partecipare insieme ad altri circoli. È l'occasione di condividere quelle attività che coinvolgono la nostra struttura e i nostri soci, ed è un modo, anche per tutti quelli che non praticano sport a livello agonistico, di confrontarsi con altre realtà.
2. Ci stiamo preparando anche internamente con delle nostre manifestazioni per selezionare le squadre. Stiamo organizzando una serata per la consegna delle maglie, per dare importanza all'evento e creare un senso di appartenenza e aggregazione al circolo.
3. Questo è il primo anno che partecipiamo ma puntiamo direttamente al podio! Siamo carichi e pronti alla sfida. Ma è un'occasione soprattutto di divertimento e un modo per stare insieme.

Sergio Garozzo
Nuovo Tuscolo

1. Per noi Le Circoliadi sono molto importanti per fraternizzare con altri circoli e confrontarci con loro. La realtà del circolo è differente da quella della palestra, si vive a 360 gradi come se fosse una seconda casa. E quindi è un modo di divertirsi incontrando realtà esterne e persone nuove.
2. Ci Stiamo preparando alla grande con allenamenti specifici per i soci e coinvolgendoli in eventi collaterali. Il primo anno è stata una start up. Poi ci siamo assestati lo scorso anno e le adesioni spontanee sono sempre più numerose, dimostrando quando tutti i nostri soci tengano a questo evento.
3. Lo scorso anno siamo arrivati settimi ma questa volta puntiamo al podio. Senza dimenticare che è soprattutto un'occasione per stare insieme.

Danilo Apolloni
Nettuno

1. Le Circoliadi sono per noi un modo per riscontrare la grande partecipazione dei soci e il loro senso di appartenenza. È bello vedere come tutti vogliano partecipare. Non sei tu che devi rincorrerli ma sono loro che vengono da te e questo per noi è molto gratificante e stimolante.
2. La scorsa edizione per noi è stata la prima e ci è servita per toccare con mano quanto potesse essere importante. Siamo partiti nominando i capitani delle squadre, che saranno alcuni insegnanti delle varie discipline i quali ne hanno reclutato i componenti e hanno sottoposto gli atleti ad allenamenti specifici.
3. Quello che conta è lo spirito con il quale si affronta la manifestazione e la gara. È una bella pubblicità per lo sport e puntiamo a migliorare il piazzamento dello scorso anno.

#curiosità

IL PREMIO DI UNA VITA

Roberto Costantini, un nome inciso con il pantografo della passione nell'elite delle premiazioni sportive.

di Gianluca Malavisita

Una storia nata 35 anni fa insieme al papà Emilio e al fratello Giulio che ha unito la passione per lo sport e la gioia di realizzare oggetti che restano nel tempo il ricordo di una vittoria o di un momento straordinario.
Lo abbiamo intervistato al circolo 2 Ponti e ci è apparso come un torrente vulcanico di idee. Un imprenditore gioiello da cui assorbire desiderio di successo e capacità di adattarsi ad esso.

Roberto raccontaci la tua storia.

Entrammo nel settore delle premiazioni quasi per caso… un giorno di tanti anni fa un gruppo di scouts della nostra città entra nel negozio di gioielleria gestito da mio padre e richiede in regalo una piccola coppa che sarebbe servita successivamente per una loro premiazione. La difficoltà di reperire l'oggetto richiesto e il prezzo per acquistarlo fecero scattare l'idea a mio padre di iniziarle a produrle in proprio. Dopo pochi mesi realizzammo i primi prototipi e, in poco tempo cominciarono ad arrivare le prime richieste. in breve passammo da una piccola attività ad una realtà nazionale. Fino ad avere come clienti Federazioni nazionale e Enti Militari e civili di primaria importanza.

Parlaci della 4C

4C è l'acronimo di 4 Costantini: le mie 2 figlie e i miei 2 nipoti figli di mio fratello Giulio. Un'azienda che rinnovatasi nei contenuti, mantiene il suo profilo storico e professionale, mentalità che ci ha permesso di ottenere grandi soddisfazioni. 4C si occupa non solo di premiazioni, ma di tutto ciò che ruota nell'ambito sportivo con forniture di materiale tecnico, merchandising, servizi per la realizzazione di eventi. Il nostro primo obiettivo è quello di mettere l'atleta al centro dell'evento, di renderlo l'attore principale, rendere il momento della premiazione un ricordo indelebile. Il nostro successo si basa nel rispetto puntuale degli impegni presi con i nostri clienti nella continua ricerca di prodotti innovativi e nel costante impegno nel migliorarsi ogni giorno. Come disse il grande campione Pietro Mennea " Lo sport insegna che per la vittoria non basta il talento, ci vuole il lavoro e il sacrificio quotidiano nello sport come nella vita".

IL SECONDO È IL PRIMO DEI PERDENTI

Enzo Ferrari

4 QUATTROC
PREMIAZIONI SPORTIVE

P.zza F. Baracca, 12
Guidonia - Roma
+39 0774 34 19 33
4cpremiazioni@gmail.com

www.coppetargheroma.com

Rubrica a cura della redazione di Hurrymagazine.it

Hurry!

www.the-hurry.com

I-PACE: LA PRIMA JAGUAR 100% ELETTRICA È UN SUV

Due motori piazzati sugli assi, ricarica in 40 minuti e 480 km di autonomia. Ecco il SUV compatto a emissioni zero che la casa inglese ha presentato a Ginevra.

di Giuliano Giulianini

È venne il tempo della prima Jaguar elettrica. Il marchio sinonimo di lusso oltremanica ha scelto il segmento dei SUV compatti per fare il grande salto nel lato luminoso della forza. La I-Pace, che è stato mostrata per la prima volta pochi giorni fa al Salone di Ginevra, va ad affiancare la flotta di maggiorate britanniche composta dall'apprezzata F-Pace e dalla recente E-Pace. Il giaguaro non ha però scelto la strada "facile" dell'elettrificazione di un modello già esistente, ma quella complessa e più virtuosa della progettazione di un'auto elettrica fin dalla prima bozza di progetto. "Mentre gli altri parlano di futuro, noi lo costruiamo" ha affermato sarcastico Ralf Speth, CEO di Jaguar Land Rover.

Il risultato è un'auto pensata per essere elettrica, con struttura in alluminio per alleggerire i pesi, batterie piazzate sotto l'abitacolo per distribuire i carichi, e soprattutto con due motori elettrici, progettati ex novo, che forniscono la trazione integrale e sono piazzati sui due assi, anteriore e posteriore, per ottimizzarne l'efficienza. Addio dunque a carburatori, pistoni, serbatoi, scarichi e testate; ma anche all'albero di trasmissione tradizionale, con conseguente alleggerimento della vettura e aumento dello spazi utili dentro e fuori l'abitacolo. Dentro infatti si sono moltiplicati i vani: ce n'è uno da 10,5 litri al centro, e altri sotto i sedili posteriori per oggetti piatti come laptop, valigette e tablet. Il bagagliaio ha una capacità di 659 litri, che diventano 1453 se si abbattono gli schienali dei tre passeggeri posteriori. Dal punto di vista delle prestazioni Jaguar dichiara 400 cv, con una coppia di 696 Nm; accelerazione da zero a 100 km/h in 4,8 secondi. L'autonomia massima delle batterie da 90 kWh dovrebbe essere di 480 km (calcolato sullo standard del ciclo europeo WLTP). Per ricaricarle all'80% basteranno 40 minuti, con caricatore rapido a corrente continua da 100 kW; con una wall box domestica da 7 kW i tempi

si allungano a 10 ore; ma la casa assicura che, nel caso ci si dimenticasse di attaccare la spina la sera prima, una ricarica di 15 minuti (con caricatore rapido) basta per un'autonomia di 100 km: il fabbisogno quotidiano casa-lavoro-casa.
La I-Pace è prodotta a Plant Graz, in Austria, ma Jaguar Land Rover tiene a precisare che progettazione e ingegnerizzazione del modello sono al 100% frutto dell'ingegno britannico. Come detto si è vista dal vivo solo pochi giorni fa a Ginevra, ma già dal primo marzo l'auto è ordinabile nelle concessionarie. Sul sito e nelle filiali si può scegliere tra tre versioni: S, SE e HSE, e una speciale First Edition più fedele delle altre al concept originale. I prezzi partono da 79.790 euro.

ARRIVA LA NUOVA C4 CACTUS

Tutte le caratteristiche della nuova versione della berlina Citroën che arriverà a fine marzo nelle concessionarie.

di Giuliano Giulianini, foto Citroen Communication / DR

La nuova C4 Cactus sta per arrivare negli autosaloni. Entro la fine di marzo Citroën consegnerà i primi modelli alle concessionarie italiane, anche se le ordinazioni sono partite da febbraio. L'auto che, nella versione precedente aveva fatto entrare il termine "airbump" nel vocabolario delle quattro ruote, si rinnova nell'estetica e nella meccanica. Sono proprio i "respingenti" laterali la maggiore novità della Cactus: mentre prima caratterizzavano prepotentemente il look della berlina, nella versione 2018 sono meno evidenti, ridotti a una fascia bassa, lungo le portiere. La carrozzeria, per il resto, è simile al recente passato, anche se la mascherina del radiatore, che integra il logo Citroën, allungato e cromato, fa assomigliare sempre più la C4 alla sorella C3. Visto il successo di quest'ultima, non ci sembra una cattiva idea. Completano il restyling esterno nuovi fari diurni a led e quelli posteriori con effetto 3D. Le combinazioni di colore della carrozzeria sono ben 31, con 9 tinte (Polar White, Obsidian Black, Platinium Grey, Cumulus Grey, Sport Red, Olive Brown, Emerald Blue, Pearl White, Deep Purple) e 4 "pack color" (Glossy Black, Silver Chrome, Anodised White e Anodised Deep Red). A ciò si aggiungono quattro opzioni di cerchi in lega, per una personalizzazione più ricercata.
Dentro l'abitacolo si ritrovano le forme geometriche rettangolari, quasi scomparse dalle portiere: i sedili sono stati ridisegnati secondo quello stilema, e riprogettati con lo scopo di migliorare il comfort. Vengono proposti in cinque combinazioni di colore abbinate anche ai rivestimenti. Di serie c'è l'accoppiata grigio rossa; in alternativa le soluzioni "Metropolitan Red" (beige e rosso scuro), "Wild Grey" (su diversi toni di grigio), "Hype Grey" (grigio e pelle nera per i sedili) e "Hype Red" (beige e rosso scuro con uso di nappa e alcantara per i sedili). Il cruscotto presenta tutta la strumentazione in versione digitale e un display da 7" touch pad capacitivo di serie.
Dal punto di vista della sostanza la Cactus punta molto sulle nuove sospensioni PHC (Progressive Hydraulic Cushions) per le quali sono stati depositati venti brevetti; su tre tecnologie di connettività (il navigatore, il collegamento a una centrale di assistenza e il software per usare le app dello smartphone sul display dell'auto); e su ben dodici ausili alla guida. Il guidatore può infatti contare su: frenata automatica d'emergenza; riconoscimento dei limiti di velocità che riconosce i cartelli stradali; avviso di superamento involontario della linea di carreggiata; "Coffee Break Alert" dopo due ore di guida a più di 65 km/h; allerta per il calo di attenzione; sistema di sorveglianza che avvisa sul retrovisore della presenza di veicoli negli angoli morti; park assist: telecamera di retromarcia; hill assist per le partenze in salita; "Cornering Lights" che

orienta un fascio di luce all'interno delle curve; apertura e accensione keyless; "Grip Control" con le opzioni "neve", "fango", "sabbia", "standard" e "ESP OFF". Quattro le motorizzazioni: PureTech benzina da 110cv, anche in versione automatica; PureTech da 130cv; e BlueHDi diesel da 100cv, che da ottobre sarà disponibile anche con il cambio automatico, potenziato a 120cv. Gli allestimenti disponibile sono "Live" (base), "Feel" e "Shine" (top).

GUIDI DISTRATTO?
IL TUO SMARTPHONE LO DICE ALL'ASSICURAZIONE

Una compagnia assicurativa americana sta studiando un sistema per far pagare polizze più alte agli utenti che usano lo smartphone alla guida.

di Tommaso Armati

Anche se i pericoli dell'utilizzo dello smartphone alla guida sono noti, c'è ancora tanto lavoro da fare per contrastare il fenomeno. Lì dove le leggi non riescono, potrebbero arrivare le compagnie assicurative. A questo proposito, il colosso americano Allstate sta sviluppando un sistema basato sui big data per rendere la polizza più salata agli utenti che utilizzano lo smartphone mentre sono al volante. Secondo i dati emersi da un'indagine della controllata Arity, i guidatori "distratti" hanno più probabilità di provocare un incidente e costerebbero alla compagnia il 160% in più rispetto a quelli ligi alle regole. Per invertire la tendenza, il colosso assicurativo americano sta sperimentando una tecnologia in grado di capire se il conducente sta utilizzando il telefono alla guida. In che modo? Un'app collegata a due sensori dello smartphone (giroscopio e accelerometro) rileva se il telefono è poggiato su una superficie o se è nella mano dell'automobilista. I dati raccolti servono così a individuare gli utenti più distratti e penalizzarli con una polizza più alta e, dall'altra parte, a premiare quelli più rispettosi delle regole.

Un'innovazione importante che, oltre a contribuire al miglioramento della sicurezza stradale, potrebbe rivoluzionare le strategie di marketing delle compagnie assicurative, rendendo l'utilizzo dei big data uno strumento imprescindibile per attirare i clienti migliori. L'unico grande scoglio è rappresentato dalla privacy, dal momento che l'applicazione della tecnologia non è possibile senza il consenso preventivo dell'utente. Anche in Italia sono già in atto iniziative per contrastare la cattiva abitudine dell'utilizzo dello smartphone alla guida, come il progetto Smartphoners: un'app gioco che premia gli automobilisti virtuosi, calcolando i chilometri che hanno percorso senza usare il cellulare. Anche Hurry! ha aderito all'iniziativa, entrando a far parte dei partner del progetto, dando come premio ogni giorno un buono sconto per gli automobilisti più virtuosi che hanno collezionato più punti sull'app.

Rubrica a cura della redazione di Hurrymagazine.it

NEW STRATOS: IL MITO TORNA IN STRADA

Una versione moderna del bolide, protagonista dei rally anni '70, verrà prodotta in serie limitata per 25 fortunati collezionisti.

di Fabrizio Lubrano Lavadera

La mitica Lancia Stratos torna a vivere. Al Salone di Ginevra 2018 è stata messa in mostra la one-off voluta e commissionata alla Pininfarina nel 2010 dall'imprenditore ed appassionato Michael Stoschek. Ora quella vettura ha ottenuto l'omologazione TUV a circolare su strada. Verrà prodotta in 25 esemplari da Manifattura Automobili Torino (MAT) e destinati ai collezionisti più facoltosi. Grazie all'impegno di Paolo Garella, ex direttore del New Stratos Project, MAT, di cui è amministratore delegato, è riuscita ad ottenere da Stoschek l'autorizzazione a replicare la sua New Stratos, utilizzando lo stesso design e le medesime tecnologie del prototipo, che verrà replicato in 25 unità e tre varianti: una GT, un modello denominato Safari attrezzato per le piste e una supercar per tutti gli usi. "Per MAT questo accordo è un ulteriore passo nella nostra crescita fino all'obiettivo di diventare un vero produttore – ha spiegato Garella – Avere la possibilità di costruire la New Stratos è un grande onore e un riconoscimento delle capacità di MAT acquisite negli anni." "Dalla sua fondazione nel 2014 – ha proseguito Garella – siamo stati coinvolti in quattro programmi di progettazione e sviluppo di supercar. Ora con la New Stratos realizzeremo una supercar estremamente raffinata che può essere utilizzata tutti i giorni, offrendo allo stesso tempo una guida eccitante, esaltante e divertente sulle strade tortuose". Già svelate le caratteristiche dell'auto: le proporzioni sono quelle della vecchia Lancia: 3,7 metri di lunghezza, 1,75 di larghezza e 1,08 in altezza. Il motore montato è un Ferrari V8 da 4,3 litri portato alla potenza di 550 cv, che consentono un'accelerazione da 0 a 100 km/h in 3,3 secondi e una velocità massima compresa tra i 274 e i 330 km/h, grazie anche ad un peso a secco di 1.247 kg e a un rapporto peso potenza di 2,3 kg/cv.

Una storia di successi, quella della Stratos: iniziò nel 1970, quando al Salone dell'Automobile di Torino venne presentata in versione "Prototipo Zero". Il suo design creativo, opera di Marcello Gandini, suscitò interesse nei vertici Lancia, in cerca di una vettura sostitutiva della Fulvia nei rally. L'esordio in gara avvenne nel 1972 al Rally di Corsica, dove fu affidata al pilota Sandro Munari, mentre la prima vittoria è datata 8 settembre 1973. L'anno dopo ebbe inizio il filotto di trionfi nel Campionato del Mondo di Rally, vinto per tre volte (1974, 1975 e 1976). Nel 1977 FIAT decise di rimpiazzarla con la nuova 131 Abarth Rally, ciononostante la Stratos continuò a vincere gare a livello nazionale ed europeo. Il resto è storia recente, con un mito che torna a vivere grazie all'impegno di MAT, per la felicità di 25 facoltosi clienti e la gioia di milioni di appassionati nostalgici.

I NIPOTI DEGLI SCOOTAMOTA

Il mercato italiano degli scooter è in crescita. Nelle vendite spadroneggia l'eterno SH con tre modelli a guidare la top ten.

di Giulia Massimini

Era il 1897 quando l'azienda parigina Werner depositò il brevetto del primo ciclomotore rivoluzionando la mobilità degli spostamenti brevi, ma fu il successo commerciale del modello "Scootamota", della casa automobilistica inglese ABC, che consegnò alla storia lo scooter come lo conosciamo oggi: con la pedana centrale che ricordava quella di un monopattino. Da allora gli scooter (dall'inglese "to scoot" "pattinare, andare di corsa") continuano a muoversi numerosi sulle nostre strade superando (a destra) i bassi scavati dalla recente crisi. Il 2017 si è chiuso, infatti, con una crescita del mercato italiano degli scooter del +3,4% rispetto al 2016 con un totale di 121.931 vendite, confermando il trend di ripresa iniziato nell'anno precedente. Il best seller è l'Honda SH 150 che ha trionfato superando le 10.000 immatricolazioni, segno che gli interventi chirurgo-estetici sono stati graditi e il look è stato rivisitato senza tradirne l'essenza: luci a LED anteriori e posteriori, cerchi da 16", un vano più capiente dotato anche di una desiderabile presa 12v; ultime chicche: il comfort della Smart Key con cui si accede allo scooter e al sottosella semplicemente avvicinandosi, e la tecnologia Start&Stop. Sul podio, rispettivamente al secondo e terzo posto, troviamo l'Honda SH 300 (9.624 pezzi venduti) con un chilo in meno di peso e un pizzico in più di agilità, ed il fratellino minore l'Honda SH 125 che garantisce guida confortevole e bassi consumi (47,7 km/l).

Il genio meccanico italico si consola con la medaglia di legno che va al Piaggio Beverly 300 (7.236 vendite) che si offre anche nella versione sportiva 300 Sie. Al quinto posto troviamo lo Yamaha X MAX 300 il cui fascino si deve sicuramente al suo assetto motociclistico con la forcella e la ruota rialzata. In sesta posizione, direttamente da Taiwan, c'è il Kymco Agility 125 R16, scooter urbano dal prezzo indubbiamente economico (prezzo base 1800 euro). Settimo è il Liberty 125 ABS: stile rinnovato, propulsore 125 cc del 10% più potente e consumi ridotti del 16% rispetto alla versione precedente. Scivola di due posizioni lo Yamaha TMAX 500 il maxi-scooter con carena dinamica, telaio in alluminio e forcella a steli rovesciati. Chiudono la classifica il Piaggio Beverly 350 con 4.038 pezzi venduti, e l'Honda X-ADV 750 (3.256 unità immatricolate) il maxi scooter cross over, dall'anima off-road, che supera l'orizzonte urbano della categoria proiettandosi verso l'avventura.

SMART COMPIE 20 ANNI

La city car per eccellenza festeggia il ventennio con cinque nuove allestimenti.

di Giulia Massimini

Potremmo correre il rischio di sentirci un po' più vecchi scoprendo che sono trascorsi già vent'anni dal debutto, ma per il suo compleanno la Smart fa un regalo ai suoi ammiratori offrendosi in una nuova Limited Edition, la sessantatreesima dal 1998. La serie speciale "20th Anniversary" (esistente sia nella variante Fortwo che Forfour) si propone con dotazioni di serie inedite: il pacchetto "Led&Sensor" con funzione Cornering light, il pacchetto "Comfort", il pacchetto "Sport" con assetto ribassato di 10 millimetri, il pacchetto "Cool&Media" e Brake Assist Attivo. Vistose novità sono il terminale di scarico cromato, il volante multifunzione a tre razze in pelle, pedaliera in acciaio e cerchi in lega da 16" a otto razze. La "20th Anniversary" è accompagnata da cinque modelli esclusivi (tre dei quali ispirati a grandi metropoli) che si distinguono per colori e allestimenti unici: Xtreme, Britishgreen, Parisblue, Tokyowhite e Londogrey. La Londongrey, color grigio scuro e cerchi neri, è uscita a gennaio con 100 unità destinate alla vendita. Febbraio è il mese di Parisblue, sportiva nel suo blu profondo e metallizzato e di cui sono disponibili 300 esemplari. A marzo debutta Tokyowhite in una tonalità di beige cangiante che assorbe i colori dell'ambiente circostante (saranno prodotte solo 60 unità).

Il 2018 segna anche 15 anni di collaborazione di Smart con il preparatore Brabus e per l'occasione a giugno uscirà Xtreme: la versione sportiva di cui saranno prodotti solo 109 esemplari (109 come il numero dei cavalli del propulsore). Xtreme sarà metallizzata, di color rosso scuro e con gli specchietti retrovisori in fibra di carbonio. Si dovrà aspettare settembre per le Britishgreen: 200 esemplari sportivi in verde, che omaggiano l'eleganza d'oltremanica. La ciliegina su questa torta con venti candeline arriverà poi a novembre: "I love Black" ultima chicca con un look totalblack, adatta ad ogni personalità.

Così si festeggiano vent'anni in cui l'azzardo di presentare una "mezza macchina" al costo di una macchina intera si è tramutato in un successo indiscusso che non rende più possibile immaginare un mondo senza questa piccola ma grande city car biposto. Auguri.

DUE PONTI
SPORTING CLUB

- **17** CAMPI DA TENNIS
  ILLUMINATI
- **4** CAMPI DA PADDLE
- **70** ISTRUTTORI
  FIN-FIDAL-FIT-FGCI-FIF-FITRI
- **160** ORE SETTIMANALI
  DI NOVITÀ FITNESS e ACQUAGYM
- **6** PALESTRE, **8** SPOGLIATOI
- **2** PISCINE COPERTE, **1** PISCINA SCOPERTA
- **2** CAMPI DI CALCIOTTO
  1 CAMPO DI CALCETTO
- CIRCUITO INTERNO RUNNING

All' interno troverete anche:
Bar, ristorante, negozio sportivo
centro di fisioterapia, parrucchiere,
centro estetico, centro benessere
(SPA, bagno turco, sauna,
idromassaggio, solarium)

Follow us on

www.dueponti.eu

Via dei Due Ponti 48/a - 00189 Roma
info@dueponti.eu

DUE PONTI
dp
SPORTING CLUB

BMW Roma pharmaguida FERRERO Mizuno HEAD

GRUPPO GREENVISION
CENTRI OTTICI SELEZIONATI

Nuova SEAT Ateca Advance.
Design e tecnologia sempre di serie.

Nuova SEAT Ateca Advance è il SUV urbano dal design dinamico che ti offre il massimo della tecnologia per renderti più semplice la vita in città. Ha di serie tutto quello che ti serve per affrontare con tranquillità le tue sfide quotidiane: fari Full LED, navigatore da 8", telecamera posteriore e front assist.

Tua da 219€ al mese
con SEAT Senza Pensieri.
TAN 3,99% - TAEG 5,13%

Dopo tre anni scegli
se tenerla, cambiarla
o restituirla.

SEAT

Nuova SEAT Ateca Advance. Esempio di finanziamento **SEAT Ateca 1.6 TDI 115 CV Advance, prezzo promozionato chiavi in mano (IPT esclusa) € 25.000 per tutti (listino + garanzia estesa = € 28.440 meno € 3.440 di vantaggio).** Anticipo € 6.708,76. Finanziamento di € 18.591,10 (capitale finanziato comprensivo di spese d'istruttoria pratica € 300) in 35 rate da € 219 comprensive di interessi € 1.883,43. **TAN 3,99% fisso, TAEG 5,13%.** Valore Futuro Garantito pari alla MaxiRata Finale di € 12.669,53 (da pagare solo se intendi tenere la vettura). Spese istruttoria pratica € 300 (incluse nell'importo totale del credito). Importo totale del credito € 18.591,10. Spese di incasso rata € 3/mese. Costi comunicazioni periodiche € 5. Imposta di bollo/sostitutiva € 64,47 - Importo totale dovuto dal richiedente € 20.433. **1 anno di assicurazione Incendio e furto (pacchetto First Trip) in omaggio** (solo in caso di adesione al finanziamento). Gli importi ivi qui indicati sono da considerarsi IVA inclusa ove prevista - Informazioni europee di base/fogli informativi e condizioni assicurative disponibili presso le Concessionarie SEAT. Salvo approvazione **SEAT Financial Services.** Servizio incluso: 3 anni di garanzia aggiuntiva oppure fino ad un massimo di 40.000 km totali. Consumo di carburante urbano/extraurbano/combinato (l/100km) 4,7-4,8/4,1-4,2/4,3-4,4; emissioni di CO_2 in ciclo combinato g/km: 118-119. L'immagine è puramente indicativa. Offerta valida per immatricolazioni entro il 31.03.2016, grazie al contributo delle Concessionarie SEAT aderenti all'iniziativa.

SEAT raccomanda Castrol EDGE Professional

Stemacwagen

Via Tiburtina, 1064 - Roma | 06.83799366
Via Serracapriola, 48 (GRA) - Roma | 06.9453400
Via Monti Lepini, 84 - Frosinone | 0775.290701

www.stemacwagen.it