

N.3 2022  
WWW.INMAGAZINE.IT

# RIMINI IN MAGAZINE

## VALENTINA AURELI

IMPRENDITRICE D'ECCELLENZA

---

### ROSSO RIMINESE

IL VINO COME IDENTITÀ

---

### CIRCUITO DI MISANO

50 ANNI DI STORIA

# JAGUAR E-PACE PLUG-IN HYBRID CARICA PER IL FUTURO.



Jaguar E-PACE Plug-in Hybrid con motore ibrido da 309 CV di nuova generazione per performance emozionanti e il massimo dell'efficienza. Accelerazione 0-100km/h in 6,5 secondi. Zero emissioni e un'autonomia fino a 55 km\* in modalità full-electric. Capacità di ricarica da 0 all'80% in soli 30 minuti\*\*. Design in puro stile Jaguar. Il perfetto equilibrio tra eleganza, potenza e sostenibilità. Ti aspettiamo in Concessionaria!

## **VERNOCCHI AUTO**

Via Circonvallazione Ovest 3, Rimini - 0541 740740  
Strada della Romagna 155, Pesaro - 0721 27520  
Via SS 16 Km 311, Ancona - 071 7819499

info@vernocchi.com  
www.vernocchi.com



Gamma Jaguar E-PACE, valori di consumo carburante (l/100 km): ciclo combinato da 2,0 a 9,7 (WLTP).  
Emissioni CO<sub>2</sub> (g/km): ciclo combinato da 44 a 218 (WLTP). I valori sono indicati a fini comparativi.

\*I dati relativi all'autonomia sono calcolati su un veicolo di produzione su un percorso standardizzato.  
L'autonomia può variare a seconda delle condizioni del veicolo e della batteria, del percorso effettivo, dell'ambiente e dello stile di guida.  
\*\*Con l'utilizzo di un caricatore rapido da 50kW DC. Caricabatterie da 7kW in figura. Modello mostrato con caratteristiche opzionali.

IL TEMPO È  
TUO 



RENDI UNICO IL TUO TEMPO

Fermati e vivi momenti speciali  
con le persone che ami.

**LE ROSE SUITE HOTEL**  
PIACERE VERO

**AQUADIROSE**  
WELLNESS CARE

viale Regina Elena, 46 - 47921 Rimini - T. F. +39 0541 390832 - C.+39 338 5394681  
aquadirose@lerosesuitehotel.com - [lerosesuitehotel.com](http://lerosesuitehotel.com)



**Tutti i giorni  
APERISPA  
da 39 euro**



---

**Ottica**Ferri

Ottica Ferri snc

via Montescudo 34/a  
47853 Ospedaletto (Rn)

t. 0541 65 82 32

---

# EDITORIALE

Apriamo questo numero autunnale con l'intervista a Valentina Aureli, la CEO che ha portato l'azienda di famiglia, Aetna Group, ai vertici mondiali. Parliamo poi del vino come ambasciatore e identità di un territorio con Sandro Santini, e dei 50 anni del Circuito di Misano, palcoscenico dei campioni MotoGP. Intervistiamo Giovanni Sassu e Nadia Bizzocchi per conoscere visioni e programmi per i Musei Civici e la Biblioteca Civica Gambalunga, e incontriamo Luigi Alberto Sanchi, direttore di ricerca del CNRS di Parigi. L'ingegnere Matteo Muccioli ci parla dei suoi forni solari, e Cristiana Giani del suo brand Anna Sumisura. Scopriamo il design fatto con il cuore della poltrona BLOOM di Monica Gasperini, le storie delle donne in agricoltura con Laura Castellani e il sogno musicale del cantautore Aaron Raschi. Buona lettura!

DI **ANDREA MASOTTI**

## EDIZIONI INMAGAZINE

Edizioni IN Magazine s.r.l.  
Via Napoleone Bonaparte, 50 - 47122 Forlì | T. 0543.798463  
www.inmagazine.it | info@inmagazine.it

Anno XXII N. 3  
ottobre/novembre  
Reg. di Tribunale di Forlì il 20/12/2000 n.34

Direttore Responsabile: Andrea Masotti  
Redazione centrale: Clarissa Costa  
Coordinamento di redazione: Lucia Lombardi  
Artwork e impaginazione: Francesca Fantini  
Ufficio commerciale: Roberto Amadori, Gianluca Braga  
Stampa: La Pieve Poligrafica Villa Verucchio (RN)  
Chiuso per la stampa il 2/11/2022

Collaboratori: Stefano Bonini, Arianna Denicolò, Sabrina Marin, Milena Massani, Cristina Righi, Emilio Salvatori, Flavio Semprini, Cristina Zoli.  
Fotografi: Riccardo Gallini, Vincent Garreau, Fabrizio Petrangeli.



Tutti i diritti sono riservati. Foto e articoli possono essere riprodotti solo con l'autorizzazione dell'editore e citando la fonte. In ottemperanza a quanto stabilito dal Regolamento UE 2016/679 (GDPR) sulla privacy, se non vuoi più ricevere questa rivista in formato elettronico o cartaceo puoi chiedere la cancellazione del tuo nominativo dal nostro database scrivendo a [privacy@inmagazine.it](mailto:privacy@inmagazine.it)

### 08 / PILLOLE

NOTIZIE DALLA  
PROVINCIA



### 10 / PROFILI

VALENTINA  
AURELI

### 16 / ENOLOGIA

ROSSO  
RIMINESE

### 22 / STORIA

CIRCUITO  
DI MISANO

### 30 / NOMINE

GIOVANNI SASSU  
E NADIA BIZZOCCHI



# 36



### 36 / ACCADEMIA

LUIGI ALBERTO  
SANCHI

### 38 / ENERGIA

CUCINARE  
CON IL SOLE

### 40 / MODA

ATELIER  
SU MISURA

### 44 / CREATIVITÀ

POLTRONA  
BLOOM



### 46 / DONNE

ESSERE  
CONTADINE

### 49 / MUSICA

AARON  
RASCHI

# PILOTI

## STACCOLI CAFFÈ BAR D'ITALIA 2023

CATTOLICA | Sono 20 anni che la Pasticceria Staccoli di Cattolica riceve i prestigiosi premi del Gambero Rosso, da quel lontano 2003. Così il 2022 li vede ancora aggiudicarsi *Tre chicchi e tre caffè*, riconoscimento che individua i migliori bar d'Italia. Collocandosi tra i cinque locali premiati nella Regione Emilia-Romagna e l'unico per la Provincia di Rimini. "Se vuoi esserci devi lavorare bene!" dichiara Paolo Staccoli. "Fino a Natale abbiamo allestito lo Staccoli Temporary Store, dove trovare panettoni, miacetto, cioccolateria e torroni, in piazzetta Filippini 1, a due passi dalla nostra Antica pasticceria Staccoli." (L.L.)



## PAOLO CESARI E L'ARTE ORAFA

MILANO | *Ridefinire gli orizzonti dell'Arte Orafa* è stato il focus del talk attorno cui si è riunita Assogemme - Associazione Italiana Pietre Preziose e Affini, in collaborazione con la MJW. Il riminese Paolo Cesari, Presidente di Assogemme e di Cesari & Rinaldi Gemmai Futurgem, ha introdotto il dialogo tra Raffaele Ciardulli e Bruto Pomodoro. (L.L.)

## REGGINI OPENING CELEBRATION

CATTOLICA | Ha inaugurato a Cattolica il nuovo centro usato certificato Volkswagen del Gruppo Reggini, concessionaria ufficiale per San Marino, Rimini e provincia dei brand Volkswagen, Audi, Skoda e Volkswagen Veicoli commerciali. Con questo punto vendita, il Gruppo Reggini amplia il suo servizio sul territorio con il brand Das WeltAuto. Il pilota Enea Bastianini ha inviato un messaggio augurale per il successo dell'iniziativa, trasmesso dopo il taglio del nastro alla presenza dell'Assessore Belluzzi. (L.L.)



**Sabbioni** | **ETHOS**  
PROFUMERIE

LA BELLEZZA IN OGNUNO DI NOI

trova la tua bellezza su [www.sabbioni.it](http://www.sabbioni.it)

**PASSIONE**  
+  
**MATERIA**  
=  
**DESIGN**  
**SOSTENIBILE**

**CENTRODELLACERAMICA**  
MATERIALI D'AVANGUARDIA

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



# VALENTINA

LA CEO  
CHE HA  
PORTATO  
AETNA GROUP  
AI VERTICI  
MONDIALI

DI LUCIA LOMBARDI

# AURELI

FOTO RICCARDO GALLINI

“Ognuno di noi è imprenditore di sé stesso. I talenti sono il distinguo. Perciò usarli, sfidarli, ispirarsi a persone *outstanding* è la ricetta.” Queste le parole motivazionali di **Valentina Aureli**, CEO di **Aetna Group** (con i brand Robopac e OCME) e **componente del Board di SCM Group**, il colosso del settore macchine per la lavorazione di legno, plastica, vetro, pietra, metallo e compositi; una posizione che rende ancora più centrale la figura di Valentina nel panorama imprenditoriale italiano.

Negli ultimi venti anni, nel ruolo di Amministratore Delegato, **ha condotto Aetna Group verso una crescita costante a livello globale**, avvenuta organicamente e attraverso diverse acquisizioni strategiche in Italia e all'estero, fino ad affermare l'azienda tra le primissime realtà al mondo. Il Gruppo oggi conta 1.700 persone e produce in dieci stabilimenti internazionali, di cui sei nella Packaging Valley italiana, uno negli USA, uno in Brasile, uno in Cina e uno in Germania.

La incontriamo nel suo quartier generale di Castel Bolognese, nel cuore della Packaging Valley, dove arriva carica e trafelata dopo una *call* con l'Oriente avuta lungo il viaggio. Completo gessato, incedere sicuro e prorompente, ad accompagnarla un sorriso ampio e luminoso.

Il 2022 per Valentina è un anno importante: oltre ad essere quello dei cinquant'anni, compiuti il 15 febbraio “a ridosso di san Valentino”, **il 2022 la vede infatti tornare a Rimini**. “Città che adoro, dove il rapporto tra le persone è vero e diretto. Il sorriso non manca mai, è una dote molto riminese, e posso coltivare le amicizie.”

Valentina è madre di due energici gemelli e moglie di “un grande *attraversatore di tragitti*”. Grazie a lui ho cominciato a vivere il viaggio, il presente, non solo la meta finale, come ero abituata a fare in precedenza...” per formazione, per mentalità, quella acquisita durante gli anni della ‘sua’ Milano da Bere trascorsi a godersi la città e a frequentare la Bocco-

## PROFILI



ni, “dove ho smesso di pormi il perché delle cose, come invece avevo imparato a fare al Liceo classico Giulio Cesare di Rimini. Milano ti insegna l’efficacia, il pragmatismo, a cogliere il business e l’ottimismo di una economia a indirizzo finanziario.”

Valentina ha intrapreso nel corso del tempo un brillante percorso di formazione e di esperienze professionali in ambito **finanziario internazionale**, come quello in Banca Rothschild (dal 1996 al 2001) come Advisor: “Un’esperienza che mi ha insegnato a negoziare, maturando visione e creatività, regalandomi una concezione del mondo molto evoluta e consentendomi poi di declinare quanto acquisito come background personale nella gestione dell’azienda di famiglia, facendola crescere, con delega a risorse umane e finanza, in armonia con mio fratello Enrico che si occupa di prodotto e clienti.”

Durante la tesi in *Quotazione delle aziende familiari* con il prof. Santinelli, Valentina ha avuto una correlatrice che svolgeva tre lavori alla volta. “Era una donna dinamica e mi

ha fatto capire che si poteva tenere tutto assieme anche in certi ambienti. Nella vita ho avuto libertà di scelta,” racconta, “nessuno si aspettava che avrei rivestito la *governance* – sarebbe potuto succedere come no e questo mi ha avvantaggiata. La donna ha molte fortune, lo svantaggio è il troppo carico. I pesi che portiamo sono dettati dal lavorare in un paese pensato da uomini: forse un uomo non capisce fino in fondo le nostre esigenze, e la donna deve trovare da sola la forza. La strategia giusta è quella di non mettersi dalla parte della vittima e attivarsi, perché sapersi muovere in tutti questi ambiti d’azione è un grande vantaggio. La nostra complessità ci rende utili in famiglia come in azienda in un sistema collegato di *stakeholder*.”

Ma la forza principale di Valentina deriva “dall’amore, dagli affetti, dalle amicizie.” Un difetto che si riconosce è “il voler fare troppe cose. Arrivo in certi periodi dell’anno col fiato corto.” Che per una come lei sembra impossibile. Si ritiene molto estroversa e “smaccatamente sincera. Risultò forse un po’

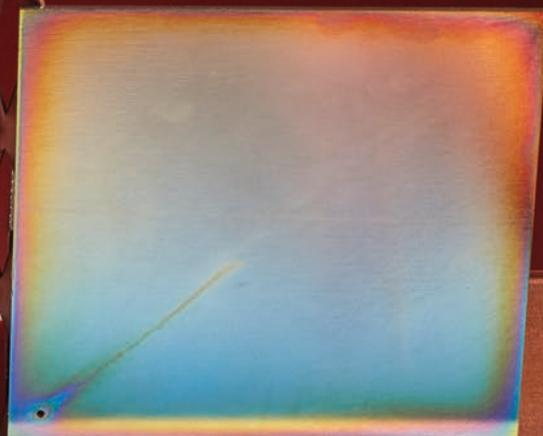
---

IN QUESTE PAGINE, L’IMPRENDITRICE VALENTINA AURELI. IN ALTO, LA SEDE DELL’AZIENDA ROBOPAC, MAIN BRAND DI AETNA GROUP.



RAGGINI

HOME & SUN  
PROJECT



*Christian Fabbri*  
13713-301

*Tinted leather*



# La tua casa, il tuo progetto

SOLUZIONI TESSILI PER INTERNI · CARTE DA PARATI · COMPLEMENTI D'ARREDO IN & OUT  
TENDE DA SOLE · PERGOLE BIOCLIMATICHE E PERGOTENDA · CHIUSURE ANTIVENTO

Via Ausa, 98 Cerasolo di Coriano (RN) - 0541 759416 - info@raggini.com - www.raggini.com

## PROFILI

ingombrante, anche per la grande velocità d'intelligenza nella negoziazione, e nel confronto arrivo facilmente. Inoltre la curiosità mi porta sempre a ricominciare, ad avviare nuovi progetti.”

Come quelli messi in campo durante e nel post Covid e con l'attuale crisi generale dovuta a molteplici fattori. “Abbiamo calendarizzato molte **fiere importanti**, come l'ultima in Germania, grazie alla visione di mio fratello, dove **abbiamo unito tecnologia e accoglienza portando le nostre macchine più evolute e innovative per mostrare al mondo cosa è stato creato e progettato anche con pandemia e crisi, investendo in ricerca**

---

COME  
AMMINISTRATORE  
DELEGATO, AURELI HA  
CONDOTTO L'AZIENDA  
DI FAMIGLIA VERSO UNA  
CRESCITA GLOBALE,  
FINO AD AFFERMARE  
AETNA GROUP TRA LE  
PRIMISSIME REALTÀ AL  
MONDO NEL SETTORE  
DEL PACKAGING.

---

e **sviluppo**, puntando su nuove, importanti acquisizioni. Per fare ciò è fondamentale un grande sforzo d'internazionalizzazione, abbracciando le varie culture con cui interagiamo per comprendere molti meccanismi di negoziazione e capire come muoverci in base ai cambiamenti avvenuti dopo la pandemia. **Sono per il profitto etico in parte reinvestito, per la sostenibilità a medio termine e per la crescita progressiva.** Ecco quindi che per la crescita globale e costante di Aetna Group è importante essere presente laddove il manifatturiero è trainante. Per questo non possiamo vivere di sola Italia. Fossimo una squadra, l'Europa sarebbe imbattibile.”

Nel suo agire quotidiano l'imprenditrice mette in pratica i preziosi e fondamentali insegnamenti “di mio padre Alfredo Aureli, di mio nonno Lanfranco Aureli, degli zii Adriano Celi – per me un mentore – e Adriano Aureli.”

Energia ed equilibrio li ha ricevuti in dono dalla grinta emotiva di sua madre Raffaella, molto rigorosa. “La sera ho cominciato a raccogliere in un diario tutti i suoi moniti. Ci ha stimolati a non perdere tempo con falsi problemi, a studiare e a fare sport, trasmettendoci il senso dell'onestà, della famiglia, di verità e trasparenza, del superare il negativo per arrivare al positivo. Inoltre, dall'estate dei miei 14 anni, il mio adorato fratello Enrico ed io abbiamo cominciato a ricevere una cartolina per Harvard dai nostri genitori, dove ci mandavano a studiare inglese. Eravamo molto liberi. Frequentammo per anni la scuola di pianoforte del Maestro Alfredo Speranza, l'ho temuto tantissimo: la sfida del palco, il sacrificio dello studio quotidiano della musica, sono stati una grande scuola.”

*Rinascimento privato* di Maria Bellonci è il suo libro preferito, perché “parla di donne che tessono alleanze, tentano di mantenere la pace attraverso il dialogo, educano le nuove donne e i nuovi uomini. Una lettura rivelatasi utile anche nel rapporto coi miei figli!” Perché il proprio rinascimento lo si coltiva dal privato.





ATELIER  
**OSCAR**  
PAVIMENTI, ARREDI E DINTORNI

PAVIMENTI IN LEGNO BIOCOMPATIBILI, PAVIMENTI E RIVESTIMENTI,  
ARREDO BAGNO E CARTE DA PARATI

Via degli Sforza, n. 1C/1D - Cattolica (RN) Tel. +39 0541 316729  
info@atelieroscar.it - www.atelieroscar.it



# ROSSO IL VINO COME AMBASCIATORE E IDENTITÀ DI UN TERRITORIO RIMINESE

DI STEFANO BONINI

FOTO RICCARDO GALLINI

Non è certamente una novità, neanche per i colli riminesi, che il vino con la sua storia e il suo messaggio di condivisione possa svolgere il gradito (e oneroso) ruolo di ambasciatore di un territorio. Lo dicono ricerche, studi e analisi a livello nazionale e internazionale, e ce lo conferma localmente la recente esperienza di successo della Rebola.

L'enogastronomia spinge milioni di turisti a muoversi, stranieri soprattutto, e per le aziende vitivinicole le visite in vigna, in cantina e i *wine tasting* sono sempre più un solido supporto economico a completamento del reddito d'impresa. E così, sulle colline riminesi, i protagonisti del **progetto Rebola** stanno lavorando su un'altra idea, nuova ma simile, legata questa volta al **vino rosso**. Un progetto dalle radici solide e dallo sguardo alto che ci illustra proprio **Sandro Santini**, presidente del consorzio **Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli di Rimini** e 'sobillatore' delle numerose anime della Strada.

"È assolutamente vero che stiamo lavorando

a un nuovo progetto rossista," esordisce il presidente, "che seguirà nella sua traiettoria quanto fatto con la Rebola, un prodotto che ci sta dando grandi soddisfazioni, nonostante le ridotte risorse economico-finanziarie che abbiamo potuto investirci. D'altra parte, ci ha aiutato a definire **un percorso che ci sta portando a guardare all'anima più autentica di questo territorio, e ai suoi vini rossi.**" Vini che sono certo il Sangiovese, ma anche quelli più internazionali, come il Cabernet Sauvignon, il Merlot e lo Syrah.

"È stato davvero bello," continua Santini, "vedere che, quando ci siamo seduti attorno al tavolo per ragionare su questo nuovo progetto rossista, c'è stata subito grande unità e un'unanime visione tra i produttori coinvolti (al momento gli stessi 16 del progetto Rebola). Soprattutto è emersa **la volontà di continuare a raccontare il nostro territorio attraverso il vino**, come e più di quanto fatto egregiamente fino ad ora con la Rebola." Quella Rebola che alla sua prima annualità



sta in effetti andando molto bene sia dal lato vendite – tanto che i 16 produttori stanno lavorando per ampliare la produzione e puntare così alle 100.000 bottiglie – che dal lato di valorizzazione territoriale, aiutando le aziende vitivinicole nell’operazione di **riposizionamento del vino riminese** sul mercato enologico. Del resto il *fil rouge* del progetto era quello di aiutare a cambiare la percezione di tutti i vini della DOC Colli di Rimini da parte dei consumatori.

Parte dunque un nuovo racconto che ha in sé il proposito di sostenere ulteriormente l’eno-logia e il territorio locale, mettendo questa volta al centro il vino rosso.

“La discussione è ancora aperta ma all’orizzonte si profila qualcosa di molto interessante,” ci confida Sandro Santini. “**Stiamo lavorando per arrivare a un vino che sarà un Rosso Rimini dal taglio bordolese**, dunque

di spirito più internazionale, su cui abbiamo un accordo con i produttori già uniti dal progetto Rebola. Siamo però fiduciosi che se ne aggiungeranno altri, visto che sono circa una trentina quelli che fanno vini rossi nella nostra zona.”

In questa traccia rossista è di fondamentale supporto la recente conquista della provincia di Rimini a livello enologico: ovvero il **riconoscimento delle sottozone per il Sangiovese di Romagna** che potrà fregiarsi della nuova zonazione con Coriano, San Clemente e Verucchio, ognuna con le proprie caratteristiche identificative, vera ricchezza dei vini locali. Ma anche il rinnovato disciplinare potrà contribuire, visto che la DOC cambierà proprio il suo nome da “Colli di Rimini” a “Rimini”... più semplice e immediato. Ecco allora la decisione di puntare sul **Rosso Rimini** con il desiderio di costruire un vino



REPUBBLICA  
DI SAN MARINO

ISTITUTI CULTURALI

TEATRO TITANO

TEATRO  
NUOVO  
DOGANA

**emozioni**  
2022 > 2023  
sanmarinoteatro.sm

## Prima parte Ottobre - Dicembre 2022



DOM 23 OTTOBRE 2022 | Teatro Nuovo ore 18.00  
**ORCHESTRA SINFONICA DELLA REP. DI SAN MARINO**  
**OMAGGIO A ENNIO MORRICONE**



DOM 30 OTTOBRE 2022 | Arboreto Ca' Vagnetto ore 15.30  
*Sguardi oltre la scena*  
**SILVIO CASTIGLIONI**  
**ABITARE LA TERRA** Teatro in cammino



MER 9 NOVEMBRE 2022 | Teatro Nuovo ore 21.00  
**SABINA GUZZANTI E GIORGIO TIRABASSI**  
**LE VERDI COLLINE DELL'AFRICA**



MER 16 NOVEMBRE 2022 | Teatro Titano ore 21.00  
**NOVETEATRO**  
**CALÈRE (sentieri)** Transitus animae, Omaggio a Pier Paolo Pasolini



DOM 20 NOVEMBRE 2022 | Pinacoteca San Francesco ore 16.30  
*Sguardi oltre la scena*  
**ROBERTO MERCADINI**  
**L'ARTE DI ESSERE NUOVI** Lezione sulla pittura del Rinascimento



MER 23 NOVEMBRE 2022 | Teatro Titano ore 21.00  
**CONCITA DE GREGORIO E ERICA MOU**  
**UN'ULTIMA COSA** Cinque invettive, sette donne e un funerale



VEN 2 DICEMBRE 2022 Teatro Titano ore 21.00  
**KARMA B**  
**LE DIVE CON QUALCOSA IN PIÙ**



DOM 4 DICEMBRE 2022 | Titancoop di Valdragone ore 16.30  
*Sguardi oltre la scena*  
**VITO**  
**SAVÒUR FA RIMA CON AMÒUR** InVito alla tavola

**SECONDA PARTE, DA GENNAIO:** Laura Marinoni e Elisabetta Pozzi, MARIA STUARDA – David Riondino e Dario Vergassola, I NOSTRI CLASSICI – Alessandro Albertin, PERLASCA – Danilo Nigrelli, Irene Ivaldi, FESTEN – Lino Musella, TAVOLA TAVOLA, CHIODO CHIODO...- Scena Verticale e Istituto Musicale Sammarinese, ASPETTIAMO SENZA PAURA, DOMANI – Ginevra di Marco e Gaia Nanni, DONNE GUERRIERE - MM Contemporary Dance Company, CARMEN/BOLERO – Stivalaccio Teatro, ARLECCHINO MUTO PER SPAVENTO – Filippo Nigro, EVERY BRILLIANT THING - Fattoria Vittadini, EUTROPIA

Biglietti e info: [www.sanmarinoteatro.sm/VIVATICKET](http://www.sanmarinoteatro.sm/VIVATICKET) tel.0549882452|[info@sanmarinoteatro.sm](mailto:info@sanmarinoteatro.sm)



## ENOLOGIA

più internazionale (pur con l'innesto sangiovesiano) che, come nel caso della Rebola, lascerà comunque il giusto spazio alle singole interpretazioni. Del resto il disciplinare afferma che il Rosso Rimini (realizzabile anche nella tipologia riserva) può essere composto da Sangiovese (minimo 30%, massimo 90%); Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Merlot e Syrah (da 0 a 60%) e che possono concorrere alla sua produzione (da soli o congiuntamente) i vitigni Alicante, Montepulciano, Petit Verdot e Rebo (fino a un massimo del 10%).

“Avremo piacevoli sorprese da questo vino,” prosegue Sandro, “perché proprio la presenza del Sangiovese ci consentirà di lavorare

---

I VITICOLTORI RIMINESI  
SFIDANO IL MERCATO  
ENOLOGICO CON UN  
VINO IDENTITARIO CHE  
FACCIA DA SINTESI  
TRA LA TERRA E IL  
MARE E SIA IN GRADO  
DI VALORIZZARE IL  
PIÙ POSSIBILE LE  
CARATTERISTICHE DI  
QUESTE COLLINE.

---

su un **vino identitario** che, pur nel suo stile internazionale, faccia **sintesi tra la terra e il mare e sia in grado di valorizzare il più possibile le caratteristiche di queste colline**, e che possa accompagnarsi con la cucina più tipicamente riminese esaltandosi attraverso i cru e le articolazioni organolettiche legate alle nuove sottozone sangiovesiane.”

Restiamo dunque in trepidante attesa di questo nuovo vino che ragionevolmente potrebbe arrivare sul mercato a inizio 2024 ma che, in virtù della voglia dei viticoltori riminesi di sfidare nuovamente il mercato enologico nazionale con qualcosa che possa aggiornare il racconto di questa terra, potrebbe regalarci qualche anticipazione già nel 2023.





La casa dell'olio **Extravergine** e del **vino** di qualità.  
Confezioni regalo per le tue feste.  
Incontri di degustazione di vini e oli.  
Sconti e promozioni.  
**Evoteca la scelta di gusto!**

**evoteca**<sup>®</sup>  
esperienzedivinoeolio

Rimini | Via Alessandro Serpieri, 18a | T. 0541 451242  
info@evoteca.it | www.evoteca.it



# CIRCUITO DI MISANO

50 ANNI  
DI STORIA  
E PASSIONE  
DEL PROSCENIO  
DEI CAMPIONI  
MOTOGP

DI EMILIO SALVATORI E CRISTINA ZOLI

Hanno superato il fatidico numero di 100.000 gli spettatori che, dal 2 al 4 settembre scorso, si sono affollati sulle tribune del Misano World Circuit “Marco Simoncelli” per partecipare allo straordinario spettacolo del Gran Premio di San Marino e della Riviera di Rimini, **14<sup>a</sup> tappa del campionato mondiale di MotoGP**. Un risultato per niente scontato specie in un momento estremamente delicato come quello che tutto il settore del motociclismo sportivo sta attraversando. Del resto lo spettacolo non è mancato e ha avuto come protagonisti assoluti non solo le moto, che rappresentano nel mondo l’apice dell’ingegno motoristico italiano come i bolidi di Casa Ducati, ma due piloti che, giunti a 34 millesimi di secondo l’uno dall’altro dopo 27 infuocati giri, raccontano con la loro vita sportiva quanto questa terra – conosciuta universalmente come la “Terra dei Motori” – stia dando anche sotto il profilo spor-

—

QUELLA DEL CIRCUITO DI MISANO È UNA STORIA INIZIATA NEGLI ANNI SETTANTA, UN FENOMENO DAL VALORE SPORTIVO, CULTURALE E D’IMPRESA. SE OGGI IL CIRCUITO È TRA GLI IMPIANTI DI RIFERIMENTO NEL MONDO LO SI DEVE AL GRUPPO FINANCO E ANCHE ALLA SINERGIA SVILUPPATA TRA PRIVATO E PUBBLICO.

—

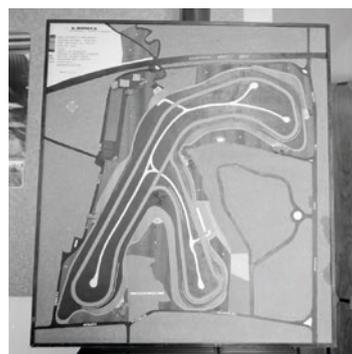
tivo al motociclismo. Se **Enea Bastianini**, infatti, è un riminese DOC, **Francesco “Pecco” Bagnaia** è sì nato a Torino, ma fin da ragazzino si è formato come

uomo e come pilota negli spazi di quel miracolo umano e sportivo che è l’Accademy VR46, nata tra le colline di Tavullia dal genio di Valentino Rossi e *friends*. Ma se il Ranch di Tavullia rappresenta la palestra dove si formano gli atleti della motocicletta, il **Circuito di Misano**, a non più di una manciata di km in linea d’aria, è **il vero prosce-** nio su cui si dipingono le gesta memorabili dei grandi campioni delle due ruote. Un circuito che viene inaugurato nell’agosto del 1972, giusto in tempo per raccogliere con una struttura moderna, funzionale e sicura, l’eredità dei circuiti cittadini di Rimini, Riccione, Milano Marittima e Cesenatico. Dove fino all’anno precedente si erano corse le gare motociclistiche che, se per la Riviera rappresentavano di fatto l’apertura della stagione balneare, per il mondo del motociclismo erano l’opportunità per i piloti di guadagnare lauti ingaggi, mentre le case potevano





## STORIA



preparare al meglio la partecipazione al campionato del mondo ormai alle porte.

Con il tragico incidente di Riccione che si portò via Angelo Bergamonti, il 4 aprile 1971 termina quell'epoca pionieristica passata alla storia come la "Mototemporada romagnola" ma, per tutta una serie di circostanze, già un'altra è alle porte, trovando solo l'anno successivo pienamente funzionale un vero e proprio circuito moderno, catalizzatore dell'amore degli appassionati per le due e quattro ruote. È il Circuito di Misano, o meglio, di Santamonica dal nome della località su cui fu co-

struito, che, nato sulla spinta di un gruppo di imprenditori, dopo qualche anno dall'inizio lavori taglia il traguardo il 6 agosto 1972 quando alla presenza di Enzo Ferrari viene inaugurato.

Se oggi il circuito, che dal 2012 è dedicato a Marco Simoncelli, è tra gli impianti di riferimento nel mondo lo si deve alla lungimiranza del gruppo Financo, che oltre alla proprietà lo guida, ma anche alla sinergia virtuosa che attorno alla struttura si è sviluppata tra privato e pubblico (Regione, Provincia, Comuni, Repubblica di San Marino, enti di promozione turistica), ben conscio dell'effetto che i grandi

eventi hanno su un'economia locale fortemente incentrata nel settore dell'accoglienza. Un **impatto economico sul territorio della provincia di Rimini che uno studio nel 2019 ha quantificato in oltre 162 milioni di euro**, mentre sono state 710.000 le *room nights* concentrate al 90% sulle strutture ricettive riminesi. Risultati che sono frutto di un impegno costante nel tempo sia sotto il profilo progettuale che di investimento, per portare e mantenere la struttura del MWC "Marco Simoncelli" tra le eccellenze mondiali del settore. Cinquant'anni di storia che oggi trovano casa nel volume 50

NELLA PAGINA PRECEDENTE, ENEA BASTIANINI DAVANTI ALLA BRUTA PELA E AI SUOI TIFOSI. IN ALTO, ALCUNI SCATTI STORICI DELL'ARCHIVIO FOTOGRAFICO MINGHINI PROVENIENTI DALLA BIBLIOTECA GAMBALUNGA.

**ZERO**  
MOTORCYCLES®

# NUOVA ZERO DSR/X



CONSULENTI PER LA MOBILITÀ



AUTO



SCOOTER  
MOTO



IBRIDO  
ELETTRICO



ASSISTENZA  
RICAMBI

Via Ausa, 42  
Cerasolo Ausa (RN)  
Tel 0541.759855  
info@square42.eu  
www.square42.eu

by JAPAN CAR



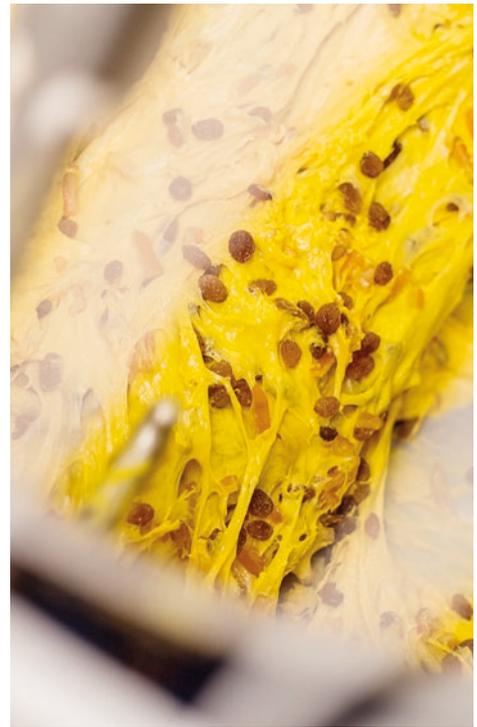
anni di Corse. 1972-2022 edito da Giorgio Nada Editore che attraverso i contributi di Davide Bagnaresi, Marco Masetti, Sergio Remondino e Luigi Rivola, ripercorre la storia sportiva e

imprenditoriale del circuito e “vuole rappresentare,” come ha detto Marco Montemaggi che ne ha curato la realizzazione, “il punto di arrivo di una storia iniziata negli anni Settanta, in

un momento in cui la riviera adriatica viveva un periodo di grande sviluppo. Quella energia, probabilmente, fu alla base dell’idea di costruire il ‘Circuito del mare’, così come all’epoca i giornali chiamavano questo luogo.” “Un’opera preziosa durata 3 anni,” ha commentato Andrea Albani, managing director di MWC, “in cui trova sostanza la ricerca finanziata e condivisa con l’Università di Rimini che ci ha permesso di comprendere il **valore sportivo, culturale e d’impresa** di questo fenomeno unico, che nel tempo è diventato un prezioso patrimonio che, connettendosi al territorio, ogni giorno evolve e cresce.”



IN ALTO, LA COPERTINA DEL LIBRO CHE RACCONTA I CINQUANT'ANNI DI STORIA DEL CIRCUITO DI MISANO, CURATO DA MARCO MONTEMAGGI. A LATO, IL CDA DELLA SANTA MONICA PRESENTA IL VOLUME.



**Posillipo Dolce Officina realizza veri capolavori di artigianato da forno  
che ti regalano un'emozione ad ogni assaggio.**

**Scopri e acquista le nostre prelibatezze sul sito  
[www.posillipodolceofficina.it](http://www.posillipodolceofficina.it)**



**POSILLIPO DOLCE OFFICINA**

**Enoteca**

Viale Ceccarini, 136 Riccione | T. 0541 833439 | [www.posillipodolceofficina.it](http://www.posillipodolceofficina.it)



# Quando vuoi riprendere fiato. Quando vuoi fartelo togliere.

## Nuova Taycan Sport Turismo. Soul, electrified.

La vita è il più eccitante degli sport.  
Affrontala con una compagna che, come te, sa quando accelerare  
e quando invece è il momento di godersi i propri spazi.  
Scopri-la al Centro Porsche Pesaro.

**Centro Porsche Pesaro**  
Augusto Gabellini S.r.l.  
Strada della Romagna 121/1,  
Pesaro (PU)  
Tel. 0721 279326  
[www.pesaro.porsche.it](http://www.pesaro.porsche.it)

Consumo elettrico combinato (varianti modello): 24,2 - 20,2 kWh/100 km. Emissioni CO<sub>2</sub> combinate: 0 g/km



PORSCHE

# RINASCITA CULTURALE

I PROGETTI  
DI SASSU  
E BIZZOCCHI  
PER I MUSEI  
CIVICI E LA  
BIBLIOTECA

DI SABRINA MARIN

FOTO RICCARDO GALLINI

Soffia un vento nuovo sulla cultura a Rimini. Una ventata di aria fresca dovuta anche a due nomine eccellenti: lo storico dell'arte **Giovanni Sassu** (già artefice della riqualificazione del Museo Schifanoia a Ferrara) alla guida dei **Musei Civici della città**, e la dottoressa **Nadia Bizzocchi** alla direzione della **Biblioteca Civica Gambalunga**. Li abbiamo intervistati entrambi per conoscerne visioni e programmi rispetto ad alcuni dei più importanti luoghi della cultura cittadina.

**Dott. Sassu, come si può portare il Museo della Città di Rimini, oggi purtroppo patrimonio silente, ad avere voce nello scenario culturale della città e non solo?**

“Premesso che Civico è proprio l'espressione della comunità e dei comuni, l'unico modo per uscire da questa vetustà è far parlare il museo attraverso le proprie specificità, e la ricchezza del Museo civico di Rimini sta

---

“IL PATRIMONIO DEL MUSEO CIVICO DEVE ESSERE CONOSCIUTO IL PIÙ POSSIBILE, COMINCIANDO DAI CITTADINI RIMINESI,”  
AFFERMA SASSU. “LA PAROLA D'ORDINE È SVECCHIARE, PER FARLO DIVENTARE SEMPRE PIÙ UN MUSEO PER LA CITTÀ.”

---

proprio nel nome stesso: *Museo della Città*. Che non è una tipologia museografica ma è proprio una tipologia di appartenenza. Lo dimostrano le sue collezioni, che sono comunali, statali, diocesane, dell'Ausl e della Fondazione Carim. La grande ricchezza del Museo Civico 'Luigi Tonini' è quella di conservare opere di

tutti, e questo patrimonio deve essere conosciuto il più possibile, cominciando dai cittadini riminesi. Da qui, io e i miei collaboratori – che ringrazio – siamo partiti per farlo diventare sempre più un Museo *per* la Città.”

**In che modo?**

“La parola d'ordine è *svecchiare*, gli allestimenti prima di tutto; svecchiare il modo in cui viene comunicato il museo, conservare e restaurare, quindi creare le occasioni per far tornare d'attualità il parlare del museo.”

**Dott.ssa Bizzocchi, lei oggi dirige la Biblioteca Civica Gambalunga, un pezzo di storia della città, che quest'anno compie 403 anni. Come può la Biblioteca aprirsi sempre di più e dialogare con i cittadini?**

“Nei molti anni trascorsi alla Gambalunga – ci lavoro dal 1988 – ho approfondito l'attività di catalogazione e il lavoro in archivio. Gli archivi sono la mia passione, lavorare a contatto con la materia, con la carta, mi



affascina. Ricordo ancora il mio lavoro pluriennale all'inventario dell'Archivio fotografico Davide Minghini grazie al quale è stato possibile far conoscere al grande pubblico 50 anni di storia riminese attraverso la fotografia. Il valore della catalogazione prima e della conoscenza dopo è proprio questo, la consapevolezza di un patrimonio che una comunità può divulgare per arricchimento e conoscenza. Questa è una biblioteca che ha fin dalle sue origini la vocazione

di apertura alla pubblica fruizione. Il suo fondatore Alessandro Gambalunga, ricco cittadino riminese e appassionato di libri, nel 1619 donò la propria biblioteca alla città, compreso il suo signorile palazzo che ancor oggi ci ospita: con questo gesto creò la prima biblioteca pubblica civica d'Italia permettendo così ai cittadini riminesi di poterne fruire liberamente. Quindi Rimini ha anche questo primato. Una vocazione che continua tuttora grazie al progetto nazionale 'Nati

per leggere' che avvicina i piccoli lettori e li stimola alla lettura. È scientificamente provato che leggere, soprattutto ad alta voce, agevola lo sviluppo neurologico e cognitivo del bambino."

**Bizzocchi e Sassu, si parla sempre più spesso di collaborazioni fra pubblico e privato, ma come può il privato aiutare la vostra pubblica attività?**

"A parte il fatto che noi di mecenatismo siamo nati, perché la Gambalunga è stata creata proprio per volontà di un privato,"

IN ALTO, LO STORICO DELL'ARTE GIOVANNI SASSU ALLA GUIDA DEI MUSEI CIVICI DELLA CITTÀ. NELLA PAGINA SEGUENTE, LA DOTTORSSA NADIA BIZZOCCHI ALLA DIREZIONE DELLA BIBLIOTECA CIVICA GAMBALUNGA.

## NOMINE

---

“IL NOSTRO  
OBIETTIVO,” SPIEGA  
BIZZOCCHI, “È PER  
PRIMA COSA AVERE  
SEMPRE PIÙ CURA  
DELLE COLLEZIONI,  
AUMENTARE E  
SENSIBILIZZARE IL  
BACINO D'UTENZA,  
DIFFONDERE LA  
CONOSCENZA DEL  
TERRITORIO E FAVORIRE  
L'INTEGRAZIONE  
CULTURALE.”

---

afferma Bizzocchi, “oggi i privati potrebbero sostenerci per far fronte a tante necessità: il restauro di opere antiche e rare, la conservazione degli arredi, lo sviluppo di nuovi servizi per le fasce più fragili, la creazione di una nuova biblioteca dei ragazzi. Il canale privilegiato oggi rimane l'Art Bonus nato per facilitare il sostegno culturale pubblico da parte proprio dei privati.”

“Il privato può fare tantissimo,” conferma Sassu, “può stimolare il museo a lavorare meglio, creando un dialogo e una possibilità di finanziamento sotto forma di progetti speciali appositamente costruiti insieme al territorio. Io ne sento molto la mancanza in questa città colta, vitale, che si è dimostrata molto sensibile al

proprio mondo culturale. Sono quindi molto favorevole alle collaborazioni con i privati e anche con l'associazionismo. Ricordiamo che il Museo della Città 'Luigi Tonini' non ha una Associazione dei Musei, che sarebbe invece fondamentale per stimolare e ampliare la conoscenza di tutto quello che ruota intorno ai musei cittadini.”

**Abbiamo parlato di cosa fare oggi, e come agire nel presente. Quali sono invece i progetti futuri che avete in programma?**

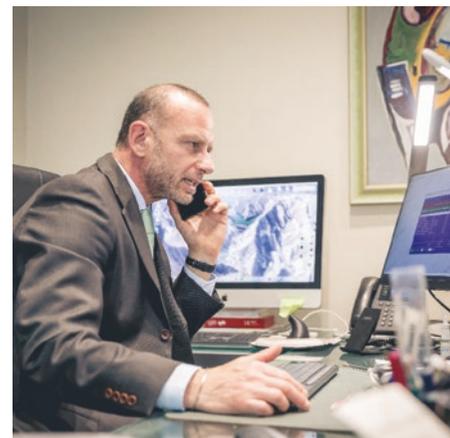
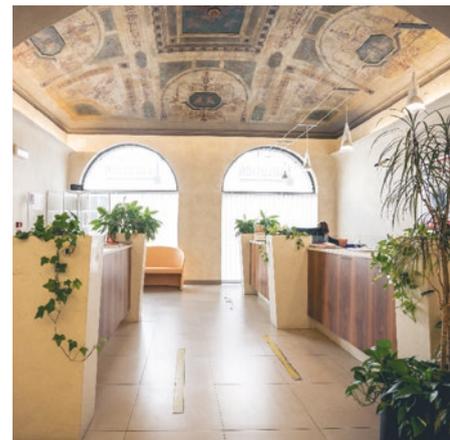
“I nostri obiettivi s'inseriscono in un quadro normativo definito dalle politiche culturali dell'amministrazione, che poi noi decliniamo e adattiamo al mondo bibliotecario,” spiega Bizzocchi. “Come prima cosa avere sempre

più cura delle collezioni, aumentare e sensibilizzare il bacino d'utenza, diffondere la conoscenza del territorio e favorire l'integrazione culturale,” conclude.

“Nel 2023 daremo avvio al progetto che si chiama Valorizzazione del Trecento Riminese,” dichiara Sassu, “che in realtà è un ripensamento collettivo perché costruito da un percorso partecipato fra Comune, Diocesi, Fondazione Carim e altre realtà culturali come ad esempio l'Università. Si tratta di un riallestimento parziale del primo piano del museo, secondo un progetto in parte già ragionato prima che io arrivassi, e che darà inizio all'operazione di rilancio identitario del Museo della Città, anzi Museo per la Città.”



BOLOGNA - FORLÌ - IMOLA - RAVENNA - LUGO - CESENA - RIMINI



**Accomodati,**  
stavamo aspettando te

Solution è una **realtà moderna**, che unisce i servizi e i prodotti di una banca boutique dedicata a Famiglie, Privati e Imprenditori a quelli di una *investment bank* dedicata alla clientela corporate. Solution, pur preservando l'anima italiana e le competenze acquisite dall'attività svolta sul territorio, è fortemente orientata agli scenari internazionali per rispondere con prontezza e professionalità ad un mercato in costante evoluzione.

Solution è una **Banca tradizionale** perché offre alla sua clientela soluzioni di investimento e di gestione del patrimonio per Privati, Famiglie, Imprenditori e Piccole Medie Imprese. E' una **Banca** agile e specializzata, perché offre alle imprese locali e nazionali sia prodotti di credito ordinario, sia sostegno in situazioni complesse e di ristrutturazione attraverso concessione di credito e soluzioni dedicate.

Solution è una **realtà internazionale** detenuta da **SC Lowy**, leader da più di un decennio nel trading di obbligazioni e prestiti grazie ad un team di professionisti che opera in Asia, Europa, Medio Oriente e America.

 **SOLUTION**  
LA BANCA PER TE E IL TUO BUSINESS

[www.solution.bank](http://www.solution.bank)

ADVERTORIAL

# JULIAN FASHION

## IL MULTIBRAND DI ALTA MODA



CON 8 BOUTIQUE E UN E-COMMERCE, JULIAN FASHION È UNA REALTÀ CHE RIUNISCE UNA SELEZIONE DEI PIÙ GRANDI MARCHI DEL LUSSO ITALIANI E INTERNAZIONALI CON PROPOSTE PER DONNA, UOMO E BAMBINO.

Julian Fashion vanta 8 boutique moda di pregio e un e-commerce di portata internazionale, collocandosi **tra i maggiori gruppi di retail multimarca del fashion e del lusso della Penisola italiana**. I punti vendita sono distribuiti in posizioni centrali sul territorio emiliano-romagnolo. Grazie a un team buyer esperto e attento alle tendenze moda nazionali e internazionali, Julian offre nei suoi store un'ampia proposta di brand (ben più di 400) e uno spazio che, grazie alle nuove aperture, raggiungerà presto i

3.000 metri quadri complessivi. Si tratta di un'azienda che pone le sue radici in Romagna, a Ravenna, dove nasce nel 1959, grazie al suo fondatore Giuliano Zabberoni, per tutti Julian. Attualmente **la governance dell'azienda è in mano alla figlia, Sabina Zabberoni**, che viene supportata da una struttura manageriale molto professionale con competenze specifiche e dedicate ad ogni area aziendale. Insieme portano avanti il percorso di ricerca e stile nel segno dell'estetica e del servizio, riunendo una

selezione dei più grandi marchi italiani e internazionali con proposte contemporanee affermate ed emergenti.

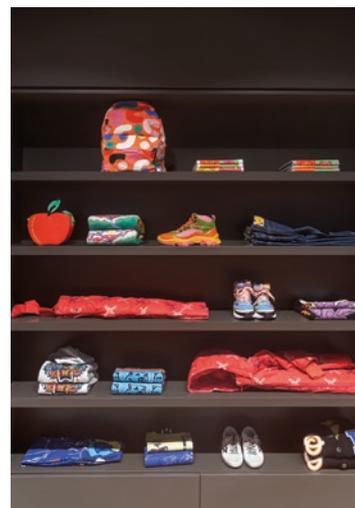
Julian Fashion continua a essere **un'azienda familiare ma con una visione attuale e innovativa, grazie all'apporto di Giulia Tondini, figlia di Sabina**, che ha deciso qualche anno fa di lanciare anche la vendita online attraverso un e-commerce diretto e ben fruibile, **che opera ora su scala globale con notevoli risultati: julianfashion.com**.

Con i 3 negozi a Milano Marittima e uno a Lido degli Estensi, tra il 2019 e il 2022, l'azienda consolida il proprio posizionamento retail su scala regionale, acquisendo due **boutique storiche** situate **nel cuore pulsante della città di Rimini**, andando così ad arricchire la propria proposta *à la page*, per **uomo e donna**, pensata per una clientela cittadina attenta al gusto e al bel vestire.

A conferma della propria *mission* nel mantenere un target trasversale, si colloca una terza apertura riminese con il **negozio JULIAN JZERO, dedicato ai più piccoli**, dai *new born* ai 14 anni.

Il 2022 ha accolto, nella famiglia delle Julian boutique, la nuova sede nella "antica terra della libertà", **San Marino, JULIAN JRSM**. Si tratta di uno spazio accattivante e moderno, occupato in precedenza da un multimarca griffato, posizionato lungo le mura della città, nei pressi della porta che conduce al centro storico, dando vita così al nuovo concept Julian: linee donna e uomo, e accessori, la cui offerta è stata ampliata e arricchita da tante nuove etichette per andare

PER JULIAN LA MODA È SINONIMO DI INCLUSIONE. LA FORZA DELL'AZIENDA È QUELLA DI NON RIVOLGERSI A UN TARGET SPECIFICO, BENSÌ DI SAPER ANTICIPARE LE TENDENZE E INTERPRETARE LE ESIGENZE DI OGNI FASCIA D'ETÀ E DI VITA DELLE PERSONE.



incontro ai gusti dei *locals* e dei turisti a caccia di novità. La forza dell'azienda è quella di non rivolgersi a un target specifico, bensì di saper anticipare le tendenze e interpretare le esigenze di ogni fascia d'età, rispetto anche alle attività di vita svolte dalle persone, perché per il gruppo Julian la moda è sinonimo di inclusione. Un altro dei caratteri unici e distintivi di Julian è quello di in-

vestire nelle persone, offrendo una formazione continua pensata appositamente per la **crescita dei propri dipendenti**. Durante il corso dell'anno lavorativo, lo stretto rapporto con i brand incentiva moltissimi momenti di incontro e training nelle boutique Julian, affinché **il personale sia adeguatamente stimolato e preparato nella conoscenza** dei prodotti e **pronto ad accogliere la clientela con esperienza e**

**cordialità**. L'azienda persegue da sempre una cultura valoriale che pone in evidenza la qualità tramite una continua e attenta ricerca dei brand da rappresentare, identificando metodi innovativi per superare i confini nazionali. Tutto ciò, nel pieno rispetto delle necessità e delle speranze delle culture locali in un'ottica eco-friendly e inclusiva. Benvenuti nell'universo Julian. Molto più di una esperienza di stile.

IN QUESTE PAGINE, ALCUNI INTERNI DEGLI SHOWROOM JULIAN. IN ALTO A SINISTRA, SABINA ZABBERONI.

# JULIAN

RIMINI: Via Gambalunga 28 / 5 / 24 (Donna, Uomo, Kids) | MILANO MARITTIMA: V.le Matteotti 31 / 13 / 25 (Donna, Uomo, Kids)

SAN MARINO: V.le Federico D'Urbino 4 (Uomo e Donna) | LIDO DEGLI ESTENSI: V.le G. Carducci 74 (Uomo e donna)

[www.julian-fashion.com](http://www.julian-fashion.com) | [@julianfashion](https://www.instagram.com/julianfashion) | [@julianfashionboutique](https://www.facebook.com/julianfashionboutique)

# RICERCA UMANISTA

LUIGI  
ALBERTO  
SANCHI  
È DIRETTORE  
DI RICERCA  
DEL CNRS

DI ARIANNA DENICOLÒ

FOTO VINCENT GARREAU



Il cattolichino Luigi Alberto Sanchi dal 2018 è Direttore di Ricerca presso l'Istituto di Storia del Diritto del CNRS - Centre National de la Recherche Scientifique, la più grande e più importante organizzazione di ricerca pubblica in Francia. La laurea in lettere classiche all'Università di Bologna, la cattedra *Agrégation*, i concorsi nel prestigioso istituto di Ricerca, sono tappe salienti di un percorso professionale all'insegna della passione per il greco antico.

“La mia passione per il greco è nata al liceo. Pur avendo scelto lo scientifico, questa lingua mi ha sempre incuriosito; così, all'università, mi sono iscritto a Lettere antiche e ho scoperto il piacere di leggere autori come Platone ed Erodoto in lingua originale. Ho presto capito che disporre della conoscenza di una lingua che non tutti posseggono mi avvantaggiava, ma sapevo che in Italia non sarebbe stato facile ottenere il dottorato, così ho optato per

---

DIRETTORE DI RICERCA  
PRESSO IL CNRS DI  
PARIGI DAL 2018,  
LUIGI SANCHI HA  
ALL'ATTIVO NUMEROSE  
PUBBLICAZIONI.  
LA PIÙ ARDITA È  
FORSE L'ANTOLOGIA  
MONOLINGUE E OPERA  
CORALE *LES LETTRES  
GRECQUES*.

---



un'esperienza internazionale e ho scelto Parigi per via di un corso di lingua francese alla Sorbona.” Ad un periodo come supplente in vari licei parigini, seguono la vittoria del concorso *Agrégation*, una cattedra per ‘professori scelti’ che gode di particolari condizioni lavorative e, nel 2000, quella di un dottorato finanziato dalla Repubblica di San Marino diretto da Luciano Canfora, per il quale già traduceva dei testi in francese. “Erano gli anni delle proteste e io ero molto politicizzato. A quel periodo risale la nascita dell'amicizia con il poeta pesarese Gianni D'Elia, grazie al quale ho capito meglio la poesia e il processo che la crea.”

**Nel 2007 entra ufficialmente al CNRS come ricercatore** con il progetto da lui concepito sullo studio degli **Umanisti francesi**: “Alla fine del Quattrocento l'Umanesimo italiano si è diffuso in tutta Europa, rivoluzionando le università, la letteratura e le scienze! Gli Umanisti rappresen-

tano un periodo di grande entusiasmo per gli antichi e noi gli siamo legati a doppio filo grazie a Dante, Petrarca, Valla o Poliziano.”

**Direttore di Ricerca dal 2018**, Luigi Sanchi ha all'attivo numerose pubblicazioni. La più ardita è forse l'antologia monolingue *Les Lettres grecques*, un'opera corale che lo ha visto coordinare per tre anni settantacinque specialisti: “Un volume di 1.600 pagine sulla letteratura greca che pesa 1,7 kg e costa 65 euro. Ha

tutte le caratteristiche dell'invendibile invece... è stato venduto benissimo! Solo nel primo anno 1.400 copie.” A dimostrazione del fatto che l'interesse verso i classici è ancora molto vivo. Ma cosa significa essere un ‘classico’? “Quando si dice che qualcosa è un classico vuol dire che è ‘uno di prima classe’, che non invecchia e possiede la capacità di stupire e far riflettere anche secoli dopo. Allora è chiaro che è meglio studiare chi fa parte dei migliori.”

---

IN QUESTE PAGINE, LUIGI ALBERTO SANCHI, DIRETTORE DI RICERCA PRESSO L'ISTITUTO DI STORIA DEL DIRITTO DEL CNRS, DI FRONTE ALL'INGRESSO DELLA FACOLTÀ DI GIURISPRUDENZA DI PARIGI.

# CUCINARE CON IL SOLE

I FORNI SOLARI DI MATTEO MUCCIOLI PER RIDURRE I CONSUMI

DI CRISTINA RIGHI

FOTO RICCARDO GALLINI

“Il nostro mondo è complesso, con problemi complessi che devono essere affrontati con tutte le conoscenze e le strategie che abbiamo. I forni solari non sono la soluzione alle emissioni nocive o alla crisi energetica, ma rientrano in una strategia di risparmio più ampia. Un esempio: quando utilizzo un forno solare, non accendo il forno o le piastre a induzione. Risparmio quindi energia. La casa dove abito con la mia famiglia ha un impianto fotovoltaico, quell’energia può essere utilizzata per altro o immessa in rete.”

Ad introdurci l’argomento è **Matteo Muccioli**, ingegnere meccanico riminese, con la passione per il risparmio energetico e la produzione di energia da fonti rinnovabili.

**Come nasce l’interesse per i forni solari?**

“Parallelamente al mio lavoro, ho iniziato a sviluppare dei prototipi di concentratori solari per la produzione di energia su scala

---

“UN FORNO SOLARE PUÒ STERILIZZARE L’ACQUA,” RACCONTA MUCCIOLI, “MA ANCHE CUCINARE PIATTI PIÙ O MENO COMPLESSI. LA COTTURA LENTA POI RENDE I CIBI PIÙ GUSTOSI. SI RISPARMIA ENERGIA E SENZA COMBUSTIONE NON VIENE LIBERATA ANIDRIDE CARBONICA.”

---

domestica. Nel 2015 ho incontrato i forni solari e mi hanno conquistato. Una delle loro meraviglie è che il risultato di un test si mangia! Nel 2019 il prof. Giovanni Di Nicola, docente di Fisica Tecnica del Politecnico

delle Marche, mi ha chiesto di sottoporre due dei miei forni a uno studio, sfociato in alcune tesi di laurea. È iniziata una collaborazione tecnico-scientifica, che sta producendo risultati inimmaginabili per me, e che aprono nuovi scenari applicativi per questa tecnologia così versatile.”

**Cos’è un forno solare e come funziona?**

“Un forno solare è un dispositivo che concentra la luce del sole verso un ricevitore, in questo caso una pentola di colore nero, racchiusa in una capsula di vetro. Ci si può sterilizzare l’acqua – fondamentale in paesi in cui l’acqua potabile è scarsa e l’accesso a fonti combustibili limitato – ma anche cucinare piatti più o meno complessi. La cottura lenta poi rende i cibi più gustosi. Si risparmia energia, senza combustione non viene liberata anidride carbonica e se per costruirlo si usano materiali di recupero l’impatto ambientale si riduce ulteriormente. Esistono molte tipologie





di forni solari e diverse si possono costruire con legno/cartone, fogli riflettenti e nastro adesivo. Per iniziare consiglio i forni a pannelli, necessitano di circa un'ora e mezza di lavoro. Come ricevitore si possono usare un'insalatiera e un coperchio in vetro, dentro cui mettere un tegame nero, chiuso con coperchio di metallo nero. Se non si è avvezzi ai lavori manuali, se ne trovano pronti in commercio.”

**È immaginabile uno sviluppo su larga scala?**

“Non solo è possibile, è auspicabile. La produzione dipende dalla richiesta e perché ci sia questa tecnologia deve essere conosciuta. La principale associazione che raccoglie informazioni su forni e cucine solari a livello mondiale è la Solar Cookers International. Sul suo sito si trovano tre dei miei forni, che mia moglie ha battezzato: MUMA Solar Cooker, Newton Solar Oven e Kimono Solar Cooker. Mentre i miei studi e le cotture sono visibili sui miei canali social e su

Youtube. Da anni tengo corsi di divulgazione e di auto-costruzione, in particolare collaboro con l'Associazione Astronomica del Rubicone, dove è stata creata la sezione Sol AARlab. Inoltre, insieme ad altre persone in Italia, stiamo organizzando dei centri sul territorio per diffondere la cultura della cucina solare, con corsi di auto-costruzione in cui i partecipanti possono portare a casa il proprio forno e utilizzarlo. L'obiettivo è quello di costruire una rete nazionale di questi centri.”

IN ALTO, L'INGEGNERE MECCANICO MATTEO MUCCIOLI MOSTRA UN SUO MODELLO DI FORNO SOLARE.

# ATELIER SU MISURA

CRISTIANA  
GANI  
TRA SARTORIA  
ITALIANA E  
STOFFE  
ETNICHE

DI LUCIA LOMBARDI

FOTO RICCARDO GALLINI

Un fiore di peonia, simbolo di valore e nobiltà d'animo, tatuato sulla caviglia sottile sbuca timido e raffinato dalla gonna che *danza* con tessuto wax che **Cristiana Gani** ha disegnato per sé, portandola come amuleto in giro per il mondo e riscuotendo molto successo ovunque la indossasse. Così, 4 anni fa, capendo che

la sua idea di abbigliamento è in grado di esprimere un linguaggio e un'estetica internazionali, ha cominciato a creare cartamodelli per capi d'abbigliamento con stoffe etniche wax, perché attratta dai colori e dai simboli effigiati.

Cristiana, cultrice dell'arte contemporanea, ha un debole per il

'su misura', per le sarte "da cui mamma Anna portava con sé me e mia sorella per creare e indossare bellezza." Una bellezza senza tempo, frutto di un'accurata manualità. Da questi presupposti prende forma la maison **Anna Sumisura**, il cui logo ispirato ad Alighiero Boetti lo ha realizzato la figlia Maia Biagini, grafica



---

IL BRAND DI  
CRISTIANA GIANI  
FONDE UN'ESTETICA  
EUROPEA D'ANTAN  
CON TESSUTI ETNICI  
DESTAGIONALIZZATI  
CREANDO ABITI SU  
MISURA PER OGNI  
SINGOLA FISICITÀ. "USO  
STOFFE PORTATRICI DI  
MESSAGGI PRECISI E  
ORIGINALI."

---



professionista, quale omaggio a un'artigianalità artistica, creativa, attuale. Come la capacità di questo brand di riuscire a fondere un'estetica europea d'antan con tessuti etnici destagionalizzati. Anna Sumisura è sinonimo di unicità e cura dei dettagli, con riferimenti ai grandi sarti come Dior. "La gonna Maliki, ispirata agli anni Cinquanta, è dotata di sottogonna in tulle. Gli altri capi sono *Chemisier* lunghi, *robe-manteau*, camicie d'ispirazione ottocentesca con piccoli drappi (anche da uomo di taglio classico), copri spalle, colletti, completi, giacche e pantaloni, studiati per essere taglie uniche," precisa la stilista. "Per realizzare le gonne, ad esempio, basta prendere la misura del giro vita per adattarle perfettamente alla singola fisicità. La scelta delle fantasie varia sempre a seconda dei cataloghi del momento."

Cristiana, con la collaborazione di sarte professioniste, crea i modelli, sceglie stoffe, abbinamenti,

studia, viaggia, gira a caccia di wax, e non solo. "Questi tessuti, dalla storia lunga 150 anni, mi hanno affascinato per i significati che portano con sé," spiega con passione. "Risalgono a quando gli olandesi, con l'intento di far concorrenza al batik, hanno realizzato un nuovo tessuto e un mercato alternativo, imbattendosi nei missionari del Ghana e nella tradizione del luogo." Dalla prima volta in cui Cristiana li ha acquistati per beneficenza e da qualche importatore locale, è passata a quelli più pregiati, i wax italiani, 100% cotone.

"Queste stoffe sono portatrici di messaggi precisi e originali, uno dei disegni più antichi mi ha colpito particolarmente: rappresenta una mano, viene donato dalle madri alle figlie e sta a significare l'importanza di rendersi indipendenti economicamente prima di convolare a nozze." Perle di saggezza che la grande mamma Africa ancora tramanda.

Anna Sumisura, noto al pub-

blico internazionale grazie a Instagram ci fa capire quanto l'inventiva sartoriale di Cristiana permetta una grande duttilità nell'adattarsi a fisicità differenti e alle esigenze della donna contemporanea, che desidera una eleganza senza stagione, senza orario, taglie, né compromessi. L'ultima creazione è Radici, "un progetto che amo perché ha fatto incontrare le mie origini romagnole con la mia passione per i tessuti wax. Ci è voluto tanto tempo e coraggio per realizzarlo: si tratta di una gonna Maliki foderata, con impresso un meraviglioso decoro con fiori di cardo, realizzato a mano con l'antica tecnica di stampa a ruggine della stamperia Braghittoni di Cesenatico. In abbinamento, una giacca strizzata in vita, il cui tessuto è quello della 'ligaza', tipico fazzoletto a scacchi bianchi e azzurri utilizzato in passato dai contadini per trasportare il pranzo durante il lavoro nei campi. Ecco, queste sono le mie radici."



**Scopri tutta la famiglia ID.  
nel nostro Showroom**

**Reggini**

# Famiglia ID.

## 100% elettrica



[volkswagen.it](https://www.volkswagen.it)

Le vetture raffigurate sono puramente indicative. ID.3. Consumo di energia elettrica (Wh/km) ciclo WLTP combinato: 154,1-169,8; autonomia ciclo di prova combinato (WLTP): 383 km - 552 km. ID.4. Consumo di energia elettrica (Wh/km) ciclo WLTP combinato: 168 - 186,5; autonomia ciclo di prova combinato (WLTP): 319 km - 517 km; ID.5. Consumo di energia elettrica (Wh/km) ciclo WLTP combinato: 161-194,1 autonomia ciclo di prova combinato (WLTP): 493 km-542 km; i valori indicativi relativi al consumo di energia elettrica sono stati rilevati dal Costruttore in base al metodo di omologazione WLTP (Regolamento UE 2017/1151 e successive modifiche ed integrazioni) e si riferiscono alla vettura nella versione prodotta in origine priva di eventuali equipaggiamenti ed accessori installati successivamente. Eventuali equipaggiamenti ed accessori aggiuntivi possono modificare i predetti valori. Oltre al rendimento del motore, anche lo stile di guida ed altri fattori non tecnici incidono sul consumo di energia elettrica di un veicolo. Per ulteriori informazioni sui predetti valori, vi invitiamo a rivolgervi alle Concessionarie Volkswagen presso le quali è disponibile gratuitamente la guida relativa al risparmio di carburante/energia elettrica e alle emissioni di CO<sub>2</sub>, che riporta i dati inerenti a tutti i nuovi modelli di veicoli.



**San Marino - Strada Rovereta, 52 - Tel. 0549 909164**

**Rimini - Via Macanno, 45 - Tel. 0541 395041**

**[concessionarie-volkswagen.it/reggini](https://concessionarie-volkswagen.it/reggini)**

CREATIVITÀ

# POLTRONA BLOOM

UN DESIGN  
COL CUORE  
GRANDE  
FIRMATO  
DA MONICA  
GASPERINI

DI LUCIA LOMBARDI



Non poteva che chiamarsi **BLOOM**, fiore in inglese, la **nuova poltrona** della creativa architetta **Monica Gasperini**, un oggetto sostenibile che fiorisce e fa fiorire gli ambienti in cui si trova, quale perfetto ponte tra moda e design, che la designer cattolichina ha presentato a Milano durante l'ultima Design Week nella avveniristica sede Unipol, di fianco al Bosco Verticale, evento che simboleggia l'inizio della sua collaborazione con Fondazione IEO - MONZINO.

La poltrona **BLOOM** è **eco-friendly** con una estetica intrigante, metafora del femminile, un esempio tipico della creatività ricercata di Monica Gasperini che sa unire con maestria la passione per le stoffe al design d'interni. Lo dimostra il rivestimento scelto per **BLOOM**, un velluto di colore arancio brillante, mentre per arricchire lo schienale è stata inserita una preziosa lavorazione a fasce arricciate di tessuto morbido e sfrangiato, che vanno

dall'organza, allo chiffon, al tulle per avvolgere la poltrona fino a scendere morbidamente a terra con effetto glamour a strascico. "Linee fluide e accattivanti si uniscono a creare una seduta dalle texture e dai toni tangerine," spiega Gasperini, "resa ancora più eccentrica dalle gambe a contrasto color salvia laccate lucide con piedini in ottone. Realizzazione T&T Italia."

**Una creatività che è anche a servizio del prossimo:** "La vendita della poltrona, insieme a tutti i miei oggetti di design presenti sulla piattaforma internazionale Artemest (l'autorevole network online di aziende che custodiscono l'antica sapienza italiana del fare artigianale, su cui compaiono 230 designer e artigiani, 5.000 prodotti, distribuiti in ben 60 paesi nel mondo, Ndr), sarà **in parte devoluta all'Istituto Europeo di Oncologia per supportare la ricerca,**" racconta. "Inoltre la poltrona era presente al progetto itinerante supportato



## La Pieve Poligrafica e il Packaging



da Gucci, IEO Good Vibes - On the Road, partito a giugno nelle Marche, con il fine di raccogliere Fondi e utilizzarli per regalare visite con i medici IEO - Istituto Europeo Oncologico nel territorio italiano.

A condurre l'architetta alla donazione è stato il pensiero rivolto a **“una bellezza che educa** e fa emergere una serie di elementi che portano a comprendere la sofferenza altrui e a sviluppare empatia e virtù morale,” spiega

entusiasta. “Trovo nella donazione un significato ampio di bellezza e giustizia che unisce etica ed estetica in modo indissolubile. Ringrazio Bernardino Berdini CEO del Centro San Pellegrino di Pesaro, che collabora con un team multidisciplinare di specialisti IEO nella prevenzione e cura dei tumori, per avermi indicato la strada. Spero tanto di poter contribuire e supportare la ricerca dell'Istituto Europeo di Oncologia con i miei progetti.”



“Packaging” tradotto letteralmente dall'inglese significa imballaggio. In realtà, però, il termine inglese copre molti più significati di quello italiano. Il packaging è infatti la scienza, l'arte e la tecnologia di avvolgere e proteggere i prodotti per la distribuzione, lo stoccaggio o la vendita.

Il packaging, oggi, è molto più di un semplice imballaggio che serve a proteggere la merce. È una forma di comunicazione verbale, contiene e avvolge il prodotto. L'involucro, è la prima immagine che vediamo, la prima sensazione che percepiamo. Spesso è proprio il primo impatto a determinare il successo di un prodotto!

Come un packaging efficace va ben oltre la copertura di un prodotto con un involucro, la sua realizzazione è altrettanto importante per garantire la perfetta qualità ottimizzando i tempi e i costi.

Da oggi La Pieve Poligrafica può offrire ai propri clienti un servizio completo nel settore del Packaging cartaceo, realizzando internamente tutto il processo, dalla stampa alla confezione e, se richiesta, anche l'ingegnerizzazione ottimizzata. Questo grazie a figure professionali specifici che e ad una tecnologia dedicata che mirano a garantire risultati ottimali.

il Packaging

DONNE

# ESSERE LAURA CASTELLANI RACCONTA LE STORIE DELLE DONNE IN AGRICOLTURA CONTADINE

DI FLAVIO SEMPRINI

FOTO RICCARDO GALLINI



Laura Castellani è l'autrice del libro *Contadine si Diventa - Donne in Agricoltura* che è uscito proprio quest'anno per VandA edizioni. Si è laureata in Sociologia all'Università di Bologna nel 2014 e subito dopo ha iniziato a fare la contadina. Questo libro nasce anche dalla sua esperienza. "Tutto è partito prima della laurea," racconta Laura. "Il mio compagno Marco ed io vivevamo a Bologna e avevamo affittato un orto dal Comune. Lì abbiamo approcciato il lavoro della terra per la prima volta. Facevamo parte di Campi Aperti, un'associazione di giovani contadini che propugna l'agricoltura biologica e la filiera corta. Proprio tra noi in quel periodo si era soliti dire: 'Piuttosto che vivere da precari meglio coltivare la terra.' Questi sono stati gli inizi."

**Da Bologna sei poi tornata a casa.**

"Mentre stavo scrivendo la tesi, sono venuta via da Bologna per

coltivare un piccolo appezzamento di proprietà di mio nonno a San Clemente. È stato in quel momento che ho aperto l'azienda agricola a mio nome. Il terreno, che non era mai stato coltivato perché mio nonno faceva un altro mestiere, era piccolissimo: solo 3.000 mq coltivabili. Troppo pochi per viverci. Così, ho affittato altri appezzamenti fino ad arrivare a 3 ettari e mezzo. Avevo un'attività molto diversificata: olivi, vigna e orto." **Nel libro ti definisci una neorurale cioè una contadina di prima generazione, senza una famiglia di agricoltori alle spalle.**

"Sono una neorurale ma il libro non parla della mia esperienza, quanto di quella di altre giovani contadine neorurali: donne che si sono dovute 'formare' per fare agricoltura; per imparare una professione difficile nella quale bisogna osservare, sperimentare e capire cosa coltivare. Il libro è un'inchiesta sociologica su di loro."

**Cosa hai trovato di buono e di sbagliato nel mondo dell'agricoltura?**

"Di buono, il recupero della relazione con la terra che la mia generazione ha perso. Vale a dire con i ritmi della natura e la stagionalità dei prodotti. Di negativo, il fatto che l'agricoltura è un mondo 'vecchio' e questo rende difficile la relazione con gli agricoltori anziani legati a un'idea di agricoltura antica. Ci sono pregiudizi nei confronti delle donne: si pensa non siano in grado di gestire in autonomia l'azienda.

Io sono stata capoazienda e questo ha comportato avere rapporti da mantenere, il marketing da curare, i social da attivare... cose che non sono capite dagli anziani. Poi il mancato accesso alla terra: chi inizia da zero prende in affitto terreni semi abbandonati perché non ne trova di migliori. Gli sono preclusi se non ha una grande capacità economica. Fondi economici per giovani non proprietari o non affittuari non esistono."

**Com'è nata la pagina Facebook Essere contadine, storie di giovani donne in agricoltura, anticipatrice del libro?**

"Chiusi l'azienda alla fine del 2017 perché nell'estate di quell'anno ci fu la prima grossa siccità e capii che bisognava fare altri investimenti che non potevo permettermi. La pagina nacque nei primi mesi del 2018 perché in varie assemblee di Genuino Clandestino, una comunità che propugna la sovranità alimentare, avevo incontrato una ragazza che, come me, aveva studiato a Bologna e aveva aperto un'azienda agricola. Da quegli incontri nacque l'idea di scrivere un libro sulle difficoltà che può avere una giovane donna in questo settore."

**Si può dire che Contadine si diventa è un libro di denuncia?**

"È un libro che vuole far uscire le donne agricoltrici dall'invisibilità. Ho voluto dimostrare che sanno essere capoazienda, gestire il lavoro di altri, guidare il trattore... Senza banalizzarne il racconto."



## Piccoli momenti di felicità



A L I S É  
PÂTISSERIE

VIA MARECCHIESE 34, RIMINI



REALIZZIAMO I VOSTRI SONNI  
materassi & cuscini

elite

Via Ausa 99 Cerasolo Ausa Coriano (RN) | T. +39 0541 759557  
info@ilmiocuscinoelite.it | www.ilmiocuscinoelite.it



## QUATTRO ATTIVITÀ LEGATE DALLA STESSA ANIMA

Nell'affascinante borgo di Verucchio convivono quattro realtà legate dalla stessa anima, quella di Mariapia.

**Il TIEE-Cibo e Vino, la Bottega, l'Osteria delle Mura Pesce Vino e Verdura e l'Azienda Agricola Pian di Valle.**

Il **TIEE-Cibo e Vino** è un bistrot romantico informale che sorprende con originali proposte del territorio. Nella storica piazza di Verucchio è il posto ideale per assaporare

piatti stuzzicanti, taglieri di salumi e formaggi locali, crostini accompagnati da cocktail e vini di qualità, come il Veruccese antico vitigno autoctono coltivato in Pian di Valle.

A fianco **la Bottega**, con prodotti del territorio, oggetti di artigianato e specialità alimentari.

Sulle antiche mura del Fossato, **l'Osteria delle Mura Pesce Vino e Verdura** abbrac-

cia i sapori e i profumi del mare Adriatico, l'aria fresca delle colline e i panorami della Valmarecchia. Qui la tradizione fa sempre capolino con le ricette di nonna Ernesta.

La farina per la pasta e il pane, l'olio extravergine di oliva e il vino Veruccese arrivano dall'**Azienda Agricola Biologica Pian di Valle**.



### VERUCCHIO Rimini

– **TIEE** Piazza Malatesta, 14 | 339 4892376 | @tieeciboevino

– **OSTERIA delle MURA** Via Mura del Fossato, 36 | 389 596 4758 | @osteriadellemura\_verucchio

[www.tiee.it](http://www.tiee.it)



# MESSAGGIO UNIVERSALE

AARON  
RASCHI  
CANTAUTORE  
E MUSICISTA  
DELLE  
EMOZIONI

DI MILENA MASSANI

FOTO RICCARDO GALLINI

*Nomen omen* è una nota locuzione latina che esprime il concetto del 'valore augurale del proprio nome' che, se lo si sa cogliere, segna indelebilmente il proprio destino, come quello del giovane cantante, pianista e chitarrista Aaron, il 'messaggero', portatore di un personale messaggio musicale che desidera condividere: "Scrivo per bisogno personale, per trascendere ciò che provo", afferma il ventunenne Aaron Raschi. "Ho composto circa 30 brani, sugli store ne sono presenti 11, altri 8 sono quasi pronti per nuove uscite," svela mentre arpeggia.

"I miei testi sono a libera interpretazione. **Ciò che desidero è instaurare un dialogo, se posso essere d'aiuto anche solo a una persona per me è una vittoria.** Perché, come scrivo in un brano, siamo *anime sole in mezzo alla gente.*"

All'età di 3 anni i genitori gli hanno donato una batteria, per poi passare alla Bontempi, fino a conoscere il musicista jazz Nafta con cui ha studiato e abbracciato il pianoforte, suo strumento d'elezione, "col quale riesco a trascendere più emozioni."

La passione per la musica gli è stata trasferita dalla famiglia:



"Sono cresciuto ascoltando il rock, dai Genesis ai Queen. Attualmente ascolto Ultimo e i Linkin Park, artisti agli antipodi tra loro, ma ci sta! I generi che affronto, mescolandoli tra loro, sono il pop, l'indie e il rap, come nel brano *Lasciami stare.*" Aaron ha iniziato a cantare da solo e ora tramite "l'Academy milanese che frequento mi sento stimolato e consigliato a fare sempre meglio da persone preparate, che lavorano con grandi artisti. Così come fondamentale è il rapporto con il mio produttore

modenese." Quando porta live i suoi brani, Aaron desidera che le persone ascoltino il messaggio perché **"la musica suonata è un linguaggio universale** che può toccare le corde interiori di una persona. Sono legato a brani come *Quando ti sei persa*, *Sigarette spente*, *Chiamami*, *Casa di specchi*. Quest'ultimo brano è interamente mio, è l'unico videoclip che ho girato e cantarlo è stata una vera liberazione, ho buttato fuori cose che mi premevano. Le giovani generazioni hanno molto da dire, basta solo mettersi in ascolto."

ADVERTORIAL

## ESTRO DI ALESSANDRA MUSSONI

30 ANNI DI ELEGANZA SENZA TEMPO



**IL SALONE DA PARRUCCHIERE UNISEX DI ALESSANDRA MUSSONI OFFRE LOOK E STILI TRASVERSALI, CON UNA PARTICOLARE DEDIZIONE AL MONDO DELLE CERIMONIE E DEGLI SPOSI.**

Nella vita ci vuole **Estro**. Lo sa bene **Alessandra Mussoni** che pone la sua creatività a disposizione dei capelli riminesi da 30 anni. Da quando, a soli 21 anni, ha aperto un elegante salone unisex nel centro storico di Rimini, a due passi da piazza Ferrari, creando un'attività a sua immagine e somiglianza. **Professionalità, disponibilità verso la clientela, precisione, breve attesa e affidabilità** sono da sempre il suo biglietto da visita.

Alessandra attinge le novità aggiornandosi tra Milano e Londra, grazie alle iniziative di importanti aziende di settore e ospita direttamente tra le mura di Estro, il suo salone, dei corsi persona-

lizzati *site specific*, permettendo a lei, Giada e Roberta, sua fedele équipe, di proporre **look per differenti fasce d'età e stili**, classico, elegante, di tendenza, con una particolare dedizione al

mondo delle cerimonie e degli sposi.

Un salone trasversale nella sua proposta, perché quando c'è la passione lo si dimostra nel quotidiano.



DALL'EDITORIA AL DIGITALE, IL MIGLIORE PARTNER  
PER I TUOI CONTENUTI.



# INlab

COMUNICAZIONE

DIAMO **FORMA**  
ALLE TUE **IDEE**

**INlab** è un **laboratorio creativo** che mette a disposizione delle tue idee esperti di comunicazione e pianificazione strategica per promuovere efficacemente la tua attività.

Parte di Edizioni IN Magazine, casa editrice che da 20 anni racconta le eccellenze del territorio romagnolo e marchigiano, **INlab** nasce a sostegno delle realtà locali con **strategie di marketing e comunicazione**. Da progetti editoriali complessi a progetti di web marketing, proponiamo servizi agili, personalizzati e modulati sulle tue esigenze.

MARKETING STRATEGICO // COMUNICAZIONE GRAFICA // PROGETTI EDITORIALI

SEDE: VIA L.NAPOLEONE BONAPARTE, 50 | CAP 47122 | FORLÌ  
T. 0543.798463 | [WWW.INLABCOMUNICAZIONE.IT](http://WWW.INLABCOMUNICAZIONE.IT)

Gioielleria Bartorelli  
Pesaro

noce canaletto ossidato  
ottone naturale satinato fine  
pietra crema marfil lavorata e ferro brunito  
rivestimento in onice

**TecnoArredo**  
arredamenti personalizzati

**TECNOARREDO s.n.c. di Pelliccioni Luca e Matteo**

Via Larga 42 \_ 47843 Misano Adriatico (RN)

**T** 0541614049

**M** info@tecnoarredo.info

**W** www.tecnoarredo.info

**f** tecnoarredomisano **ig** tecno.arredo