



*fabricación de Mozzarella e
Importación de productos italianos*

**Alimenta
tu gusto italiano**

www.lacontadina.es

Tlf.: 952 91 05 18 (con buzón de voz las 24h. para pedidos)

Tlf./Fax: 952 70 25 04

email: bruno@lacontadina.es

Avda. de la Vega 14- 16

- 29200 - Antequera - Málaga

diseños www.egipublicidad.es

all' interno

- 4 Intervista a Valentino Rossi
- 7 Non serve più la *tarjeta* di residenza
- 8 Celeste Milani: ecco la Cremonini in Spagna
- 10 Parliamo di design e di *made in Italy*
- 13 La Rubrica Legale
- 14 Un chirurgo che si occupa del nostro colon
- 16 Si avvicina la finale della Coppa America
- 20 La direttrice del G. Leopardi di Valencia
- 22 da ricordare
- 23 Una splendida mostra e un concerto a Roma
- 24 dalle Asturie
- 26 Appuntamento a Siviglia
- 27 Piazza Martini all'Alfonso XIII
- 28 Le collezioni Panini
- 30 i libri
- 31 la mostra

Infoitaliaspagna

Rivista bimestrale gratuita
n. sei anno 2

web: www.infoitaliaspagna.com
e-mail: info@infoitaliaspagna.com
periodelsoleit@telefonica.net

Fax: + 34 -952 96 47 35

mov. + 34 -679 745 963

Pubblicità: + 34 659 89 55 26

Depósito legal MA -564 -2006

Impreso en los talleres
Gráficas del Guadalhorce

Direttore

Patrizia Floder Reitter

Realizzazione grafica

Graziella Tonucci

Foto

Copertina: Venezia (Simple Dalphin)) e la Coppa a Valencia (Carlo Borlenghi© ACM 2007)

pag 4-5-6: Gigi Soldano foto e valentinorossi.org

pag 16-17- 18 : foto di Luna Rossa, Mascalzone Latino, + 39 Challenge, ACM 2006 (foto Carlo Borlenghi e Bruno Cocozza)

Cucina italiana, gioia e dolori

Vi sarete chiesti perché le riviste all'estero abbiano tanta pubblicità di ristoranti. Non è solo una questione commerciale: per quanti argomenti di discussione, incontri culturali, occasioni politiche si possano trovare tra connazionali lontani dall'Italia, prima o poi le conversazioni finiscono sempre ...a tavola.

Non solo perché amiamo gli appuntamenti conviviali e ogni pretesto è buono per celebrare con gli amici il rito di una buona spaghettonata, il piacere di stappare "quel" vino che ci siamo fatti appositamente mandare "dalle nostre parti".

Il fatto è che noi italiani amiamo la nostra cucina, i nostri piatti ben fatti, la materia prima eccellente che è alla base delle preparazioni gastronomiche del Bel Paese, anche di quelle più semplici. Ci deliziamo con schegge di autentico Parmigiano Reggiano invecchiato, siamo felici con pane e Mortadella, sogniamo la Burrata e il Pecorino di Fossa, con melone e fichi freschi sentiamo sempre la mancanza di dolci, sottilissime fette di San Daniele senza nulla togliere alla bontà del *jamón*.

Per carità, detesto i campanilismi e mi piacciono la cucina del territorio, le specialità tipiche di ogni Paese. Disapprovo gli italiani che all'estero chiedono solo spaghetti, pizza o pasta al forno, lamentandosi poi di quello che si ritrovano nel piatto: bisogna assaggiare, gustare, saper apprezzare gastronomie e prodotti diversi, altrimenti è meglio starsene a casa e viaggiare con la mente o guardando la tivù.

Ma quando si vive all'estero la voglia di "mangiare italiano" ti assale inesorabile e non basta avere la dispensa ben fornita di alimenti "doc": ti viene voglia di uscire, di farti fare un buon risotto, due penne saporite e al dente, un fegato alla veneziana...E qui sta il punto dolente: dei tantissimi locali italiani presenti in Spagna, quanti davvero fanno una cucina all'altezza delle aspettative?

Sempre che lo chef e i titolari siano italiani (dietro nomi spesso solo di facile richiamo al tricolore), quanta materia prima autentica si trova? E vogliamo parlare delle preparazioni "italianeggianti" nelle quali si mescolano troppi sapori, troppe influenze, cotture sbagliate, in un miscuglio etnico che nulla ha a che fare con la nostra tradizione gastronomica?

Sull'argomento, ciascuno di noi ha un bagaglio di lamentele. Ma non basta. Bisognerebbe davvero pretendere più rigore all'estero, una ristorazione con tanto di marchio italiano di garanzia. Nell'interesse di noi clienti, degli spagnoli (nel nostro caso) che mai sapranno, altrimenti, cos'è la vera cucina italiana e nell'interesse di quei pochi italiani che la ristorazione la sanno fare per davvero.



Patrizia Floder Reitter direttore

TIPICA CUCINA ITALIANA

Elaborata al momento dal nostro Chef piemontese e da tutto il suo staff
Da noi troverai molte specialità e oltre 100 differenti proposte
Con una grande scelta di vini italiani, francesi e spagnoli
Ti offriamo un ambiente gradevole e accogliente
Con vista mare e con personale professionalmente preparato
Per i nostri clienti sono a disposizione parcheggi
Ti invitiamo a riservare il tuo tavolo, così sarai servito al meglio.
Marco e tutto lo staff Gioconda ti augurano buon appetito

Per qualsiasi informazione: lagiocondamarbella@hotmail.com



Paseo Marítimo
Avda. Duque de Ahumada 16
29600 Marbella (Málaga)
Tel: (+34) 952862514

Intervista esclusiva a Valentino Rossi



NON SI PERDE MAI il gusto di vincere

Dopo il trionfo a Jerez de la Frontera, "the doctor" parla della sua voglia di continuare a correre in moto, proseguendo l'avventura con la Yamaha e il nuovo sponsor Fiat

di Patrizia Floder Reitter



Era tornato a dominare nella seconda prova del mondiale. A digiuno di vittorie da cinque gare, Valentino Rossi aveva conquistato il gradino più alto del podio proprio qui in Spagna, a Jerez de la Frontera, lo scorso 25 marzo.

Una gara perfetta, ben diversa da quella che abbiamo visto in Turchia nel successivo Gp quando, per un evidente sbaglio di pneumatici (punto dolente di questa stagione), Rossi è arrivato solo decimo.

A Shaghai, poi, "the doctor" è tornato secondo sul podio, dopo il duello con la velocissima Ducati di Stoner. E il campionato è ancora lungo. Ma torniamo al giorno della vittoria. "Non vedo l'ora di scendere in pista", aveva dichiarato Valentino alla vigilia del moto Gp di Jerez, in quello che è uno dei suoi circuiti preferiti e dove ha accumulato sei vittorie a partire dal 1996, anno del suo debutto nella classe 125cc.

Nella grandiosa arena motociclistica andalusa, davanti a migliaia di fan arrivati in pellegrinaggio, "Vale" aveva spiazzato gli avversari portando al trionfo la Yamaha M1 e il suo team, di fresco vestito con i colori Fiat dopo l'accordo biennale siglato in marzo con la casa automobilistica torinese.

La vittoria in Spagna ha coinciso con il 46mo successo in moto Gp, il 59mo nella classe regina, l'85mo in carriera del giovane pesarese che da tempo risiede



In queste due pagine, Valentino Rossi a Jerez de la Frontera dove era tornato a vincere il moto Gp

a Londra. "Sembra che sia passato un sacco di tempo dall'ultima volta che ho vinto e sono davvero emozionato", era stato il suo primo commento davanti a microfoni e telecamere.

Valentino, ma è cambiato nel tempo il gusto della vittoria?

"Il gusto di vincere è qualcosa che non cambia mai: si tratta di una sensazione

forte, indescrivibile, che ogni volta, anche con il passare del tempo, è sempre nuova e incredibilmente emozionante".

Ormai la tua moto si riconosce più per il grande nome dell'italianissimo sponsor, la Fiat, che per quello del costruttore. E' il passo decisivo verso un futuro tutto italiano?

"Anche se il marchio occupa uno spazio

importante, la moto non perde la sua riconoscibilità come Yamaha. Non so se si tratti di un passo decisivo verso un futuro italiano, di sicuro un nome tanto significativo per l'Italia mi onora più di uno sponsor di tabacchi o di altri prodotti che non si identificano con il mio modo di essere".

La moto sembra andare benissimo



Valentino bacia il trofeo vinto dopo un diguno di cinque gare. Sotto, uno degli scherzi che organizza con il suo team a fine gara. In alto, una foto non ufficiale del campione pesarese



già da inizio campionato: oltre a Pedrosa, chi consideri avversario più temibile?

“Quest’anno il campionato sarà particolarmente competitivo, perché tra le prestazioni delle moto c’è stato un notevole livellamento e i giovani come Pedrosa e Stoner daranno del filo da torcere a me, Hayden, Edwards e Capirossi”.

Chi è l’ispiratore degli scherzi a fine giro d’onore, dopo ogni vittoria di Moto Gp?

“I festeggiamenti del dopo-gara sono frutto di un gioco di squadra: le idee nascono nel fan club o vengono da me. Insieme poi si studia come realizzare le scenette, senza alcun obiettivo se non quello di divertirsi e far divertire in caso di vittoria”.

“Dottore” lo sei già, in cosa pensi di laurearti nei prossimi 5 anni? O hai in mente un’altra “specializzazione”?

“Attualmente penso solo a correre, a proseguire questa incredibile avventura con Yamaha, con le moto, la mia passione più grande. In futuro si vedrà...”

Vivi a Londra, sei un emigrante privilegiato. Cosa senti di condividere con gli altri italiani che hanno scelto di vivere e lavorare all’estero?

“La mia scelta è stata dettata da motivazioni estremamente diverse da quelle che hanno spinto tanti italiani a trasferirsi all’estero: nel mio caso la voglia di vivere una vita ‘normale’, di poter fare le cose più semplici come passeggiare per strada, andare al cinema o in palestra, cenare fuori con gli amici, mi può essere offerta solamente fuori dall’Italia, dove la notorietà, per quanto gratificante, non mi permette di uscire di casa. Ho scelto Londra perché è una città che amo molto e dove riesco a sentirmi a casa”.



Dopo l'acquisto del 100%
di Rail Gourmet España



Celeste Pietro Milani

Cremonini ad alta velocità

Il direttore generale, Celeste Pietro Milani, spiega la strategia del colosso alimentare italiano che è entrato nel mercato spagnolo gestendo la ristorazione su tutti i treni AVE

di Patrizia Floder Reitter

C'è qualcosa, anzi c'è molto di italiano oggi sui treni ad alta velocità che circolano sul territorio spagnolo. Dopo che Cremonini, colosso alimentare italiano, ha acquisito il 100% di Rail Gourmet España, la società che gestisce i servizi di ristorazione a bordo degli AVE (70 treni, 6 milioni di passeggeri l'anno), l'impronta è chiara, netta. Non perché i prodotti serviti siano modenesi piuttosto che romagnoli (la materia prima è rigorosamente locale, dal *jamón* al *vino tinto*), ma perché la professionalità, l'esperienza *made in Italy* sta producendo i suoi effetti sul personale di bordo. Merito soprattutto di chi ha condotto dall'inizio questa operazione in Spagna: Celeste Pietro Milani, ovvero il direttore generale di Cremonini Rail Iberica

S.A, come ora si chiama la nuova società del gruppo.

Milanese di Gallarate, 57 anni, questo manager che ha spaziato nei settori più diversi, "pedalando" però sempre bene come gli aveva insegnato il padre Natale, magico costruttore di biciclette, lo scorso anno è tornato a Madrid per seguire quello che è stato l'ingresso della Cremonini nel mercato spagnolo della ristorazione. "E' vero-spiega-si tratta di un ritorno perché nel '98 arrivai qui per lanciare Bulgari. Nel giro di poco tempo diventarono ben nove i negozi di proprietà del prestigioso marchio e 70 i distributori, sparsi su tutto il territorio spagnolo".

Abituato alle sfide, esperto in *retail* sui grandi volumi, Milani ha lavorato per imprese diver-

se ed è stato, tra l'altro, pioniere di Nepresso in Italia "era come vendere ghiaccio agli esquimesi. Sferrammo l'attacco introducendo nelle aziende macchine automatiche con caffè in capsula".

Anche nel campo discografico si è cimentato, portando la Virgin music in Italia. "Sono molto eclettico -ammette- tra le mie varie attività ho aperto e gestito i primi ristoranti McDonald's a Roma".

Quando arriva l'offerta di Cremonini di affrontare il mercato spagnolo per portare alla casa madre risultati certi, Celeste Pietro non si tira indietro e salta...sul treno della ristorazione.

"Nella primavera del 2006 mi feci il mio bel periodo di training in Belgio, Francia, Londra

dove Chef Express, marchio della divisione ristorazione Cremonini spa, leader italiano e tra i primi in Europa nei servizi a bordo treno, è presente su Eurostar, TGV francesi e moltissimi altri. Pensi che complessivamente, ogni anno, la Cremonini serve circa 45 milioni di pasti e si occupa dei servizi di carrozza ristorante, self service, minibar, bar, distributori automatici su oltre 631 treni”.

Acquistato il 50% di Rail Gourmet España e vinta la gara di concessione anche in Spagna, la Cremonini pochi mesi fa si è presa l'intero capitale sociale di quell'azienda.

“Nostro obiettivo sarà tornare a riaggiudicarsi la gestione del servizio una volta scaduta la concessione, ovvero nel dicembre 2008. Nel frattempo connoteremo al meglio la ristorazione sui treni dove ogni giorno serviamo 4 mila vassoi -precisa Milani-. Qui l'alta velocità viaggia davvero forte, è un settore in grande espansione che farà sempre più concorrenza alle compagnie aeree”.

Certo, far accettare agli spagnoli che siano gli italiani ad occuparsi della ristorazione sui “loro” treni non è cosa facile, ma il direttore di Cremonini Rail Iberica sottolinea che il gruppo non si muove da “conquistatore” nei mercati esteri in cui è presente. “C'è attenzione e rispetto del personale, qui abbiamo 720 dipendenti, e nello stesso tempo trasferiamo il nostro know how fatto di esperienza, professionalità, cura del dettaglio”.

Grande lavoratore, nel tempo libero Celeste Pietro si dedica alle sue grandi passioni: il sax che sa suonare molto bene, la pittura e, inutile dirlo, la bicicletta sulla quale potete trovarlo la sera nel parco del Buen Retiro. Magari con la figlia Isotta, cinque anni, anche lei sue due ruote. E chissà che a breve non li vedremo su delle Milani doc, secondo i progetti della moglie Paola che vuole ridare vita al glorioso marchio di famiglia.

Dalla carne Montana al marchio Chef Express



Nel gennaio di quest'anno Cremonini S.p.A ha esercitato l'opzione di acquisto del rimanente 50% del capitale sociale di Rail Gourmet España, società con sede a Madrid (con un fatturato annuo stimato di circa 30 milioni di euro) che gestisce i servizi di ristorazione a bordo di tutti i treni spagnoli ad alta velocità (AVE). L'esercizio della call option, definito nell'accordo sottoscritto tra Cremonini S.p.A. e EIS (European Inflight Service) lo scorso 22 maggio 2006 per l'acquisto del 50% di Rail Gourmet España, prevedeva il passaggio delle azioni a Cremonini entro lo scorso gennaio ed il pagamento del prezzo il 3 luglio 2007.

Cremonini ora detiene il 100% della società spagnola ed è titolare del contratto di concessione, con validità fino al 31

dicembre 2008, per la gestione dei servizi di ristorazione a bordo dei 70 treni ad alta velocità (AVE) delle ferrovie spagnole RENFE, che percorrono ogni giorno le tratte Madrid-Cordova-Siviglia, Madrid-Malaga (TALGO 200) e Madrid-Saragozza-Lerida; linea, quest'ultima, che sarà ampliata fino a Barcellona. La nuova ragione sociale è ora Cremonini Rail Iberica S.A. Attraverso la divisione ristorazione, Cremonini è presente attualmente su oltre 700 treni in 8 Paesi europei, sui quali gestisce servizi di ristorazione in carrozze ristorante, self service, minibar, bar e distributori automatici, servendo 45 milioni di clienti nell'ultimo anno e si colloca al secondo posto in Europa nel mercato della ristorazione “on board”.



Il presidente del gruppo, Luigi Cremonini. Sopra e in basso, Chef Express è leader in Italia nella ristorazione sui treni e nelle stazioni

Cremonini, con oltre 7.200 dipendenti, è uno dei più importanti gruppi alimentari in Europa ed opera in tre aree di business: produzione, distribuzione e ristorazione.

Il Gruppo, con ricavi totali per 2.348,8 milioni di euro nel 2006, è leader assoluto in Italia nella produzione di carni bovine e prodotti trasformati a base di carne (Montana); nella commercializzazione e distribuzione al foodservice di prodotti alimentari (Marr). Ha, inoltre, una presenza rilevante nel settore della ristorazione e, in particolare, la leadership in Italia nella ristorazione a bordo treno e nelle stazioni ferroviarie (Chef Express). Il Gruppo, infine, si colloca al 2° posto nel mercato italiano della ristorazione autostradale, sempre sotto il marchio Chef Express: i ricavi totali nel 2006, nel settore ristorazione, si sono attestati oltre 390 milioni di euro (pari ad un

incremento del 30% rispetto al 2005), di cui quasi la metà sono stati realizzati dalle attività a bordo treno.



studiainitalia

cursos y viajes
www.studiainitalia.com



Una nueva fórmula de viaje cultural: sobre 4 ruedas y con un profesor como acompañante, juntamos 8 personas en una aventura compartida. El reto de convivir una experiencia lingüística y cultural única con la que descubrirás Italia y harás nuevos amigos.

Descubre una nueva manera de acercarte a Italia con nuestros cursos: de **lengua y cultura italiana** para adultos, familias y niños; de **arte restauración, artesanía, gastronomía, espectáculos y deportes**, con nuestras **estancias laborales y au pair** y con nuestros **viajes temáticos, culturales y a medida** para individuales y grupos.

Novedad Verano 2007: Italiano sobre ruedas

Studiainitalia presenta su nueva fórmula de viajes culturales: sobre cuatro ruedas y con un profesor de italiano como acompañante, juntamos ocho personas en una aventura compartida. El reto de convivir una experiencia lingüística y cultural única que dará la oportunidad de conocer nuevos amigos y descubrir Italia.

STUDIAINITALIA CURSOS Y VIAJES SL
C/Modesto Lafuente, 47
Madrid
Tel 915336873
www.studiainitalia.com
info@studiainitalia.com

Qualità, innovazione e creatività sono la forza del made in Italy



“NOI, CULTORI DEL SAPER VIVERE BENE”

Alessandro Manetti, direttore dell'Istituto europeo di design di Barcellona, spiega perché la cultura del progetto italiano ottiene tanto successo in Spagna e nel mondo

Alessandro Manetti, sociologo di formazione e direttore dell'Istituto europeo di design di Barcellona, è stato di recente a Málaga per parlare di disegno industriale e delle nuove tendenze del *made in Italy* in Spagna in una conferenza presso la Escuela Politécnica dell'università malagueña, organizzata dal professor Giovanni Caprara. L'abbiamo incontrato per meglio approfondire questi temi di grande interesse e attualità.

Direttore, che cosa è oggi il design?

“È molto difficile darne una definizione universale e il dibattito è ancora aperto; personalmente mi piace molto quanto propone Paola Antonelli del MoMa di New York che si ispira al concetto del *made in Italy*: ‘un buon design corrisponde ad un’attitudine rinascimentista che combina tecnologia, scienza cognitiva, necessità umane e bellezza con l’obiettivo di produrre qualcosa’”.

Una definizione di *made in Italy*?

“È un sottile equilibrio tra qualità, eleganza estetica formale, ricerca funzionale, innovazione tecnologica e creatività; il tutto sotto il segno di una “cultura del progetto” particolarmente

attenta al “saper vivere bene” dando importanza ai minimi dettagli e agli irrinunciabili piccoli piaceri della quotidianità”.

Ad esempio?

“Pensiamo ad un piccolo piacere come quello del caffè, a quanto siamo attenti, esigenti noi italiani quando lo ordiniamo al bar: macchiato, in vetro, in tazza, con polvere di cioccolato, doppio, le scelte sono tantissime ma sempre con gusto. E il piacere che proviamo quando il sapore è quello giusto, la temperatura, la consistenza... Non è un luogo comune”!

È ancora possibile oggi, in tempi di globalizzazione, lo sviluppo del *made in Italy*?

“È possibile ed auspicabile. Ma attraverso altri strumenti e modalità. *Made in Italy* è oggi sempre più *designed in Italy* o *designed by Italy* nel senso che il fenomeno della delocalizzazione dei processi produttivi, in paesi a basso costo della mano d'opera, è oggi ampiamente utilizzato anche dalle imprese italiane come fattore strategico in uno scenario globale sempre più competitivo. In questo contesto, la creatività acquisisce una funzione imprescindibile nello sviluppo di nuovi prodotti e nel



Alessandro Manetti dirige la sede dell'Istituto Europeo di Design di Barcellona dal 2002. Lo IED è presente in Spagna con due sedi: Madrid e Barcellona; recentemente ha vinto il Premio Tiepolo che riconosce la qualità dell'attività imprenditoriale di una realtà italiana sul mercato spagnolo: si può considerare anch'esso a pieno titolo, come realtà formativa applicata al design, le arti visive, la comunicazione e la moda, un esempio di *made in Italy* di successo presente in Spagna.

restyling di linee già esistenti. In Europa sempre di più si realizza il controllo di qualità della produzione, e lo sviluppo del prodotto dall'idea al prototipo. In tal senso, il design come processo creativo può anche essere considerato come l'espressione delle radici comuni artistico-creative che uniscono due paesi, culturalmente vicini come Spagna e Italia, in un' unica cornice europeo mediterranea.

Esiste poi il fenomeno della esportazione dei nostri talenti ovvero il *designed by Italy* che si traduce nella acquisizione da parte di importanti imprese straniere di grandi designers di firma italiana, come è il caso del gruppo Audi- Volkswagen con il designer Walter de Silva. La migrazione delle conoscenze e delle competenze rappresenta un sottoprodotto della globalizzazione".

Quali sono i prodotti presenti nel mercato spagnolo che meglio rappresentano oggi il concetto del design made in Italy?

"Per fortuna sono ancora moltissimi. Potremmo suddividere i prodotti più rappresentativi in macro aree all'interno delle quali sia il design come valore aggiunto che il *made in Italy* come concetto sono fortemente presenti: nell'area per esempio del design industriale e dell'arredamento d'interni occupano una posizione di prestigio nel mercato spagnolo marchi come Flos, che recentemente ha organizzato un evento di presentazione del suo catalogo prodotti nel Macba di Barcellona, Artemide, Fratelli Guzzini, Smeg, Saeco che produce le macchine del caffè per Nespresso ma ne esistono molti altri...".

Design italiano che si possa veder circolare sulle strade spagnole?

"Tutto il settore quattro e due ruote: dai prodotti stella che rappresentano la coniugazione di lusso, qualità e



bellezza come Ferrari, Maserati e sempre di più Alfa Romeo e Lancia, ma anche in un segmento più basso Fiat che sta per lanciare finalmente sul mercato la nuova 500, con un design retro che recupera le sue radici e gli stilemi di un modello che ha fatto la storia dell'automobile. C'è poi tutto il fenomeno motociclistico molto forte in Spagna che sfrutta la popolarità dei grandi piloti italiani del MotoGp: Ducati, Gilera, Aprilia, Piaggio, Vespa, etc. passando attraverso gli accessori Dainese, Momo Design per i caschi che hanno letteralmente invaso le strade di Madrid e Barcellona. Infine un grande evento mediatico di sapore italiano: la coppa America a Valencia con ben tre imbarcazioni che rappresentano perfettamente il design made in Italy: Luna Rossa, Mascalzone Latino e +39 e molto talento italiano presente anche nelle altre squadre: una buona immagine per il nostro paese".

E la moda italiana in Spagna?

"Ci sono almeno due settori fortemente visibili che rappresentano la moda *made in Italy* in Spagna: il primo è sicuramente quello dell'alta moda e del *prêt-à-porter* con le realtà oramai da tempo sui principali mercati internazionali: Giorgio Armani, Valentino, D&G, Versace, Ferrè, AF, Cavalli, tanto per citare alcuni dei grandi nomi; l'altro è il nuovo concetto di moda che si sta sviluppando rapidamente grazie anche a macro-eventi come il Bread & Butter di Barcellona e Berlino che si potrebbe definire come *urban fashion o moda metropolitana*; anche in questo nuovo segmento siamo molto presenti con marchi quali Diesel, Replay, Guru, Fornarina, A-Style, e molti altri ancora".

Un futuro positivo dunque per il made in Italy?

"Sicuramente difficile in quanto sempre più competitivo e legato ad uno scena-

rio mutevole, dove esistono sempre meno certezze per quanto riguarda tendenze a medio e lungo periodo e nel quale il consumatore finale si rivela sempre più individualista e infedele, ma anche attento alla qualità, sempre più sensibile al rispetto ecologico ed etico del prodotto. Un futuro nel quale il *brand*, la marca, giocherà, che piaccia o meno, un ruolo molto importante nella garanzia del rispetto di determinati elementi di qualità del prodotto; in tal senso sono convinto che il design made in Italy può ancora per molti anni rappresentare un fattore di forte successo e qualità poiché non rappresenta un fenomeno di breve durata ma il risultato di una esperienza imprenditoriale solida e di un *humus* culturale molto difficile da riprodurre nella sua globalità e complessità".



L'abito creato da una studentessa dell'led di Barcellona. Accanto, Guzzini, uno dei grandi nomi del design italiano. In alto, a sinistra, la nuova Fiat 500 che sarà presentata a luglio sta creando grandi aspettative anche nel mercato spagnolo. A destra, gli accessori Momo che hanno invaso le strade di Madrid e Barcellona e la macchina per caffè Saeco

SAUGELLA

Rottapharm e lo Studio Epheso in Spagna

Rottapharm, la multinazionale farmaceutica con capitale italiano diffusa in più di 60 Paesi, sta presentando nelle principali città spagnole i risultati dello Studio Epheso, ovvero la ricerca epidemiologica più complessa effettuata fino ad oggi in Spagna in tema di pH vaginale.

L'indagine, avallata dalla SEGO (Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia) e dalla AEMM (Asociación Española para el Estudio de la Menopausia), ha riguardato più di 2.100 donne di età e provenienza sociale differenti, raccogliendo informazioni relative al peso, l'attività fisica, la condizione lavorativa e la sfera sessuale per valutarne le distinte variabili connesse al pH dell'ecosistema vaginale.

Le conclusioni della ricerca, cui hanno partecipato illustri ginecologi, evidenziano che il mantenimento di un pH vaginale ottimo nelle varie fasi della vita di una donna si associa a un benessere generale e all'assenza di patologie. Non solo, l'indagine ha rivelato che le donne spagnole che dimostrano di vivere al meglio la propria sessualità sono quelle che hanno valori di pH più bassi ed equilibrati.

A conferma della validità dello Studio Epheso, al Congresso della SEGO sono stati accettati e saranno pubblicati 4 poster che riassumono le principali conclusioni dello studio.

I ricercatori che hanno partecipato ai convegni già organizzati a Madrid, Valencia, Oviedo e in programma in molte altre città (il prossimo sarà a Saragozza il 24 maggio), sono rimasti colpiti dalla quantità di dati e informazioni emersi dalla ricerca Epheso.

Sicuramente per la prima volta in Spagna si sta evidenziando l'importanza di una corretta igiene intima femminile, adattata alle diverse esigenze fisiche e fisiologiche che le donne mostrano nel corso della loro esistenza.

Rottapharm, che con Saugella offre una gamma di prodotti per l'igiene intima davvero articolata, da tempo dimostra di essere attenta a queste problematiche femminili e di avere trovato le risposte più indicate per preservarne l'equilibrio dell'ecosistema vaginale.



La presentazione dello Studio Epheso a Valencia

SAUGELLA

*Toda la verdad
sobre el cuidado íntimo femenino*



SAUGELLA Attiva

En situaciones especiales en edad fértil

SAUGELLA Dermolíquido

En la higiene diaria en edad fértil

SAUGELLA Poligyn

En la higiene diaria en edad no fértil



Conoce el secreto...

Tu pH vaginal cambia a lo largo de la vida y, por eso, las necesidades de cuidado íntimo son distintas en cada etapa.

El pH vaginal es distinto al pH corporal y supone una protección natural frente a infecciones. Si utilizas para tu higiene íntima los mismos productos que para el resto de tu cuerpo, el equilibrio de tu ecosistema vaginal puede alterarse y favorecer la aparición de infecciones.

Saugella ha desarrollado una gama completa de productos para la higiene íntima - en forma de jabones, toallitas y lubricantes- a base de extractos naturales, que respeta tu ecosistema vaginal en cada etapa de tu vida.



Edad fértil
pH vaginal ácido

Edad no fértil
pH vaginal neutro



El CuiDaDo íntiMo
que se adapta a cada mujer

Cenni pratici sul lavoro autonomo in Spagna

In questa rivista e sulla pagina web, potete trovare risposte ai quesiti legali che più vi stanno a cuore. La rubrica è a cura di avvocati italiani che vivono e lavorano in Spagna. Ecco come contattarli:

Avv. Paolo Ercolani
Calle Cervantes, 11 -7C
33004 Oviedo (Principato di Asturia)
Tel. 985965974
Fax 985238845
e-mail: paolo.ercolani@yahoo.es

Avv. Mario Monaco
Calle Ximénex de Enciso, 10
41004 Siviglia (Andalusia)
Tel. 954219593
Fax 954210010
e-mail: mario@studiolegalemonaco.com

Avv. José Carlos Ruiz-Berdejo y Sigurtá
Rbs Abogados
Calle Fabiola, 10
41004 Siviglia (Andalusia)
Tel. 954 22 6964 /954 22 54 61
Fax 954 2236 53
e-mail: secretaria@rbsabogados.com

Estudio Legal Martínez-Massari y asoc.
Rambla de Catalunya 62, 6° 2ª
08007 Barcelona
Tel. 934877090-934877110
Fax 934873439
contatto: avv. Maria Grazia Massari
e-mail: mgmassari@icab.es

Avv. Enrico Brusaterra
Studio Legale Internazionale
C. Amar y Borbón, 5 P
5001 Saragozza(Aragona)
C.Bruc, 148 – 2ª
08037 Barcellona
tel. 976 217 342 – 93 2072 568
fax 976 223 188 – 93 4582 971
web: www.brusaterra.com
e-mail: brusaterra@reicaz.com

Le direttive ed i regolamenti emanati dall'Unione Europea in materia giuslavoristica, fondate sul principio dell'uguaglianza e della libertà di circolazione del lavoratore all'interno del territorio comunitario, garantiscono al cittadino U.E. la possibilità di stabilirsi negli altri stati membri e di esercitare un'attività lavorativa di tipo autonomo o subordinato nel settore pubblico o privato.

In Spagna il lavoratore comunitario U.E. ha la possibilità di esercitare un'attività produttiva di beni o servizi in piena autonomia, assumendone il rischio professionale, ma con il vantaggio di non dover essere vincolato ad un contratto di lavoro subordinato.

Le statistiche indicano che un numero rilevante di concittadini italiani adottano questa scelta lavorativa in Spagna e nel resto d'Europa.

Per poter realizzare questo tipo di professione indipendente, il lavoratore autonomo dovrà previamente compiere una serie di adempimenti burocratici previsti dalla legislazione spagnola, denominati 'd'inizio attività'.

In via preliminare, per le persone fisiche comunitarie U.E., è necessario ottenere un N.I.F. (Numero di Identificazione Fiscale) - che, peraltro, è contenuto nel N.I.E. (numero di identificazione dello straniero) - presso l'ufficio di *Extranjería 'Comunitarios'* della *Policia Nacional* competente territorialmente nel luogo del domicilio. È inoltre opportuno rivolgersi, sin dall'inizio, ad un istituto bancario per negoziare l'apertura di un conto corrente d'appoggio che faciliterà, a livello operativo, i rapporti economici con le differenti entità pubbliche e private.

Successivamente, il lavoratore autonomo dovrà iscriversi alla *Seguridad Social* (sistema di previdenza sociale), nel *Règimen Especial de Autónomos*, compilando e presentando l'apposita modulistica ufficiale presso l'amministrazione della *Tesorería General (T.G.S.S.)* competente territorialmente nel luogo del domicilio. Di conseguenza, l'*autónomo* avrà l'onere del versamento dei relativi contributi periodici (consigliabile mediante la domiciliazione bancaria della ricevuta mensile). Eventuali variazioni o cessioni d'attività andranno comunicate presso i suindicati uffici della T.G.S.S. entro il termine di sei giorni. Determinate categorie di *autónomos* possono optare *ex lege* per l'affilia-



Il lavoratore autonomo deve compiere una serie di adempimenti burocratici denominati "d'inizio attività"

zione ad una mutua professionale e la sottoscrizione di una polizza di assicurazione medica privata.

Inoltre, il lavoratore autonomo dovrà provvedere agli adempimenti fiscali, formalizzando l'iscrizione (modulo 036) presso l'agenzia tributaria *Censo* del Ministero di *Hacienda* competente territorialmente nel luogo del domicilio e versare (modulo 840), salvo esenzioni nei casi previsti dalla Legge n. 39 del 28 dicembre 1988 e ss. modifiche, l'*I.A.E.* (Imposta sulle Attività Economiche). Di conseguenza, l'*autónomo* avrà l'onere della presentazione delle dichiarazioni trimestrali I.V.A. e, naturalmente, della denuncia annuale dei redditi.

Il lavoratore indipendente potrà inoltre avvalersi delle prestazioni di lavoratori subordinati, previa stipulazione dei relativi contratti di lavoro. In tal caso dovrà presentarne copia presso gli uffici del *Servicio Publico de Empleo* e provvedere agli adempimenti necessari presso gli uffici della *Tesorería General de la Seguridad Social*, a cui avrà l'onere di versare i contributi periodici.

Va infine rilevato che lo Stato, le regioni ed altre istituzioni pubbliche prevedono interessanti sovvenzioni e finanziamenti con la finalità di promuovere il lavoro autonomo in Spagna.

Avv. Enrico Brusaterra

Napoletana e chirurgo Doc

Specializzata in interventi all'addome, ha organizzato una settimana di prevenzione del cancro al colon del retto effettuando visite e accertamenti gratuiti per gli italiani che risiedono a Madrid

Lo scorso marzo si è svolta in Italia la "Settimana nazionale di prevenzione del cancro del colon al retto" e anche in Spagna i nostri connazionali hanno potuto usufruire di visite gratuite grazie alla disponibilità di Stefania Parlato, medico chirurgo a Madrid. "Quando i colleghi italiani mi informarono dell'iniziativa, parlai con Roma e chiesi al responsabile del progetto, Massimo Mangardini, se potevo organizzare una settimana analoga anche presso l'ospedale "La Zarzuela" dove lavoro.

Ottenuto il permesso, mi sono data da fare per pubblicizzare la manifestazione sebbene i tempi fossero molto ridotti", racconta Stefania che si divide tra le sale operatorie della struttura madrileña e quelle del "XII de Octubre".

Napoletana verace ("qui il pomodoro è troppo dolce e non mi riesce di fare il nostro splendido ragù"), 42 anni, una specializzazione in chirurgia generale e molta esperienza negli interventi sull'addome, Stefania è a Madrid dall'ottobre del 2005. "Nei piccoli ospedali del sud Italia lavori tanto al

pronto soccorso e pochissimo in sala operatoria, mentre io volevo fare il chirurgo -spiega-. In Spagna ero già venuta altre volte dai tempi dell'università, di Erasmus, e quando mi hanno offerto di lavorare a Madrid mi sono messa subito in aspettativa senza stipendio. Ho preso l'occasione al volo". Per la verità, prima di decidere Stefania ha sentito il parere del figlio Elio, 17 anni: "E' stato contento di seguirmi, l'ho iscritto al liceo scientifico italiano e sono felice di vederlo molto ben ambientato".

Come è andata la campagna di prevenzione a Madrid?

"Si sono presentati una settantina di italiani, che erano stati informati dell'iniziativa attraverso il Comites, il Consolato generale e la scuola di mio figlio. Li ho visitati in ospedale, fuori dai miei orari di lavoro e con la grande collaborazione della segreteria della Consulta di chirurgia della Zarzuela; anche il mio compagno José si è dato da fare per risolvere problemi organizzativi, considerato che per la gratuità dell'evento non potevo appoggiarmi all'ospedale".



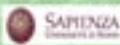
La dottoressa Stefania Parlato, medico chirurgo, da due anni a Madrid

Può anticipare i risultati dei controlli effettuati, nel pieno rispetto della privacy dei pazienti?

"Su 70, 37 erano donne e 33 uomini; l'età media era di 44 anni. Per 25 di loro, ovvero il 35,71% degli esaminati, ho consigliato accertamenti più approfonditi".

In Italia il Ccr, carcinoma del colon-retto, è la seconda causa di morte per tumore. Come prevenirlo?

"La cura di questa neoplasia è strettamente legata al grado di avanzamento del tumore: una diagnosi precoce permette una riduzione della mortalità nel 75 per cento dei casi. Il Ccr è raro sotto i 40 anni, diventa più frequente con l'avanzare dell'età ed il massimo dell'incidenza si raggiunge a 70 anni. Per questo dopo i 50 anni si consigliano esami specifici







**Settimana Nazionale di Prevenzione
del Cancro del Colon e del Retto**
 5-11 marzo 2007
 visite gratuite



**"Con una visita
puoi salvarti la vita..."**

Presidente della manifestazione: **Filippo Costareci**
 Direttore della manifestazione: **Masino Mongardini**

www.colonretto.org
 Infoline: 0690183648

 Segretariato Sociale  Gruppo Posteitaliane

In Italia è la seconda causa di morte per tumore

Il carcinoma del colon-retto (Ccr) è un tumore molto frequente nei Paesi ad elevato sviluppo economico. In Italia è la seconda causa di morte per tumore: ogni anno 35.000 persone si ammalano di tumore al colon (e per poco meno del 50% costituisce causa di morte). Sebbene nella maggioranza dei casi (80% circa) questo tumore sia sporadico, il 20% circa dei pazienti ha una predisposizione genetica.

Attualmente sono note diverse forme di Ccr ereditario; tra queste, due sono più frequenti: la poliposi adenomatosa familiare (Familial Adenomatous Polyposis – FAP) ed il carcinoma coloretale ereditario, non associato a poliposi (Hereditary Nonpolyposis Colorectal Cancer – HNPCC).

In entrambe queste forme familiari il rischio di ammalarsi di carcinoma intestinale è fra l'80 ed il 100%.

La sua identificazione precoce permette di effettuare interventi chirurgici poco demolitivi, ottenendo la completa guarigione in una buona percentuale dei casi.

Tra i fattori ambientali che influiscono sul cambiamento dell'epidemiologia dei tumori colo-rettali, la dieta occupa un posto importante. Un elevato consumo di grassi animali, uno scarso apporto dietetico di fibre, di vitamine antiossidanti (A, C, E), di calcio e di microelementi come il selenio è associato a un maggiore rischio di tumore colo-rettale.

I sintomi (più frequenti e spesso trascurati) che dovrebbero guidare ad una diagnosi precoce sono diversi. Un sintomo comune e privo di specificità è il dolore addominale, spesso attribuito ad una cattiva digestione. Un altro segnale è la proctorragia, ossia la presenza di sangue nelle feci, che molto spesso viene erroneamente attribuita alle emorroidi. E' bene fare attenzione anche ai cambiamenti delle abitudini intestinali, in particolare alla stitichezza e alla diarrea prolungata. Infine si possono verificare anemia e stanchezza: spesso sono correlate con la perdita continua di sangue dalla neoplasia.

come il test per la ricerca di sangue occulto nelle feci (*Hemoccult*) e un esame endoscopico ogni dieci anni". **Quali sono i principali fattori di rischio oggi individuati?**

"Antecedenti familiari di carcinoma o di polipi del colon-retto; una storia personale di polipi multipli del colon come gli adenomi, che sebbene siano tumori benigni possono evolvere verso la malignità; malattie infiammatorie croniche dell'intestino, principalmente la rettocolite ulcerosa ed il morbo di *Crohn* possono rappresentare fattori di rischio. Non sono invece ritenuti fattori di rischio emorroidi e diverticoli".

Quanto incide una dieta ricca di grassi e proteine in questo tipo di tumore?

"Le relazioni tra certi alimenti e il Ccr sono ancora in fase di studio; sicuramente un'eccessiva assunzione di carne e uno scarso apporto in fibre vegetali, il fumo, il consumo smodato di bevande alcoliche e

una scarsa attività fisica influiscono negativamente".

La colonscopia è un esame considerato molto fastidioso e che spaventa non poco.

"Con le moderne apparecchiature e grazie a una sedazione farmacologica si può esplorare l'ultimo tratto del colon o il colon intero in assoluta tranquillità per il paziente. Eventuali lesioni riscontrate nel corso dell'esame possono essere biopsiate".

Continuerà a seguire le persone che si sono presentate in occasione della Settimana della prevenzione?

"Già lo sto facendo e mi fa molto piacere vedere che i pazienti esaminati torna-

no da me per eseguire gli accertamenti consigliati, là dove è risultato necessario. Faccio questo lavoro con entusiasmo, dedicando sempre molte ore a chi ha bisogno di cure e assistenza. Anzi, vorrei proprio invitare gli italiani che hanno dei problemi o che vogliono sottoporsi ad esami preventivi a contattarmi direttamente. Possono chiedere di me alla Consulta di Chirurgia dell'Ospedale (tel. 915 85 86 52, la segretaria è Mariana Fernandes) o inviarmi una e-mail all'indirizzo di posta elettronica: s.parlato@ya.com

Allora intende rimanere a Madrid?

"Lo spero tanto. Gli inizi,

come sempre, non sono stati facili e i colleghi spagnoli mi guardavano come se fossi una matta: vivevo dei miei risparmi e accettavo di fare anche 48 ore di seguito di guardia medica. Con sospetto, poi, gli infermieri eseguivano le mie direttive in sala operatoria; imperterrita, con pazienza, spiegavo ogni cosa e ora sono circondata da collaboratori molto fedeli e affezionati, che apprezzano il mio lavoro.

La cosa bella è che in Spagna le donne chirurgo sono tante, come pure grande è la presenza femminile nella sanità e non solo. Per me è importante operare e qui me lo lasciano fare". (pfr)



Più verdura e frutta, meno grassi: le abitudini alimentari hanno il loro peso nell'insorgenza di tumori. In alto, la locandina che annunciava in tutta Italia la settimana di prevenzione del cancro del colon al retto



32ma Coppa America a Valencia

La finale si avvicina

Se la brezza valenciana non provocherà altri ritardi, ancora pochi giorni e conosceremo le quattro semifinaliste della Louis Vuitton cup. Tra polemiche per la scelta delle date delle regate, annullamenti dovuti al vento troppo debole che ha provocato tanti problemi agli undici sfidanti, chiusi il primo e secondo tormentato round robin, mentre andiamo in stampa sapremo quali imbarcazioni arriveranno alle semifinali, in programma dal 14 al 25 maggio .

Poi il calendario prevede la finale Vuitton Cup dal 1° al 12 giugno e finalmente la Coppa America, dal 23 giugno al 7 luglio.

Come si sono comportate le nostre tre imbarcazioni? Luna Rossa non sappiamo quale posizione ha conservato tra le quattro semifinaliste perché l'abbiamo lasciata battuta dal Team New Zealand negli ultimi round robin 2. Mascalzone Latino, già sconfitto nel derby italiano con Luna Rossa, ha perso contro gli spagnoli di Desafío e i sudafricani di Shosholozha dando così l'addio all'ultima opportunità per arrivare in semifinale. Dopo l'amarezza e le proteste dei giorni precedenti, il padron Vincenzo Onorato aveva





La partenza delle regate di flotta, lo scorso 3 aprile. Nelle acque di Valencia, gli undici sfidanti e il defender Alinghi hanno partecipato al Louis Vuitton Act 13, vinto dagli svizzeri detentori del titolo

Luna Rossa vince il derby di andata con Mascalzone Latino. Nella pagina accanto, anche +39 Challenge ha dovuto dire addio alla Coppa America



così commentato: "Accettiamo il verdetto del mare. Siamo fuori dalle semifinali con grande dolore, ma continueremo a regatare per l'orgoglio della città di Napoli che rappresentiamo in questa sfida, per i nostri tifosi, e sono tanti, sparsi un po' in tutta l'Italia e per la riconoscenza che dobbiamo ai nostri sponsor, Capitalia in testa, che hanno creduto in noi".

Fuori dal vento di polemiche che

ha soffiato sui vari team anche il commento finale di +39 Challenge, costretta dalle ultime posizioni in classifica ad abbandonare il sogno della Coppa America. "Il dna del nostro gruppo vede come obiettivo primario la partecipazione e la presenza per maturare esperienza utile a questa ed una possibile futura sfida - si legge nel comunicato ufficiale-. Insieme ai nostri sponsor, che non finiremo mai di ringraziare

per la fiducia e l'entusiasmo che ci hanno trasmesso, abbiamo inseguito questo traguardo. Abbiamo voluto dimostrare che senza grandi patron è possibile vivere la più appassionante sfida sportiva del mondo velico".

Nell'attesa di dati definitivi, ecco alcune delle più belle immagini realizzate nel mese di aprile.

Alinghi, vincitore della Coppa America nel 2003, dopo essersi aggiudicato il Louis Vuitton Act 13 ora si sta allenando da solo, in attesa di difendere la Coppa contro il team che supererà la finale della Louis Vuitton Cup



TODOS LOS CAMINOS LLEVAN A



PERO EMBARCANDO BARCELONA ROMA DESDE SOLO

29€*

SOLO CON GRIMALDI Ferries Prestige las autopistas del mediterraneo



* TASAS NO INCLUIDAS (5€). CONSUMIONES NO INCLUIDAS

902 531 333 www.grimaldi-ferries.com

BARCELONA 93 5088 850 - MADRID 91 2044 220 - VALENCIA 96 3061 322 - TRASMEDITERRANEA 902 45 46 45

Amarcord e Alter Ego, due indirizzi giusti a Valencia

LA CUCINA creativa di Massimo

A Valencia è arrivato dopo aver girato tutta Europa. Massimo Sbrozzi, 36 anni, pesarese, un bagaglio di esperienze accumulate al fianco di chef del Grand Hotel di Rimini piuttosto che del Palace di Parigi, tanto per citare alcune delle "palestre" di formazione, in Spagna ha finalmente deciso di aprire locali tutti suoi. Ha iniziato con "Amarcord", nel 2004, un ristorante che appena aperto è diventato punto di riferimento per i valenciani.

Cucina in vista al centro del locale, dove si "flambea" per la gioia dei clienti e si preparano piatti italianissimi (ma non la pizza!), "Amarcord" piace per la sua atmosfera molto giovane, per la musica che si ascolta e naturalmente per la qualità delle sue specialità gastronomiche.

Soddisfatto ma non appagato, dopo l'apertura di "Amarcord" Massimo ha iniziato a progettare un altro ristorante, con caratteristiche differenti e capace di soddisfare una clientela più esigente. Non ci ha pensato troppo: l'estate scorsa è nato "Alter Ego", locale di tendenza e con una cucina ricercata.

Dal tartufo al fungo porcino, dalle carni rigorosamente argentine al riso *made in Italy*, i piatti elaborati in questo ristorante sono la giusta mescolanza di tradizione, fantasia e innovazione. L'utilizzo di brandy, vodka e altri liquori, oltre al vino, per molte preparazioni presenti in carta è un'altra delle caratteristiche dell'"Alter Ego" che più piacciono alla clientela.

Bene, fatto ambo sulla ruota della ristorazione pensate che Massimo Sbrozzi ora se ne stia tranquillo? Niente affatto. Ha in mente un terzo locale, il meglio del meglio dei due già aperti. "Ci sto lavorando, l'idea mi appassiona ma non posso anticipare nulla", lascia sfuggire a malapena. Quel che è certo è che non dovremo aspettare molto per vederlo nuovamente all'opera.



La cucina in vista dell'Amarcord e, sotto, uno scorcio dell'Alter Ego. Accanto al titolo, Massimo Sbrozzi, titolare dei due locali



AMARCORD
Peccati di gola

Calle Serpis, 50 46022 Valencia

Telf. 96.355.65.68

www.ristorantamarcord.com

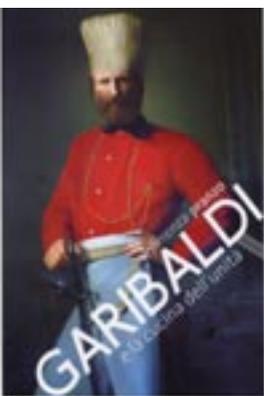


alter ego
Peccati di gola

Calle Conde Altea, 40 46005 Valencia

Telf. 96.374.97.23

www.ristorantalterego.com



**A Valencia incontriamo
Laura Volpe direttrice
del centro G. Leopardi**



L'italiano, che passione

Attivissima, entusiasta del suo lavoro e sempre alla ricerca di nuovi spunti per diffondere la lingua, la cultura, l'amore per l'Italia. Quando si parla di Laura Volpe è difficile non usare aggettivi ridondanti perché la sua voglia di fare deborda e finisce per contagiare l'interlocutore.

Sarà questo il motivo per il quale il centro G. Leopardi che dirige a Valencia è un concentrato di allievi appassionati del bel Paese e di fedelissimi "discepoli di Laura"? Lei sorride divertita e conferma che sì, le sue iniziative piacciono e che all'accademia non si viene solo per imparare la nostra lingua ma anche per apprendere usi, costumi, per approfondire tradizioni e tematiche di interesse. Ma procediamo con ordine. Questa signora dall'aria sbarazzina, originaria di Palmanova del Friuli e da trent'anni con radici ben radicate a Valencia, in realtà è un'imprenditrice di ferro che con tenacia e determinazione ha creato un centro privato di lingua italiana unico nel suo genere in Spagna.

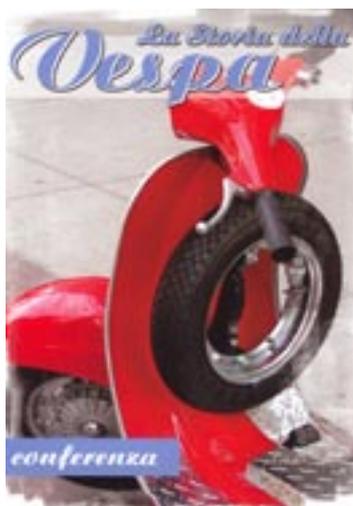
"La scuola già esisteva quando nell'84 fui assunta come insegnante –spiega Laura Volpe-. Era sperimentale e contava un centinaio di allievi: da quando ne assunsi la direzione, nell'89, i corsi si sono moltiplicati così come le iscrizioni e oggi sono quasi 400 gli studenti della Leopardi".

Merito della qualità dell'insegnamento "i professori sono tutti italiani, laureati in lingue e letterature straniere moderne" e del prestigio di cui gode il diploma finale del Ministero degli esteri, rilasciato dopo un esame presieduto da un rappresentante dell'Istituto italiano di cultura di Barcellona. "Siamo, caso credo unico nel mondo, un centro privato così supportato dalle istituzioni che l'lic si sposta nella nostra accademia per gli esami di fine anno", puntualizza con orgoglio la direttrice.

I corsi di lingua e cultura italiana alla Leopardi sono diversi, a seconda delle necessità e delle aspettative degli allievi: si va dall'elementare al perfezionamento e ogni corso si divide in due

livelli che corrispondono a un quadri-mestre. Si inizia a ottobre e a febbraio, durante l'estate ci sono diversi corsi intensivi frequentati anche da numerosi studenti Erasmus. Non esiste un allievo tipo: dallo studente universitario all'interprete che conosce già altre lingue, all'impiegato che ha necessità di imparare l'italiano, ai militari, sacerdoti, le esigenze sono le più diverse. Altre scuole di italiano non ci sono a Valencia e la Dante Alighieri ha chiuso i battenti già 15 anni fa.

"La chiave del successo delle nostre lezioni? Sicuramente l'entusiasmo con il quale i sei docenti insegnano l'italiano: se sei noioso gli studenti si annoiano e se ne vanno. Qui, invece, si comunica freschezza, vivacità didattica", sostiene Laura Volpe che da brava friulana ha impostato la scuola secondo criteri di efficienza e professionalità. Guai ad iniziare una lezione in ritardo e se sono gli allievi a non rispettare gli orari peggio per loro: si sentiranno in colpa e impareranno a non fare brutte figure. Parola



Laura Volpe organizza anche molte conferenze a tema, seguite da un pubblico numeroso. Sotto, uno di questi momenti culturali. Qui a sinistra e accanto al titolo, le locandine di alcune conferenze

di direttrice.

Ma sono in molti a terminare i vari livelli e a raggiungere il diploma finale? "Gli abbandoni più numerosi si registrano durante il primo corso -spiega- e corrispondono a un 30-40% degli iscritti. E' naturale che ciò accada: molti pensano che l'italiano sia solo facile e divertente, poi quando si rendono conto che non è una bella copia dello spagnolo e che bisogna studiare, applicarsi, lasciano perdere. Superato questo scoglio iniziale, gli altri proseguono nei corsi".

Frequentare la Leopardi significa anche avere l'opportunità di partecipare a viaggi in Italia fuori dai soliti schemi e circuiti turistici: organizzati dalla stessa direttrice, gli itinerari culturali riguardano le città d'arte ma anche le regioni meno conosciute. "Sono costretta a limitare le iscrizioni, altrimenti diventano

viaggi insostenibili per troppa affluenza, ma devo dire che ad ogni nuova programmazione gli allievi rispondono sempre più entusiasti", commenta soddisfatta.

Traduttrice di numerosi libri, socia della casa editrice Parténope, Laura Volpe non si lascia sfuggire occasioni, pretesti per diffondere l'italianità in tutti i suoi molteplici, positivi aspetti. Ecco allora che tematiche importanti o argomenti brillanti diventano il fulcro di conferenze organizzate con lo stesso entusiasmo e la medesima meticolosità con le quali ha impostato la scuola. Da "Stradivari, il liutaio magico" a "Carosello, arte e spettacolo in 20 anni di pubblicità"; da "Il galateo, il bon ton di ieri e oggi" a "La storia della Vespa" e molte altre ancora, le conferenze di Laura (spesso in collaborazione con la facoltà di filolo-



gia italiana dell'Università di Valencia) riscuotono un grande successo. Certo, anche questa è promozione del *made in Italy*: non a caso, per il suo impegno, due anni fa la direttrice del G. Leopardi è stata nominata cavaliere della Repubblica italiana (pfr).



Il ristorante L'Incontro, specializzato in cucina tradizionale italiana, festeggia quest'anno i dieci anni di attività a Valencia. Vincenzo Quacquarelli, proprietario e chef del locale, con trent'anni di esperienza nel settore, elabora per i suoi clienti specialità tipiche della nostra gastronomia, accompagnandole con selezionati vini italiani

In occasione del 25 aprile a Barcellona

L'AMBASCIATORE visita la Casa



Lo scorso 25 aprile, festa della Repubblica, l'ambasciatore Pasquale Terracciano ha fatto visita alla casa degli Italiani di Barcellona, della quale è presidente onorario insieme con il console generale d'Italia nella capitale catalana, Roberto Natali. A fare gli onori di casa il presidente dell'istituzione, Alfredo Milesi, che ha ricordato come questa sia "da oltre 140 anni un pezzo d'Italia a Barcellona".

Nella sala in cui l'ambasciatore ha salutato alcuni connazionali, pochi giorni prima aveva avuto luogo la lettura non stop de "Il Gattopardo", in occasione della giornata di Sant Jordi, "dia del Libro". Per la terza edizione di questo incontro i lettori erano stati più di 200 e di ogni fascia di età. Nelle foto, dall'alto e da sinistra a destra, Alfredo Milesi, Karen e Pasquale Terracciano, Roberto Natali; alle loro spalle, Urte Milesi e Chiara Natali. Qui accanto, l'omaggio floreale alle consorti dell'ambasciatore e del console generale a Barcellona.



Gli incontri – dibattito del Comites di Madrid

Proseguono gli incontri –dibattito del Comites di Madrid sul tema del dialogo nella nostra vita personale, familiare e politica, iniziati l'8 febbraio di quest'anno. Lo scorso 8 maggio il titolo dell'appuntamento era "Il dialogo nella società". Viviamo in una società dai ritmi frenetici. Il dialogo ha invece bisogno di tempo per incontrarci e ascoltarci. E' ancora possibile? Si è riflettuto su come è cambiato il modo di dialogare nella società, nel mondo del lavoro e nel mondo della scuola tra professori, studenti e le loro giovani famiglie. Relatori erano l'ambasciatore d'Italia in Spagna, Pasquale Terracciano e il presidente NH Hotels, Gabriele Burgo. Moderatore è stato Josto Maffeo, corrispondente de Il Messaggero e collaboratore de La Mirada Crítica di Telecinco. Nella foto, l'incontro del 15 marzo sul dialogo nei media.

Il giallista Camilleri e il cinema comico a Málaga

Grande successo ha sostenuto a Málaga la proiezione del film "Gita a Tindari" della serie "Il commissario Montalbano", lo scorso 27 aprile, che ha fatto seguito alla conferenza sullo scrittore Andrea Camilleri organizzata dalla Dante Alighieri in collaborazione con il Centro di Arte Contemporanea e il Comites di Madrid. A maggio è in programma, sempre a Málaga, il mese del cinema comico italiano: molti i film previsti, portati da Roma dal consigliere del Comites, Raffaella Resca, che ha fatto omaggio alla Dante anche dei 5 dvd di Montalbano. Tra questi film, Amici miei; Bianco, Rosso e Verdone; Ricomincio da tre; Totò a colori e altri pilastri del genere comico italiano.

Nella Basilica di Santa Maria Maggiore a Roma

L'Exultet IN MOSTRA E CONCERTO

L'evento è stato organizzato dalla Fondazione pro Musica e Arte sacra

È stato davvero un grande evento, in occasione della passata Pasqua, l'esposizione del rotolo pergameneo dell'Exultet di Avezzano, autentico tesoro della storia della musica, dell'arte e della liturgia cristiana dell'XI secolo.

La mostra, inaugurata il 30 marzo presso il Museo della Basilica di Santa Maria Maggiore a Roma, fino al 26 aprile ha permesso di ammirare in una teca questo prezioso rotolo di sei metri, uno dei più antichi, rari e di inestimabile valore, esibito al pubblico solo altre quattro volte durante il secolo scorso.

Il "rotolo di Avezzano" riporta direttamente alla celebrazione liturgica della veglia pasquale, nel corso della quale, secondo una tradizione mai interrotta, avviene il canto dell'Exultet da parte del diacono all'ambone, il quale all'epoca srotolava pian piano la pergamena, ossia il rotolo. La pergamena dell'Exultet diventava così uno strumento funzionale e comunicativo che, riunendo in sé immagine, parola e musica, era in grado di diventare

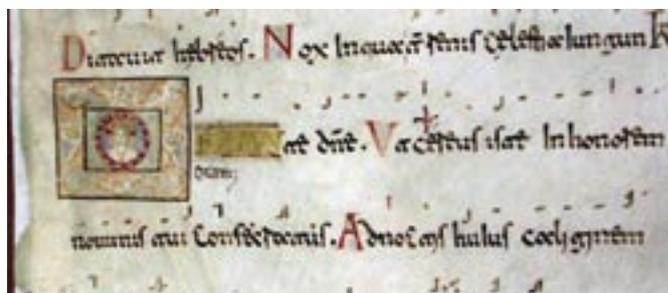
"annuncio" e di dare solennità al mistero celebrato. La creazione dei rotoli dell'Exultet divenne per questo un tema di intensa e raffinata perizia per i miniatori medioevali.

L'iniziativa, voluta dalla Fondazione pro Musica e Arte sacra, la patriarcale arcibasilica di Santa Maria Maggiore e la curia vescovile della diocesi di Avezzano, in collaborazione con il ministero per i beni e le attività culturali e con il patrocinio della presidenza del consiglio dei ministri e del pontificio istituto di musica sacra, è stata seguita da un concerto memorabile.

Per la prima volta in pubblico, infatti, dal lontano Medioevo, nella Basilica di Santa Maria Maggiore sabato 21 aprile è stato cantato l'Exultet nella versione dell'antico "rotolo di Avezzano". Ciò è stato possibile grazie alla trascrizione eseguita da mons. Alberto Turco, fra i più autorevoli studiosi di canto gregoriano, che ha permesso l'esecuzione dell'Exultet nella melodia dell'antico beneventano. Il concerto della Nova Schola Gregoriana



Qui sotto, un particolare del rotolo dell'Exultet. Sopra, da sinistra, il cardinale Bernard Francis Law arciprete della Basilica Papale di Santa Maria Maggiore, Hans-Albert Courtial presidente generale della Fondazione pro Musica e Arte sacra, la professoressa Lucia Bonifaci docente di storia della musica al Conservatorio O. Respighi di Latina, l'on. Gianni Letta del comitato d'onore della Fondazione Pro Musica e Arte Sacra e monsignor Michal Jagosz, prefetto del Museo della Basilica di Santa Maria Maggiore



e Schola femminile "In Dulci Jubilo" di Verona, diretta dallo stesso maestro Turco, è stato seguito da un pubblico incan-

tato dalla ricchezza di simboli e dalla musicalità dell'evento che ha riproposto in forma nuova una tradizione lontana.



Due momenti del concerto in Santa Maria Maggiore a Roma, durante il quale per la prima volta è stato cantato l'Exultet nella versione dell'antico "rotolo di Avezzano", per la direzione di mons. Turco. Sopra, un particolare di questo prezioso manufatto dell'XI secolo, proveniente dalla cittadina dell'on. Letta



Il rimorchiatore Spica realizzato per Tripnavi, l'impresa italiana concessionaria del servizio portuale di rimorchio del porto di Trieste. Sotto, uno dei moli della città



DALLE ASTURIE AL PORTO DI TRIESTE

Consegnato a Tripnavi l'11° rimorchiatore

di Paolo Ercolani *

Il 24 aprile scorso, presso il porto del Musel (Gijón), è stato consegnato all'impresa italiana Tripnavi il rimorchiatore "SPICA" costruito in otto mesi dai cantieri navali Armon di Navia (Asturie). Il rimorchiatore, lungo 35 metri, 498 gt la stazza lorda, con 2 propulsori cat di 2682 cavalli ciascuno e capacità di tiro pari a 70 tonnellate, è operativo da maggio presso il porto di Trieste e verrà impiegato in operazioni di monitorag-

gio e di antinquinamento per conto del ministero dell'ambiente.

Tripnavi, impresa italiana concessionaria del servizio portuale di rimorchio del porto di Trieste (amministratore delegato è Luigi Cattaruzza), controlla 10 aziende con quasi 1.000 addetti, dispone di una flotta di circa 50 mezzi navali dedicati al rimorchio, assistenza offshore, lavori subacquei, ecologia marina. Tripnavi, ex Gruppo Tripcovich, negli

ultimi anni ha acquistato nelle Asturie ben 11 rimorchiatori.

Armon è un cantiere navale privato che attraverso una sapiente operazione di riconversione ha saputo trasformarsi in impresa leader nella costruzione di rimorchiatori. La competitività del cantiere asturiano si è materializzata negli ultimi anni attraverso la formalizzazione di importanti contratti con armatori italiani, tedeschi, portoghesi, russi e finlandesi. Nel 2006 Armon ha consegnato 18 imbarcazioni. Attualmente è in fase di costruzione un rimorchiatore per "Rimorchiatori uniti porto di Genova".

I cantieri navali spagnoli privati accaparrano più del 62 % della produzione navale spagnola. Secondo gli ultimi dati annuali, il settore privato continua la propria crescita parallelamente alla crisi del settore pubblico. La produzione del settore privato è passata dalle 250.966 alle 400.726 tonnellate totali.

Il dumping asiatico ha determinato un'importante crisi del settore cantieristico navale spagnolo, benchè il mercato iberico rimanga di sicuro interesse per gli armatori italiani di settori di nicchia, tra cui i rimorchiatori. Tra gli armatori italiani con ordini in fase di esecuzione in Spagna citiamo G&P Rimorchiatori (Union naval Valencia); Marittima Etna (Astilleros de Huelva); Augusta due (Factorias Vulcano).

Una nuova sede della Dante Alighieri



A Oviedo, capoluogo del Principato delle Asturie, pochi giorni fa è stato ufficialmente costituito un comitato della Società Dante Alighieri per diffondere la lingua e la cultura italiana. Il comitato, composto da Carmen Martin Alonso (presidente), Maria Elena Palmegiani e Giusy Di Stefano, è stato riconosciuto centro certificatore PLIDA, nel quale opera una commissione esaminatrice autorizzata dalla sede centrale della Dante in base a determinati requisiti di idoneità. Attualmente i centri certificatori autorizzati sono 158, in continuo aumento vista la crescente domanda d'italiano certificato proveniente dall'estero. Con il comitato di Oviedo (dove due anni fa la Società ottenne il premio "Principe delle Asturie"), sale dunque a sette il numero delle sedi D.A. in Spagna, dopo Málaga, Mar Menor, Murcia. Santa Cruz de Tenerife, Saragozza e Siviglia. Nella foto, da sinistra, Giusy Di Stefano, Carmen Martin Alonso e Maria Elena Palmegiani con Angelo Pantaleoni dell'Istituto di cultura italiana di Madrid festeggiano la nascita del comitato. In alto, il pieghevole PLIDA.



www.dantealighieria Asturias.es
dante Asturias@gmail.com

* paolo.ercolani@yahoo.es

L'azienda La Contadina a Hostelequip di Málaga

Puntiamo sulla qualità



Le fiere gastronomiche non sono solo vetrina delle grandi realtà presenti nel settore, ma anche occasione per le piccole-medie aziende di acquistare maggiore visibilità sul mercato. Questo accade negli eventi più importanti così come nelle rassegne a dimensione più ridotta, dove però l'attenzione del compratore è maggiore. Alla recente fiera Hostelequip di Málaga, per esempio, l'Italia non era rappresentata da molti nomi eppure, anzi proprio per questo, chi vi ha partecipato è riuscito ad ottenere una buona pubblicità puntando su marchi di qualità.

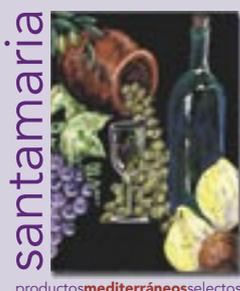
E' il caso dell'azienda La Contadina di Antequera, che da dodici anni importa e produce prodotti enogastronomici italiani. Come spiega il titolare, Bruno Procaccini, marchigiano: "Il nostro stand è stato visitato da molti ristoratori spagnoli, interessati a lavorazioni ancora artigianali e quindi sinonimo di qualità".

Secondo Procaccini "il costo della pasta o di un vino resta sempre una preoccupazione primaria, per chi compra, ma per fortuna cresce anche la voglia di prodotti particolari, non massificati. Quelli che noi siamo in grado di offrire". Nello stand La Contadina erano esposte, oltre alle mozzarelle di propria produzione, paste fresche Divella e Antica Madia, salumi La Felinese, latticini Francia, formaggio Auricchio, tanto per citare alcuni marchi, vini e liquori italiani. Un'esperienza dunque positiva? "Sicuramente -sostiene Bruno Procaccini- e da ripetere in altre fiere del settore, proprio per far conoscere la bontà di prodotti tradizionali italiani".



Cartellonistica agroalimentare in Italia

I piccoli comuni italiani con meno di cinquemila abitanti possono indicare nella cartellonistica ufficiale i rispettivi prodotti agroalimentari tradizionali, preceduti dalla dicitura a «Luogo di produzione del» posta sotto il nome del comune e scritta in caratteri minori rispetto a quelli di quest'ultimo. Lo rende noto la Coldiretti nel sottolineare con soddisfazione uno degli effetti positivi della approvazione all'unanimità da parte della Camera del testo unificato delle proposte di legge sul "Sostegno e valorizzazione dei piccoli comuni" con primo firmatario Ermete Realacci. Una opportunità per i 5868 piccoli centri italiani, il 72 per cento del totale, che sono il vero motore della vacanza enogastronomica e ambientale. Gli oltre 4 milioni di enogastroturisti che girano per il Belpaese potranno individuare più facilmente le mete privilegiate dove consumare i 4255 prodotti tradizionali nazionali censiti dalle regioni come Moena, luogo di produzione del formaggio Puzzone), Campofilone, luogo di produzione dei maccheroncini (nella foto) e Ustica, luogo di produzione della lenticchia.



Importazione e distribuzione di vini delle migliori cantine italiane

Valentino Paladin Bosco de Merlo Borghi Vèscine Aldegheri Brovia Ciacci Piccolomini d'Aragona Ucelliera Cantina Riunita Cataldi Madonna Tenimenti Castelrotto Gruppo Antinori Planeta Quintarelli Santadi Vie di Romans Balbi Soprani Feudo Arancio Castello della Sala Compagnia del Vino Giacomo Ascheri Firriato Zanzi Castelli Modenesi

**Santamaria Import s.c. - C/Topacio, Balcón del Golf 10 - Urb.Riviera del Sol - Mijas Costa
Tel. 952 93 92 76 - Mov. 620 16 43 13 - email: luigi_santamaria@telefonica.net**

Un cocktail di cui si è parlato molto

Per festeggiare Clelia



Il console d'Italia a Siviglia, José Carlos Ruiz-Berdejo y Sigurtà, con la moglie Clelia Muchetti e il figlio José Antonio, presidente di Events & CO

Cocktail in onore di Clelia Muchetti, lo scorso marzo a Siviglia. Per festeggiare il successo dell'ultima esposizione dell'artista al Real Alcázar, la sorella di Clelia, Giusy Gniutti, era arrivata dall'Italia progettando una festa "quasi" a sorpresa nel bel palazzo di proprietà di Clelia e del marito, il console d'Italia José Carlos Ruiz-Berdejo y Sigurtà. Circa un'ottantina gli invitati, pronti a complimentarsi con la padrona di casa per le soddisfazioni professionali che sta ottenendo in questi ultimi anni. Dopo l'ottimo riscontro dell'esposizione di quadri e fotografie a Sirmione, sul lago di Garda, dell'ottobre scorso, a fine febbraio Clelia aveva presentato "Pannelli di seta" all' Alcázar di Siviglia, ovvero nel palazzo reale più antico d'Europa. In questa splendida cornice hanno fatto bella mostra di sé le opere in seta dal disegno astratto, realizzate secondo una complicata tecnica giapponese. Cocolata dai suoi ospiti, Clelia ha raccontato di avere in programma una serie di mostre nei prossimi mesi che la "costringeranno" a un super lavoro. "In realtà- ha ammesso sorridendo- dipingere è la mia grande passione e quando realizzo un'opera non esiste altro per me".



Sopra, uno dei pannelli in seta realizzati da Clelia e che sono stati esposti al Real Alcázar di Siviglia. Accanto, Álvaro de Marichalar, il nobile spagnolo che da più di dieci anni compie imprese estreme in moto d'acqua, con l'italiana Sissi Bolza, proprietaria assieme al marito Nacho Gonzales Barba del Club Antares. Sotto, la soprano Juana Castillo, docente di alto rendimento della voce all'università Olavide di Carmona e, da sinistra, Cristina Afan de Ribera (che vive tra Milano e Siviglia), Clelia e la sorella Giusy Gniutti



La Corte Padana a Restalimed Aceto balsamico

Alla recente fiera Restalimed di Valencia, uno degli stand italiani maggiormente visitato è stato quello di La Corte Padana, azienda di Paterna i cui titolari, Alessandro Corradini e Ricordano Dodi, sono importatori in Spagna di prodotti italiani di nicchia per la ristorazione. La parte da leone l'ha fatta l'Acetaia Dodi con i suoi Balsamici di Reggio Emilia, che vantano una tradizione centenaria e sono condimento indispensabile non solo per insalate ma anche per carne, pesci, frutta e risultano davvero deliziosi su scaglie di Parmigiano Reggiano, pure questo tra i prodotti esclusivi de La Corte Padana.

Sul mercato esistono tantissimi aceti balsamici, che spesso non possiedono nemmeno lontanamente le caratteristiche tipiche di questo prodotto, frutto di una vera arte: dalla pigiatura di uva delle terre reggiane (bianca, zuccherina, "Trebiana" e di collina), all'invecchiamento in botti di legno. E Dodi è proprio maestro acetaio.

La nuova iniziativa dell'Hotel Alfonso XIII



Carlo Suffredini nella Piazza Martini dell'Hotel Alfonso XIII. Sotto, il direttore generale dell'albergo-simbolo di Siviglia ricopre questo incarico dal settembre scorso



Una Piazza Martini nel cuore di Siviglia



Dal 17 maggio, l'Hotel Alfonso XIII dispone di un nuovo spazio per incontri ed eventi. Con l'apertura di "Piazza Martini" non solo i clienti di questo prestigioso albergo ma tutti gli abitanti di Siviglia potranno darsi appuntamento in una delle splendide terrazze dell'Alfonso, opportunamente trasformata con divani, comode poltrone e un fornitissimo bar, che dispone di una carta con 130 differenti cocktail.

"Vogliamo aprirci alla città e offrire una maniera diversa, elegante, per trascorrere un pomeriggio o una serata, accompagnati da musica jazz" spiega Carlo Suffredini, da nove mesi direttore generale dell'hotel simbolo di Siviglia, progettato per essere uno dei più lussuosi d'Europa.

Grazie all'accordo con la Bacardi Mar-

tini che è sponsor dell'iniziativa, il nuovo punto d'incontro ha un nome che richiama quello della celebre terrazza Martini a Milano.

Romano ma originario di Lucca, 41 anni, Suffredini era già stato vice direttore di questo cinque stelle dal '95 al '98, appena arrivato in Spagna. Poi gli incarichi a Marbella, Gran Canaria, gli ultimi quattro anni trascorsi a dirigere il Palace di Madrid e dal settembre scorso il ritorno a Siviglia, questa volta come direttore generale. "L'hotel è splendido ma ha bisogno di una buona iniezione di capitali - riconosce da bravo manager -, soprattutto per modernizzare gli impianti e rendere ancor più confortevoli le abitazioni. Sono interventi necessari, che verranno fatti con grande valore aggiunto per l'edificio che ha più

di 78 anni".

L'Alfonso XIII, di proprietà del Comune che lo concede in affitto (dal 1994 a fine 2009 è nelle mani della catena Starwood "The Luxury Collection"), si affaccia sul parco Maria Luisa ed è a pochi passi da *los Reales Alcázares*, i palazzi reali capolavoro dell'arte e dell'architettura mudejar.

Da sempre punto di riferimento di una clientela esigente e raffinata, l'Alfonso conta anche su una buona presenza di italiani che ne apprezzano l'eleganza architettonica e la posizione privilegiata. Dal 15 maggio, inoltre, il ristorante dell'hotel, il San Fernando, dispone di una carta di specialità andaluse e bache in grado di accontentare quanti prediligono una cucina meno internazionale e più del territorio.

e Parmigiano a volontà

Appropriato, sapevate che nel 1800 la batteria di aceto balsamico rappresentava, nella cultura delle famiglie agricole benestanti, la dote per le figlie? E che esiste un vero e proprio albo di assaggiatori di Aceto Balsamico, depositato presso la Camera di commercio di Reggio Emilia? Tornando a Restalimed e al salone della gastronomia italiana (che ha bisogno di essere maggiormente promosso, visto l'esiguo numero di aziende espositrici in questa recente edizione), nello stand La Contadina era presente con il suo lambrusco anche Alessandro Casali, proprietario dell'azienda vinicola di famiglia di terza generazione; Sonia Tosi titolare della ditta Piadamania che ha fatto conoscere ai visitatori la piadina romagnola imbottita di mortadella affettata al momento; Carlo Mannina responsabile commerciale della distilleria Bocchino, di cui la Contadina è pure distributrice.





Il Gruppo Panini è presente anche in Spagna



Un impero di Figurine

Dai primi calciatori "imbustati" a 10 lire la confezione agli album per collezionisti, alle ultime soluzioni multimediali. Storia di una brillante trovata che ha fatto la gioia di generazioni di ragazzi ancora all'oscuro di internet

Poche settimane fa è morto Franco Cosimo Panini, l'editore modenese il cui nome resta legato alla raccolta delle mitiche figurine che fanno la gioia di generazioni di bambini, ancora all'oscuro di televisione e internet. Il Gruppo Panini, con sede a Modena, è leader mondiale nel settore delle figurine e cards da collezione, quarto editore in Europa nel settore dell'editoria per ragazzi e presente nel settore Multimedia sotto il marchio Panini Interactive. Con 640 dipendenti e un fatturato nel 2006 di 550 milioni di euro, il gruppo ha sede in Italia, filiali proprie in Spagna, UK, Francia, Germania, Olanda, Brasile, Cile e Messico e distribuzione in più di 100 paesi. "L'azienda delle figurine" nacque quasi per caso. Giuseppe Panini, che assieme

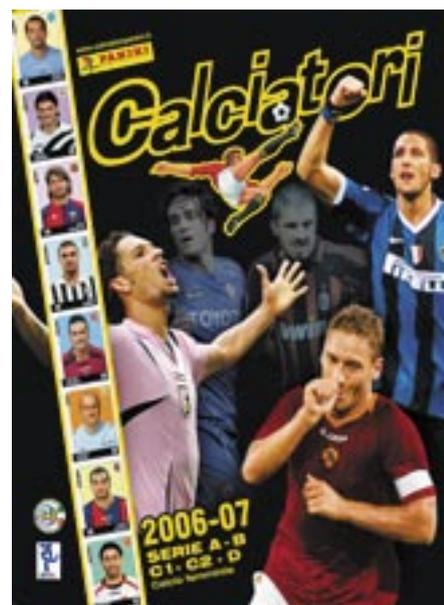
al fratello Benito aveva la gestione di un'edicola (un chiosco nel corso Duomo di Modena) e nel '54 aveva fondato l'Agenzia distribuzione giornali, alla fine del 1960 trova a Milano un lotto di vecchie figurine sfuse, invendute, delle edizioni "Nannina" di Milano. Le acquista, le imbusta (in bustine bianche con cornicette rosse contenenti ognuna 2 figurine) e le mette in vendita a 10 lire l'una (pari a 0,5 centesimi di euro).

Fu un successo enorme: tre

milioni di figurine vendute. L'anno successivo i Panini decisero di "fare tutto in casa" stampando le figurine e realizzando anche il primo album (con, in copertina, il grande giocatore del Milan di allora, Nils Liedholm): 15 milioni di bustine. Era nata la mitica collezione Calciatori. La prima figurina stampata fu quella di Bruno "Maciste" Bolchi, all'epoca giovane capitano dell'Inter.

Tutto in famiglia

Nel 1963 si unirono all'attività gli altri due fratelli Panini,



Da sinistra, Franco Cosimo Panini, l'editore modenese recentemente scomparso e la prima figurina stampata: quella di Bruno "Maciste" Bolchi, all'epoca giovane capitano dell'Inter. Accanto al titolo, il primo album dei calciatori è del 1961; in copertina il grande giocatore del Milan di allora, Nils Liedholm; a destra, la prima bustina Panini. Qui sopra, l'album di quest'anno

Umberto e Franco. Ognuno aveva un suo ruolo ben preciso: Giuseppe era la "mente" dell'attività, Benito seguiva le spedizioni e gestiva la rete distributiva, Umberto curava la parte tecnica tipografica (inventò anche "Fifimatic" la macchina per imbustare le figurine) e Franco era responsabile della parte amministrativa.

L'azienda rimase gestita dalla famiglia (raggiungendo fatturati annui nell'ordine dei 100 miliardi di lire) fino al 1988 quando De Benedetti acquistò il 25% della Panini. Nel 1989, il gruppo Maxwell rileva l'intera azienda e Franco Panini continua in proprio l'attività acquisendo la divisione libri.

La divisione figurine e cards oggi fa parte di un importante gruppo internazionale che, in Italia come nei principali paesi europei, è strutturato in 4 divisioni: oltre a quella di stickers e cards, ci sono la divisione New Media, la divisione Panini Publishing e la divisione distribuzione fumetti (Pan Distribuzione, in cui Pan, sta per Panini). Il marchio Panini Comics, nato nel 2001, nel 2004 acquisisce la casa editrice tedesca Dino, non strettamente specializzata in fumetti, ma che vanta nel suo catalogo titoli quali *Star Wars* e *Simpsons*. Il primo gennaio 2005 nasce la filiale spagnola di Panini Comics, divenendo fin da

subito l'editore nazionale di tutti i titoli Marvel, nonché di molti importanti manga giapponesi.

Agli inizi serve la colla

Ma torniamo alle figurine: dalla stagione 1961-62 non ci fu un anno senza Calciatori Panini. Nella fase "pionieristica" le figurine si attaccano con la colla, ogni squadra di serie A è raffigurata con appena 14 giocatori e molto



I fratelli Panini: Giuseppe, Benito, Umberto e Franco

spesso è evidente la "coloritura" a mano di quelle che non sono altro che fotografie in bianco e nero.

Nelle pagine finali dell'album, prende il via la sezione antologica dell'album "Calciatori": già nella prima edizione è presentata la squadra del grande Torino, dominatrice del campionato del primo dopoguerra; nel corso delle edizioni successive saranno le coppe europee e mondiali a divenire protagoniste delle pagine finali dell'album.

La serie B compare nell'album nel 1963-64, alla sua terza edizione, mentre occorrerà attendere il 1967-68 per la comparsa degli scudetti delle squadre di serie C. Ogni album ha una caratteristica diversa: i giocatori sono ritratti un anno a mezzobusto, un altro a figura intera, un terzo in azione. Si sperimentano nuove soluzioni per gli scudetti (laminato oro,

laminato argento, tessuto adesivo di jeans nel 1978-79 e per la raffigurazione delle squadre, un anno ritratte al centro album e composte da una serie di fotografie con dei "buchi" da completarsi con apposite figurine fustellate (che facevano impazzire i collezionisti, alla ricerca del millimetro per fare combaciare le due immagini).

L'avvento delle autoadesive

La novità più grande è dell'album 1971-72: va in pensione la "coccoina": tutte le figurine sono ormai autoadesive.

L'esplosione degli sport USA sulle TV private porta, nel 1986-87, alla comparsa di originali figurine dove alle squadre di A e di B vengono assegnati nomi e loghi nel più pieno stile degli sport a stelle e strisce. Normalmente vengono adattate all'inglese le mascotte delle squadre (anche se il galletto del Bari battezza gli equivoci "Bari Cocks" invece dei "Bari Roosters"), altre volte si scatena l'antica creatività e fantasia Panini (Como Lakers, Cagliari Islanders, Sanbenedettese Jets: La Cremonese, forse per un omaggio alla cantante Mina, diventa i "Cremona Tigers").

Compagno le pagine a colori, l'album inizia ad essere composto con l'ausilio del computer; vengono introdotte per due anni le figurine "cambiamaglia" o "figurine trasparenti speciali". Panini invia in omaggio le nuove figurine di quei giocatori che avessero cambiato squadra o non fossero stabilmente in campo al tempo della chiusura editoriale dell'album.

Le ultime novità

Le edizioni di Calciatori del nuovo millennio sono caratterizzate dal fatto di essere abbinata a un'ulteriore collezione, venduta anch'essa in edicola su richiesta in abbinamento alle figurine, in speciali confezioni flow-pack, ognuna illustrata da un apposito sito internet.

Un miliardo di confezioni l'anno. L'introvabile "Feroce Saladino"

La prima serie conosciuta di figurine è quella emessa dalla Litografia Bognard di Parigi per i magazzini "Au Bon Marché" nel 1867, che illustra i padiglioni dell'Esposizione universale.

La Panini nasce nel 1961, con la commercializzazione della prima collezione Calciatori. Le prime figurine adesive sono state introdotte nella stagione 1971-72. All'inizio, le figurine erano in cartoncino da incollare con la coccoina, mentre alla fine degli anni 60 furono introdotte le "celline", triangolini biadesivi da apporre sul retro della figurina per attaccarla all'album. Della prima collezione Calciatori furono vendute 3 milioni di figurine, che divennero 15 l'anno dopo e 29 il successivo. Mediamente, nelle ultime stagioni sono state prodotte 1 miliardo di bustine all'anno, cioè 6 miliardi di figurine. In 40 anni di storia dell'azienda sono state stampate oltre 20 miliardi di figurine.

"Fifimatic" è l'imbustatrice automatica inventata da Umberto Panini: prende le figurine - la cui quantità varia a seconda del programma di lavoro - e le imbusta, poi espelle le scatole già confezionate con le bustine. Il marchio della Panini è un lanciere perché

Giuseppe Panini era un appassionato di enigmistica, inventava cruciverba ed il suo pseudonimo era, appunto, "paladino". Negli anni 70 fu anche creata una rivista per i collezionisti di figurine Panini con testimonial "Pipino il paladino" ("Pipino" stava per Giuseppe).

La prima collezione di figurine Panini diversa dai Calciatori fu "Aerei e Missili", del 1965, seguita da "Animali di tutto il mondo", edita nello stesso anno. Seguirono, poi quelle sui cartoni animati, il film, le serie Tv, i cantanti, le regioni d'Italia, ecc. Molti si ricorderanno del "Feroce Saladino": una figurina promozionale stampata nel 1937 per conto della Perugia che, sembra per un errore distributivo, risultò introvabile in buona parte d'Italia, raggiungendo valori da capogiro per l'epoca

Una raccolta completa della prima collezione Calciatori può valere 1000 Euro. Un prezzo "standard" è intorno a 500 Euro.

fonte: www.paninionline.com





Premiato il romanzo di Riccarelli

La consegna del Campiello Spagna



Lo scrittore Ugo Riccarelli e la copertina del suo libro pubblicato in Italia da Mondadori

Lo scorso 10 maggio, presso l'Ambasciata d'Italia a Madrid si è svolta la cerimonia di consegna del Campiello Spagna, seconda edizione del Premio Campiello Europa. Istituito nel 2005 dalla Fondazione "Il Campiello - Confindustria Veneto", si rivolge a romanzi contemporanei pubblicati in Italia e tradotti nella lingua dei Paesi europei ospiti. Come già annunciato lo scorso ottobre, vincitore è risultato il romanzo di Ugo

Riccarelli "Il dolore perfetto", pubblicato in Spagna da Maeva Ediciones con il titolo *El dolor perfecto* per la traduzione di Carlos Gumpert. Alla cerimonia, oltre all'ambasciatore Terracciano e al direttore dell'Istituto italiano di cultura di Madrid, Giuseppe Di Lella, erano presenti tra gli altri Carmen Calvo Poyato, ministro della cultura spagnola e presidente onorario della giuria dei letterati; il presidente della Fondazione, Andrea Riello e come ospiti

te d'eccezione Salvatore Niffoi, vincitore del Campiello 2006 con il romanzo "La vedova scalza". Il libro di Riccarelli, uscito in Italia con Mondadori, aveva anche vinto il Premio Strega nel 2004. Racconta la storia del nostro Paese da fine Ottocento fino alla seconda guerra mondiale, attraverso le vicissitudini di due famiglie che rappresentano due anime contrapposte dell'Italia: una un po' idealista e sognatrice, l'altra più concreta e sanguigna.



Le acque mediterranee della Spagna sembra siano state invase da 60 milioni di meduse, oltre 10 meduse per km². Per saperne di più, abbiamo chiesto l'intervento di uno studioso del fenomeno.

Conosciamo da vicino uno dei "flagelli" estivi

I fantasmi del mare

Tutti noi abbiamo ricorrenze, sfortunati di averne una a luglio in Spagna, quando sembra sempre che ci siano meduse ovunque. Che si tratti di un fenomeno naturale, causato da mutamenti climatici, è un fatto certo. Ma il fenomeno è anche legato a un altro: quello delle meduse, che in questi giorni stanno invadendo le spiagge spagnole. Per saperne di più, abbiamo chiesto l'intervento di uno studioso del fenomeno.



Un ecotriller con protagonista le meduse

"Medusa" è il titolo dell'ecotriller scritto da Sergio Rossi con Toni Polo e pubblicato in questi giorni da Plaza & Janés. Sergio Rossi, biologo marino all'Istituto di scienza del mare di Barcellona, lo scorso anno aveva scritto per il secondo numero di *InfoitaliaSpagna* un articolo sul fenomeno dell'eccessiva moltiplicazione delle meduse nei nostri mari (foto a destra). Questo argomento, di cui è profondo conoscitore, lo ha appassionato al punto da costruirci attorno una novella ambientata nel 2012. In un ecosistema profondamente alterato, le meduse subiscono profondi mutamenti e diventano esseri mostruosi che invadono i mari, le spiagge, distruggendo milioni di pesci. Scienziati americani e un biologo di Barcellona si fronteggiano per trovare soluzioni, secondo approcci sostanzialmente diversi. Come andrà a finire, chi la spunterà? Non vi sveliamo certo la conclusione. La novella è in vendita dal 4 maggio a 17,50 euro.

I rapporti tra Santa Sede Italia, Germania e Spagna

Nel mese di maggio viene pubblicato, per i "tipi" della Siddhart Metha Ediciones, il libro di Salvatore Coppola "Entre la religión y la política. I rapporti della Santa Sede con Italia, Germania e Spagna (1929-1945)". Costruito quasi per intero su documenti della diplomazia spagnola conservati presso l'Archivio histórico del Ministerio de Asuntos Exteriores e su fonti giornalistiche italiane e spagnole, il libro considera il tema dei rapporti della Santa Sede con l'Italia fascista, la Germania nazista e la Spagna della Seconda Repubblica e del primo franchismo, attraverso giudizi e valutazioni della diplomazia e della classe politica spagnole del periodo compreso tra la firma del Concordato con l'Italia (1929) e la fine della seconda guerra mondiale. Coppola, professore di storia e filosofia presso il liceo italiano di Madrid, ha suddiviso la sua ricerca in tre parti, ognuna dedicata ai rapporti del Vaticano con i tre Paesi indicati nel titolo. Il libro si

propone di analizzare la politica di Pio XI e Pio XII rispetto ai grandi problemi emersi nel drammatico periodo nel quale hanno operato, da quello dei rapporti col nazismo a quello dell'atteggiamento tenuto nei confronti delle vicende spagnole degli anni Trenta. Un tema su cui si continua a discutere è quello della posizione di Pio XII nei confronti della tragedia del popolo ebraico, e anche su questo l'autore tenta di cogliere eventuali novità dalle fonti utilizzate. In appendice c'è un'analisi dell'Enciclica che Pio XI avrebbe voluto pubblicare contro l'antisemitismo e che, per varie circostanze, non vide la luce.





vi segnaliamo

La collezione d'arte contemporanea alla Farnesina

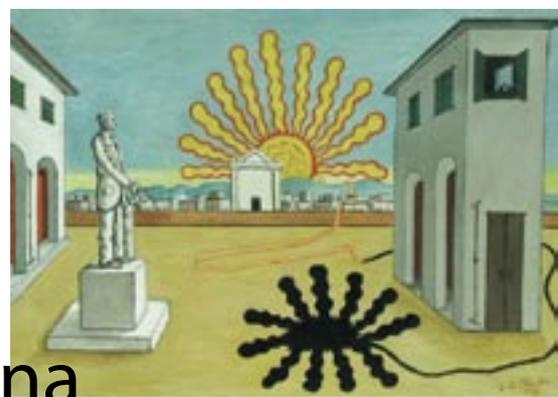
Sapevate che è possibile visitare la collezione d'arte contemporanea, presente alla Farnesina dal 2000? Sabato 19 maggio, sabato 21 luglio, sabato 17 novembre, dalle ore 10.00 alle 15.00, le visite sono gratuite e guidate così come a settembre, quando in occasione della Notte Bianca l'apertura sarà notturna. Per la visita occorre presentarsi muniti di un documento d'identità.

L'iniziativa di esporre al Palazzo della Farnesina un complesso di opere rappresentative dell'arte italiana del XX secolo fu avviata allo scopo di arricchire ulteriormente gli spazi architettonici già di per sé significativi della sede del ministero degli Esteri e, soprattutto, di testimoniare e sottolineare l'importanza attribuita alla conoscenza di uno degli aspetti più

caratterizzanti della cultura italiana contemporanea, come parte integrante della politica estera.

Nell'allestimento della Collezione, curata dal professor Maurizio Calvesi, si è cercato di mantenere un'armonia tra "contenuto" e "contenitore" così da valorizzare le diverse forme espressive delle arti visive del Novecento. Dipinti, sculture, mosaici, installazioni si snodano infatti nel lungo percorso formato dai corridoi, dalle sale riunioni e dagli ambienti di rappresentanza del ministero.

Nel percorso della mostra trova e ha trovato collocazione adeguata gran parte della produzione artistica del secolo scorso: partendo dal Futurismo - primo movimento italiano di pittura del '900 - di Balla e Boccioni, proseguendo, con la Metafi-



sica di Giorgio De Chirico, per giungere fino alle produzioni artistiche dei nostri giorni.

La collezione è visitabile anche on line al sito: www.collezionefarnesina.com

Per raggiungere il ministero (piazzale della Farnesina, 1 - Roma): linea metropolitana 1, fermata Ottaviano San Pietro, poi autobus 32 o 271 scendere alla fermata Farnesina/Ministero Affari Esteri.

fonte: www.esteri.it



TRASPORTI da e per SPAGNA E PORTOGALLO a ITALIA, FRANCIA E GERMANIA

- Distribuzione
- Logistica
- Servizio con camion frigorifero con temperature controllate da - 30° a + 25 °

Massimotir Transporte S.L.

Av. Europa n° 2, Apdo Correos 313 - 29630 Benalmádena Costa-Málaga

Tel: 95 257 78 17 Fax: 95 296 48 58 e mail: massimotirtransporte@yahoo.es



Agip

La forma diferente de hacer bien las cosas.



Agip España, forma parte del grupo energético multinacional Eni que desarrolla sus actividades en los campos de Exploración y Producción de Hidrocarburos, Gas y Electricidad y Refino y Marketing.

Agip España, fiel seguidora de la cultura empresarial de Eni, utiliza toda su capacidad técnica y humana para ofrecer a los consumidores productos y servicios de primerísima calidad, con el compromiso ineludible de dedicar el máximo esfuerzo a preservar el medio ambiente y construir un futuro mejor para todos.



Agip España

Con toda nuestra energía