

POST SCRIPTUM

M A G A Z I N E

Pronti alla sfida



Un trasloco è prima di qualsiasi considerazione una fatica epocale.

Dopo 28 anni di vita professionale e personale a Chiasso, l'agenzia e anche le nuove attività hanno preso la strada di Besazio, un paesino del Mendrisiotto dove si sente il profumo dei camini, il suono delle note del Guglielmo Tell di Rossini nelle trombe dell'Autopostale, dove i bambini nella pausa pranzo corrono sull'acciotolato, le campane battono rintocchi rumorosi e presenti, le vigne sono la certezza di una vocazione del territorio. Quasi un ritorno in Svizzera finalmente, dentro a una corte che racchiude molte novità.

Ma un trasloco è anche un momento di addii e benvenuti. Le discese in cantina divengono sia attimi di liberazione per pacchi e pacchi di carta, ma pure momenti nei quali si guarda il passato, con malinconia forse, con sorriso spesso, con senso di quanto meglio si sarebbe potuto fare con le conoscenze dell'oggi. Ci si libera del passato per un futuro che giunge. Questo è il segno che maggiormente mi ha colpito di un cambiamento così deciso: la riflessione cioè di come spesso il Nuovo ci spa-

venti o rallenti, ci inibisca o renda meno elastici. La certezza di ciò che è stato, la garanzia di conoscere e annusare il dintorno di noi e degli altri, rispetto ad un presunto ignoto. Poi spesso accade che il nuovo ci accenda, doni energie rinnovate e solari, si presenti come colmo di opportunità e sfide, certo di fatiche e codifiche, ma poi a tempo passato e rianalizzato, pieno di nuove conquiste e gioie.

Siamo animali conservatori si dice spesso, e un poco è stato vero anche per me, pur credendo di essere stato molto in movimento. Strano, un paesino come Besazio è oggi il progetto più corale e ampio cui abbia mai dedicato energie. Esso parte innanzi tutto dall'apertura di un'attività a Zurigo nella quale metto con le mie persone le competenze di questi anni nel costruire eventi memorabili ed emozionanti, prosegue con una collaborazione sempre più stretta con l'Atelier Scholpp di Stuttgart nel campo della comunicazione e della grafica con orientamento al settore Automotive e librario, per tornare in Ticino con i raduni e le personalità e aziende di cui ci occupiamo.

L'agenzia è cambiata molto, vuole continuare a essere un punto di appoggio per quelle imprese che cercano risposte serie a domande complesse nel campo della strategia, del marketing e della comunicazione.

Lo vuole fare non cambiando la sua anima di serietà e di costi. Anzi, usa il costo come fattore di confronto della cultura imprenditoriale, oggi sempre più spesso abbacinata dalla quantità e non dalla Qualità (the Digital Approach).

Certo sappiamo cosa voglia dire stare sul mercato anche sul piano economico, ma non siamo disposti a tutto e sempre. Vogliamo fornire servizi e competenze di qualità che dunque hanno un costo e un modo di lavorare che necessitano il giusto riconoscimento.

Io sento che, sempre più, la sfida per me e per la mia squadra sia quella di continuare a crescere e migliorarsi, rendersi instancabilmente curiosi e affamati di sapere. Volendolo fare con dedizione e umiltà, al servizio vero di clienti curiosi e intelligenti.

Paolo Spalluto

Una vita di corsa

GELINDO BORDIN, GRANDE ATLETA E CAMPIONE DI MARATONA, HA ACCESO UNA SERATA DI SES INCONTRI CON SIMPATIA E UN MODO DI PARLARE SCHIETTO E APERTO CONFERMANDOSI COSÌ IN TUTTO IL SUO CARISMA INTATTO

intervista a cura di Paolo Spalluto

Ti abbiamo appena rivisto sul grande schermo mentre vinci Seoul nel 1988, cosa si prova?

Non le guardo spesso, perché essendo in bianco e nero mi ricordano l'età. Non mi piace molto neanche vivere di ricordi, anche se quando mi capita, come in questa occasione, provo sempre una grande emozione. Dopo i boicottaggi delle olimpiadi di Mosca '80 e di Los Angeles '84, Seoul riunificava il mondo dello sport e io avevo l'occasione di riportare in Italia la medaglia d'oro che Dorando Pietri perse nel 1908. C'era una sorta di maledizione che non vedeva mai arrivare questo risultato. Nel momento in cui ho tagliato il traguardo, l'emozione è stata fortissima, anche se durò brevemente. La grande gioia dura sempre poco.

Nasci in una famiglia contadina. Capisci subito la tua voglia di correre o la passione viene dopo?

Come tutti i ragazzi prima giocavo a calcio, poi essendo scarso mi hanno messo in porta. A quel punto facevo il portiere, poi fatalità a 12 anni, a scuola per penitenza ci fanno fare una corsa intorno ai campi di calcio e lì mi accorgo del talento. Da quel momento è iniziato il mio trasferimento dal calcio alla corsa e i risultati ottenuti velocemente da bambino mi hanno aiutato a proseguire nel percorso. All'età di 19 anni entro in nazionale, come promessa dell'atletica italiana. Essendo di origine contadina, avevo bisogno di certezze e, siccome ero capace anche come geometra, decido di lavorare e di allenarmi.

Arrivi a 24 anni. Sei geometra, lavori, sposato...

A 24 anni vado in Puglia a Trani a fare una gara. Rientro in albergo dopo averla vinta e vedo Carlos Lopes vincere l'olimpiade di Los Angeles e lì mi scatta qualcosa in testa e dico: "La prossima olimpiade deve essere la mia!". Torno a casa, ragiono un po' con gli amici della società, lascio il lavoro, mi separo da mia moglie e mi trasferisco al centro Tirrenia per iniziare questa avventura.

Ti presenti da Gigliotti, il preparatore atletico e gli dici?

Avevo capito che dovevo spostare l'asticella dei miei obiettivi più in alto. Per farlo avevo bisogno di una persona che mi accompagnasse, che avesse

la mia stessa fiducia e soprattutto che mi insegnasse un percorso mentale più che fisico. Quindi vado da Gigliotti, un uomo che sapeva come pensare in grande e gli chiedo di farmi diventare il numero uno al mondo. Lui ci ha creduto e insieme abbiamo costruito questo risultato.

Siamo nell'84, tu vincerai l'olimpiade nell'88. Come sono stati quei quattro anni?

Quattro anni possono sembrare tanti ma sono anche pochi. Io ero cosciente che a 29 anni dovevo dimostrare quello che valevo. Quindi in accordo con il mio preparatore ho costruito la mia carriera sull'impegno, sulla fatica, sulla dedizione e soprattutto sulla felicità. La felicità è un aspetto fondamentale nella vita di un atleta. Io ero un po' pazzo, la sera prima di vincere quella medaglia sono andato in discoteca fino alle 2 di notte, avevo bisogno di essere sereno. Di giorno mi allenavo molto duramente, la sera uscivo a divertirmi per ritrovare un po' di vita normale. Questo mi ha permesso di lavorare serenamente e senza stress. Lo stress per un atleta è pericolosissimo perché non ti permette di raggiungere i risultati.

Siamo nell'88, diventi Gelindo Bordin. Che cosa realmente cambia? La pressione, i media?

Tutto cambia un secondo dopo aver tagliato quel traguardo. Cambi in maniera esponenziale e devi iniziare a fare delle scelte importanti. La vita diventa molto veloce e ti si presentano grandi opportunità. A questo punto devi scegliere se continuare a fare il maratoneta o pensare di investire sulla tua persona. L'anno dopo la medaglia ho girato tutto il mondo per sfruttare al meglio il personaggio che ero diventato.

Una vittoria come questa non cambia solo la vita personale ma anche quella dell'atleta, perché passi da inseguitore a primo del mondo. Le attenzioni e le aspettative salgono e se arrivi secondo hai perso. La pressione è diversa, un conto è inseguire e un conto è stare davanti agli altri.

Nel '90 vai a Boston e diventi l'unico olimpionico a vincere questa maratona. Cosa rende così mitica questa competizione e il suo famoso Heartbreak Hill?

Mi innamorò di questa maratona, per il fascino della città e per la sua età.

La Maratona di Boston è nata nel 1897, un anno dopo la prima olimpiade moderna ad Atene. Scopro che nessun campione olimpico fosse mai riuscito a vincerla. Io arrivo da sconosciuto, perché per gli americani se non vinci a casa loro non sei nessuno. Così dopo aver battuto gli atleti africani all'olimpiade, mi sfidano e mi promettono di distruggermi negli ultimi due chilometri. Si mettono d'accordo in sette e fanno una partenza micidiale, correndo i primi 5'000 metri in 14'30". Poi nella fase finale sulle colline inizio a recuperare terreno, fino a superare il leader poco prima dell'Heartbreak Hill e vado a vincere. Vincendo e rompendo la maledizione ho conquistato l'America. Sono uscito in prima pagina sul New York Times, dove difficilmente trovano spazio le notizie sportive.

Arriviamo nel '92, cosa succede?

Nel '92 vado alle Olimpiadi di Barcellona per difendere la medaglia, ma al quinto chilometro cadono in otto atleti e per schivarne uno mi rompo il menisco. Praticamente ho chiuso la mia carriera in quell'olimpiade, perché dopo non sono mai tornato al 100%. Ripensando alla mia carriera e ai risultati ottenuti non ho rimpianti. Forse l'infortunio mi ha aperto una nuova strada.

Si apre la seconda parte della tua vita, entri in Diadora.

Diadora è stata la prima a propormi un contratto di sponsor quando ero solo un ragazzo e i rapporti sono rimasti sempre ottimi. Mi arriva un'offerta chiedendomi se voglio portare la mia esperienza per provare a rilanciare il mondo del running e così inizio questa avventura. Gli atleti che entrano nelle aziende oggi, non possono più limitarsi a fare i testimonial, ma devono portare dei risultati. Io sono entrato facendo un passo indietro di trent'anni e mettendomi in umiltà. Come ho imparato nello sport a crescere, devo imparare anche sul lavoro. Così apprendendo tutto il possibile dai miei colleghi più giovani e meno ho fatto carriera all'interno dell'azienda. Oggi sono direttore del reparto merchandising sport, mi occupo di marketing di prodotto e delle sponsorizzazioni degli atleti e degli eventi.

Tu mi hai detto che la caratteristica che può portare uno sportivo all'interno di un'azienda è la focalizzazione dell'obiettivo.

Sì, penso che gli atleti che hanno fatto sport a grandi livelli abbiano la capacità di rimanere concentrati su un obiettivo senza stress. Quando hai obiettivi inizialmente complicati riesci giorno per giorno ad affrontarli



Gelindo Bordin

Gelindo Bordin (2 Aprile 1959) è campione italiano di maratona, vincitore dell'Oro Olimpico nel 1988. È l'unico atleta maschile ad aver vinto la Maratona di Boston e l'Oro Olimpico nella stessa categoria. Nato a Vicenza, ottiene il suo primo successo ai Campionati Europei del 1986, dove vince la Medaglia d'Oro. Segue la vittoria dell'Oro Olimpico a Seoul nel 1988. Nel 1990 difende con successo il primato alla Maratona Europea vincendo per la seconda volta la Medaglia d'Oro. Decide di ritirarsi subito dopo i Giochi Olimpici del 1992, dopo aver interrotto la gara a causa della rottura del menisco. È stato prima consulente ed oggi **sport marketing director di Diadora**, dove ha approfittato della sua esperienza di atleta per creare i prodotti più competitivi nel settore. È inoltre il principale promotore della Diadora Academy, un vivaio di giovanissimi talenti dell'atletica italiana.

con serenità, grande concentrazione e con leggerezza. La felicità in azienda, specialmente se tieni ritmi molto serrati, è essenziale.

Quindi passi da uomo che corre in solitario a uomo di team.

Quando sono entrato nel mondo del lavoro la cosa più difficile era accettare quello che facevano gli altri all'interno della squadra. Quando lavori in un'azienda non vinci mai da solo. Per un campione che entra in un team, l'umiltà che ha all'inizio lo aiuta a superare degli aspetti particolarmente pesanti.

Poi dopo varie vicissitudini una sera durante una festa aziendale cambi le regole del gioco, soffermandoti sui bambini presenti.

In Italia, continuiamo a dirci che i ragazzini non hanno più voglia di lavorare e fare fatica. La colpa è nostra. Siamo noi che non abbiamo più voglia di seguirli, non li coinvolgiamo e preferiamo dargli il cellulare o il videogiochi per farli stare buoni. Così a una festa aziendale, mi sono inventato dei giochi di atletica per i bambini presenti. Il successo è stato incredibile e i genitori erano increduli. Questo per dimostrare che i ragazzi non sono cambiati, perché l'uomo nasce con la voglia di migliorarsi costantemente. Sarebbe una situazione da implementare già all'interno delle scuole.

L'atletica, lo sport, il ciclismo, il doping.

Il doping è una macchia della società, l'abbiamo creata perché quando intervengono soldi e interessi, chi non è onesto o è circondato da persone poco oneste può rischiare di sbagliare. Secondo me si vince questa battaglia solo ed esclusivamente con grande fermezza. Se ti trovo positivo al doping, sei bandito dallo sport, non hai più chance. Quando rubi una medaglia d'oro a un ragazzo, gli rubi la vita. Non gli porti via solo i soldi che potrebbe guadagnare, ma gli togli anni di preparazione e sacrifici. Dobbiamo cominciare a istruire i ragazzi che il nostro cervello, capace di cose straordinarie, è il doping più grande che esista.

Ho dato il titolo alla serata: "Una vita sempre di corsa". E adesso?

E adesso continuo a correre. Ho fatto circa 60.000 km a piedi, quindi circa 4 volte il giro del mondo, quando facevo l'atleta. Mi sento ancora molto giovane e questo è il mio grande dramma. Sono ancora bisognoso di stimoli e se così non fosse sarei molto preoccupato.

As part of the lectures held at the Società Elettrica Sopracenerina, the Olympic gold at Seoul's Olympics entertained us with an open and delightful interview about achieved goals, mental strength and the projects that keep him young.



Palazzo Sopracenerina

Un palazzo, cento storie

DA CENTO ANNI LA SOCIETÀ ELETTRICA SOPRACENERINA HA LA PROPRIA SEDE ALL'INTERNO DEL PALAZZO STORICO CHE SI AFFACCIA SU PIAZZA GRANDE A LOCARNO. UNA PUBBLICAZIONE CHE NE RIPERCORRE LA STORIA E I CAMBIAMENTI

articolo a cura di Tecla De Bernardi

Quello che da ormai cento anni è considerato il Palazzo della Sopracenerina presenta una storia legata alla politica e all'economia non solo della città di Locarno, ma anche del nostro Cantone. In occasione di questo importante anniversario, le vicende dell'ultimo secolo sono state raccolte in un libro curato dallo storico Nicola Pini che ha effettuato una ricerca approfondita della storia e le trasformazioni del Palazzo, illustrando, in maniera molto curiosa e accessibile a chiunque, la sua evoluzione e quella della società.

Ne è nato così un interessante excursus che ha ripercorso le diverse epoche tracciando paralleli fra la cronaca storica e le vicissitudini della costruzione, soprattutto prima che diventasse di proprietà della SES.

Si parte dall'estate del 1837 quando alcune ricche famiglie locarnesi decisero di realizzare, in tempi brevissimi e con fondi propri, l'importante edificio che doveva servire anche e soprattutto quale sede del Governo e del Parlamento cantonali. A quei tempi il nostro Cantone era già famoso per la sua litigiosità, tanto che la capitale era itinerante, stanziando 6 anni a Bellinzona, 6 a Lugano e altrettanti a Locarno. Inizialmente le riunioni si tenevano presso il Convento di San Francesco, ma proprio perché l'ubicazione si rivelò poco adeguata, l'iniziativa privata di imprenditori lungimiranti decise la costruzione dell'importante Palazzo che sarebbe poi stato affittato alle Autorità cantonali.

Il Palazzo accolse le riunioni governative ancora sino al 1881, quando in base a una decisione del Gran Consiglio, Bellinzona fu designata capitale unica e definitiva. Ha quindi inizio la fase successiva che chiamiamo epoca

bancaria: la proprietà passò nel 1893 al Credito Ticinese, fondato qualche anno prima a Locarno. L'inizio del secolo scorso vede però un periodo (tra il 1905 e il 1914) di crisi profonda del settore bancario ticinese e svizzero. Difficoltà importanti che portarono al fallimento dell'istituto bancario. Nel 1915 le attività e la sede furono rilevate dalla Banca Svizzera America che offrì il Palazzo al Comune di Locarno per un prezzo di favore.

L'acquisto non andò in porto per la mancanza di un solo voto che formasse la maggioranza necessaria per lo stanziamento dei crediti occorrenti. Fu così che nel 1917, grazie alla risolutezza di Giovanni Pedrazzini, che la Società Elettrica Locarnese (fondata nel 1903) procedette all'acquisizione del Palazzo per farne la propria sede. La proprietà rimase di un ente locale che in questo secolo si adoperò per garantire continue migliorie e una cura costante al nobile edificio.

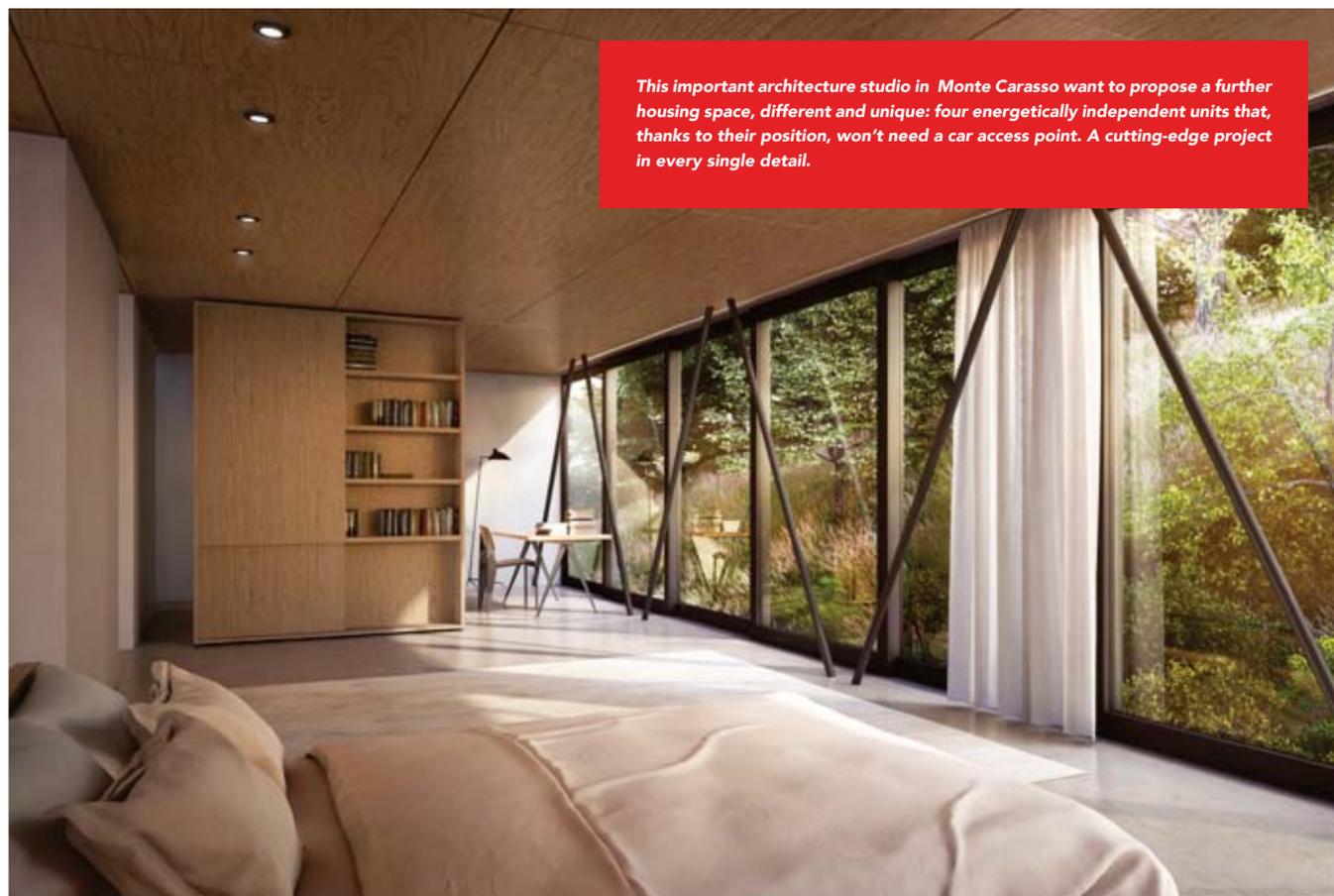
Il libro illustra poi le diverse evoluzioni del Palazzo durante gli ultimi cento anni. Le evoluzioni architettoniche, sempre nel rispetto degli originali, che gli hanno permesso di essere un posto di lavoro, ma anche di aggregazione. Un edificio che per tutti i Locarnesi, e non solo, costituisce da anni un punto di riferimento della vita cittadina, sede del Festival del Film, luogo appartato per gli artisti di fama mondiale di Moon & Stars, ma anche salotto della cittadina in cui vengono organizzati incontri, mostre, concerti, dibattiti, presentazioni e momenti per stare insieme.

Il 7 settembre 2017 Nicola Pini, autore del libro, ha presentato la sua ricerca nel quadro del ciclo di SES Incontri, nel Salone del primo piano con una frizzante conferenza e sotto l'occhio attento di autorità ed ex direttori dell'azienda elettrica.



The history of the «Palazzo della Sopracenerina» is indissolubly connected with the one of our Canton's politics and economics. These episodes are narrated in the book edited by Nicola Pini, who has thoroughly investigated the turn of events and their several changes.





This important architecture studio in Monte Carasso want to propose a further housing space, different and unique: four energetically independent units that, thanks to their position, won't need a car access point. A cutting-edge project in every single detail.



A different living

VIVERE SECONDO UNA VISIONE DI VITA DIFFERENTE, ATTENTI ALL'AMBIENTE, UTILIZZANDO LE MIGLIORI TECNOLOGIE E A DUE PASSI DAL CENTRO CITTADINO

articolo a cura di Tecla De Bernardi

Lo studio degli Architetti Guidotti non si occupa solo della progettazione di case, o della loro ristrutturazione, pone anche la massima attenzione al territorio e alle dinamiche che circondano ciascun progetto. La loro vuole essere una visione, la creazione di un'impronta nel contesto abitativo, con costruzioni che vengano riconosciute senza però mai essere uno sterile esercizio creativo.

Su queste basi nasce il progetto D-Vision: a different Vision to live, perché la proposta immobiliare è davvero diversa e unica. **L'oggetto nascerà a Daro e coniuga, in un approccio nuovo per le nostre latitudini, la relazione fra uomo e natura, una nuova visione rispettosa degli equilibri ecologici.** Il disegno architettonico delle quattro unità abitative singole e singolari che compongono il progetto è marcato e accogliente nel contempo e vuole rispecchiare uno stile di vita coraggioso per i tempi, visionario per il futuro.

Luce e spazio che a Daro, quartiere di Bellinzona, possono essere sfruttati grazie alla sua posizione. E da quest'accezione nasce una delle peculiarità del progetto: le case saranno completamente autonome energeticamente. Per la prima volta sarà possibile una totale integrazione dei sistemi di fornitura energetici senza collegamento alla rete cittadina, creando la vera indipendenza del consumatore.

Le quattro case singole trarranno dalla natura la loro energia migliore. L'applicazione della domotica gestirà l'uso efficiente e intelligente delle risorse energetiche autoprodotte per evitare gli sprechi e ottimizzare i consumi.

Un'ulteriore peculiarità è senz'altro la concezione della mobilità: le unità abitative non sono accessibili in automobile. Camminare è fonte di vita e salute. Muoversi rende l'esistenza migliore e D-Vision ha tutto vicino: il centro di Bellinzona, i servizi di ogni genere che permettono una gestione del tempo personale sempre a misura d'uomo. La stazione è a pochi passi rendendo possibile e vivibile un mondo meno dipendente dall'automobile.

All'interno delle abitazioni viene proposto il 100% di flessibilità garantita grazie a pareti che permettono la personalizzazione di ogni appartamento. Combinazioni per ogni esigenza che spaziano dall'open space alla suddivisione in sei locali con soluzioni modificabili a seconda dei cambiamenti nel corso della vita.

Quale agenzia siamo molto onorati d'aver visto nascere un progetto tanto innovativo e avere imparato da questo importante studio quanto l'architettura debba essere avanti con i tempi e fungere da faro senza alcun esibizionismo.



CPHI Worldwide: per Munit un appuntamento consolidato

JETPHARMA E MICROCHEM, RAPPRESENTATI A FRANCOFORTE DALLA FIEREZZA E DALLA POTENZA DEL CERVINO, ACCOLGONO I PROPRI OSPITI SULLO STAND

articolo a cura di Tecla De Bernardi

La fiera CPHI Worldwide è diventata un appuntamento irrinunciabile per tutte quelle aziende farmaceutiche che hanno un ruolo di preminenza sul mercato mondiale. È altresì l'occasione per incontrare la clientela, una vetrina per farsi conoscere e accogliere nuovi interessati.

Da anni Jetpharma e Microchem partecipano attivamente a questa importante fiera, presentandosi con stand tecnologicamente all'avanguardia pur nella sobrietà, ma che hanno come principale obiettivo l'accoglienza dell'ospite (conosciuto o al primo contatto) offrendo un clima di convivialità e rilassatezza. Per la scorsa edizione della fiera, che si è tenuta nuovamente a Francoforte, MUnit ha sentito il bisogno di esplicitare i punti fondanti della propria strategia aziendale e che oggi la rendono la società di consulenza nell'ambito della micronizzazione, unica nel suo genere.

Essere un player mondiale, ma con un management al fronte che fa capo alla famiglia fondatrice che da 40 anni ormai è un punto di riferimento in questo settore di attività, è senz'altro sia una peculiarità, ma anche una certezza in un mondo dove le principali pedine cambiano campo e si muovono con grande facilità.

Anche quest'anno l'immagine generale è stata sobria, sempre nei colori aziendali, ma puntando sulla forza di una montagna simbolo della Svizzera:

il Cervino. Montagna riconosciuta e riconoscibile ovunque rappresentata sia sulle pareti dello stand che su quattro monitor al led di ultimissima generazione che hanno subito contraddistinto lo stand.

Il Cervino incarna in maniera schietta quanto rappresentato da MUnit: un simbolo della Svizzera, ma presente in parte anche in Italia (Jetpharma e Microchem), la solidità, la certezza, l'indipendenza. Quest'ultima è l'atout fondamentale per assicurare alla clientela, nuova e storica, la giusta confidenzialità e assoluta fiducia che sta alla base di ogni rapporto di collaborazione che possa durare negli anni.

Sugli schermi sono passati filmati in bianco e nero, impattanti e non invasivi nonostante le grandi dimensioni che in maniera onirica rappresentano la cultura aziendale e l'essenza di MUnit. Immagini che rappresentano obiettivi raggiunti in maniera epica, ma sempre un passo dopo l'altro, in maniera ponderata e senza prendere scorciatoie. Una serietà che permette di mettere in sicurezza un risultato raggiunto dopo l'altro. Anche quest'anno grande spazio all'accoglienza con zone accessibili a tutti grazie alle dimensioni importanti del bancone e ai tavolini, ma anche aree un po' più riservate dove potere fare riunioni.

Il prossimo appuntamento è già in programma per ottobre 2018 a Madrid.

A corporate colours-designed stand exuding a sober general impression, but relying on the strength of a mountain that is the symbol of Switzerland: the Matterhorn. A mountain known and recognisable everywhere, both on the stand's walls and on the four state-of-the art Led monitors that have immediately distinguished the stand. During the Frankfurt Fair, the new brochure was presented, a reimagining of the previous slipcase using the corporate Munit grey as the dominant colour and the blue as a contrast, minimal graphics and accuracy in the selection of the printing techniques.

Una brochure per tre

MUNIT, JETPHARMA E MICROCHEM SI RACCONTANO NELLA NUOVA BROCHURE PRESENTATA IN OCCASIONE DEL CPHI DI FRANCOFORTE

articolo a cura di Eleonora Piffaretti

Blu, grigio e giallo: tre colori che disegnano il nuovo cofanetto Munit, si mescolano con i loro contrasti per rappresentare i volti di tre aziende distinte, ma con un unico denominatore comune, la famiglia Martinoli. Tre in uno, un unico prodotto che unisce tre singole brochure. Aprendo il cofanetto si trova il fascicolo dedicato ai volti di chi ha saputo costruire nel tempo due solide realtà della micronizzazione come Jetpharma e Microchem. A queste sono rivolte le altre due brochure: sequenze di fotografie appositamente realizzate e testi che spiegano tutto il potenziale racchiuso in queste due aziende. A far da sigillo a tutto il cofanetto, vi è una fascia in carta traslucida dove vengono evidenziati i capisaldi delle tre

realtà, attraverso il gioco grafico utilizzato anche per lo stand, un percorso alpino suddiviso in quattro tappe che altro non sono che i valori principali sostenuti da Munit, Jetpharma e Microchem.

Un prodotto tipografico di alto livello, dove la scelta dei materiali e delle tecniche di stampa hanno permesso di esaltare la grafica minimale e pulita da sempre voluta dal cliente. Colori pieni e fotografie al vivo si alternano a pagine testuali dove titoli e testi si muovono in un sottile equilibrio tra lievità e pesantezza nella scelta dei caratteri tipografici.



Centro di formazione del settore orologiero

**STARE AL PASSO CON I TEMPI
SIGNIFICA ANCHE INVESTIRE NELLA
FORMAZIONE CONTINUA**

articolo a cura di Paolo Spalluto

Spesso la lamentela corrente che si sente in giro parla di un Canton Ticino in difficoltà, che fatica a reagire ai venti della globalizzazione e via di questo passo. Questa fotografia non corrisponde per nulla alla realtà: basta scorrere ad esempio l'elenco dei soci di AITI, l'associazione mantello delle industrie ticinesi, per rendersi rapidamente conto che siano molte le aziende nel nostro cantone che acquisiscono posizioni di leadership spesso anche in campo mondiale.

A questa retorica possiamo aggiungere pure quella di pensare al nostro distretto non come luogo deputato alla produzione orologiera, vanto svizzero per eccellenza: anche in questo caso i fatti stanno diversamente e la nascita qualche tempo fa di ATIO (Associazione Ticinese Industrie Orologiere) è la conferma dell'esatto contrario. **Quasi 7000 collaboratori producono giornalmente casse, bracciali, fermagli, movimenti e altro per poi portarli sui mercati mondiali, con crescente successo e numero di impieghi.** La formazione quindi è divenuta - come in molti altri settori - fattore chiave del successo e in tale ambito ben si inserisce la inaugurazione a Giubiasco del Centro di Formazione Orologiera, propugnato da ATIO e dalle istituzioni del Cantone tutto. L'idea che sta alla base è quella di formare e dunque specializzare il personale delle industrie, in un percorso di crescita personale, ma di conseguenza anche della piazza del settore.

La sfida che da sempre la Svizzera e con lei il Ticino hanno vinto risiede nella specializzazione e nella qualità: due temi imprescindibili ancor più oggi, stretti in una concorrenza planetaria che giustifica le scelte verso il mercato elvetico proprio per le ragioni suddette. Come agenzia abbiamo curato tutta l'immagine grafica del CFO dal sito ai materiali didattici, dalla formularistica alle schede.

In Ticino, nearly 7,000 collaborators daily manufacture cases, straps, buckles, movement parts for the world markets. Thus, the continuous training is the real key to success.

Santoni

La capsule 144RC

**LA NUOVA SERIE LIMITATA DELLA CASA ITALIANA
DEDICATA AL PILOTA RUDOLF CARACCIOLA**

articolo a cura di Alessandra Fiume

Abbiamo seguito lo sviluppo di questa "limited edition" lavorando insieme all'Atelier Hans Ulrich Scholpp, da un punto di vista concettuale, grafico e di immagine, andando inoltre a personalizzare la homepage e una landing page dedicata del sito ufficiale del brand di moda. Questa capsule di prodotti è stata realizzata in stretta collaborazione da Santoni e la Rudolf Caracciola Service. **La capsule "Santoni for Rudolf Caracciola" è anche la prima a presentare il nuovo logo 144RC, marchio ispirato dal numero di vittorie ottenute nell'arco della sua carriera da Rudolf Caracciola.** La vita di Rudolf Caracciola fu un susseguirsi di successi a partire da quando, a soli 25 anni, vinse il suo primo Gran Premio di Germania a Berlino sul circuito dell'Avus, davanti a 230 mila spettatori.

Il primo prodotto è una francesina 5 fori con personalizzazione Rudolf Caracciola sul soletto. La raffinata lavorazione Blake Rapid, totalmente artigianale, completa l'attitudine elegante per uno stile autentico. La sneaker bassa, con tomaia realizzata interamente in pelle anticata nei toni del marrone, è impreziosita dal logo dorato e dai lacci a contrasto. La suola in gomma con profilo a cassetta caratterizza un modello dal tono originale.

Completano la collezione uno zaino e un porta documenti da viaggio. Il primo, di gusto classico, è totalmente in pelle anticata nelle tonalità del marrone e si caratterizza per il profilo arrotondato, completamente destrutturato per la massima flessibilità, con maxi tasca frontale munita di zip e bretelle rigorosamente rivestite in pelle coordinata. Il secondo si presenta in pregiata pelle anticata nelle tonalità del marrone, con pratici scomparti interni e la chiusura con bottone.

La serie limitata è stata esposta in anteprima mondiale nella boutique Santoni di Milano, Via Monte Napoleone.

In close cooperation with Santoni, we have carried out the conceptual, graphic and image development of the limited series dedicated to Rudolf Caracciola. A capsule that has presented the new 144RC logo, a brand inspired to the number of victories achieved by the great driver in his career.



Esperienze nella vita di tutti i giorni

È ONLINE IL NUOVO SITO DE LA FONDAZIONE LA FONTE

articolo a cura di Niccolò Meroni

Nata nel 1980, la Fondazione La Fonte offre esperienze capaci di ispirare fiducia, relazioni, piacere, intuizioni nella vita di tutti i giorni di persone con disabilità, considerando essenziali alcuni principi fondamentali quali il rispetto della loro dignità, dei loro desideri e della loro libertà nelle scelte di vita. Con i suoi progetti differenziati e modulati, la Fondazione La Fonte facilita l'acquisizione di interessanti, piacevoli e variegate esperienze nella vita quotidiana.

Esperienze che rinforzino l'autostima delle persone con disabilità, la loro autonomia e autodeterminazione, il loro senso di responsabilità, le loro relazionali sociali e un individuale processo d'apprendimento. La cura del rispetto e della fiducia nelle relazioni diventa così di primaria rilevanza. La Fondazione sviluppa e offre servizi efficaci, professionali, agili e finanziariamente sostenibili attraverso il lavoro di un team altamente qualificato che porta così un contributo significativo al livello di qualità di vita e al benessere sociale, culturale e civile nelle regioni nella quale è presente.

L'obiettivo del nostro mandato era quello di realizzare un sito web dinamico e capace di rispettare tutti i canoni contemporanei del mondo web, ma soprattutto un sito "vivo", che attraverso colori, fotografie, testi in continuo aggiornamento possa dimostrare con forza e impatto quanto la Fondazione fa per i suoi utenti e le loro famiglie. Le fotografie, realizzate da Stefano Mussio, sono il cuore centrale del progetto. Immagini capaci di dimostrare la vera essenza del lavoro della Fondazione La Fonte e il coinvolgimento dei propri utenti all'interno delle dinamiche della vita che tutti i giorni devono affrontare. Insieme alla

Fondazione abbiamo ricostruito i contenuti fondamentali del sito rendendolo maggiormente fruibile e diretto, presentando i servizi, le strutture e i dati essenziali, così come tutti gli interessanti progetti che la Fondazione La Fonte offre a terzi per sostenersi. **La semplicità del motore CMS permette agli addetti della Fondazione di poter aggiornare rapidamente il sito, mantenendolo al passo con le attività realizzate.**

La Fonte sviluppa differenziati ambienti di lavoro, adattandoli agli interessi, risorse e disabilità degli utenti. Persone con un handicap più severo lavorano nel Centro diurno (Fonte 1) o negli atelier interni alle case con occupazione (Fonte 3), persone con maggiori risorse lavorative sono attive nell'Azienda agricola protetta di Vaglio (Fonte 4), nei Laboratori protetti ad Agno (Fonte 2) o nei laboratori di panetteria-pasticceria e falegnameria (Fonte 7 e Fonte 4). Persone che apprezzano il contatto diretto con la clientela lavorano in diverse strutture, quali lo snack bar con negozio a Lugano, il Café-SUPSI di Manno (Fonte 7), il Negoziotto a Sala Capriasca (Fonte 4) o il servizio catering. Alcuni utenti vengono accompagnati dagli operatori nella loro attività professionale presso ditte esterne, altri frequentano una formazione professionale pratica (CFP) o usufruiscono di misure di accertamento o reinserimento professionale. Insieme a persone con disabilità la Fondazione La Fonte realizza poi prodotti e servizi per la vita di tutti i giorni: un lavoro utile alla gente e che contribuisce a farla sentire bene.

Potete trovare tutte queste e molte altre informazioni su la Fondazione La Fonte all'indirizzo web www.lafonte.ch

A dynamic website, faithful to the contemporary standards of the web world, but which through a regular updating in terms of colours, pictures and texts can prove with how much energy the Fondazione La Fonte provides its users and their families.

We have redesigned the fundamental contents, making them more accessible.



Accetta il consiglio

UNO STAND AD ARTECASA E UNA MINI BROCHURE PER SPIEGARE COME PRODURRE MOBILI DI QUALITÀ

articolo a cura di Eleonora Piffaretti

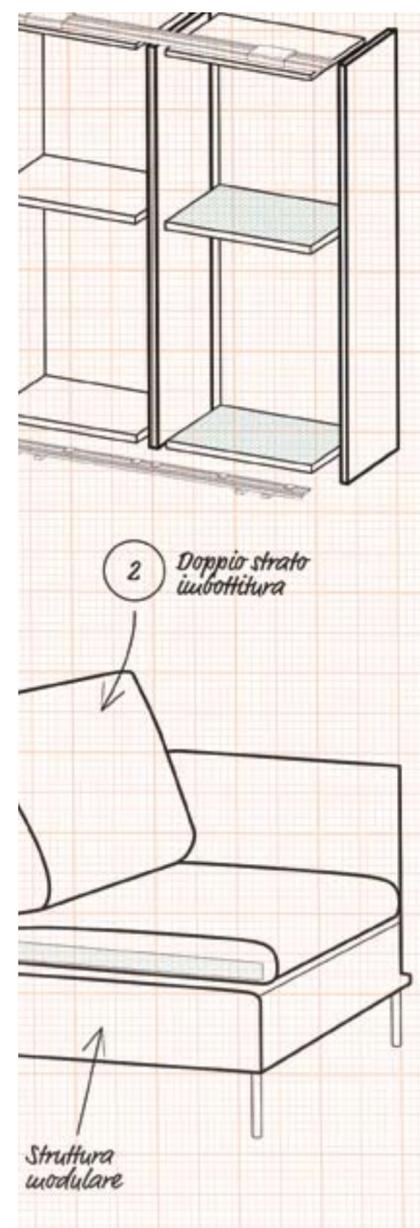
Si parla spesso di qualità, acclamata, urlata, a volte usata solo per attirare l'attenzione o per convincere un consumatore ormai assuefatto da questa parola. Ma come si rispetta questa "Qualità"? Come si costruisce un prodotto che onori i canoni di una così alta virtù?

Insieme a Mercolli Cucine abbiamo realizzato uno stand ad Artecasa e una brochure dove vengono spiegati **alcuni di quei parametri strutturali e specifiche tecniche in grado di garantire un prodotto di qualità.** Dalla progettazione di una cucina alla realizzazione di una libreria, dalla ideazione di un divano, alla messa in produzione di un letto: ogni mobile risponde a una serie di regole costruttive che non possono essere ignorate ai fini di ottenere un oggetto bello e in grado di resistere all'usura del tempo. Lo slogan scelto per questa operazione di comunicazione è "Accetta un consiglio": nessuna pretesa di superbia o smorfie esibizionistiche, solo qualche dritta da chi costruisce cucine da una vita.

Mercolli Cucine oltre a dedicarsi alla progettazione di "cucine" appunto, è oggi orientata anche allo sviluppo di altre tipologie di mobili, siano essi per la sala o per la camera, arredi per abitazioni private o soluzioni per ufficio. Mercolli dopo diversi anni di servizio fra le molte complessità che possono sorgere nella progettazione di una cucina, trasferisce tutto il suo know-how nel resto della casa.

Così i visitatori di Artecasa a Lugano, hanno potuto toccare con mano i mobili realizzati appositamente per questo stand, un appartamento vero e proprio dove cucina, divano, armadio, letto e libreria erano accompagnati da una serie di brevi consigli su come scegliere i materiali migliori e progettare strutture intelligenti. Ai visitatori veniva poi regalata una matita e un quaderno con le pagine millimetriche, un invito a liberare la creatività mettendo in pratica i buoni consigli che Mercolli Cucine ha voluto mettere a disposizione dei propri clienti.

For Mercolli Cucine, experience is the crucial starting point in the designing of furniture and decoration. Thus, they wanted to carry out a small campaign to offer some suggestions to their customers and to guide them towards a quality choice.



mercollicucine

La forma federale di governo alla prova del tempo

UNA CONFERENZA A TEMA POLITICO CON IL PROFESSOR LUIGI MARCO BASSANI NELL'AMBITO DI SES INCONTRI

articolo a cura di Paolo Spalluto

Si è tenuto qualche tempo fa nella sala della Sopracenerina un interessante incontro con il professor Luigi Marco Bassani, personaggio certamente eclettico, con doppia nazionalità italiana e statunitense, profondo e conclamato conoscitore della realtà costituzionale e federale degli Stati Uniti, che proprio in questi tempi in conseguenza dell'elezione di Donald Trump sono spesso all'ordine del giorno.

I temi affrontati sono stati molti e certamente hanno provocato discussione con la platea per la innovatività del pensiero ed anche per un certo gusto della provocazione intellettuale che appartiene a questo docente di prestigio dalle idee certo non convenzionali.

Dapprima si è comparato come e quanto la nascita dello stato federale americano avesse tratto ampiamente spunto e indicazione dalla legislazione e organizzazione elvetica, rendendo al tempo i paesi spesso simili, vicini e coesi. Questo almeno sino allo scoppio della Seconda Guerra Mondiale. Già questo assioma ha generato interesse se pensiamo alle recenti diatribe e interazioni infelici che il nostro paese ha dovuto intrattenere con gli USA. Alcune parole a difesa del concetto di stato federale: "Ricordatevi sempre che quando vi dicono che lo Stato moderno sia necessario per governare la complessità, per favore cominciate a ridere, perché in verità lo Stato moderno è la soluzione più semplice dal punto di vista per governare e comandare, sul piano politico. Un modo di rendersi sovrani sull'individuo. Al contrario un sistema federale è quello che tende a replicare la complessità vera della società con un numero maggiore di governi sul territorio, giurisdizioni spesso in concorrenza tra loro per garantirsi lealtà e prestazione. Un esempio? **Stati Uniti e Svizzera hanno il più basso tasso di evasione fiscale mondiale grazie al fatto che in questi paesi la pressione fiscale sia un terzo della media ad esempio europea e inoltre i cittadini di questi due stati hanno la sensazione che in generale i soldi siano spesi per loro**".

Sempre nel viaggio attraverso i punti di comunanza tra due stati federali così di successo, il prof. Bassani ha parlato di un tema scabroso come quello delle armi e del fatto di poterle tenere a casa. "Un punto comune è quello del disarmo della popolazione, USA e Svizzera non accettano che possa essere solo lo Stato ad avere il monopolio della forza e che possa

arbitrariamente dire chi possa usare le armi o meno. La propaganda americana descrive una situazione che per numeri reali non è quella descritta, perché sono sei le aree difficili come New Orleans, Detroit, Chicago e poche altre e conoscete ad esempio il crollo della criminalità a New York, mentre nel complesso la delinquenza è inferiore di molto alla quota europea e nelle aree che ho descritto il controllo legale delle armi è più severo che in Europa, ma certo non è facile da scrivere e nemmeno parlarne, molto impopolare insomma. Ecco ancora una volta USA e Svizzera reputano i propri cittadini maturi a sufficienza per potersi gestire le armi a casa, senza atteggiamenti paternalisti".

Nel corso della conferenza è stato lungamente dibattuto il deciso sentimento di accerchiamento arrogante da parte dell'Europa alla Svizzera. Un passaggio illuminante: "L'Unione Europea oggi oggettivamente accerchia la Svizzera, paese che si sente di fatto in debolezza anche di scelte politiche forti e difensive dell'indipendenza storica del paese, che in poco più di otto milioni di abitanti è oggi l'ultimo baluardo della vera gloria di un senso federale dell'Europa. In pratica se vogliamo rifletterci la Svizzera è l'Europa che avevamo sognato, meno le guerre e lo Stato moderno centralista, ossia gli accadimenti peggiori della recente storia europea. **La Svizzera è una spina nel fianco, essa rappresenta un'Utopia Positiva rispetto all'Europa burocratico centralista**, ma soprattutto terribilmente simile all'Europa del '500 e un'area dove la ricerca del consenso e delle soluzioni mediate ha ancora felice prevalenza."

Un lungo applauso ha salutato questo finale.

Luigi Marco Bassani (Chicago, 1963) è professore ordinario di Storia delle dottrine politiche all'Università di Milano e tiene corsi sul pensiero politico presso l'Istituto di Studi filosofici di Lugano. I suoi interessi di ricerca riguardano principalmente il pensiero politico americano dalla Rivoluzione alla Guerra Civile, il liberalismo classico, la storiografia machiavelliana e la filosofia sociale della Scuola austriaca. Autore di svariati volumi sul pensiero politico.

Some time ago, at the Palazzo della Sopracenerina, an interesting meeting was held with Professor Bassani, an Italian-American eclectic character, a deep and renowned expert of the federal and constitutional reality of the United States that, especially in this period, after Donald Trump's election, is often on the agenda.

Automotive che passione

a cura di Paolo Spalluto

La passione a volte sa guidare le scelte in modo inconsapevole. Per me comincia con le ginocchia arrossate sulla moquette ruvida di casa mia, con i modellini della Solido, su tutte una Ferrari Daytona Pozzi. Lanciate tra bordi fatti di matite e biro, lungo piste immaginarie. In casa un nonno che parlava sempre e solo di Alfa Romeo e di corse, idem lo zio e il cugino. Humus perfetto per prendere la "malattia".

Oggi a 56 anni e dopo molte esperienze nel campo della comunicazione in generale, sto orientando i miei mandati sempre più spesso in uno stretto legame tra Automotive, automobilismo classico, corse e via discorrendo. Ancora più affascinante in un momento nel quale l'irrompente - e furba - avanzata dell'auto elettrica sta ridisegnando tutto il settore.

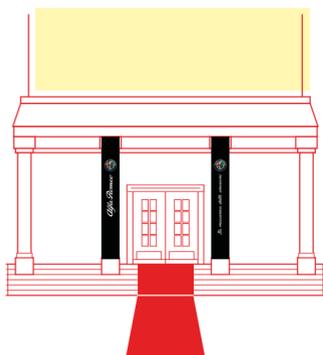
Ci occupiamo oggi di supporto nel lancio di veicoli specie per i media, eventi automotive per marche, raduni di regolarità per auto classiche, eventi one-off in molti luoghi del mondo che vogliono usare l'auto quale elemento di richiamo.

Nei prossimi anni sul nostro giornale dell'agenzia assisterete a una crescita di questa tematica, da me voluta e prima di tutto molto amata.



primo giorno / ore

16.00 Arrivo dei giornalisti



MATERIALE ALLESTITO:

- Bandiere all'ingresso del Kulm Hotel di St. Moritz
- Desk dedicato all'interno della Hall
- Badge
- Lettera di benvenuto
- Luggage Tag

primo giorno / ore

20.00 Cocktail e cena



MATERIALE ALLESTITO:

- Manifesti all'entrata del Kulm Country Club
- Menu
- Cavalieri

secondo giorno / ore

08.00 Test Drive

MATERIALE ALLESTITO:

- Sacchetto omaggio
- Totem per sala allestita a Livigno
- Schede tecniche vetture

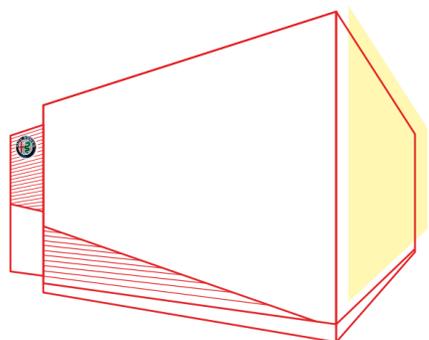


primo giorno / ore

18.00 Conferenza stampa

MATERIALE ALLESTITO:

- Decorazione Stelvio Box (17 x 20 metri di base e 7 metri d'altezza, al cui interno si trovava un video led di 14x4 metri)



POST SCRIPTUM



Dietro le quinte di un Media Drive

LA SFIDA DI ORGANIZZARE L'INTERNATIONAL MEDIA DRIVE DI ALFA ROMEO STELVIO A ST. MORITZ

articolo a cura di Niccolò Meroni

Alfa Romeo ha creato fin dalle sue origini modelli capaci di cambiare il modo di guidare e amare le auto, capolavori di design e ingegneria Made in Italy, che continuano a essere ammirati e imitati in tutto il mondo. Dopo 108 anni di storia viene data vita a un SUV dalle forme senza precedenti.

Per il primo Sport Utility Vehicle della storia del marchio Alfa Romeo, abbiamo accompagnato la stampa alla scoperta del nuovo Stelvio.

Alfa Romeo ha incaricato la nostra agenzia di ideare, produrre e curare l'immagine e il supporto al coordinamento di tutte le fasi dell'International Media Drive, che ha visto partire dal cuore di St. Moritz la prima prova su strada dedicata ai media. Un evento che ha coinvolto per due settimane trecento giornalisti provenienti da tutto il mondo, che hanno così avuto modo di immergersi nel marchio Alfa Romeo, nello charme e nello stile di St. Moritz. Spirito latino e organizzazione svizzera. Un viaggio trascorso a fianco di Alfa Romeo per ribadire ancora una volta i propri valori, ponendo l'uomo e le sue emozioni al centro di ogni progetto.

I giornalisti venivano accolti al loro arrivo a St. Moritz presso un ingresso dedicato del Kulm Hotel, marchiato Alfa Romeo, in modo da esaltare gli stilemi classici del brand integrandosi al meglio con l'architettura dell'albergo. Un desk appositamente realizzato all'interno di una hall dedicata del Kulm Hotel di St. Moritz permetteva alle hostess di consegnare facilmente ai partecipanti il kit di benvenuto, comprendente un badge, una lettera di saluto con programma allegato e un luggage tag personalizzato con l'immagine simbolo del nuovo SUV di Alfa Romeo: i tornanti del passo dello Stelvio.

La presentazione della vettura si è svolta in un ambiente progettato ad hoc e costruito utilizzando materiali premium di 17 per 20 metri di base e 7 metri di altezza. Al suo interno una grande superficie video, di 14 metri per 4,

si apriva come una finestra affacciata sul Passo dello Stelvio. I giornalisti si trovavano così al centro della scena che esaltava l'emozione di guida e di massime performance, in perfetta coerenza con lo spirito del brand.

Dopo la presentazione, gli ospiti venivano accolti per un aperitivo e per il gala dinner al Kulm Country Club, nuova struttura dell'albergo, rinnovata e ampliata grazie all'intervento di Sir Norman Foster.

I bellissimi ambienti del Kulm Country Club sono stati integrati con piccole personalizzazioni legate al brand Alfa Romeo, come i modellini di auto storiche del marchio all'interno delle vetrine della struttura. Il menù della cena e i cavalieri segna posto completavano la personalizzazione dei tavoli. **Il tutto veniva esaltato dalla scenografica presenza illuminata delle vetture, all'esterno della struttura, come avvolte da una montagna di neve realizzata per l'occasione.**

Il mattino del secondo giorno i giornalisti si sedevano all'interno delle vetture per affrontare il primo e reale test drive per conoscere al meglio la nuova Alfa Romeo Stelvio, in un percorso snodato tra Svizzera e Italia, con passaggio appositamente organizzato nella galleria Munt La Schera. Gli invitati hanno potuto così conoscere e scoprire tutte le caratteristiche del primo SUV di Alfa Romeo.

A metà del test drive i giornalisti avevano la possibilità di scoprire i dettagli tecnici e di design della vettura con gli esperti del marchio, all'interno di una sala allestita in una location nei pressi di Livigno. Al termine dei quasi 200 Km di Test Drive, gli invitati tornavano al Kulm Country Club per un light lunch con dibattito tecnico insieme agli esperti del brand, per poi ripartire alla volta delle loro nazioni di appartenenza.

Quella dell'organizzazione dell'International Media Drive di Alfa Romeo Stelvio è stata una sfida affascinante e stimolante di cui siamo molto orgogliosi.

For Alfa Romeo's first SUV, we have guided the media to the discovery of the new Stelvio, designing and looking after every single detail of the image and coordination of the International Media Drive.



Passione Engadina e i 70 anni di Ferrari

L'EDIZIONE 2017 HA FESTEGGIATO IL COMPLEANNO DEL CAVALLINO RAMPANTE CON GRANDI NOVITÀ

articolo a cura di Nicolò Meroni

Passione Engadina nasce nel 2012 con l'obiettivo di portare a St. Moritz e in Engadina il bello dell'italianità, per tradizione, gusto e stile con sole auto storiche prodotte in Italia. Ogni anno è dedicato ad un marchio italiano del mondo automobilistico e dopo Maserati, Lamborghini, Ferrari e Alfa Romeo, Ferrari ritorna nell'anno del suo 70 anniversario. Proprio per questo importante evento dell'automobilismo mondiale, **per la prima volta Passione Engadina ha presentato due raduni, uno chiamato Classic** (18-20 agosto, la tradizionale Passione Engadina, con automobili italiane di qualsiasi marca fino al 1980) **e il secondo chiamato Tribute** (25-27 agosto con i modelli fabbricati da Ferrari dal 1° gennaio 1981 al giugno 2017).

Il primo weekend, il raduno Classic ha mantenuto le promesse di sempre: una gara di regolarità che concede ai propri partecipanti anche tempo per parlare e conoscersi, vivere cene speciali, relax e molti momenti di condivisione. Lo Julius Baer Rally ha accompagnato gli equipaggi per circa 200Km tra Svizzera e Italia, in un'intera giornata dedicata al piacere della guida con splendidi panorami mozzafiato nella cornice delle Alpi. La St. Moritz Challenge Cup, suddivisa in due giornate e dedicata all'adrenalina della velocità ha visto i piloti contendersi la coppa che permette di tornare a St. Moritz, ospite dell'organizzazione, nell'edizione successiva. Entrambe le competizioni hanno avuto come mattatore Ottaviano Checchi in coppia con il figlio Matteo a bordo di una Maserati Indy del 1970 (no. di gara 41). Checchi si era già aggiudicato la classifica generale del rally nel 2013 e la Challenge Cup nel 2014.

Ed infine il concorso d'Eleganza "Luigino Della Santa" a votazione popo-

lare che quest'anno ha visto le auto esposte domenica 20 agosto dalle ore 10.30 nel parco antistante il nuovissimo Kulm Country Club.

La tre giorni di Passione Engadina Tribute ha visto sulle strade engadinesi la produzione Ferrari dal 1981 a oggi che presenta al suo interno alcune icone stilistiche come la 288 GTO, la Ferrari Testarossa, la F40, la F50, la Enzo, la 599 GTO, la F12 Tour De France, modelli capaci di segnare la storia del Cavallino Rampante diventando le classiche "auto da sogno" nell'immaginario collettivo. Venerdì 25 agosto le vetture partecipanti sono state esposte lungo via Serlas, nel centro di St. Moritz, appositamente chiusa al traffico per poi entrare nel video del Kessel Challenge nella giornata di sabato 26 agosto con tre stage di guida composti da alcune prove di regolarità e abilità. La prima fase sulle piste dell'Engadin Airport di Samedan mentre la seconda ha portato i piloti alla base militare di S-Chanf. La terza fase ha permesso agli equipaggi di guidare su un percorso di circa 150km fino a Davos attraverso il passo della Flüela per rientrare in Engadina percorrendo le curve del passo dell'Albula. La domenica mattina le strade engadinesi sono state attraversate da una carovana Rossa scortata dalla Polizia Cantonale e in via eccezionale dalla Polizia Stradale italiana, che come Ferrari compiva 70 anni nel 2017. Le auto, una dietro l'altra hanno percorso il passo del Bernina fino a Poschiavo, ritornando poi a St. Moritz con un circuito cittadino appositamente chiuso al traffico, scortati da una pace car della Polizia locale che dopo tre giri ha portato le vetture al Kulm Country Club dove sono rimaste esposte l'intero pomeriggio per la gioia del pubblico presente.

The 2017 edition of Passione Engadina celebrated the 70th anniversary of the Cavallino Rampante. A second weekend completely dedicated to the Ferrari production from 1981 up to these days with historical icons that, in the collective imagination, have become dream cars.



Grande novità del 2017 di **Passione Engadina** è stata inoltre la mostra **"Ferrari@Passione Engadina"**, realizzata con il supporto dell'ente del turismo di St.Moritz. Un padiglione di 600mq allestito a fianco della nuova struttura del Kulm Country Club in via Maistra, dove dall'11 al 28 agosto sono rimaste esposte alcune delle più belle Ferrari da competizione che hanno fatto la storia del Cavallino Rampante. La mostra, gratuita e aperta al pubblico durante il giorno dalle 10.00 alle 19.00, presentava modelli unici come LaFerrari Aperta, la 599XX, la FXX-K, la 156 F1 campione del mondo con Phil Hill nel 1961 (portata anche in pista all'aeroporto di Samedan guidata dall'intramontabile Arturo Merzario), alcune vetture da gara del Kessel Racing Team e diverse vetture dei marchi del gruppo FCA create in collaborazione con Ferrari come l'Alfa Romeo GP 16C del 1935 Bimotore o la Fiat Dino. Un'esibizione unica nel cuore di St.Moritz per festeggiare i 70 anni di uno dei marchi più amati di sempre.

Dopo aver colorato di rosso St.Moritz e l'Engadina per i 70 anni di Ferrari, **Passione Engadina 2018** sarà invece dedicata a Maserati, che torna per la terza volta come partner dell'evento engadinese. Un weekend unico di motori (24-26 Agosto 2018) con il nuovo percorso dello Julius Baer Rally (St. Moritz - passo dell'Albula - Thusis - Splügen - passo dello Splügen - passo del Maloja - St. Moritz), l'adrenalina e la velocità della St.Moritz Challenge Cup e il Concorso d'Eleganza "Luigino Della Santa" a votazione popolare nella splendida cornice del Kulm Country Club.

Le splendide creste frastagliate delle montagne engadinesi, il fascino immutato di St. Moritz, ospiti, cultura, grande cibo e vini, hotel cinque stelle e una cura maniacale del dettaglio. Momenti speciali e memorabili in un'atmosfera di eleganza e charme, il tutto accomunato da passione e stile.



Julius Bär

Un percorso tra passato presente e futuro

JULIUS BAER E IL MONDO DELLA AUTOMOTIVE, UN VIAGGIO VERSO L'INNOVAZIONE CON LE SOLIDE BASI DELL'HERITAGE

articolo a cura di Niccolò Meroni

Julius Baer è un punto di riferimento nel suo settore, dopo oltre 125 anni di storia con la volontà di essere imprenditoriali e innovativi, dettando il ritmo al private banking mondiale. La linea di continuità tracciata dai valori chiave di Julius Baer - cura, passione ed eccellenza - permette di volgere lo sguardo a un passato costruito su solide fondamenta e a un futuro fatto di innovazioni. Aspirazioni che riflettono l'impegno della Banca a migliorare continuamente a beneficio dei suoi clienti, investitori e dipendenti.

Julius Baer effettua sponsorizzazioni di attività attentamente selezionate capaci di colpire per il dinamismo e l'innovazione, nonché per la consapevolezza della tradizione e l'eccezionale qualità della performance. Concetto nel quale il mondo dell'automotive si rispecchia perfettamente. Julius Baer volge così la sua attenzione a piattaforme di sponsorizzazione con forte attenzione all'heritage così come agli approcci lungimiranti e innovativi. La leggendaria eleganza storica del Concorso di Eleganza di Villa D'este, Passione Caracciola, rally di auto classiche dedicato a uno dei piloti più moderni degli anni 30, Passione Engadina capace di incarnare la storia dell'automobilismo classico nei tempi moderni e il campionato mondiale FIA di Formula E, una visione per il futuro nel

settore dei motori, con il potenziale dell'energia sostenibile e della tecnologia innovativa. **Uno sguardo al passato con la mente rivolta verso il futuro. Questo è il concetto dell'idea di Paolo Spalluto condivisa con il board di Julius Baer, concetto su cui si fonda il video realizzato per promuovere le strategie di sponsorizzazione della banca nel mondo dell'Automotive.** Il progetto miscela una serie di immagini di archivio del mondo dell'Heritage automobilistico, del campionato di Formula E e dei progetti innovativi di BMW, altro partner di Julius Baer. Il tutto viene unito ad uno shooting appositamente realizzato prodotto da Gabriele Spalluto su una sceneggiatura scritta a due mani con Niccolò Meroni. La clip presenta il sorpasso di una BMW i8 di nuovissima generazione ai danni di una splendida Ferrari 275 GTS. Le due auto sono state scelte appositamente nei due colori corporate di Julius Baer, il bianco ed il blu. Il sorpasso tende a indicare l'avanzamento del nuovo a dispetto del vecchio, ma lo sguardo del conducente verso lo specchietto retrovisore, come catturato dalla bellezza e dall'importanza di ciò che rimane indietro, tende a denotare come il lancio verso il futuro possa esserci solo grazie alla forza del passato. Lo stacco e il cambio di ritmo del brano che accompagna il video, appositamente composto da chi vi scrive, lanciano sull'avveniristico mondo della Formula E che è sì futuro, ma anche presente che avanza a grandi passi nell'immaginario collettivo.

Julius Baer condivide con noi l'essere appassionati di quello che facciamo, non solo nel nostro lavoro quotidiano, ma anche nelle nostre partnership. **Il mondo dell'Automotive è uno degli esempi migliori dove la passione si fonde perfettamente con il passato, il presente, il futuro e il video realizzato vuole essere una dimostrazione di tutto questo.**



A video made to promote Julius Baer's sponsoring strategy in the automotive world, bringing together the past, the present and the future.



Passione Caracciola, il mito continua a splendere

**MILANO, L'AUTODROMO DI MONZA E LE ALPI:
EMOZIONI UNICHE NEL RICORDO DI RUDOLF CARACCIOLA**

articolo a cura di Nicolò Meroni

Milano, l'autodromo di Monza, St.Moritz, Arosa e Lugano, passando per il passo del Maloja, il passo della Flüela, Davos e il passo del Lucomagno. Questa è stata la terza edizione di **Passione Caracciola**, il rally di regolarità aperto a auto storiche di ogni marca e modello e dedicato al pilota tedesco Rudolf Caracciola.

Solo 58 equipaggi, come 58 furono gli anni di vita del campione, "sulle strade del mito", con un percorso capace di attraversare luoghi che abbiano un diretto rimando con Caracciola. Un'esperienza unica per ripercorrere la vita storica e personale del grande pilota, un rally di regolarità dedicato al piacere di guidare attraverso luoghi splendidi senza dimenticare quel giusto pizzico di competizione, trattandosi di uno stretto legame con un pilota da corsa. Ma **Passione Caracciola è soprattutto un evento dove vince la voglia di stare insieme, in un'atmosfera legata alla storia delle competizioni motoristiche, al mito delle frecce d'argento e al loro pilota d'eccellenza.** Un evento che si sta imponendo nel settore dei raduni di auto storiche, basti pensare che l'edizione 2017 ha visto un sold out quasi immediato, a poche settimane dall'annuncio del percorso.

Le vetture si sono radunate il 21 giugno nei pressi dell'Editoriale Domus a Rozzano (MI), e subito dopo la carovana ha attraversato il centro di Milano, scortata dalla Polizia Stradale, toccando alcuni dei punti iconici del capoluogo lombardo. Gli equipaggi hanno poi potuto attraversare la città a bordo di tre tram storici arrivando al Duomo per un'esclusiva

visita. La sera, dopo una cena nel "Quadrilatero della Moda", le auto si sono trasferite all'autodromo di Monza, dove la mattina successiva hanno affrontato le prime prove all'interno del parco. La grande emozione è poi stata quella di scendere in pista su uno dei circuiti più iconici del mondo con le proprie vetture e a fianco di piloti professionisti. Rudolf Caracciola a Monza si aggiudicò il Gran Premio nel 1934, ottenendovi poi un terzo posto nel 1938 che gli permise di festeggiare il suo terzo titolo iridato. Durante la giornata di Monza grandi ospiti hanno fatto capolino nel raduno dedicato al campione tedesco, tra questi Nicola Larini e Bernd Schneider hanno rievocato il loro duello anni 90 a bordo delle loro Alfa Romeo e Mercedes originali messe a disposizione dallo sponsor Mechatronik. Maro Engel, Carmen Jorda, Jochen Mass, Alex Caffi, Gabriele Tarquini, Arturo Merzario e Ivan Capelli hanno completato il parterre d'eccezione di questa edizione di Passione Caracciola.

Lasciata Monza gli equipaggi si sono trasferiti a St.Moritz, attraversando il passo del Maloja, qui nel 1929 Rudolf Caracciola si aggiudicò la propria gara di categoria durante l' "International Automobilwoche St.Moritz". Dall'Engadina, attraverso il passo della Flüela, le vetture hanno raggiunto Davos per poi arrivare nel pomeriggio ad Arosa, dove Caracciola amava passare le vacanze invernali. Nel 1934 Arosa fu però anche teatro della morte della prima moglie Charlotte, travolta da una valanga. Attraversando la splendida cornice alpina e il passo del Lucomagno, le auto sono arrivate al traguardo finale di Lugano, città dove Caracciola ha vissuto gli ultimi anni della sua vita e dove tutt'ora riposa nel cimitero di Castagnola.

La classifica generale del raduno è stata vinta da Marc Uwe Fischer e sua moglie Anne Cathrin a bordo di una splendida Porsche 356A Convertibile del 1959 (No. di gara 20), mentre lo speciale trofeo "Rudolf Caracciola", che permette al vincitore di tornare l'anno successivo ospite dell'organizzazione, è stato vinto da Urs Müller insieme alla moglie Susanne a bordo di una Aston Martin DB 4 Mk III del 1958 (No. di gara 16), equipaggio poi secondo nella classifica generale.

Nel 2018 la quarta edizione dell'evento sarà dedicata agli 80 anni dal record di velocità su strade pubbliche realizzato da Rudolf Caracciola e dal terzo titolo Europeo della Formula Grand Prix.

Le vetture attraverseranno la Svizzera da ovest a est, partendo da Ginevra per arrivare a St.Moritz toccando Interlaken, il mitico Klausenpass teatro di grandi successi di Caracciola, Bad Ragaz e i passi dello Spluga e del Maloja.

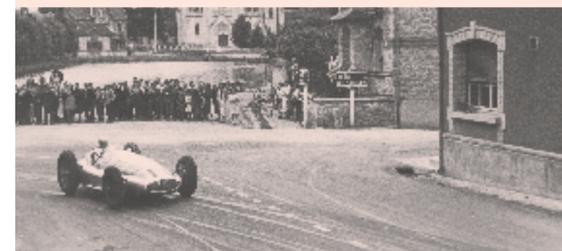
Location fantastiche, alberghi unici e solo 5 stelle lusso con un concetto basato sulla cura e sull'attenzione al dettaglio. Una corsa dove prima di tutto vince la voglia di stare insieme, in un'atmosfera legata alla storia delle competizioni motoristiche, al mito delle frecce d'argento e al loro pilota d'eccellenza: Rudolf Caracciola.

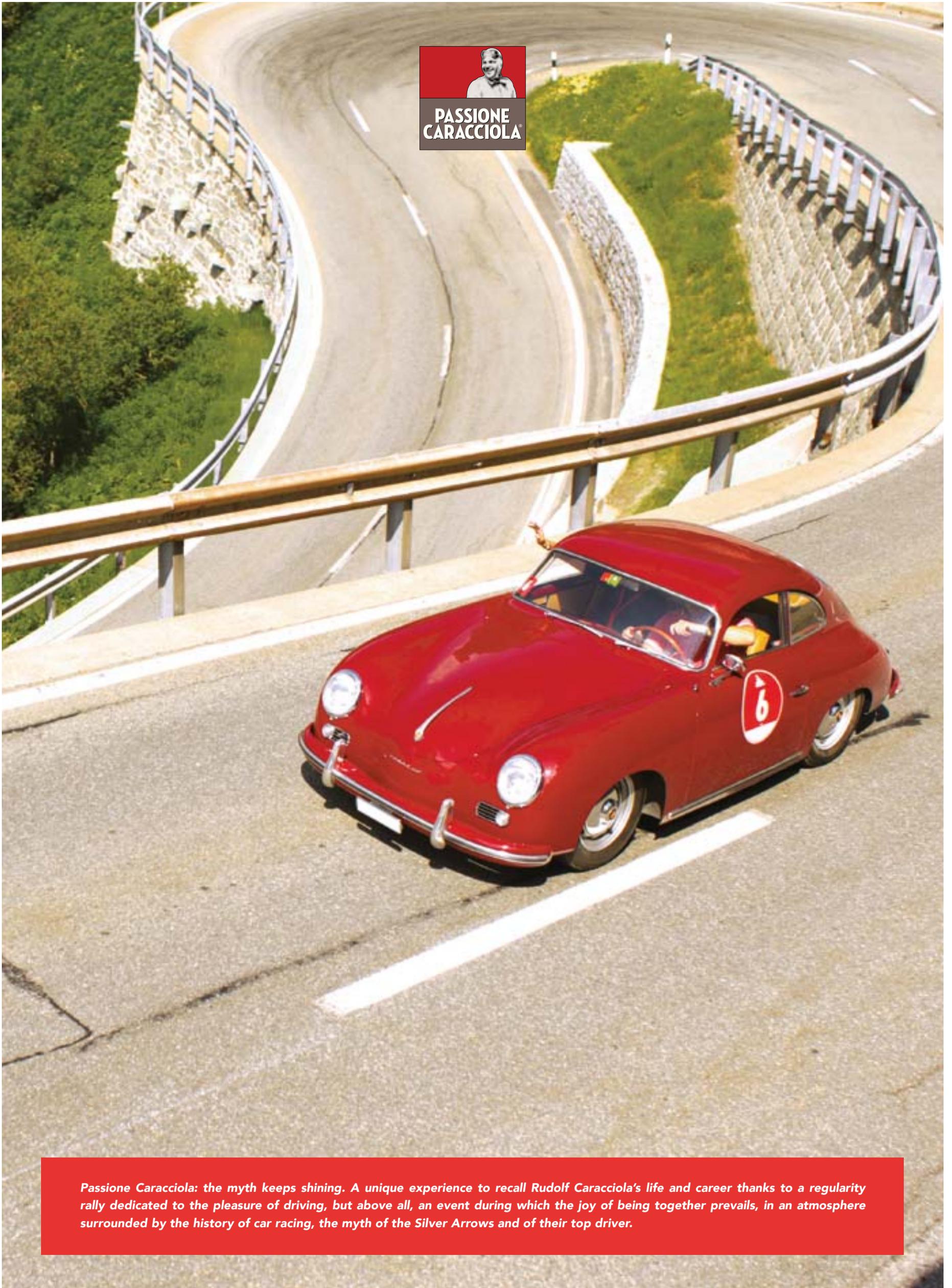


Il mito RUDOLF CARACCIOLA

Otto Wilhelm Rudolf Caracciola (1901-1959) vinse 3 Titoli Europei della Formula Grand Prix (1935,1937,1938), 3 Campionati Europei della Montagna (1930, 1931 e 1932). Il 28 gennaio 1938, con una W125 carenata ottenne sull'autostrada che collega Francoforte a Darmstadt il **record di velocità in 432,7 km/h.**

Vinse 144 gare sulle 204 completate e nel 1931 diventa il primo non italiano a vincere la Mille Miglia. Scoprite la vita del campione tedesco su www.rudolfcaracciola.org





Passione Caracciola: the myth keeps shining. A unique experience to recall Rudolf Caracciola's life and career thanks to a regularity rally dedicated to the pleasure of driving, but above all, an event during which the joy of being together prevails, in an atmosphere surrounded by the history of car racing, the myth of the Silver Arrows and of their top driver.