VENETO MAGAZINE

Estate/Autunno - Summer/Autumn 2023 N. 3

The way of excellence

1923 100 2023

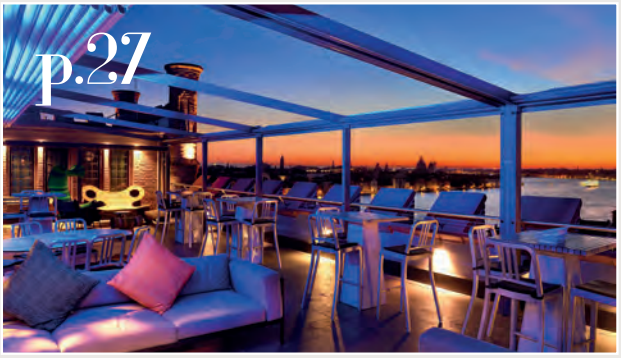
Centenario

[LINEA edizioni]

BURATO
UNCONVENTIONAL
JEWELRY STYLE
VENICE, ITALY
EST. 2015

SOMMARIO

8 La Treviso del futuro
14 Pedalando nella sostenibilità
18 Casa Bianca al Mare fa 100
22 Notte Serenissima
26 Hilton Molino Stucky
32 Fondaco dei Tedeschi
36 Sculture da indossare
38 La musica non mente
40 New destination - Nature 100%
44 Residenza di charme
46 Glamour urbano
48 I leoni di Venezia
52 Icona di bellezza
56 Sunset 360°
60 Venezia e il suo Salone
62 X²: Passion
64 Un viaggio nel progresso
66 A 5 stelle
70 La paperella di Jesolo
72 Il fascino del rurale
74 Veneto Magazine sbarca in Europa!
76 Sapore di mare
80 Thermae di Benessere e Salute



86 Il prosecco incontra il mare
90 Dalla foto al gioiello
94 Performance e design
98 Milano-Cortina 2026 nella prima tesi universitaria
100 Il metodo Marta Ciani
102 L'Apache
106 Monte Grappa, arriva l'epica traversata delle Alpi
108 Il lusso dell'olfatto
110 Sinergia per arredare
116 Valori condivisi
118 Le radici del design

Periodico semestrale
Anno II

N. 03 Estate/Autunno - Summer/Autumn 2023
Registrazione al Tribunale n. 305/22
N° iscrizione ROC 39548

ISSN 2974-9468

Redazione
redazione@venetomagazine.com

Direttore editoriale
Mara Dal Cin
mara@maradalcin.com

Direttore responsabile
Pierluigi Granata

Editore
Linea edizioni
di Marra Lisa
redazione@lineaedizioni.it | lineaedizioni.it

Responsabili di progetto
Fabrizio Ditadi
Andrea Vidotti

Ideazione grafica
Elisabetta Tiberio

Testi
Pierluigi Granata
Lisa Marra
Andrea Vidotti
Barbara Carrer
Francesca Dal Bo

Traduzioni
Francesco Ferracin

Stampa
L'ARTEGRAFICA srl
Casale sul Sile (TV)

Distribuzione
Alberghi | Ristoranti | Negozi | Showroom
Aeroporti | Info point

Gli articoli di questa rivista hanno contenuto di informazione commerciale/pubblicitaria
The articles in this magazine have a commercial/advertising content

Nel rispetto del Regolamento UE 679/2016, si informa che il trattamento dei dati personali è finalizzato esclusivamente a fini editoriali. Il titolare del trattamento dati è MDC srls, con sede in Via Leonardo Da Vinci 6, 31029 Vittorio Veneto (TV).
Per rettificarli o cancellarli, scrivere all'indirizzo sopra riportato, o inviare una e-mail a redazione@venetomagazine.com
Tutti i diritti sono riservati, nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa in nessun modo o forma, senza il permesso scritto dell'Editore.
La Redazione non si assume alcuna responsabilità sulle notizie e i dati pubblicati che sono stati forniti dalle singole aziende.

VENETO MAGAZINE

Il progetto editoriale Veneto Magazine rappresenta nuova rivista esclusiva, dalla grafica raffinata, bilingue, che ha debuttato in grande stile lo scorso anno a Jesolo e a Treviso nel mese di gennaio.

Il progetto estate 2023, in uscita a luglio, racconterà le migliori eccellenze venete, in particolare Venezia, Treviso, Jesolo, Caorle e Bibione, scrupolosamente selezionate secondo lo standard qualitativo del magazine.

La rivista sarà distribuita in 15.000 copie negli alberghi più prestigiosi, nei negozi, nei ristoranti e nei migliori locali del Veneto.

Il magazine ha una linea editoriale all'insegna dell'eleganza con contenuti, interviste e redazionali di alto livello che approfondiranno argomenti di lifestyle, design, turismo, cultura, arte e sport.

In questo quadro, non poteva mancare la cultura imprenditoriale, enogastronomica, l'ospitalità alberghiera raccontata da esperti del settore, manager, prestigiosi ristoratori e chef. Un lusso che diventa inclusivo nella condivisione delle eccellenze e favorisce la scoperta di una regione unica a livello paesaggistico, culturale e imprenditoriale.

Mara Dal Cin
Direttore editoriale

The Veneto Magazine publishing project is an exclusive new magazine with refined graphics, in bilingual format, which made its grand debut in January last year in Jesolo and Treviso.

The summer 2023 issue, coming out in July, will report on the best of Veneto's excellences, in particular Venezia, Treviso, Jesolo, Caorle and Bibione, scrupulously selected in accordance with the magazine's quality standard.

The magazine will be distributed in 15,000 copies in the most prestigious hotels, shops, restaurants, and the best venues in Veneto.

The magazine has an elegant editorial style with high-level features, interviews, and editorials that will delve into lifestyle, design, tourism, culture, art, and sports topics.

In such a framework, where luxury experience, intended as a lifestyle, is the focus, we could not fail to highlight the entrepreneurial culture, gourmet food and wine, and the hotel hospitality told by field experts, managers, wine specialists, renowned restaurateurs and top chefs. A luxury that becomes inclusive by sharing the excellence and encourages the discovery of a unique region in terms of landscape, culture and business.

Mara Dal Cin
Editorial director

Veneto Magazine è un progetto editoriale di grande pregio e utilità, una finestra sulla nostra splendida regione e le sue eccellenze, al quale partecipa anche la Regione del Veneto con un contributo dedicato, di volta in volta, a specifiche tematiche con il marchio turistico "Veneto. The Land of Venice."

Mancava una rivista che fosse un punto di riferimento turistico, glamour e culturale, indispensabile per accompagnare i visitatori alla scoperta del ricco territorio veneto, stimolandone la curiosità e stupendoli con l'offerta a loro dedicata che spazia dall'ospitalità, all'enogastronomia, ai percorsi culturali e paesaggistici, alla salute e benessere, agli eventi glamour esclusivi.

Un viaggio emotivo e fisico nella condivisione di valori, tradizione, bellezza e sostenibilità.

Lisa Marra
Editore

Veneto Magazine is a publishing project of great prestige and usefulness, a window on our splendid region and its excellences to which is also contributing the Veneto Region with a special feature dedicated, on each occasion, to particular themes under the tourism brand 'Veneto. The Land of Venice.'

There has been a need for a magazine that would be a point of reference for tourism, glamour, and culture, an indispensable tool for accompanying visitors in their discovery of the Veneto's rich territory, stimulating their curiosity and surprising them with the range of offers aimed specifically at them, ranging from hospitality, food and wine, cultural and scenic itineraries, health and wellness, and exclusive glamour events.

An emotional and physical journey into shared values, tradition, beauty and sustainability.

Lisa Marra
Publisher

Il Veneto è la prima regione turistica d'Italia e tra le più visitate in Europa. Quando raccontiamo il Veneto a chi viene da lontano, possiamo dire che qui c'è tutto ciò che si può trovare in un continente – mare, lago, montagna, terme, città d'arte, parchi naturali – ma nel raggio di 200 chilometri.
La nostra Regione può inoltre contare su ben 9 siti del Patrimonio Mondiale – World Heritage List: Venezia e la sua Laguna, la Città di Vicenza e le Ville Palladiane del Veneto, l'Orto Botanico di Padova, la Città di Verona, le Dolomiti, i Siti Palafitticoli Preistorici dell'Arco Alpino, le Opere di Difesa Veneziane tra il XVI e XVII secolo, le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene e i Cicli affrescati del XIV secolo a Padova. A questo s'aggiunga anche il "Tocatì" come bene immateriale dell'Unesco, a dimostrazione di quanto ampio sia il nostro patrimonio storico e culturale.
In questo numero estivo di "Veneto Magazine" troverete suggerimenti sulle tante località balneari con le loro ampie spiagge dorate, itinerari escursionistici, esperienze enogastronomiche e molto altro, per un turismo sempre più sostenibile grazie alle proposte di operatori che hanno sposato con convinzione un'offerta turistica sempre più aperta al mondo e alle tematiche della sostenibilità.
Una cultura dell'accoglienza, quella del Veneto, che vogliamo non solo confermare ma anche rinnovare nei nostri valori, perché l'Ospitalità, con la O maiuscola, è ciò che da sempre ci contraddistingue, facendo apprezzare la nostra gente nel Mondo.
Buona lettura e buona Estate!

Luca Zaia
Presidente della Regione del Veneto

Veneto is the leading tourist region in Italy and among the most visited in Europe. When we tell people coming from abroad about Veneto, we can safely say that here there is everything one can find on a continent - sea, lakes, mountains, thermal springs, historic towns, nature parks - all within a range of 200 kilometres.
Our Region can also count on no less than 9 World Heritage sites - World Heritage List: Venice and its Lagoon, the City of Vicenza and the Palladian Villas of Veneto, the Botanical Garden of Padua, the City of Verona, the Dolomites, the Prehistoric Pile-Dwelling Sites of the Alps, the 16th-17th century Defence fortifications of the Republic of Venice, the Prosecco Hills of Conegliano and Valdobbiadene, and the 14th century fresco paintings in Padua. In addition to this, there is also the 'Tocatì' as an intangible cultural asset of Unesco, proving once again how extensive our historical and cultural heritage is.
This summer issue of "Veneto Magazine" features recommendations on the many seaside resorts with their wide golden beaches, hiking routes, food and wine tasting experiences, and much more, thanks to the efforts of tour operators who have wholeheartedly embraced a touristic offer that is increasingly open to the world and to sustainability issues.
A culture of hospitality, that of Veneto, which we want not only to preserve but also to renew in our values, because Hospitality, with the capital H, is what has always been our hallmark, and has made our people known and appreciated throughout the world.
Happy reading and have a good summer!

Luca Zaia
President of the Regione Veneto

Gentili lettori,

è con grande piacere che vi porto anche quest'anno il mio saluto da Jesolo attraverso le pagine di Veneto Magazine.
In questi mesi di attività siamo riusciti a centrare diversi obiettivi che hanno permesso a Jesolo di avviare un processo di trasformazione da località balneare a città di mare.
Lavoriamo ogni giorno, con il prezioso supporto degli uffici, per raggiungere questa ambiziosa meta e nel frattempo raccogliamo i primi frutti di questo impegno: l'autunno e la primavera di Jesolo sono state un successo dal punto di vista turistico, così come il Natale, ma al contempo siamo riusciti ad avviare o completare progetti di cui beneficeranno prima di tutto i residenti, quelli di oggi e quelli di domani. Vorremmo che sempre più persone, già innamorate di Jesolo, la scegliessero come propria casa e da qui partissero per scoprire le meraviglie del Veneto di cui hanno sentito fino a questo momento solo parlare o che hanno avuto modo semplicemente di sfiorare. Il nostro è un territorio ricco e prezioso, accogliente e aperto, orientato al futuro e dinamico. In questo contesto, come amministratori della più importante destinazione turistica della costa veneta, cerchiamo di dare il nostro contributo sul piano dei servizi, della sicurezza, della viabilità, dell'inclusività e della sostenibilità ambientale. Quest'ultimo, in particolare, è un aspetto su cui abbiamo iniziato a investire grandi risorse e molte energie perché lo consideriamo pilastro dello sviluppo della nostra città, quale nodo di una rete di cui fanno parte gli altri principali centri urbani del Veneto.
Jesolo è ogni giorno più accogliente e bella.
Vi aspettiamo!

Christofer De Zotti
Sindaco di Jesolo

Dear readers,

it is with great pleasure that once again this year I bring you my greetings from Jesolo through the pages of Veneto Magazine.
In these last few months, we have succeeded in achieving several goals that have allowed Jesolo to begin a process of transformation from a seaside resort to a seaside town.
We work every day, with the precious support of the offices, to reach this ambitious goal and in the meantime we are harvesting the first fruits of this commitment: the autumn and spring of Jesolo have been a success from the touristic aspect, as well as Christmas, but at the same time we have managed to start or complete projects that will benefit first and foremost the residents, of today and tomorrow. We would like more and more people, who are already in love with Jesolo, to choose it as their home and from here set off to discover the wonders of the Venetian region of which they have so far only heard about or which they have simply skimmed over. Ours is a rich and precious territory, welcoming and open, future-oriented, and dynamic. In this context, as administrators of the most important tourist destination on the Veneto coast, we are trying to make our contribution in terms of services, safety, viability, inclusiveness, and environmental sustainability. The latter, in particular, is an aspect on which we have begun to invest a great deal of resources and energy because we consider it to be the pillar of our city's development, as the node of a network to which the other major urban centres in the Veneto region belong.
Jesolo is getting more welcoming and beautiful with every passing day.
We look forward to welcoming you!

Christofer De Zotti
Mayor of Jesolo

La TREVISO del *futuro*

Sindaco Mario Conte, ha appena iniziato il suo secondo mandato come Sindaco della città di Treviso dopo aver ricevuto un grandissimo consenso alle recenti elezioni amministrative. Quali sono i suoi obiettivi per la Treviso del futuro?

Ovviamente c'è un tema che sta a cuore a tutti quanti, dai più giovani ai meno giovani, che è il tema della sostenibilità ambientale.
Ci ha portato ad essere per tre anni consecutivi tra le migliori dieci città europee.
Da questo punto di vista vogliamo continuare con grande convinzione con una politica sempre più sostenibile sotto tutti i punti di vista.
Poi c'è il tema ovviamente della Città Universitaria, stiamo dialogando in modo molto proficuo con l'Università Ca' Foscari di Venezia e con l'Università di Padova, per arrivare nel 2025 ad una comunità di studenti universitari di circa seimila unità, incrementando i corsi, e migliorando l'ospitalità, i servizi, diventando di fatto sotto tutti i punti di vista una vera e propria città universitaria.
Poi c'è il tema sociale, però attenzione perché quando parliamo di sociale nella nuova visione di città ci sono anche cultura, sport, e non solo la cura della persona, che per noi è e sarà fondamentale.

Treviso of the future

Mayor Mario Conte, you have just begun your second term as Mayor of the city of Treviso after receiving a huge consensus in the recent local elections. What are your goals for the Treviso of the future?

Obviously, there is an issuer that is close to everyone's heart, from the youngest to the oldest, and that is environmental sustainability.
It has led us to be among the best ten European cities for three years in a row.
From this point of view, we want to continue with great conviction with a policy that is increasingly sustainable, in all respects.
Then there is, of course, the issue of the University City, and we are in a very productive dialogue with the Ca' Foscari University of Venice and the University of Padua, in order to achieve a university student community of around six thousand by 2025, increasing the number of classes, and improving hospitality, services, thus becoming a true university city in all aspects.
Then there is the social issue, but it is important to be careful because when we speak of social issues in the new vision of the city, we also mean culture, and sport, not just personal care, which for us is and will be fundamental.

Dagli anziani ai bambini, dalle persone con disabilità a tutte le fasce di età della nostra comunità la persona è al centro.
La politica lo ha sempre detto di mettere la persona al centro e noi qui lo stiamo facendo.
Intendiamo prenderci cura di tutti gli aspetti: non soltanto quelli economici, quelli sanitari, o quelli psicologici, ma anche dal punto di vista morale attraverso la cultura e lo sport, con la volontà di costruire un nuovo modello sociale, perché i problemi che stiamo vedendo non solo a Treviso ma in tutta la comunità, evidenziano come ci sia stato un salto in avanti nel tempo, mentre da parte istituzionale forse siamo fermi ancora a qualche decennio fa.
Noi vogliamo costruire un nuovo modello sociale che tenga conto anche dei cambiamenti, dalle tecnologie alle sensibilità, e quelli che sono i bisogni della nostra comunità.
Fondamentalmente sono questi i punti focali su cui ci concentreremo nei prossimi 5 anni, senza dimenticare i lavori pubblici, le infrastrutture, il PNRR, ovviamente andranno avanti con altrettanta importanza.
Fondamentalmente che la Treviso del futuro sia una città sostenibile sotto tutto i punti di vista, ambientale, sociale, ecc.

People are at the core of our community, from the elderly to children, from people with disabilities to all age groups.
Politics has always been about putting the person at the centre and here we are doing exactly that.
We intend to take care of all aspects: not only the financial, medical, or psychological ones, but also the moral, through culture and sport, with the intention of building a new social model, because the problems we are seeing not only in Treviso but throughout the community, show how there has been a leap forward in time, while on the institutional side we are perhaps still stuck a few decades ago.
We want to build a new social model that also takes into account the changes, from technologies to people's feelings, and the needs of our community.
Fundamentally, these are the focal points on which we will concentrate in the next five years, without neglecting public works, infrastructures, the PNRR, which will obviously be equally important.
Essentially the Treviso of the future will be a sustainable city in all aspects, environmental, social, etc.

La percezione all'esterno è che Treviso abbia una propria identità ben precisa, una volta il turista veniva a Treviso perché era vicina a Venezia, oggi viene a Treviso perché è una bella città.

Questo è stato il vero salto di qualità che siamo riusciti a far fare a Treviso.
Treviso ha una propria anima e vanta caratteristiche proprie che la rendono esclusiva tanto da farla scegliere, penso alla storia, all'arte, alla cultura, alla bellezza, all'enogastronomia, ai paesaggi naturalistici, penso allo sport.
Abbiamo un ventaglio di proposte e di attrattività che ci rendono davvero unici.
Noi su questo vogliamo continuare a spingere semplicemente raccontandoci, quindi senza snaturarci perché la cosa bella è che dobbiamo semplicemente comunicare al mondo quanto siamo belli, mentre in passato ci siamo preoccupati di diventare belli, oggi belli lo siamo e dobbiamo raccontarci e credo che lo stiamo facendo nel migliore dei modi.

Quanto conta la passione nel suo lavoro di Sindaco?

Nel mio caso è tutto, la passione e l'amore nei confronti della città e dei cittadini è alla base dell'impegno quotidiano, delle progettualità, anche nell'affrontare le difficoltà, lo si fa sempre con una grande passione e con senso di responsabilità, con spirito di servizio nei confronti dei cittadini.
Oggi ancor di più perché ho superato "l'esame di maturità" che è stata la tornata elettorale dove ho ricevuto davvero tanta fiducia da parte dei cittadini. Una fiducia che va ricambiata.

The perception from the outside is that Treviso has its own distinct identity. Once the tourists came to Treviso because it was close to Venice, today they come to Treviso because it is a beautiful city.

This was the real leap forward we managed to take in Treviso.
Treviso has its own soul and boasts its own characteristics that make it exclusive enough to be chosen, I am thinking of history, art, culture, beauty, food and wine, natural landscapes, I am thinking of sport.
We have a range of proposals and attractions that make us truly unique.
We want to continue to push on that by simply telling our story, without losing our identity, because the great thing is that all we have to do is tell the world about how beautiful we are; whereas in the past we were concerned with becoming beautiful, today we are beautiful and we have to tell our story, and I believe we are doing this in the best possible way.

How important is passion in your job as mayor?

In my own case it is everything, passion and love for the city and its citizens is the key to my daily commitment, to planning, even when facing problems, I always do it with great passion and with a sense of responsibility, in a spirit of service to our citizens.
Today even more so because I have passed the 'maturity test' of the electoral round where I really received a lot of trust from the citizens. A trust that must be reciprocated.

Un appuntamento importante per il Paese saranno le Olimpiadi Invernali Milano-Cortina 2026, Treviso si vuole far trovare pronta e c'è questa ciliegina della candidatura come "Capitale Italiana della Cultura 2026".

Le Olimpiadi non devono essere un punto di arrivo, un traguardo, ma devono essere un passaggio nel percorso di crescita del territorio, il nostro percorso comincia adesso con il dossier Capitale della Cultura 2026 che parte proprio da Piazza dei Signori e arriva sulle cime delle Dolomiti, perché in realtà noi ci presentiamo come un territorio non soltanto come una città, ci presentiamo con una visione, con delle caratteristiche che ci vedono esclusivi, ovviamente ho condiviso questo anche con il Presidente della Regione del Veneto Luca Zaia, che ringrazio per l'opportunità rappresentata dalle Olimpiadi, che tanto significa per il territorio, ed è riuscito a conquistare, sta a noi adesso creare un percorso di avvicinamento e di convivenza con le Olimpiadi che possa generare anche nuove iniziative nel dopo-Olimpiadi.
Le Olimpiadi devono essere un trampolino di lancio e non un traguardo.

Grazie Sindaco Mario Conte e buon lavoro!

Andrea Vidotti

An important appointment for the country will be the Winter Olympics Milano-Cortina 2026. Treviso wants to be ready for it and there is this cherry on top: the candidature as 'Italian Capital of Culture 2026'.

The Olympics shouldn't be a point of arrival, a finish line, but should be a step in the path of the territory's growth. Our path begins now with the Capital of Culture 2026 dossier that starts from Piazza dei Signori and arrives on the peaks of the Dolomites, because we actually present ourselves as a whole territory not only as a city, we present ourselves with a vision, with characteristics that see us as exclusive. Of course I have also shared this with the President of the Regione del Veneto Luca Zaia, whom I thank for the opportunity presented to us by the Olympics, which means so much for the territory, and that he has managed to win over; it is up to us now to create a path of approach and coexistence with the Olympics that can also generate new initiatives in the post-Olympics years.
The Olympics must be a steppingstone and not a finishing line.

Thank you, Mayor Mario Conte and good work!

Andrea Vidotti

EXTRA
ISA YACHTS

WWW.PALUMBOSUPERYACHTS.COM

STYLING MARA DAL CIN

Pedalando nella SOSTENIBILITÀ

Foto di Matteo Danesin
Archivio fotografico Regione del Veneto - Direzione Promozione Economica e Marketing Territoriale

La costruzione di piste ciclabili, sempre più amate a tutte le età, risponde alla necessità di incentivare una mobilità che rispetti l'ambiente, non inquinando, e favorisca il movimento fisico, con ricadute benefiche sulla salute, portando al consolidamento di buone pratiche, soggettive e collettive, per promuovere e sviluppare la sostenibilità ambientale.
Il Veneto, caratterizzato da un paesaggio naturalistico eterogeneo di grande bellezza, sta diventando sempre più attrattivo anche grazie alla rete di piste ciclabili che scorrono e si affacciano su paesaggi mozzafiato come quelle che percorrono il Lago di Garda, la Riviera del Brenta, il parco naturale regionale del Sile, il fiume di risorgiva più lungo d'Europa, la Treviso-Ostiglia, una strada ferrata realizzata nel 1930 e dismessa dopo la Seconda Guerra Mondiale, la Laguna da Nord a Sud, per citarne alcune. E proprio la Laguna di Venezia, con la nuova ciclabile del Pordelio al Cavallino, offre la pista a sbalzo più lunga d'Europa, un percorso alla portata di grandi e piccini che permetterà di vedere paesaggi incantevoli e l'habitat della laguna a passo lento rispettando l'ecosistema.

Veneto
The Land of Venice
www.veneto.eu

Cycling into sustainability

The construction of cycle pathways, increasingly popular at all ages, addresses the need to foster a form of mobility that respects the environment, does not pollute, and encourages physical exercise, with beneficial effects on health, leading to the reinforcement of good habits, both subjective and collective, to promote and develop environmental sustainability.
The Veneto region, which is characterised by a heterogeneous natural landscape of great beauty, is also becoming increasingly attractive thanks to its network of cycle pathways that run through breathtaking scenery, such as those that pass alongside the Lake Garda, the Brenta Riviera, the Sile regional nature park, Europe's longest spring river, the Treviso-Ostiglia, a railway built in 1930 and decommissioned after the Second World War, and the Venice Lagoon from north to south, to name but a few. And it is precisely the Venice Lagoon, with the new Pordelio to Cavallino cycle path, that offers the longest cantilevered track in Europe, a route accessible to adults and children alike that will allow them to see enchanting landscapes and the habitat of the lagoon at a slow pace that respects the ecosystem.

tevoli e l'habitat lagunare con un ritmo lento e rispettoso dell'ecosistema.
Le coste della penisola di Cavallino Treporti, inserito nella lista dei siti Patrimonio dell'Umanità UNESCO insieme alla Laguna di Venezia, sono caratterizzate da una natura selvaggia costituita da canali, specchi acquei e valli lagunari, un paesaggio dove la flora e la fauna hanno saputo nei secoli rimanere immutate in tutta la loro bellezza.
Il territorio si caratterizza per la presenza di terra mescolata ad acque dolci e acque salse: questi sono i tre elementi che nei secoli, mutando e assestandosi continuamente hanno dato vita a quello che oggi viene chiamato Litorale Nord, che va a comprendere anche una realtà recente, il litorale del Cavallino, nato grazie all'apporto da parte del fiume Piave di materiale sabbioso che via via è andato allungando la striscia di terra deviando il canale di Lio Mazor (oggi Pordelio), che va a sfociare nella Laguna, e allontando di conseguenza le isole treportine dal mare proprio a causa di questo lembo di terra inseritosi nel'ecosistema.
Pedalando in questo paesaggio unico oltre alle bellezze naturali si possono ammirare le antiche case rurali, frutto del periodo di bonifica degli anni Trenta, le dimore patrizie usate per la villeggiatura, e anche i numeri edifici militari in uso durante la Prima Guerra Mondiale.
Nel contempo per una piacevole sosta non mancano le rinomate osterie.

The coastline of the Cavallino Treporti peninsula, included in the list of UNESCO World Heritage sites together with the Venice Lagoon, is characterised by its wild nature made of canals, stretches of water and lagoon valleys, a landscape where the flora and fauna have remained unchanged in all their beauty over the centuries.
The territory is characterised by a combination of land intermingled with fresh water and salt water: these are the three elements that over the centuries, constantly changing and settling, have given life to what is now known as Littorale Nord, which also includes a more recent addition, the Cavallino coastline, created thanks to the injection of sandy material by the Piave river, which gradually lengthened the strip of land by diverting the Lio Mazor canal (today Pordelio), which flows into the lagoon, and consequently distancing the Treportine islands from the sea precisely because of this strip of land that has become part of the ecosystem.
As you ride through this unique landscape, in addition to the natural beauty, you can admire the old rural houses, the result of the land drainage period of the 1930s, the patrician mansions used for holidaying, and also the numerous military buildings used during the First World War.
At the same time, for a pleasant break, there is no shortage of renowned inns.

PASTICCERIA · PANIFICIO
CIOCCOLATERIA
CAFFETTERIA
Pinel
JESOLO • VENEZIA
Mauro Pinel

CASA BIANCA AL MARE *fa* 100

Il boutique hotel più antico di Jesolo, compie 100 anni
tra riprese cinematografiche, celebrities internazionali
e un magico ristorante gourmet vista mare

"Il Casa Bianca è sempre stato il sogno di ogni albergatore, la Roll's Royce degli hotel. Papà sarebbe orgoglioso di sapere che oggi è parte del nostro gruppo."

Daniel Menazza, *titolare*

"The Casa Bianca has always been the dream of every hotelier, the Roll's Royce of hotels. Dad would be proud to know that today it is part of our group."

Daniel Menazza, *owner*

Con il suo stile inconfondibile che riporta alla Belle Époque e l'eleganza sobria, tutta giocata sulle tonalità del bianco e del blu, Casa Bianca al Mare è un vero gioiello incastonato tra il mare e il verde degli alberi secolari che lo circondano. Con sole 37 camere, di cui ben 30 tra suites e junior suites, il boutique hotel è un'autentica oasi di pace nel centro del Lido di Jesolo.
Scelto come set cinematografico da registi come Pietro Germi, per il suo celebre *Signore e Signori*, e da Massimo D'Alatri, per la sua deliziosa commedia *Americano Rosso*, al Casa Bianca hanno soggiornato artisti e personaggi del jet set internazionale tra cui Mina, Domenico Modugno e i Rolling Stones che proprio nella casetta nel parco, allora sala di incisione, hanno persino registrato alcuni brani. Ma la presenza decisiva, che ha dato il via alla fama e alle frequentazioni d'élite del boutique hotel sul mare, è stato Gabriele D'Annunzio che qui amava soggiornare circondandosi dei personaggi più illustri del bel mondo di quegli anni.

Edificato nel 1923, il Casa Bianca è stato recentemente restaurato, grazie ad una partnership d'eccellenza tra l'imprenditore Mario Moretti Polegato e la storica famiglia di *hotellier* Menazza, con l'obiettivo di entrare a breve nel circolo Relais & Chateaux. Oggi l'hotel splende di nuova luce grazie ai vari interventi di ristrutturazione e restyling degli interni, affidati all'architetto Rosario Picciotto dello studio RPC8 di Roma insieme alla progettazione del ristorante gourmet Amarmio che soddisfa anche i palati più raffinati grazie a una proposta gastronomica personalizzata dallo chef Alessio Rigon, che propone piatti che sono un inno alle specialità di pesce accompagnati da una pregiata scelta di vini.

La sua unicità si percepisce già dalla splendida hall in stile Liberty, dove le tre vetrate ad arco che disegnano l'ingresso dal parco si duplicano sul lato della spiaggia, dando vita a due uscite gemelle perfettamente identiche. Nella sala si trova un prezioso divano a barca firmato Kenzo, caro amico della famiglia Polegato, e diversi oggetti di design appartenuti alla sua casa privata, mentre sulle pareti si possono ammirare i bozzetti di alcuni abiti disegnati dallo stilista giapponese.
Il déhor panoramico, dove si trova la piscina privata, ospita un'emozionante statua di Igor Mitoraj che guarda placida verso il mare. Il restyling delle camere reinterpreta le atmosfere romantiche degli interni originali con abat-jour che impreziosiscono i comodini, pregiati tessuti naturali per i rivestimenti e una palette di colori ispirata alle atmosfere marinare.

Oggi Casa Bianca al Mare è l'unico esempio di architettura storica sopravvissuto all'urbanizzazione di Jesolo che si è sviluppata negli anni seguendo un filone più modernista e metropolitano con l'obiettivo di diventare la "città del futuro". Tra grattacieli e progetti di design contemporaneo, Casa Bianca al Mare spicca con il suo fascino intramontabile come un castello sul mare che non smette di far sognare chiunque lo osservi.

hotelcasabianca.com

Casa Bianca al Mare turns 100

With its unmistakable style reminiscent of the Belle Époque and its understated elegance, all played out in shades of white and blue, Casa Bianca al Mare is a jewel nestled between the sea and the green of the centuries-old trees surrounding it. With only 37 rooms, 30 of which are suites and junior suites, the boutique hotel is an authentic oasis of peace in the centre of Lido di Jesolo.
Chosen as a film set by directors such as Pietro Germi, for his famous film *Signore e Signori*, and by Massimo D'Alatri, for his delightful comedy *Americano Rosso*, the Casa Bianca has hosted artists and personalities from the international jet set, including Mina, Domenico Modugno and the Rolling Stones, who even recorded some songs in the little house in the park, which used to be a recording studio. But the crucial figure, who kick started the fame and the celebrity clientele of the boutique hotel by the sea, was Gabriele D'Annunzio, who loved to stay here, surrounding himself with the most eminent personalities of the high society of his time.

Built in 1923, the Casa Bianca was recently restored, thanks to a prestige partnership between entrepreneur Mario Moretti Polegato and the legendary family of hoteliers Menazza, aiming to become soon part of the Relais & Chateaux circuit. Today the hotel shines in a new light as a result of the interior renovation and restyling, entrusted to architect Rosario Picciotto of the RPC8 studio in Rome who also designed the gourmet restaurant Amarmio.
Its uniqueness can already be perceived from the splendid Art Nouveau Hall, where the three arched windows that shape the entrance from the park are mirrored on the beach side, creating two perfectly identical twin exits. In the hall there is a precious boat-shaped sofa signed Kenzo, a close friend of the Polegato family, and various design objects that belonged to his private home, while on the walls one can admire sketches of some of the clothes designed by the Japanese fashion designer.

The panoramic déhor, featuring the private swimming pool, hosts an inspiring statue by Igor Mitoraj gazing placidly out to sea. The restyling of the rooms revisits the romantic atmospheres of the original interiors with abat-jours embellishing the bedside tables, precious natural fabrics for the upholstery and a maritime inspired colour palette.

Today Casa Bianca al Mare is the only historical building that survived Jesolo's urbanisation, which over the years has developed along more modern and metropolitan lines with the goal of becoming the "city of the future". Among skyscrapers and contemporary design projects, Casa Bianca al Mare stands out with its timeless charm like a castle on the sea that never ceases to enchant whoever is looking at it.

Casa Bianca ★★★★ˢ al Mare
FRONTE MARE
Piazzetta Casa Bianca, 1

Monaco & Quisisana ★★★★
Via Palladio, 1

Colombo ★★★★
Via Aquileia, 127

Brioni Mare ★★★★
Via Dante Aligheri, 5

Cesare Augustus ★★★★ˢ
Via Treviso, 19

MENAZZA HOTELS
60 ANNI DI TRADIZIONE

La vacanza ideale a Jesolo all'insegna del benessere

PRENOTA IL TUO PROSSIMO SOGGIORNO
booking@menazzahotels.it | telefono 0421 370856 - 0421 370 779

www.menazzahotels.it

MENAZZA
HOTELS

Notte
SERENISSIMA

Non c'è ricorrenza più sentita dai veneziani della Festa del Redentore, chiamata anche "Festa Famosissima che da cinque secoli si festeggia ogni volta come fosse la prima".
Il sabato che precede la terza domenica del mese di luglio è per tradizione un giorno di grande festa per la città di Venezia, si tiene infatti la Festa del Redentore, una delle ricorrenze più sentite dai veneziani, nota anche a livello internazionale, che vuole ricordare la fine della terribile pestilenza che colpì Venezia tra il 1575 e il 1577, uccidendo circa un terzo della popolazione e divenendo pertanto la seconda peggiore epidemia cittadina dopo quella del 1348. Tutto ha inizio il 4 settembre 1576 il Senato della Repubblica al fine di allontanare la terribile pestilenza decise di erigere, alla Giudecca, una chiesa votiva a Cristo Redentore e affidò la progettazione ad Andrea Palladio, l'architetto più importante del Rinascimento. La peste terminò miracolosamente pochi mesi dopo e da quel giorno i veneziani, per festeggiarne la fine, allestirono un ponte di barche che permettesse di raggiungere la fondamenta della Giudecca dando via alla tradizionale processione cui seguiva una festa liberatoria, che dura da allora con lo stesso immutato spirito di condivisione e gioia. Oggi, oltre al ponte votivo, che viene inaugurato il venerdì sera, alla processione e alla Santa Messa, la Festa del Redentore viene celebrata dai veneziani, insieme ad amici e familiari, sia sulle rive della Giudecca che direttamente in barca, condividendo i cibi della tradizione culinaria veneziana. E proprio le barche, addobbate e festanti, sono uno spettacolo unico nel Canale della Giudecca e nel Bacino di San Marco, per i veneziani possessori di barche, infatti, la preparazione per il Redentore è un vero e proprio rito. La serata raggiunge il culmine con l'esplosione di luci del magnifico spettacolo pirotecnico che ha inizio alle 23.30 e termina a mezzanotte quando il campanile di San Marco risuona. La volta del cielo si illumina maestosamente emozionando tutti gli spettatori incantati con il naso all'insù.

There is no festivity more heartfelt by Venetians than the Festa del Redentore, also known as the 'Festa Famosissima that has been celebrated each time as if it were the first, since five centuries'.
In Venice, the Saturday preceding the third Sunday of July is traditionally a day of great celebrations. The Festa del Redentore is in fact one of the most heartfelt Venetian celebrations, renowned also internationally. It commemorates the end a terrible pestilence that struck Venice between 1575 and 1577, killing about a third of the population and thus becoming the city's second worst epidemic after that of 1348. It all began on 4 September 1576. In order to banish the terrible pestilence, the Senate of the Republic decided to erect a votive church to Christ "the Redeemer" on the island of Giudecca and commissioned Andrea Palladio, the most important architect of the Renaissance, to design it. The plague miraculously ended a few months later and from that day on, the Venetians, to celebrate its end, set up a pontoon bridge to reach the Giudecca, and then started a traditional procession followed by a celebratory feast, which has lasted ever since with the same unchanged spirit of sharing and joy. Today, in addition to the votive bridge, which is inaugurated on the Friday evening, to the procession and to the Holy Mass, all Venetians celebrate the Feast of the Redeemer together with friends and family, either on the banks of Giudecca or directly on a boat, sharing traditional Venetian food. And the boats, decked out and jubilant, provide a unique show on the Giudecca Canal and the Bacino di San Marco. For Venetian boat owners, the preparation for the Redentore is a true ritual. The evening reaches its climax with the magnificent fireworks that starts at 11.30 pm and ends at midnight when the bell of St Mark's tower tolls. The sky majestically lights up, thrilling all the enchanted viewers as they turn their noses upwards.

HILTON *Molino* STUCKY

Un moderno capolavoro veneziano

Collocato sulle sponde dell'isola della Giudecca, l'Hilton Molino Stucky, hotel cinque stelle, si erge in una delle zone più autentiche di Venezia, a breve distanza dalla Basilica di San Marco.
Dopo una breve e incantevole navigazione sul Canale della Giudecca si raggiunge l'albergo, e si viene immediatamente colpiti dalla bellezza architettonica dell'edificio, ai tempi un antico mulino, è divenuto oggi una delle strutture più iconiche e significative dell'architettura di recupero post-industriale, con la facciata in mattoncini rossi, l'imponente torre neogotica nonché la geometria dell'architettura.
Ad affasciare ulteriormente è la maestosità che si osserva all'interno dell'edificio, contraddistinto da un design moderno e confortevole, nonché l'impeccabile accoglienza del team che con la sua cordialità rende unica e perfetta ogni esperienza di soggiorno.
L'albergo vanta oggi 379 camere tra cui la prestigiosa Suite Presidenziale e uno splendido centro benessere, l'eforea spa, dove gli ospiti possono godere di un magnifico relax tra sauna, piscina coperta e trattamenti d'eccellenza. Due rinomati ristoranti che affacciano sul Canale della Giudecca: Aromi, di alta qualità in stile fine dining, e Bacaromi, che propone invece una selezione di piatti legati alla tradizione culinaria veneziana, divenendo nel tempo meta locale apprezzata e amata dai residenti.
Per godere di uno dei panorami più affascinanti di Venezia imperdibile l'aperitivo allo Skyline Rooftop Bar, un'incantevole terrazza, famosa per la sua mixology d'avanguardia.
Non solo, l'albergo propone anche un entusuasmante programma, ideale anche per i visitatori esterni, che prevede una serie di serate speciali: *Taste and Soul*, che animerà la terrazza dei ristoranti Aromi e Bacaromi con protagonista la musica live ed una selezione di cantine d'eccellenza, e "Skybeats by The Pool", appuntamenti con dj set e late aperitif sul rooftop dell'hotel in abbinamento ad alcune eccellenze della mixology internazionale.

molinostuckyhilton.it

Hilton Molino Stucky

Set on the shores of the Giudecca Island, the five-star Hilton Molino Stucky hotel stands in one of the most authentic areas of Venice, a short distance from St Mark's Basilica.
After a short, scenic boat ride on the Giudecca Canal, one reaches the hotel and is immediately struck by the architectural beauty of the building, once an old mill. Today, it has become one of the most iconic and significant structures of post-industrial redevelopment architecture, with its red brick façade, imposing neo-Gothic tower and the geometry of the structure.
What is even more impressive is the majesty of the building's interior, characterised by its modern and cosy design, as well as the impeccable hospitality of the team whose friendliness makes every stay a unique and perfect experience.
The hotel now boasts 379 rooms including the prestigious Presidential Suite and a wonderful wellness centre, the eforea spa, where guests can enjoy superb relaxation amidst the sauna, indoor pool and signature treatments. There are two renowned restaurants overlooking the Giudecca Canal: Aromi, a fine-dining style restaurant, and Bacaromi, which offers a selection of dishes linked to the Venetian culinary tradition, becoming over time a popular local destination for the locals.
To enjoy one of the most stunning views of Venice, an aperitif at the Skyline Rooftop Bar, an elegant terrace famous for its avant-garde mixology, is a must.
The unique services that the Hilton Molino Stucky offers to its guests make it the ideal place not only for tourists visiting Venice, but also for local residents who can enjoy its spa, a fabulous aperitif on the rooftop, and the culinary delights of its restaurants. A skilful and successful mix of ancient art and contemporary culture, tradition and technology, wellness and beauty.

Antonella Benvenuti

I principi di Venezia

La saga della dinastia Stucky, che divenne la famiglia più ricca di Venezia, ruota attorno alla figura di Giovanni Stucky, assassinato brutalmente nel 1910 e al quale la città riservò un funerale degno di un capo di Stato. Uomo intelligente e visionario di nazionalità svizzera guardò al Nord Europa con un chiaro obiettivo: costruire a Venezia il molino più grande e all'avanguardia tra quelli esistenti, inaugurando così una produzione che mai si era vista prima e conquistando i mercati internazionali.

Fu un'ascesa inarrestabile.

Gli anni della Belle Époque fecero da sfondo ai loro successi e riconoscimenti: Venezia attirava il bel mondo, con il Lido che si stava affermando come la località balneare più esclusiva e la Mostra Internazionale d'Arte che catalizzava gli artisti più in voga.

Amati e invidiati, da alcuni odiati nell'ombra, gli Stucky dettavano il passo.

A interrompere quest'aurea danza, lo scoppio della Prima e Seconda guerra mondiale. Fu il figlio Giancarlo a dover gestire gli affari in tempo di guerra. Dandy e amante dell'arte, come una splendida farfalla infilzata con uno spillo nella teca di un collezionista, si ritroverà intrappolato in una vita che forse non era la sua e, per colpa di una congiuntura storica sfavorevole e dei rapaci interessi di persone a lui vicine, sarà divorato senza pietà.
Resta oggi, a memoria, un edificio imponente dall'architettura gotica che dalla Giudecca osserva Venezia, muto testimone del coraggio, dell'ingegno, della capacità imprenditoriale, della determinazione e dell'umanità che animarono questa famiglia.

[LINEA edizioni]

PORSCHE

Il bello dei Sogni è realizzarli.

Con Taycan Performance Leasing, a partire da 612€/mese.

Qualunque modello e variante Taycan tu scelga di guidare: Berlina, Sport Turismo e Cross Turismo.
Allestimento Pure Green Emotion incluso. Scoprila al Centro Porsche Treviso.

Taycan
PERFORMANCE LEASING

Centro Porsche Treviso
Ceccato Automobili 3 Srl
Viale della Repubblica, 278
31100 Treviso (TV)
Tel. 0422 3593
wwww.treviso.porsche.it

Esempio per Taycan Prezzo di vendita € 93.085,44 IVA inclusa, escluso IPT. Leasing Porsche Financial Services Italia Spa: durata 36 mesi. Anticipo, spese e bolli: € 23.675,00. 35 canoni mensili da € 612,62 cadauno. Riscatto finale opzionale garantito dal Centro Porsche di € 54.920,41 (max 10.000 KM annui). Spese istruttoria pratica € 366. Spese di incasso canone € 6,1. Tutti i valori IVA inclusa ove previsto. TAN fisso 3,50%. Tasso Leasing 3,56%. TAEG 6,50% comprensivo della copertura assicurativa pacchetto Furto/Incendio (prov. MI) disponibile a partire da € 130,49 mensili per tutta la durata della locazione in presenza di antifurto satellitare approvato dalla casa automobilistica. Importo totale dovuto dal richiedente € 45.330,20 (escluso riscatto finale opzionale). L'offerta è valida per acquisti entro il 31/07/2023 e immatricolazioni entro il 31/12/2023. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per ulteriori informazioni consultare anche i Fogli Informativi/Informazioni europee di base sul credito ai consumatori disponibili presso i Centri Porsche (che non operano in esclusiva con Porsche Financial Services Italia S.p.A.). e sul sito internet www.porsche.it/pfsi. Consumo elettrico combinato (varianti modello): 23,4-22,0 kWh/100 km. Emissioni CO_2 combinate: 0,0 g/km

FONDACO dei *Tedeschi*

Il luxury mall tra arte e bellezza

Il Fondaco dei Tedeschi, affascinante luxury mall di Venezia situato a pochi passi dal Ponte Rialto, è un luogo in cui si mescolano arte, cultura, design e bellezza, immergendo i visitatori in un'atmosfera incantata e regalando esperienze straordinarie emozionanti. Questo flagship store DFS mantiene intatte le caratteristiche principali dell'architettura cinquecentesca veneziana, vero e proprio gioiello che rende omaggio al lusso e all'eleganza. Un raffinato spazio di 7000 metri quadri decorato con elementi particolarmente significativi fa da sfondo a boutique di moda e accessori, orologi e gioielli, prodotti di bellezza, artigianato di alta qualità, eccellenze gastronomiche e home design.
Attraverso l'iconica scala mobile rossa, l'ospite può esplorare il mondo della moda e lasciarsi catturare l'attenzione dalle vetrine dei grandi brand, curate in ogni dettaglio, in un compendio in cui il lusso italiano e internazionale si fondono in un unico spazio. Al Fondaco, inoltre, è possibile scoprire oggetti della tradizione veneziana, tra cui i vetri di Murano, prodotti artigianali creativi e oggettistica di tendenza. Presso la "Corte", il food market del Fondaco, il visitatore potrà apprezzare la cucina locale e prelibate delizie gastronomiche, mentre il ristorante AMO by Alajmo, arricchito dagli arredi di Philippe Starck che rendono l'atmosfera ancora più elegante e confortevole, offre un menù moderno e salutare creato dallo chef stellato Massimiliano Alajmo.

dfs.com

Fondaco dei Tedeschi

The Fondaco dei Tedeschi, a fascinating luxury mall in Venice located just a few steps from the Rialto Bridge, is a place where art, culture, design and beauty mingle, enveloping visitors in an enchanted atmosphere while providing them with unforgettable emotional experiences. This DFS flagship store retains the main features of the 16th century Venetian architecture, a true jewel that pays homage to luxury and elegance. A refined 7000-square-metre space decorated with particularly significant elements is the backdrop for fashion and accessories boutiques, watches and jewellery, beauty products, high end handcrafts, gastronomic excellence and home design.
Through the iconic red escalator, guests can explore the world of fashion and let themselves be captivated by the showcases of the big brands, with attention paid to every detail, in a compendium in which Italian and international luxury merge into a unique space. At the Fondaco, you can also discover traditional Venetian objects, including Murano glass, creative handicrafts, and trendy gifts. At the 'Corte', the Fondaco's food market, visitors can enjoy local cuisine and delicious gourmet delights, while the AMO by Alajmo restaurant, enhanced by Philippe Starck's furnishings that make the atmosphere even more elegant and comfortable, offers a modern and healthy menu created by star chef Massimiliano Alajmo.

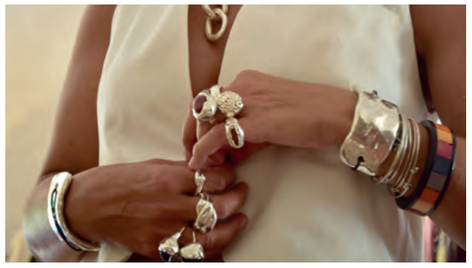
MARA DAL CIN
CONSULENZE DI STILE
ATMOSFERE PER AMBIENTI
VITTORIO
VENETO
MARADALCIN.COM
CORTINA

SCULTURE da indossare

La radice etimologica del termine gioiello richiama la parola "gioia" e proprio questo aspetto forse più di altri dà l'idea di quanto un monile, scelto con cura, che possa rappresentare chi lo indossa, dia una sensazione di soddisfazione e gioia, che aumenta positivamente la percezione del sé, infondendo sicurezza e serenità, regalando a sé stessi quell'attenzione affettuosa che è un balsamo per l'anima.
I raffinati gioielli scultura di Chiara Voliani, piccole opere d'arte da indossare, diventano quasi amuleti, come nell'antichità, carichi di significati. Caratterizzati da una forte identità, sono pezzi unici realizzati con un'inesauribile creatività che strizza l'occhio alla moda, settore nel quale l'artista si è formata. Dopo 30 anni di gestione di una boutique di lusso a Pisa, viene affascinata dal lavoro dell'artista Giuliana Michelotti che la immerge in una dimensione creativa dove Chiara si esprime al meglio e grazie alla quale decide di fondare il suo brand Chiara Voliani Gioielli Scultura. È una consacrazione artistica. Infaticabile globe trotter porta le sue creazioni in molte città, dove è attesa e riconosciuta, portando i suoi capolavori, tutti pezzi unici.
Sculture raffinate, evocative e potenti nelle loro forme e nelle pietre scelte, oggetti materici, luminosi, leggeri, immersi in argento purissimo, da indossare e dei quali innamorarsi.

"Do forma ai miei gioielli plasmandoli a mano e modellandoli utilizzando pietre preziose e semipreziose, che scelgo con cura, dalle quali devo essere attratta. Ogni singolo elemento è realizzato con le mie mani, quando creo mi lascio trasportare dalle mie sensazioni ed emozioni. Scolpisco la resina che si carica di energia e significati dando vita a ognuno dei miei gioielli. Credo nella proprietà dei metalli e delle pietre, i miei oggetti d'arte sono carichi di questa energia."

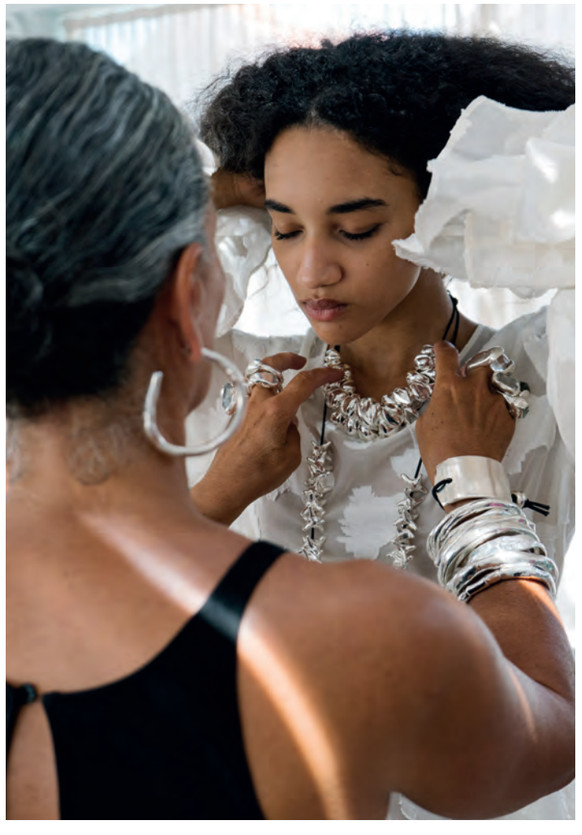
chiaravoliani.it



Sculptures to wear

The etymological root of the word jewel recalls the word 'joy' and it is precisely this aspect, perhaps more than others, that conveys the idea of how much a carefully chosen piece of jewellery, capable of representing the wearer, can give a feeling of satisfaction and joy, positively increasing self-perception, instilling confidence and serenity, giving oneself that affectionate attention that is a balm for the soul.
Chiara Voliani's refined sculpture jewellery, small works of art to be worn, become almost amulets, as in ancient times. Characterised by a strong identity, they are unique pieces made with an inexhaustible creativity that winks at the world of fashion, the field in which the artist was trained. After 30 years of managing a luxury boutique in Pisa, she was fascinated by the work of the artist Giuliana Michelotti that brings her into a creative sphere where Chiara can express herself at her best and thanks to which she decides to start her own brand: Chiara Voliani Sculpture Jewellery. It is an artistic consecration. A tireless globe trotter, she takes her creations to many different cities, where she is both awaited and recognised, carrying her masterpieces, all unique pieces.
Refined sculptures, evocative and powerful in their shapes and in the choice of stones, material objects, luminous, lightweight, immersed in pure silver, to wear and to fall in love with.

"I give shape to my jewellery by sculpting them by hand and modelling them using precious and semi-precious stones, which I choose with care. Every single element is made with my own hands, when I create, I let myself be carried away by my feelings and emotions. I sculpt resin that is charged with energy and meaning, giving life to each of my jewels. I believe in the properties of metals and stones; my art objects are charged with such energy."



La MUSICA non mente

Voce da usignolo, ma temperamento da pantera. Quello stesso che, dopo 22 anni e una vittoria (nel 1995 con *Come Saprei*), l'ha spinta a rimmettersi in gioco sul palco dell'Ariston e il 24 giugno, a Campovolo, ha incantato un pubblico di 40mila persone, duettando con Laura Pausini sulle note di *You've got a friend* portata al successo da James Taylor nel 1971.
L'occasione era l'epico concerto - così lo hanno definito gli organizzatori - "Italia loves Romagna" a favore delle vittime della recente alluvione, l'artista Giorgia Todrani, per il pubblico semplicemente Giorgia, una delle voci più belle della musica italiana.
La cantante romana, pioniera dell'R&B nel nostro paese, da sempre coniuga la potenza del soul con l'eleganza, una musicalità innata con l'ironia, valore aggiunto di ogni sua esibizione.
Per lei la musica è uno strumento di autoconoscenza e di coesione: raggiunge, infatti, il suo punto più alto quando viene condivisa. È lì che apre un varco tra il silenzio e la speranza. È lì che diventa magia...

Music doesn't lie

Voice like a nightingale, but a panther's temperament. That same temperament which, after 22 years and one victory (in 1995 with *Come Saprei*), pushed her back into the game on the Ariston stage and, on 24 June, at Campovolo, she bewitched an audience of 40,000 people, duetting with Laura Pausini on the notes of *You've Got a Friend*, brought to success by James Taylor in 1971.
The opportunity was the epic concert - as the organisers called it - "Italia loves Romagna" in support of the victims of the recent flood, the artist Giorgia Todrani, for the public simply Giorgia, one of the most beautiful voices of Italian music.
The Roman singer, a pioneer of R&B in our country, has always combined the power of soul with elegance, an innate musicality with irony, the added value of each of her performances.
For her, music is an instrument of self-knowledge and cohesion: it reaches its peak when it is shared. It is there that it opens a gap between silence and hope. It is there that it becomes magic...

Che rapporto ha con la musica?
"Di verità. È il momento in cui il mio istinto prevale sulla ragione e posso conoscere me stessa. Il linguaggio delle note non mente: quando sei su un palco non esistono maschere."

A "Italia loves Romagna" 18 grandi artisti si sono uniti all'insegna della solidarietà...
"La musica è uno dei più straordinari strumenti di coesione, cosa di cui si sente davvero bisogno in questo momento storico, ma anche di scambio. Se, infatti, si può suonare e ascoltare da soli, raggiunge l'apice quando viene condivisa, meglio ancora se per una causa così importante."

Qual era il messaggio che desideravate veicolare?
"L'arte, in casi come questi, può davvero dare una mano, tanto più se si tratta di un'emergenza a favore di una regione composta di persone che, nel bisogno, ci sono sempre state. Ora sono loro a essere in difficoltà. Supportarli con un concerto era il minimo."

Il motivo per cui è tornata a Sanremo dopo 22 anni?
"Il desiderio di mettermi sempre in gioco, in discussione. E poi c'è il contatto con le persone. È bello, è vita!"

Cosa l'ha colpita nel brano *Parole dette male*?
"La melodia e il tema: l'idea di lasciar andare il passato e procedere oltre senza rimanerne ancorati".

Parliamo del duetto con l'amica Elisa...
"È stato l'incontro di due matte (ride). Quando penso alla condivisione di un brano, la prima faccia che mi viene in mente è Elisa. Dopo 22 anni da *Luce* e *Di sole e di azzurro*, abbiamo vissuto il Festival come un anniversario, un incontro all'insegna della musica e dell'affetto."

In trent'anni di carriera, qualcosa non è andato come si aspettava o un brano su cui scommetteva non è stato apprezzato come meritava?
"*Dietro le apparenze* era un pezzo per me bellissimo che non è mai uscito, mentre *Oro nero* pensavo non sarebbe stato capito e, invece, ha incontrato il favore del pubblico. Se mi avessero detto: tra trent'anni sei ancora amata dalla gente non ci avrei creduto."

Barbara Carrer

What is your relationship with music?
'One of truth. It is the moment when my instinct prevails over reason, and I can know myself. The language of notes does not lie: when you are on a stage there are no masks."

At "Italia loves Romagna" 18 great artists joined in solidarity...
"Music is one of the most extraordinary instruments of cohesion, something that is really needed in this historic moment, but also one of exchange. If, in fact, it can be played and listened to alone, it reaches its apex when it is shared, even better if for such an important cause."

What was the message you wanted to convey?
"Art, in situations like these, can really lend a hand, all the more so if it is an emergency for a region of people who have always been there to help those in need. Now it is they who are in trouble. Supporting them with a concert was the least we could do."

The reason why you returned to Sanremo after 22 years?
"The desire to always put myself on the line, in question. And then there's the contact with people. It's beautiful, it's life!"

What struck you about the song *Parole dette male*?
"The melody and the theme: the idea of letting go of the past and moving on without getting stuck in it."

Let's talk about the duet with your friend Elisa...
"It was the meeting of two crazy women (laughs). When I think of sharing a song, the first face that comes to my mind is Elisa. After 22 years since *Luce* and *Di sole e di azzurro*, we experienced the Festival as an anniversary, a meeting in the name of music and affection."

In your 30-year career, did something not turn out as you expected or was a song you were betting on not appreciated as it deserved?
"*Dietro le apparenze* was a beautiful song to me that never came out, while *Oro nero* I thought would not be understood and, instead, it was well received by the public. If someone had told me: in thirty years you will be still loved by people, I wouldn't have believed it."

Barbara Carrer

NEW DESTINATION

Nature 100%

Le tue Vacanze nel Mare Adriatico

Tutto è nato da un sogno: valorizzare e conservare il territorio naturale di Bibione, custodendone l'atmosfera e condividendola con chiunque scelga di tuffarsi in uno splendido contesto naturale incontaminato. Il risultato è il Lino delle Fate Eco Village Resort, un progetto strategico e unico per le tue vacanze a Bibione, reso realtà dall'infaticabile lavoro del nostro team che ha creduto nell'ambizioso ideale di dare vita a un resort in perfetto equilibrio con la natura, dove l'attenzione che dedichiamo ai nostri clienti cammina mano nella mano con il rispetto che riserviamo per l'ambiente.
Sono molteplici i segni del nostro impegno verso un turismo ecosostenibile: dall'abbondanza di materiali naturali utilizzati per le camere e per le zone comuni all'uso dell'acqua piovana per l'irrigazione del terreno, dall'impiego del sistema di geotermia per la climatizzazione dei locali fino all'utilizzo esclusivo di macchine elettriche per lo spostamento all'interno del resort. Tutt'attorno a te, la bellezza della macchia mediterranea, ambiente naturale tipico di queste zone, che trova la sua massima forma nel Parco delle Biodiversità, un pezzo di natura incontaminato a pochi passi dal nostro resort. Chiedi informazioni alla reception su date e orari delle visite guidate al Parco, sarà l'occasione perfetta per istruire i più piccoli sull'importanza di praticare un turismo ecologico e responsabile

New destination
Nature 100%

It all started from one dream: to preserve and enhance Bibione's natural landscape, keeping its atmosphere intact but also sharing it with those who want to dive in such a pristine, amazing natural spectacle.
Thus, we created Lino delle Fate Eco Village Resort – a unique and strategical project for your holidays in Bibione, only made possible by the tireless efforts of our team, who always believed in the ambitious goal of creating a resort in complete harmony with nature. The attentive care we dedicate to our customers here is matched only by the respect we have for the environment.
Many are the signs of our commitment towards an environmentally sustainable tourism: from the abundance of natural building materials utilised for the construction of the rooms and common areas to the use of rainwater for irrigation, from the clever geothermic system employed for heating to the exclusive use of electric carts as a transportation device inside the resort.
All around you, the beauty of the Mediterranean scrub, typical natural feature of these areas, finding its finest expression in the Park of Biodiversity, a piece of pristine nature at only a few steps from our resort. Ask for more detailed info on the dates and times of the guided tours in the Park at the reception: it will be the perfect chance to teach the children how important it is to have a responsible, eco-friendly approach to tourism, and to remind the adults how fragile and valuable the natural resources around us are.

e per ricordare ai più grandi quanto siano fragili e preziose le meraviglie della natura che ci circonda.

Quest'estate vivi un viaggio alla ri-scoperta dei valori dell'ecosostenibilità: scegli Lino delle Fate Village Resort e Bibione per la tua vacanza ecologica italiana, ti aspettiamo!

Durante le colazioni, aperitivi, pranzi e cene ci impegniamo ad offrire ai nostri ospiti prodotti freschi, genuini, frutto del rispetto dell'ambiente e del territorio, provenienti dalla nostra azienda agricola o da realtà artigianali biologiche, prediligendo la filiera corta.

La spiaggia attrezzata ed esclusiva solo per gli ospiti del Lino delle Fate Eco Village Resort è un piccolo tesoro di bellezza sul mare. A soli 400 mt è raggiungibile a piedi o in bicicletta ed è collegata attraverso un comodo percorso "La via del Mare" che attraversa la pineta e arriva direttamente in spiaggia.
In questo scenario è inserito il settore spiaggia del resort, arredato con attenzione per i particolari e nel totale rispetto della natura circostante. Vanta ombrelloni di paglia e eleganti gazebi accuratamente distanziati tra loro con comodi lettini oversize. A pochi metri, inoltre, parco giochi e animazione per i bambini.

During breakfasts, aperitifs, lunches and dinners we strive to offer our guests fresh, wholesome, environmentally friendly and locally sourced products from our own farm or from organic local artisans, with a preference for the short supply chain.

The beach, equipped and available exclusively for guests of the Lino delle Fate Eco Village Resort, is a little treasure trove of beauty by the sea. Just 400 metres away, it can be reached on foot or by bicycle and is connected by a convenient pathway "La via del Mare" that crosses the pine wood and arrives directly on the beach.

Il Parco delle Biodiversità mediterraneo del Lino delle Fate Eco Village Resort è un'area verde che si estende per 16 ettari, nel cuore di un sito che vanta una storia naturale talmente complessa da portare una vera ricchezza di specie viventi attualmente presenti nel territorio di Bibione. Per tale ragione parliamo di Biodiversità, che ancora oggi si distingue per il suo patrimonio di vita selvatica, nonostante le inevitabili semplificazioni dovute alle trasformazioni ambientali prodotte dall'uomo.

Il ricco patrimonio botanico del parco è rappresentativo delle più importanti varietà locali della flora mediterranea e anche la fauna è ben rappresentata nel bosco del Lino delle Fate, oltre 50 specie di uccelli e mammiferi come il Riccio, la Lepre, la Donnola, la Faina, la Talpa e molti altri.

linodellefateresort.com

This is the setting for the resort's beach area, furnished with attention to detail and with total respect for the surrounding nature. It boasts straw umbrellas and elegant gazebos carefully spaced out with comfortable oversize sun loungers. There is also a playground and children's entertainers just a few metres away.

The Mediterranean Biodiversity Park at the Lino delle Fate Eco Village Resort is a green area extending over 16 hectares, in the heart of a site that boasts such a complex natural history that it is home to a great variety of living species currently living in the Bibione area. This is why we speak of Biodiversity, which is still distinguished by its richness in wildlife, despite the inevitable simplifications resulting from man-made environmental transformations.
The park's rich botanical heritage is representative of the most important local varieties of Mediterranean flora, and also the fauna is well represented in the Fairy Flax forest, with more than 50 species of birds and mammals such as the Hedgehog, Hare, Weasel, Marten, Mole and many others.

Gianese
agency | intermediazioni immobiliari

ABITARE **L'ESCLUSIVITÀ**

LUXURY REAL ESTATE

Gianese Agency è un punto di riferimento nel Nord Est per coloro che aspirano ad acquistare immobili di lusso.

Con oltre quarant'anni di esperienza alle spalle, selezioniamo accuratamente ogni proprietà trovando la soluzione su misura per chi sogna di vivere in un prestigioso attico nel cuore di Treviso, per chi è alla ricerca di un casa da sogno fronte mare a Jesolo, per chi desidera rifugiarsi nel fascino della rinomata "Regina delle Dolomiti".

via indipendenza 5 . 31100 treviso
tel. 0422 411 313
info@gianese.com

Per avere maggiori informazioni visita
www.gianeseagency.com

Residenza di *CHARME*

Luxury boutique hotel

Un'isola nell'isola di Venezia. Corte di Gabriela è proprio questo: un'isola di stile, charme ed accoglienza nel quartiere più antico ed affascinante della Serenissima, il Sestiere di San Marco, cuore pulsante della città lagunare, a due passi da Piazza San Marco e del Ponte di Rialto. Un'affascinante palazzina di fine Ottocento, dotata di dieci stanze con vista suggestiva sul Rio di Ca' Corner e sulla silenziosa calle. Dieci ambienti con una propria atmosfera, distribuiti armoniosamente su tre piani e arricchiti dall'elegante corte interna, impreziositi da travi a vista e affreschi e arredati con un calore contemporaneo che, al tocco tipicamente veneziano, affianca la ricercatezza dei particolari di design, la suggestione degli accostamenti cromatici, l'attenzione ai giochi delle luci. Il comfort si fonde con il buon gusto, il relax con l'attenzione del servizio. Entrando alla Corte di Gabriela, sarete parte di un luogo unico che respira e vive di una bellezza naturale. La Vostra Residenza di Charme nel cuore di Venezia.

residenzedepoca.it

A Charming Residence

An island in the island of Venice. Corte di Gabriela is just that: an island of style, charm and hospitality in the oldest and most fascinating district of the Serenissima, the Sestiere di San Marco, the beating heart of the city on the lagoon, a stone's throw from Piazza San Marco and the Rialto Bridge. This charming late nineteenth-century mansion has ten rooms with suggestive views of the Rio di Ca' Corner and the peaceful calle. Ten rooms with their own individual character, harmoniously distributed over three floors and enriched by the elegant inner courtyard, embellished with exposed wooden beams and frescoes and furnished with a contemporary warmth that, along with the typically Venetian touch, combines the refinement of details of design, the evocative colour combinations, and the attention to the light effects. Comfort blends with good taste, relaxation with attentive service. When you enter Corte di Gabriela, you will be part of a unique place that breathes and lives with natural beauty. Your Charming Residence in the heart of Venice.

CORTE DI ƎABRIELA
LUXURY BOUTIQUE HOTEL - VENICE

GLAMOUR urbano

Dall'idea innovativa di Gabriella Botter nasce Fornaria: un magazzino urbano collocato al piano terra di una palazzina di inizio secolo nella zona pedonale di San Donà di Piave.
Prima sede di un vecchio panificio poi rivendita di vernici, oggi invece è un magnifico concept store con un magazzino a vista visitabile anche dai clienti. Da Fornaria si trovano collezioni di design fortemente legate al territorio, all'artigianalità e al Made in Veneto.
Vasi di Carlo Moretti, borse con preziosi tessuti Rubelli, radio Brionvega, friulane di Cristina da Milano realizzate con pregiati tessuti veneziani, occhiali da sole iconici, gioielli prodotti da una designer trevigiana, oggetti in vetro e legno creati da Lunardelli Venezia e prodotti per il corpo e l'ambiente Fragart.
Gli spazi si distribuiscono su tre aree: l'area del negozio principale con l'ingresso d'angolo; una seconda sala più interna del magazzino, visitabile, che custodisce una porta e una nuova finestra affacciate su un piccolo giardino segreto ed infine la terza zona con un salottino-camerino, pensata non solo per la prova dei capi ma anche come possibile luogo di socialità.

fornaria.net

Urban Glamour

Fornaria was born from an innovative idea of Gabriella Botter: an urban warehouse located on the ground floor of a turn-of-the-century building in the pedestrian area of San Donà di Piave.
First an old bakery then a paint retailer, today it is a magnificent concept store with a visible warehouse that can also be visited by customers. At Fornaria you can find design collections strongly tied to the territory, the craftsmanship and the Made in Veneto.
Vases by Carlo Moretti, bags made of precious Rubelli fabrics, Brionvega radios, Friulane by Cristina da Milano made of precious Venetian fabrics, iconic sunglasses, jewellery produced by a designer from Treviso, glass and wood objects created by Lunardelli Venezia, and Fragart body and ambience products.
The spaces are distributed over three areas: the main shop area with the corner entrance; a second, more internal room of the store, which can be visited and which features a door and a new window overlooking a small secret garden; and finally the third area with a small lounge-dressing room, designed not only for trying on garments but also as a possible place for socialising.

I leoni di *VENEZIA*

Il più grande evento culturale e mondano del 1932 fu naturalmente L'Esposizione Internazionale d'Arte Cinematografica collegata alla XVII Biennale di Venezia, durante la quale le proiezioni ebbero luogo nella terrazza dell'Hotel Excelsior e l'inaugurazione nei suoi immensi saloni alla presenza del fondatore il Conte Volpi di Misurata.
Tra gli ospiti spiccavano l'ex re di Spagna Alfonso, la principessa Maria Josè, il Principe di Piemonte, il duca di celluloide, i fratelli Lumière. Il cielo, quella sera del 6 agosto 1932, in cui partiva la grande avventura con la proiezione di "Doctor Jeckil and Mister Hyde" di Mamoulian, fu clemente. La Mostra del Cinema nasceva benedetta dalla sorte, come si evince dall'elenco dei "Leoni d'Oro" che si susseguirono negli anni.
La Seconda guerra mondiale bloccò la crescita e i palazzi del Casinò e del Cinema divennero sedi del comando tedesco, mentre lo Stabilimento Bagni venne distrutto dalle bombe. Continuava invece lo sviluppo residenziale con la fioritura delle eleganti ville in stile Liberty.
Durante la guerra la Mostra del Cinema aveva trovato sede nel Palazzo Ducale ed era tornata festosamente al Lido nel 1948. Negli anni '50 si verifica la resurrezione,

The lions of Venice

Naturally, the most internationally famous and important cultural event was the International Film Festival, which opened in 1932, linked to the 17th Venice Biennale. During the festival, film projections took place on the terrace of the Hotel Excelsior and the festival opening was given in the hotel's huge salons in the presence of its founder, Count Volpi. Among the guests were the former king of Spain, Alfonso, princess Maria José, the prince of Piedmont, the Duke of Mirando and even the inventors of the new celluloid art, the Lumière brothers. That night of the 6th of August 1932 when the great adventure began with the projec- tion of "Doctor Jeckyl and Mister Hyde" by Mamoulian, the sky was merciful. The cloudless sky was seen as an omen that the Film Festival had been born blessed by the stars, as you can see from the list of the Golden Lions "Leoni d'oro" given in the appendix and read the titles of the films projected at the Palazzo del Cinema, a modernist building, which was opened with the 5th Exhibition in 1937 and at the Casino, a build ing of unique pomp in those years, inaugurated in 1938, and which, in 2008, marks its 70th anniversary.

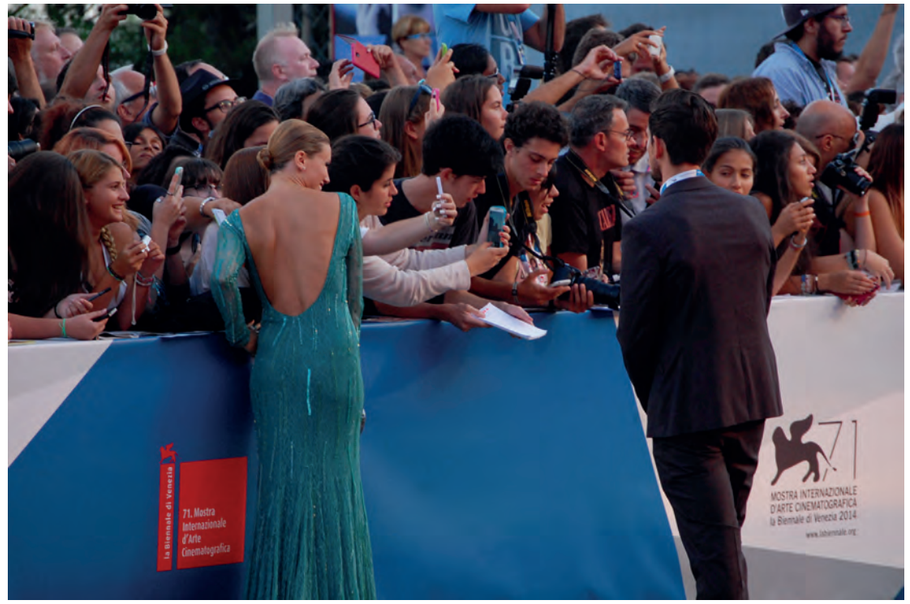


Foto di Marta Marcolin

grazie alla grande popolarità del cinema nel mondo intero e gli alberghi accolsero così, accanto alla nobiltà, famosi attori e registi.
Nell'immaginario mondiale il Lido e Venezia sono tutt'uno e l'incanto della vicinissima e celebre città è stato ed è fondamentale per la fortuna del Lido e del suo Festival. L'affascinante città è per sua natura da sempre stata un set ideale.
La stessa Venezia è stata ambitissima come luogo di ambientazione e come soggetto cinematografico fin dall'epoca dei fratelli Lumière, poi dalla "Venezia minore" (1942) e negli altri film dell'innamorato e sognatore Francesco Pasinetti, fino ai capolavori di Luchino Visconti, "Senso" (1954) e "Morte a Venezia" (1971), al decadente "Anonimo Veneziano" di Enrico Maria Salerno (1970) a "Pane e Tulipani" di Silvio Soldini (2000) e agli innumerevoli altri film per i quali l'affascinante città è per sua natura un set ideale. La videoteca Pasinetti, voluta negli anni Ottanta e nata nel 1991, oggi è fornita di 5.000 titoli e almeno la metà sono legati a Venezia. Ricordo fra i più interessanti film d'autore "Yuppi Du" (1975) di Adriano Celentano, il "Casanova" (1976) di Federico Fellini, "Don Giovanni" di Joseph Losey (1979), "La chiave" (1983) di Tinto Brass, "Tutti dicono I love you" (1996) di Woody Allen, "Lunedì mattina" (2002) di Otar Joseliani.

The second world war arrested the growth and the palaces of the Casino and the Cinema became seats of the German command, while the Stabilimento Bagni was destroyed by bombs. However, residential development continued with the building of the elegant Liberty villas. During the war, the Film Festival found its seat in the Doge Palace and only returned to the Lido in 1948. During the 50s, a resurrection took place, thanks to the immense popularity of cinema throughout the whole world and, thus, the hotels welcomed, alongside the nobility, famous actors and film directors. In the world's imagination, the Lido and Venice are one and the same, and the enchantment of the nearby and celebrated city has been, and is, fundamental to the fortune and success of the Lido and its Festival. Venice itself has been coveted as a film set and subject since the time of the Lumière brothers, from the "Venezia minore" (1942) and the other films of the lover and dreamer Francesco Pasinetti, to the masterpieces of Luchino Visconti, "Senso" (1954) and "Death in Venice" (1971), from the decadent Enrico Maria Salerno's "Anonimo Veneziano" (1970) to "Pane e Tulipani" directed

by Silvio Soldini (2000) and the countless other films for which the fascinating city is by its nature, an ideal set. The video library Pasinetti, planned in the 80s and established in 1991, is today endowed with five thousand titles and at least half of these are linked to Venice. I would like to mention among the most interesting art films Adriano Celentano's "Yuppi Du" (1975), Fellini's "Casanova" (1976), "Don Giovanni" directed by Joseph Losey (1979), "La chiave" (1983) by Tinto Brass, "Everybody says I love you" (1996) by Woody Allen, "Lunedì mattina" (2002) by Otar Joseliani.

Foto di Silvia Zanardi

JESOLO | Via Andrea Bafile, 423 | 30016 Jesolo VE
JESOLO | Piazza Milano, 12 | 30016 Jesolo VE
CONEGLIANO | Via Marconi, 3 | 31015 Conegliano TV

BURATO1969.COM

BURATO 1969

ICONA di *bellezza*

Verace, femminile, determinata: tre aggettivi per mettere a fuoco una delle protagoniste indiscusse del cinema e della tv italiana. Una che di bellezza mediterranea e genuinità ha fatto i suoi punti di forza, appartenendo a quel ristretto numero di persone che emanano una luce particolare, croce e delizia di chi la felicità se l'è dovuta conquistare a morsi.
Dopo essere tornata a distanza di vent'anni sul palco del Festival di Sanremo, dove ha confermato la sua straordinaria abilità nell'arrivare al cuore della gente, Sabrina Ferilli ha conseguito, lo scorso anno, il premio David Speciale per la carriera, frutto di fortunate collaborazioni con registi del calibro di Monicelli, Corbucci, Virzì e Sorrentino (che l'ha resa celebre anche oltreoceano con la partecipazione al film Premio Oscar "La grande bellezza"). E mentre si prepara a vestire, per la quinta volta, i panni di giudice popolare a "Tu sì que vales", festeggia raggiante il suo cinquantanovesimo compleanno con l'ironia che, da sempre, caratterizza una donna che le sue battaglie le ha vinte tutte, compresa quella contro il tempo.

Ha lavorato con illustri nomi del cinema...
"Le cose belle si fanno solo con grandi registi, bravi sceneggiatori e validi attori. Nulla si ottiene a caso."

Che effetto le ha fatto ricevere un Premio alla carriera?
"È stata una grande gioia perché arrivava dopo un bel po' di anni, per la precisione trentuno. Penso di aver fatto sempre al meglio il mio lavoro, con impegno e determinazione. Questo ha reso il David ancora più gradito."

Deve la sua notorietà anche a fiction popolari come *Commesse, Le ali della vita, Svegliati amore mio*, che spesso toccano temi importanti e di grande attualità. Come sceglie i suoi lavori?
"Prediligo le storie che hanno un interesse sociale, civile e possono far riflettere, aggiungendo, però, sempre un pizzico di ironia."

Nella sua carriera ha interpretato tanti personaggi diversi, ce n'è uno in particolare con cui le piacerebbe cimentarsi?
"Ce ne sono ancora tanti da fare. Di solito sono più attratta dalle donne forti, indipendenti, determinate perché le sento più vicine a me. Anita Garibaldi è una di quelle."

Icon of beauty

Genuine, feminine, determined: three adjectives to describe one of the undisputed stars of Italian cinema and TV. One who has made Mediterranean beauty and authenticity her strong points, belonging to that small number of people who shine a special light, the cross and delight of those who have had to conquer happiness by the skin of their teeth.
After her return to the Sanremo Festival stage twenty years later, where she proved her extraordinary ability to reach people's hearts, last year Sabrina Ferilli was awarded the David Special Prize for her career, the result of her successful work with directors of the calibre of Monicelli, Corbucci, Virzì and Sorrentino (who also made her famous overseas with her role in the Oscar-winning film 'La grande bellezza'). And as she prepares to take on, for the fifth time, the role of popular judge on 'Tu sì que vales', she is happily celebrating her 59th birthday with the irony that has always characterised a woman who has won all her battles, including the one against time.

She has worked with famous names in cinema...
"Good things are only done with great directors, good scriptwriters and good actors. Nothing is achieved by chance."

How did it feel to receive a Lifetime Achievement Award?
"It was a great joy because it came after quite a few years, thirty-one to be precise. I think I have always done the best I could, with commitment and determination. That made the David even more welcome."

You also owe your fame to popular dramas such as Commesse, Le ali della vita, Svegliati amore mio, which often touch on important and topical issues. How do you choose your films?
"I prefer stories that have a social, civic interest and can make people think, while always adding a pinch of irony."

You have played many different characters in your career, is there one in particular that you would like to try your hand at?
"There are still so many to be done. I am usually more attracted to strong, independent, determined women because I feel they are closer to me. Anita Garibaldi is one of them."

Si definirebbe una perfezionista?
"Amo fare sempre una cosa alla volta e mi ci dedico con tutta me stessa. Un mio lavoro può non piacere, ma nessuno dirà che è stato fatto senza cura o con superficialità."

È stato emozionante salire sul palco dell'Ariston dopo ven'anni?
"Molto, ma la gioia superava la trepidazione. C'erano artisti con i quali ho iniziato la mia carriera trent'anni fa."

L'idea di averla al Festival è stata veramente del tredicenne figlio di Amadeus?
"Esatto. Il padre cercava una co-conduttrice da affiancare ai nomi che aveva pensato e José ha proposto me, dicendo che ero simpatica a lui e ai compagni di classe. Per questo l'ho abbracciato e ringraziato nel corso della diretta."

All'interno della sua serata, ha deciso di non esibirsi.
"Ho deciso di non ballare, cantare e neppure presentare perché desidero restare nel mio. Io voglio solo fare l'attrice, magari perfezionarmi in questo, ma all'interno della mia sfera artistica. Non amo la confusione di questo periodo storico in cui tutti ambiscono a fare tutto."

Perchè ha scelto un non monologo, un elogio alla competenza contro la tuttologia di persone e social?
"Ho preferito farmi solo delle domande, una rassegna di temi che avrei potuto affrontare per poi non trattarli effettivamente e lasciare spazio a chi ha reali competenze. Le risposte le danno già in troppi, qualcuno deve fare un passo indietro."

Barbara Carrer

Would you call yourself a perfectionist?
"I always love doing one thing at a time and I dedicate myself to it with all my heart. You may not like my work, but no one will say it was done carelessly or superficially."

Was it exciting to be on the Ariston stage after 20 years?
"Very, but the joy outweighed the anxiety. There were artists with whom I started my career 30 years ago."

Was the idea of having you at the Festival really that of Amadeus' 13-year-old son?
"Exactly. His father was looking for a co-hostess to go with the names he had thought of and José proposed me, saying that he and his classmates liked me. For that I hugged him and thanked him during the live broadcast."

During your appearance, you decided against performing.
"I decided not to dance, sing or even present because I wish to stay in my own. I just want to be an actress, maybe perfect myself in this, but within my artistic sphere. I don't like the confusion nowadays when everyone wants to do everything."

Why did you choose a non-monologue, a praise for competence against the allology of people and social media?
"I preferred to just ask myself questions, a review of topics that I could have addressed and then not actually deal with them and leave space for those who have real expertise. Too many people already give answers, someone has to take a step back."

Barbara Carrer

amarmio
RISTORANTE

MENAZZA
HOTELS

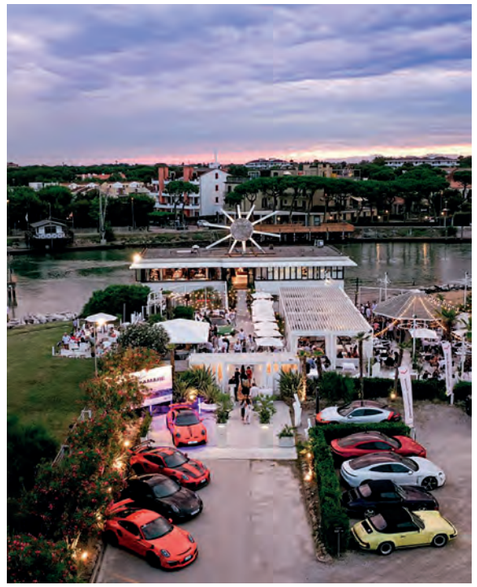
UN CONNUBIO D'AMORE, ELEGANZA E GUSTO VI ATTENDE NEL **RISTORANTE AMARMIO** DELL'HOTEL **CASA BIANCA AL MARE**.

A DUE PASSI DAL MARE, ASSAPORERETE LE DELIZIE DEL NOSTRO MENÙ.

INFO E BOOKING: **+39 3807945520** - È GRADITA LA PRENOTAZIONE AMARMIOJESOLO WWW.AMARMIO.IT

SUNSET 360°

Terrazzamare sorge a ridosso della bocca del porto turistico di Jesolo Lido, in prossimità del faro godendo così di una vista mozzafiato a 360° sul mare, divisa su due livelli: al piano terra l'ampia "lounge terrace", sulla palafitta il ristorante "vista-mare".
Location con una storia trentennale nel litorale jesolano, con particolare attenzione alla ristorazione.
È inoltre il punto di riferimento per eccellenza della mondanità grazie agli "happening" caratterizzati da vip che giungono anche dall'estero durante il weekend, una vera propria meta di culto per l'aperitivo.
La struttura ospita anche innumerevoli eventi enogastronomici di spessore: presentazioni di guide e premiazione di eccellenze del territorio, eventi con chef stellati, programmi televisivi e molto altro ancora, gli ultimi hanno visto protagonisti Porsche, Paillard e il ristorante stellato Tivoli che ha inaugurato la liason con Cortina, "Cortina goes to Jesolo."
Un vero e proprio "place to be!"



Sunset 360°

Terrazzamare is located close to the mouth of the tourist harbour of Jesolo Lido, near the lighthouse, thus enjoying a breathtaking 360° view of the sea. It is divided on two levels: on the ground floor the large 'lounge terrace', on the pile-dwelling the 'sea-view' restaurant.
A location with a thirty-year history on the Jesolo coastline, with a focus on the catering service.
It is also the reference point par excellence of social life thanks to the "happenings" featuring VIPs arriving even from abroad at weekends, a real cult destination for aperitifs.
The venue also hosts countless important food and wine events: presentations of guides and awards for local excellence, events with Michelin-starred chefs, television programmes and much more, the latest of which have featured Porsche, Paillard and the Michelin-starred restaurant Tivoli, which inaugurated its liason with Cortina, "Cortina goes to Jesolo."
A true "place to be!"

Fiore all'occhiello è Marcandole al Mare, ristorante di grande prestigio e fama, situato all'interno della terrazza, reso una location unica e suggestiva dal panorama sulla foce del fiume, il faro e il mare di Jesolo.
Conosciuto per la sua eccellente cucina, si distingue per gli ambienti raffinati, dove tradizione e design si sposano, dove la cura dei dettagli, nell'eleganza della semplicità, rende l'atmosfera sofisticata e nello stesso tempo accogliente. L'amore per il proprio lavoro, per la qualità e per il bello dello chef Roberto Bardella, del figlio Alessandro, impegnato nell'organizzazione degli eventi e della figlia Giulia in sala, come la sopraccitata collaborazione con Cortina, sono il valore aggiunto imprescindibile per regalare agli ospiti un'esperienza indimenticabile, sempre all'avanguardia nella proposta più originale e à la page.

The jewel in the crown is Marcandole al Mare, a restaurant of great prestige and fame, located on the pile-dwelling, made into a unique and evocative location by the view of the river mouth, the lighthouse, and the sea of Jesolo.
Known for its excellent cuisine, it stands out for its elegant ambience, where tradition and design combine, where attention to detail, with the elegance of simplicity, makes the atmosphere both sophisticated and welcoming. The love for their work, for quality and for beauty of chef Roberto Bardella and his son Alessandro, who is busy in the dining room and in the organisation of events, such as the aforementioned collaboration with Cortina, are the essential added values to ensure their guests an unforgettable experience, always at the forefront of the most original and à la page proposals.

L'omonimo ristorante a Salgareda, in provincia di Treviso, di Roberta, moglie di Roberto, trova con la realtà jesolana una forte affinità nell'incessante ricerca culinaria per coniugare famiglia, tradizione e innovazione.
Il locale è aperto tutti i giorni, offrendo ai clienti la possibilità di gustare prelibatezze culinarie in un'atmosfera rilassante e accogliente. Una delle caratteristiche che rende Marcandole al Mare unico è la proposta di prodotti del territorio di prima qualità e con una selezione di crudi di mare e una carta delle ostriche di rilievo.
Infine, l'ampia terrazza del locale è la cornice più amata sui tramonti jesolani che si possono ammirare ogni sera da maggio a settembre.

The restaurant of the same name in Salgareda, in the province of Treviso, owned by Roberta, finds a strong affinity with the Jesolo establishment in its incessant culinary pursuit to combine tradition and innovation.
The restaurant is open every day, offering customers the chance to enjoy gourmet delicacies in a relaxed and welcoming atmosphere. One of the features that makes Marcandole al Mare unique is the seafood 'nouvelle cuisine', which offers simple but sophisticated dishes made with fresh, top-quality ingredients.
Finally, the restaurant's large terrace is a popular setting for the Jesolo sunsets that can be enjoyed every evening from May to September.

terrazzamare.com

Venezia e il suo SALONE

30.000 visitatori e un occhio attento allo sviluppo della nautica in Adriatico

Il successo della quarta edizione del Salone nautico di Venezia – 300 barche, 220 espositori, oltre 30.000 visitatori – è la dimostrazione che quando ci si muove in sinergia, tra operatori del settore, autorità locali (civili e militari) e governo centrale, si possono raggiungere traguardi insperati, portando benefici all'industria (nel caso specifico l'industria nautica, che da sola fattura la metà del portafoglio ordini mondiali), al turismo e alla crescita del territorio. Un territorio, quello di Venezia, che attraverso la nautica è tornato a valorizzare la sua storia e la sua attrattività, proponendosi come polo di riferimento per l'alto Adriatico e per i Paesi della costa orientale, in testa Slovenia, Croazia e Montenegro, senza dire, più a Sud, della Grecia e della Turchia.

È sulla base di questo successo senza precedenti che gli organizzatori di Vela SPA (società che opera per conto del Comune di Venezia) hanno potuto esprimere piena soddisfazione per i risultati ottenuti, grazie anche, se non soprattutto, alla collaborazione della Marina Militare, che ha messo a disposizione gli spazi dell'Arsenale, dove per cinque giorni sono state messe in mostra imbarcazioni da sogno, yacht e superyacht, ma anche scafi e gommoni di dimensioni "umane" e tante proposte dedicate alla scoperta della nautica sostenibile: un comparto in crescita, che riguarda in particolare la vela e la diffusione di motorizzazioni ibride ed elettriche.
Sono stati oltre 50 gli eventi culturali e di approfondimento, tra convegni e talk show, e la maggior parte è stata dedicata proprio al tema dell'eco-compatibilità, alla salute del mare e alle nuove propulsioni elettriche e ibride. Massiccia la partecipazione di addetti ai lavori: basti dire che a Venezia si sono concentrati, nei giorni del Salone, oltre 2000 operatori, 448 giornalisti accreditati, 33 operatori e giornalisti stranieri (provenienti da Austria, Bulgaria, Croazia, Finlandia, Paesi Bassi, Polonia, Francia, Slovenia, Svezia, Svizzera, Turchia, Spagna, Serbia, Regno Unito), tutti ospitati in Italia grazie alla collaborazione di ICE Agenzia.
Non sono mancate proposte di cantieri stranieri, ma è stato il Made in Italy a conquistare la scena, con presenze importanti. Tra queste, le barche di Ferretti Group, con i marchi Ferretti Yachts, Riva, Pershing, Itama, CRN, Custom Line, Wally), Azimut-Benetti, Sanlorenzo, Solaris, Pardo, Arcadia, Invictus, Absolute, FIM, e molti altri.
Tra i più entusiasti esponenti dell'industria nautica italiana si è esposto l'avvocato Alberto Galassi, amministratore delegato di Ferretti Group, che già quattro anni fa, quando si svolse, tra lo scetticismo generale, la prima edizione del Salone di Venezia, si era sbilanciato a sostegno della manifestazione.
"Si chiude con soddisfazione la quarta edizione del Salone di Venezia e si apre una splendida opportunità per la nautica e per l'indotto turistico a essa collegato" ha dichiarato il numero 1 del colosso italo-cinese. "Sono sempre più convinto – ha aggiunto - che l'alto Adriatico e Venezia possono diventare sempre più la nostra Costa Azzurra, con vari punti a nostro favore, tra cui la bellezza e la capacità attrattiva durante tutto l'arco dell'anno. Come abbiamo creduto nel Salone quando ci guardavano come dei sognatori, così ora pensiamo che il comparto nautico italiano, che da solo fattura la metà del portafoglio ordini mondiali, possa dare orizzonte e concretezza a questo progetto, facendo del lembo di costa che va da Trieste a Venezia un polo di grande interesse per il diportismo internazionale."

salonenautico.venezia.it

Venice and its show

The success of the fourth edition of the Venice Boat Show - 300 boats, 220 exhibitors, more than 30,000 visitors - is the proof that when sector operators, local authorities (civil and military), and the central government work together in synergy, unexpected goals can be achieved, bringing benefits to the industry (in this specific case the nautical industry, which alone generates half of the world's order portfolio), to tourism, and to the growth of the territory. A territory, the Venice area, that through the nautical industry has once again made the most of its history and attractiveness, proposing itself as a reference pole for the Northern Adriatic and the countries of its eastern coast, led by Slovenia, Croatia, and Montenegro, not to mention, further south, Greece and Turkey.

It is on the basis of this unprecedented success that the organisers of Vela SPA (a company operating on behalf of the Venice City Council) were able to express their full satisfaction with the achieved outcome, thanks also, if not above all, to the cooperation with the Italian Navy, which made available the premises of the Arsenale, where for five days dream boats, yachts and superyachts, as well as 'human-sized' and inflatable boats and many proposals aimed at the discovery of sustainable boating were put on show: a growing sector, with a particular focus on sailing and the spread of hybrid and electric engines.
There were more than 50 cultural and discussion events, including conferences and talk shows, and most of them were devoted to the theme of eco-compatibility, the health of the sea, and the new electric and hybrid propulsion systems. There was a massive participation of insiders: suffice it to say that during the days of the Show more than 2,000 operators, 448 accredited journalists, and 33 foreign operators and journalists (from Austria, Bulgaria, Croatia, Finland, the Netherlands, Poland, France, Slovenia, Sweden, Switzerland, Turkey, Spain, Serbia, and the United Kingdom), all hosted in Italy thanks to the cooperation of the ICE Agency, were gathered in Venice.
Although there was plenty of proposals from foreign shipyards, it was the Made in Italy that conquered the stage, featuring prominent presences. These included the boats of Ferretti Group (with the Ferretti Yachts, Riva, Pershing, Itama, CRN, Custom Line, and Wally brands), Azimut-Benetti, Sanlorenzo, Solaris, Pardo, Arcadia, Invictus, Absolute, FIM, and many others.
One of the most enthusiastic representatives of the Italian nautical industry was lawyer Alberto Galassi, CEO of the Ferretti Group, who had already spoken out in support of the event four years ago, when the first edition of the Venice Boat Show was held amid general scepticism.
"The fourth edition of the Venice Boat Show is closing with a feeling of satisfaction, and a wonderful opportunity is opening up for the nautical industry and the tourist industry connected to it," declared the number 1 of the Italo-Chinese colossus. "I am increasingly certain," he added, "that the North Adriatic and Venice can become even more our Cote d'Azur, with several assets in our favour, among which the beauty and the ability to attract people all year round. Just as we believed in the Show when we were looked upon as dreamers, we now think that the Italian nautical sector, which alone accounts for half of the world's order portfolio, can provide perspective and substance to this project, making the strip of coastline stretching from Trieste to Venice a pole of great interest for international yachting."

X²: la *PASSIONE*

Tredici relatori, con 15 minuti a testa, un solo tema: Passione. Grande successo per l'evento che si è svolto il 29 aprile al teatro Vivaldi

Grande successo, mille emozioni e sold out per la seconda edizione di TEDxJesolo. L'evento, organizzato dal Comune di Jesolo e dal Licensee Andrea Vidotti presso il teatro Vivaldi ha visto avvicendarsi sul palco 13 relatori, ognuno dei quali ha affrontato dal proprio punto di vista il tema individuato per quest'anno: Passione.
Sono intervenuti:
Massimo Tammaro: ufficiale dell'Aeronautica Militare, comandante delle Frecce Tricolori, la pattuglia acrobatica nazionale.
Regina Schrecker: top model, stilista e musa ispiratrice di Andy Warhol.
Filippo La Mantia: Chef. Ha ottenuto il premio L'Ambrogino d'Oro, nel 2021, per il suo impegno durante la Pandemia, al Niguarda.
Maria Cristina Savoldi Bellavitis: studiosa di gemmologia a New York e sciamanesimo in Mongolia.
Ottavio Sartori: fondatore e CEO di un'azienda leader nel settore arredamento. La digitalizzazione d'impresa è stata la chiave del suo successo.
Cristina Luzzi: fondatrice de La Vita in Rosso, vulcanica e intraprendente, utilizza la sua vena artistica e ribelle per infondere coraggio a tutte le collaboratrici e al loro pubblico.
Edoardo Scirè: chief content officer di Starting Finance, una start up che sta rivoluzionando l'informazione e l'educazione finanziaria in Italia.
Serena Codato: scelta per il ruolo di Gemma nella fiction RAI 2 "Mare Fuori", è tra i protagonisti delle 3 stagioni della serie. A Napoli ha creato lo spettacolo teatrale "NOI - Non Oltre Io" di cui è produttrice e protagonista.
Fulvio Marino: mugnaio di terza generazione, panificatore esperto, è responsabile delle panetterie Eataly nel mondo dal 2013. Partecipa ai programmi televisivi "È sempre mezzogiorno" e "Bake Off Italia".
Cristina Nuti: è campionessa italiana di ParaTriathlon e Duathlon, oltre a essere stata la prima donna con sclerosi multipla in Italia e Europa, e la seconda al mondo, a terminare un IronMan.
Franz Pagot: uno dei maggiori direttori della fotografia nel cinema, autore e doppiatore. Ha partecipato a capolavori come Full Metal Jacket, Robin Hood e Sleepy Hollow, è anche inviato di guerra.
Pegah Moshir Pour: consulente in Ernst&Young e attivista da anni di diritti umani e digitali, nel 2022 è stata inserita nella lista dei 100 innovatrici e innovatori che hanno fatto la differenza e premiata a palazzo Montecitorio Standout Woman Award.
RoBee di Oversonic, il primo robot umanoide cognitivo. Accompagnato sul palco dal Ceo Paolo Denti.

ted.com

X²: Passion

Great success, plenty of emotions and a sold out show for the second edition of TEDxJesolo. The event, organised by the Municipality of Jesolo and Licensee Andrea Vidotti at the Vivaldi Theatre, brought 13 speakers to the stage, all addressing this year's theme from their respective points of view: Passion.
The speakers were:
Massimo Tammaro: Air Force officer, commander of the Frecce Tricolori, the national acrobatic flying squadron.
Regina Schrecker: supermodel, fashion designer and Andy Warhol's muse.
Filippo La Mantia: Chef. Awarded with the L'Ambrogino d'Oro, in 2021, for his commitment during the Pandemia, at the Niguarda hospital.
Maria Cristina Savoldi Bellavitis: scholar of gemmology in New York and shamanism in Mongolia.
Ottavio Sartori: founder and CEO of a leading furniture company. Business digitalisation has been the key to his success.
Cristina Luzzi: founder of La Vita in Rosso, volcanic and resourceful, she uses her artistic and rebellious streak to instil courage in all her collaborators and their audience.
Edoardo Scirè: chief content officer of Starting Finance, a start-up that is revolutionising financial information and education in Italy.
Serena Codato: chosen for the role of Gemma in the RAI 2 fiction "Mare Fuori", she is among the protagonists of the three seasons of the show. In Naples, she created the theatre show 'NOI - Non Oltre Io' of which she is producer and leading actor.
Fulvio Marino: third-generation miller, expert baker, he has been in charge of Eataly bakeries worldwide since 2013. He takes part in the television programmes 'È sempre mezzogiorno' and 'Bake Off Italia'.

Cristina Nuti: she is Italian ParaTriathlon and Duathlon champion, as well as being the first woman with multiple sclerosis from Italy and Europe, and the second in the world, to finish an IronMan.
Franz Pagot: one of the greatest directors of photography in the film industry, author and voice actor. He has taken part in masterpieces such as Full Metal Jacket, Robin Hood and Sleepy Hollow, and also works as a war correspondent.

Pegah Moshir Pour: a consultant at Ernst&Young and a long-standing human and digital rights activist, in 2022 she was included in the list of 100 innovators who have made a difference and awarded the Standout Woman Award at Palazzo Montecitorio.
Oversonic's RoBee, the first cognitive humanoid robot. Accompanied on stage by CEO Paolo Denti.

TEDx Jesolo

Un viaggio nel progresso

Autopolar inizia il suo viaggio nell'automotive nel 1996 su iniziativa del CEO CLAUDIO CADAMURO con l'apertura della prima concessionaria ufficiale Volvo a Conegliano (TV), affiancato da un team di 8 collaboratori.
Nel 1999 grazie agli ottimi riscontri commerciali con il marchio svedese, ad Autopolar viene affidata anche la provincia di Belluno con l'apertura di una nuova sede e l'anno successivo acquisisce la storica concessionaria Volvo "Volmecc" di Treviso. Un percorso di crescita costante dell'Azienda per diventare tra le migliori concessionarie Volvo in Italia per numero di auto vendute, soddisfazione cliente e incremento delle quote di mercato.
Nel 2010 Autopolar inaugura la nuova sede Volvo di San Fior con un design innovativo.
Nel 2011 il gruppo festeggia l'ingresso ufficiale del prestigioso marchio Audi con l'acquisizione del mandato esclusivo di concessione che consolida la presenza sul territorio e la quota di mercato per il segmento premium, dotandosi di uno showroom esclusivo Audi con annessa officina e magazzino ricambi con denominazione commerciale "Forza Quattro" a Conegliano (TV).

A journey into progress

Autopolar began its journey in the automotive industry in 1996 on the initiative of CEO CLAUDIO CADAMURO with the opening of the first official Volvo dealership in Conegliano (TV), assisted by a team of 8 collaborators.
In 1999, thanks to the excellent commercial results obtained with the Swedish brand, Autopolar was also entrusted with the province of Belluno by opening a new branch and the following year it acquired the historic Volvo dealership "Volmecc" in Treviso. A path of constant growth for the company led it to become one of the best Volvo dealerships in Italy in terms of number of cars sold, customer satisfaction and increase in market share.
In 2010 Autopolar inaugurates the new Volvo headquarters in San Fior with an innovative design.
In 2011 the group celebrates the official entry of the prestigious Audi brand with the acquisition of the exclusive dealership mandate that consolidates its presence in the territory and its market share in the premium segment, setting up an exclusive Audi showroom with adjoining workshop and spare parts warehouse under the trade name "Forza Quattro" in Conegliano (TV).

Nel 2018 vengono acquisite la storica concessionaria Audi Muzzatti di Pordenone, che diventa Audi Zentrum Pordenone nel 2022, e nel 2019 la prestigiosa concessionaria Audi Zentrum Treviso.
Nel 2020 il gruppo si espande anche nelle zone di Venezia e Portogruaro, acquisendo il 50% della concessionaria Audi Motorclass di Portogruaro e Audi Zentrum Venezia.
Nel 2023 con oltre 100 dipendenti al suo fianco, il C.E.O. Claudio Cadamuro accoglie con successo la sfida al cambiamento e alle nuove tendenze in ambito digitale e decide strategicamente di creare un'unica realtà d'eccellenza nel mondo automotive, Gruppo Autopolar, raggruppando i marchi rappresentati, tutte le sedi dell'azienda e le offerte di vendita e servizi in un'unica realtà virtuale accessibile sui nuovi canali digitali.
Oggi il gruppo Autopolar crede fortemente nella crescita della sua brand identity, fornendo ai clienti l'accesso a un'unica piattaforma, attiva e dinamica, dove il Cliente può trovare un ampio ventaglio di proposte: auto nuove o usate garantite e certificate, con un servizio di consulenza e assistenza curato nei minimi dettagli.
Gli showroom diventano spazi di design, eleganti e confortevoli dove lo staff di vendita è sempre pronto a consigliare i propri clienti, per la ricerca delle soluzioni più idonee sia a livello di acquisti personali che aziendali.

gruppoautopolar.it

In 2018 it acquired the historic Audi Muzzatti dealership in Pordenone, which became the Audi Zentrum Pordenone in 2022, and in 2019 the prestigious Audi Zentrum Treviso dealership.
In 2020 the group expands into the Venice and Portogruaro areas, acquiring 50% of the Audi Motorclass dealership in Portogruaro and Audi Zentrum Venezia.
In 2023, with more than 100 employees at his side, C.E.O. Claudio Cadamuro successfully accepts the challenge of change and new trends in the digital sphere and strategically decides to create a single reality of excellence in the automotive world, Autopolar Group, grouping together all the brands represented, all the company's locations and all the sales and service offers in a single virtual reality accessible on the new digital channels.
Today, the Autopolar Group strongly believes in the growth of its brand identity, providing customers with access to a single, active and dynamic platform, where the customer can find a wide range of proposals: new or used cars guaranteed and certified, with a consultancy and assistance service that takes care of every last detail.
The showrooms become spaces of design, elegant and comfortable, where the sales staff is always ready to provide customers with the most suitable solutions for both personal and corporate purchases.

A 5 stelle

Collocato in posizione strategica nel cuore di Jesolo Lido, con un accesso diretto in via Bafile nel centro della città, lungo una lingua di sabbia di fronte al blu del mare, lo Jesolo International Club Camping è al primo posto tra i campeggi d'Europa. A dirlo è la classifica della rivista tedesca Caravaning, una delle testate dell'open air più prestigiose e con maggiore diffusione nel Vecchio Continente, come sottolinea Sergio Comino direttore dal 1985. Tra gli oltre 25mila campeggi europei, la rivista ha analizzato in dettaglio le 175 strutture che si possono fregiare del titolo di "Supercampeggio Adac". Per ciascuna, ha considerato non solo il punteggio degli ispettori della stessa Adac, ma anche i giudizi assegnati dai campeggiatori sui siti di riferimento. Ebbene, lo Jesolo International Club Camping, gestito da Jesolo Turismo, è risultato al primo posto, in entrambe le classifiche, quella italiana e quella europea, il vero "Best of the Best", il migliore dei migliori,confermandosi così il punto di riferimento in Europa anche per quanto riguarda la politica ambientale, dimostrando, con i fatti, che qualità e ambiente possono essere coniugati ai massimi livelli.
Una struttura collocata in orizzontale, direttamente fronte mare, ricca di servizi 5 stelle, con un'attenzione quasi maniacale al dettaglio è il primo Camping con formula Club "tutto compreso" che ridefinisce il modo di vivere il campeggio tramite un confort assoluto.

5-stars

Jesolo International Club Camping, is strategically located in the heart of Jesolo Lido, with direct access to the street Bafile in the city center, along a tongue of sand facing the blue sea and it is the number one campsite in Europe. This according to the ranking of the German magazine Caravaning, one of the most prestigious and widely distributed outdoor magazines in the Old Continent, as Sergio Comino, director since 1985, points out.
Among the more than 25,000 European campsites, the magazine analysed in detail the 175 facilities that can claim the title of 'Adac Supercamping'. For each one, it took into account not only the scores of the Adac inspectors themselves, but also the ratings assigned by campers on the relevant sites.

And well, the Jesolo International Club Camping, managed by Jesolo Turismo, came in first place in both rankings, the Italian and the European. In short, the true 'Best of the Best': the best of the best, turned out to be the Jesolo campsite.
A horizontally positioned structure, directly facing the sea, full of 5-star services, with an almost maniacal attention to details, it is the first campsite with an 'all-inclusive' Club formula that redefines the way of experiencing camping through absolute comfort.

Gli ospiti, favoriti dal clima ospitale e conviviale, dall'inclusività verso ogni nuovo arrivato e dall'atteggiamento disponibile che si nota gli uni verso gli altri, sono portati e inserirsi godendo il valore condiviso di rapporti umani di qualità e che spesso perdurano nel tempo oltre la vacanza.
Per una vacanza ecologia immersa nella natura, senza rinunciare al lusso, Jesolo International Club Camping è la scelta migliore.

The guests, favoured by the hospitable and convivial atmosphere, the inclusiveness towards each newcomer and the helpful attitude towards one another, are led to settle in, enjoying the shared value of quality 'human relationships' that often last beyond the holiday.
For an ecological holiday surrounded by nature, without giving up on luxury, Jesolo International Club Camping it is the best choice.

jesolointernational.it

GOLF CLUB
JESOLO • VENEZIA

365 giorni di golf...
a tempo di mare

Golf Club Jesolo | Via Sant Andrews, 2 30016 Jesolo (VE) | Tel. 0421 372862 | www.golfjesolo.it

La *paperella* di *JESOLO*

Alla fine degli anni '50, Jesolo è una delle pochissime località turistiche che ha sentito l'importanza e l'utilità di darsi un marchio, un segno distintivo capace di far emergere subito i suoi richiami pubblicitari. Il salvagente con la testa di papero, simpatico e allusivo al carattere familiare della spiaggia viene scelto come Logo perché è l'espressione più diretta di vacanza serena in famiglia, "una spiaggia, citando i depliant dell'epoca, adatta per le famiglie che vogliono portare al mare i bambini, dove si possa farli giocare in acqua senza pericolo."

The Jesolo Duck

At the end of the 1950s, Jesolo was one of the very few tourist destinations that felt the need and necessity to give itself a logo, a distinctive sign capable of immediately conveying its advertising appeal. The lifebuoy with a duck's head, nice and allusive to the beach's "family friendly" character, was chosen as Logo because this was the most direct expression of a peaceful family holiday, "a beach, as the brochures of the time stated, suitable for families who want to take their children to the seaside, where they can play in the water without danger."

In arrivo tante e tante PAPERELLE!
Il dolce souvenir di Jesolo :)

L'idea nasce dalla volontà di esplorare e valorizzare proprio le radici di Jesolo, radici fortemente sentite dalla Pasticceria Pinel proprietaria del più antico forno della città da oltre 100 anni, che ama le cose semplici e genuine. Mauro Pinel, titolare e amante di idee sempre nuove, ha deciso di riprendere il vecchio logo degli anni Cinquanta che ancora viene ricordato con nostalgia, per creare un goloso souvenir da proporre ai turisti di tutto il mondo come ricordo della loro vacanza. La ricerca di una delle più antiche e famose ricette di biscotteria Veneziana ha dato la possibilità di reinventare un impasto sì classico, ma con materie prime di qualità e lavorazione artigianale. Ogni biscotto infatti viene tagliato e decorato a mano dai nostri pasticcieri e confezionato uno a uno con cura e dedizione. La Paperella di Jesolo trova subito grande interesse anche tra le autorità della zona che hanno deciso di utilizzarlo come promozione della città nelle fiere all'estero; da qui l'esigenza di farne un marchio registrato a tutti gli effetti.

pasticceriapinel.it

The idea came from the desire to explore and promote Jesolo's roots, roots strongly felt by Pasticceria Pinel, the city's oldest bakery, which, with its 120 years of experience, loves simple, genuine things. Mauro Pinel, owner and lover of ever new ideas, decided to take up the old logo from the 1950s, which is still remembered with fond nostalgia, in order to create a tasty souvenir to give to tourists who visit the city from all over the world. The search for one of the oldest and most famous Venetian biscuit recipes has given us the opportunity to reinvent a dough that is indeed classic, but with high-quality raw materials and craftsmanship. Each biscuit is in fact cut and decorated by hand by our pastry chefs, and packaged one by one with care and commitment. La Paperella di Jesolo immediately found great favour even among the local authorities, who decided to use it to promote the city at trade fairs abroad; hence the need to make it a registered trademark to all intents and purposes.

Il FASCINO del rurale

Il proprietario Marco Giustiniani discende da un'antica famiglia veneziana con più di mille anni di storia. Durante la sua lunga storia, la famiglia ebbe Santi, Beati, uno Doge e diversi capitani dell'esercito veneziano.

Casa Viaro e Casa Pisani hanno anche una vecchia storia che inizia dal 1600 e da quel periodo di proprietà della famiglia Giustiniani. Le case sono state recentemente ristrutturate con servizi e comfort, ma conservando la qualità dell'impianto architettonico.

Casa Viaro e Casa Pisani sono luoghi ideali per le vostre vacanze in Italia se volete immergervi nella storia, nella cultura e nell'arte della regione. Potrete visitare i numerosi siti storici senza dovervi preoccupare dell'alloggio, poiché le nostre case offrono camere da letto confortevoli, una piscina e un'area verde e rurale lontana dalla città. Non solo, ma dalla nostra comoda posizione potrete esplorare gran parte dell'Italia nord-orientale, come Venezia, Padova e molti altri luoghi meravigliosi. Lasciate che vi accolga in un'esperienza interessante con tutti i comfort di casa! Non aspettate troppo - venite a Casa Viaro e Casa Pisani per una fantastica vacanza in Veneto.

italy-vacation-rentalst.it

Rural charme

Owner Marco Giustiniani is a descendant of an ancient Venetian family with more than a thousand years of history. During its lengthy history, the family had Saints, Blesseds, a Doge and several captains of the Venetian army.

Casa Viaro and Casa Pisani also boast an ancient history that begins in the 1600s and has been owned by the Giustiniani family ever since. The homes have recently been renovated with services and comforts while preserving the quality of the architectural layout.

Casa Viaro and Casa Pisani are ideal places for your holiday in Italy if you wish to immerse yourself in the region's history, culture and art. Visit the many historical sites without having to worry about accommodation, as our homes offer comfortable bedrooms, a swimming pool and a green, rural area away from the city. You can also explore much of north-eastern Italy, such as Venice, Padua, and many other beautiful areas from our convenient location. Let us welcome you to an exciting experience with all the comforts of home! Don't wait too long - visit Casa Viaro and Casa Pisani for a fantastic holiday in Veneto.

daPino50°

DOVE IL *sapore* DIVENTA *emozione*

DAL 1972

DA PINO Jesolo
Via Aleardo Aleardi, 16,
30016 Lido di Jesolo VE
info@dapino.it
Tel. +39 0421 372895
www.dapino.it

VENETO MAGAZINE sbarca in *Europa!*

Veneto Magazine entra nella piattaforma europea PANODYSSEY, sostenuta dalla UE, per condividere i suoi contenuti con il maggior numero di cittadini tramite una piattaforma digitale innovativa, l'unico social media dedicato alla scrittura e ai contenuti culturali che aiuta gli autori a condividere le loro creazioni in modo sicuro ed etico. Entro il 2030, Panodyssey mira a raggiungere 10 milioni di creatori digitali e 100 milioni di utenti online.

Veneto Magazine joins PANODYSSEY, an EU-backed European social network, to share its content with a larger number of people through a groundbreaking digital platform, the only social media space focused on writing and cultural content which helps authors to safely and ethically share their creations. By 2030, Panodyssey aims to reach 10 million digital creators and 100 million online users.

panodyssey.com

panodyssey

FINECO | PRIVATE BANKING

LA TUA FIDUCIA NON LA COMPRIAMO. CE LA GUADAGNIAMO.

È TEMPO DI INVESTIRE CON NOI.

FINECO CENTER TREVISO - PIAZZA DEL QUARTIERE LATINO, 11
31100 TREVISO (TV) - TEL. 0422 583159

FINECO CENTER CONEGLIANO (TV) - VIALE GIOSUÈ CARDUCCI, 28
31015 CONEGLIANO (TV) -TEL. 0438 179 6201

FINECO CENTER BELLUNO - VIA GOFFREDO MAMELI, 3/A
32100 BELLUNO (BL) - TEL. 0437 33494

Gli investimenti in strumenti finanziari possono determinare la perdita, in tutto o in parte, del capitale investito.
Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per tutte le condizioni dei prodotti pubblicizzati fare riferimento ai fogli informativi e alla documentazione informativa prescritta dalla normativa vigente,disponibile su finecobank.com o presso i consulenti finanziari abilitati all'offerta fuori sede Finecobank. Tutti i servizi offerti sono dedicati ai correntisti Fineco.

SAPORE
di *mare*

"Un piatto di pesce in città o un piatto di pesce in riva al mare non hanno lo stesso sapore, inutile dire. La salsedine si fa spazio fra ogni boccone e il rumore delle onde fa da letto al piatto. I sapori si amplificano e i gusti diventano maree. È un momento sacro e il pesce è una cosa seria".

Mauro Teso

"A fish dish in the city or a fish dish by the sea do not taste the same, needless to say. The saltiness lingers between each mouthful and the sound of the waves beds the dish. Flavours are heightened and tastes become tides. It is a sacred moment and fish is a serious thing".

Mauro Teso

Se volete l'incanto e un'atmosfera unica non potete non fermarvi Da Jerry, una delle attività eno-gastronomiche fondate da Mauro Teso.

The taste of the sea

If you are looking for a magical and unique dining atmosphere, you cannot fail to stop at Da Jerry, one of the food and wine venues founded by Mauro Teso.

Ubicato direttamente sulla spiaggia di Ca' di Valle (Cavallino-Treporti), Da Jerry offre una vista stupenda sul mare di Jesolo che fa da cornice a ogni cena della clientela più esigente e a ogni evento che viene ospitato e organizzato.
Perla fissa nel paesaggio culinario jesolano il ristorante offre una cucina a base di pesce, sempre fresco e selezionato con grandissima cura, servendosi dei migliori ingredienti del territorio veneto.
E il divertimento continua con musica dal vivo, DJ set e pista da ballo sulla spiaggia ogni sabato sera. L'ideale per godere delle fantastiche serate d'estate.

Located directly on the beach at Ca' di Valle (Cavallino-Treporti), Da Jerry offers a stunning view of the sea of Jesolo that is the perfect background to every dinner for the most discerning clientele and each and every event that is hosted and organised.
A permanent pearl in Jesolo's culinary landscape, the restaurant dishes up fish, always fresh and carefully selected, made with the finest ingredients from the Veneto region.
And the fun continues with live music, DJ sets and a dance floor on the beach on Saturday nights. Ideal for enjoying fantastic summer evenings.

Inoltre, tra le colline di Valdobbiadene, patrimonio UNESCO, sua è una cantina vinicola di pregiato prosecco D.O.G.G., denominato Alena, e tra gli incantevoli vigneti sempre di sua proprietà si trova il raffinato ristorante La Ghiacciaia, dove la storia si fonde con il territorio, il nome infatti deriva dalla funzione primaria di stoccaggio del ghiaccio in un grande vano sotterraneo, utilizzato durante la Seconda guerra mondiale come deposito di armi e munizioni.

In addition, among the hills of Valdobbiadene, a UNESCO heritage site, he owns a winery that produces a fine prosecco D.O.G.G., called Alena, and amidst the enchanting vineyards he also owns the elegant restaurant La Ghiacciaia, where history merges with the territory, as its name in fact comes from the primary function of storing ice in a large underground compartment, which was used during the Second World War as a weapons and ammunition depot.

Va' dove ti porta il vento.

Segui la brezza marina che ti porterà a Bibione
e regalati un'esperienza rigenerante tra benessere e charm

SAVOY
BEACH HOTEL & THERMAL SPA
★ ★ ★ ★ ★

Europa TOURIST GROUP

Corso Europa, 51 | 30028 Bibione (Ve) | Italia
T. +39 0431 430144 | E. hotel@etgroup.info
www.hotelsavoybeach.eu

Bibione

THERMAE di *Benessere* e *Salute*

Le Terme di Bibione, in oltre 25 anni di storia, sono diventate un importante punto di riferimento e un'eccellenza nel Nordest sia in ambito termale e curativo che in ambito wellness. La presenza di un qualificato team di professionisti e l'eccellenza della Sua acqua termale - alcalina bicarbonato sodica fluorata - riconosciuta dal Ministero della Sanità per le sue proprietà terapeutiche, configurano le terme come un centro all'avanguardia in ambito curativo e riabilitativo.
Le Terme sono autorizzate quale "Stabilimento Termale con attività mediche polispecialistiche" e sono convenzionate con il Servizio Sanitario Nazionale nella categoria "prima super" per la cura delle malattie reumatiche e ortopediche, malattie vascolari, malattie otorinolaringoiatriche e malattie delle vie respiratorie.
I servizi e trattamenti si riferiscono alle cure inalatorie, alla fangobalneoterapia, alle cure per la riabilitazione vascolare, alle cure otorinolaringoiatriche e alle cure per la riabilitazione respiratoria. L'offerta comprende, inoltre, la massoterapia e l'idrocolonterapia.
Particolarmente qualificata è l'area riabilitativa, che, oltre alle cure riabilitative tradizionali, offre le cure di idrokinesiterapia in acqua termale. Vi sono poi le terapie fisico-strumentali, la terapia manuale, le discipline olistiche per la salute e un'attrezzata palestra riabilitativa tecnologicamente all'avanguardia dove, tra i vari macchinari, si distingue il D-WALL, dotato di sensori e video.
Presso la struttura di Bibione Thermae, oltre al punto prelievi per esami di laboratorio, si svolgono anche visite specialistiche e attività di diagnostica.
Spostandoci presso il settore benessere possiamo trovare piscine termali coperte e all'aperto, l'area wellness con saune, biosaune, bagno turco, bagno alle erbe, bagno ipersalino, la cabina salina secca, il polarium, l'idromassaggio in terrazza, nonché una moderna SPA Beauty Farm con una linea di cosmetici a marchio proprio.
Con la bella stagione, sarà inoltre possibile provare i trattamenti della SPA nel curato giardino prospicente la grande piscina esterna. La "SPA Estate – Outdoor Summer SPA" prevede infatti la possibilità di usufruire di trattamenti esclusivi.
Affacciate direttamente sul mare e immerse in un'ampia pineta, le Terme di Bibione sono il luogo ideale per il raggiungimento del proprio benessere fisico e mentale a 360°.

bibioneterme.it

Health and Wellness Thermae

In over 25 years of history, the Bibione Spa has become an important reference point and an excellence in the Northeast both in the thermal and therapeutic field and also in the field of wellness. The qualified team of professionals and the excellence of its thermal water - alkaline bicarbonate sodium fluoride - recognised by the Ministry of Health for its therapeutic properties, make the spa a state-of-the-art centre in the curative and rehabilitative field.
The Spa is licensed as a 'Thermal Establishment with multi-specialist medical activities' and is affiliated with the National Health Service in the 'prima super' category for the treatment of rheumatic and orthopaedic diseases, vascular diseases, ENT diseases, and diseases of the respiratory tract.
The services and treatments include inhalation cures, fangobalneotherapy, vascular rehabilitation cures, ENT cures and respiratory rehabilitation cures. The offer also includes massage therapy and hydrocolon therapy.
Particularly specialised is the rehabilitation area, which, in addition to traditional rehabilitation treatments, offers hydrokinesitherapy in thermal water. There are also physical-instrumental therapies, manual therapy, holistic health disciplines and a well-equipped, technologically advanced rehabilitation gym where, among the many machines, there is the D-WALL, equipped with sensors and video.
At the Bibione Thermae facility, in addition to the sampling point for laboratory tests, there are also specialist examinations and diagnostic activities.
Moving on to the wellness area, we can find indoor and outdoor thermal pools, the wellness area with saunas, biosaunas, Turkish bath, herbal bath, hypersaline bath, the dry salt cabin, the polarium, the terrace whirlpool, as well as a modern SPA Beauty Farm with its own brand of cosmetics.
In the summer, it will also be possible to try out the SPA treatments in the well-kept garden overlooking the large outdoor pool. The "Outdoor Summer SPA" offers the possibility of enjoying some exclusive treatments.
Directly overlooking the sea and immersed in a large pine wood, the Bibione Spa is the ideal place to achieve your all-round physical and mental wellbeing.

Le diverse forme dell'acqua. La linea di cosmesi termale, firmata Bibione Thermae. Da oggi anche BIO.

La linea di cosmesi termale, firmata Bibione Thermae, è pura autenticità: nasce dal felice incontro tra l'acqua termale con le particolari proprietà benefiche di ogni singola componente e pregiata materia prima. E se è vero che la bellezza è un principio naturale, la novità della stagione 2023 è rappresentata dalla Linea Bio nata da ingredienti naturali selezionati e certificati. Una fragranza dalle note agrumate, un cuore fiorito e un finale legnoso vanigliato.

Linea Acqua. Linea di prodotti e trattamenti dall'ottimo potere idratante, remineralizzante ed ossigenante. Formulazioni basate su principi attivi di origine termale e marina. Esclusiva fragranza di note fresche marine con accenti di sale.

Linea Natura. Linea di prodotti e trattamenti ad alto potere nutriente, restituivo, emolliente e riequlibrante. Formulazioni ricche di fitoestratti e di attivi funzionali di origine vegetale. Esclusiva fragranza con note verdi dai tipici sentori mediterranei.

Linea Tecnica. Linea di prodotti e trattamenti ad elevato potere rigenerante, dinamizzante e ridensificante. Formulazioni basate su principi attivi biotecnologici di ultima generazione. Esclusiva fragranza con accenti di note "metalliche".

Linea Sole. Linea di prodotti in grado di garantire la salute della pelle durante ogni fase del rapporto con il sole: protettiva, abbronzante, restitutiva. Formulazioni ideali per le esigenze dei diversi fototipi. Esclusiva fragranza con accenti di note d'acqua e sentori agrumati.

Linea Uomo. Linea di prodotti dedicata alle particolari necessità della pelle maschile. Formulazioni in alta concentrazione, evolute, efficaci, pratiche e funzionali. Esclusiva fragranza con note di muschio quercino e accenti di legno guaiaco.

Linea Junior. Linea di prodotti dedicata alle particolari necessità della pelle di bambini e ragazzi. Formulazioni sicure per rispettarne delicatezza, sensibilità e naturale equilibrio. Esclusiva fragranza con note di vaniglia dal Madagascar e sentori di talco.

The different shapes of water. The thermal cosmetics line by Bibione Thermae. Now also BIO.

The thermal cosmetics line, by Bibione Thermae, is pure authenticity: it is born from the joyful encounter between thermal water and the special beneficial properties of every single component and precious raw material. And if it is true that beauty is a natural principle, the novelty of the 2023 season is represented by the Bio Line born from selected and certified natural ingredients. A fragrance with citrus notes, a floral heart and a woody vanilla finish.

Water Line. Line of products and treatments with an excellent moisturising, remineralising and oxygenating power. Formulations based on active ingredients of thermal and sea origin. Exclusive fragrance of fresh marine notes with hints of salt.

Nature Line. Line of products and treatments with a high nourishing, restoring, emollient and rebalancing power. Formulations rich in phytoextracts and functional active ingredients of botanical origin. Exclusive fragrance with green notes of typical Mediterranean scents.

Technical Line. Line of products and treatments with a high regenerating, dynamising and redensifying power. Formulations based on the latest generation of biotechnological active ingredients. Exclusive fragrance with accents of "metallic" notes.

Sun Line. Line of products that guarantee the health of the skin during every phase of the sun exposure: protective, tanning, restorative. Ideal formulations for the needs of different phototypes. Exclusive fragrance with accents of water notes and hints of citrus.

Men's Line. Line of products specifically tailored to the needs of men's skin. Highly concentrated, advanced, effective, practical and functional formulations. Exclusive fragrance with notes of quercino musk and accents of guaiac wood.

Junior Line. Product line addressing the special skin needs of children and young people. Safe formulations to respect their delicacy, sensitivity and natural balance. Exclusive fragrance with notes of vanilla from Madagascar and hints of talcum powder.

MERVILLE
ristorante & pizza

Viale Oriente, 112
Lido di Jesolo

+39 0421 36 27 20

Follow us on Instagram and Facebook

SPONSOR 2023
Maserati
TRIDENTE MOTORS
PADOVA - VENEZIA

l'hotel

L'hotel Villa del Poggio sorge nel cuore delle Colline del Prosecco Conegliano-Valdobbiadene, patrimonio mondiale dell'umanità UNESCO.

Il Resort a 4 stelle è ideale per un dolce rifugio nella natura, un luogo insolito per rigenerarsi lontano dalla quotidianità.
A pochi chilometri da Cortina e da Venezia è un punto di partenza ideale alla scoperta di un territorio singolare, dalle infinite attrattive.

il ristorante

C'È IL PROSECCO.
E C'È IL MARE.
UNA CUCINA SEMPLICE E SAPORITA, ACCOMPAGNATA DAI MIGLIORI VINI

Il Ristorante Ca' del Poggio sorge nel cuore delle Colline del Prosecco Conegliano-Valdobbiadene, patrimonio mondiale dell'umanità UNESCO.
Nel dolce incanto di queste colline felettane, tanto care a Cima da Conegliano, Giorgione e Tiziano.
Il Ristorante, SPECIALITA' PESCE, apre le sue porte a quanti amano i piaceri di una tavola aristocratica, ricca dei profumi veri del mare adriatico, arricchita da una sapienza gastronomica acquistata in lunghi anni di seria professione.

IL MURO

Il Muro di Ca' del Poggio si trova a San Pietro di Feletto, nel Trevigiano, a metà strada tra Venezia e le Dolomiti, ed è considerato la salita simbolo delle Colline del Prosecco che il 7 luglio 2019 sono state riconosciute dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità.

Ca'delPoggio

dove il Prosecco incontra il MARE

www.cadelpoggio.it

Il *prosecco* incontra il MARE

C'è il Prosecco e c'è il Mare. Ca' del Poggio Ristorante & Resort, www.cadelpoggio.it , è aperto a San Pietro di Feletto - lungo la Strada del Prosecco Superiore DOCG, nel cuore delle Colline del Prosecco, riconosciute Patrimonio dell'Unesco - dal 18 ottobre 1994. Da allora, incontra il crescente favore di una clientela raffinata ed esigente.
Se il panorama sui colli del Prosecco che si ammira dalle sale di Ca' del Poggio Ristorante & Resort va dritto al cuore, il palato degli ospiti della famiglia Stocco è deliziato da una cucina marinara che si è ormai imposta all'attenzione dei più severi gourmet. Tanto che il ristorante di Ca' del Poggio è stato anche insignito del Diploma di Buona Cucina dell'Accademia Italiana della Cucina.

Prosecco meets the sea

There is Prosecco and there is the Sea. Ca' del Poggio Ristorante & Resort, www.cadelpoggio.it , is open since 18 October 1994 in San Pietro di Feletto - along the Strada del Prosecco Superiore DOCG, in the heart of the Prosecco Hills Unesco World Heritage site. Since then, it has been increasingly popular with a refined and demanding clientele.
If the view over the Prosecco hills that can be admired from the rooms of Ca' del Poggio Ristorante & Resort goes straight to the heart, the palate of the Stocco family's guests is delighted by a seafood cuisine that has now established itself to the attention of the most demanding gourmets. To such

Ca' del Poggio Ristorante & Resort dispone di un'ampia sala con 120 posti e di una sala più piccola per 80 persone, entrambe inserite in un ambiente elegante e al tempo stesso familiare, in cui la grande famiglia di Ca' del Poggio fa sentire gli ospiti come a casa loro.
Ca' del Poggio Ristorante & Resort organizza pranzi di lavoro, convention aziendali, cene sociali, meeting, visite guidate alla scoperta di un meraviglioso territorio, Tour per sportivi anche con guida dedicata, matrimoni (con

an extent that the restaurant at Ca' del Poggio has also been awarded the Diploma di Buona Cucina from the Accademia Italiana della Cucina.
Ca' del Poggio Ristorante & Resort has a large dining room with 120 seats and a smaller room for 80 people, both set in an elegant yet familiar environment where the large Ca' del Poggio family makes its guests feel at home.
Ca' del Poggio Ristorante & Resort organises business lunches, company conventions, social dinners, meetings,

possibilità di riti civili) e cene intime su una Terrazza naturale collocata in un meraviglioso angolo delle Colline del Prosecco, con una vista mozzafiato.
Dal maggio 2013, l'offerta turistica di Ca' del Poggio è arricchita dall'annesso Hotel Villa del Poggio 4 Stelle, una struttura dotata di ogni confort, con 28 camere moderne, confortevoli e di concezione ecologica. Una meravigliosa terrazza panoramica s'integra alla perfezione con l'ospitalità offerta dal ristorante, trasformando quest'angolo della Marca Trevigiana, a 60 km da Venezia e a 90 da Cortina, in un autentico paradiso per una clientela che ama immergersi nell'atmosfera rilassata ed elegante delle colline del Prosecco, all'insegna della buona cucina, della preparazione agonistica e del relax.

Muro di Ca' del Poggio. uno spettacolo verticale

A San Pietro di Feletto la salita simbolo della terra del Prosecco

Il Muro di Ca' del Poggio si trova a San Pietro di Feletto, nel Trevigiano, a metà strada tra Venezia e le Dolomiti. È considerato la salita simbolo delle colline del Prosecco che il 7 luglio 2019 sono state riconosciute Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco.
Si tratta di un'ascesa della lunghezza di 1,1 km, interamente asfaltata, con pendenza media del 12,7% e punte del 19%. Il dislivello è di 140 metri (da 102 a 242 metri s.l.m).
Dal 2016 il Muro di Ca' del Poggio è gemellato con il Muro di Grammont, il mitico strappo del Giro delle Fiandre, e dal 2018 la partnership si è allargata al Mûr-de-Bretagne, altra celebre ascesa che ha fatto la storia del ciclismo internazionale.
Sul Muro di Ca' del Poggio – unica salita certificata dalla Federazione ciclistica italiana – è transitato per sei volte il Giro d'Italia: nel 2009, 2013, 2014, 2017, 2020 e il 26 maggio 2022, quando, in occasione della tappa Borgo Valsugana-Treviso, ventimila persone hanno assistito al passaggio dei ciclisti sull'ascesa di San Pietro di Feletto.
Il Giro d'Italia, questa volta nella versione riservata agli under 23, è transitato sul Muro il 16 giugno 2018, quando l'ascesa di San Pietro di Feletto è stata protagonista di un'inedita sfida contro il tempo in "Real time" che ha concluso la prestigiosa rassegna giovanile, tornata sul Muro anche nel 2021.
La salita di San Pietro di Feletto ha anche ospitato il Campionato Italiano Professionisti del 2010, che sul Muro si è sviluppato per ben 11 tornate. Nel 2012 e 2015 è stata inoltre sede di passaggio del Giro Rosa.
Il 5 settembre 2019 il Muro di Ca' del Poggio è stato anche protagonista del cortometraggio "Non so come, ma è successo" del regista Nazareno Balani, che, in occasione della 76a Mostra del Cinema di Venezia, è stato premiato con il prestigioso Leone di Vetro.

sightseeing tours to discover the wonderful local surroundings, sporting tours also with a dedicated guide, weddings (with the option of holding civil ceremonies) and intimate dinners on a natural Terrace located in a breathtaking corner of the Prosecco Hills.
Since May 2013, Ca' del Poggio's tourist offer has been enriched by the adjoining 4-star Hotel Villa del Poggio, a structure equipped with every comfort, with 28 modern, comfortable and ecologically designed rooms. A marvellous panoramic terrace is perfectly combined with the warm hospitality provided by the restaurant, transforming this charming spot in the Marca Trevigiana, 60 km from Venice and 90 km from Cortina, into an authentic paradise for a clientele that loves to be immersed in the relaxed and elegant atmosphere of the Prosecco hills, in the pursuit of good food, sports training and relaxation.

Muro di Ca' del Poggio. a vertical spectacle

In San Pietro di Feletto, the iconic climb in the land of Prosecco

The Muro di Ca' del Poggio is located in San Pietro di Feletto, in the Treviso province, halfway between Venice and the Dolomites. It is considered the iconic climb of the Prosecco hills, which were recognised as a UNESCO World Heritage Site on 7 July 2019.
It is a 1.1-kilometre climb, entirely asphalted, with an average gradient of 12.7% and peaks of 19%. The height difference is 140 metres (from 102 to 242 metres above sea level).
Since 2016, the Wall of Ca' del Poggio has been twinned with the Wall of Grammont, the legendary breakaway of the Tour of Flanders, and since 2018 the partnership has extended to the Mûr-de-Bretagne, another famous climb that has made international cycling history.
The Giro d'Italia has passed over the Muro di Ca' del Poggio - the only climb certified by the Italian Cycling Federation - six times: in 2009, 2013, 2014, 2017, 2020 and on 26 May 2022, when, during the Borgo Valsugana-Treviso stage, twenty thousand people witnessed the cyclists' passage over the San Pietro di Feletto ascent.
The Giro d'Italia, this time in the under-23 race version, passed over the Muro on 16 June 2018, when the ascent of San Pietro di Feletto was the protagonist of an unprecedented 'real time' challenge against the clock that concluded the prestigious youth event, which returned to the Muro in 2021.
The climb of San Pietro di Feletto also hosted the Campionato Italiano Professionisti in 2010, which took place over 11 rounds on the Muro. In 2012 and 2015, it was also the site of the Giro Rosa.
On 5 September 2019, the Muro di Ca' del Poggio was also the star of the short film 'I don't know how, but it happened' by director Nazareno Balani, which was awarded the prestigious Glass Lion at the 76th Venice Film Festival.

cadelpoggio.it

Banca della Marca
CREDITO COOPERATIVO

LE NOSTRE FILIALI
ACCANTO A TE

Ci trovi nelle province di
Treviso, Pordenone, Venezia.

GRUPPO BCC ICCREA

Dalla *foto* al GIOIELLO

È il 1969 quando Esterino Burato, già premiato e celebre fotografo della vita mondana jesolana, decide di aprire con la moglie Giovanna un negozio in Piazza Milano, diviso tra un reparto di gioielleria e oreficeria, e uno di ottica e fotografia.
Al primo si dedica Giovanna, mentre del secondo si occupa Esterino. I ruggenti anni Ottanta segnano una tappa importante per l'azienda, svelandone l'indole avanguardistica. La famiglia Burato, anche grazie al contributo dei due figli Marta e Paolo, sceglie di ristrutturare completamente il proprio punto vendita di Jesolo: 200 mq dedicati esclusivamente ai più prestigiosi brand di gioielleria, orologeria e oreficeria italiana e internazionale, con l'introduzione di un sistema di vendita open "all'americana". È grazie alla creatività e alle doti imprenditoriali di Gianna che nei primi anni 2000 nascono i gioielli Burato Private Collection.

From picture to jewel

It was 1969 when Esterino Burato, already an award-winning and renowned photographer of Jesolo high society, decided to open a shop in Piazza Milano together with his wife Giovanna, with one department for jewellery and goldsmiths, and one for optics and photography. Giovanna devoted herself to the former, while Esterino took care of the latter.
The roaring eighties marked an important milestone for the company, revealing its avant-garde nature. The Burato family, also thanks to the contribution of their two children Marta and Paolo, decided to completely restructure their Jesolo shop: 200 square metres dedicated exclusively to the most prestigious Italian and international jewellery, watch and goldsmith brands, introducing an 'American-style' open sales system. It is thanks to Gianna's creativity and entrepreneurial skills that in the early 2000s the Burato Private Collection jewellery was created.

Linee raffinate e moderne, frutto di una lunga ricerca, che si riveleranno precorritrici di futuri trend del settore riscuotendo un grande successo.
Negli anni a seguire l'azienda prospera e cresce sempre di più anche grazie al prezioso contributo dei due figli, oggi alla guida dell'azienda: Paolo e Marta.
Alla prima boutique si affiancano nel frattempo altri due prestigiosi punti vendita, in Piazza Mazzini a Jesolo, e nel centro storico di Conegliano. Oltre ai negozi di Mestre, San Donà ed il monomarca BURATO a Venezia.

Refined and modern design, the result of extensive research, which turned out to be the forerunner of future trends in the jewellery sector, achieving great success. In the years that followed, the company prospered and grew more and more, also thanks to the precious contribution of Marta and Paolo, now at the helm of the company. Tradition, values, and innovation distinguish this special family and also characterise the latest generation embodied by Paolo's son Jacopo. The first boutique has since been joined by two other prestigious shops, one in Piazza Mazzini in Jesolo, and the other in the historic centre of Conegliano. In addition to the shops in Mestre, San Donà and the BURATO flagship shop in Venice.

Nel 2015 Marta dà vita alle collezioni Burato, gioielli in oro di affordable luxury, con cui ognuno possa esprimere sè stesso in modo autentico ed inclusivo.
Tra i primi brand di gioielleria a raggiungere il 100% di acquisto in oro responsabile (Certificazione Oro CoC). Le collezioni Burato sono realizzate in modo etico con materiali provenienti solo da filiere controllate per garantire il rispetto del benessere delle persone e del pianeta.
Indossare un gioiello Burato significa abbracciare una grazia etica e inclusiva!

buratogioielli.com

In 2015 Marta created the Burato collections, gold jewellery that allows everyone to express themselves in an authentic and inclusive way and distributed the line in Italy and abroad.
Among the first jewellery brands to achieve 100% responsible gold purchasing (CoC Gold Certification). Burato collections are ethically made with materials only from controlled supply chains to guarantee respect for the wellbeing of people and the planet.
Wearing Burato jewellery means embracing an ethical and inclusive way of living!

ENJOY
A LUXURY EXPERIENCE

THEONECAORLE.COM

PERFORMANCE e *design*

Come Garmont vuole ridefinire lo standard di costruzione delle calzature outdoor

Nel panorama di oggi la sostenibilità è diventata un tema centrale che ha investito in primo luogo i cittadini e ha poi interessato aziende ed istituzioni. Tra i settori più influenzati dalla ritrovata attenzione all'ambiente c'è l'industria della calzatura outdoor, di cui Garmont rappresenta un marchio storico realizzando scarponi da montagna dal lontano 1964.
Il carattere innovativo di Garmont, che nel corso del tempo ha permesso di realizzare modelli diventati iconici, ha spinto l'azienda a ripensare le calzature con un'ottica diversa, che sapesse includere il valore della sostenibilità in prodotti che da sempre sono votati alla performance, all'affidabilità e alla durabilità. È così che da alcuni anni Garmont ha intrapreso un percorso volto a ridurre l'impatto ambientale delle calzature da montagna, un impegno cominciato con 9.81 PULSE e 9.81 HI-RIDE, modelli che includono materiali riciclati e bio-based.
Ma rendere un prodotto sostenibile non significa solo sostituirne i materiali, è necessario intervenire nel suo intero ciclo di vita: è per questo che l'azienda ha ufficializzato la collaborazione pluriennale con ACBC®, il primo marchio italiano di calzature ad ottenere la certificazione B-Corp. Da questa partnership è nata la nuova DRAGONTAIL TECH GEO, una versione dell'iconica scarpa da trekking DRAGONTAIL TECH ma con un impatto ambientale inferiore del 28,8% di CO2 rispetto alla versione precedente. Il contributo di ACBC® è stato fondamentale per l'analisi dell'intero ciclo di vita del prodotto e per la riduzione dell'impatto ambientale delle sue singole fasi: approvvigionamento, trasporto, produzione e packaging.
DRAGONTAIL TECH GEO adotta diverse soluzioni sostenibili, a partire dalla tomaia realizzata in filato riciclato e semilavorati naturali, passando per la fodera in RePET e per l'intersuola al 50% in materiale bio-based derivato dalla canna da zucchero. Nel complesso le soluzioni produttive hanno permesso a questo nuovo modello di ridurre significativamente l'impatto ambientale rispetto alla sua versione precedente pur mantenendone inalterata la performance; questa è stata anche la ragione per cui DRAGONTAIL TECH GEO ha vinto un ISPO AWARD 2023, il prestigioso premio assegnato in occasione di Outdoor By ISPO, la fiera più importante del settore. Questo premio viene assegnato ad ogni edizione dell'evento da una

Performance and design

In today's landscape, sustainability has become a central issue that has firstly affected people and then companies and institutions. One of the industries most affected by this new-found attention to the environment is the outdoor footwear manufacturing sector, of which Garmont has been a historic brand by producing mountaineering boots since 1964.
Garmont's innovative character, which over time has allowed it to create boots that have become iconic, has pushed the company to rethink footwear from a different perspective, one that would include the value of sustainability in products that have always been devoted to performance, reliability, and durability. Thus, for some years now, Garmont has been on a path to reduce the environmental impact of its mountain footwear, a commitment that began with the 9.81 PULSE and 9.81 HI-RIDE, models that include recycled and bio-based materials.
Making a product sustainable does not only mean replacing its original materials, but it also requires intervening in its entire life cycle: this is why the company has made official its long-term collaboration with ACBC®, the first Italian footwear brand to obtain the B-Corp certification. This partnership has resulted in the new DRAGONTAIL TECH GEO, a new version of the iconic DRAGONTAIL TECH hiking shoe but with a 28.8% lower CO2 footprint than the previous version. ACBC®'s contribution was fundamental to the analysis of the product's entire life cycle and the reduction of the environmental impact of its individual production stages: sourcing, transport, production, and packaging.
DRAGONTAIL TECH GEO adopts various sustainable solutions, starting with the upper made of recycled yarn and natural semi-finished products, passing through the RePET lining and the midsole made of 50% bio-based material obtained from sugar cane. Overall, the production solutions allowed this new model to significantly reduce its environmental impact compared to its previous version while maintaining its performance; this was also the reason why DRAGONTAIL TECH GEO won an ISPO AWARD 2023, the prestigious prize awarded at Outdoor By ISPO, the most important trade fair in the sector. This prize is awarded at each edition of the event by a jury of experts, who evaluate products according

giuria di esperti, i quali valutano i prodotti secondo alcuni parametri di interesse, tra cui innovazione, qualità, design e sostenibilità. La vittoria di un ISPO AWARD è quindi un riconoscimento importante che premia prodotti innovativi e di qualità, capaci di dare valore al mercato incontrando le nuove esigenze del consumatore. Con questo traguardo Garmont si dimostra ancora una volta una realtà importante del settore calzaturiero e traccia un percorso importante in cui innovazione, performance e sostenibilità procedono di pari passo.
"L'obiettivo è di ridefinire un nuovo standard di costruzione di scarpe per il mondo outdoor partendo dal presupposto che vogliamo calzature sempre più sostenibili – ha commentato Paolo Martignon, Head of Product, in occasione della presentazione della DRAGONTAIL TECH GEO – e questa prima calzatura è il nostro punto di partenza per ridurre, stagione dopo stagione, l'impronta ecologica complessiva delle collezioni di Garmont."

DRAGONTAIL TECH GEO sarà lanciata al pubblico a partire dall'estate 2024 mentre il resto della collezione, inclusa la 9.81 PULSE, è disponibile online sul sito garmont.com oppure presso il Garmont Store di Vedelago in Via Vicenza 32, 31050 (TV).

to a number of relevant parameters, including innovation, quality, design and sustainability. Winning an ISPO AWARD is therefore an important recognition that rewards innovative and quality products, capable of bringing value to the market by meeting new consumer needs. With this achievement, Garmont once again proves itself to be an important player in the footwear industry and traces an important path where innovation, performance and sustainability go hand in hand.
"The goal is to redefine the standard of shoe making for the outdoor world starting from the assumption that we want increasingly sustainable footwear," commented Paolo Martignon, Head of Product, at the presentation of the DRAGONTAIL TECH GEO, "and this first shoe is our starting point to reduce, season after season, the overall ecological footprint of Garmont's collections."

DRAGONTAIL TECH GEO will be launched to the public from summer 2024 while the remaining collection, including the 9.81 PULSE, is available online at garmont.com or at the Garmont Store in Vedelago, Via Vicenza 32, 31050 (TV).

garmont.com

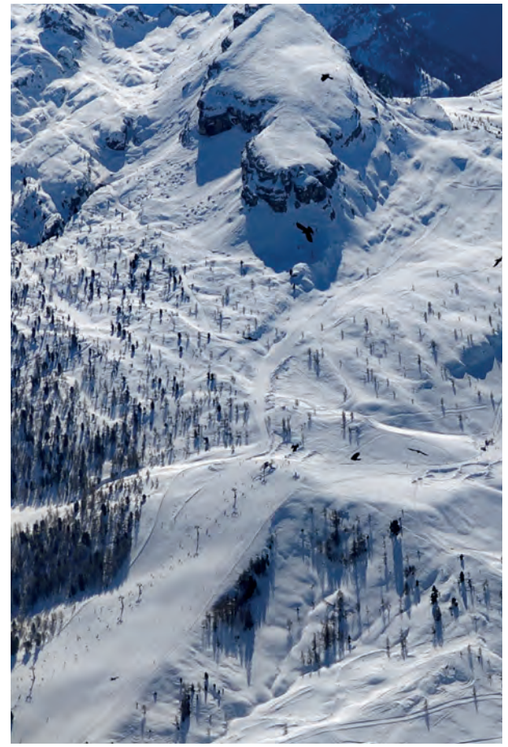
MILANO-CORTINA 2026 nella prima tesi universitaria

Anna ci spieghi di cosa parla la tua tesi?

"L'organizzazione dei grandi eventi, comprese le manifestazioni sportive internazionali, è spesso fonte di polarizzazione. Da una parte ci sono i sostenitori che li vedono come una grande occasione di sviluppo economico e di visibilità per il territorio, dall'altra i detrattori che pensano che le kermesse siano uno sforzo estemporaneo destinato ad aumentare la spesa pubblica, se non addirittura degenerare in meccanismi speculativi, senza produrre effetti strutturali. [...] L'obiettivo della mia tesi non è quello di rispondere alla domanda se sia conveniente o meno per un territorio organizzare un evento sportivo come le Olimpiadi, tema su cui possono insistere valutazioni molto complesse. [...] Ho voluto circoscrivere l'analisi dell'impatto dei grandi eventi sportivi prendendo in considerazione le opportunità per il territorio ospitante derivanti dall'ecosistema mediatico e comunicativo che le rassegne sportive portano in dote, partendo dal principio enunciato da uno dei più grandi studiosi del marketing, l'americano Philippe Kotler, che negli eventi identifica una delle tre categorie degli strumenti di comunicazione di un luogo assieme agli slogan e ai temi. L'evento sportivo incrocia diverse componenti in grado di generare interesse: il grande evento in sé; le manifestazioni collaterali e le opere infrastrutturali che vengono realizzate; le singole competizioni agonistiche; la presenza degli atleti con la loro awareness e la loro comunicazione; il coinvolgimento di artisti, architetti e celebrità come Freddy Mercury che compose l'inno di Barcellona 1992 o Santiago Calatrava che lavorò alla riqualificazione urbanistica di Rio De Janeiro in vista dei Mondiali di Calcio 2014 e delle Olimpiadi 2016; la presenza di sponsor."

Anna ha intervistato lo stesso Zaia, l'assessore regionale al Turismo Federico Caner, il sindaco di Cortina, Alessandro Benetton, Andrea Vidotti, Susanna Sieff (sustainability manager della Fondazione Cortina 2021) e Nello Bologna.

Il Presidente della Regione Veneto Luca Zaia ha scritto un post per congratularsi con Anna e poi l'ha incontrata a San Vendemiano.
Anna ha consegnato una copia della tesi al Presidente.
"È stato un piacere incontrare Anna Zenoni, – ha dichiarato Luca Zaia – la prima laureata a Venezia con una tesi sulle Olimpiadi di Milano Cortina 2026, il marketing dell'evento e le ricadute che offre per tutto il territorio. I Giochi 2026 interessano a un numero sempre maggiore di giovani, che ne riconoscono un'occasione eccezionale per la promozione del Veneto e di conseguenza del Paese. Mi auguro davvero che il grande evento olimpico attragga sempre più ragazzi e idee."



Milano-Cortina 2026 in the first university graduation thesis

Anna, can you explain what your thesis is about?

"The organisation of major events, including international sports events, tends to be a source of polarisation. On the one hand there are the supporters who see these events as a great opportunity for economic development as well as visibility for the territory, and on the other hand there are the detractors who think that the kermesses are an extemporaneous endeavour that will increase public spending, if not even degenerate into speculative mechanisms, without producing any structural effects. [...] The objective of my thesis is not to answer the question of whether it is convenient for a territory to organise a sporting event such as the Olympic Games, a subject on which there can be very complex evaluations. [...] I wanted to circumscribe the analysis of the impact of major sporting events by taking into consideration the opportunities for the hosting territory created by the media and communication ecosystem that sporting events provide, starting from the principle enunciated by one of the greatest scholars of marketing, the American Philippe Kotler, who identifies events as one of the three categories of communication tools used by a location along with slogans and themes. The sporting event intersects several different components capable of generating interest: the big event itself; the collateral events and the infrastructural works that are implemented; the individual athletic competitions; the presence of the athletes with their awareness and communication; the involvement of artists, architects and celebrities such as Freddy Mercury who composed the anthem of Barcelona 1992 or Santiago Calatrava who worked on the urban redevelopment of Rio De Janeiro in view of the 2014 World Cup and the 2016 Olympics; the presence of sponsors.

Anna interviewed President Zaia himself, the Regional Councillor for Tourism Federico Caner, the Mayor of Cortina, Alessandro Benetton, Andrea Vidotti, Susanna Sieff (sustainability manager of the Cortina 2021 Foundation) and Nello Bologna.

The President of the Veneto Region Luca Zaia wrote a post to congratulate Anna and then met her in San Vendemiano.
Anna handed a copy of her thesis to the President.
'It was a pleasure to meet Anna Zenoni,' said Luca Zaia, 'the first graduate of the University of Venice with a thesis on the 2026 Olympics in Milan Cortina, the marketing of the event and the spin-offs it offers for the whole territory. The 2026 Games appeal to an increasing number of young people, who recognise it as an exceptional opportunity for the promotion of Veneto and consequently of the whole country. I really hope that the great Olympic event will attract more and more young people and ideas.'

Anna Zenoni from Casier (Treviso), graduated from Ca' Foscari University of Venice in Economics with a thesis on the marketing and communication aspects of the 2026 Winter Games, with supervisor Prof. Moreno Mancin and co-rapporteur Prof. Andrea Vidotti.

Anna Zenoni di Casier (Treviso), si è laureata all'Università Ca' Foscari di Venezia in Economia con una tesi sugli aspetti di marketing e comunicazione dei Giochi invernali 2026, con relatore il prof. Moreno Mancin e correlatore il prof. Andrea Vidotti.

Il *METODO* Marta Ciani

La nutrizionista rivoluziona le vite

Continuare a nutrirsi con cuore più cervello. Il claim emozionale risuona nel nuovo studio della biologa nutrizionista Marta Ciani, a Udine in viale Leonardo da Vinci 103/2, che rappresenta da sempre un punto di riferimento per chi cerca un approccio personalizzato ed olistico all'alimentazione e al benessere declinato nelle sue varie sfaccettature zen.
A caratterizzare il rinnovato programma della Ciani – insignita della nomina di responsabile della Consulta dei Biologi del FVG, oltre che di referente per conto dell'associazione "ContiamoCi" di uno studio legato ai danni della proteina spike, è un progetto simbolicamente denominato "Mariposa" il cui significato in spagnolo è farfalla. Dietro a questo nome si concentrano anni di elaborazioni e approfondimenti nei campi della biorisonanza terapeutica, della meditazione, delle campane tibetane e dei gong che si affiancano alla direttrice principale focalizzata sui test genetici per 'mappare' il Dna e trovare l'alimentazione su misura, sui test per studiare la funzionalità intestinale (Dbs test) e indagare quale tipo di disbiosi, ovvero infiammazione, stia colonizzando la nostra 'pancia', sul test S-Drive, noto ai più come test del capello, che consiste in un avanzato studio del follicolo pilifero.
Marta Ciani, da anni impegnata a diffondere con eventi gratuiti e convegni a livello locale e nazionale la sana alimentazione, il movimento e l'attenzione alla componente spirituale, è stata la prima professionista a lanciare campagne mirate contro il cibo-spazzatura, il junk-food, e a promuovere la dieta e lo spirito mediterraneo attraverso la sua personale piramide nutrigenomica e il suo metodo sintetizzato nel libro *Stop Virus* scritto assieme alla giornalista Irene Giurovich ed edito dalla casa editrice Segno. Crescita personale, fisica e spirituale in un connubio perfetto per mangiare e vivere consapevolmente.

The Marta Ciani method

Continue to eat with heart plus brain. The emotional claim resonates in the new studio of nutrition biologist Marta Ciani, in Udine, Viale Leonardo da Vinci 103/2, which has always been a landmark for those seeking a personalised and holistic approach to nutrition and well-being in its various Zen facets.
What characterises Ciani's renewed programme – she has been appointed head of the Consulta dei Biologi del FVG, as well as referent on behalf of the association 'ContiamoCi' of a study related to the damage of the spike protein - is a project symbolically called 'Mariposa', which means butterfly in Spanish. Behind this name lie years of research and in-depth studies in the fields of therapeutic bioresonance, meditation, Tibetan bells and gongs, which go hand in hand with the main focus on genetic tests for 'mapping' the DNA to find the right tailor-made diet, on tests to study intestinal function (Dbs test) and investigate what type of dysbiosis, or inflammation, is colonising our 'belly', on the S-Drive test, known to most people as the hair test, which consists of an advanced study of the hair follicle.
Marta Ciani, who has been committed for years to promoting healthy nutrition, exercise and attention to the spiritual component through free events and conferences at local and national level, was the first professional to launch targeted campaigns against junk-food and to promote the Mediterranean diet as well as the Mediterranean spirit through her personal nutrigenomic pyramid and her method as summarised in the book *Stop Virus*, written together with journalist Irene Giurovich and published by the publishing house Segno. Personal, physical and spiritual growth in a perfect combination for eating and living consciously.

Il core business
dell'azienda,
è la soddisfazione
del cliente
di qualsiasi target

Domus
Agenzia d'Affari

Piazza Santa Maria Maggiore 11
31100 Treviso
tel. 0422 56853
info@agenziaffaridomus.com

Siamo presenti anche su

Affida a noi i tuoi immobili
di prestigio e lasciati
guidare da chi continua
ad esserci lasciando
il segno da generazioni

L'*APACHE*

È il 1970 quando Vic Caserta arriva da Milano a Jesolo, ha 30 anni e già una bella esperienza nel mondo della moda con Elio Fiorucci. Apre la sua prima vetrina in via Bafile al 417, al piano terra, e stagione dopo stagione si allarga. Le vetrine divengono cinque. Oggi sorge Bafile 417 uno dei bei palazzi eretti nell'ultimo decennio. Capi unici in pelle scamosciata, cinture di cuoio, stivali in stile cow boy, realizzati da artigiani che sarebbero poi diventati brand di successo, definiscono Apache, la prima jeanseria del Veneto.
Una fucina di idee, un punto di lancio per nuovi creativi, uno spazio di incontro.
L'inizio di un percorso che l'ha portato ad aprire altri negozi, completamente diversi e sempre in anticipo sui tempi, ma soprattutto ad iniziare le prime collaborazioni con aziende confermatesi poi a livello internazionale, come Claudio Buziol e Replay.
Alla fine degli anni Ottanta Apache chiude, ma il vulcanico Vic Caserta continua a occuparsi di moda e innovazione come consulente, dedicandosi però principalmente all'arte con lo stile originale che lo ha sempre caratterizzato.

L'Apache

It is 1970 when Vic Caserta arrives in Jesolo from Milan, he is 30 years old and has already had some experience in the fashion world with Elio Fiorucci. He opened his first shop window at no. 417 Via Bafile, on the ground floor, and season after season he expanded. The shop windows become five. Today Bafile 417 is one of the beautiful buildings built in the last decade.
Unique suede garments, leather belts, cowboy-style boots, all made by craftsmen who would later become successful brands, they all define Apache, the first jeans shop in Veneto.
The shutters, when lowered at night, are painted by artist friends and depict the canyons of Arizona, the front doors are strictly original saloon doors, Nevada carpets on the floor, painted leather curtains on the walls, a bar with antique barrels for stools. The perfect setting for a Sergio Leone film.
In an exceptional historical moment that brought about major changes in attitudes, consumer habits, and lifestyle, especially among young people, music and fashion have been the keys that have opened up a new world.

Le serrande, quando sono abbassate la notte, sono dipinte da artisti amici e raffigurano canyon dell'Arizona, le porte di entrata sono quelle dei saloon rigorosamente originali, il pavimento sabbia e tappeti del Nevada, tende di pelle dipinta alle pareti, un bar all'interno con botti antiche per sgabelli. La perfetta ambientazione per un film di Sergio Leone.

In un momento storico eccezionale che ha portato a cambiamenti importanti nei comportamenti, nei consumi, nel vivere, soprattutto dei giovani, la musica e la moda sono state le chiavi che hanno aperto un nuovo mondo. La voglia di divertirsi, il bisogno di esprimersi, la ricerca nel viaggio, la consapevolezza di una nuova libertà hanno dato a quel periodo un sapore che ancora oggi si rimpiange.

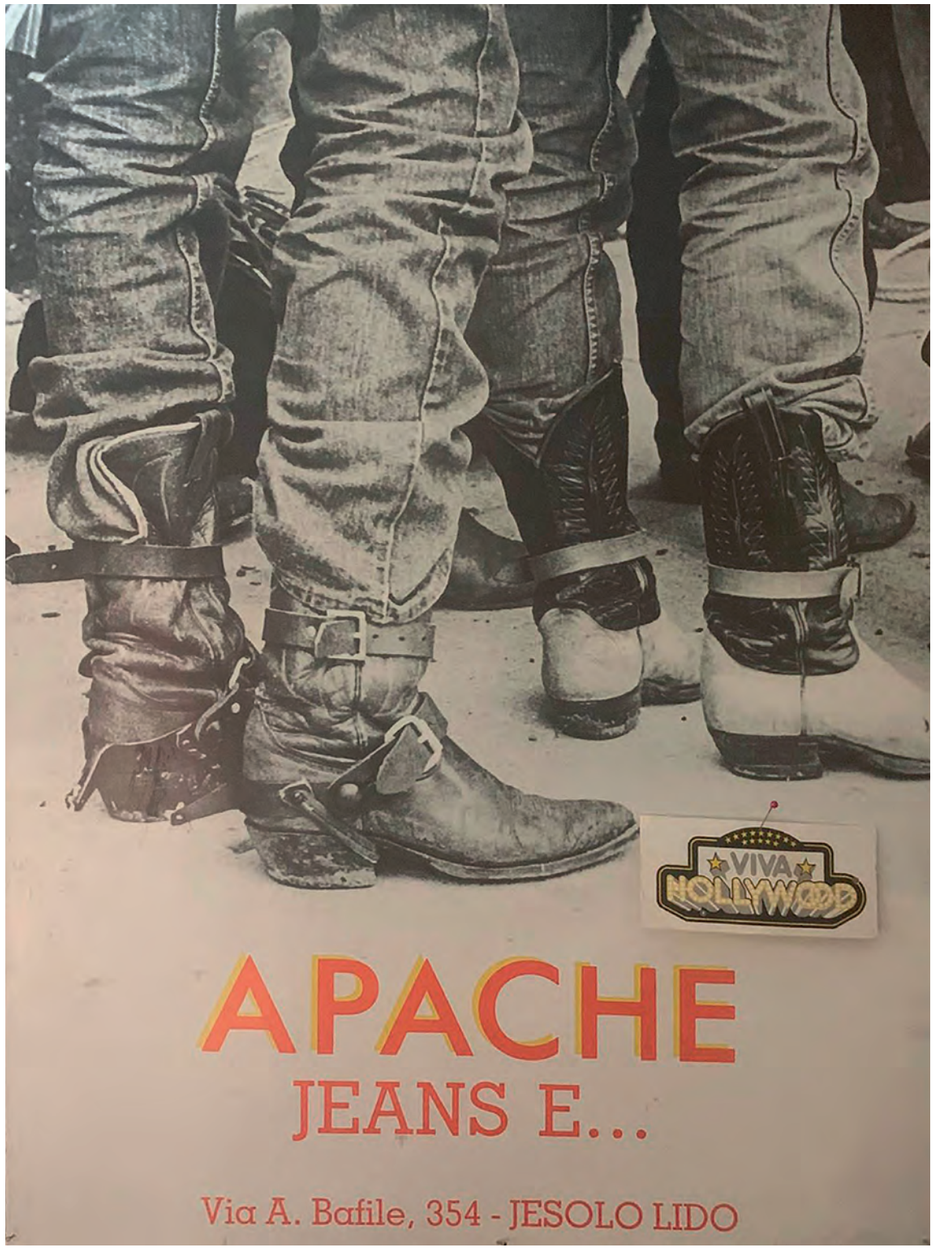
In una Jesolo in divenire, dove non c'erano orari, le feste si facevano in spiaggia, i locali avevano le orchestre e la sera per la passeggiata in via Bafile bisognava indossare l'abito da sera, i fotografi gareggiavano con i loro flash, c'era una atmosfera veramente speciale.

madeinused.com

The craving for fun, the need to express oneself, the pursuit of travelling, the awareness of a re-found freedom gave that time a flavour that we still long for today.
In a Jesolo in the making, where there were no timetables, where parties were held on the beach, clubs had orchestras, and in the evening, you had to wear your evening dress for the stroll along Via Bafile, and photographers were competing with their flashes, there was a truly unique atmosphere.

The beginning of a journey that led to the opening of other shops, each completely different from the others and always ahead of their time, and above all to the start of the first collaborations with brands that would later become internationally renowned, such as Claudio Buziol and Replay.

At the end of the 1980s, Apache closed, but the volcanic Vic Caserta continued to deal with fashion and innovation as a consultant, devoting himself mainly to art with the original style that has always characterised him.



da Lino

PIZZERIA DA LINO
via Jacutinga 1, Covolo

MONTE GRAPPA, arriva l'epica traversata delle *Alpi*

È una delle sfide più epiche, di quelle che ogni amatore della pedivella vorrebbe vivere. Per alcuni è un viaggio nell'ignoto, per altri è l'occasione di una settimana di vacanza da passare con amici e famigliari al seguito. È la Tour Transalp, su strada è la "sorella" della mitica Bike Transalp creata per gli appassionati della mountainbike. È una gara ciclistica su strada divisa in sette tappe e giunta alla sua alla 18esima edizione: quest'anno il Monte Grappa è stato protagonista della tappa del 20 giugno grazie al consorzio Vivere Il Grappa che, in collaborazione con il Comune, ha gestito l'arrivo a Pederobba dopo la scalata alla Cima del Monte Grappa, massiccio che recentemente ha ottenuto il riconoscimento di riserva della biosfera Mab Unesco.
La Tour Transalp quest'anno ha attirato circa 600 atleti provenienti da 21 nazioni diverse, un raduno internazionale degli amanti della bicicletta. L'itinerario ha sfiorato i ghiacciai degli Alti Tauri per addentrarsi nel cuore delle Dolomiti, portando poi anche verso i vigneti del Prosecco in Veneto, verso quelli intorno al Lago di Caldaro, tra i meleti della Val di Non e attraverso gli alpeggi dell'Altopiano di Asiago e Lavarone.
Il cicloturismo si sta confermando come uno degli ambiti sportivo/turistici in forte crescita, favorisce la sostenibilità promuovendo i valori dello sport e del turismo attento, portando i turisti amatori delle due ruote a maturare atteggiamenti consapevoli, un'attenzione alla natura e agli ecosistemi e alla propria salute, privilegiando una vacanza alla scoperta di nuovi territori sia dal punto di vista naturalistico che culturale. Se si pensa poi alle piccole comunità rurali interessate è facile intuire quanto possa giovare l'economia favorendo lo sviluppo di nuovi posti di lavoro e facendo riscoprire borghi poco conosciuti, non solo su territorio nazionale, la rete EuroVelo, infatti, permette di visitare l'Europa considerandola un grande paesaggio condiviso da scoprire e rispettare.

Monte Grappa, the epic crossing of the Alps is here.

It is one of the most epic challenges, the kind that every cycling enthusiast would like to experience. For some it is a journey into the unknown, for others it is the opportunity for a one-week holiday to spend with family and friends in tow. The Tour Transalp is the road 'sister' of the legendary Bike Transalp created for mountain bikers. It is a road bicycle race divided into seven stages and now in its 18th edition. This year, Monte Grappa has been the protagonist of the 20 June leg thanks to the consortium Vivere Il Grappa, which in collaboration with the municipality has managed the arrival in Pederobba after the climb to the summit of Monte Grappa, a massif that recently obtained recognition as a Mab Unesco biosphere reserve.
This year's Tour Transalp has attracted around 600 athletes from 21 different nations, an international gathering of cycling enthusiasts. This year's itinerary skimmed past the glaciers of the Hohe Tauern and into the heart of the Dolomites, then on to the Prosecco vineyards in Veneto, to those around Lake Caldaro, through the apple orchards of the Val di Non and across the alpine pastures of the Asiago and Lavarone Plateau.
Cyclotourism is proving to be one of the fastest-growing sports/tourism activities, fostering sustainability by promoting the values of sport and mindful tourism, leading bicycle-loving tourists to develop a more conscious attitude, an awareness of the natural environment and its ecosystems and of their own health, favouring a holiday dedicated to the discovery of new territories from both a naturalistic and cultural point of view. If we then think of the small rural communities involved, it is easy to guess how much the economy can benefit by fostering the development of new jobs and rediscovering little-known towns and villages, not only on national territory. The EuroVelo network, in fact, makes it possible to visit Europe as a big, shared landscape to be discovered and respected.

Il consorzio turistico Vivere il Grappa

Il Consorzio Turistico Vivere il Grappa è un'associazione composta oggi da una cinquantina di operatori della Pedemontana del Grappa che si occupa di promuovere e sviluppare il turismo nel territorio. Grazie ad una rete di partner offre ospitalità e servizi ai tanti visitatori della zona. Gestisce le aree di decollo ed atterraggio del Sito di Volo Monte Grappa, organizza manifestazioni ed eventi sportivi e fornisce informazioni ed accoglienza ai visitatori presso i suoi uffici. Nato nel 1997 con l'intento di creare una rete sinergica di servizi e imprese accomunati dall'obiettivo di valorizzare il territorio della pedemontana del Grappa, identificata come crescente meta turistica per la pratica del volo libero (parapendio e deltaplano senza motore) grazie alle sue favorevoli condizioni atmosferiche, si sta occupando oggi della promozione del territorio a 360 gradi, non solo volo libero ma anche altri sport ed enogastronomia.

Informazioni: vivereilgrappa.it

The tourist consortium Vivere il Grappa

The Consorzio Turistico Vivere il Grappa is an association currently made up of around fifty operators in the Pedemontana del Grappa area that deals with promoting and developing tourism in the area. Thanks to a network of partners, it offers hospitality and services to the many visitors flocking to the area. It manages the take-off and landing areas of the Monte Grappa Flight Site, organises events and sporting events, and provides information and welcome to the visitors at its offices. It was set up in 1997 with the intention of creating a synergic network of services and businesses sharing the objective of enhancing the area of the foothills of the Grappa, identified as a growing tourist destination for the practice of free flight (paragliding and hang-gliding without engines) thanks to its favourable atmospheric conditions.
At the beginning, the project partners were accommodation facilities or those in the catering business, but over the years more diversified companies (small businesses, shops, transport companies) have decided to join the consortium.

Information: vivereilgrappa.it.

Il LUSSO *dell'olfatto*

Raffinatezza non significa possedere oggetti costosi. Lo Chic non è sinonimo di sfarzo. Il vero Lusso è saper scegliere.

MARTINA MARASTON

Ho scelto, fin da bambina, di occuparmi di profumi, creando profumi con le mie amiche con petali di rose e erbe del giardino dei miei nonni.
Il 'problema' è che per me è sempre stato affascinante vedere cosa accade dietro il prodotto, durante la sua creazione.
Contemporaneamente sono cresciuta, ho fatto mille esperienze a contatto con il mondo del lusso.
La Sartoria Olfattiva San Michele Arcangelo ha aperto ufficialmente le porte il 25 Settembre 2021 alla presenza di veri Esperti di naso, delle Autorità locali e di amici, divenendo in breve tempo punto di riferimento nel settore.
Un angolo di charme che sa accompagnare il Cliente tra profumi unici e di alta classe.
"L'affetto di tanti che hanno accolto e supportato la mia idea mi riempie di gioia. Questa è una tappa importante, non solo per la vita professionale ma anche personale e mi fa piacere condividerla." "Le fragranze arrivano dalla natura e la produzione e la ricerca delle grandi Firme partono sempre da un concetto di beltà che mai come in questo periodo deve trovare spazio nelle nostre case" commenta al Taglio del Nastro il Sindaco.
Ogni mese, grazie alla collaborazione con Nomi davvero importanti come Elena Berton e Chiara Voliani, vengono offerti piacevoli momenti e percorsi dedicati per la valorizzazione della propria immagine. Eventi studiati nei minimi dettagli per offrire alla Clientela il meglio.
Momenti Beauty sono altresì il fiore all'occhiello che con cadenza mensile vedono il tutto esaurito.

The luxury of perfume

Good taste does not mean owning expensive things. Chic is not synonymous with glitz. True luxury is knowing how to choose

MARTINA MARASTON

I do not have a degree in communication and marketing.
Ever since I was a child, I have chosen to deal in perfumes, creating perfumes with my friends using rose petals and herbs from my grandparents' garden.
The 'problem' is that I've always found it fascinating to watch what goes on behind the product, in the process of its creation.
Meanwhile, I grew up and had a thousand experiences in the luxury world.
The Sartoria Olfattiva San Michele Arcangelo officially opened its doors on 25th September in the presence of true "nose experts", local authorities and friends, quickly becoming a point of reference in the sector.
A charming space that will be able to accompany customers among unique and high-class perfumes.
"The affection of so many who have welcomed and supported my idea fills me with joy. This is an important milestone, not only in my professional life but also in my personal life, and it gives me pleasure to share it."
"Fragrances originate from nature and the production and research of the big Brands always start from a notion of beauty that never as in these times must find its way into our homes" commented the Mayor at the Ribbon-cutting ceremony.
Every month, thanks to the collaboration with truly prominent names such as Elena Berton and Chiara Voliani, we offer pleasant moments and pathways dedicated to enhancing one's self-image. These events are carefully prepared, down to the tiniest detail, in order to offer our customers the very best. Momenti Beauty is also the highlight that sells out every month.

AMMINISTRAZIONI STIMAMARE
amministrazioni condominiali

SINERGIA
per arredare

Luca Zamprogno: Amministratore di Team Casa, negozio storico di Arredamento della Marca Trevigiana | Annalisa Caverzan: Architetto

Luca Zamprogno: Administrator of Team Casa, a renowned furniture shop in the Marca Trevigiana | Annalisa Caverzan: Architect

Cosa significa arredare?

Annalisa: Per me, che arrivo dalla progettazione e dalla costruzione di edifici residenziali, arredare significa innanzitutto gestire gli spazi, sia con i vuoti che con i pieni, individuare i percorsi, controllare le forme; in seconda battuta significa ascoltare le esigenze del cliente, cercare di entrare in sintonia con il suo pensiero per poter interpretare le sue idee e trasferirle nel progetto;
la terza fase è la più "facile", accostiamo materiali e colori, immaginiamo luci e ombre.

Luca: Realizzare un progetto che mantenga le aspettative e che rispetti tempi e budget prefissati. Per questo ci avvaliamo di un Team di Professionisti, collaudato nel tempo, per ogni singolo aspetto realizzativo. Utilizzo di aziende affidabili con standard qualitativi elevati.

Come si capisce se un progetto funziona?

Annalisa: Non sempre il cliente è in grado di capire se il progetto funziona, a volte è un segno, una forma, un colore o un oggetto a catturare la sua attenzione e a dare la sensazione che sì, quello che vede piace e per questo "funziona".
Io credo invece che il progetto che funziona sia quello che "parla da solo"... ed è frutto di una comunicazione efficace, di una corretta interpretazione del progettista, di un atteggiamento di fiducia del cliente.

Synergy for interior design

What does it mean to furnish?

Annalisa: I come from the design and construction of residential buildings. For me, furnishing means first of all to manage spaces, both with voids and solids, to identify paths, to control shapes; secondly, it means listening to the customer's needs, trying to get in tune with his thoughts in order to interpret his ideas and transfer them into the project; the third phase is the 'easiest', we combine materials and colours, and imagine lights and shadows.

Luca: To deliver a project that lives up to expectations and respects the set timeframe and budget. This is why we employ a Team of Professionals, tested over the years, for every single implementation aspect. Using reliable companies with high quality standards.

How can you tell if a project is working?

Annalisa: Clients are not always able to tell if a project works, sometimes it is a sign, a shape, a colour or an object that catches their attention and gives them the feeling that yes, they like what they see and that is why it 'works'. But I believe that the project that really works is the one that "speaks for itself"... and is the result of an effective communication, of a correct interpretation by the designer, and of an attitude of trust on the part of the client.

Luca: Da Amministratore risponderei che il progetto va bene quando il cliente lo salda, ma è solo una battuta. Spesso, solo a cose fatte ci si rende conto che scelte o valutazioni non erano quelle migliori, per evitare questo è fondamentale affidarsi a veri professionisti, in grado di anticipare tutte le criticità e dare la migliore visone di come sarà il progetto una volta realizzato. Render, mobili e materiali esposti sono un valido aiuto. Mi piace definire ormai Team Casa uno studio di progettazione con negozio.

Il cliente ideale?

Annalisa:
Il cliente ideale? Chi ci sfida e poi si affida. Chi si fa guidare, chi sa esprimere le proprie esigenze ma lascia a noi lo spazio per l'interpretazione.

Luca: Una persona curiosa, che vuole capire il perché delle cose. Che cerca una consulenza, una soluzione originale, che apprezza la ricerca e le novità. Che dà importanza al prezzo e non allo sconto. Che non vuole mal di testa e preferisce affidarsi a noi per avere un servizio chiavi in mano.

Riassumendo perché avvalersi di Team Casa?

Annalisa: Perché la progettazione a misura del cliente è alla base del nostro lavoro.

Luca: Siamo un Team di veri professionisti e come recita la nostra pubblicità: L' esperienza non si compra e infatti te la regaliamo noi!

Luca: As an administrator I would reply that the project is good when the customer pays for it, but that's just a joke. Often, only when things are done we realise that choices or evaluations were not the best ones, so to avoid this it is crucial to rely on real professionals, who can anticipate all critical issues and provide the best vision of how the project will be once it is realised. Renderings, displayed furniture and materials are a valuable help. Therefore, I now like to call Team Casa a design studio with a shop.

The ideal customer?

Annalisa:
The ideal customer? Who challenges us and then trusts us. One who is willing to be guided, who knows how to express his needs but leaves room for our interpretation.

Luca: A curious person, who wants to understand the meaning of things. Who seeks advice, and an original solution, who appreciates research and innovation. Who values price and not discounts. Who does not want headaches and prefers to rely on us for a full turnkey service.

To sum up, why use Team Casa?

Annalisa: Because customised design is the cornerstone of our work.

Luca: We are a team of true professionals, and as our advertisement says: you can't buy experience, so we are giving it to you for free!

Più di quarant'anni di **esperienza** incontrano le novità dell'Interior Design creando un connubio unico.

Sempre attenti alle tendenze e alle nuove tecnologie che il Design offre, siamo in grado di **Progettare** i tuoi spazi in modo innovativo ma allo stesso tempo applicando le conoscenze che negli anni abbiamo acquisito.

L'esperienza non si compra, ed infatti te la regaliamo noi!

teamcasa.it

ERALDO

JESOLO

VIA BAFILE, 114
30016 - LIDO DI JESOLO
VENEZIA

VALORI *condivisi*

Il Panathlon è un'associazione con finalità etiche e culturali che si impegna per approfondire, divulgare e difendere i valori dello Sport inteso come strumento di formazione per la persona e come veicolo di solidarietà tra uomini e popoli. Il primo club è nato a Venezia nel giugno del 1951. Nel 1960 i club sparsi in Paesi diversi hanno dato vita al Panathlon International, un organismo culturale benemerito riconosciuto dal C.I.O. che fa anche parte dell'Associazione Generale delle Federazioni Sportive (AGIFS) e del Comitato Internazionale Fair-Play (CIFP) e si rapporta con l'UNESCO e con l'associazione Nazionale Comitati Olimpici Europei.
Nato come associazione aconfessionale, apartitica, senza distinzioni di razza o sesso, senza fini di lucro si impegna in ogni ambito per rappresentare tutte le discipline sportive e ha scelto come motto "Ludis Iungit". Uniti nello Sport e dallo Sport, mai come oggi linguaggio davvero universale e trasversale capace di emozionare, unire, appassionare, far discutere e soprattutto parlare al cuore dei più.
Non esiste disciplina sportiva che non abbia una storia meravigliosa da raccontare, e di queste storie il Panathlon di Treviso si occupa in modo continuativo, diffondendole e cercando di portarle giorno dopo giorno a un pubblico più ampio, anche grazie all'aiuto della stampa e dei media. Il Panathlon di Treviso collabora con gli istituti scolastici e le associazioni Sportive del territorio grazie ai suoi oltre 40 soci. Il Club è aperto ad accogliere nuovi soci che abbiano a cuore lo Sport.

Shared values

Panathlon is an association with ethical and cultural aims that is committed to deepening, spreading and protecting the values of Sport intended as a training tool for the individual and as a vehicle of solidarity between people and nations.
The first club was born in Venice in June 1951. In 1960, clubs located in different countries gave birth to Panathlon International, a meritorious cultural body recognised by the C.I.O. that is also part of the General Association of Sports Federations (AGIFS) and the International Fair-Play Committee (CIFP) and has relations with UNESCO and the National Association of European Olympic Committees.
Founded as a non-confessional, non-partisan, race- and gender-neutral, non-profit association, it strives in every field to represent all sports disciplines and has chosen 'Ludis Iungit' as its motto. United in Sport and by Sport, never before has it been such a truly universal and transversal language capable of moving, uniting, exciting, making people discuss and above all speaking to the hearts of the most people.
There is no sporting discipline that does not have a wonderful story to tell, and Panathlon of Treviso deals with these stories on a regular basis, spreading them and trying to bring them day after day to a wider audience, also thanks to the help of the press and media. Panathlon of Treviso cooperates with schools and sport associations of the territory through its more than 40 members. The Club is always open to welcome new members who have Sport at heart.

Le radici del DESIGN

1951, Francenigo di Gaiarine: in un paese periferico della Marca un gruppo di giovani falegnami fonda una cooperativa artigiana. Nasce ALF, Artigiana Legno Francenigo.
2023, Milano: settantadue anni dopo, ALF Group inaugura a Milano il primo flagship store dei propri marchi dedicati al mercato italiano: Alf DaFrè, specializzato nella progettazione e produzione di arredi e sistemi giorno e notte, Valdesign Cucine, dedicato alla produzione di sofisticati sistemi cucina.

Situato in un elegante edificio novecentesco affacciato su via Rugabella e su corso di Porta Romana, il flagship store vuole creare un punto d'incontro tra Veneto e Lombardia, unendo le tinte neutre delle facciate milanesi alla nota rosata della tradizione architettonica Veneta.

L'armonia tra le due anime di ALF Group – il legame con le radici artigianali del territorio e l'attitudine al design cresciuta anche grazie alla collaborazione con designer internazionali – rappresenta l'essenza del progetto. Gli oltre 700 m2 permettono di sperimentare la vastità di gamma delle proposte giorno e notte, i materiali e i dettagli tecnici e le geniali soluzioni che permettono di creare un guardaroba, una piccola lavanderia, uno spazio home office o un angolo toilette dietro l'anta di un armadio.

The roots of design

1951, Francenigo di Gaiarine: in a small town of the Marca, a group of young carpenters founded an artisan labour cooperative. ALF, Artigiana Legno Francenigo, was born.
2023, Milan: seventy-two years later, ALF Group inaugurates in Milan the first flagship store of its brands dedicated to the Italian market: Alf DaFrè, specialised in the design and production of furniture and day and night systems, Valdesign Cucine, dedicated to the production of sophisticated kitchen systems.

Located in an elegant twentieth-century building overlooking Via Rugabella and Corso di Porta Romana, the flagship store aims to create a meeting point between Veneto and Lombardy, combining the neutral hues of the Milanese facades with the pinkish note of the Venetian architectural tradition.

The harmony between the two souls of the ALF Group - the link with the artisan roots of the territory and the approach to design grown also thanks to the collaboration with international designers - represents the essence of the project. Over 700 m2 make it possible to experience the wide range of day and night proposals, the materials and technical details, and the ingenious solutions that enable one to create a cloakroom, a small laundry room, a home office space or a toilet corner behind the door of a wardrobe.

"E' il frutto del lavoro di squadra di oltre 300 collaboratori che ha lavorato con impegno, mettendo a punto collezioni sempre più curate, frutto della nostra capacità tecnica e del nostro approccio quasi maniacale al prodotto bello e ben fatto", ricorda Maria Cristina Piovesana, imprenditrice di seconda generazione oggi alla guida del gruppo.

alfitalia.com

"It is the result of the teamwork of more than 300 collaborators who have worked with commitment, developing more and more refined collections, the fruit of our technical ability and our almost maniacal approach to beautiful, well-made products," recalls Maria Cristina Piovesana, a second-generation entrepreneur now at the helm of the group.

Smell the sea
and feel the sky.
Let your soul
and spirit fly.

Van Morrison

il Venexino
Jesolo

kristianbuziol.it

ISSN 2974-9468