



Da sempre il settimanale cerca i grandi fotografi e i grandi fotografi vogliono apparire sulle sue pagine. Una **mostra** ricostruisce l'uso sapiente e provocatorio delle immagini. Per testimoniare la vita del paese e del **mondo** | **Bruno Manfellotto***

Espresso per la storia



In alto: 24 marzo 1984, Enrico Berlinguer con i metalmeccanici contro i tagli alla scala mobile in una foto Agf pubblicata sulle pagine dell'*Espresso*. Qui sopra, truppe dell'esercito vietnamita del sud; a destra, costruzione dell'Autosole (Farabolafoto).



ALLORA SI LAVORAVA DI FORBICI E DI COLLA. Oggi sarebbe impensabile. Ma per Arrigo Benedetti, che aveva fondato con **Eugenio Scalfari** un settimanale figlio della tradizione culturale elitaria del *Mondo*, come pure del giornalismo popolare di *Omnibus* e *Oggi*, un certo uso dell'immagine era essenziale, determinante: prima di andare in pagina la fotografia veniva tagliata, ingrandita, sezionata. Metafora di un giornalismo che non si accontenta né del primo sguardo né del punto di vista tradizionale.

Prima di allora, l'informazione era tutt'altra cosa. Con *L'Espresso*, che debutta in edicola il 2 ottobre 1955, gli italiani si ritrovano fra le mani uno specchio che finalmente restituisce loro la vera immagine del paese. La guerra è alle spalle e bisogna ricostruire e tornare a sperare, Hollywood si trasferisce sul Tevere, nasce la Rai, tutti sognano una Fiat 600, a Milano risorgono il teatro, la cultura, la moda, l'impresa, la grande editoria... Ma i lettori cominciano a conoscere da vicino anche il potere e i suoi vizi, a misurare i diritti e le libertà da difendere, scoprono la speculazione edilizia e l'Africa in casa, viaggiano in America, in Francia, in Cina, in Vietnam accompagnati da Goffredo Parise, Alberto Moravia, Andrea Barbato al lavoro con fotografi al seguito. Alcuni di loro (ieri Tiziano Terzani o Carlo Gregoratti, oggi **Fabrizio Gatti**) viaggiano, scrivono e scattano.

Da sempre *L'Espresso* cerca i grandi fotografi e i grandi fotografi vogliono che i loro lavori appaiano sull'*Espresso*. Il catalogo è ricchissimo: l'Italia di **Uliano Lucas**; il Vietnam e la Cambogia dei khmer rossi che costerà la vita a **Dana Stone**; il viaggio negli ospedali psichiatrici di **Mauo Valinotto**; il Berlusconi con la pistola di **Alberto Roveri**; la Palermo di **Letizia Battaglia**; il dramma dell'emigrazione nelle immagini di **Massimo Sestini**; e ancora **Massimo Vergari**, **Tim Hetherington**, **Gilles Caron**, **Nick Ut**, **Angelo Palma**, **Franco Zecchin**... Tutti ora in mostra al Palazzo Reale di Milano.

Ecco, se si dovesse sintetizzare la formula di successo ideata da Benedetti e Scalfari, nata con il mitico formato lenzuolo e poi via via evoluta, si potrebbe dire: la capacità di leggere gli avvenimenti prima degli altri, l'intuizione di trasformare in giornalisti un esercito di scrittori per dare alla cronaca il passo della letteratura; e, soprattutto, il ricorso all'uso sapiente e provocatorio della fotografia. Che da allora continua a testimoniare ogni momento della vita del paese e del mondo.

*Editorialista dell'*Espresso*, ideatore e curatore della mostra *La nostra storia - Ieri e oggi nelle fotografie dell'Espresso*, al Palazzo Reale di Milano dal 12 luglio all'11 settembre 2016.

«Tratterò la tua casa come la mia...»

A cura di Arch. Melissa Bergamaschi, Centro Studi Sarpi

Se vi capita di aprire uno dei principali quotidiani nazionali e trovate questa frase, accompagnata da un volto sorridente, sicuramente non vi sarà nuova; è il motto del Dott. Emanuele Barbera, Presidente del Gruppo Sarpi Immobiliare, uno dei primi dieci franchising immobiliari italiani.

Perché ha deciso di mettere la «faccia» nelle sue pubblicità?

La comunicazione è uno degli aspetti fondamentali su cui punto nel mio lavoro, è il mezzo che crea il primo contatto con il cliente e, la scelta di mettere il mio volto, vuole proprio far capire sin da subito il mio modo di operare, che prevede un impegno pari a quello che metterei se la casa da vendere/comprare fosse la mia.

È importante la qualità del servizio?

Offrire il miglior servizio è uno dei nostri principali obiettivi. In un'epoca in cui sono disponibili infinite alternative, bisogna puntare all'eccellenza per essere competitivi con il mercato. Ogni cliente ha la sua storia e le sue necessità ed infatti, Sarpi Immobiliare, offre un servizio personalizzato in modo da rispondere in modo efficiente ad ogni richiesta.

Lei si sente più consulente o più agente immobiliare?

Come dico sempre il mio ufficio è un «salotto d'affari» in cui accolgo le persone cercando di metterle a loro agio; ogni cliente viene da me con richieste diverse, non necessariamente sempre legate al comprare o vendere una casa, magari anche solo per un consiglio e io cerco di mettere a disposizione tutte le mie conoscenze che vanno dal campo immobiliare a quello economico finanziario per soddisfare ogni esigenza.

Che tipo di clientela avete?

Alla Sarpi immobiliare trattiamo, con la stessa professionalità e attenzione, ogni tipo di incarico, dalla vendita di un box, all'affitto di un bilocale, alla vendita di un palazzo intero. Io stesso



metto il medesimo impegno nel portare a termine gli obiettivi nel minor tempo possibile e con il miglior risultato per entrambe le parti.

Il vostro valore aggiunto

Tra i punti di forza di Sarpi Immobiliare c'è l'accurata attenzione al prodotto. Infatti, dopo un'analisi dell'immobile e del mercato, Sarpi Immobiliare propone al cliente una dettagliata stima così da poter vendere il prodotto al giusto prezzo. Attraverso il suo team di esperti, Sarpi Immobiliare realizza foto e piante per poter pubblicizzare al meglio l'immobile sui principali quotidiani e sui più

importanti portali web immobiliari. Sarpi inoltre segue costantemente il cliente in tutte le fasi della vendita attraverso una serie di relazioni periodiche fino all'atto di vendita e, se serve, anche dopo.

Sarpi®
Dal 1956 La Tua Guida Immobiliare

Via Passione, 9
20121 Milano
Tel. 02.76000069
www.sarpi.it
e-mail: grandiacordi@grupposg.it

Contrapporre
i **carboidrati**
ai **lipidi** è fuorviante.
Gli ingredienti di una **dieta**
devono prevedere di tutto
in giuste dosi. Il segreto sta in un
bilancio alla pari tra **calorie**
e dispendio di **energie**.
Ecco come ottenerlo

Gianna Milano

Meno pasta o meno grassi? Questo è il problema

IL DILEMMA: CHE FARE PER DIMAGRIRE E NON RIPRENDERE PESO? L'altro dilemma: mettere al bando i carboidrati oppure dimenticare i grassi? Negli ultimi anni sono state date risposte talora discordanti. A giugno uno studio spagnolo su 7.500 persone ha concluso che un'alimentazione arricchita di grassi di origine vegetale, come l'olio d'oliva, non provoca aumento di peso, anzi funziona meglio di un'alimentazione con uno scarso contenuto di lipidi. L'indagine, pubblicata su *Lancet Diabetes & Endocrinology*, fa parte del progetto catalano Predimed, che indaga sugli effetti della dieta mediterranea nel prevenire le malattie cardiovascolari. Il messaggio è chiaro: per mantenere il peso non serve ridurre i grassi sani, come quelli insaturi dell'olio d'oliva. E il maggio scorso le conclusioni del National obesity forum inglese hanno suscitato scalpore. Il consiglio degli esperti è stato di abbandonare il conteggio delle calorie e togliere i carboidrati in favore dei grassi. Una raccomandazione pericolosa, secondo gli scienziati e i dietologi ortodossi, che alle persone cui viene diagnosticato il diabete di solito raccomandano di perdere peso e di mangiare meno grassi e più carboidrati, come pasta, pane, cereali, frutta e verdure.

Ancora dalla Gran Bretagna viene ora la sfida di **David**

Unwin, diabetologo: «Oltre a non contare le calorie, è bene includere nella dieta i grassi, anche quelli saturi, da sempre considerati nocivi, ed eliminare i carboidrati, come lo zucchero e tutti i prodotti amidacei». Con i suoi pazienti diabetici ottiene i risultati voluti: la glicemia torna nei limiti e chi è sovrappeso perde chili, ha raccontato lui al *New Scientist*. «Ai diabetici di tipo 2, patologia legata al sovrappeso, di solito si consiglia di evitare gli zuccheri, ma gli amidi non sono altro che lunghe catene di zuccheri che diventano a loro volta zucchero nell'intestino», nota Unwin. «Tuttavia, ai diabetici si dice di evitare i grassi, per proteggere il cuore e di mangiare prodotti amidacei, come pasta, riso, patate. Anche i carboidrati integrali, che vengono raccomandati, fanno aumentare gli zuccheri nel sangue, sebbene più lentamente di quelli raffinati».

Secondo una ricerca pubblicata da Unwin sul *Journal of Insulin Resistance*, una fetta di pane integrale fa crescere la glicemia nel sangue come tre cucchiaini di zucchero raffinato (la velocità con cui viene rilasciato dipende da che cosa si mangia assieme, grasso o proteine rallentano la velocità). Unwin ha messo a punto per pazienti con diabete o sovrappeso una versione della dieta Atkins tutta proteine: eliminare i carboidrati della pasta e inserire verdure

Sei regole facili: principi alimentari per perdere peso e stare in salute

1. Prima di scegliere che cosa mangiare bisogna pensare a quanto mangiare: eccedere è sempre dannoso, ma se i grassi sono insaturi ci si fa meno male.
2. Sbagliato focalizzare l'attenzione sui cibi a basso contenuto di grassi: non hanno risolto il problema dell'obesità. I cibi definiti light, con pochi grassi, a basso contenuto di colesterolo,

andrebbero evitati: percepiti come più leggeri se ne consumano di più.
3. Non ha senso non condire l'insalata, se il condimento è olio d'oliva. I grassi da tenere sotto controllo sono quelli degli alimenti che contengono elevate quantità di saturi, come alcuni tagli e tipi di carne, formaggi e salumi.
4. Un'alimentazione adeguata prevede

45-60% di calorie da carboidrati e la giusta quantità di grassi saturi: 20-35%.
5. Bisogna mangiare poco di tutto. Frutta e verdure: più se ne consuma, meglio è.
6. Errata l'idea che fare molto sport sia un rimedio per contrastare una dieta sbagliata. L'esercizio brucia calorie ma deve essere accompagnato da un'alimentazione equilibrata.

senza carboidrati come spinaci, zucchine, pomodori, frutta poco zuccherina, come lamponi e mirtilli. E invece dei carboidrati? Carne, pesce, latticini non magri, uova e noci. La sua dieta sembra funzionare: i pazienti perdono peso e hanno buoni valori di colesterolo e pressione, nonché di glucosio nel sangue.

Molte le voci critiche rivolte ad Unwin dalla ricerca nutrizionale che si basa su decenni di studi clinici e su decine di migliaia di persone. Dai quali si evince che una dieta con troppi grassi saturi fa male al cuore. Ma, suggerisce la recente letteratura scientifica, la questione dei grassi non è così scontata. Per esempio, una recente analisi degli ultimi studi ha mostrato che le diete con un basso contenuto di grassi saturi non sono associate in modo significativo a minor numero di infarti e ictus. Le ricerche migliori sono quelle randomizzate che modificano la dieta delle persone e ne verificano gli effetti sulla salute. Eppure, anche con questo tipo di indagini le prove sono contrastanti: alcuni studi dimostrano i benefici nel ridurre i grassi saturi, altri non riscontrano alcun effetto. È evidente che oltre alla dieta possono influire sui risultati altri aspetti quali lo stile di vita o la mancanza di esercizio fisico.

«La contrapposizione tra grassi e carboidrati, così come lo pone Unwin, crea solo confusione ed è fuorviante. La raccomandazione dovrebbe essere: abbassare l'introito calorico per portarlo a livello pari al dispendio di energia giornaliero. E in questo apporto energetico vanno privilegiati i carboidrati, il 45-60%. Non vuol dire che si deve aumentare il consumo di carboidrati, solo modulare la dieta in modo che questi siano almeno la metà, se non qualcosa di più. E meglio quelli integrali perché hanno fibre. I grassi? Devono rappresentare il 25-30% della razione calorica e fra questi i saturi non devono superare il 10%», raccomanda **Andrea Ghiselli**, dirigente di ricerca del Crea-Alimenti e nutrizione di Roma. Il sospetto che i grassi favoriscano la formazione di placche di colesterolo nelle arterie risale all'inizio del secolo scorso: vari studi dimostrarono che le malattie cardiovascolari erano maggiori nei paesi dove si mangiavano più grassi, specialmente quelli saturi di carne e latticini. I grassi erano anche considerati nemici di chi voleva restare magro. Poi queste idee si sono cristallizzate in linee guida ufficiali, spingendo i salutisti a mangiare carne magra, latte scremato, e a scegliere l'olio vegetale al posto del burro, favorendo i carboidrati. Questo, osserva Unwin, non ha rallentato l'aumento del sovrappeso e del diabete: nei paesi occidentali due terzi della popolazione sono sovrappeso e obesi. «Vero, ma dagli anni 50 gli americani (e noi li seguiamo a ruota) hanno mangiato di più e la diseducazione alimentare si è diffusa di pari passo al cibo spazzatura dei fast food con un alto apporto energetico, con grassi saturi e poche fibre. Ora, con 3mila calorie al giorno, è inevitabile aumentare di peso, soprattutto se si conduce una vita sedentaria fin da bambini o adolescenti. Non sono colpevoli i carboidrati, ma qualsiasi caloria eccedente il bisogno», puntualizza Ghiselli.

Negli ultimi decenni sono state proposte svariate diete, dalla Atkins, che spopolò fra gli aspiranti magri abbandonando frutta e verdura e dando via libera a carne e grassi come burro e pan-
na, alla più recente Zona, ipocalorica: un 40% delle calorie deve essere fornito dai carboidrati, un 30% dalle proteine, un altro 30 dai grassi («Ma la giusta quantità è un'altra», dice Ghiselli). Oltre all'indicazione di svolgere attività fisica. Meglio la prima o la seconda? «Per non ingrassare e stare in salute bisogna mangiare tutto,

purché l'apporto calorico sia adeguato al dispendio. Il conteggio delle calorie giornaliere deve prevedere grassi, carboidrati e proteine, senza temere nessuno di questi», risponde Ghiselli. «I grassi di qualsiasi qualità contano di più dal punto di vista calorico: ogni grammo di grasso contiene più del doppio delle calorie di un grammo di carboidrati o proteine. Per questo è bene non eccedere in particolare con i grassi saturi. Anche se tenere i grassi saturi bassi non significa rinunciare ad alimenti con grassi».

Fondamentale oltre alle calorie è la qualità di ciò che si mangia: l'olio d'oliva e il burro anche a parità di calorie non sono la stessa cosa per le arterie. «Se si vuole perdere peso in fretta, vanno bene molte diete, anche le più fantasiose, perché se si tolgono calorie i chili calano. Ma se si vuole campare a lungo in salute, la questione è diversa. E direi che la dieta mediterranea è salutare ed è ricca di alimenti che saziano: cereali integrali, legumi, frutta, verdura, frutta e grassi vegetali insaturi», conclude Ghiselli. **■**

BUONA MEDICINA

di Luca Bernardo*

A NAPOLI COME IN SCANDINAVIA

L'ODONTOIATRIA DELL'AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA FEDERICO II DI NAPOLI, la maggiore e più articolata struttura di questo tipo nel Mezzogiorno e una tra quelle a più elevata specializzazione in Italia, è un polo di avanguardia clinica e scientifica. Fornisce oltre 30mila prestazioni l'anno e risulta nell'ultima *Valutazione della qualità della ricerca* (Vqr) al terzo posto, prima tra le grandi università. I trattamenti, prevalentemente rivolti all'alta specializzazione e alla cura dei pazienti con vulnerabilità sociale e sanitaria, comprendono la diagnosi e la cura delle patologie del cavo orale e le terapie di rigenerazione e riabilitazione con le tecnologie più complesse. L'odontoiatria federiciana è capofila del progetto Prevodon-Campania: una rete regionale per prevenzione e cura delle patologie odontoiatriche, adottando un'impostazione vicina ai sistemi scandinavi. L'impatto di un simile intervento consentirà di ridurre drasticamente la prevalenza delle patologie odontoiatriche, favorendo l'accesso alle cure dei pazienti vulnerabili nelle strutture pubbliche e dei pazienti non vulnerabili attraverso il privato sociale. Gli studi di base e clinici degli ultimi 20 anni hanno dimostrato che le patologie odontoiatriche possono aggravare importanti



patologie sistemiche, quali cardiopatia ischemica, diabete, parto precoce. La prevenzione primaria è molto efficace, ma quella secondaria, cioè le cure precoci, è anche vantaggiosa economicamente: ogni tumore diagnosticato precocemente è una vita salvata; ogni dente conservato risparmia un considerevole carico di cure. Il progetto Prevodon-Campania nasce proprio dall'esigenza di rispondere al complesso panorama delle patologie odontostomatologiche. In Campania si stima che la prevalenza di tali patologie superi il 50%, coinvolgendo circa 2,5 milioni di persone, con un costo sul miliardo di euro ogni anno: le terapie odontoiatriche a carico del privato sono del 93% ma il 70% della popolazione non ha mezzi per affrontare le terapie riabilitative odontoiatriche di maggiore complessità, con grave compromissione dell'organo della masticazione.

* Prof. a.c. Luca Bernardo, Direttore Dipartimento Materno-Infantile Fatebenefratelli e Oftalmico di Milano



Tutti a casa

A CAPRI, NEL PORTO DI MARINA GRANDE, solo posti in piedi, direbbe Totò: nonostante tariffe che arrivano a 3mila euro a notte, sono settimane che non si trova un ormeggio libero. Tanto che una flotta di strabilianti imbarcazioni e yacht milionari ha trasformato le baie di Marina Piccola e Marina Grande in un unico affollatissimo porto. Sempre a Capri, l'iconico Capri Palace, lussuoso e discreto buen retiro di tutto il who's who internazionale, è stato costretto a rifiutare l'ospitalità alla famiglia reale del Kuwait (dieci suite che costano l'iradiddio) perché ha prenotazioni fino a ottobre: even-

ti, matrimoni e vacanze naturalmente. In grandissimo spolvero anche la Costa Smeralda. A maggio, i lussuosi resort sardi della catena Starwood (Cala di Volpe, Romazzino, Pitrizza, Cervo) hanno registrato l'incremento record del 48% rispetto al 2015 e del 36% a giugno, con luglio e agosto praticamente sold out in tutte le (carissime) strutture. Mentre a Forte dei Marmi, in Versilia, pare impossibile trovare una camera anche per il solo weekend.

Splende, insomma, l'estate italiana. Come in una ritrovata età dell'oro, i vacanzieri, connazionali e non, affollano spiagge, isole, laghi e città d'arte. Con i sacchi a pelo

e con i panfili (un occhio alla sicurezza e uno al portafoglio), la Penisola è tornata a essere un viavai di tedeschi, francesi, inglesi, russi, americani, brasiliani e cinesi; più numerosi dell'estate scorsa (+5,1%), così da cullare rosee speranze di alberghi, ristoranti e altre strutture. E per quanto sulle previsioni si possa solo sperare, i grandi affollamenti di queste settimane inducono a stimare in almeno 28 milioni i turisti stranieri in Italia fra giugno e settembre, ossia il 51% degli arrivi. I quali, sommati a 27 milioni di italiani, genereranno un business di oltre 167 miliardi di euro, il 10,1% del pil. Niente male, dopo anni di crisi.

CAPRI LOW COST E ISCHIA GLAMOUR

Le dividono 3 miglia appena, nel medesimo spicchio di mare: snob e mondana Capri, «d'argento e di pietra vestita» come l'ha cantata Pablo Neruda; marcata dalla sua essenza vulcanica e più popolare Ischia, protagonista di irripetibili fasti nei lontani anni 50 e 60. Se la prima rimane indiscussa regina del Golfo di Napoli, la seconda prova a recuperare lo smalto perduto con una serie di appuntamenti (Globalfest in primo piano) e grazie ad alcuni imprenditori che stanno riportando l'isola alla ribalta della scena internazionale.

CAPRI

Non solo cinquestelle lusso e mondanità sfrenata; c'è una Capri ugualmente chic ma dai prezzi più contenuti, fatta di b&b, maison d'hôtes e taverne dall'accoglienza cordiale, perfette per chi cerca

atmosfera d'antan e vuole fuggire i clamori della Piazzetta.

DOVE DORMIRE

A casa ngopp 'a spiaggia (via Mulo 68), antica dimora di pescatori con accesso privato al mare e spettacolare vista sui Faraglioni ad appena 5 minuti dalla Piazzetta. Doppia, con cucinetta e piccolo living (€ 289, soggiorno minimo due notti, sconto 5% per una settimana www.airbnb.it/Campania/Capri).

Capri Wine Hotel (via Provinciale, Marina Grande 69). È un boutique-hotel eco-friendly nato nel 2013 dalla trasformazione dell'azienda vinicola della famiglia Coppola a 800 metri dal centro e immerso tra i profumi di uno dei più antichi giardini capresi. Dieci camere, con terrazzino e vista mozzafiato sul



Non si trova un ormeaggio a Capri (3mila euro a notte). **Tutto prenotato negli hotel** delle altre perle della Penisola. È l'estate in cui gli italiani, anche spaventati dagli attentati, riscoprono la **villeggiatura nei confini nazionali**. Mentre arrivano 28 milioni di stranieri. E le barche più lunghe del Mediterraneo | **Mariella Boerci**



Porto Cervo: la piscina dell'Hotel Romazzino e, a sinistra, vista dal **Pitrezza**.

LE VACANZE 2016 IN NUMERI

Secondo una ricerca Swg-Conferesercenti, di giugno 2016, sono **35,8** milioni gli italiani che quest'estate vanno in vacanza: il **69%** contro il **60%** del 2015, per una spesa totale di **33** miliardi di euro (3 più dell'estate 2015). Il **76%** sceglie l'Italia, il mare prevalentemente (**60%**), poi la montagna (**10%**) e le città d'arte (**10%**). Le mete preferite sono: Puglia (**16%**), seguita da Sicilia (**11%**) e Sardegna (**10%**). All'estero le destinazioni preferite sono: Nord America (**25%**), Spagna (**23%**), Sud America (**14%**), Africa (**13%**), Francia e Croazia (**10%**).

Effetto Isis: la sicurezza suggerisce nuove mete

L'idea che l'Italia abbia mantenuto intatto il suo appeal nei confronti dei turisti di tutto il mondo solletica, e molto, la vanità nazionale. Ma, a dirla tutta, se una spintarella l'ha data anche l'apprezzamento del dollaro, ciò che sicuramente pesa di più sulle scelte di queste vacanze è l'effetto Isis, ossia la paura di attentati, anzitutto dall'estremismo islamico, presente o imminente in molte località turistiche mete tradizionali anche per gli italiani. Oggi la tragedia arriva in diretta sullo smartphone e si propaga alimentando

paure collettive e restringendo sempre di più la mappa delle destinazioni rassicuranti. Conferma che la sicurezza è un problema diventato prioritario un'indagine condotta a giugno da Tripadvisor (340 milioni di visitatori al mese in 48 paesi). Per ragioni di sicurezza il 44% dei turisti europei si dichiara pronto a cambiare destinazione, e anche mezzi di spostamento (17%). Fra gli italiani, hanno già modificato le abitudini (anche turistiche) il 59% degli intervistati (fonte: Osserva-

torio Confturismo-Istituto Piepoli).

Non è casuale il tracollo del turismo in Egitto, fino a poco tempo fa meta amatissima degli italiani: -90%. Poi c'è la Turchia, solo tre anni fa quarta destinazione turistica al mondo: il ministero del Turismo ha reso nota, prima del tentativo golpe, la diminuzione degli arrivi dei turisti già nei primi cinque mesi dell'anno: -35%. Azzerati, nemmeno un mese dopo, dal sanguinoso attentato all'aeroporto Atatürk. La Tunisia, poi, è turi- ➤

Golfo di Napoli (doppia b&b da € 135, tel. 0818379173, info@capriwinehotel.com).

Casa Mariantonia (via G. Orlandi 180, Anacapri). Nel centro, ma all'interno di un parco privato, è una storica maison d'hôtes con oltre un secolo di ospitalità: vi hanno soggiornato Alberto Moravia, Totò, Axel Munte... Nove camere, arredate come un'elegante casa caprese, tutte dotate di terrazzo; piscina, ristorante (doppia b&b da € 140, tel. 0818372923, www.casa-mariantonia.com).

Orsa Maggiore (via Tuoro 30, Anacapri). Villa dalle architetture mediterranee, panoramica, riservata, con un meraviglioso giardino, piscina a sfioro con vista sul mare, spa per due e 12 camere di charme. Ristorante, aperto solo a pranzo (doppia b&b da € 200, tel. 0818373351, www.orsamaggiore-capri.com).

DOVE MANGIARE

Verginiello (via Lo Palazzo 25). A Capri, questo ristorante-pizzeria aperto tutto l'anno a pranzo e a cena è una certezza: ottime ricette campane, dai ravioli ai primi di pesce, a pizze squisite, alle verdure di stagione (prezzo medio: € 35, tel. 0818370944). **È Divino** (vico Sella Orta 10/A). Antica casa caprese di grande atmosfera, soprattutto nel magnifico giardino, dove si cena a lume di candela; ma si pranza anche in una camera da letto, in un salotto o nel tinello, fra pezzi di antiquariato. Menù isolano di qualità e buona cantina, aperto a qualsiasi ora anche per un bicchiere di vino (prezzo medio € 40-45, tel. 0818378364). **Le Arcate** (viale T. De Tommaso 24, Anacapri). Locale frequentato dai capresi e segnalato dalle più importanti guide gastronomiche nazionali e internazionali. Ottima cucina ➤

► sticamente in ginocchio. Tre paesi che, insieme, accoglievano 18 milioni di turisti e che in pochi mesi hanno visto andare rapidamente in pezzi la loro maggiore industria. Eppure, anche se pare brutto dirlo, per l'Italia (ma anche per Spagna

e Grecia) queste sono opportunità, soprattutto adesso che il Paese è tornato nei radar degli investitori internazionali. Del resto l'industria delle vacanze continua a crescere in maniera inarrestabile: i turisti, nel mondo, sono arrivati a quota 1 miliar-

IN AFFITTO ANCHE PER POCHI GIORNI

Un po' per risparmiare (soldi), un po' per guadagnare (tempo alla ripresa di fine estate), le vacanze estive degli italiani si vanno anche spostando verso l'inizio della stagione, soprattutto per chi riesce a ritagliarsi un miniviaggio o una pausa a giugno e luglio. Il fenomeno si nota anche per le case in affitto. Secondo il portale *Casevacanza.it*, associato a *Immobiliare.it* per il mercato urbano, c'è stato forte aumento di richieste per i weekend, anche allungati ai venerdì e lunedì, di inizio estate: in Puglia il 18,2%, in Toscana il 13,3%, poi Sardegna (12,7%), Emilia-Romagna (11,7%) e Liguria (11,6%). Durata media di queste miniferie, 5 giorni, rispetto ai 12 della media d'agosto. **Francesco Lorenzani**, ad di Feries srl, proprietaria di *Casevacanza.it*: «il volume delle prenotazioni mostra un maggiore ricorso agli affitti turistici prima utilizzati come alternativa all'hotel solo per le lunghe villeggiature». Fra le mete più prenotate a giugno e luglio, si contendano il primato la Puglia e l'Emilia-Romagna, come mostra la tabella sotto.

Prezzi estivi indicativi			
Località	Provincia	Regione	Prezzo medio a notte in euro
Porto Cesareo	Lecce	Puglia	85
Riccione	Rimini	Emilia-Romagna	110
Gallipoli	Lecce	Puglia	75
San Teodoro	Olbia-Tempio	Sardegna	110
Bellaria-Igea Marina	Rimini	Emilia-Romagna	70
Cattolica	Rimini	Emilia-Romagna	90
Otranto	Lecce	Puglia	65
Melendugno (Torre Dell'orso)	Lecce	Puglia	65
Vieste	Foggia	Puglia	60
San Benedetto Del Tronto	Ascoli Piceno	Marche	75
Ugento (Torre San Giovanni)	Lecce	Puglia	60
Alba Adriatica	Teramo	Abruzzo	65
Follonica	Grosseto	Toscana	95
Rimini	Rimini	Emilia-Romagna	90
Villasimius	Cagliari	Sardegna	125

A conferma della timida ripresa dei consumi, anche di servizi, *Casevacanza.it* stima un +20% della spesa media preventivata in questo periodo. I prezzi a notte per un appartamento con quattro posti letto nella tabella sopra.

► mediterranea, con pasta fatta in casa, pesce e frutti di mare. Grande varietà di pizze cotte nel forno a legna (prezzo medio € 35, tel. 0818373588).

ISCHIA

DOVE DORMIRE

Su circa 350 strutture alberghiere, il glamour ischitano ha casa in alcuni cinque stelle dell'isola: l'iconico **Regina Isabella** (www.reginaisabella.com), da sempre palcoscenico del gotha cinematografico e fulcro della mondanità e del costume; l'elegante **Mezzatorre resort & spa** (www.mezzatorre.it), di lussuoso e abbacinante candore; il **San Montano resort & spa** (www.sanmontano.com), prima spa sull'isola con

cabine affacciate sul panorama mozzafiato dell'omonima baia; il **Grand Hotel Excelsior** (www.excelsiorischia.it), storico buen retiro di personaggi della scena internazionale imprenditoriale, culturale e artistica.

L'APERITIVO

Il Giardino Eden (via Nuova Cartaromana 68). Gran viavai di barche (dal mare l'arrivo più emozionante) e di vipperia internazionale per questo incredibile parco tropicale a picco sul mare tra il Castello Aragonese, lo scoglio di S. Anna e la Torre Guevara. Divani e tavolini sospesi sulla scogliera (tavolo n. 7 ambizioso e sempre prenotato) e Champagne ghiacciato per l'aperitivo più chic di tutto il Golfo, non solo di Ischia (tel.

Il ristorante **Dani** a **Ischia**.
A destra, l'hotel **Cala di Volpe** a **Porto Cervo**; l'approdo del tempio dell'aperitivo ischitano, **il giardino dell'eden**.





spesso sono potenziali obiettivi, ma si opta per mete più defilate: Lisbona, Venezia, Barcellona, Pompei. Parigi da gennaio ha perso il 17% solo in turisti italiani, ma in compenso la Costa Azzurra segnava +10% fino al momento dell'attentato di Nizza. Venezia, destinazione cultural-romantica evergreen, è crescita dell'8% e sta per superare il record 2015 di 27 milioni di visitatori, tanto che c'è già chi invoca il numero chiuso (anche per Roma, per Pompei e le Cinque Terre).

Mare Nostrum: Italia, Spagna o Grecia?

Italia, dice una ricerca di Ipsos per Europe Assistance - Barometro Vacanze 2016. Sulla Costa Mediterranea, davanti a Spagna, Grecia e Francia, è ancora il Belpaese che alimenta i sogni e i desideri segreti di

più europei: austriaci (51%), belgi (39%) e tedeschi (36%); la Germania, con 6,2 milioni di arrivi, resta il nostro mercato turistico principale. Sta andando fortissimo anche la Spagna, con un'esplosione di richieste per le Baleari, con Ibiza e Formentera in testa, mete del cuore di veline e calciatori. Ma anche isole e località meno glam, come le Canarie e la Costa del Sol, stanno attraversando il loro momento di gloria turistica.

Se la paura cambia la geografia delle vacanze, la sofferenza, talvolta, riesce a imporre nuova solidarietà. Accade in Grecia, numerose le persone (italiani, francesi, inglesi, austriaci, tedeschi) che hanno scelto di trascorrervi le vacanze per solidarietà alle emergenze immigrati e conti pubblici, oltre che per la bellezza del mare. Una bella prova di un'Europa che c'è. Comun-

que, più che di turisti solidali, in queste settimane nelle isole elleniche incrociano molti nomi quotati (anche in borsa): da **Diego Della Valle** a **Damien Hirst** ai **Marzotto**, dai **Frascara Gazzoni**, ai **Perrone**, a **Carlo Sama** a **Carlo e Isabella Clavarino**; un mix di ricchi, artisti, imprenditori, intellettuali e bon vivant che si muovono tra barche e ville in posti che sono sempre meravigliosi.

Il triangolo marinaro del jet set

Che il 2016 si sta confermando un'ottima annata per le vacanze lo indica per esempio la Costa Smeralda, che pareva un po' in declino: è partita con un +48% di presenze registrato a maggio. «Inoltre sono tornati molti americani e, per la prima volta nella storia della Costa Smeralda, al Cala di Volpe sono arrivati turisti dalla Cina», ➤

081985015, www.ilgiardinoeden.it).

Coquille (corso Vittoria Colonna 108). L'happy hour più modaio lo si fa in questo lounge bar, tra fontane, ruscelli, giochi di luci e musica. Il personale, quasi tutto orientale, serve in costume etnico. I cocktail e le bollicine sono accompagnati da sushi, sashimi, specialità indiane, cinesi, messicane e, ovviamente, partenopee (tel. 0814972401).

DOVE MANGIARE

Dani Maison (via Montetignuso 4). Vale il viaggio (e molti lo fanno) il ristorante del pluristellato Nino Di Costanzo, inaugurato a fine maggio con già una lista d'attesa di oltre 300 prenotazioni da tutta Europa. All'insegna di un lusso invisibile ed esclusivo,

un'antica casa di famiglia immersa in un giardino di piante mediterranee fra sculture e opere d'arte, dove si prende l'aperitivo e si pranza o si cena in due sale con appena sei tavoli, due in cucina: i più ambiti. Tre (ricchissimi) menù degustazione e uno à la carte che sono una passeggiata fra sapori che emozionano e illusioni ottiche di grande effetto. Imperdibili i ravioli di coniglio, la pasta e patate, la quaglia scampi e ceci, l'agnello con parmigiana di melanzane, faraona & astice... Il ristorante è stato proclamato «il migliore del Sud» da alcuni critici gastronomici (tel. 081993190, www.danimaison.it).

Indaco (piazza S. Restituta 1). Una sala elegante e raccolta, affacciata fra il blu del mare e l'azzurro del cielo su una delle baie più suggestive di Lacco Ameno, all'interno del Regina ➤



SULLA TERRAZZA DI WAGNER E DALLA

Il paese che ha un brand fortissimo, occorrono idee, strategie, investimenti. Puntare sulla nostra grande bellezza ma, contemporaneamente, giocare su cultura, memoria, soggiorni su misura. È l'idea di **Guido Fiorentino**, patron del Grand Hotel Excelsior Vittoria di Sorrento, set di film e campagne pubblicitarie, che ha trasformato l'albergo in contenitore multiculturale. Con mostre d'arte, spettacoli live di musica jazz (Aperijazz) legata al cinema d'autore sulla scenografica terrazza Vittoria, che ha ospitato star dello spettacolo internazionali e ispirò a Richard Wagner la conclusione del *Parsifal* e *Caruso* a Lucio Dalla; una cena di ambientazione felliniana sulla terrazza trasformata in palcoscenico con *La voce della luna* e gran finale di fuochi d'artificio per la festa di S. Anna. E una serie di eventi a sorpresa sul tema della *Dolce vita* a cui si ispira tutta la stagione, compreso un menu dello chef stellato **Luigi Tramontano** (Grand Hotel Excelsior Vittoria, Sorrento, tel. 0818777822, www.exvitt.it).



Capri: l'albergo Orsa maggiore e, sopra, una delle stanze del ristorante *È divino*.

non manca. E il parterre è de rois: **Urbano e Mali Cairo, Massimo Moratti, Maria Elena Boschi, Stefania Giannini, Daniela Santanchè, Michelle Hunzicker e Tommaso Trussardi, Monica Gueritore e Roberto Zaccaria**.

Tra le barche notevoli a Capri, **Paul Allen** con il suo Octopus. **Larry Ellison**, presidente di Oracle, con il monumentale Rising Sun. E poi **Remo Ruffini**, patron di Moncler, con l'Atlante. I principi di Monaco con il Pacha... Al momento dell'aperitivo si confondono con i turisti in Piazzetta. Ed è tutto un ciao ciao fra i tavolini. La vellutata imprenditrice **Gabriella Magnoni Dompé** e **Umberta Gussalli Beretta, Simona Ventura** con **Gerò Carraro, Canio Mazzaro, Gabriella Scarpa**, presidente Lvhm Italia... Un Franciacorta, uno spaghetti da Paolino, un salto all'Anema e core e poi... «ci si rivede al Forte». Dove il Tirreno non è così spettacolare ma la movida non manca. E non si può avere tutto. Alla fine, si migra per stare in branco, per non perdere i contatti con l'ambiente cittadino, per fare business o solo gossip. Se no, che vacanza sarebbe? **C**

► gongola **Robert Koren**, vicepresidente e direttore per il Sud Europa della catena di alberghi Stardwood. «Ma soprattutto sono tornati gli italiani: 36% in più rispetto all'anno scorso». E sono tornate pure le grandi barche: il Dilman, di **Alisher Usmanov**, 156 m, quarto al mondo per lunghezza; l'Azzam, 180 metri, del principe saudita **Al-Walid bin Talal**, l'uomo

più ricco d'Arabia; l'Eclipse, 162,5 metri, di **Roman Abramovich**, il finanziere russo patron del Chelsea calcio. E poi il Dubai, 162 metri, del primo ministro degli Emirati Arabi Uniti, **Mohammed bin Rashid al-Maktum**. Stazionano giorni e giorni spostandosi per eventi e feste tra Porto Cervo, Capri, Forte dei Marmi dove il Tirreno non è così spettacolare, ma la movida

► Isabella, ossia dell'albergo più prestigioso di Ischia. Una cucina di profilo elevato che, sotto la guida di Pasquale Palamaro, una stella Michelin, ripropone in modo creativo e inedito ricette, ingredienti e sapori del territorio (tel. 081994322, www.reginaisabella.com/litalindaco).

La Lampara (via Pontano 5). Location strepitosa sul roof garden dell'Hotel Miramare & Castello. Cucina che va dritta al cuore e ai sensi con i piatti di **Ciro Calise**: il gambero corallo, copiato in tutta Ischia e non solo, le linguine al riccio, le cozze alla griglia, piatto amatissimo da **Carolina di Monaco**. Questo per dire la sostanza. Il valore aggiunto è la terrazza sul mare con il più emozionante panorama dell'isola: la vista sul Golfo e sul Castello

Aragonese (tel. 081991333, www.risorantelalampara.com).

Casa Colonica (Baia di San Montano 80076). Sembra uscita dalle pagine di **Gabriel García Márquez** questa trattoria all'ingresso del parco del Negombo, con colori pastello, dove tutto sembra lì per caso e invece è ben studiato e di grande effetto. Si mangia a rotazione, sempre: dalle 12.30 solo le verdure dell'orto, dalle 15.30 alle 17 il menù merenda (mozzarella o insalata cafona), dalle 20 in poi il menu 5+5+5, ossia 5 antipasti, 5 primi, 5 secondi, a scelta, che privilegiano il pescato del giorno senza dimenticare il coniglio. Un trionfo di sapori mediterranei dovuti allo chef **Jack Monti**, chiacchierone e innamorato della sua isola (tel. 081986152).

MG.K VIS
IDROSALINO-ENERGETICO

wellcare.it

INFORMAZIONE
PUBBLICITARIA

*"Oggi
anche Junior
al gusto
fragola."*



**SPECIALE
STIPS!**

Sveglia l'intestino combatti la stitichezza

*Oggi in farmacia
c'è Dimalosio Complex
il regolatore
dell'intestino.*

Quando l'intestino si "addormenta" e perde la sua regolare puntualità è possibile andare incontro ad episodi di stitichezza che possono causare cattiva digestione, senso di gonfiore con tensione addominale e alitosi.

Secondo le recenti linee guida il problema può essere affrontato con una dieta ricca di fibre indispensabili per ritrovare e mantenere la corretta motilità intestinale.



Seguendo queste direttive è stato formulato **Dimalosio Complex**, un preparato a base di Psillio e Glucomannano, fibre naturali, arricchito con Lattulosio ed estratti vegetali, componenti attivi che agiscono in sinergia per "risvegliare" la corretta motilità intestinale senza irritare.

Dimalosio Complex sveglia l'intestino pigro, usato con regolarità svolge un'azione come regolatore intestinale, favorisce la crescita della flora batterica ed aiuta a combattere quel fastidioso gonfiore addominale facilitando una normale evacuazione.

Dimalosio Complex lo trovate in Farmacia, disponibile in confezione da 20 bustine al gradevole gusto pesca.


Da ALCKAMED In Farmacia

Liberi da stanchezza, spossatezza, eccessiva sudorazione.

**STRAORDINARIA
PROMOZIONE***



Cerca la Farmacia più vicina a te.

Scarica l'App smartLOGO  inquadra la promo.



PRONTO
DA BERE
gusto **arancia**
e **lemonade**

ENERGETICI
gusto **arancia**
e **lemonade**



ANTIOSSIDANTE
gusto **tè verde**

TriMiG®
3 SALI DI MAGNESIO
AD ELEVATA
BIODISPONIBILITÀ

**GLI
ORIGINALI**

* Promozione valida nelle Farmacie aderenti fino ad esaurimento scorte.

Da
POOL PHARMA
IN FARMACIA

www.mgkvis.it



Una misura per ogni destinazione, che siano **trolley** o **borsoni**. E soprattutto **tecnologia** sposata allo **stile**, per non perdere o farsi rubare il bagaglio ed essere sempre eleganti | **Paola Messina**

Scegliere la valigia perfetta

Materiali preziosi o tecnologici, indistruttibili. Chiusure intelligenti e app per non perdere la valigia (o meglio recuperarla in caso di furto). E soprattutto misure strategiche per non dover lasciare nulla a casa. Dai piccoli trolley, che hanno le dimensioni adatte per volare in cabina e allo stesso tempo si sistemano facilmente nel bagagliaio dell'auto, ai borsoni comodi e capienti. Ecco le proposte di *Capital* per il fine settimana o per un breve viaggio.

1) The Bridge. Trolley in cuoio con tascone esterno (la versione più piccola € 878, www.trebridge.it). **2) Piquadro Move 2.** Piccolo trolley, portabile anche come zaino, con doppio scomparto per pc e iPad. Lucchetto Tsa e dispositivo Connequ, device per la geolocalizzazione da connettere allo smartphone, attraverso un'app, che funziona da allarme (€ 310, www.piquadro.com). **3) Jimmy Choo Hetton.** Borsa da weekend con tasche per iPod e iPhone (€ 1.395, www.jimmychoo.com). **4) Tumi Alpha 2.** Valigia con più di 14 tecnologie. Sistema di costruzione DuraFold che rinforza la scocca, protezioni antiurto sugli angoli e sistema X-Brace 45 che protegge la valigia dai danni (€ 1.025, it.tumi.com). **5) Hackett London Boston.** Con finiture in pelle e motivo H Weave (€ 625, www.hackett.com). **6) Louis Vuitton La Pégase Légère.** In tela monogram, chiusura con cerniera a doppio cursore, tasca anteriore e 2 tasche interne con zip, porta-abiti con gruccia e porte-adesse (€ 2.400, www.louisvuitton.com). **7) Neopulse di Samsonite.** Spinner 55 cm in policarbonato. Il design è studiato per creare una struttura auto-rinforzante che attraverso un uso intelligente delle linee accentua la resistenza del guscio e degli angoli. Combinazione con funzione Tsa incassata nel profilo laterale, doppie ruote girevoli e carrello di traino bi-tubo (da € 205, www.samsonite.com). **8) Brics Bellagio metallo.** Trolley leggerissimo di piccole dimensioni, adatto per la cabina o il fine settimana, con finiture in pelle toscana, ruote doppie piroettanti e gancio porta-abiti per tre grucce, tasca in pelle per custodire biglietti da visita e carte magnetiche (€ 479, www.brics.it). **9) Rimowa Topas titanium cabin multiwheel.** Dalla griffe resa famosa dal serial Csi, con le caratteristiche righe, protegge il contenuto dall'umidità (€ 819, www.rimowa.com/it-it). **10) Berluti L'arte del viaggio.** Il trolley Formula 1004, in pelle Venezia, ha le dimensioni di un bagaglio a mano. Si può accessoriare con il travel kit coordinato: borsa di flanella grigia con profili in pelle che contiene un plaid di lana blu navy con profili grigi, una mascherina per occhi, un paio di calze in lana e un calzascarpe in corno (trolley: prezzo su richiesta; travel kit: € 980, www.berluti.com).

Sott'acqua ma senza bombole. Però con tutti gli **accessori di ultima generazione** indispensabili per scoprire e immortalare una **vacanza speciale**. Divertendosi e in sicurezza | **Enrico Maria Corno**

Più tecnologia per le immersioni

Non è necessario immergersi per soddisfare la passione per i fondali marini. Indispensabile, però, avere l'attrezzatura adatta per vedere, comunicare e anche nuotare in sicurezza. Cominciando dal computer da polso che monitora la frequenza cardiaca e suggerisce quando è il momento per tornare a riva, fino alle maschere con l'interfono e alle pinne di ultima generazione. Ecco le novità che non possono mancare in vacanza.

1) Julbo Wave, occhiali galleggianti. Con ottime lenti polarizzate e un rivestimento che protegge gli occhi dagli spruzzi. Sono galleggianti e si possono recuperare facilmente se cadono in acqua. Occhiali ufficiali della Nazionale francese di vela (€ 109,95, www.julbo.com). **2) Decathlon Tribord Easybreath.** L'unica maschera in commercio che permette a chi fa snorkeling di respirare con il naso senza essere costretti a mordere il boccaglio (che è fuso nella maschera) pur tenendo il viso sotto il pelo dell'acqua (€ 39,95, www.decathlon.it). **3) G-Divers Ocean Reef.** Maschera con interfono. Indossandola si può godere di un campo visivo amplissimo. Con un nuovo sistema di comunicazione subacquea che aggiunge sicurezza e divertimento all'immersione (a partire da \$ 526, www.gdivers.com). **4) Dry Bag Swimming Tow Float Lomo.** Per portare in acqua una T-shirt asciutta, portafoglio e cellulare, basta legarsi in vita la boa di segnalazione con tasca ermetica (£ 19.99, www.ewetsuits.com). **5) Omer Up X1R.** Computer da polso subacqueo con ghiera in carbonio, l'unico dotato di fascia cardio che permette di monitorare la frequenza anche sott'acqua. Fornisce indicazione del consumo calorico e dello stato del battito e in tempo reale le informazioni sull'immersione che si sta effettuando (profondità, durata, temperatura dell'acqua, battito cardiaco) e suggerimenti su quando scendere e su quando riposarsi (€ 305, www.omersub.com). **6) Sea Doo Scooter Aquaranger.** È elettrico, ci si può aggrappare e farsi trainare sia sopra che sotto il pelo dell'acqua, fino a 20 metri di profondità, alla velocità massima di 3.2 km/h (€ 369, www.seadoosea-scooter.com). **7) Garmin Action Cam Virb XE.** Registra filmati ad alta definizione, scatta foto da 12 megapixel con la tecnologia G-Metrix che consente di rilevare e sovrapporre al video i dati sulla velocità, la distanza e la profondità. Impermeabile fino a 50 metri, lenti di vetro idrorepellente, microfono funzionante anche sott'acqua, connettività Bluetooth (€ 399, www.garmin.com). **8) Speedo New Team Rucksack.** Zaino per gli sport d'acqua con scomparti impermeabili per separare i capi umidi da quelli asciutti (€ 69,90, www.speedo.it). **9) Mares X-Stream Comfort.** Sono le pinne più all'avanguardia sul mercato. L'efficienza viene data dalla scarpetta traforata e dalla costruzione della pala che diminuisce le turbolenze idrodinamiche (€ 119, www.mares.com).



Ristoranti

A **Lisbona**, tipiche **osterie**, moderne tavole d'autore, **ristoranti stellati**, **street food** eccellente, bistrot con aperitivi da gourmet, mercati come food drome...

Stefania Cubello - foto di Franco Cogoli

Delizie d'oceano

AVAMPOSTO ESTREMO D'EUROPA baciato dall'Oceano Atlantico, Lisbona vanta una ricchezza di prodotti gastronomici di altissima qualità. E una tavola che, grazie a una generazione di giovani cuochi tornata in Portogallo dopo avere girato il mondo, si è evoluta affermandosi tra le più d'avanguardia. Anche se la cucina portoghese resta radicata nella tradizione e nella valorizzazione delle materie prime locali. Così tra i vicoli dei bairros nella luminosa capitale lusitana, accanto alle tasche, tipiche osterie a conduzione familiare dove con pochi euro l'appetito è saziato da gustosi piatti della tradizione e petisco (tapas alla portuguesa) in quantità, si trovano moderne tavole d'autore, ristoranti stellati Michelin, street food eccellente, piccoli locali e bistrot dove anche gli aperitivi sono ottimi, mercati metropolitani concepiti come food drome di ultima generazione: oltre agli acquisti, si fanno scorpacciate di cozinha de chef a prezzi smart.

La fiscalità nazionale e il mercato immobiliare particolarmente seducenti, rispetto ad altri paesi europei come la stessa Italia, stanno attirando capitali e investimenti stranieri; molti italiani, fra i quali ex manager di multinazionali non solo pensionati, scelgono Lisbona per ricominciare una nuova vita. La città sul Tago è vivace e una delle poche capitali europee con una proposta gastronomica varia per tutti i palati e le tasche, comunque di qualità.

L'autorità massima in questo momento è il lisboeta **José Avillez**, chef rinnovatore ai vertici del fine dining mondiale, non solo nazionale, rinomato sin dai tempi in cui era alla guida di Tavares, ristorante di Lisbona stellato Michelin (*Restaurante-tavares.net*). La sua è una cucina di estetica moderna che affonda le radici nell'identità gastronomica locale e si nutre di tecniche affinate grazie al passaggio nella cucina di **Ferran Adrià**, El Bulli. Nel suo ristorante Belcanto (*www.belcanto.pt*), che gli ha fatto guadagnare due stelle Michelin, e fra The World's 50 best restaurants, i piatti della tradizione sono rivisitati con delicatezza: da provare Mergulho no mar, viaggio in fondo al mare tra spigola, alghe e molluschi, e il Cozido à portuguesa, un classico lusitano a base di carne qui rivisitato in chiave marinara. Il ristorante si trova nel Chiado, quartiere chic di Lisbona dove Avillez è cresciuto, e che ha trasformato in polo gastronomico. A pochi



passi, nella piazzetta su cui si affaccia la casa natale di Fernando Pessoa, Café Lisboa (*www.cafelisboa.pt*) è il bistrot aperto da poco all'interno del Teatro São Carlos: propone alcuni classici della cucina locale in chiave moderna: tartaro de polvo, gambas com alho e malagueta, bacalhau à bras com azeitonas explosivas, il piatto preferito di Avillez. Pochi metri e si entra nel Cantinho do Avillez (*Cantinhodoavillez.pt*), una piccola sala luminosa e arredata con oggetti vintage, dove gustare tapa alla portoghese



Da sinistra, in senso orario, lo chef di **Cervejaria Ramiro** specializzato in frutti di mare; l'ingresso della stazione ferroviaria; il **Mercado da Ribeira**; l'acquario delle aragoste del **Sea Me**; la gastronomia **Marisqueira Malha** al Mercado de Campo de Ourique; due piatti del Sea Me.

A bocca aperta nei mercati

A Lisbona si può gustare la nuova cucina d'autore, a prezzi leggeri, nei mercati urbani, nuove destinazioni per gourmet, sull'esempio anche di Barcellona, Londra, New York. Nella capitale lusitana si va al **Mercado da Ribeira**, in Cais do Sodré, di fronte al Tago, che ha origini che risalgono al 13° secolo, quando era il mercato del pesce più importante d'Europa. Oltre ai banchi della spesa, si può assaggiare il meglio della cucina portoghese negli oltre 40 chioschi disposti lungo il perimetro della hall centrale, alcuni di cozinha de chef: il bacalhau batoteiro di Henrique Sa Pessoa; l'arroz de camarão di Miguel


Castro e Silva; le sardine dolci Trancoso (dolce di mandorle a forma di sardina); e un'interpretazione in chiave moderna del tradizionale pasteis de nata di Marlene Vieira (avenida 24 de Julho 50). **Mercado de Campo de Ourique** è l'altro storico mercato coperto, più recente, del 1934 (www.mercadodecampodeourique.pt). Nella hall si possono fare degustazioni nelle piccole tasquinha gastronomiche come i sandwich di tonno o la spigola alla griglia della Marisqueira Malha; sushi e sashimi (il pesce arriva dai banchi del mercato) nella Tasca Japonesa; i petisco di Alhos e Bugalhos.



con influenze dalle cucine del mondo, come capesante marinate con avocado, tartare di tonno, gamberoni dell'Algarve in salsa thai. Il Mini Bar (Minibar.pt) è una lounge che trae ispirazione dall'adiacente Teatro São Luiz: l'esperienza gastronomica spazia dalla speciale Margarita (mela verde marinata nell'omonimo cocktail e polvere di chili servita su tartare di ghiaccio: si mangia, non si beve) al bonbon Ferrero Rocher di foie gras, dal ceviche di gamberi dell'Algarve alle olive sferiche, un cavallo di battaglia di El Bulli.

Nel Principe real, quartiere del Bairro Alto rinato in stile Nôlita, A Cevicheria (www.acevicheria.pt) è un altro esempio di come si stia evolvendo il gusto a Lisbona. Il ristorante è dello chef **Kiko Martins**, originario di Rio de Janeiro, con esperienze al Cordon Bleu a Parigi, da Fat Duck di Heston Blumenthal e da Eleven (www.restauranteleven.com) di **Joachim Koerper**, padre della moderna cucina lisboeta, una stella Michelin. Serve specialità peruviane, succulenti ceviche come quello di tonno con latte di tigre (il succo di lime piccante che rimane dalla marinatura), litchi, foie gras e barbabietola. Una breve passeggiata fino a largo de Camões e si entra da Sea Me, peixaria moderna con

sushi bar. Il menù d'ispirazione asiatica ricorda il passato coloniale del Portogallo: sushi, sashimi, tempura, tataki e hosomaki di pesce proveniente dalle coste atlantiche, dalla cernia alla spigola, dal rombo alle triglie, al tonno (www.peixariamoderna.com).

«Il pesce è la più grande risorsa della nostra tradizione a tavola», ricorda **Duarte Calvao**, coordinatore del festival enogastronomico *Peixe em Lisboa*, in primavera. «Il pesce atlantico freschissimo sulle nostre tavole. Inoltre offre una straordinaria varietà». In bocca entra solo il sapore e la freschezza del mare alla tavola della Cervejaria Ramiro (www.cervejariaramiro.pt), un'istituzione a Lisbona (in praca Martim Moniz, capolinea del tram 28), il primo specializzato in frutti di mare. Nel piatto arrivano astici, aragoste, grasseole, ostriche, vongole, percebe. Si gustano quasi al naturale, il tutto è cucinato su piastre roventi, e servito con olio d'oliva, aglio, lime, sale, coriandolo. Anche **Henrique sa Pessoa** è un nome in vista, tra gli innovatori della cucina portoghese, considerato il James Oliver nazionale: programmi tv, libri e un ristorante appena aperto nel Chiado, Alma: menù emozionali, dalle capesante al nero di seppia, al filetto di nasello, alla calçada de bacalhau (www.almalisboa.pt). 

Un celebre slogan pubblicitario riassume quel che gli italiani si aspettano da un **caffè**. Ma quante delusioni al bar...

Ecco che cosa serve per una tazzulella da estasi.

E come **tenere d'occhio il barista** | **Davide Oltolini**

SE NE BEVONO OGNI ANNO 14 MILIARDI DI TAZZINE. Ma non tutte appagano: a volte insipido, o troppo amaro, o senza carica sferzante... Il fatto è che il caffè, come il vino, ha varietà infinite e viene lavorato da benissimo a malissimo. Come capire se quello che viene servito è un prodotto di qualità? Bisogna prestare attenzione ad alcuni particolari piccoli ma di grande importanza. Innanzitutto la crema, che dovrebbe avere una colorazione nocciola, tendente al testa di moro. La crema, inoltre, non dovrebbe presentare bolle d'aria né, tantomeno, dissolversi rapidamente nella tazzina, come purtroppo molto spesso accade.

L'aroma di un espresso di qualità, in-

vece, dovrebbe apparire intenso ed evidenziare note eleganti che ricordano il pan tostato o il cioccolato, nonché, seppur più difficili da percepire da un naso non allenato, richiami di frutta o fiori. Da considerarsi negativi, invece, sentori che ricordano la paglia, l'erba o il fu-

mo, sintomatico, quest'ultimo, di una non perfetta tostatura. All'assaggio, ovvero all'esame gustativo, l'espresso deve poi risultare consistente e vellutato. La sensazione acida (riconoscibile dalla salivazione percepibile ai lati della lingua) e la sensazione amara non devono, in-

Se non è top, che piacere è?

IL MEGLIO, CHICCO PER CHICCO

Fra tantissime tipologie di caffè, solo alcune all'assaggio rispondono ai parametri qualitativi più alti.

Indonesia Kopi Tongkonan - Peck

(macinato per moka e per espresso)

Coltivato dal popolo torajan in quella che viene chiamata la Terra dei re celesti. I chicchi racchiusi in botticelle di legno, in tazza sprigionano note di cacao e mandorla e un gusto speziato, con un accenno di affumicato, mentre il corpo è pieno, con una lieve acidità (www.peck.it).

Monoarabica Guatemala Iperespresso - Illy

In Guatemala, in zone di montagna incontaminate, i venti caldi dal Messico temperano il freddo dell'altitudine permettendo di coltivare caffè fino a 2mila metri, ottenendo un prodotto di spiccata dolcezza con sentori di cioccolato, caramello, agrumi e miele (www.illy.com).

Monorigine Honduras - Goppion (in grani)

Proveniente dalle coltivazioni in altitudine dell'Honduras, in un'area di produzione denominata Strictly high grown. Viene preparato con una tostatura chiara, tempo di cottura dei grani inferiore a 10 minuti. Appare corposo, di consistenza liquorosa, dall'acidità fine e tendente al dolce, con retrogusto fruttato (www.goppioncaffe.it).

Kafa - Lavazza

(macinato per moka)
Dal cuore dell'Etiopia, nella regione di Kafa, dove tutto ebbe origine e dal cui nome deriva la parola caffè, un prodotto 100% arabica, di grande carattere, dalla struttura marcata e dall'intenso aroma floreale, con retrogusto di miele e datteri e preziose note di ciliegia matura (www.lavazza.it).

Colombia Astrid Medina - Mocarico

(macinato e tostato per filtro)
Vincitore della Cup of excellence 2015, tra i caffè colombiani, rivela un aroma citrico di arancia e note di miele, ribes e uva spina. Il finale è intenso, deciso di cioccolato fondente. Ha una buona acidità e un corpo intenso e vellutato (www.mocarico.com).





Raccolta di caffè
in Guatemala.

ALAMY

vece, essere eccessive e prevaricanti ma apparire di media intensità. Dovrebbe, inoltre, risultare ridottissima, contrariamente a quanto di sovente accade, la sensazione di astringenza, ovvero quella sensazione di secchezza o di allappante, simile a quella data da cachi non ancora

maturi, che spesso spinge a bere dopo il caffè. Di grande importanza è, infatti, la sensazione dopo: il buon caffè lascia la bocca pulita.

Le variabili che influenzano le caratteristiche del caffè sono molte, a partire dalle percentuali nella polvere dei chicchi di arabica e di robusta, le varietà più diffuse. La prima ha un gusto più delicato, con un'acidità percepibile, più profumata e dalla buona aromaticità; la seconda, come dice il nome, dà una sensazione amara più marcata e ha rilevante compostità.

Fondamentale è anche prestare attenzione al comportamento del barista. Per una questione di temperatura, le tazze andrebbero riposte sulla macchina espresso, pronte, così, per ricevere al meglio la bevanda. Altro particolare da osservare è la pulizia della campana rovesciata che contiene i chicchi da macinare. Questi, infatti, depositano un grasso che tende a irrancidirsi e a inquinare, con sentori poco piacevoli, i chicchi immessi per rimpiazzare, via via, quelli macinati.

Un buon espresso è insomma dato dall'ottimale alchimia di molteplici fattori. La nascita della macchina espresso si deve all'esigenza di ottenere velocemen-

te il caffè, approntato espressamente per il cliente. Nel 1901 fu lanciato sul mercato un modello della Bezzera che, per creare la pressione, impiegava il vapore (con vari problemi, come il rischio di esplosione della macchina). Fino a quando, nel 1935, fu Francesco Illy a sostituire il vapore con l'aria compressa. Proprio alla possibilità di ottenere un caffè di ottimale esecuzione, pur senza avere conoscenze tecniche e attrezzature, si deve il crescente successo delle macchine automatiche che impiegano capsule e cialde.

Esistono molti altri modi di preparare un buon caffè: la classica moka, sistemi di filtrazione come per il caffè all'americana, il caffè alla turca e la napoletana (cuccumella), resa celebre da Eduardo De Filippo nella sua commedia *Questi fantasmi*, dove spiega quanto poco basti per essere felici: come bersi un buon caffè, ovviamente, preparato con grande cura.

LE

L'autore ha inviato questo articolo molti giorni prima della chiusura in tipografia di Capital. Davide Oltolini, giornalista scrupoloso e critico enogastronomico autorevole, era infatti sempre molto tempestivo. La redazione di Capital ricorderà la professionalità di Davide, mancato lunedì 1 agosto.

Scelti per i lettori di *Capital* 10 esempi fra quelle top.

Gourmet Columbus - Hausbrandt

(macinato per moka)
Caffè 100% arabica approntato grazie all'accurata scelta delle monorigini, tra cui il Colombia e l'Etiopia Sidamo. Lavorato a tostatura lenta, esprime un aroma agrumato e piacevolmente dolce, oltre a una preziosa combinazione di note di cacao amaro e di radice di liquirizia (www.hausbrandt.com).



Envivo (lungo) - Nespresso

(capsule)
Una miscela corposa, di grande intensità dal gusto potente e raffinato, arricchito da intense note di legno aromatico e pan di zenzero. È ottenuta da una quantità elevata di robusta del Messico tostata separatamente alla quale viene poi aggiunta la varietà arabica sottoposta a un trattamento speciale. Pensato per essere degustato al mattino (www.nespresso.com).



Arabica 100% Espresso - Vergnano

(macinato per espresso)
Dalla torrefazione lenta delle più pregiate varietà di arabica del Centro America e dell'Africa. La macinatura fine lo rende adatto alle macchine espresso da casa. Equilibrato, dal gusto delicato e dall'aroma spiccato, con piacevole tendenza dolce e ottimale intensità (www.caffevegnano.com).



Non Plus Ultra - Dersut

(in grani)
Miscela 100% delle sole varietà più pregiate e selezionate di caffè arabica naturali e lavati, coltivati lungo la fascia equatoriale. Con retrogusto di cioccolato, pan tostato, sentori floreali e fruttati di agrumi. Intenso e particolarmente aromatico (www.dersut.it).



Arabica 100% - Janko

(macinato per moka e per espresso)
Da varietà provenienti dagli altipiani del Centro e Sud America, esprime un eccellente equilibrio tra delicati aromi, con note di cacao e frutta secca. Un basso tenore di caffeina e acidità ne esalta in tazza la cremosità e il corpo (www.janko.it).





EVENTI

Cocktail di campioni e celebrità agli Hamptons

Nella Hollywood degli Hamptons, per il facile avvistamento di celebrità, l'**Hampton Classic horse show** è un appuntamento di fine estate che attira oltre 50mila spettatori. In agenda dal 28 agosto al 4 settembre, il Classic promette anche quest'anno otto giorni di grande emozione con più di 170 eventi. Clou della kermesse è il gran premio della domenica, frequentato dai top rider del salto ostacoli internazionale. Lo scorso anno vinse, a sorpresa, **Karen Polle**. La giovanissima amazzone giapponese, in sella a **With Wings**, infatti, riuscì a imporsi su atleti del calibro di Elizabeth Madden, McLain Ward e Georgina Bloomberg, in uno dei Gp più importanti d'America. «C'è qualcosa per tutti», dice **Shanette Barth Cohen**, direttore esecutivo dell'Hampton Classic horse show. «Fa molto piacere sentire dai membri della comunità che si sono appassionati all'equitazione grazie a questo evento». Il Classic mette insieme non solo i migliori cavalieri e cavalli al mondo, ma anche artisti e celebrity come Kelly Ripa, Jerry Seinfeld, Bruce Springsteen, Steven Spielberg e Billy Joel, in un perfetto cocktail estivo.

VACANZE

Relax ed escursioni con i lusitani

Una vacanza a cavallo nella tenuta di **Monte Velho**, nel cuore dell'Alentejo in Portogallo, è da sogno. Innanzitutto per i cavalli: **Diogo Lima Mayer**, titolare del piccolo allevamento, è noto a livello nazionale e internazionale per l'alta qualità dei suoi esemplari lusitani. Osservare da vicino le fattrici, i giovani puledri, e imparare alcune nozioni su questi splendidi animali sarà uno dei punti forti per molti visitatori, senza dimenticare la gioia di montare un cavallo lusitano ben addestrato.

La meta è ideale anche per gli appassionati di dressage, il centro equestre dispone infatti di una scuola di equitazione con istruttori altamente qualificati. Oltre alle lezioni vi è la possibilità di esplorare in sella i dintorni: la tenuta si trova all'interno di una riserva ecologica, si cavalca in un'area incontaminata, seguendo antichi sentieri, fra laghetti, ruscelli e ampi spazi di grande fascino. La bellezza del paesaggio e il clima ideale tutto l'anno sono altre ottime ragioni per raggiungere questo paradiso. L'entroterra dell'Alentejo è molto bello, ogni stagione ha il suo fascino, è una destinazione ideale per staccare, una pausa di quiete. Imperdibile una visita a Évora, a 30 minuti di macchina: è considerata una città-museo ed è patrimonio mondiale dell'Unesco (www.montevelho.pt).



Sella e staffe in uno speciale trolley

Per gli appassionati di equitazione una nuova borsa che rivoluziona il modo di viaggiare: la **Travel bag di Horse & Travel**, marchio nato dall'idea di una madre francese stupefatta di impazzire ogni volta che doveva portare la figlia in maneggio o in concorso, con accessori sparpagliati nel bagagliaio dell'auto o in zainetti poco pratici. La borsa da viaggio è progettata per trasportare tutto ciò che serve: sella, sottopancia, briglie, ghettoni insieme all'equipaggiamento del cavaliere. Il carrello flessibile è amovibile e aiuta a spostarla come un trolley. Il materiale è ispirato a quello delle borse dei sub, una tela impermeabile e facilmente lavabile. Per completare la gamma, Horse & Travel propone uno zainetto da concorso coordinato (Travel Bag € 299, zainetto € 49).



In collaborazione con: **ClassHORSE.TV**

CLASS EDITORI S.p.A.

Pubblicazione del bilancio ai sensi dell'art. 1, comma 33, del D.L. 23 ottobre 1996, n. 545 convertito con legge 23 dicembre 1996, n. 650
BILANCI al 31 dicembre 2014 e 2015
redatti secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS
(importi espressi in migliaia di euro)

STATI PATRIMONIALI CONSOLIDATI

ATTIVO	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
Attività immateriali a vita indefinita	42.917	42.738
Altre immobilizzazioni immateriali	11.773	12.817
Immobilizzazioni immateriali	54.690	55.555
Immobilizzazioni materiali	3.894	3.415
Partecipazioni valutate al patrimonio netto	6.688	6.712
Altre partecipazioni	812	814
Crediti commerciali non correnti	16.961	3.089
Crediti per imposte anticipate	23.549	19.121
Altri crediti	2.516	2.527
ATTIVITÀ NON CORRENTI	109.110	91.233
Rimanenze	2.552	2.142
Titoli disponibili per la negoziazione	2.550	0
Crediti commerciali	76.213	66.482
Crediti finanziari	7.382	7.906
Crediti tributari	7.359	6.057
Altri crediti	20.296	11.902
Disponibilità liquide	7.498	9.168
ATTIVITÀ CORRENTI	123.850	103.657
TOTALE ATTIVO	232.960	194.890

PASSIVO	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
Capitale sociale	28.322	28.322
Riserva da sovrapprezzo	52.851	52.851
Riserva legale	2.544	2.544
Altre riserve	(4.853)	(19.026)
Utile (perdita) dell'esercizio	(14.408)	(22.328)
Patrimonio netto di gruppo	64.456	42.363
Capitale e riserve di terzi	6.539	8.104
Utile (perdita) di terzi	1.219	86
Patrimonio netto di terzi	7.758	8.190
PATRIMONIO NETTO	72.214	50.553

Debiti finanziari	2.897	90
Debiti per imposte differite	1.212	1.176
Fondi per rischi ed oneri	2.632	556
TFR e altri fondi per il personale	7.298	6.380
PASSIVITÀ NON CORRENTI	14.039	8.202

Debiti finanziari	77.762	77.881
Debiti commerciali	45.169	38.439
Debiti tributari	2.073	2.624
Altri debiti	21.703	17.191
PASSIVITÀ CORRENTI	146.707	136.135
TOTALE PASSIVITÀ	160.746	144.337
PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO	232.960	194.890

CONTI ECONOMICI CONSOLIDATI	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
Ricavi	77.353	74.064
Altri proventi operativi	12.681	4.245
Totale ricavi	90.034	78.309
Costi per acquisti	(3.798)	(4.380)
Costi per servizi	(64.100)	(57.192)
Costi per il personale	(18.870)	(17.905)
Altri costi operativi	(3.755)	(3.729)
Valutazione partecipazioni a patrimonio netto	67	42
Margine operativo lordo - Ebitda	(422)	(4.855)
Proventi/(Oneri) non ordinari	1.735	(1.742)
Ammortamenti e svalutazioni	(10.584)	(8.033)
Risultato operativo - Ebit	(9.271)	(14.630)

Proventi/(Oneri) finanziari netti	(2.922)	(2.700)
Risultato ante imposte	(12.193)	(17.330)

Imposte	(996)	(4.912)
RISULTATO NETTO	(13.189)	(22.242)
(Utile)/Perdita attribuibile a terzi	(1.219)	(86)
RISULTATO ATTRIBUIBILE AL GRUPPO	(14.408)	(22.328)
Utile per azione, base	(0,05)	(0,08)
Utile per azione, diluito	0	0

CLASSPI S.p.A.

Sede Legale: via M. Burigozzo 5, Milano - Capitale sociale euro 260.000,00 i.v.
Codice fiscale e partita I.V.A. n. 09864610150 - R.E.A. della CCIAA di Milano n.1324665
Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di Class Editori S.p.A.

Quotidiani: MF/ MILANO FINANZA - ITALIAOGGI

Periodici: CLASS - CAPITAL - CASE & COUNTRY - GENTLEMAN - PATRIMONI
LOMBARD - LADIES

Pubblicazione del bilancio ai sensi dell'art. 1, comma 33, del D.L. 23 ottobre 1996, n. 545 convertito con legge 23 dicembre 1996, n. 650
Bilancio chiuso al 31/12/2015
Redatto secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS

STATO PATRIMONIALE

ATTIVITÀ	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
ATTIVITÀ NON CORRENTI		
Attività immateriali a vita indefinita	0	0
Altre immobilizzazioni immateriali	31.361	31.757
Totale immobilizzazioni immateriali	31.361	31.757
Immobilizzazioni materiali	270.896	210.891
Crediti per imposte anticipate	618.283	579.752
Altri crediti	28.717	39.837
TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI	949.257	862.237

ATTIVITÀ CORRENTI		
Rimanenze	1.355.111	1.331.322
Crediti commerciali	37.477.797	36.258.484
Crediti finanziari	9.532.625	10.968.092
Crediti tributari	281.373	225.477
Altri crediti	1.928.471	1.944.340
Disponibilità liquide	604.356	960.393

TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI	51.179.733	51.688.108
TOTALE ATTIVO	52.128.990	52.550.345

PASSIVITÀ	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
PATRIMONIO NETTO		
Capitale sociale	260.000	260.000
Riserve	(147.126)	340.157
Utile (perdita) a nuovo	15.070	15.070
Utile (perdita) dell'esercizio	452.167	374.723
TOTALE PATRIMONIO NETTO	580.111	989.950

PASSIVITÀ NON CORRENTI		
Debiti finanziari	0	0
Fondo per rischi e oneri	0	0
TFR e altri fondi per il personale	740.452	573.841
TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI	740.452	573.841

PASSIVITÀ CORRENTI		
Debiti finanziari	7.765.079	1.048.848
Debiti commerciali	39.182.694	46.097.485
Debiti tributari	221.482	136.437
Altri debiti	3.639.172	3.703.784
TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI	50.808.427	50.986.554
TOTALE PASSIVITÀ	51.548.879	51.560.395
TOTALE PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO	52.128.990	52.550.345

CONTO ECONOMICO	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
RICAVI		
Ricavi	13.229.984	11.256.444
Altri proventi operativi	734.427	433.407
TOTALE RICAVI	13.964.411	11.689.851

Costi per acquisti	(881.584)	(841.667)
Costi per servizi	(8.574.047)	(7.545.690)
Costi per il personale	(1.626.726)	(1.580.975)
Altri costi operativi	(821.951)	(477.395)
Margine operativo lordo - Ebitda	2.060.103	1.244.124

Proventi (oneri) non ordinari	(707.407)	(86.027)
Ammortamenti e svalutazioni	(1.323.879)	(1.011.773)
Risultato operativo - Ebit	28.817	146.324

Proventi (oneri) finanziari netti	399.776	275.197
Risultato ante imposte	428.593	421.521

Imposte	23.574	(46.798)
RISULTATO NETTO	452.167	374.723

COUNTRY CLASS EDITORI s.r.l.

Sede in Milano - Via M. Burigozzo, 5 - Cap. Soc. € 10.329,14 i.v.
Cod. Fisc. e P. IVA n. 10941050154 - Iscritta al REA della CCIAA di Milano al n. 1419319
Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di Class Editori S.p.A.

Pubblicazione del bilancio ai sensi dell'art. 1, comma 33,
del D.L. 23 ottobre 1996, n. 545 convertito con legge 23 dicembre 1996, n. 650

Bilancio chiuso al 31/12/2015
Redatto secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS

STATO PATRIMONIALE

ATTIVITÀ	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
ATTIVITÀ NON CORRENTI		
Attività immateriali a vita indefinita	1.585.519	1.585.519
Altre immobilizzazioni immateriali	49.096	39.096
Totale immobilizzazioni immateriali	1.634.615	1.624.615
Immobilizzazioni materiali	5.921	4.081
Partecipazioni	0	0
Altre partecipazioni	0	0
Crediti finanziari	0	0
Altri crediti	0	0
TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI	1.640.536	1.628.696
ATTIVITÀ CORRENTI		
Rimanenze	16.412	16.314
Crediti commerciali	971.118	2.771.956
Titoli	0	0
Crediti finanziari	731.085	980.085
Crediti tributari	29.902	26.255
Altri crediti	375.137	1.058.706
Disponibilità liquide	25.912	7.397
TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI	2.149.566	4.860.713
TOTALE ATTIVO	3.790.102	6.489.409

PASSIVITÀ	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
PATRIMONIO NETTO		
Capitale sociale	10.329	10.329
Riserve	2.049.696	72.071
Utile (perdita) a nuovo	13.060	13.060
Utile (perdita) dell'esercizio	(2.049.680)	669.829
TOTALE PATRIMONIO NETTO	23.405	765.289
PASSIVITÀ NON CORRENTI		
Debiti finanziari	0	0
Debiti per imposte differite	292.030	258.569
TFR e altri fondi per il personale	328.715	99.622
TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI	620.745	358.191
PASSIVITÀ CORRENTI		
Debiti finanziari	783.312	1.592.704
Debiti commerciali	1.760.693	2.746.816
Debiti tributari	44.607	162.027
Altri debiti	557.340	864.382
TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI	3.145.962	5.385.929
TOTALE PASSIVITÀ	3.766.697	5.744.120
TOTALE PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO	3.790.102	6.489.409

CONTO ECONOMICO	31 dicembre 2014	31 dicembre 2015
RICAVI		
Ricavi	875.905	2.710.512
Altri proventi operativi	45.177	25.615
TOTALE RICAVI	921.082	2.736.127
Costi per acquisti	(64.878)	(223.055)
Costi per servizi	(855.572)	(1.489.920)
Costi per il personale	(628.426)	(501.025)
Altri costi operativi	(31.565)	(35.322)
Margine operativo lordo - Ebitda	(659.359)	486.805
Proventi/(Oneri) non ordinari	84.937	281.512
Ammortamenti e svalutazioni	(1.366.787)	(12.132)
Risultato operativo - Ebit	(1.941.209)	756.185
Proventi (oneri) finanziari netti	(68.827)	(35.535)
Risultato ante imposte	(2.010.036)	720.650
Imposte	(39.644)	(50.821)
RISULTATO NETTO	(2.049.680)	669.829

Prospetto di dettaglio delle voci del bilancio al 31.12.2015
pubblicato ai sensi dell'art. 1, comma 33, del decreto-legge 23 ottobre 1996 n. 545
convertito con legge 23 dicembre 1996 n. 650

RICAVI DELLE VENDITE E DELLE PRESTAZIONI

Ricavi della vendita di copie	374.037
Ricavi della vendita di pubblicità	2.334.614
- Diretta	0
- Tramite concessionaria	2.334.614
Ricavi da editoria online	0
- Abbonamenti	0
- Pubblicità	0
Ricavi da vendita di informazioni	0
Ricavi da altra attività editoriale	1.861
TOTALE	2.710.512

Capital

DIRETTORE ED EDITORE
Paolo Panerai

CONSIGLIERE DELEGATO
Luciano Santilli

REDAZIONE
Paola Messina (Caposervizio), p.messina@class.it
Lucia Gabriela Benenati 0258219926, l.benenati@class.it
Paolo Alberto Mombelli 0258219925, p.mombelli@class.it

SEGRETERIA E RICERCA ICONOGRAFICA
Emanuela Sami 0258219281, esami@class.it

Hanno collaborato:
Tiziana Barghini, Gaetano Belloni, Luca Bernardo, Antonella Bersani, Silvia Berzoni, Mariella Boerci,
Isabella Colombo, Andrea Conti, Enrico Maria Como, Stefano Cosenz, Stefania Cubello,
Enrico Dal Buono, Daniela Fabbri, Georg Fahrion, Raffaella Galvani, Marco Gentili, Sergio Luciano,
Bruno Manfredotto, Gianna Milano, Andrea Nicoletti, Davide Ottolini, Eliana Pelucchi, Giorgio Perini,
Renzo Rosati, Antonio Spampinato, Paolo Tomasini

Immagini:
Agenzia fotogramma, Contrasto, Gettyimages, Imageoeconomica,
ipa agency, Olycom, www.123rf.com

Gestione Editoriale: Carlo Parpinelli
Class Editori Spa

Presidente: Victor Uckmar
Vice Presidente e Amministratore Delegato: Paolo Panerai
Consigliere per le strategie e lo sviluppo: Angelo Sajevo

CONCESSIONARIA PUBBLICITÀ
Class Pubblicità Spa
Direzione Generale: Milano - via Burigozzo 8 - Tel. 02.58219522
Sede legale e Amministrazione: Milano - via Burigozzo 5 - Tel. 02.58219.1
Sede di Roma - Via C.Colombo 456 - Tel. 06.69760855

Presidente: Angelo Sajevo
Vice Presidenti: Andrea Salvati, Gianalberto Zapparoni
Vice Direttore Generale Stampa e Web, Business & Luxury: Stefano Maggini
Vice Direttore Generale Tv Indoor & Moving Tv, Consumer: Giovanni Russo
Vice Direttore Generale New Business, Iniziative & Eventi Speciali: Francesco Rossi
Per informazioni commerciali: mprestileo@class.it

COUNTRY CLASS EDITORI SRL
DIREZIONE, REDAZIONE, AMMINISTRAZIONE
Via Marco Burigozzo 5 - 20122 Milano
Telefono 02.58219.1 (30 linee) - Telefax 02.58219920

ABBONAMENTI

Via Marco Burigozzo 5 - 20122 Milano
Numero verde 800 822195 - Fax 800 822196

Distribuzione: Erime srl - via Marco Burigozzo 5 - 20122 Milano
Telefono 02.582191

SPEDIZIONE: Sped. Abb. Post. 45%, art. 2, comma 20/b,
legge 662/96 - Filiale di Milano

ARRETRATI: Compone il numero 800.822.195. Risponderà un'incaricata
dell'ufficio abbonamenti. Ai non abbonati è richiesto l'invio anticipato del
doppio prezzo di copertina a Class Editori, preferibilmente mediante franco-
bolli, o a mezzo assegno. La richiesta sarà evasa entro 30 giorni.

RESPONSABILE DATI PERSONALI:
Class Editori Spa - via Burigozzo 5 - 20122 Milano

FOTOLITO: NEW PAPER S.R.L. - via San Vito 18
20123 Milano (MI) - Tel. 02.36744511
STAMPA: G. Canale & C. Spa - via Liguria 24 - 10071 Borgaro Torinese (Torino)
Registrazione Tribunale di Milano n. 334 del 26/10/1979
Direttore responsabile: Paolo Panerai

È un mensile

Classeditori



Periodico iscritto
alla Federazione
Italiana editori Giornali



Accertamento diffusione
stampa certificato
n° 7400
del 10/12/2012

CERSAIE

BOLOGNA ■ ITALY

SALONE INTERNAZIONALE DELLA
CERAMICA PER L'ARCHITETTURA
E DELL'ARREDOBAGNO



Silvia Spitaleri - Scuola Politecnica - Università di Palermo
Laboratorio di Disegno Industriale III, C.d.S in Disegno Industriale

BOLOGNA, 26 - 30 SETTEMBRE 2016

promosso da



CONFINDUSTRIA CERAMICA

in collaborazione con



organizzato da

EdiGer SpA

segreteria operativa

Promos srl

Biglietto omaggio: www.cersaie.it/biglietteria

