



December 2009 - Vol. 6 No. 4



A periodic publication from the *Italy-America Chamber of Commerce Southeast, Inc.*

## THE ART BASEL UNIVERSE

*An Ever-Growing Constellation of Art*

## PISA AD 1064

*The Miracle Square*

## FRIULI-VENEZIA GIULIA

*A Foodie's Dream Come True*

## INTERVIEW

*Massimo Lopez*

# EPIC

RESIDENCES & HOTEL



## WATERFRONT & CITY VIEW RESIDENCES IN THE HEART OF MIAMI FROM THE \$500'S


EPIC features upscale dining at **AREA 31**, signature cocktails at **THE RIVER LOUNGE**, outdoor infinity pools, private cabanas and exclusive dockside and marina services. Coming soon, environmentally conscience spa services + fusion classes at **EXHALE** and **ZUMA** Restaurant serving contemporary Japanese cuisine.

Experience EPIC Residences & Hotel and schedule your building tour today!

Sales Center 300 Biscayne Boulevard Way Miami, FL 33131 T: 305.400.7399 [www.epicmiami.com](http://www.epicmiami.com)

Developed by   **Ponte Gadea**

Cervera Real Estate, Exclusive Sales Agent

 Equal Housing Opportunity, Broker participation welcomed. Oral representations cannot be relied upon as correctly stating the representations of the developer. For correct representations reference should be made to the documents required by section 718.503 Florida Statutes, to be furnished by a developer to buyer or lessee. This is not an offer to residents of New York or New Jersey or where prohibited by state statutes. Prices subject to change without notice. Photography in this ad may be stock photography used to depict the lifestyle to be achieved rather than any that may exist. We are pledged to the letter and spirit of U.S. policy for the achievement of equal housing opportunity throughout the Nation. We encourage and support an affirmative advertising and marketing program in which there are no barriers to obtaining housing because of race, color, religion, sex, handicap, familial status or national origin. All images and scenes may be conceptual or based on current development plans, all of which are subject to change without notice. Developer expressly reserves the right to make modifications in its sole discretion.



# INDEX

**6** **FOCUS**  
The Art Basel Universe  
An Ever-Growing Constellation of Art

**15** **FOCUS**  
Pisa AD 1064  
The Miracle Square

**26** **BUSINESS**  
Friuli-Venezia Giulia  
A Foodie's Dream Come True

**30** **INTERVIEW**  
Massimo Lopez  
Miami Opens Its Doors To A Renowned Italian Talent

**3** Editorial

**12** **The** Triumph of The Design Strategy  
Designers Win Over Top Management

**18** South Carolina  
An Environment Where Businesses Thrive

**34** R2B  
A Creative Mind at Work – Part 1

**40** Destinations  
Venice: Peggy Guggenheim Collection

**36** Business Lounge

**38** ItCulture

**41** Portfolio

**42** Members Lounge

**43** IACC Happenings



## Credits

.IT ITALIAN TRADE IS PUBLISHED BY THE ITALY-AMERICA CHAMBER OF COMMERCE, SOUTHEAST

### BOARD MEMBERS

**Honorary President** Hon. Marco Rocca

**President** Giampiero Di Persia

**Executive Vice-President** Marco Ferri, Esq.

**Vice-President** Francesco Facilla

**Treasurer** Roberto Degl'Innocenti

**Secretary** Joseph L. Raia, Esq.

**Directors** Daniele Busca, Costantino Cicchelli, Gianluca Fontani, Giancarlo Pelosi, Antonio L. Roca, Massimiliano Teia.

### STAFF

**Executive Director** Silvia Cadamuro

**Marketing Services** Francesca Tanti

**Trade Officer** Sara D'Anzeo

**Junior Trade Officer** Corylie Suarez-Valente

### CONTRIBUTING TO THIS ISSUE OF .IT

**Project Management** Silvia Cadamuro

**Content** Beverly Barrett, Raffaele Bifulco, Silvia Cadamuro, Robin R. Carruthers, Sara D'Anzeo, Donatella De Bonis, Dario Fontanella, Carol Haefner, Filippo Mazzei, Irene Moore, Antonio Nanni, Ph.D., Claudio Pastor, Bisazza Press Office, Denisse Stein, Corylie Suarez-Valente, Francesca Tanti

**Translations** Sara D'Anzeo, Dario Fontanella, Luca Jervolino, Filippo Mazzei, Corylie Suarez-Valente

**Graphic Design** Man Advertising

**Printed by** Dynamic Printing

**Sales Team** IACC Staff (contact us at 305.577.9868 or [info@iacc-miami.com](mailto:info@iacc-miami.com)).

A periodic publication from the Italy-America Chamber of Commerce Southeast, [www.iacc-miami.com](http://www.iacc-miami.com)

# Editorial

AMBASSADOR GIULIO TERZI DI SANT'AGATA  
AMBASSADOR OF ITALY TO THE UNITED STATES

(Text only in Italian).

Cari Connazionali,

Assumere la guida dell'Ambasciata d'Italia negli Stati Uniti desidero rivolgere, come primo atto della missione che sto per intraprendere, a tutti Voi, ai rappresentanti eletti negli Stati Uniti, alla comunità di origine italiana, a quanti trovano nel mio Paese un riferimento ideale e culturale, il mio saluto unito a sentimenti di forte ammirazione per quanto la Vostra, da oggi la nostra, comunità ha saputo e continua a fare per consolidare lo straordinario rapporto di amicizia tra Italia e Stati Uniti.

Il tricolore issato all'Ambasciata a Washington, insieme a quelli nei Consolati, negli Istituti di Cultura e in tutte le istituzioni e associazioni italiane sul territorio americano sono il segno dell'accoglienza e dell'invito rivolto a tutti i membri della grande famiglia italo-americana: siamo qui per far crescere questa famiglia e sappiamo di poter contare sul sostegno e la partecipazione attiva di ognuno dei suoi componenti, anche attraverso l'importante strumento della diffusione della lingua italiana in questo Paese.

Ci separano pochi giorni dalle celebrazioni del Columbus Day. Più di ogni altra questa ricorrenza segna la profondità storica e culturale del contributo italiano alla formazione e alla crescita della società americana. Erano italiani, uomini di pensiero come Filippo Mazzei, d'azione come Giuseppe Garibaldi, di scienza come Antonio Meucci, che in America, come in Italia, sono stati fautori degli ideali di libertà e di unità nazionale, ancor prima che si consolidassero nei nostri Paesi le attuali realtà statuali. Un ricchissimo, comune patrimonio di valori politici, culturali, umani si è consolidato tra le nostre società e i nostri Governi nel secolo e mezzo di rapporti diplomatici tra Roma e Washington.

Oggi il mio Paese vede negli Stati Uniti un partner essenziale per contribuire al proprio futuro di libertà, di prosperità e di pace. Ciò deve avvenire a livello globale e in un quadro transatlantico che incoraggi l'Europa a esercitare tutte le sue responsabilità sulla scena mondiale.

Ho trascorso molti anni in Nord America come rappresentante dell'Italia e dalla mia esperienza, anche quella recentemente maturata alle Nazioni Unite, ho trovato sempre conferma della strettissima unità d'intenti che lega Roma e Washington su questioni vitali della convivenza tra i popoli quali la sicurezza internazionale, l'economia, la tutela dei deboli, la protezione dell'ambiente: lo sforzo comune in Afghanistan, l'impegno per il disarmo, il sostegno al ruolo dell'Onu nel settore delle operazioni di pace e dei diritti umani sono solo alcuni dei punti più qualificanti di un'azione congiunta che Italia e Stati Uniti hanno ancor più intensificato in questi ultimi anni.

È la fotografia di un rapporto solido che, come conferma un recente sondaggio sui legami transatlantici, non riguarda solo i nostri governi, ma appartiene anche ai popoli ed è ben radicato nelle stesse opinioni pubbliche. Il grado di sostegno e di condivisione che ottiene attualmente l'immagine degli Stati Uniti in Italia è superiore al 90 per cento, un valore in assoluto tra i più elevati che si registrino tra i 27 Paesi dell'unione Europea.

Vi è spazio per approfondire questi straordinari legami diretti che si accompagnano all'alleanza politica tra i due Paesi. A cominciare dalla cultura, con particolare attenzione all'insegnamento e alla diffusione della lingua italiana, dall'innovazione tecnologica e dalla cooperazione in campo economico ed industriale: i recenti successi italiani nel settore automobilistico rappresentano la sintesi ideale di questi tre elementi e costituiscono un modello per futuri progetti comuni.

Per immaginare e realizzare questi progetti serve il contributo di ognuno di voi, che così spesso manifestate il vostro legame verso l'Italia con una straordinaria partecipazione alle vicende del nostro Paese, sia sotto il profilo della solidarietà come è stato il caso in occasione del terremoto in Abruzzo, sia con il sostegno verso le iniziative per la diffusione della nostra cultura e della nostra lingua in questo Paese.

È con questo auspicio che inizio la mia missione, consapevole dell'apporto che ognuno di voi può dare all'affermazione del ruolo e dell'immagine dell'Italia negli Stati Uniti.



Ambassador  Giulio Terzi di Sant'Agata

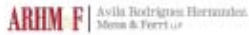
# Sustaining Members



**24 Sunny Wine S.r.l.**  
Alessandra Orlich  
Business Category: Wine Importer & Distributor



**Amicorp**  
www.amicorp.com  
Fernando Cancino  
Business Category: Management, Administrative & Trust Services



**Avila Rodriguez Hernandez Mena & Ferri, LLP**  
www.avilarodriguez.com  
Marco Ferri  
Business Category: Law Firm



**Beghelli USA**  
www.beghelliusa.com  
Dania Maccaferri La Spada  
Business Category: Lighting



**BPT Technologies Corporation**  
www.bpttechnologies.com  
Fabrizio Alfier  
Business Category: Security



**C & D Miami Real Estate, LLC**  
Lorenzo Costa  
Business Category: Real Estate

**Cagliari Service US, LLC**  
Massimo Cellino  
Business Category: Sports, Marketing, Promotion for Soccer



**CAME Americas Automation, LLC**  
www.came.it  
Winslow Wise  
Business Category: Access Automation Equipment



**Cargo Clay**  
www.cargoclay.com  
Silvia Romano  
Business Category: Logistic Provider



**CIM USA, Inc.**  
www.cim-usa.com  
Alberto Mucelli  
Business Category: Office Equipment



**CMC Group, Inc.**  
www.cmcconstruction.com  
Ugo Colombo  
Business Category: Real Estate and Developer



**Costa Cruises**  
www.costacruises.com  
Maurice Zarnati  
Business Category: Cruise/Hospitality



**Face to Face Invest, LLC**  
Andrea Marocchi  
Business Category: Hospitality



**Feldman Gale, P.A.**  
James A. Gale  
Business Category: Law Firm



**Fuerst, Humphrey, Littleman, LLP**  
www.fuerstlaw.com  
Christine M. Humphrey  
Business Category: Law Firm



**Graspa Group**  
www.graspagroup.com  
Graziano Sbroggio  
Business Category: Restaurant



**Gold and Silver A.P.I. Group**  
www.goldsilverapigroup.it  
Angelo Ragusa  
Business Category: Gold & Silver Export- Promoting Consortium



**Gunster**  
www.gunster.com  
Joe Raia  
Business Category: Law Firm



**Hogan & Hartson, LLP**  
www.hhlaw.com  
Business Category: Law Firm



**HSBC Bank USA**  
www.hsbc.com  
Richard Bond  
Business Category: Bank



**Iaria Niccolini Production**  
www.ilarianiccolini.com  
Iaria Niccolini  
Business Category: Event Production/PR Firm



**Iberia Tiles**  
www.iberiatiles.com  
Jason T. Quimby  
Business Category: Home Interiors



**Imola Tile**  
www.imolatile-usa.com  
Laura Reitano Taylor  
Business Category: Tile Production & Distribution



**Italian Boutique Hotels, LLC**  
www.puntinodowntown.com  
Cristoforo Pignata  
Business Category: Italian restaurant



**Italian Studios, LLC**  
www.italianstudios.com  
Paolo Schellino  
Business Category: Exposition/Retailer



**Kozyak, Tropin & Throckmorton**  
www.kttlaw.com  
Daniel Benavides  
Business Category: Law Firm



**Learn Italy**  
www.learnitaly.us  
Massimo Vecchia  
Business Category: Education



**MagneGas Corporation**  
www.magnegas.com  
Ruggero Santilli  
Business Category: Machine manufacturing and Manufacturing Equipments



**Man Adv USA**  
www.manadv.com  
Gianluca Fontani  
Business Category: Advertising Agency



**Mia Cucina**  
www.miacucina.net  
Rey Rouco  
Business Category: Furniture



**Minotti @ Abitare**  
www.abitareusa.com  
Nicola Belletti  
Business Category: Furniture



**Orso Italian Specialty Food**  
www.orsoindustries.com  
Paolo Orsolini  
Business Category: Importer & Distributor of Italian Specialty Foods



**Poltrona Frau**  
www.frauatlantica.net  
Giampiero Di Persia  
Business Category: Furniture



**Rekico USA, LLC**  
www.rekico.com  
Alberto Castellari  
Business Category: Coffee roasting and sale



**Reverso Pumps, Inc.**  
www.reversopumps.com  
John Napurano  
Business Category: Pump Manufacturer





**Robert Allen Law**  
[www.robertallenlaw.com](http://www.robertallenlaw.com)  
 Umberto Bonavita  
 Business Category: Law Firm



**Rothstein Rosenfeldt Adler**  
[www.rra-law.com](http://www.rra-law.com)  
 Sara Coen-Giovanelli  
 Business Category: Law Firm



**Savino Del Bene**  
[www.savinodelbene.com](http://www.savinodelbene.com)  
 Umberto Cella  
 Business Category: Freight Forwarders



**Stemal SRL**  
[www.stemal.it](http://www.stemal.it)  
 Alessandro Lopez  
 Business Category: Show Business



**Studio Legale Pelosi & Partners**  
[www.pelosilawfirm.com](http://www.pelosilawfirm.com)  
 Giancarlo Pelosi  
 Business Category: Law Firm



**WebVisionItaly.com**  
[www.webvisionitaly.com](http://www.webvisionitaly.com)  
 Justin Del Sesto  
 Business Category: Publisher



**Wimex LLC**  
[www.wimexllc.com](http://www.wimexllc.com)  
 Walter Cappelletto  
 Business Category: Import/Export



**AVENTURA**  
 20385 BISCAYNE BLVD.  
 TEL: 305.792.9494

FAX: 305.792.7101

**MIACUCINA**  
 FINE ITALIAN FURNISHINGS

**CORAL GABLES**  
 105/107 MIRACLE MILE  
 TEL: 305.444.7383

[WWW.MIACUCINA.NET](http://WWW.MIACUCINA.NET)

# The Art Basel Universe:

AN EVER-GROWING CONSTELLATION OF ART

BY RAFFAELE BIFULCO, ARTETECA NETWORK



If the universe had the appearance of an art fair, it would resemble Art Basel Miami Beach ([www.artbaselmiami.com](http://www.artbaselmiami.com)). Constellations of exclusive, glamorous and spectacular events convey the best of international stardom in just over three days (December 3-6, 2009). High-caliber artists, collectors, gallery owners, critics, directors, dealers, opinion leaders, art-addicts, international trade press and people from all over the globe meet up at the fair that, for eight consecutive years, has concluded the yearly art fair schedule worldwide.

A full schedule of meetings, speeches, workshops, performances, concerts and festivals enliven the nightly marathon beginning at the exposition center - the Miami Beach Convention Center in the Art Deco District in Miami Beach - headed to places such as museums, art galleries, institutes, artists' studios, abandoned warehouses, squares and even to the beach; each committed to presenting the best of their proposals. This and much more is Art Basel Miami Beach - the younger, increasingly important sister of the now mature Art Basel which has recently celebrated its 40th anniversary. Year after year (this is the eighth edition), its significant guests and alliances have made it a particularly distinct fair. In fact, this year foresees the collaboration of Creative Time, the legendary New York site-specific public art organization.

There are specific diverse sectors that make up the exhibition: Art Nova, where galleries show off unpublished works of up to three artists; Art Positions, which focuses on the identities and exhibition programs for young galleries; Art Kabinett, where the galleries have the ability to organize micro-thematic exhibitions; Art Institution, dedicated to presenting the programs of cultural organizations and institutions; Art Perform, located oceanfront and dedicated to the exhibitions of internationally renowned artists; once again, the public art of the Art Projects section and the Art Video Program, located beachfront, with the video art programming looked after precisely by Creative Time; lastly, Art Basel Conversations and Art Salon, inclusive of meetings between the protagonists of contemporary art as well as of discussions on innovations and diverse trends. Among the novelties of this year, is the reorganization of the fair's central pavilion which offers exhibitors wider stands while the emerging artists, who were usually put up in containers positioned along the water, have been moved inside and to the center of the pavilion itself. On the other hand, the space previously occupied by containers, is instead now occupied by a three-dimensional ambience designed by the multimedia artist Pae White. It serves as an open space hosting speeches, concerts and performances.

Italy's participation in this edition is substantial. The number of galleries present has

*Se l'Universo avesse le sembianze di una fiera d'arte somiglierebbe ad Art Basel Miami Beach. Costellazioni di eventi esclusivi, glamour e spettacolari che in poco più di tre giorni (quest'anno dal 3 al 6 di dicembre 2009) convogliano il meglio dell'art system internazionale. Artisti di alto calibro, collezionisti, galleristi, critici, direttori, rivenditori, opinion leader, appassionati, stampa internazionale di settore, gente da ogni parte del globo si danno appuntamento per la fiera che, da otto anni, chiude l'anno del calendario delle fiere d'arte mondiali.*

*Una programmazione corposa di incontri, seminari, workshops, performance, concerti e feste notturne che animano la maratona artistica dal baricentro espositivo, il Convention Center nel Deco Art District di Miami Beach, verso luoghi satelliti come musei, gallerie d'arte, istituti, studi d'artista, magazzini dismessi, piazze e perfino la spiaggia, ognuno impegnato a presentare il meglio delle proprie proposte. Questo e altro è Art Basel Miami Beach, sorella minore e sempre più importante dell'ormai matura Art Basel che quest'anno ha compiuto i suoi primi quarant'anni; anno dopo anno (questa è l'ottava edizione) si è caratterizzata per gli ospiti e le alleanze di rilievo; infatti, quest'anno vede la collaborazione di Creative Time, la leggendaria organizzazione newyorkese di arte pubblica site-specific.*

*Entrando nel merito, sono diverse le sezioni compongono la fiera: Art Nova, in cui le gallerie mettono in mostra opere inedite di massimo tre artisti; Art Positions, che si focalizza sulle identità e sui programmi espositivi di giovani gallerie; Art Kabinett, in cui le gallerie hanno la possibilità di organizzare micro mostre tematiche; Art Institution, dedicato alle organizzazioni e istituzioni culturali per presentare i loro programmi; Art Perform, situato di fronte all'oceano e dedicato alle esibizioni di artisti di fama internazionale; e poi ancora l'arte pubblica della sezione Art Projects e l'Art Video Program, sulla costa con la programmazione di video arte a cura di Creative Time appunto. Infine, Art Basel Conversations e Art Salon, con gli incontri tra i protagonisti dell'arte contemporanea e le discussioni sulle novità e le diverse tendenze. Tra le novità di quest'anno, la riorganizzazione del padiglione centrale della fiera, in modo da offrire agli espositori stand più ampi, mentre gli artisti emergenti, che solitamente erano presentati negli stands posti sul lungomare, sono stati spostati all'interno e al centro del padiglione stesso. Diversamente, lo spazio prima occupato dai containers è invece occupato da un ambiente tridimensionale, progettato dall'artista multimediale Pae White, uno spazio aperto che ospiterà talks, concerti e performances.*

*Quanto all'Italia, sostanziosa la partecipazione a questa edizione. Salgono a tredici le gallerie in rappresentanza e in aumento di tre rispetto allo scorso anno, sintomo di un rinnovato interesse verso la piazza Statunitense dei player italiani del settore e molti gli artisti italiani presenti tra le loro file. Alfonso Artiaco, importante galleria napoletana, propone artisti internazionali come Gilbert & George, Thomas Hirschhorn, Lawrence Weiner, Carl Andre, Sol LeWitt e tra gli italiani Perino & Vele, Bianco-Valente, Botto & Bruno, Giovanni Anselmo, Giulio Paolini, Giuseppe Penone.*

*La Galleria Continua, singolare esempio di realtà nata in un centro periferico toscano che è riuscita a espandersi aprendo spazi espositivi anche in Francia e in Cina, si presenta con Mona Hatoum, Jorge Macchi, Carlos Garaicoa, Anish Kapoor, Hans Op de Beek e tra gli italiani Loris Cecchini e Michelangelo*



risen to thirteen, representing an increase of three galleries since last year; a clear sign of the United States' renewed interest in Italians in this industry and of the large number of Italian artists present in their ranks. Alfonso Artiaco, an important gallery in Naples, presents international artists such as Gilbert & George, Thomas Hirschhorn, Lawrence Weiner and Carl Andre, Sol LeWitt and among the Italians, Perino & Vele, Bianco-Valente, Botto & Bruno, Giovanni Anselmo, Giulio Paolini and Giuseppe Penone. Galleria Continua, born in a peripheral town in Tuscany with a unique view of reality, has managed to expand itself by opening exhibitions in France and in China and now presents itself with Mona Hatoum, Jorge Macchi, Carlos Garaicoa, Anish Kapoor, Hans Op de Beek and among Italians, Loris Cecchini and Michelangelo Pistoletto.

The Massimo De Carlo Milan gallery, whose owner De Carlo is considered to be one of the most important and controversial Italian art dealers -- not only because he agreed to be taped to the wall by Maurizio Cattelan -- presents the works of Rudolf Stingel, Piotr Uklanski, John Armleder, Yan Pei - Ming, Paola Pivi and Gelitin. The roman gallery, Magazzino d'Arte Moderna, presents Massimo Bartolini, Elisabetta Benassi, Jan Fabre, Alberto Garutti, Domenico Mangano, Alessandro Piangiamore, Daniele Puppi, Vedovamazzei, Luca Vitone, Ouattara Watts and Sislej Xhafa. Again we find the Milan Stein galleries, one of the top galleries in Italy that exhibits controversial, politically engaged and conceptual works and whom is a strong supporter of Arte Povera and its major figures: Boetti, Anselmo, Calzolari, Kounellis, Fabro, Merz, Paolini, Penone and Pistoletto (all present on the list for Art Basel Miami 2009) and lastly, Francesca Kaufmann and Lia Rumma (also located in Naples and Milan) and the Turin Franco Noero. In the Art Nova section, we can see Galleria Raffaella Cortese with Anna Maria Maiolino's interesting project "Leonardo Engenho" (Fotopoemação) 2008, Ida Pisani's Prometeogallery, including works by Santiago Sierra, Regina José Galindo and Rossella Biscotti, Galleria Franco Soffiantino with the "Alternative Carpet" project by Michael Beutler and the Zero gallery. In the Art Positions section, representing the Italian Gallery with a project by the Portuguese artist Sonia Almeida, is the T293 Gallery, a young and an active Neapolitan gallery whom in a short time has established itself on an international level. There are also a large number of Italian magazines: Art Magazines, Arte e Critica, Drome Magazine, Inside, Mousse and NERO. A special mention goes to Emi Fontana, a Milanese dealer who attends the fair with West of Rome; her gallery based in Pasadena, California whose name mimics the title of an exhilarating, perhaps the most exhilarating of pieces by a magnificent Italo-American Abruzzi writer, John Fante.

Just like every Universe, Art Basel Miami Beach has its stars large and bright. During the same days that Art Basel takes place, there are other fairs which are nonetheless able to maintain a high level of quality: Design Miami, a fair born in December 2005 by the intuition of a young Italian, Ambra Medda, who currently directs it; Pulse Art Fair, represented by the Italians Brancolini Grimaldi, Guidi & Schoen, perugi artecontemporanea, AMT Towers & Geminiani and Artericambi; Scope Art Fair with the Mimmo Scognamiglio Gallery and Gagliardi Art System; lastly, Art Miami, Aqua Art Miami, Fountain Miami, INK and Red Dot. In short, Art Basel and its surrounding fairs make up an ever-growing constellation of art.

*Pistoletto. La galleria milanese di Massimo De Carlo, considerato uno dei più importanti e controversi galleristi italiani e non solo perché accettò di essere attaccato al muro con lo scotch da Maurizio Cattelan, propone i lavori di Rudolf Stingel, Piotr Uklanski, John Armleder, Yan Pei-Ming, Paola Pivi e Gelitin. La galleria romana Magazzino d'Arte Moderna rappresenta Massimo Bartolini, Elisabetta Benassi, Jan Fabre, Alberto Garutti, Domenico Mangano, Alessandro Piangiamore, Daniele Puppi, Vedovamazzei, Luca Vitone, Ouattara Watts, Sislej Xhafa. E ancora le gallerie milanesi Stein, tra le prime gallerie in Italia a esporre lavori controcorrente, politicamente impegnati e concettuali e che sostenne con decisione l'Arte Povera e i suoi esponenti di rilievo: Boetti, Anselmo, Calzolari, Kounellis, Fabro, Merz, Paolini, Penone e Pistoletto (tutti presenti nella sua lista per Art Basel Miami 2009), Francesca Kaufmann, Lia Rumma (con sede anche a Napoli e Milano) e la torinese Franco Noero. Nella sezione Art Nova troviamo la Galleria Raffaella Cortese con l'interessante progetto di Anna Maria Maiolino "Leonardo Engenho", (Fotopoemação) del 2008, Prometeogallery di Ida Pisani con lavori di Santiago Sierra, Regina José Galindo e Rossella Biscotti, la Galleria Franco Soffiantino col progetto "Alternative Carpet" di Michael Beutler e la galleria Zero. Nella sezione Art Positions a rappresentare l'Italia c'è la T293 Gallery, giovane e attivissima realtà napoletana che in poco tempo ha saputo imporsi a livello internazionale, con un progetto dell'artista portoghese Sonia Almeida. Da annoverare anche le riviste italiane di settore: Art Magazines, Arte e Critica, Drome magazine, Inside, Mousse, NERO. Menzione speciale poi per Emi Fontana, gallerista milanese che parteciperà alla fiera con West of Rome, la sua galleria con sede a Pasadena in California che nel nome fa il verso al titolo di un esilarante, forse il più esilarante dei testi di John Fante, magnifico scrittore Italo-abruzzese-americano, of course.*

*E come ogni Universo, Art Basel Miami Beach ha le sue stelle più o meno grandi e luminose: durante quei giorni, infatti, parallelamente si svolgono altre fiere che riescono comunque a mantenere alto il livello qualitativo dell'offerta: innanzitutto Design Miami, fiera nata nel dicembre del 2005 da una costola di Art Basel Miami dall'intuizione di una giovane italiana, Ambra Medda, che attualmente la dirige; poi anche Pulse Art Fair, con rappresentanza italiana di Brancolini Grimaldi, Guidi & Schoen, perugi artecontemporanea, AMT Torri & Geminiani, Artericambi e Scope Art Fair con Mimmo Scognamiglio Gallery e Gagliardi Art System. E ancora: Art Miami, Aqua Art Miami, Fountain Miami, INK e Red Dot. Insomma, un Universo in continua espansione.*

*Raffaele Bifulco/Artoteca Network*

*Art Basel Miami Beach 2009*

*Miami Beach Convention Center (Art Galleries, Art Nova, Art Positions, Art Kabinett)*

*Vernissage for invited guests:*

*Wednesday, December 2, 2009, from 6 to 9 p.m.*

*Public Show Days:*

*Thursday, December 3 to Sunday, December 6, 2009:*

*Daily from noon to 8 p.m., last day until 6 p.m.*





**Quick Sofa**, design Studio Cappellini, 2004  
**Progetto Oggetto Lamp**, design Marcel Wanders, 1998

**cappellini**

Cappellini Miami

10 N.E. 39th St. ph. 305.576.3636 [www.frauatlantica.net](http://www.frauatlantica.net)

# Arquitectum International Ideas Competition

MIAMI 2009: UNLEASHING ARCHITECTURAL CREATIVITY

BY DENISSE STEIN, ARCHITECT, COMPETITIONS MANAGER, ARQUITECTUM

Arquitectum is an international architectural competition firm based in Lima, Peru who organized the International Ideas Competition MIAMI 2009. The International Ideas Competition MIAMI 2009 was an academic competition sponsored by the University of Miami held from December 2008 to April 2009 for the realization of a Pier Museum in South Beach.

Arquitectum's mission is to promote excellence in design and architectural creativity, giving exposure to architects, mostly young architects and new firms interested in these kinds of objectives. Their vision not only includes the organization of private architectural projects but also that of International Idea Competitions that stimulate architects and architecture students from all around the world to speculate and to unleash their creativity with the least amount of restrictions possible, in the most enigmatic, unique and beautiful settings.

For this competition, the project in question – beginning where Fifth Street meets the sandy beach -- was a "Pier-Museum" which had to extend itself out from the end of Fifth Street towards the ocean and stand as a "horizontal monument" to all the immigrants (particularly the Latin immigrants) who have arrived on these shores in search of a better future.

To this end, this 100 meter long structure would extend itself over the Miami Beach ocean and house a museum in which the personal effects, souvenirs and photos belonging to the new generation of immigrants would be exhibited – those who came to the city of Miami from the 1950s to the 1980s in search of their own personal American Dream.

The "Pier-Museum" had to be a readily identifiable object, able to impose its presence within the existing urban profile and landscape of the beach area. However, competitors were able to present proposals of a totally experimental nature, which incorporate ideas as diametrically opposed as the subordination of



*Arquitectum è un ente che organizza concorsi internazionali di architettura, con sede a Lima, Perù, tra cui il Concorso Internazionale di Idee MIAMI 2009. Il concorso, sponsorizzato dall'Università di Miami, e tenutosi da dicembre 2008 ad aprile 2009, aveva come tema la progettazione di un Pier Museum a South Beach, con soli fini accademici.*

*La missione principale di Arquitectum è quella di promuovere l'eccellenza del design e della creatività architettonica, fornendo visibilità agli architetti, specialmente ai giovani ed a quei nuovi studi interessati a raggiungere questi obiettivi. La finalità di Arquitectum non è solo quella di organizzare progetti privati di architettura, ma anche quello di coordinare concorsi internazionali, come Miami 2009, allo scopo di stimolare architetti e studenti di tutto il mondo a liberare la loro creatività e lanciarsi nella progettazione di disegni senza porre limiti, ambientati negli scenari più enigmatici, unici e belli.*

*Il Concorso Internazionale di Idee MIAMI 2009 ha avuto come destinazione Miami Beach, e precisamente dalla fine della Fifth Street, dove inizia la spiaggia fino all'oceano. Questo concorso aveva ad oggetto la progettazione del Pier Museum, che doveva presentarsi come un "monumento orizzontale" ed estendersi fino all'oceano. Il museo doveva essere dedicato a tutti gli immigrati (in particolare quelli provenienti dall'America Latina) giunti negli Stati Uniti alla ricerca di un futuro migliore.*

*A tal fine, questa struttura lunga 100m si sarebbe estesa sull'oceano di Miami Beach ed avrebbe ospitato un museo nel quale sarebbero stati esposti effetti personali, souvenirs e fotografie appartenenti alle nuove generazioni che sbarcarono a Miami dal 1950 al 1980 alla ricerca del proprio sogno americano.*

*Il "Pier Museum" non avrebbe solo avuto la funzione di rappresentare un monumento architettonico, ma sarebbe stato uno spazio per celebrare la dinamicità della nuova città e la multiculturalità globale che ha caratterizzato l'inizio del XXI secolo. Il museo doveva occupare una superficie di circa 2.000 mq e comprendere i seguenti spazi: ingresso, stanza per le esposizioni temporanee, stanza per l'esposizione permanente, servizi igienici, reparti manutenzione, deposito e sicurezza, uffici e caffetteria.*

*Il "Pier Museum" doveva essere una struttura facilmente identificabile, in grado di imporre la propria presenza all'interno del profilo urbano e del paesaggio. Nonostante ciò, i concorrenti sono stati in grado di presentare proposte di natura del tutto sperimentale, che incorporavano idee diametralmente opposte come la subordinazione dell'architettura nel contesto del profilo urbano, del paesaggio e della creazione di un modello nuovo. Tutti questi aspetti contribuiscono a ridefinire l'idea di "monumento", nell'ambito del dibattito sull'architettura paradisiaca e cosmopolita.*

*L'Università di Architettura di Miami ha scelto come membri della giuria degli illustri architetti, quali: Jean-Francois Lejeune, Direttore del Graduate Studies, Università di Architettura di Miami; Rocco Ceo, direttore di studi universitari presso l'Università di Miami Scuola di Architettura; René González, Studio di Architettura, Miami; Zeuler Lima, Architetto e docente, Washington University, St. Louis; e Chad Oppenheim, Oppenheim Architettura e Design, Miami.*

*Sono stati presentati 417 progetti provenienti da 68 paesi. Fra tutti, un progetto in particolare, degli architetti italiani Mario Cottone e Gregorio Indelicato, ha catturato l'attenzione della giuria per la sua semplicità volumetrica e la presenza poetica, ottenendo così il primo premio.*



## FOCUS

### Arquitectum International Ideas Competition

the architecture in the context of the urban profile and landscape and the creation of a new model. All this might serve to redefine the idea of a "monument" in the context of the architectural debate regarding the paradisiacal and the cosmopolitan.

The University of Miami's School of Architecture chose the following distinguished architects as jury members: Jean-Francois Lejeune, Director of Graduate Studies, University of Miami's School of Architecture; Rocco Ceo, Director of Undergraduate Studies, University of Miami's School of Architecture; Rene Gonzalez, Rene Gonzalez Architecture, Miami; Zeuler Lima, Architect and faculty member, Washington University, St. Louis; and Chad Oppenheim, Oppenheim Architecture + Design, Miami.

417 projects, from 68 countries participated in this competition. Among all, one project in particular, from Italian architects Mario Cottone and Gregorio Indelicato, caught the attention of the jury due to its volumetric simplicity and poetic presence, thus obtaining the first prize.

The architects describe their project as an "ethereal and transcendent sculpture". "The reiteration of vertical elements forms a horizontal sculpture, an ethereal landmark that celebrates immigrants' identity. The Pier-Museum is made by blades of corten steel that form the longitudinal walls of the museum, "invade" the beach, continue on the 5th avenue and spread around Miami and the entire U.S.A. territory. The vertical blades playing together in a swaying rhythm evoke the motion of waves. They blades make up the structure of the museum. They cage and hold up the transparent exposition space identifying a pure volume with a strong identity and an ethereal presence," explained Cottone and Indelicato.

"This horizontal building is proposed as a subtle intervention into the horizon line, being careful not to divide the beach with its side walls. The project pretends to house itself in the sea landscape establishing a dialog of balance with the existing natural elements; evoking the old structure of a pier it sets itself silently in the sea. The corten steel blades coming out from the ocean define the access path of the museum preserving at the same time the complete free passage and the visual permeability along the entire beach," further explained Cottone and Indelicato.

The second prize was given to two American architects, Virginia San Fratello and Ronald Rael. The third prize was given to a multination team of architects from Scotland, Nigeria, France, Iraq and Ireland.

The winning projects' exhibition took place at the University of Miami on September 2, 2009. The First Prize winner and other winning teams attended to present their projects. The ceremony included members of the jury, Arquitectum staff and invited architects.

All entries can be viewed on Arquitectum's website [www.arquitectum.com](http://www.arquitectum.com).



*Gli architetti descrivono il loro progetto come una "scultura eterea e trascendentale". Cottone e Indelicato spiegano: "La reiterazione di elementi verticali forma una scultura orizzontale; un punto di riferimento etereo che celebra l'identità degli immigrati. Il Pier Museum è costituito da lame di acciaio che formano le pareti longitudinali del museo, "invadono" la spiaggia, proseguendo fino alla quinta strada e si diffondono in tutta Miami e gli Stati Uniti. Le lame verticali suonano insieme in un ritmo ondeggiante evocando il movimento delle onde. E costituiscono la struttura del museo: ingabbiano e mantengono trasparente l'esposizione dello spazio evidenziando un volume puro con una forte identità e una presenza eterea".*

*"Questo edificio orizzontale si propone come un sottile intervento*

*sulla linea dell'orizzonte, e tenta, con particolare cautela, di non dividere la spiaggia in due parti". Cottone e Indelicato hanno inoltre affermato che il "progetto si propone di adeguarsi alla cornice del paesaggio marino conservando l'intento di stabilire un dialogo equilibrato con gli elementi naturali circostanti. Evoca la vecchia struttura di un molo che si allunga silenzioso nel mare. Le lame d'acciaio che emergono dall'oceano identificano il percorso d'accesso al museo preservando allo stesso tempo il libero passaggio e la permeabilità visuale sull'intera spiaggia".*

*Il secondo premio è andato a due architetti americani, Virginia San Fratello and Ronald Rael, ed il terzo premio ad un gruppo internazionale formato di architetti provenienti da Scozia, Nigeria, Francia, Iraq e Irlanda.*

*L'esposizione dei progetti vincitori, ha avuto luogo presso l'Università di Miami il 2 settembre 2009. Alla cerimonia hanno partecipato i vincitori, altre squadre partecipanti, alcuni membri della giuria, il personale di Arquitectum ed altri architetti.*

*Tutte le proposte del concorso possono essere viste al sito [www.arquitectum.com](http://www.arquitectum.com).*



FUERST  
HUMPHREY  
ITTLEMAN

Attorneys and Counselors at Law



## Perishable products.

You work hard to bring them from source to market as quickly as possible. After all, freshness is money. Can you afford regulatory problems with your shipments?

The attorneys and staff of Fuerst Humphrey Ittleman, PL have years of experience working with the laws and regulations governing food and other perishable products, international trade, and compliance with CBP, FDA, and USDA.

We can help ensure that your efforts at bringing your perishable products to market quickly will not go to waste upon entry into the United States.

Contact FHI at 305.350.5690 or visit us at [www.fuerstlaw.com](http://www.fuerstlaw.com)

## Import and Export Issues

Import Quotas and Tariffs  
Securing the Supply Chain  
Customs Liquidated Damages and Penalties  
Transactional Guidance  
EPA Pesticide Tolerances

FDA Import Alerts  
Compliance Assessment  
Securing Payment  
USDA Fumigation Requirements  
Phytosanitary Requirements



1001 Brickell Bay Drive, Suite 2002,  
Miami, Florida 33131  
Telephone: 305.350.5690  
Fax: 305.371.8989

[www.fuerstlaw.com](http://www.fuerstlaw.com)



*Serving Clients Across the Globe*

The hiring of a lawyer is an important decision that should not be based solely upon advertisements. Before you decide, ask us to send you free written information about our qualifications and experience.

# The Triumph of The Design Strategy

DESIGNERS WIN OVER TOP MANAGEMENT

BY DARIO FONTANELLA, MASTER OF SCIENCE IN MANAGEMENT, BOCCONI UNIVERSITY



"Design Strategy" is a trend that has been observed for numerous years in many companies in diverse sectors. Design and architectural firms tend to lend their art to business operations by exchanging creativity and sometimes functionality in relation to the products.

The mixture, which includes architects, designers and artists partnered with corporate management, is the result of several contingent factors which, unsurprisingly, involve mature and very competitive sectors. Francesco Zurlo, an Architect with an Industrial Design PhD from the Politecnico di Milano and Professor at the Politecnico's Faculty of Design says, "Designers nowadays have capabilities that are very valuable to management. The presently unpredictable markets and the growing consumer awareness require companies to seek for interpretive approaches and to have a larger

*È stata definita "Strategia del Design" ed è una tendenza che si afferma da alcuni anni in innumerevoli aziende appartenenti a settori diversi: il design, e più in generale l'architettura, prestano la propria arte alle operation aziendali, in uno scambio dialettico dove a volte si impone la creatività ed altre la funzionalità riferita al prodotto.*

*La commistione, che vede architetti, designer ed artisti affiancati al management aziendale, è espressione di diversi fattori contingenti (che, non a caso, coinvolgono settori maturi e molto competitivi). Citiamo Francesco Zurlo, Architetto, Industrial Design PhD al Politecnico di Milano e docente presso la Facoltà del Design dello stesso Politecnico: "Il designer ha capabilities che sono oggi preziose per il management. È la situazione che lo consente: l'imprevedibilità dei mercati e la maturità dei consumatori, richiedono all'impresa un approccio interpretativo e una maggiore dose di visione". I settori molto competitivi sperimentano il fenomeno per il quale il cliente è sempre più consapevole del proprio valore ed esigente rispetto al sistema-prodotto offerto dalle aziende; in questi casi, l'aumentata capacità critica dei clienti richiede alle aziende di escogitare metodi sempre diversi per il presidio della customer satisfaction e per la differenziazione rispetto ai concorrenti.*

*In questo scenario s'inquadrano le iniziative della "strategia del design": la produzione industriale si associa all'atto creativo-stylish nel tentativo di differenziarsi dalla concorrenza, di conquistare l'attenzione dei clienti, di assumere un valore aggiunto esclusivo o di proporre funzionalità inedite e accattivanti. Più in generale vediamo che "Il 'genio' del design, oggi, è stabilmente integrato all'interno dell'azienda. L'apprendimento delle sue potenzialità dentro l'organizzazione ha portato ad un totale restyling delle collezioni e ad un nuovo modo di affrontare lo sviluppo dei nuovi prodotti, per dare identità - non solo tecnica - ma di design all'impresa. La maggiore consapevolezza di cosa possa fare il design è ora conoscenza diffusa, dentro e fuori l'impresa, e trasforma tutti gli attori coinvolti in operatori, inconsapevoli e silenti, di design." Ed è ancora nelle parole del Professor Zurlo che cogliamo un'ulteriore sfumatura che riguarda i beni associati al concetto del Made in Italy: "Per questi beni il design ha spesso un ruolo chiave che dà identità all'azienda. Si parla in tal caso di imprese design driven, imprese che più in generale si occupano di progettare, produrre, comunicare e distribuire beni che nel bouquet di benefici offerti all'utente, privilegiano gli aspetti semantici e culturali, non trascurando ovviamente quelli funzionali e d'uso. In queste imprese creatività e cultura del progetto sono pane quotidiano, un abito [...]"*

*In questo panorama si posiziona in modo esemplare una delle aziende italiane d'eccellenza: Bisazza. Tra le scelte aziendali strategiche, la società ha deciso di associare il proprio nome ad una serie di collaborazioni tecnico-artistiche di alto profilo per la decorazione di oggetti d'arte e di design o per l'integrazione di progetti architettonici; non a caso l'azienda, leader nel settore del mosaico a vetro, è oggi sinonimo di stile ed eleganza. Come passo importante per l'esplicitazione della vocazione artistica di Bisazza, possiamo considerare la nuova interpretazione, in formato gigante ricoperto da mosaico, della Proust Armchair rinominata "Proust Monumentale": disegnata da Alessandro Mendini nel 1978 con la collaborazione dello Studio Alchimia, questo soggetto è stato rivisitato da Cappellini nel 1993 e rielaborato da Bisazza nel 2005. "In occasione del Salone del Mobile del 2004 - chiarisce Rossella Bisazza, Responsabile dell'Ufficio Stampa e Comunicazione dell'azienda - abbiamo rivestito con i nostri mosaici quattro modelli di Mini. Ne sono nate auto uniche, icone del binomio moda e design, che hanno attirato pubblico e stampa, con un incredibile ritorno di immagine. Ne abbiamo beneficiato noi, accrescendo la brand awarness in settori avulsi dal nostro circuito tradizionale e Mini, che è riuscita a penetrare il mondo del design, posizionandosi come marchio attento all'arte." Dall'operazione è nato un tour che ha portato i quattro modelli Mini-Bisazza in giro per i musei*



vision." The highly competitive sectors experience the phenomenon for which customers are increasingly aware of their own value and are demanding with regards to the product-system offered by companies; in these cases, the consumer's increasing critical capacity requires companies to devise diverse methods to defend their customer satisfaction and to differentiate themselves from their competitors.

In this scenario, we can see the initiatives of the "design strategy": the industrial production associates itself with the creative-stylish effort in an attempt to differentiate itself from competitors, to gain customers' attention, to assume an exclusive added value and to propose innovative and attractive features. More generally, we see that today's design "geniuses" are very well integrated within companies. The coming to knowledge of a designer's potential in a company led to a complete restyling of collections and to a new approach to the development of new products that give the company an identity, not only technical, but design wise. Increased awareness of what design can do is now widespread knowledge within and outside companies, and it unconsciously and silently transforms all those involved into designers." It is in the words of Professor Zurlo that we then again take further nuance with regards to the goods associated with the Made in Italy concept: "It is due to these goods that design is often the key role that makes companies identifiable. We usually speak about design driven companies, companies who generally design, produce, disclose and distribute goods which in the bouquet of benefits offered to users, privilege the semantic and cultural aspects, not leaving behind, of course, the functional aspects. For these companies, culture and creativity are essential components of their projects [...]"

To this extent, Bisazza is an Italian company of excellence that positions itself in an exemplary way. Among many possible corporative strategies, the company decided to decorate objects of art and design and to integrate architectural projects; it is not by chance that Bisazza, leader in mosaic glass, is now synonymous with style and elegance. As an important step for Bisazza's explanation of their artistic vocation, we can consider their new interpretation of the Proust Armchair: first designed by Mendini with Studio Alchymia in 1978 and then re-edited and produced by Cappellini in 1993. In 2005, Bisazza made a new interpretation of the project (Proust Monumentale) in a gigantic format covered with mosaic. Rossella Bisazza, Public Relations & Communications Director for Bisazza explains, "At Salone del Mobile in 2004 we covered four Mini models with our mosaics. Four new cars were born: a unique combination of fashion and design which attracted both the public and the press and which provided an incredible return on Bisazza's company image. We benefited by increasing brand awareness in areas not directly relevant to our traditional circuit and Mini, which managed to penetrate the world of design and positioned itself as an art conscious brand." A tour was born from this project which took the four Bisazza-Mini models around museums and festivals all over the world, from New York to Dubai. Other international brands have now approached the company for similar co-marketing initiatives. This unique combination clearly reminds us of the project "Per Fare un Albero" (To Make a Tree) created in lieu of Milan Design Week: to enhance via Montenapoleone. The new Fiat 500s were made in

*ed i festival di tutto il mondo, da New York a Dubai, mentre altri marchi internazionali si sono rivolti all'azienda per analoghe iniziative di co-marketing.*

*Questo singolare connubio ci ricorda il progetto "Per Fare un Albero", realizzato in occasione della Milano Design Week: per valorizzare Via Montenapoleone, delle nuove Fiat 500 bianche in vetroresina, realizzate dal designer Fabio Novembre, contengono, come delle fioriere, diverse piante: aceri, ficus, lecci, ulivi. L'iniziativa è stata realizzata per il Comune di Milano, che ha portato avanti questo progetto futuristico insieme a Fiat (che ha finanziato il progetto), Confagricoltura (che ha fornito gli alberi), Camera della Moda, Associazione commercianti di Via Montenapoleone e Unione del Commercio.*

*Nel settore automotive anche la Citroen si distingue per intense campagne di co-marketing che hanno visto la collaborazione con griffe famose del mondo della moda e del design (D&G, Fiorucci, Pinko e Kartell).*

*Tra gli altri esempi italiani di avvicinamento tra aziende e mondo del design, la Alessi è un caso molto significativo dove l'integrazione del design nella produzione contribuisce, già da molto tempo, a definire perfino la mission aziendale. L'impresa basa la sua strategia di differenziazione sulle competenze manifatturiere di alta qualità associate indissolubilmente all'eleganza ed allo stile italiano. Per la progettazione dei suoi prodotti l'azienda si avvale di designer e architetti di fama internazionale che curano tutta l'offerta, dall'oggettistica per la cucina a quella per l'ufficio, dal bar alla sala da pranzo. "La nostra ambizione - chiarisce Alberto Alessi - è quella di dare vita a nuove tipologie di oggetti, caratterizzati da un mix di eccentricità, stile e cultura. I nuovi prodotti devono saper lavorare sull'immaginario del pubblico e stimolarne i sensi". Importanti progetti alternativi sono stati, per esempio la Panda Alessi, nata in collaborazione con Fiat, ed il telefono cordless Siemens.*

*Nei settori ad alta tecnologia possiamo prendere lo spunto da un gigante dell'elettronica. Dalla seconda metà degli anni Novanta la Samsung Electronics è strettamente coinvolta in una partnership con la IDEO - studio globale di design e consulenza per il design - da cui è scaturita una massiccia adozione di una design strategy e di metodologie definite di human-centered design. La collaborazione con la IDEO ha permesso alla Samsung Electronics di sperimentare nuove vie di integrazione tra i tecnici dell'elettronica e quelli del design nella produzione e di consolidare un approccio progettuale incentrato sul fattore umano, il tutto al fine di imporre un marchio ed una linea di prodotto non plus ultra. Di fatto, questo ha permesso all'azienda di differenziare la propria linea di produzione rendendola riconoscibile tra i più noti marchi nell'elettronica di consumo e permettendole di imporsi come una delle più grandi imprese design-driven a livello globale.*

## FOCUS

### The Triumph of The Design Strategy

white fiberglass by designer Fabio Novembre to simulate plant pots and held the following trees: maple, fig, oak and olive. The initiative was done for the City of Milan, who made this futuristic project a reality together with Fiat (financed the project), Confagricoltura (provided the trees), Chamber of Fashion, Via Montenapoleone's Merchant Association and Unione del Commercio.

In the automotive sector, Citroen also stands out for their intense co-marketing campaigns that witnessed their collaboration with designer labels from the fashion and design industries such as D & G, Fiorucci, Pinko and Kartell.

Among the many examples of Italian companies approaching the design world, Alessi is a very significant case where the integration of design in their production has contributed, for a long time, to defining their corporate mission. The company bases its differentiation strategy on the high quality manufacturing skills inextricably associated to Italian elegance and style. Alessi uses designers and famous architects for their product design, from small objects for the kitchen to products for the office and from products for the bar to decorations and objects for the dining room. "Our ambition - clarifies Alberto Alessi - is to give birth to new types of objects, characterized by a mix of eccentricity, style and culture. The new products must be able to work on the buyer's imagery and stimulate the senses." Important alternative projects were, for example, the Panda Alessi created in collaboration with Fiat and the Siemens cordless phone.

In high technology sectors, we can take inspiration from a giant in the electronics industry. Since the mid-nineties, Samsung Electronics has been closely involved in a partnership with IDEO – global design and consultancy agency for the design industry - which has brought on an adoption of a design strategy and of human-centered design methodologies. The collaboration with IDEO has allowed Samsung Electronics to experiment new ways of integrating their electronics technicians with their design technicians to manufacture and consolidate a product focused on its consumer's needs, in order to impose an unsurpassable brand and product line. In fact, this has enabled the company to differentiate its product line, making it recognizable among the most trusted brands in consumer electronics and allowing it to establish itself as one of the largest design-driven companies worldwide.



## FOCUS

# Pisa AD 1064

THE MIRACLE SQUARE AT THE UNIVERSITY OF MIAMI'S SCHOOL OF ARCHITECTURE

BY DONATELLA DE BONIS, LABORATORIO DI PROGETTAZIONE, OPERA DELLA PRIMAZIALE PISANA

The artistic and cultural masterpieces closed in by the Cathedral's lawn and the tower's inclination and the fame that it boasts around the world, are the elements of The Miracles Square which will be temporarily transferred to Coral Gables for the exhibition "Pisa AD 1064 – The Miracles Square: A Thousand-Year History" from February 12 to March 7, 2010.

The idea came about within the Opera della Primaziale Pisana's Deputation (The Board of Administrators), aimed at promoting the Pisa Cathedral (Duomo di Pisa) vestry board -- an institution who from the beginning has overseen the erection of the group of monuments which have now been declared World Heritage by UNESCO abroad.

The Opera della Primaziale Pisana boasts nearly a thousand years of history; centuries during which the Cathedral, the Baptistry, the Bell Tower and the Monumental Cemetery were built and enhanced by the valuable sculptural and pictorial decorations. These monuments have witnessed the most important medieval and Renaissance artists and architects at work. Technicians, administrators and supervisors work daily to make sure that the immense heritage is handed down to future generations; no easy task considering the vast extent of the areas that must be constantly monitored by the restorers, the areas that must be overlooked to ensure the safety of the works and visitors and the mass of information that must be managed in the vestry's archives.

Under the direct supervision of the local Superintendence, the Pisa Cathedral vestry board also looks after the maintenance and restoration of the 30,000 square meters of stone surface that make up Piazza del Duomo (Cathedral Square) along with its large decorative pieces and furnishings. Therefore, every monumental building is always in constant evolution.

Last September, the Consul General of Miami invited the Opera Primaziale Pisana to visit Miami. The delegation which visited held the task of choosing the ideal venue to house the exhibition among a wide range of possible locations. The location chosen favored the University of Miami's prestigious School of Architecture, who for its position and space, as well as for its affinity with the main theme of the exhibition -- the monumental architecture of Piazza del Duomo -- was the ideal location. Therefore, a partnership between Pisa and Coral Gables was established in order to facilitate the development of an exhibition and a communicative project that would be designed by the Opera della Primaziale Pisana's Laboratorio di Progettazione (Design Lab).

The theme sought to be followed is that of a progressive approach to the original works of art beginning with 'architectural influences'- temporary installations to be exposed in the external surrounding areas of the exhibition halls. The installations not only support the art reproductions, but they will also give the visitors an idea of the grandiosity of Pisa's monumental buildings.



***I capolavori di arte e cultura racchiusi dal prato del Duomo, la pendenza della torre e la fama che la precede in tutto il mondo, 'brani' della Piazza dei Miracoli trasferiti temporaneamente a Coral Gables per la mostra "Pisa AD 1064 - La Piazza dei Miracoli, cultura millenaria", dal 12 febbraio al 7 marzo 2010.***

*L'idea è maturata in seno alla Deputazione (Consiglio di Amministrazione) dell'Opera della Primaziale Pisana, fortemente intenzionata a far conoscere oltre i confini nazionali una realtà del tutto particolare, la fabbrica del Duomo di Pisa, che fin dalle origini ha sovrinteso l'edificazione delle fabbriche monumentali oggi iscritte alla Lista UNESCO.*

*L'Opera della Primaziale Pisana ha al suo attivo quasi mille anni di storia, secoli durante i quali i cantieri della Cattedrale, del Battistero, della Torre Campanaria e del Camposanto Monumentale hanno preso corpo e si sono arricchiti dalle ricche e pregevoli decorazioni scultoree e pittoriche che hanno visto impegnati i più importanti architetti e artisti medioevali e rinascimentali. Oggi come allora, l'impegno quotidiano del personale tecnico, di vigilanza e amministrativo continua ad essere quello di trasmettere alle future generazioni questo ingente patrimonio di arte e cultura; compito non facile se si considera l'estensione delle superfici che devono essere costantemente monitorate dai nostri restauratori, degli spazi che devono essere sorvegliati per garantire la sicurezza delle opere e dei visitatori, della mole delle informazioni che devono essere gestite nei nostri archivi.*

*Così, agli oltre 30.000mq di superficie lapidea di cui si compone la Piazza del Duomo, insieme alle consistenti parti decorative ed agli arredi, la fabbrica del Duomo di Pisa garantisce anche l'attuazione degli interventi di manutenzione e restauro, sotto la diretta supervisione della locale Soprintendenza. Ogni fabbrica monumentale rappresenta dunque un cantiere in continua evoluzione.*

*Su invito del Console Generale d'Italia, una delegazione*





The following section is dedicated to Pisa's monumental buildings, where scale models of the Cathedral, the Baptistery and the Tower itself will be presented in the Architecture Gallery and narrated by the graphics placed along the walls of the exposition hall.

Then the true core of the exhibition, the 'treasure chamber' and Piazza del Duomo's marble. Polychromes, the reusable - Romanitas Pisana, and the particular mixture of styles and influences, favored by the particular Mediterranean cultural climate present in Pisa in the Middle Ages, are the guiding lights that lead the visitors through the intense sensations and emotions that the small museum evokes, given the particular arrangement of the pieces, which enhance and highlight their value and preciousness.

From the beginning, the selection of the works of art had to follow one criterion: to present 'fragments' deriving from the monumental buildings. All other materials were excluded in order to favor the distinguishing feature of Piazza del Duomo: the white marble that rests on the green lawn. Hence, the name given to the location where the original artwork is exhibited: Niveo de marmore templum "the temple of snow-white marble." As proven by the epigraph commemorating Buschetto, under whose leadership in 1064, the first stones of the Cathedral were laid.

Among the various works on display, the twelfth century Capitello della Torre stands out above all. It is certainly the most fascinating element, if not the most valuable piece of the exhibition. It is a fragment of the Leaning Tower, Piazza del Duomo's most famous architectural emergency, which has gradually become an "icon" due to its architectural structure. It is an architectural "miracle" and an extraordinarily successful attraction point for thousands of visitors who choose Pisa as a cultural destination every year.

Lectures and conferences will be scheduled for the duration of the event and will present the works concerning this particular architectural case. The lectures and conferences will be led by the experts of the 'International Commission', who after ten years of restoration, were able to bring the Leaning Tower back to a stable state.

*dell'Opera della Primaziale Pisana si è recata lo scorso settembre a Miami per selezionare la sede espositiva tra un ventaglio di possibili location: la scelta ha favorito la prestigiosa sede dell'University of Miami, School of Architecture, che per posizione e spazi, oltre che per affinità con il tema portante della mostra, le monumentali architetture della Piazza del Duomo, è sembrata il luogo ideale. Si è aperto così un canale di collaborazione tra Pisa e Coral Gables per mettere a punto un progetto non solo espositivo ma anche di comunicazione, ideato dal Laboratorio di Progettazione dell'Opera della Primaziale Pisana.*

*Lo schema seguito è quello del progressivo avvicinamento alle opere d'arte originali, partendo da 'suggestioni architettoniche', installazioni temporanee realizzate negli ambienti esterni alle sale espositive, che avranno non solo la funzione di sostegno e supporto di copie di opere d'arte, ma anche quella di suggerire la grandiosità delle fabbriche monumentali pisane.*

*Ad esse è dedicata la sezione successiva, con la presentazione dei modelli in scala della Cattedrale, del Battistero e della Torre stessa, dislocati nella Architecture Gallery e narrati dalla grafica posta lungo le pareti maggiori della sala espositiva.*

*E poi il vero cuore della mostra, la "camera del tesoro" e i marmi della Piazza del Duomo. Le policromie, i reimpieghi - la romanitas pisana, e la particolare commistione di stili ed influenze, favorita dal clima culturale del tutto speciale e pienamente mediterraneo che si poteva respirare a Pisa nel medioevo: questo il fil rouge che guida il visitatore nell'atmosfera carica di suggestioni del piccolo museo, in cui i pezzi verranno allestiti in modo da suggerire la loro preziosità.*

*La scelta delle opere d'arte si è concentrata fin dall'inizio su un criterio, quello della presentazione di "frammenti" provenienti dalle fabbriche monumentali. Sono stati esclusi tutti gli altri materiali per privilegiare ciò che è l'elemento caratterizzante della Piazza del Duomo: il bianco dei marmi, posati sul verde del prato. Da qui il nome dato al luogo espositivo delle opere d'arte originali, Niveo de marmore templum, "il tempio di marmo bianco come la neve", come viene definita la Cattedrale nell'epigrafe commemorativa di Buschetto, sotto la cui guida nel 1064 ne fu posata la prima pietra.*

*Fra le varie opere in esposizione spicca su tutte il Capitello della Torre, opera del XII secolo e certamente l'elemento di maggior fascino se non il pezzo di maggior pregio della mostra. Un "frammento" della torre pendente, la più nota emergenza architettonica della Piazza del Duomo di Pisa, che con la sua statica del tutto speciale è progressivamente ascesa al rango di "icona", un "miracolo" di architettura che costituisce da sempre un polo di attrazione di straordinaria efficacia per le migliaia di visitatori che ogni anno scelgono Pisa come meta culturale.*

*In concomitanza con l'evento verranno programmate lezioni in aula e conferenze di presentazione dei lavori che hanno interessato proprio questo particolare caso architettonico: parleranno i protagonisti, gli esperti del Comitato Internazionale che ci hanno restituito in buona salute la Torre Pendente dopo dieci anni di restauro.*



Beyond ordinary styles.

# Iberia Tiles



Featuring:  
Bois by Edilcuoghi

[iberiatiles.com](http://iberiatiles.com)

MIAMI  
2975 NW 77 Avenue  
Miami, FL 33122  
Tel: 305-591-3880

CORAL GABLES  
4221 Ponce De Leon Blvd  
Coral Gables, FL 33146  
Tel: 305-446-0222

POMPANO BEACH  
1724 Park Central Blvd  
Pompano Beach, FL 33064  
Tel: 954.978.8453

NORTH MIAMI BEACH  
13565 Biscayne Blvd  
North Miami Beach, FL 33181  
Tel: 305.354.8453

PINECREST  
11825 S. Dixie Highway  
Miami FL 33156  
Tel: 305-235-7200

## BUSINESS

# South Carolina:

AN ENVIRONMENT WHERE BUSINESSES THRIVE

BY ROBIN R. CARRUTHERS, MARKETING COORDINATOR, SOUTH CAROLINA DEPARTMENT OF COMMERCE



Companies looking to expand or relocate operations are finding that South Carolina is an excellent location not only for traditional manufacturing, distribution or logistics, but also for companies on the cutting edge of advanced technologies. BMW, Husqvarna, Fujifilm, Haier, Michelin, Electrolux, Daimler, Alenia Aeronautica – part of the Finmeccanica group, and Roche represent a few of the international companies enjoying the benefits of South Carolina's pro-business environment, highly-skilled workforce and exceptional way of life.

South Carolina is uniquely situated halfway between Miami and New York, providing companies with exceptional access to these markets. Businesses can link to markets with an expansive network of railways, airports and highways. CSX, Norfolk Southern and seven additional carriers provide daily, double-stack express services, both inbound and outbound. Four international and five regional airports provide air service, while the state's five interstates offer efficient ground transportation. The Port of Charleston is the seventh largest container port in the United States and one of the busiest ports on the East Coast. Serving over 40 shipping lines, it was ranked by World Trade as first in customer satisfaction. Shipping giant Maersk, the world's largest ocean carrier, ranks the Port of Charleston as its most productive port. Additionally, Mediterranean Shipping Co., the world's second largest shipping company, chose South Carolina as the location of its South Atlantic corporate headquarters. MSC recently announced it will grow its presence at the Port by increasing weekly calls. MSC currently offers daily departures from Charleston to two ports in Italy.

South Carolina's energy infrastructure offers businesses one of the lowest power costs in the nation. With two major natural gas pipelines, South Carolina boasts industrial power costs of 5.92 cents per kilowatt hour. In addition, the state ranks third among 31 states with nuclear power capabilities, and its four nuclear power plants provide roughly half the state's energy needs.

*La Carolina del Sud è una destinazione perfetta per le imprese che intendono trasferirsi o espandere i propri investimenti, non solo per le tradizionali aziende di produzione manifatturiera, distribuzione o logistica, ma anche per le moderne società con tecnologie d'avanguardia. BMW, Husqvarna, Fujifilm, Haier, Michelin, Electrolux, Daimler, Alenia Aeronautica (ramo del gruppo Finmeccanica), e Roche sono solo alcune tra le aziende che hanno scelto di godere dei benefici di questo contesto pro-business, di una forza lavoro altamente qualificata e di una elevata qualità di vita.*

*La Carolina del Sud è situata in una posizione esclusiva tra Miami e New York, il che fornisce alle imprese un eccezionale accesso ad entrambi questi mercati, soprattutto grazie ad una vasta rete di ferrovie, aeroporti e autostrade. La CSX, Norfolk Southern e altri sette vettori garantiscono ogni giorno un contingente di aerei, sia in ingresso che in uscita, per servizi espressi. Quattro aeroporti internazionali e cinque regionali forniscono il servizio di trasporto aereo, mentre le cinque autostrade statali offrono un efficiente trasporto via terra. Charleston, che è il settimo porto commerciale degli Stati Uniti in ordine di grandezza e uno dei più importanti della East Coast in generale, ospita oltre 40 compagnie di navigazione ed è stato definito dal World Trade il migliore per la soddisfazione del cliente. Il gigante Maersk, l'impresa di navigazione più grande del mondo, ha dichiarato che Charleston è il loro porto più produttivo. Inoltre la MSC (Mediterranean Shipping Company), seconda società di trasporti marittimi al mondo, ha scelto la Carolina del Sud come sede del suo quartier generale per il presidio del Sud Atlantico. MSC ha recentemente annunciato anche che consoliderà la sua presenza nel porto, incrementando le richieste settimanali e offrendo partenze giornaliere da Charleston verso due porti italiani.*

*Le infrastrutture energetiche della Carolina del Sud offrono alle imprese uno dei costi energetici più bassi del Paese. Con i suoi due grandi gasdotti, la Carolina del Sud vanta costi industriali di 5,92 centesimi per chilowattora. Inoltre, è al terzo posto tra i 31 stati che producono energia nucleare, con le sue quattro centrali che sopperiscono a circa la metà del fabbisogno energetico totale dello stato.*

*Oltre alle sue infrastrutture e all'energia a basso costo, la Carolina del Sud offre alle aziende una forza lavoro altamente qualificata e programmi di formazione di prima qualità per i lavoratori. Recentemente è anche stata classificata dalla relazione annuale dell'IBM Global Business Services al quarto posto tra gli stati del nord America tra le destinazioni preferite per l'espansione o la rilocalizzazione aziendale.*

*Le stesse iniziative di governo sono rivolte allo sviluppo di una forza lavoro qualificata e produttiva che ha contribuito a questo*



In addition to its exceptional infrastructure and reliable and low-cost energy, South Carolina offers businesses a highly-skilled workforce and top-notch worker training programs, and was recently ranked fourth among states and provinces in North America by IBM Global Business Services' annual report of top-ranking destinations for relocation or expansion.

South Carolina initiatives aimed at maintaining a productive and skilled workforce contribute to this ranking. Ready SC™ works with the state's 16 technical schools to provide well-trained employees to qualifying companies relocating or expanding in South Carolina. Through a comprehensive and customized process, companies can receive recruiting, screening and training of employees through this program.

South Carolina has three internationally recognized public research universities providing training with an international outlook. The University of South Carolina's Moore School of Business is recognized as a leader in international business. U.S. News & World Report ranked this graduate program first in the nation among public universities and second overall. Clemson University's International Center for Automotive Research serves the automotive industry with its advanced technology research campus. MUSC, the oldest medical school in the United States, is recognized for its cancer, marine biomedicine and proteomics research centers.



*posizionamento nella classifica. ReadySCTM lavora con 16 scuole tecniche statali che provvedono a formare dipendenti qualificati per società che intendono trasferirsi o espandersi nella Carolina del Sud. Attraverso questo programma, le aziende possono ricevere un servizio completo e personalizzato per il reclutamento, selezione e formazione del personale.*

*Lo Stato ha tre università riconosciute a livello internazionale che offrono formazione orientata al mercato internazionale. La facoltà di International Business, presso l'Università Moore School of Business è leader nel suo campo. Il programma di master ha ricevuto il primo posto dalla U.S. News & World Report tra le università pubbliche ed il secondo posto include anche le università private a livello nazionale. Il centro internazionale universitario di ricerca automobilistico della Clemson University presta al servizio dell'industria automobilistica il suo campus di ricerca tecnologica d'avanguardia. Il MUSC è la più antica scuola di medicina negli Stati Uniti ed è rinomata per i suoi centri di ricerca sul cancro, per la biomedicina marina e proteomica.*



## BUSINESS

### South Carolina

These infrastructure and workforce benefits serve several unique industry sectors, including three important high-tech sectors - automotive, aerospace and advanced materials. South Carolina's aeronautics industry boasts over 40 companies investing more than \$1 billion in the state. Global Aeronautica, a joint venture between the Italian company Alenia Aeronautica and Boeing, is responsible for the fuselage assembly for Boeing's 787 Dreamliner. Other leading aerospace and aviation companies include Lockheed-Martin, Honeywell and GE Aviation.

South Carolina's automotive sector is thriving with over 200 industry-related suppliers and assemblers. International firms such as BMW, Michelin and Robert Bosch anchor this productive area. South Carolina is also at the forefront of the advanced materials sector. South Carolina ranks first in the nation in PET resin production, and 13 percent of South Carolina's manufacturing workforce is employed in the plastics industry. Manufacturers such as DuPont, Milliken, Eastman Chemical and Cytec Industries lead the way in the production of next generation advanced materials that will be used in multiple industry sectors.

Over 36 percent of foreign capital investment in South Carolina from 2006 to 2009 derived from European countries, with \$43.3 million of that from Italy. Companies such as Union Switch & Signal, Strand-Tech Martin (parent: ORI Martin), Marzoli International (parent: Camozzi Group) and Prysmian Power Cables & Systems (parent: Prysmian S.p.A.) enjoy South Carolina's many competitive advantages. Further, the Loccioni Group recently opted to locate its North American office, whose primary focus will be consulting on re-engineering processes, in South Carolina. In fact, South Carolina is no stranger to foreign direct investment. The Palmetto State leads the nation in its percentage of workforce employed by foreign subsidiaries.

South Carolina's communities and government leaders are dedicated to ensuring that the state's economic development continues by offering a pro-business and a low tax environment. South Carolina has enjoyed strong GDP growth, and since 2001, all industries have grown in the state by 33 percent. Legislative initiatives and a business-friendly environment have led South Carolina to be consistently ranked as one of Pollina Corporate Real Estate's "Top 10 Pro-Business States." Forbes ranks South Carolina third for Best Pro-Business Regulatory Environment.

With its numerous competitive advantages, it is no wonder that South Carolina was Area Development's 2009 Silver Shovel Award recipient for achievements in attracting high value investment projects. In addition, CNBC ranks South Carolina's cost of doing business fifth and the state's workforce sixth best in the nation. By establishing an environment where businesses can prosper while maintaining an exceptional way of life, South Carolina continues to be an excellent place to do business.

*I benefici derivanti da queste infrastrutture e da questa forza lavoro vanno a vantaggio di vari e distintivi comparti industriali, compresi tre importanti settori dell'high-tech: automobilistico, aerospaziale e materiali avanzati. L'industria aeronautica presente nella Carolina del Sud vanta oltre 40 aziende che stanno investendo più di 1 miliardo di dollari. Global Aeronautica, una joint venture tra la società italiana Alenia Aeronautica e Boeing, è responsabile per l'assemblaggio della fusoliera per il Boeing 787 Dreamliner. Altre aziende leader aerospaziali e di aviazione sono la Lockheed-Martin, Honeywell e GE Aviation.*

*Il settore automobilistico della Carolina del Sud è fiorente, con oltre 200 tra fornitori e assemblatori. Compagnie internazionali come BMW, Michelin e Robert Bosch sono ancorate in quest'area produttiva. Lo Stato è al primo posto a livello statunitense per la produzione di resine PET, ed il 13% della propria forza lavoro è impiegata nel settore produttivo delle materie plastiche. Qui, i gruppi industriali come DuPont, Milliken, Eastman Chemical e Cytec Industries sono all'avanguardia nella produzione di materiali avanzati di prossima generazione, che saranno utilizzati in diversi settori industriali.*

*Oltre il 36% degli investimenti di capitali esteri nella Carolina del Sud nel periodo 2006-2009 sono arrivati da paesi europei ed in particolare, l'Italia ha investito \$43,3 milioni. Aziende come la Union Switch & Signal, Strand-Tech Martin (parte di ORI Martin), Marzoli International (parte di Camozzi Group) e Prysmian Cables & Power Systems (parte di Prysmian SpA) godono dei numerosi vantaggi offerti dalla Carolina del Sud. Inoltre, il Gruppo Loccioni ha recentemente optato per stabilire qui la propria sede del Nord America, il cui obiettivo principale sarà quello di consulenza sul re-engineering dei processi. In effetti lo Stato non è estraneo agli investimenti diretti esteri, anzi è in testa nella classifica della manodopera impiegata da imprese estere.*

*Gli enti territoriali ed i leader del governo della Carolina del Sud sono costantemente impegnati a garantire la continuazione dello sviluppo economico, ad offrire un ambiente economico favorevole ed una bassa pressione fiscale alle imprese. La crescita del Prodotto Interno è stata considerevole e, dal 2001, tutte le industrie hanno avuto un incremento del 33%. Inoltre, le iniziative legislative e questo ambiente favorevole alle imprese hanno portato la Carolina del Sud ad essere costantemente classificata come una tra le top 10 del Pollina*







Corporate Real Estate "Top 10 Pro-Business States". Forbes la classifica terza come migliore sistema regolatorio pro-business.

Con queste premesse, non c'è da meravigliarsi che la Carolina del Sud abbia ricevuto il riconoscimento del Silver Pala Award come Development Area 2009 per la capacità di attrarre progetti di investimento ad alto valore aggiunto. Inoltre, la CNBC classifica la Carolina del Sud quinta per i bassi costi che l'impresa deve sostenere e sesta per la miglior forza lavoro a livello nazionale. Sia grazie alla creazione di un sistema in cui le imprese possono prosperare, che per l'alta qualità della vita, la Carolina del Sud si conferma come un luogo ideale per condurre affari.

SIDEBARS

SIDEBARS

"Following our dream, we have reached our destiny in Charleston. I have no doubt an important part of the future of our companies lies in South Carolina with the Global Aeronautica project." – Vincenzo Caiazzo, Global Aeronautica

"Abbiamo inseguito un sogno e lo abbiamo realizzato a Charleston. Non ho alcun dubbio che parte del futuro della nostra società si deciderà nella Carolina del Sud con il progetto Global Aeronautica". Vincenzo Caiazzo, Global Aeronautica.

"MSC has grown exponentially in recent years. When it was time to expand, we could have located anywhere. However, we chose to locate our South Atlantic corporate headquarters in Charleston because of the dedicated workforce and the quality infrastructure including a world-class port with the highest-ranked customer service in the country." – Sergio Fedelini, Mediterranean Shipping Company.

"MSC è cresciuta in modo esponenziale negli ultimi anni. Quando era il momento di ampliare, avremmo potuto trovare una sede ovunque. Tuttavia, abbiamo scelto di stabilire la nostra sede per l'Atlantico del Sud a Charleston per la qualità della forza lavoro, delle infrastrutture e di un porto conosciuto a livello mondiale e con il miglior servizio clienti degli Stati Uniti". Sergio Fedelini, Mediterranean Shipping Company.



## PLASTIC CARD PRINTING & LOYALTY SOLUTIONS

- Need a way to promote your business? •
- Need loyal customers coming back? •

With the Sunshine-Card Gift & Loyalty Solutions you will be able to offer your customers gift cards and customer loyalty programs. Many times businesses forget the **importance of customer retention**. With our Gift and Loyalty Card Programs you can show your customer how much you appreciate their business and keep them coming back!

Contact us now! 305-260-6741 for ideas on how you keep your customers coming back AND increase your business!



VIP Cards



Gift Cards



Membership Cards



ID Cards



Business Cards



Loyalty Cards

[www.sunshine-card.com](http://www.sunshine-card.com)



# Vibo Valentia returns to Seatrade

DISCOVER ONE OF THE MAIN **PORT OF** ACCESS TO THE MEDITERRANEAN  
 COMPILED BY SARA D'ANZEO



Tourism represents one of the biggest money-making businesses of all times and it is destined to become one of the main industries worldwide, along with recreation and hobby related industries. It is in this rapidly growing context that we find nautical tourism, erroneously considered less popular or a niche product. Tourism by land can no longer be considered the main type of tourism. The general idea of tourism is expanding more and more towards including tourism by sea as a main type of tourism. This concept is all the more true for Calabria, which develops most of its territory along its coastal strips.

The Vibo Valentia Chamber of Commerce, in collaboration with the harbor office and the expert support of the IACC Southeast (also Vibo Valentia's representative desk for the State of Florida), will present Vibo Valentia again as an interesting port of call in the cruising industry at the 2010 Seatrade Cruise Shipping at the Miami Beach Convention Center on March 15-18, 2010. The Vibo Valentia Chamber of Commerce is now stronger thanks to the formation of the Special Agency, a committee designed to handle all aspects of tourism and promotion.

Seatrade Cruise Shipping Miami is the most important yearly event in the cruise industry. For more than 25 years, the best companies in the manufacturing, tourism and cruise industries have attended this trade show. In 2009, Seatrade CSM attracted about 10,000 visitors and 900 exhibitors. It is the perfect place to begin exploring Vibo Valentia, a city in the middle of the Mediterranean Sea and of the warm and inviting Southern Italy, full of cultural history.

*Il turismo rappresenta una delle più grandi risorse economiche del nostro tempo ed è destinato a diventare una delle principali industrie mondiali, insieme a quella legata all'organizzazione del tempo libero. In questo contesto, il settore del turismo nautico si afferma in forte ascesa e ciò porta alla necessità di ripensare l'idea stessa di turista per meglio identificarne le varie tipologie. Infatti, il turista che arriva "via terra" non può più essere considerato come la categoria principale, e l'immagine del turista classico comprende sempre più la tipologia di chi arriva "via mare".*

*A supporto di questa importantissima industria, anche per il 2010 la camera di commercio di Vibo Valentia (Calabria) sarà presente al padiglione Italia di Cruise Shipping Miami, presso il Convention Center di Miami Beach dal 15-18 marzo 2010 affiancata dalla collaborazione esperta della IACC di Miami. Quest'anno, l'ente camerale è ancora più solido grazie alla costituzione della Azienda Speciale, per il Porto di Vibo Valentia, struttura designata al supporto delle politiche di promozione della più importante infrastruttura economica presente nella provincia di Vibo Valentia.*

*Cruise Shipping Miami è il più importante evento dell'anno per il settore crocieristico: per oltre 25 anni, questa manifestazione ha riunito il meglio dell'industria manifatturiera, turistica e crocieristica di tutto il mondo. Nel 2009 CSM ha attratto 10.000 visitatori e 900 espositori. Questo evento rappresenta per tanti l'occasione di scoprire Vibo Valentia, nel cuore del Mediterraneo ed al centro della calda ed accogliente Italia del Sud, ricca di uno sconfinato bagaglio storico e culturale.*

*In particolare, la Calabria è una regione di misteri e storia dove la cultura contadina è rimasta viva più che in altre regioni d'Italia; è anche un'area dalle proprie peculiarità gastronomiche legate alla terra ed al mondo agro-pastorale, nella quale sopravvivono tradizioni folkloristiche arcaiche come, per esempio, gli spettacoli suggestivi e ricchi di fascino delle feste che si organizzano durante la stagione estiva.*

*La Provincia di Vibo Valentia comprende una popolazione di circa 174.000 abitanti, si affaccia sul Mar Tirreno, di fronte alle Isole*

Calabria is a region full of mystery and history, where rustic culture is still alive, more than in any other region of the country. This area is also rich of specific gastronomic diversity linked to the agro-pastoral world; where ancient folkloristic traditions still live; for example, the fascinating shows performed during the summer festivals.

The Vibo Valentia region (Calabria, Italy) has a population of about 174,000 inhabitants. It overlooks the Tyrrhenian Sea and is located in front of Eolie Islands, between the Gulf of Sant Eufemia and the Gulf of Gioia Tauro. Vibo Valentia offers two well equipped seaports along the cruising routes in the Mediterranean Sea: the poly-functional Port of Vibo Valentia Marina or Port of Santa Venere (ancient name) which is the main port allowing docking and anchorage and the Port of Tropea, a touristy port allowing only external anchorage points. The touristy season is long and pleasant and to face it there are 240 hotels and holiday villages, 426 restaurants and 361 bars and coffee bars. Vibo Valentia's district offers shelter to two million tourists every year, of which 32% are foreigners, mainly from Germany.

Tour operators and itinerary planners are invited to discover the tours this province has to offer, beginning from the eno-gastronomic, artistic and alternative up to those designed by the tourist's desires. These are some of the rare opportunities that distinguish Vibo Valentia and Tropea's ports.

Calabria represents an ideal setting for a healthy and relaxing getaway that brings visitors into contact with pristine landscapes, crystal clear seas, white sandy beaches, rich seabeds, and scenic Calabrian hills and mountains where tourists can experience an alternative "green" vacation. The numerous antique buildings, the churches and the traditional squares that surround the rich and lively antique town centers where one can buy local culinary and gastronomic products, are surely not to be missed. Otherwise, in seeking to rediscover the ancient flavors, given the widely searched local products (the red Tropea onion, the traditional salami from Spilinga known as 'nduja, , traditional pastas like Fileja, Pecorino from Monte Poro, a hand-made ice-cream from Pizzo known as Tartufo, extra-virgin olive oil, the local wine), tourists can explore a Calabria that is both diverse and rich with natural resources and exceptional culinary traditions.

For more information contact the Italy- America Chamber of Commerce Southeast at 305-577-9868 or write to [services@iacc-miami.com](mailto:services@iacc-miami.com) or visit [www.vibovagando.com](http://www.vibovagando.com) to experience a virtual escape in this unique Southern Italy province.

*Eolie, ed è posizionata tra i Golfi di Gioia Tauro e di Sant'Eufemia. La provincia offre due porti turistici ben attrezzati ed inclusi in vari itinerari crocieristici nel Mediterraneo: il porto polifunzionale di Vibo Valentia Marina (anche conosciuto come Porto di Santa Venere) è il porto principale che consente l'ancoraggio e l'ormeggio; il porto di Tropea, è quello turistico che consente solo ancoraggi in punti esterni. Qui la stagione turistica è lunga e piacevole; i quasi due milioni di turisti annuali (il 32% dei quali stranieri, tedeschi in particolare) sono accolti da 240 tra hotel, villaggi vacanza e B&B, 426 ristoranti e 361 bar.*

*Tour operator e itinerary planners sono invitati a scoprire i percorsi che la provincia offre, a partire da quelli enogastronomici, artistici, alternativi, fino a quelli disegnati sulle esigenze dei turisti e visitatori: queste sono opportunità che si presentano raramente e che distinguono i porti di Vibo Valentia e Tropea.*

*La Calabria rappresenta una realtà ideale per un soggiorno salubre e riposante a contatto con una terra incontaminata, con i mari limpidi e puliti, spiagge bianche, fondali marini variegati, ma anche per una vacanza "verde" alternativa sulle colline ed i monti calabresi. Imperdibili sono gli innumerevoli palazzi storici, le chiese, le piazzette che contornano i ricchi e vivaci centri storici dove si posso acquistare prodotti tipici e dell'artigianato. Oppure alla riscoperta di antichi percorsi e di antichi sapori, grazie ai ricercati prodotti locali (la cipolla rossa di Tropea, la 'nduja di Spilinga, i Fileja, il Pecorino di Monte Poro, il Tartufo di Pizzo, l'olio extravergine d'oliva, il vino locale) all'insegna di un turismo rurale enogastronomico e naturalistico.*

*Per ulteriori informazioni contattare la Italy-America Chamber of Commerce Southeast al 305-577-9868 oppure [services@iacc-miami.com](mailto:services@iacc-miami.com), mentre per avere una prima avventura visiva e musicale di questa piccola ma ricca provincia del Sud d'Italia visitate il sito [www.vibovagando.it](http://www.vibovagando.it).*



# Minotti®



SOFA: WILLIAMS

ARMCHAIR: COLEY

RUG: DIBBETS

SIDE TABLES: WILLIAMS CON

OTTOMAN: WEARING BUTTON

abitare





your

inner

space

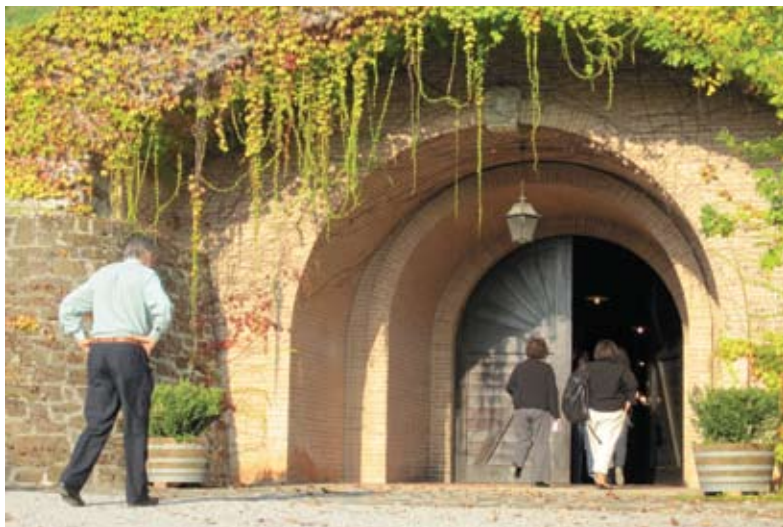
abitare

MODERN DESIGN FURNITURE

# Friuli-Venezia Giulia, a Foodie's Dream Come True

ONE OF THE BEST WAYS TO GET TO KNOW A REGION IS THROUGH ITS FOOD AND WINE

BY IRENE MOORE, WHERE MAGAZINE



In September, at the ideal time of the harvest, I was invited by the Italy-America Chamber of Commerce in Miami on a "Buy FVG," press trip to Friuli-Venezia Giulia. It was sponsored by the Agenzia Regionale Turismo Friuli-Venezia Giulia. The press trip was quite an undertaking on the part of FVG's Agenzia Regionale. There were 150 attendees from all over Europe, but only five from the U.S., all from Miami. The Miami attendees were selected for their wine and culinary credentials, and our portion of the press trip focused on the area's wine and food. Friuli-Venezia Giulia is very interested in Miami as a luxury market, and with good reason: the wines, cheeses, and the noted San Daniele ham of the region are just beginning to be known here.

The entire Miami press contingent was unfamiliar with the region, as are many Americans, but Friuli-Venezia Giulia is an amazingly diverse region that is well worth getting to know better. Deep in the heart of Europe, it is known as the center of "Middle Europe." Friuli's position has made it very important in European and Italian history. The great powers of Europe have fought over the area for its entire history, due to its deep port and strategic position in the middle of the continent.

Friuli-Venezia Giulia sticks out like a small ear in the Northeastern corner of Italy, bordered by Austria to the North, Slovenia to the East, the Adriatic to the South, and the Veneto region to the West. The name Friuli-Venezia Giulia comes from the Latin name for the ancient capital of the Duchy of Lombardia. The Lombards built a city called Forum Iulii, "Forum Iulii" ("Julius' forum", named after Julius Caesar), now called Cividale del Friuli, from which the name "Friuli" is derived.

It is made up of three areas: Friuli, Venezia and Giulia, each having its own dialect, culture, and food. For instance in Friuli, the ancient dialect Friulian is still spoken therefore, instead of "Buon Giorno," you will hear the typical Friulian greeting "Mandi" which roughly translated means, "May God be

*A settembre, durante il periodo della vendemmia, sono stata invitata dalla Camera di Commercio Italo-Americana di Miami ad un viaggio organizzato in Friuli-Venezia Giulia denominato "Buy FVG" e sponsorizzato dall'Agenzia Regionale Turismo Friuli-Venezia Giulia. Un progetto molto impegnativo per l'Agenzia regionale Friuli-Venezia Giulia: 150 i giornalisti giunti da tutta Europa, mentre solo 5 dagli Stati Uniti, tutti provenienti da Miami. I giornalisti di Miami sono stati selezionati sulla base delle loro competenze in ambito eno-gastronomico e, per questo motivo, l'itinerario era per loro focalizzato sulla cucina e prodotti tipici. La regione del Friuli-Venezia Giulia ha particolare interesse a promuovere i prodotti eno-gastronomici a Miami in quanto città del lusso e soprattutto perché i vini, i formaggi ed il famoso prosciutto San Daniele sono solo da poco stati introdotti in questo mercato.*

*L'intero gruppo di giornalisti della Florida non conosceva la regione, così come gran parte degli americani, ma il Friuli-Venezia Giulia è una regione così sorprendentemente varia che vale davvero la pena di conoscerla meglio. Nel cuore profondo dell'Europa, è conosciuta come il centro dell'Europa Centrale. Grazie alla sua posizione ha assunto grande importanza nella storia dell'Europa e della stessa Italia. Le potenze europee hanno da sempre combattuto in questo territorio, a causa della presenza di porti importanti ed alla posizione strategica al centro del continente.*

*Il Friuli ha la forma di un piccolo orecchio nell'angolo nord-orientale dell'Italia. Confina con l'Austria a nord, con la Slovenia ad est, con il mare Adriatico a sud e con la regione Veneto ad ovest. Il nome Friuli-Venezia Giulia deriva dal nome latino dell'antica capitale del ducato lombardo: "Forum Iulii" (il Foro di Julius, in nome di Giulio Cesare), oggi denominata Cividale del Friuli.*

*La regione si suddivide in tre aree: Friuli, Venezia e Giulia, ognuna con un proprio dialetto, tradizioni e cucina locali. In Friuli, ad esempio, è tuttora comune il dialetto friulano, per cui il "buongiorno" è tradotto tipicamente con il saluto "mandi", che significa più o meno "che Dio sia con te". Il capoluogo della regione è Trieste, ubicato nella parte più settentrionale del mare Adriatico, a sole dieci miglia dalla Slovenia. Il Friuli-Venezia Giulia si divide in quattro province: Gorizia, Pordenone, Trieste ed Udine. Per quattro giorni la nostra base è stata Villa Gallici Deciani nella provincia di Udine, una villa di proprietà del Conte Luigi Deciani, un ottimo padrone di casa.*

*Il nostro tour si è concentrato sulla cucina e sui vini della regione, e si è rivelato un modo perfetto per conoscerla. L'economia locale si basa per lo più sull'agricoltura; le principali coltivazioni sono: il mais, la barbabietola da zucchero, il grano, la soia e soprattutto la produzione dei rinomati vini. La cucina del Friuli-Venezia Giulia è molto varia e riflette le diverse influenze dell'Europa centrale e le diverse culture che l'hanno attraversata. La sua cucina ha influenze che non si trovano nelle tradizioni culinarie di altre regioni italiane: dall'impero austro-ungarico, ai tedeschi, slavi, ungheresi e persino greci. Gli ingredienti più utilizzati sono il maiale, le patate, le rape, i cavoli, il formaggio Montasio – dal quale si ricava il tipico piatto locale, il "frico" – la ricotta affumicata, ed il pesce, principalmente utilizzato nelle zone a ridosso del mare Adriatico. Un altro elemento importante della cucina, essenziale per i friulani, è la polenta fatta con farina di mais.*

*È molto noto anche il prosciutto San Daniele, meno salato e più dolce del Prosciutto di Parma. Fatto nella città di San Daniele alle pendici delle Alpi, questo prosciutto deve il suo profumo e la sua consistenza delicata all'aria asciutta e pulita delle montagne. È servito in fette sottilissime, da solo o anche col Montasio locale.*

with you.” The capital of the region is Trieste, located at the apex of the Adriatic Sea, and only ten miles from Slovenia. Friuli-Venezia Giulia is divided into four provinces: Gorizia, Pordenone, Trieste and Udine. For four days our base was the Villa Gallici Deciani in the Udine area, a villa and lodge where Count Luigi Deciani was our gracious host.

The trip focused on the cuisine and wine of the region, and was a wonderful way to get to know it. The local economy is largely based on agriculture; the main crops are maize, sugar beet, wheat, soy beans, and the production of renowned wines. Friuli-Venezia Giulia’s cuisine is diverse, showing distinct middle European influences and reflecting the many cultures that have made the city home. The cuisine has culinary influences not found in the cuisines of any other region of Italy: the Austro-Hungarian Empire, German, Slav, Hungarian, and even Greek cuisine. The most important ingredients are pork, potatoes, turnips, cabbage, Montasio cheese—from which the local dish frico is made—and smoked ricotta cheese, with seafood being more prominent along the Adriatic coast. Another staple of the cuisine that is very important to the friulani is polenta, made from cornmeal.

The locale is also known for its San Daniele ham, on a par with the famed Prosciutto di Parma, though it’s less salty and has a sweeter taste. Made in the town of San Daniele at the base of the Alps, the dry-cured ham owes its flavor and soft texture to the dry mountain air of the area. It is served raw in paper-thin slices, either on its own, but most often it is served with local Montasio cheese.

Friuli-Venezia Giulia is one of Italy’s leading wine producing areas, covering 20,000 hectares of vineyards. 60% produce white grapes and the remaining 40% produce red grapes. Countless grape varieties and many small producers make Friuli-Venezia Giulia the most complex region of Northeast Italy to become familiar with. It is divided into eight wine growing areas with DOC denominations: Collio, Grave, Isonzo, Carso, Aquileia, Latisana, Annia and Colli Orientali Del Friuli. Vineyards are planted on the region’s steep mountainsides, the limestone plateau of the Carso, and the gentle rolling hills of the Colli. The best wines come from three DOCs in the east, from the Northern part of the Friuli Isonzo DOC and from an area that includes the hills of the Collio Goriziano (“Collio”) and the Colli Orientali del Friuli.

In the Colli Orientali Del Friuli, the eastern hills, the denomination is known throughout the world as an area dedicated to the production of excellent and crisp white wines of great elegance. Taking advantage of the ideal soils and growing conditions for high-quality white wines, the local winegrowers have been capturing world attention for their wines. Only Tuscany and Piedmonte win more awards for their wines. The area’s signature white wine is Friulano, one of the oldest indigenous grape varieties, with plantings in the area dating back to the eleventh century. Friulano was formerly known as Tokai Friulano, but in 2007, the “Tokai” in the name was dropped and the wine is now officially known as “Friulano.” Here the terroir is a mixture of sandstone and marl (“ponca” in Friulian dialect). The vineyards, protected by the Alps to the north, are warmed by breezes to the south that waft in from the Adriatic.

*Il Friuli-Venezia Giulia è una delle principali regioni in Italia che produce vini pregiati, con i suoi 20.000 ettari di vigneti – di cui il 60% coltivati a uve bianche, ed il 40% ad uve rosse. Moltissimi tipi di uva diversi e numerosi piccoli produttori fanno del Friuli-Venezia Giulia la regione più complessa del nord-est da conoscere. È suddivisa in otto aree con denominazione di origine controllata di crescente importanza: Collio, Grave, Isonzo, Carso, Aquileia, Latisana, Annia e Colli Orientali del Friuli. I vigneti sono coltivati sui ripidi pendii delle montagne, sull’altopiano calcareo del Carso o sulle dolci colline del Colli. I vini migliori sono quelli delle tre zone DOC nell’area est, della parte nord dell’Isonzo e dall’area delle colline del Collio Goriziano e dei Colli Orientali del Friuli.*

*I Colli Orientali del Friuli sono conosciuti in tutto il mondo per l’eccellenza dei suoi vini bianchi, eleganti e frizzanti. Grazie alle qualità ideali del suolo e delle condizioni favorevoli per la produzione di vino bianco di alta qualità, i viticoltori locali hanno saputo catturare l’attenzione del resto del mondo sui loro eleganti e frizzanti vini bianchi. Solo la Toscana ed il Piemonte hanno ottenuto più riconoscimenti per il loro vino. La principale qualità di vino bianco nell’area è il Friulano, ricavato da una delle uve più antiche tra le varietà indigene, risalente al XI secolo. Questa qualità era prima conosciuta come Tokai Friulano, ma nel 2007 il nome Tokai è stato definitivamente abbandonato ed oggi è formalmente conosciuto come Friulano. Qui il terreno è una miscela di arenaria e argilla (“ponca” in friulano). I vigneti, protetti dalle Alpi a nord, sono riscaldati dalle brezze provenienti da sud che soffiano dall’Adriatico.*

*A La Tunella, una nuova azienda vinicola vicino a Cividale tra i Colli Orientali del Friuli, la famiglia Zorzettig è una delle più all’avanguardia per quanto riguarda l’uso di nuove tecnologie vitivinicole, pur mantenendo le tradizioni locali. I vini de La Tunella incarnano la vivacità delle energie nuove e creative che stanno emergendo nella regione, personificate dall’affascinante Romina Zorzettig (agronoma) che ci ha accompagnato nella visita all’azienda di famiglia. I loro vini comprendono i classici bianchi – Pinot grigio, Chardonnay e Sauvignon – più due “Le Selenze” bianche (“eccellenze” in*





## BUSINESS

### A Foodie's Dream Come True

At La Tunella, a new winery near Cividale in Colli Orientali Del Friuli, the Zorzettig family is a vanguard family involved in new winemaking technology, while still maintaining the traditions of the Colli Orientali Del Friuli. The wines of La Tunella embody the liveliness of the new, creative energies that are emerging in the region, personified by the charming Romina Zorzettig, (who has a degree in agronomy), and showed our group around the family's winery. Their wines include classic whites - Pinot Grigio, Chardonnay and Sauvignon - plus two Le Selenze ("excellence" in the Friulian dialect) whites, Friulano and Rjgialla (from Ribolla Gialla grapes), two red wines, Refosco and Schiopettino, plus "Passito" wines from Verduzzo Friulano and Picolit grapes.

In Collio, a more hilly terrain, the terroir is composed of layers of limestone and clay. The sea, which is about twenty kilometers (12 miles) away, sends afternoon breezes over the vineyards, cooling the grapes after a warm day of sun. At the Marco Felluga and Russiz Superiore winery, we tasted wines of the Colli. Our host, Winemaker Roberto Felluga—son of the winery's founder—combines tradition with research in his winemaking philosophy to develop important quality achievements. Felluga says that the location of the winery in proximity to the mountains and the sea assures good acidity that gives the Collio wines their freshness. Our congenial host invited us to enjoy the well-structured, refined Russiz Superiore wines while overlooking the idyllic hillsides of Collio from the terrace of his vineyard's headquarters.

In the Carso, in Prepotto to be exact, we tasted excellent local red and white wines at Skerk and Zidarich wineries. Climatic conditions here are affected by a temperate Mediterranean influence such as light breezes blowing up from the sea and the Bora, a strong wind that blows in from the inland. The special feature of this wine-producing region is the red soil (terra rossa) which together with the climate of the Karst plateau, gives this area's excellent red wines a unique wild berries fragrance, dark, ruby-red color, and a vigorous, acidic style. To enhance this typical local wine, the Province of Trieste inaugurated the Terrano Wine Route in 1986, a mapped wine route including several local vineyards.



*friulano), Friulano e Rjgialla (dalle uve di Ribolla Gialla), due vini rossi, il Refosco e lo Schiopettino, ed il vino passito ricavato da uve Verduzzo Friulano e Picolit.*

*Nel Collio, zona più collinare, il terreno è composto da strati di calcare e di creta. La brezza pomeridiana del mare, che è a venti chilometri di distanza, rinfresca i vigneti dopo una giornata calda e soleggiata. Presso l'azienda vinicola Marco Felluga e Russiz Superiore abbiamo degustato i vini dei Colli. Il proprietario della cantina, l'enologo Roberto Felluga – figlio del fondatore – abbina la tradizione alla ricerca seguendo una filosofia di produzione vinicola con il prevalente scopo di realizzare un vino di alta qualità. Felluga ci ha spiegato che la posizione dei vigneti, in prossimità delle montagne e del mare, assicura un buon grado di acidità che regala ai vini bianchi del Collio la loro freschezza. E mentre guardavamo dalle terrazze dei suoi vigneti l'idilliaco panorama delle colline del Collio, ci ha invitato ad assaggiare un Russiz Superiore, vino ben strutturato e raffinato.*

*Nel Carso, a Prepotto, abbiamo degustato gli eccellenti vini locali bianchi e rossi presso le aziende vinicole Skerk e Zidarich. Qui, le condizioni climatiche sono influenzate dal clima mediterraneo, con leggere brezze provenienti dal mare, e dalla bora, il forte vento che soffia dall'interno. La principale caratteristica di quest'area è il suolo rossastro che, combinato al clima dell'altopiano carsico, dona al vino una fragranza unica di bacche selvatiche e gli dona un colore rosso rubino ed una vigorosa nota acida. Per esaltare questo vino tipico locale, la provincia di Trieste ha inaugurato nel 1986 la Via del Terrano, un percorso vitivinicolo che include la visita di alcuni vigneti locali.*

*Al di là della produzione viti-vinicola stanno assumendo sempre maggiore importanza altre tre aree produttive: l'olio extravergine di oliva, l'apicoltura e la produzione casearia. Esperti culinari apprezzano l'olio d'oliva prodotto nell'area del Carso, tra cui Zidarich offre un ottimo esempio oltre ai vini. A Prepotto abbiamo degustato la grande qualità dei formaggi caprini presso l'azienda casearia di Dario Zidarich, dove i formaggi sono lasciati invecchiare in caverne. Qui, nel Carso, una tradizione slovena, le osmize, sono divenute una vera e propria attrazione turistica. Le osmize, case private situate nel Carso, rimangono aperte al pubblico per un breve periodo durante il quale si possono assaggiare i vini locali, i salumi ed i formaggi in un contesto rurale.*

*L'ultima sera abbiamo partecipato ad una cena di gala a Trieste, dove abbiamo degustato le specialità ed i vini locali. Li abbiamo rivisto molti dei produttori di vino e degli chefs incontrati durante il nostro tour "BuyFVG". Al ritorno verso l'hotel abbiamo realizzato con grande dispiacere che questa avventura meravigliosa in Friuli stava finendo, e che l'indomani saremmo ripartiti. Tuttavia, ci sentivamo fortunati per l'opportunità dataci di vivere un'esperienza ricca di sapere e sapori!*

*La Italy-America Chamber of Commerce Southeast promuove le relazioni commerciali tra l'Italia e gli Stati Uniti. Per informazioni su opportunità ed iniziative commerciali organizzate dalla IACC potete scrivere a [info@iacc-miami.com](mailto:info@iacc-miami.com) oppure visitare il sito [www.iacc-miami.com](http://www.iacc-miami.com).*

Besides vineyards, three other important economic areas are growing: extra-virgin olive oil, bee-keeping, and dairy products. Culinary connoisseurs appreciate the olive oil produced in the Carso area, with Zidarich offering excellent examples in addition to wines. In Prepotto, we tasted the excellent quality goat cheeses at Dario Zidoric's cheese factory, where the cheeses are aged in caves. Here in the Carso area, a Slovenian tradition, the osmizas, have become a real tourist attraction. The osmizas, private homes in the Carso, are opened up for short periods where you can taste local wines, salamis and cheeses in Carso's rural setting.



Our last evening was spent in Trieste at a gala food and wine tasting with specialties of the region. We were able to see many of the winemakers and chefs that we had met along the way on our Buy FVG tour. As we made our way back to our hotel we regretted that we had to leave this wonderful area very early the next morning. However, we were glad to have been given the opportunity to live an experience rich in knowledge and delicacies!

In the U.S. the Italy-America Chamber of Commerce is devoted to fostering trade between Italy and the U.S. For information about trade initiatives, contact the Italy-America Chamber of Commerce Southeast at [info@iacc-miami.com](mailto:info@iacc-miami.com) or [www.iacc-miami.com](http://www.iacc-miami.com).



*“a place where time is not of the essence.”*

## PIZZERIA RISTO BAR

163 NE 39TH ST  
MIAMI, FL 33137

PH. 305-572-1400  
FAX 305-573-0050

[maitardiMIAMI.COM](http://maitardiMIAMI.COM)

part of





## INTERVIEW

# Massimo Lopez

MIAMI OPENS ITS DOORS TO A RENOWNED ITALIAN TALENT

BY SARA D'ANZEO



Massimo Lopez, born in Ascoli Piceno in 1952, is a symbol of Italian talent and humor. Massimo Lopez's career is well known due to his successes on television (including the famous parody *Promessi Sposi*, directed by and starring M. Lopez, A. Marchesini, T. Solenghi; *Domenica In* - 1985 and *Festival di San Remo* - 1986), on the big screen (dubbing – Ramon's voice in *Happy Feet*, 2006), on the radio (since 2007 he is part of Radio 101's daily morning show, *La carica di 101*) and in theaters (*Il Fu Mattia Pascal* - 1975 and *Allacciare le Cinture* - 1987), where he has demonstrated a genuine and versatile talent acquired over the years.

We met Massimo "virtually" and asked him a few questions in lieu of his first theatrical performance in the United States, *Ciao Frankie!*, scheduled for January 4 and 5 2010 at the Colony Theater in Miami Beach.

Comedian, actor, writer, voice actor, radio announcer and singer: when they ask you what you do for a living, what do you answer?

Some people may like to be defined in one way or another, probably in order not to feel "lost in the limbo!" You should be able to tell yourself who you are and what you've created for yourself in life in order to feel like you have your feet on solid ground.

During my artistic career, I have played dramatic roles in the Italian and non Italian classical theater, I have played comic roles, dubbed films, I have also been a television presenter, but I have also been a singer, I was even a lion, elephant and snake trainer once and I have also played the role of a pseudo-

*Massimo Lopez, nato ad Ascoli Piceno nel 1952, è un simbolo della comicità e del talento italiano. La carriera di Massimo Lopez è segnata da numerosi successi*

*televisivi (tra gli altri, la famosissima parodia dei Promessi Sposi, diretta ed interpretata da M. Lopez, A. Marchesini, T. Solenghi; Domenica In - 1985; il Festival di San Remo - 1986), cinematografici (doppiaggio - voce di Ramon - in Happy Feet, 2006), radiofonici (dal 2007 partecipa quotidianamente al Morning Show di Radio 101, La carica di 101) e teatrali (Il Fu Mattia Pascal - 1975 ed Allacciare le Cinture di sicurezza - 1987) a dimostrazione di un talento autentico e versatile coltivato nel tempo.*

*Abbiamo incontrato "virtualmente" Massimo per rivolgergli qualche domanda in occasione della prima sua rappresentazione teatrale negli Stati Uniti, Ciao Frankie!, in programma il 4 e 5 gennaio 2010 al Colony Theatre di Miami Beach.*

*Comico, attore, scrittore, doppiatore, presentatore radiofonico e cantante: quando ti chiedono che lavoro fai, cosa rispondi?*

*È vero, forse qualcuno amerebbe essere definito in qualche modo, probabilmente per non sentirsi "sospeso nel nulla"! Devi poter dire a te stesso chi sei, cosa hai costruito nella tua vita, per sentirti saldamente ancorato a questa terra.*

*Durante il mio percorso artistico ho recitato ruoli drammatici nei classici del teatro italiano e non, poi ruoli comici, poi effettivamente sono stato doppiatore cinematografico, nonché conduttore televisivo, ma anche cantante, in un caso domatore di leoni, di elefanti e di serpenti, un giorno a New York nei panni di uno pseudo giornalista per una lunga intervista a Woody Allen. Sintetizzerei tutto in una parola sola: Attore.*

*Una nuvola produce lampi, tuoni, pioggia, neve, grandine a seconda dell'altezza, della temperatura, della densità, del colore, così un attore può essere e può produrre tante cose diverse: comico, drammatico, allegro, triste, conduttore televisivo o radiofonico, cantante, etc.*

*Come hai visto cambiare il mondo dello spettacolo ed in particolar modo, del teatro nel corso della tua carriera?*

*Non si può dire se lo spettacolo sia migliore oggi rispetto al passato: si può certo affermare che è in continua evoluzione, com'è in evoluzione la nostra vita reale.*

*Quello che forse si comprende di meno è quale sia il confine fra mondo dello spettacolo e "resto del mondo". Si dice che lo spettacolo sia finzione e prenda spunto dalla realtà, ma oggi la realtà sembra un'esasperazione di se stessa. Viene sottolineata ed evidenziata a volte in modo forzato, a volte grottesco, al punto che risulta che sia la realtà medesima a prendere spunto dallo spettacolo. Siamo al paradosso! La realtà supera la fantasia. In questa confusione, penso che il teatro evidenzi maggiormente quei confini fra resto del mondo e mondo dello spettacolo: il confine è quel rapporto terapeutico con il pubblico che devi sentire nell'anima ogni sera, quella generosità nel dare emozione e ricevere la stessa dalla platea come energia per continuare ad emozionare e così via. Il teatro è per me il mezzo migliore per avere una risposta diretta dalle persone, e non morirà mai.*

*A gennaio porterai al Colony Theater di Miami Beach uno spettacolo che in Italia ha già riscosso enorme successo e si intitola "Ciao Frankie!". Puoi darci un'anticipazione?*

*Ciao Frankie nasce dal mio desiderio personale di fare un omaggio ad un grande artista come Frank Sinatra, ed è uno spettacolo di ampio respiro, lo slalom tra le sue canzoni condito con divertimento, comicità, imitazioni, riferimenti*



journalist interviewing Woody Allen for a day in New York City. I would summarize everything into one word: Actor.

A cloud produces lightning, thunder, rain, snow, hail, depending on its height, temperature, density and color. Just like a cloud, an actor can be and transmit many different things: television/radio presenter, singer, comic, tragic, happy, sad, etc.

How have you seen the entertainment world change during the course of your career? How has the theater in particular changed?

We cannot say that the entertainment world is better now than it was in the past: we can definitely say that it is constantly evolving, just like our daily lives evolve. What may not yet be clear is the boundary between the entertainment world and the "rest of the world." It is said that acting is fiction and that it receives its inspiration from reality, but today the reality of life seems to be an exasperation of itself. It is sometimes forcefully underlined and highlighted, sometimes even grotesquely, to the point that reality gets its inspiration from the show itself. It is almost paradoxical! Reality exceeds imagination. In the midst of this confusion, I think the theater places more focus on those boundaries between the world and the entertainment world: the boundary is the therapeutic relationship with the audience that you feel in your soul every night, the generosity in giving and receiving the same emotion from the audience as well as the energy you need to continue moving the audience and so on. The theater, for me, is the best way to get a straight answer from the audience, and this will never fail.

In January you are bringing a show which has proven to be a huge success in Italy titled, "Ciao Frankie" to the Colony Theatre in Miami Beach. Can you give us a preview?

Ciao Frankie stems from my personal desire to pay a tribute to a great artist like Frank Sinatra. It is a show of broad slalom between his songs spiced with fun, humor, imitation, and ironic references to current events. The show innovates itself everyday with moments of improvisation that render it vital. It seems strange to say these things because these are the things the audience usually tells me when they leave the theater. Sometimes I ask them: "What did I do tonight?" Someone might ask, "What does Pope Ratzinger's speech or Berlusconi's imitation have to do with Sinatra? It is exhilarating! How do you do those deviations with such ease?" I feel like responding, "It sounds really interesting, I think I might go see it!"

Who do you expect to see in the audience?

I expect to see an audience. Then, I expect an audience who can indulge in fun and laughter and who comes with the desire to spend a couple of entertaining hours full of good music. I expect to find Italians who can enjoy my characters and the songs and I expect to find Americans who can appreciate my generous and humble attempt to honor one of their greatest artists of all times.

*ironici all'attualità. Lo spettacolo ogni giorno può respirare e innovarsi con momenti di improvvisazione che lo rendono molto vitale. Mi sembra strano dover dire queste cose perché sono quelle che in genere il pubblico mi riferisce quando esce dal teatro. A volte chiederli io a loro: "cosa ho fatto stasera?" Qualcuno potrebbe chiedermi: "cosa centra il discorso di papa Ratzinger o l'imitazione di Berlusconi con Sinatra? Esilarante! Come fai a fare con disinvoltura queste deviazioni?" Mi viene da rispondere: "Bè curioso davvero, quasi quasi vado a vederlo!"*

Chi ti aspetti di trovare in platea?

*Mi aspetto di trovare un pubblico. Poi, che questo pubblico si lasci andare al divertimento con semplicità, con la voglia di passare un paio d'ore in allegria e con buona musica. Mi aspetto di trovare italiani che possano divertirsi con i miei personaggi e con le canzoni, mi aspetto di trovare americani che possano apprezzare il mio generoso umile tentativo di omaggiare un loro grande artista.*

È la prima volta che ti esibisci negli USA: perché hai scelto Miami?

*Sì, è la prima mia esibizione negli Stati Uniti con uno show in teatro. Sin da bambino ho avuto una grande passione per l'America, per il modo di fare spettacoli in America, e confesso che una serie di sogni si sono realizzati e stanno per realizzarsi. Sognavo di essere attore, ed è accaduto; sognavo di poter cantare, ed è accaduto; sognavo di farlo con Mina, e anche questo è accaduto; sognavo di sognare Sinatra e fare uno spettacolo negli USA, e sta per accadere; ciò mi rende felice. Nel 1991 ho conosciuto Miami e sono rimasto affascinato dalla luce, dal colore del cielo, dalla forma delle*



## INTERVIEW

Massimo Lopez



It is the first time you perform in the USA: Why did you choose Miami?

Yes, it is both my first exhibition and show in a theater in the United States. Since my childhood I have always had a great passion for America and for the way show business is managed in America. I confess that a series of dreams have been fulfilled and others are in the process of being fulfilled. I dreamt of being an actor and it happened, I dreamt of being able to sing and it happened, I dreamt of singing with Mina and this also happened, I dreamt of dreaming with Sinatra and of doing a show in the U.S. and this is about to happen; all this fulfills me. I first visited Miami in 1991 and I was fascinated by the lights, by the color of the sky, by the shape of the clouds that stand out in the horizon, by the emerald green sea, by the pastel colors, by the happiness of the locals, by the Latin music and by the Italians who have done so many wonderful things in this city. Once an Italian recognized and stopped me and asked, "Are you here to buy a house?" and I answered, "No, why?" and he said that many Italians were buying homes in Miami because of their convenient prices and because of the great lifestyle Miami has to offer. The day after, I bought an apartment and since then, I visit Miami every year to recharge my soul. Every time I visit I find myself in a new city. How can one get tired?

What are your plans for the future? Is there still something you would like to test yourself with?

Future plans: I look forward to changing the flooring and the kitchen in my South Beach house. I will think further ahead about the furniture, for now there is no hurry. I might put the dryer in the closet in order to create more space. As for the show, I think I will continue presenting it and maybe even do a scene or two on the big screen. This is not only a desire but a future project as well. I am working on a drama television pilot that I hope will be taken on by RAI in the future and I am also writing a new play that will make everyone to laugh on stage next season 2010/2011. Who knows if I will come back to Miami with another show.

 We hope so!

*nuvole che si stagliano nette fino all'orizzonte, dal colore verde smeraldo del suo mare, dai colori pastello, dall'allegria dei locali festosi, dalla musica latina, e anche dagli italiani che hanno realizzato tante belle cose in città. Proprio un italiano mi fermò, e riconoscendomi mi disse: "anche lei qui per comprare una casa?" io dissi "no perché?" e lui rispose che molti italiani compravano casa per la convenienza dei prezzi e per lo stile di vita di Miami. Il giorno dopo acquistai un appartamento e da allora ogni anno mi affaccio a Miami Beach per ricaricarmi l'anima. E ogni anno trovo una città con qualcosa di nuovo. E come si fa a stancarsi?*

*Quali sono i tuoi progetti per il futuro? C'è ancora qualcosa in cui vorresti metterti alla prova?*

*Progetti per il futuro: cambiare il pavimento nella casa di South Beach e la cucina. Per i mobili ci penso più avanti, per adesso non c'è fretta, penso di mettere l'asciugatrice nel closet così creo più spazio. Per quanto riguarda lo spettacolo penso che continuerò a cavalcarlo magari tentando anche qualche puntatina al cinema. Questo come desiderio e come progetto. Sto lavorando alla realizzazione di un importante progetto di fiction TV che spero possa realizzarsi in futuro per la RAI e sto scrivendo un nuovo spettacolo teatrale tutto da ridere che porterò in scena nella prossima stagione 2010/2011 e chissà che non possa tornare nuovamente a Miami.*

*Ce lo auguriamo!*





INSPIRED BY ART, DRIVEN BY TRADITION.



Fantini Mosaici



Fantini Marmi

1900

[WWW.FANTINIMOSAICI.COM](http://WWW.FANTINIMOSAICI.COM)

MILAN. MIAMI. ABU DHABI. MOSCOW. **BRANCH OFFICE U.S.:** 2144 N.E. SECOND AVENUE, MIAMI, FLORIDA 33137. +1 305 5720990



# A Creative Mind at Work – Part I

BY ANTONIO NANNI, PH.D., P.E., PROFESSOR AND CHAIR DEPT. OF CIVIL, ARCH. & ENVIRON. ENGINEERING, UNIVERSITY OF MIAMI, NANNI@MIAMI.EDU

In the last three issues of *it Italian Trade*, I have shared with you the current thinking on entrepreneurship as reported by the Kauffman Foundation. I believe that it is now the time to give you a practical example of what is happening here in our own community to demonstrate that research and development in the context of academia are critical contributors to creating a sustainable future.

I have asked one of our PhD candidates, Alexander Suma (a.suma@umiami.edu), to write about his journey to entrepreneurship (Part I) and describe to you his invention that, in our belief, may change the way we live (Part II).

## A personal experience

I would like to start from my first year in the Master of Structural Engineering program at Eindhoven University of Technology. Here, I rapidly discovered that design and creativity are the foundation of engineering and that structural engineering is indissolubly connected to architecture. Consequently, I decided to enroll in the Master of Architecture program as well. I was allowed to study in both programs simultaneously and to combine the projects and final thesis. When I more clearly started to realize the synergetic essence of my choice, I wrote this down and saved it: "A study combination of Architecture and Structural Engineering leads to an exceptional opportunity to create new designs. Inspiration from nature has a great influence on concepts for design."

During my years of Master studies, I developed my architectural "signature" and started to participate in design competitions. In one of the contests, the task was to design a seating object that should offer coverage and be made with precast concrete. I submitted a design for a setting of overhanging, curved chairs called Relax&Meet which met the requirements, was novel in the eyes of the jury, and won me the first prize. As a result, my design was realized and exhibited during an international conference in Amsterdam. Making a design with my philosophical point of view was one thing, but physically producing this complex shape was something else. I worked the first month with three carpenters to make the two mirrored forms, which did not have a single straight line. The next month I worked with the precaster who had to fill the forms with pigmented high strength concrete and finally, I arranged the assembling and logistics in Amsterdam. This was my first experience as an entrepreneur by bringing to life one of my designs.

Being enthusiastic and driven by my previous experience, I later served as president for a student association (KOers, [www.koerstue.nl](http://www.koerstue.nl)) where I came up with the idea of challenging the world record of building a bridge by beer crates with a span of 12.60 meters (41 ft). The former record was 7.60 meters (25 ft). The bridge design counted for 12,000 crates that had to be built by 100 students during three days. After one year of preparation, a sponsored budget of almost € 100,000 (\$145,000) and lots of voluntary help and support, I led the association to the five-day event where we managed to do the job, achieve the record and be broadcasted every day in the news and radio of three neighboring countries.

Before I finished my Masters' thesis in Eindhoven, I applied for a three month scholarship that was given by the Netherlands South Florida Scholarship



*Nelle ultime tre pubblicazioni di it Italian Trade ho condiviso con voi l'opinione corrente circa l'imprenditorialità così come concepita dalla Fondazione Kauffman. Credo sia arrivato il momento di darvi un esempio pratico di cosa sta accadendo nella nostra comunità per dimostrare quanto ricerca e sviluppo nel contesto accademico siano fattori determinanti per la creazione di un futuro sostenibile.*

*Ho chiesto ad uno dei nostri dottorandi, Alexander Suma (a.suma@umiami.edu), di raccontarci del suo percorso verso l'imprenditorialità (prima parte) e di descriverci poi la sua invenzione che riteniamo possa rivoluzionare il nostro stile di vita (seconda parte).*

## Un'esperienza personale

*Mi piacerebbe cominciare il racconto dal mio primo anno al Master Program di Ingegneria Strutturale presso l'Università Tecnologica di Eindhoven. Già da allora intuì che il design e la creatività sono alla base dell'ingegneria e che l'ingegneria strutturale è indissolubilmente legata all'architettura. Per questo decisi di iscrivermi anche al Master di Architettura. Sono riuscito a seguire contemporaneamente entrambi i programmi ed a realizzare congiuntamente i vari progetti e la tesi finale. Non appena compreso in modo più chiaro l'essenza sinergica della mia scelta, ne presi buona nota: "Uno studio abbinato di architettura ed ingegneria strutturale conduce verso un'eccezionale opportunità per la creazione di nuovi stili. Lasciarsi ispirare dalla natura genera un impatto grandioso sui concetti di design".*

*Durante i miei anni di studio al master, ho sviluppato il mio stile architettonico ed ho iniziato a partecipare a concorsi di design. In uno di questi si trattava di progettare una seduta fatta di calcestruzzo prefabbricato. Presentai il disegno di una struttura con uno schienale ricurvo che ho chiamato Relax&Meet che, rispettando le caratteristiche richieste, sembrava del tutto innovativa ai giudici e mi fece conquistare il primo premio (figura 1). Grazie a questo premio, il mio progetto fu realizzato ed esposto durante una conferenza internazionale ad Amsterdam. Disegnare un progetto originato da una visione concettuale-teorica è stata una cosa, ma la sua produzione concreta è stata tutt'altro. Il primo mese ho lavorato con tre carpentieri per creare due forme simmetriche che non avevano nemmeno una singola linea dritta. Il mese successivo ho lavorato sullo stampo che doveva essere poi riempito di calcestruzzo pigmentato ad alta resistenza ed infine mi sono occupato del trasporto ad Amsterdam e dell'assemblaggio. Questa è stata in definitiva la mia prima esperienza da imprenditore: dare vita ad uno dei miei progetti.*

*Entusiasta e motivato dall'esperienza precedente, sono stato poi presidente di un'associazione studentesca (KOers, [www.koerstue.nl](http://www.koerstue.nl)) dove ho proposto di battere il record mondiale nella costruzione di un ponte fatto di casse di birra, con un angolo di 12,6 metri (figura 2). Il record precedente era stato di 7,6 metri. Il progetto del ponte implicava l'utilizzo di 12.000 casse e la costruzione avrebbe richiesto l'impiego di 100 studenti e tre giorni di lavoro. Dopo un anno di preparazione, un budget sponsorizzato di circa 100.000 euro e grazie al grande aiuto e supporto di volontari, l'associazione è riuscita a realizzare un evento di cinque giorni durante il quale abbiamo portato a termine il lavoro, conquistato il nuovo record e ricevuto l'attenzione dei notiziari TV e radiofonici di tre paesi vicini.*

Foundation ([www.nflsf.org](http://www.nflsf.org)), and received travel support, housing and a stipend to study at the University of Miami. I presented my thesis in Eindhoven and one week later I stood in front of the Holiday Inn, across from the University of Miami. Three months experience at UM and a conference in St Louis gave me enough reason to accept Professor Nanni's invitation to go back to the Netherlands, arrange my visa and come back to start my PhD at UM.

A year later, during the lunch of an event where a NSF committee visited for one of Professor Nanni's research proposals, I sat next to Dr. Bart Chernow, UM Vice Provost for Technology Advancement. A while later, I was in his office showing him a new system for wind energy harvesting. I took my drawings, poster and sketches of the integration of this system in four traditional roof types. As I began my presentation, he started smiling, interrupted me and left the office to come back after five minutes with two colleagues. As I repeated my story, he commented that this idea had the potential to change the world. At the end, he thanked me and said he would call me as soon as possible to arrange for the filing of a patent.

Before I tell you about my wind energy invention for residential buildings in the next issue of ".it", I would like to conclude by drawing a consideration on my personal experience during my college years. Students can distinguish themselves in creativity, leadership, management skills and professional independence, which are the seeds to entrepreneurship. This development occurs mainly outside the classroom and requires mentoring and support. Academia is the fertile ground where students can practice, are allowed to make mistakes and can discover and nurture their own strengths and uniqueness.

*Prima di terminare la mia tesi per il master ad Eindhoven, feci domanda per una borsa di studio di 3 mesi offerta dalla Netherlands South Florida Scholarship Foundation ([www.nflsf.org](http://www.nflsf.org)), e così ricevetti un supporto per il viaggio ed il soggiorno ed uno stipendio per studiare alla University of Miami. Discussi la mia tesi ad Eindhoven e una settimana dopo mi trovavo all'Holiday Inn, di fronte all'Università di Miami. Un'esperienza di soli tre mesi in questa università ed una conferenza a St. Luis mi hanno dato una ragione sufficientemente valida per accettare l'invito del professor Nanni a tornare in Olanda, procurarmi il visto e ritornare in America per cominciare il mio dottorato presso la University of Miami.*

*Un anno dopo, durante un pranzo organizzato in occasione di una visita del comitato NSF per la valutazione di un progetto di ricerca del professor Nanni, ero seduto vicino al dottor Bart Chernow, Vice-Presidente della facoltà di Avanzamento Tecnologico presso l'Università di Miami. Poco tempo dopo, mi ritrovai nel suo ufficio per mostrargli un nuovo sistema di cattura dell'energia eolica. Portai i miei disegni, i miei poster e le mie bozze riguardanti l'integrazione di questo sistema su quattro tipologie di tetti tradizionali. Non appena iniziai la presentazione, lui cominciò a sorridere, mi fermò e mi lasciò solo nell'ufficio per ritornare dopo cinque minuti con due colleghi. Ripetei allora la mia storia e lui commentò che quell'idea aveva il potenziale per cambiare il mondo. Alla fine mi ringraziai e disse che mi avrebbe chiamato appena possibile per avviare la procedura di riconoscimento di un brevetto.*

*Prima di raccontarvi, nel prossimo numero di .it Italian Trade, della mia invenzione sull'energia eolica per edifici residenziali, mi piacerebbe concludere con una considerazione maturata grazie alla mia esperienza personale nel periodo universitario. Gli studenti si possono distinguere per creatività, leadership, capacità manageriali ed indipendenza professionale – che sono i semi dell'imprenditorialità. Ma queste qualità si sviluppano principalmente fuori dalle classi e richiedono addestramento e supporto. Il mondo accademico rappresenta quell'ambiente dove gli studenti possono fare pratica, dove è consentito fare errori e dove possono scoprire e nutrire la propria forza ed unicità.*

**ARHM&F**

Avila Rodriguez Hernandez  
Mena & Ferri LLP



- International and Domestic Corporate Practice
- Real Estate
- Immigration
- Commercial Litigation and Arbitration
- Tax and Real Estate Planning
- Fluent in Spanish and Italian

**Marco Ferri**  
(305) 779-3560  
[www.arhmf.com](http://www.arhmf.com)

# Business Lounge



## Cascella Conquers the U.S. Market

Cascella, an Italian boutique company, recently opened their first U.S. based boutique in South Beach, FL during the first week of August 2009. The opening of this boutique store in Miami is the Cascella family's first step towards conquering the U.S. market. Located at 1106 Lincoln Road, Cascella has opened a boutique full of breezy and colorful high-end casual brands from Italy and other parts of Europe.

As an atelier with an exclusive customer target and active in the most fashionable showrooms in Italy, Cascella can dress everyone: from the dandy to the hippy-chic person, from classic to street style ones.

The new Lincoln Road boutique features hard-to-find Italian apparel by Dirk Bikkembergs, Paolo Pecora, Frankie Morello, and European apparel by Vicri, Neil Barrett, Tom Rebl, 180Grammes, Les hommes, Cellina von Mannstein.

For Cascella, this expansion is a very important turning point. Up until their physical presence in the U.S., Cascella owned boutiques exclusively in Rome, Porto Cervo and Pescara. Taking the action of opening a boutique in Miami represents the strategic transformation of a historical Italian atelier into an international retailer. Miami currently acts as the launch pad for Cascella's future expansion in the U.S. market.



## Sidi America is Born

On September 1, 2009, the company from Maser (Treviso) announced the opening of SidiAmerica, their new point of reference for the American cycling market. The branch was inaugurated in Marina, on the Monterrey peninsula in California, and will be led by Mr. Al Budris, who has been a long time collaborator of the Signori family, who own SidiSport. "We have been active for some time in the U.S., one of the world's most important markets – explains Daniele Signori for SidiSports – There is a great potential for our brand. With an eye on maximizing this potential, we have decided to move even closer to our partners the retailers and authorized sales agents. This is why we thought it was important to establish an American subsidiary branch called SidiAmerica that will allow us to communicate more rapidly and efficiently with our partners on the ground." In the motorcycling sector in the U.S., SidiSports' product distribution networking will continue to be managed by Motonation. SidiAmerica made its public debut at Interbike, the international cycling exhibition in Las Vegas last September. With over 20,000 visitors, this expo counts as one of the most important events in the world for this sector.



## Sicilian Eolo Energie and American Verde Bio Fuels Inc. Partner Up for a Greener Tomorrow

An agreement was made between Sicily and USA with the purpose of building a high technology bio-diesel plant. This was the result of the conclusion the first edition of the "World Meeting of Sicilian Businessmen" in Syracuse, Italy.

The event, organized by the Sicilian Region, in collaboration with CSNA (North American Sicilian Confederation) and "Sviluppo Italia" Sicily, with the support of Invitalia and Tre, achieved the attendance of 100 successful Sicilian businessmen in the entrepreneurship, research, cultural and social (selected from the "network" of associations of Sicilians present throughout the world, with the coordination of CSNA) fields of work.

During the meeting, the chairman emeritus of CSNA, Vincenzo Arcobelli, announced the agreement between the Sicilian company "Eolo Energie" of "Todaro Group" (province of Palermo) and "Verde Bio Fuels Inc.," from South Carolina. Both companies will provide the technology for the construction of a plant that is aimed at the production of energy in Sicily. The plant will be located in Syracuse, Italy and will mainly operate to transform palm oil into bio-fuel. Aside from this, this new plant will offer an increase of 120 employment positions and will have zero impact on the environment.



# We'll take you there...



[www.WebVisionItaly.com](http://www.WebVisionItaly.com)



Legal disclaimer: Not responsible for loss of productivity during work hours.

# From Rome and the Sol Invictus to Miami, the Sun City

BY CLAUDIO PASTOR, SOCIETÀ DANTE ALIGHIERI



Mosaic of Sol Invictus in Mausoleum M in the pre-fourth-century necropolis under St. Peter's Basilica

In order to truly understand our "Natale" or Christmas, we must return to a Festivity and to customs that predate Christ himself.

Saturnalia is the feast with which the Romans commemorated the dedication of the temple of the God of Saturn, which was on December 17th. Saturnalia became one of the most popular Roman festivals. It was marked by silliness and reversal of social roles, in which slaves and masters ostensibly switched places, with expectedly humorous results.

Saturnalia was a public festival in Rome. It was introduced around 217 BCE to raise citizen morale after a crushing military defeat. Originally celebrated for a day, its popularity grew to a week-long extravaganza, ending on the 23rd. Efforts to shorten the celebration were unsuccessful. Augustus tried to reduce it to three days and Caligula to five.

Besides the public rights, there were a series of holidays and customs celebrated privately. The celebrations included a school holiday, the making and giving of small presents (*saturnalia et sigillaria*) and a special market (*sigillaria*). Gambling was allowed for all, even slaves. However, although it was officially condoned only during this period, one should not assume that it was rare or much remarked upon during the rest of the year. It was a time to eat, drink, and be merry. The toga was not worn, but rather the *synthesis*, colorful, informal "dinner clothes";

*Per capire davvero lo spirito del nostro Natale è necessario risalire alle festività ed alle usanze precedenti la nascita di Cristo.*

*I Saturnalia rappresentavano la festa solenne con cui i romani celebravano la fondazione del tempio del dio Saturno il 17 dicembre. Questa festa divenne una delle più famose tra quelle romane; era caratterizzata dal sovvertimento delle regole sociali e vedeva schiavi e padroni invertire apparentemente i propri ruoli, con un ovvio effetto di divertente straniamento.*

*A Roma i Saturnalia erano una festa pubblica che venne introdotta intorno al 217 AC allo scopo di risollevarne il morale dei cittadini dopo una eclatante disfatta militare. La celebrazione originariamente giornaliera, con gli anni guadagnò importanza e la sua durata raggiunse i sei giorni (fino al 23 dicembre), ed i tentativi successivi di ridurre il periodo furono inutili: Augusto provò a ridurla a tre giorni e Caligola a cinque.*

*Oltre alle celebrazioni e riti pubblici, erano diffuse altre feste private. Le celebrazioni prevedevano la chiusura delle scuole e lo scambio di piccoli doni (i saturnalia e i sigillaria) e l'allestimento di un mercato ad hoc (sigillaria). Il gioco d'azzardo era permesso a tutti, anche agli schiavi, e, nonostante ciò fosse concesso solo per questo breve periodo, si suppone che venisse tollerato fino alla fine dell'anno. L'occasione segnava il momento delle grandi bevute, delle abbuffate e del far festa. La toga non era indossata ma lasciava il posto alla synthesis, un abito da cena informale e colorato, ed al pileus, il cappello dei liberi. Gli schiavi erano esenti dalle punizioni e avevano il diritto di trattare i propri padroni con (una pretesa di) mancanza di rispetto. Gli schiavi, inoltre, celebravano un banchetto che veniva servito dai propri padroni. Ma questa inversione della gerarchia sociale era per lo più superficiale: il banchetto, per esempio, era preparato dagli stessi schiavi che dovevano inoltre preparare il pasto dei propri signori. Tutto doveva essere mantenuto entro dei limiti molto*

and the pileus (freedman's hat) was worn by everyone. Slaves were exempt from punishment, and treated their masters with (a pretense of) disrespect. The slaves celebrated a banquet: before, with, or served by the masters. Yet the reversal of the social order was mostly superficial; the banquet, for example, would often be prepared by the slaves, and they would prepare their masters' dinner as well. It was license within careful boundaries; it reversed the social order without subverting it.

Christians in the fourth century assigned December 25 (the Winter Solstice on the Julian calendar as Christ's birthday (and thus Christmas) because pagans already observed this day as a holiday. As the dates of Saturnalia are not precisely coincident with Christmas, a more refined argument is that Christmas was set on the feast of Sol Invictus, which was on December 25, and which had supplanted Saturnalia. However, with many of the traditions of Saturnalia incorporated into Sol Invictus, it is likely that some of those traditions — such as the exchanging of gifts, were also carried forward as a part of the Christian holiday. In essence, it would seem that Christmas, at its origins, was the worship of the Sun, being replaced later by the son of the Christian God, Jesus Christ.

Whatever the case might be, whether you whole heartedly believe in the religious significance of Christmas or like many, you are more enthused by its tradition, this holiday which indisputably brightens many of our lives has been celebrated by our ancestors for centuries. Whether you celebrated the Dies Natalis Solis Invicti in Ancient times or "Natale" today, the spirit of generosity and love that filled the air then is still with us today.

What a better place to continue a tradition that began as the celebration of the Sun and all its gifts than in Miami.

Buon Natale!



**Sol Invictus, National Museum of Rome, Baths of Diocletian**

*chiari, invertendo le regole si ma non sovvertendo l'ordine sociale.*

*I cristiani del quarto secolo scelsero il 25 dicembre (Solstizio d'Inverno nel calendario Giuliano) come data della nascita di Gesù poiché in quel giorno i pagani già osservavano una festività. Poiché i Saturnalia non coincidevano esattamente con quella data, si è dedotto che la festività in questione fosse quella del Sol Invictus, che cadeva proprio il 25 dicembre e che man mano rimpiazzò gli stessi Saturnalia mantenendone, però, moltissime tradizioni - pare che l'usanza natalizia di scambiarsi dei doni, per esempio, derivi proprio da qui.*

*In sostanza sembrerebbe che il Natale in origine abbia scalzato il culto del Sole, piazzando al suo posto il Figlio del Dio dei cristiani, Gesù Cristo.*

*Ad ogni modo, che siate profondamente legati al significato religioso del Natale o, come molti, piuttosto alle sue tradizioni, questa festa che rallegra molti di noi è stata celebrata per secoli dai nostri predecessori. Perciò non è importante se oggi si celebra l'antica festa dimenticata del Dies Natalis Solis Invicti piuttosto che il nostro Natale: lo spirito di generosità e amore che permeava l'aria allora è vivo tutt'oggi.*

*Quale miglior posto per continuare una tradizione nata per la celebrazione del Sole e dei suoi doni che la nostra Miami?*

Buon Natale!



## DESTINATIONS

# Venice: Peggy Guggenheim Collection

"TO LIVE IN VENICE OR EVEN TO VISIT IT MEANS THAT YOU FALL IN LOVE WITH THE CITY ITSELF.

THERE IS NOTHING LEFT IN YOUR HEART FOR ANYONE ELSE." PEGGY GUGGENHEIM, *OUT OF THIS CENTURY*  
BY BEVERLY BARRETT



**Maurice Prendergast**  
**The Grand Canal, Venice, ca. 1898-99**  
**Watercolor and pencil on paper**  
**Terra Foundation for American Art, Daniel J. Terra Collection, 1999.123**

The first weekend in December, Miami Art Basel will draw contemporary art lovers from around the globe to celebrate the best of today's art on Miami Beach. In Italy there is another special destination for art lovers, and that is the Peggy Guggenheim Collection in Venice. The museum is the most important collection of American and European art from the 20th century in Italy. It is housed in the Palazzo Venier dei Leoni, her former home for thirty years on the Canale Grande. Following Guggenheim's death in December 1979, the museum reopened during Easter of 1980 under the management of her uncle Solomon R. Guggenheim's Foundation.

Next year, in 2010 the Peggy Guggenheim Collection celebrates thirty years in

Venice as part of the Guggenheim Foundation. The autobiography by Peggy Guggenheim titled *Out of This Century: Confessions of an Art Addict* is an account of her life as a collector and patron of the art world.

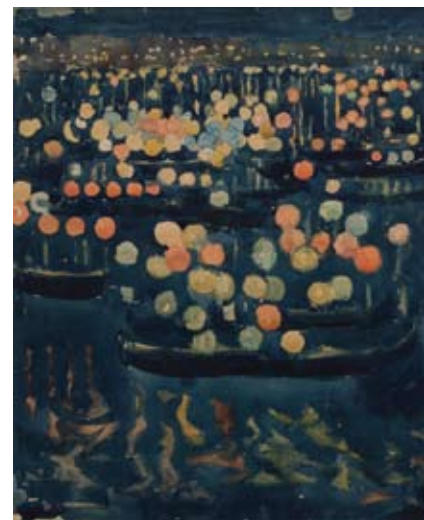
An American born in 1898 in New York, she was the daughter Benjamin Guggenheim who was one of seven brothers who with their father established the Guggenheim's metals mining and smelting fortune. Tragically he died when the Titanic ship sank in April 1912. Before moving to Venice in her later years, as a young collector she opened galleries in London and New York. Her artistic circles included friends such as Marcel Duchamp, Juan Gris, Arshile Gorky, and Jackson Pollack. She supported budding artists in Europe and the United States, and her collection reflects the art that she acquired from the contemporary artists of her day. German Surrealist artist Max Ernst and Guggenheim were married from 1941 and 1943, when the events of World War II moved the couple back from Paris to New York.

The permanent collection of the museum represents art from cubism, futurism, Dada, surrealism, constructivism, and abstract periods. As well as the artists in her circle of friends, the collection includes pieces by the artists Pablo Picasso, Georges Braque, Fernand Leger, Alexander Calder, Constantin Brancusi, Giorgio di Chirico, and Salvador Dali among others.

This winter through January 3, 2010, the Collection celebrates Prendergast in Italy. The works on display by American artists Maurice Prendergast (1858-1924) feature art from trips to Italy in 1899-9 and 1911-2, including 75 watercolors

originated there. From May 1 to July 25, the exhibit *Utopia Matters: From Brotherhoods to Bauhaus* will be on display. From September 3 to January 9, 2011, *Adolph Gottlieb: A Retrospective* surveys the art of the American surrealist artist who lived from 1903 to 1974.

Each summer the Peggy Guggenheim Collection manages the American pavilion at the contemporary fair of the Venice Biennale, which features art in odd-numbered years and architecture in even-numbered years of cutting edge talent from their respective countries. Today the Peggy Guggenheim Collection remains the embodiment of the synthesis of America and Italy in art and culture. Read more at [www.guggenheim-venice.it](http://www.guggenheim-venice.it). *Buon viaggio a Venezia.*



**Maurice Prendergast**  
**Festa del Redentore, ca. 1899**  
**Watercolor and pencil on paper**  
**27,9 x 43,2 cm**  
**Williams College Museum of Art, Gift of Mrs. Charles Prendergast (91.18.5)**

## PORTFOLIO

# Luca Artioli



Luca Artioli is a world renowned artist whose work has touched the hearts of millions. Hailing from Milan, Italy, Artioli has brilliantly married the essence of the Greats- DaVinci, Donatello, Bellini- with a modern medium to make way for a fresh and effervescent collection of organic works. Both his photography and poetry is recognized by fans around the globe as being "inspiring" and "magical" as Artioli so effortlessly captures the light of his own emotion and fearlessly reveals his vulnerability and depth to the audience for the purpose of movement and growth for the viewer.

In his work from *Beyond the Dark*, Artioli tackles the internationally relevant and often devastating disease of depression and finds a way of replacing terror with hope through his depictions of healing. The work accomplishes a feat that had yet to be seen in the manner by which the artist introduces both the perspective of illustrating potent images as works of art and also the science behind the focal subject, with the help of highly respected Professor Claudio Mencacci, Director of the Department of Psychiatry and Neurosciences at the Hospitals Fatebenefratelli e Oftalmico and Macedonio Melloni in Milan. Because of his own personal affliction and fight against depression, the artist is able to give an authentic voice and vision to the arduous process of overcoming and paints a clear message of promise to the viewer. Whether or not the audience themselves have been personally affected by this silent arbitrator of debilitating despair, an immediate connection and movement of spirit is inevitable as they are lured by the intimate dialogue between themselves and the artist's photographic depictions, raw and replete with emotion.

As a result of the tremendous attention garnered by his revolutionary art and writing style, Luca was sought out by the famed La Scala of Italy to compose a book surrounding the production, and inspired by, *The Four Seasons of Vivaldi*. The highly anticipated publication is due to be released in December of 2009 and has the full support of an elite conglomerate of Italy's most prestigious corporations and respected supporters of fine arts. Meanwhile, Luca has taken residency in the vibrant

city of Miami Beach, in the exclusive enclave South of Fifth, to pursue yet another project of virgin and thus uncharted territory surrounding Art Deco architecture. In what is sure to be an epic exhibition of Miami history as it has never been explored before, Artioli's "ArtDeconstruction" series will be the choice introduction for his avante garde approach of photographic art to the United States. The unveiling of the new collection is set to coincide with the upcoming Art Basel Miami Beach fair and has warranted the attention and sponsorship of both the Italy-America Chamber of Commerce Southeast and local media moguls such as Ocean Drive Magazine, Complot Magazine, and the Miami Herald. In totality the breath of work that Artioli has beautifully created and shared with the international art community over the years is overwhelming and we quite strongly feel would make a tremendous contribution to the roster of renowned artists that you will be profiling in ongoing rotation on The Beach Channel during Art Basel.

I leave you with the savouring of his decadent poetry:

### Wonder

"Nothing is more beautiful than bestowing a flash of wonder. It is a gift of which no matter remains but an indelible trace in the memory of our goodness.

Remember? The first snow? Wonder!

Wonder redolent of moon and sun. Wonder speaks of dawns, sunsets, abandonment and rebirth. Wonder redolent of ice blue and white horizons, strong with rock and soft with white cloud, which has the scents of fog on the fields and accompanies the stars in our darkness, endlessly.

I am a collector of wonders.

I collect everywhere grace, fate, chance, time, I allow myself to find them. I place them in a transparent silk bag.

Together they shine and pulse like a firefly in the night, a bow lamp on the sea or that Alpine shelter up above.

I walk with my baggage of wonder, I walk along straight, easy roads, on winding ones and those that lead uphill.

I walk with my heart beating and my body sweating of toil.

I walk with my questions and without seeking answers.

Not a day passes without bringing me, unexpected, a flash of wonder. No night in which I fail to pay back at least one.

I unfasten the bag, open it and it appears, noiselessly but trembling with soft light, a small ray of wonder.

Today I give it you,

as first flake and breath of snow." - LUCA ARTIOLI

# Members Lounge

THE LATEST NEWS & EVENTS FROM OUR MEMBERS



## Costa Cruises Receives Numerous Industry Accolades

Costa Cruises recently received numerous industry accolades from leading travel publications. Costa was the only major cruise line to receive recognition in the 2009 Condé Nast Traveler "World Savers Awards," highlighting commitment to social responsibility. Travel Weekly honored Costa's Samsara Spa with a "Gold Magellan Award" for best spa design. The publication also awarded the U.S. marketing team a total of four Magellan Awards for various campaigns. Now, that's amore!



## Learn Italy Expands in the U.S.

Learn Italy is an innovative experience abroad for customized programs in the study of Italian language, culture & culinary arts. Since the school's opening, Learn Italy has formalized associations with several US Educational Organizations. In New York, Learn Italy has partnered with the prestigious New York Language Center. Learn Italy is headquartered in Frosinone, just outside of Rome. For more information please contact Massimo or Jeanne at [info@learnitaly.us](mailto:info@learnitaly.us) or call 01139-0775-88-40-59.



## News Lounge Voted 2009 "Best Neighborhood Bar"

Voted 2009 "Best Neighborhood Bar" by Miami New Times, the News Lounge offers a wonderful selection of small bites along with a wide variety of beers and cocktails. It is a great place to relax and lounge indoors or outdoors. Indoors, you'll find retro-industrial décor including the not-to-be-missed Mirror Room. Outdoors, you can unwind on the comfy couches, the playful porch swings or play a game of outdoor pool in the Garden of Eden courtyard. Don't forget to check out the exciting line-up of entertainment including live bands, DJs and art exhibits. News Lounge opens daily at 5 p.m.



## TECCORP Caters To Italians Who Buy On-line

Transatlantic Express Courier Corp (TECCORP) has been an express courier since 1992 and is now helping Italian citizens to advantage of the low dollar and buy on-line from US Vendors. The service offered is called "Consegnato" and can be found at [www.consegnato.com](http://www.consegnato.com). Consegnato accepts packages from all over the United States going to Italy, checks them for damage and then loads them directly onto flights from JFK into Malpensa Airport in Milano, from there they are cleared through customs and delivered by hand to the customer's door. All duties and taxes are included in the published delivery rates.



## Saving Money One Drip at a Time

Drip Culture is simply the process of attending to every "leaky tap" in your business, and believe me, there are plenty of them everywhere you look! Silent, but deadly leaks, drain away the hard earned profits from your business. Drip Culture is all about eliminating waste, not cutting out necessary and productive business tasks. If your organization takes on Drip Culture as a part of your business plan and it permeates through every part of your business, you can be assured that every dollar of profit earned is kept and not wasted. Expense Reduction Analysts performs free analysis of your expenses. For more information please contact Fabrizio Segulin, Director at 305-898-3141 or [fsegulin@expensereduction.com](mailto:fsegulin@expensereduction.com)



## Epoque Hotels Moves to a New Office in Miami

Now located in South Beach, Epoque Hotels will shortly move to a new 2300-square-foot office in Wynwood Miami, with beautiful views of the bay. Epoque Hotels is a collection of worldwide avant-garde, trendy-chic, and luxury-classic boutique hotels based in over 100 destinations, with 350 hotels in its portfolio. The new address will be: 350 NE 24th street, Miami FL 33137 (Biscayne Boulevard and 24th Street). For more information please write to [info@epoquehotels.com](mailto:info@epoquehotels.com) or visit our website [www.epoquehotels.com](http://www.epoquehotels.com).



## I Bischeri opens on South Beach at the Nash Hotel

I Bischeri is the newest addition to South Beach. I Bischeri is composed of a group of Italian restaurateurs that share the same passion for quality food and service. Nested in the boutique style Nash Hotel at 1120 Collins Avenue, I Bischeri is ready to take you on a trip to the romantic Tuscan Hills. Andrea Alimenti Chef/ Partner will charm you with delicious traditional Tuscan dishes such as "Pappa al Pomodoro", "Ravioli di Coda" or the "Caciucco alla Livornese." Buon Appetito!



## Illaria Niccolini Production closes the 2009 Edition of FTL Moda

After the success of the event in Fort Lauderdale in October, INP closed the 2009 edition of FTL MODA ([www.ftlmoda.com](http://www.ftlmoda.com)) with an event that took place at the beautiful Borromeo Palace in Cesano Maderno (Milan) on November 28th. This event included a preview of the historic collection devoted to the famous American designer Ken Scott, that will open with a full furniture/fashion set up in Miami at the beginning of 2010.

Attention Members: Publish your company's most recent news and events here by sending an e-mail to [info@iacc-miami.com](mailto:info@iacc-miami.com). Please include your company's logo and copy (100 words max).



# IACC Happenings



1.



2.



3.



4.



5.

**September 17, 2009  
ITALIAN COOKING SHOW III: GRAND FINALE  
MIA CUCINA SHOWROOM, CORAL GABLES**

- 1. Guests during the reception
- 2. Guests during the reception
- 3. Guests during the reception
- 4. (from left): Fabrizio Segulin, Enrico Metzler, Tulio Leri, Arly Leri, Joycelyn Segulin, Patricia Bevilaqua, and Denis Pecile

**October 16, 2009  
FTL MODA SAVE THE DATE  
ANGLER'S HOTEL & RESORT, MIAMI BEACH**

- 5. Hon. Marco Rocca (Consul General of Italy) acknowledging Ilaria Niccolini (FTL Moda organizer)
- 6. Guests during the reception
- 7. Guests during the reception
- 8. Guests during the reception



6.



7.



8.

## IACC HAPPENINGS



**October 21, 2009  
L'APERITIVO  
THE NEWS LOUNGE, MIMO DISTRICT, MIAMI**

- 9. Guests during the reception
- 10. Guests during the reception
- 11. Guests during the reception

**November 13, 2009  
OFFICIAL VISIT TO ORLANDO  
CITY HALL, ORLANDO**

- 12. Hon. Loredana Cicchetti (Orlando Honorary Consul), Hon. Marco Rocca (Consul General of Italy), Mayor Buddy Dyer, and Ms. Silvia Cadamuro (IACC Executive Director)





13.



14.



15.



16.

**November 14, 2009  
BI-NATIONAL CHAMBERS SOCCER TOURNAMENT  
DORAL**

- 13. All-Star Indoor Soccer fields
- 14. Group of players wearing event sponsor t-shirts under event sponsor banner: Italian Studios and Dynamic Printing supported the 4 participating Italian teams
- 15. Third-place winners: (from left) Umberto Bonavita, Ciro Del Gaudio, Guy Gifford, Maurizio Franzone, Luca Longobardi, and Massimiliano Bruni

**November 17, 2009  
OFFICIAL VISIT TO TREND GROUP'S AMERICAN PRODUCTION  
SITE FOR ENGINEERED STONE IN SEBRING**

- 16. Mr. Antonello Di Giovanni (COO, Trend Group), Mr. Livio Magni (Production Manager), Ms. Silvia Cadamuro (IACC Executive Director), and Hon. Marco Rocca (Consul General of Italy).

**November 18, 2009  
L'APERITIVO  
PIOLA BRICKELL, MIAMI**

- 17. Guests preparing their own pizza
- 18. Guests during the reception



17.



18.





November 18, 2009  
L'APERITIVO  
PIOLA BRICKELL, MIAMI

19. Gi... during the reception  
20. (fr... Silvia Cadamuro, Guy Gifford, Umberto Bonavita, and  
Francesca Tanti



adv  
printer  
manca

# Featured Sustaining Member: WebVisionItaly.com



**WebVisionItaly.com co-founder and Creative Director, Robert Hubbard films WebVisionItaly.com co-founder and General Manager, Justin Del Sesto carrying out an interview in Parma's Piazza Garibaldi**

WebVisionItaly.com, the Internet television network about Italy travel, Italian culture, and life in Italy today has had a busy season fulfilling its mission of bringing today's Italy to its viewers. WebVisionItaly.com is comprised of channels focused on each one of Italy's 20 regions and includes channels about Italian culture and life in Italy today such as arts, cooking, fashion, festivals, food, shopping, sports, travel, and trade.

WebVisionItaly.com not only distributes programming about Italy via its Internet television network, it also produces and owns its television shows. To date, WebVisionItaly.com has produced over 400 shows, all available on demand 24 hours a day, 7 days a week, 365 days a year on WebVisionItaly.com. WebVisionItaly.com programs the channels so that the viewer may click on a channel, expand screen to full size, sit back, relax, and enjoy the programs.

During 2009, WebVisionItaly.com produced three new series: Italy Vacation with Isabella Dusi, My Rome with Maurizio Meyer, and Italian Cooking Show hosted by various Italian chefs.

Italy Vacation with Isabella Dusi was shot on location in Tuscany, Emilia Romagna and Veneto. Hosted by Isabella Dusi, the best selling author of Vanilla Beans and Brodo and a resident of the town of Montalcino, Italy Vacation with Isabella Dusi explores these three popular Italian regions. This television series is a must see for those who love traveling Italy and for those who want to know a little more about these Italian regions' unique histories and cultures. The series focused on San Gimignano, Volterra, Parma, Vicenza, Verona, Padua and Venice. Click on the Travel channel to watch these shows.

My Rome with Maurizio Meyer is a Rome walking tour, which begins in Campo de' Fiori, exploring Rome's "Centro Storico" off-the-beaten-path highlights such as Palazzo Spada, then crosses the Tiber River to Trastevere and Via della Lungara before winding its way up the Janiculum Hill for a bird's eye view of Rome. Maurizio lets the viewer in on stories about landmarks along the way that all Rome-lovers will enjoy. Maurizio's Rome point of interests are also marked in Google Maps so that the Rome traveler may refer to the locations via iPhone or download before traveling for easy reference. Click on the Rome Travel channel to find these programs.

WebVisionItaly.com filmed IACC Miami's Italian Cooking Show III series to produce the Italian Cooking Show, a series of 16 cooking shows. The Italian Cooking Show, which is available on WebVisionItaly.com's Cooking channel, captures the chefs' contemporary preparation of authentic regional Italian recipes. The Italian Cooking Show recipes were prepared by 8 different Miami-Italian chefs, and is wonderful entertainment for those interested in Italian culture, Italian food or Italian cooking.

The Italy Relief Fund, located in Providence, RI and founded by WebVisionItaly.com's directors, raised \$30,000 to assist the city of L'Aquila. The funds will be distributed to a foundation in L'Aquila to be used in the repair of the women's wing of the hospital. The Italy Relief Fund has distributed in excess of \$120,000 in the past decade to projects in Italy.



# Featured Sustaining Member: MagneGas



MagneGas Corporation, a company based in Florida and quoted on the Over the Counter Bulletin Board (OTCBB:MNGA) was funded by the Italian-American Physicist Ruggero Santilli who developed, in the course of 20 years, an alternative fuel technology called MagneGas. The patented MagneGas Arc Flow refinery system has now reached industrial maturity and recycles certain industrial oil based liquid wastes and agricultural, farm, and city wastes into a clean burning hydrogen based natural gas alternative called MagneGas. This GREEN ALTERNATIVE FUEL can power bi-fuel cars running on natural gas, cooking grills, industrial equipments and homes. MagneGas is also an ideal metal cutting and welding fuel that is now sold in the Tampa area and in Georgia. When used in bi-fuel cars, the MagneGas exhaust has been independently certified to surpass

all E.P.A. requirements without a catalytic converter, making it dramatically cleaner than fossil fuel.

The MagneGas Technology is now available in the USA, and in several foreign countries. In Benevento (Italy), the Futuridea Association for Useful and Sustainable Innovation thru MagneGas Italia, S.R.L. owns exclusive distributorship rights for Italy and has acquired a recycler which is part of a Technology Demonstration Center located in Campania.

The President of MagneGas Italia, Francesco Nardone, can be reached at +39 0824 372267. More information is available on [www.futuridea.it](http://www.futuridea.it), [www.magneGasitalia.com](http://www.magneGasitalia.com) and [www.magneGas.com](http://www.magneGas.com).





# Fiera Milano Desk



## Macef

Macef, the international exhibition dedicated to the home, has been a point of reference for trade members for over forty years. This is true not only for wholesalers, buyers, mass distributors, and retailers, but also for architects, interior designers, and journalists. The winter edition of this trade mission will be held from January 15 -18, 2010.

### Testimonial by Ms. Carol Haefner

"I own two companies in Miami involved with home furnishings: Inspira Glass Creations (importer of European art glass) and Avery Glass & Mirror (commercial and residential glass, mirrors and windows). I was honored and excited to receive an invitation from the Italy-America Chamber of Commerce Southeast to attend the MACEF International Home Show. Having been both a buyer and an exhibitor at major shows such as the New York International Gift Fair and Atlanta International Gift and Home Furnishings Market, I was curious about how MACEF would compare to these shows. I was very impressed!

It was a very quick trip to Milan – too short. MACEF and the IACC did a great job with the organization and logistics for the U.S. Buyers' Delegation and I didn't have to worry about a thing. After my overnight flight from Atlanta, I was met at the airport and taken directly to MACEF, shown the Buyers' Clubs (great places to rest and snack) and then got started exploring the exhibition for the next two days.

Fiera Milano is a beautiful facility for trade shows and MACEF had an incredible variety of merchandise - something for everyone. I was especially interested in the glass art – my main reason for attending MACEF – and was not disappointed. There were many exquisitely executed pieces from Murano and other areas, and I was also very impressed by the quality of the catalogs provided. Many of them were works of art themselves. Legendary Italian design and workmanship were certainly on display! I spoke with many friendly exhibitors and made very good contacts which I know will result in new business.

MACEF and the IACC did a fantastic job of organizing our stay. The hotel was very nice and the shuttles were great. The International Buyers' Delegation dinner at the private villa was an unexpected delight. I look forward to returning to MACEF in January!"

For more information on MACEF, please visit: [www.macef.it/eng/](http://www.macef.it/eng/).

The Italy-America Chamber of Commerce Southeast is the Fiera

Milano Representative Office for the Southeast of the United States. For further information, please contact the Fiera Milano Desk Info Line: Ms. Sara D'Anzeo, at [danzeo@iacc-miami.com](mailto:danzeo@iacc-miami.com), tel. (305) 577-9868.



## Bit

The International Tourism Exchange is one of the most important marketplaces in Italy for world tourism. It will be held in the Fiera Milano complex in Rho, Milan from February 18-21, 2010.

It is divided into different areas to satisfy the most demanding operators and travelers.

The first area is dedicated exclusively to travel companies and the tourist industry in Italy. The second area, entitled The World, offers a complete panorama of the international tourism industry. The Tourism Collection area involves tour operators, travel agencies, hotels, and transportation companies. Next, Bit Technology is an area dedicated to technological products for the tourism field. Finally, the area known as Certicibit is a zone for all the high quality food & beverage products associated with tourism and gastronomic tours. Certicibit is promoted by the Italian Ministry for the Environment and the Italian Ministry for Agricultural, Food and Forestry Policies.

Its success is proved by its numbers: 5.000 exhibitors coming from 152 countries, 155.000 visitors, split in professional trade and general public, coming from 146 countries. The increasing popularity of the fair brings hope for an even more successful subsequent edition.

For further information, please visit [www.bit.fieramilanoexpo.it](http://www.bit.fieramilanoexpo.it) or contact the Fiera Milano Desk Info Line: Ms. Sara D'Anzeo, at [danzeo@iacc-miami.com](mailto:danzeo@iacc-miami.com), tel. (305) 577-9868.

## New Members

THE ITALY-AMERICA CHAMBER OF COMMERCE SOUTHEAST PROUDLY ANNOUNCES ITS NEW MEMBERS FOR THE MONTHS OF SEPT, OCT, AND NOV 2009.

## Sustaining Members

### Feldman Gale, P.A.

**Mr. James A. Gale**

Shareholder  
2 S. Biscayne Blvd., 30th Floor  
Miami, FL 33131  
Phone: 305-358-5001  
Business Category: Law Firm

### Iberia Tiles Corporation

**Mr. Jason T. Quimby**

President and CEO  
5951 SW 88th Street  
Miami, FL 33122  
Phone: 305-591-3880  
Business Category: Home Interiors

### Kozyak, Tropin & Throckmorton

**Mr. Daniel Benavides**

Associate  
2525 Ponce de Leon Blvd., 9th Floor  
Miami, FL 33134  
Phone: 305-372-1800  
Business Category: Law Firm

### Stemal SRL

**Mr. Alessandro Lopez**

Chairman  
Via Courmayeur, 102  
00135 Rome  
Italy  
Phone: [39] 063058499  
Business Category: Show Business

## Business Members

### Capsec, LLC

**Mr. Francesco Secchiaroli**

President  
1001 Brickell Bay Dr., #1402  
Miami, FL 33131  
Phone: 305-374-5725  
Business Category: Management Consulting

### Condotte America Inc.

**Mr. Luciano Lo Giudice**

Vice President/ CFO  
10790 NW 127th Street  
Medley, FL 33178  
Phone: 305-670-7585  
Business Category: Heavy Highway Contractor

### Lualdi, Inc.

**Mr. Alessandro Lualdi**

Executive Director  
209 Altara Avenue  
Coral Gables, FL 33146  
Phone: 305-461-5464  
Business Category: Furniture

### Lynx International Travel

**Ms. Luciana Saliani**

President  
459 A. Godfrey Rd  
Miami Beach, FL 33140  
Phone: 305-579-0078  
Business Category: Tour Operator-Travel Agency

### The Hilton Bentley Hotel

**Mr. Ramon Antelo**

General Manager  
101 Ocean Drive  
Miami Beach, FL 33139  
Phone: 305-938-4651  
Business Category: Hotel

### Tenuta Casteani Sarl

**Mr. Mario Pelosi**

President  
Localita' Casteani  
58023 Gavorrano (GR)  
Italy  
Phone: [39] 3358101847  
Business Category: Wine maker

## Withers Bergman LLP

### Mr. Gabriel Monzon Cortarelli

Lawyer  
430 Park Avenue, 10th Floor  
New York, NY 10022-3505  
Ph: 212-848-9800  
Business Category: Law Firm

## Zintax, LLC

### Mr. Filippo Pascucci

Vice President  
3015 Emothla Street  
Miami, FL 33133  
Phone: 305-905-7116  
Business Category: Importer and distributor of Italian food

## Upgrading to Sustaining Members

## Graspa Group

### Mr. Graziano Sbroggiò

President  
1112 N. Miami Avenue, 2nd floor  
Miami, FL 33131  
Phone: 305-532-1233  
Business Category: Restaurant

## Robert Allen Law

### Mr. Umberto Bonavita

Attorney at Law  
1441 Brickell Avenue, Suite 1400  
Miami, FL 33131  
Phone: 305-372-3300  
Business Category: Law firm

INTERNATIONAL \* IMMIGRATION  
\* ENTERTAINMENT \* REAL ESTATE \* CORPORATE  
\* INTELLECTUAL PROPERTY LAW

**FINLEY & BOLOGNA**  
INTERNATIONAL  
ATTORNEYS AT LAW



### CHANDER R. FINLEY, ESQ.

Florida Board Certified

International Lawyer

U.S. Federal Court Southern District of Florida  
American Immigration Lawyers Association  
Italy-America Chamber of Commerce Southeast

### STEFANIA BOLOGNA, ESQ.

Florida Bar Member

American Bar Association  
International Bar Association  
National Italian-American Bar Association

#### Miami

Washington Mutual Bank Bldg.  
150 SE 2nd Avenue, Suite 1010  
Miami, FL 33131  
Ph: 305-379-7676 Fax: 305-379-2321

#### West Palm Beach

Mellon United National Bank Bldg.  
1645 Palm Beach Lakes Blvd., Suite 460  
West Palm Beach FL 33401  
Ph: 561-478-9930 Fax: 561-478-9930

#### Boca Raton

Atrium Financial Center  
1515 N. Federal Highway, Suite 300  
Boca Raton, FL 33432  
Ph: 561-478-9930 Fax: 561-478-9945

E-mail: [finleybologna@aol.com](mailto:finleybologna@aol.com)

The Law Firm of Finley & Bologna International represents U.S. and Italian clientele on corporate and immigration issues and focuses on commercial and residential real estate, international business including agency and distribution agreements, trademark of foreign brand names, and the entertainment industry including contracts and negotiations for music, film and the performing arts. Stefania Bologna, Esq., born in Italy, is a Florida Bar attorney, and received her Florida Juris Doctor Degree in 1997 and Master in Comparative Law in 1994, and her Italian Juris Doctor from the University of Rome "La Sapienza" in 1991. Chander Finley, Esq., a native born in Miami and an Italian citizen, received his Juris Doctor Degree and Florida Bar since 1988, and is board certified by the Florida Bar as a specialist in International Law, and is a real estate closing & title insurance agent.

The hiring of a lawyer is an important decision that should not be based solely on advertisements. Before you decide, ask us to send you free written information about our qualifications and experience.



# Membership Benefits

## Dining

### **Caffè Milano**

All members will receive a 20% discount on total bill (food & alcoholic drinks included).  
Caffe Milano: 850 Ocean Drive | Miami Beach, FL 33139  
Contact: Mr. Christian Quarato  
Call Caffè Milano: 305- 532-0707

### **Fox Café**

All members will receive a 20% discount on total bill (food & alcoholic drinks included).  
Fox Café: 834 Ocean Drive | Miami Beach, FL 33139  
Contact: Mr. Christian Quarato  
Call Fox Café: 305-534-7100

### **Piola South Beach**

All members will receive a 20% discount on food & soft drinks.  
ID must be presented with a current IACC card.  
1625 Alton Road | Miami Beach, FL 33139  
Contact: Mr. Marco Pagliaroli  
Call: 305-674-1660

### **Piola Brickell**

All members will receive a 20% discount on food & soft drinks.  
ID must be presented with a current IACC card.  
1250 South Miami Avenue | Miami, FL 33131  
Contact: Mr. Angelo Angiollieri  
Call: 305-374-0031

### **Piola Hallandale**

All members will receive a 20% discount on all food.  
1703 E. Hallandale Beach Blvd | Hallandale, FL 33009  
Contact: Mr. Andrea Rainis  
Call: 954-457-9394

### **Piola Naples**

All members will receive a 20% discount on food & soft drinks.  
ID must be presented with a current IACC card.  
9118 Strada Place, Suite 8170 | Naples, FL 34108  
Contact: Mr. Francesco Bissaro  
Call: 239-592-5056

### **Boteco Brazilian Bar**

All members will receive a 20% discount on food & beer.  
916 NE 79 Street | Miami, FL 33138  
Contact: Mr. Angelo Angiollieri  
Call: 305-757-7735

### **Gaia Restaurant**

All members will receive a 20% discount on dinners.  
Offer applies on total bill for food, beverage and alcohol.

Must present IACC Membership card.  
101 Ocean Drive | Miami Beach, FL 33139  
Contact: Mr. Tom Cunha/Restaurant Manager  
Call: 305-672-6635

### **I Bischeri Restaurant**

All members will receive a 20% discount on dinners.  
Offer applies on total bill for food, beverage and alcohol.  
Must present IACC Membership card.  
1120 Collins Avenue | Miami Beach, FL 33139  
Contact: Mr. Andrea Alimenti  
Call: 305-394-8890

### **La Loggia Restaurant**

All members will receive a 20% discount on food & drinks.  
ID must be presented with a current membership card.  
68 West Flagler Street | Miami, FL 33140  
Contact: Mr. Horacio Oliveira or Ms. Jennifer Porciello  
Call: 305 373-4800

### **TRE Italian Bistro**

All members will receive a 15% discount on food & drinks.  
ID must be presented with a current membership card.  
270 East Flagler Street | Miami, FL 33131  
Contact: Mr. Nicolas Oliveira  
Call: 305 373-3303

### **Via Quadronno**

All members will receive a 20% discount on food & soft drinks.  
320 San Lorenzo Ave. | Coral Gables, FL 33146  
Call: 305-476-1160

### **Rios Churrascaria Miami**

All members will receive a 50% off on the rodizio price (full manu) until November 30.  
After November 30 all members will receive a 10% discount.

801 Brickell Bay Dr. #16 | Miami, FL 33131  
Contact: Ms. Juliana Azevedo  
Call: 305-373-2777

### **660 Mediterranean Kitchen @ The Angler's**

All members will receive a 20% discount on lunch and dinner. Offer applies on total bill for food, beverage and alcohol.  
Must present IACC Membership card.  
660 Washington Avenue | Miami Beach, FL 33139  
Call: 305-534-9600

## Travel

### **The Setai - South Beach**

Special Rates available (through Dec. 31, 2009): reservation and ref to IACC must be

made in advance of arrival. Black out dates: Dec 1-6, Dec 24-31, 2009 & Jan 2, 2010  
Contact: Ms. Jennifer Tseng - jtseng@ghmamericas.com or setaireservations@ghmamericas.com  
Call: 305-520-6100 Ext. 6102

### **The Bentley Hotels**

Special rates starting at \$179.00/daily offered at The Bentley  
20% discount off bar on room nights  
Contact: Mr. Leo Santos/ Reservation Manager  
Call: 305-938-4606

### **The Angler's Boutique Resort South Beach**

Special Rates available for Studio Suites:  
August 10 – September 30, 2009: \$135.00+  
October 1 – December 31, 2009: \$195.00+  
Black out dates: Labor Day | Thanksgiving Day | Art Basel | New Year's Eve.  
Contact: Ms. Estelle Gae – estelle@theanglersresort.com  
Call: 786-594-5888

### **Holiday Inn University of Miami**

Special rates starting at \$89.00/daily. Subject to hotel availability.  
Contact: Ms. Adiana Parra-Simon  
Call: 305-667-5611 ext. 7808

### **Sonesta Hotels**

Special rates starting at \$109.00/daily offered at Sonesta Hotel & Suites Coconut Grove. Subject to hotel availability. Gold Transient Corporate Rates Account N.: IACC200.  
Contact: Ms. Liliana Penaranda - Call: 305-529-2828  
Online: [www.sonesta.com/coconutgrove](http://www.sonesta.com/coconutgrove)  
E-mail Reservation: [reservations@sonesta-cg.com](mailto:reservations@sonesta-cg.com)  
Phone Central Res.: 1-866-306-1183 or 1-800-SONESTA

### **Interamerican Hotels Corporation**

10% discount at the Holiday Inn Port of Miami in Downtown Miami and at the Holiday Inn Express Hialeah/Miami Lakes, upon availability.  
Call: 305-371-4400 Ms. Melinda Maldonado - Downtown  
Call: 305-362-7777 Ms. Nora Machado - Miami Lakes

### **Best Western Palm Beach Lakes Inn**

Special rates starting at \$89 + tax/daily at the Best Western Palm Beach Lakes Inn. A deluxe continental Breakfast is included.  
Contact: Ms. Rosalie Denkin - rdenkin@dricmc.com  
Sales Department: 561-839-1468 (Mon.-Fri. 9-5)

**Courtyard Marriot Miami Downtown**  
Special rates starting at \$99.00+ tax /daily.  
Subject to hotel availability.  
Black out dates: Jan 29-31, 2010, Feb 4-7 & 11-15, 2010  
Call: 305-374-3000  
Phone Central Reservations: 1-800-321-2211

**Hertz**  
Special year-round discounts on your daily, weekly, weekend, and monthly rentals for business or pleasure; traveling in the U.S. or worldwide. Your Hertz CDP#1646043 is the key.  
Call 1-800-654-2210 or visit the Hertz website at [www.hertz.com](http://www.hertz.com) when making your reservation. Then present your Hertz Member Discount Card at the time of rental. It's that easy!

## Shopping

**Cosabella**  
10% discount on lingerie, sportswear and accessories purchased at store located in: 760 Ocean Drive # 7 | Miami Beach, FL 33139  
Contact: Mrs. Valeria Campello  
Call: 305-534-4731

**Oro Florida**  
10% discount on the purchase of Italian espresso coffee machines.  
Contact: Mr. Jason Elsner  
Call: 954-316-4401 x 216.

**Ad Maiora**  
Mito Espresso Coffee: All members will get a free-use machine with the purchase of 2 cases of Espresso Pods every month.  
Contact: Ms. Eliana Li Pani  
Call: 305-696-0235

**Maya Enterprises, Inc.**  
15% discount on their Dade County approved Italian style Impact Doors and Windows manufactured in Miami with materials and technology imported from Italy.  
Contact: Mr. Diego Cagol  
Call: 305-592-2882

**Imola Tile**  
All members will receive a 20% discount on the purchase of our ceramic and porcelain tiles, marble, granite, Mapei setting material and Fila sealers  
Call: 786-201-0480 - Mr. Maurizio Paglialonga  
Call: 786-201-1145 - Laura Reitano Taylor

## Professionals & Others

**Robert Allen Law**  
15% Discount on legal expenses.  
Contact: Mr. Umberto C. Bonavita  
Call: 305-372-3300

**Finley & Bologna International**  
First legal consultation will be free of charge for all members.  
Contact: Mrs. Stefania Bologna, Esq.  
Call: 305-379-7676

**Avila Rodriguez Hernandez Mena & Ferri LLP**  
First hour of initial legal consultation free of charge.  
Contact: Mr. Marco Ferri  
Call: 305-779-3579

**Studio Legale Pelosi & Partners**  
In the USA: First consultation free of charge and 20% discount on State of Florida legal fees. In Italy: First consultation free of charge and 50% discount on phone calls Italy-USA at their net cost, Italian legal fees, and refund of expenses.  
Contact: Mr. Giancarlo Pelosi  
Call: +11-39- 02-72081809

**Rothstein Rosenfeldt Adler**  
First legal consultation on immigration, taxation, asset protection, investments, real estate or criminal law.  
Contact: Dr. Sara Coen-Giovanelli  
Call: 954-522-3456

**Cambridge Mercantile Group**  
No fees on foreign currency wire transfers or drafts.  
Free assessment of foreign exchange exposure and transaction needs.

Free consultation to assist in formulating an appropriate foreign exchange hedging strategy.  
Contact: Manuel Lopez  
Call: 305-374-9182

**Dynamic Printing**  
10% discount on all printing.  
Contact: Giuseppe Calabrese  
Call: 561-706-6462

**Greater Miami Skin and Laser Center**  
One free cancer screening and a 10% discount on all our cosmetic procedures and products are offered to members and their family.  
Contact: Dr. Martin N. Zaiac  
Call: 305-532-4478

**David Barton Gym**  
Our South Beach gym is uniquely designed and features world-class training, studios dedicated to original classes, yoga, Pilates, boxing and group cycling, interactive cardio, luxe locker rooms, valet parking, live sets by international DJs and the TheSpaatDavidBartonGym. Exclusive Membership Offer for IACC Members: \$0 Enrollment & \$89/month.  
Located at 2323 Collins Ave, Miami Beach, FL 33139 inside the Gansevoort South.  
Contact: Pier Di Giorgio ([pier.digiorgio@dbgym.com](mailto:pier.digiorgio@dbgym.com))  
Call: 312-799-0079

**Hilton Bentley Beach Club**  
All members will receive a 25% discount on Beach Furniture (beach chairs & umbrellas) and a 15% on all food and beverage. Valet parking \$10.00.  
Contact: Mr. Tom Cunha  
Call: 305-538-7755

### Take advantage of your Membership!

There are lots of benefits reserved to our members. Discover where and how you can save money! Each corporate member can extend benefits up to 5 membership cards for its employees. If you lost your card, we will be glad to send you a duplicate. Just contact us at 305-577-9868 or [marketing@iacc-miami.com](mailto:marketing@iacc-miami.com).



# Trade Shows

## Italy

**Jan 12 - 15**

Fashion Industry  
**Pitti Immagine Uomo**  
Florence Fair Center, Florence  
[www.pittimmagine.com](http://www.pittimmagine.com)

**Jan 15 - 18**

International home show  
**Macef**  
Fiera Milano, Rho-Però, Milano  
[www.macef.it](http://www.macef.it)

**Jan 16 - 21**

Jewelry  
**Vicenzaoro: First**  
Vicenza Fair Center, Vicenza  
[www.firstevent.it](http://www.firstevent.it)

**Feb 24 - Mar 03**

Fashion  
**Milano Moda Donna**  
Milano Convention Center  
[www.cameramoda.com](http://www.cameramoda.com)

## USA

**Jan 15 - 17**

Antiques, Jewelry, and Watches  
**The Original Miami Beach Antique Show**  
Miami Beach Convention Center, Miami Beach  
[www.originalmiamibeachantiqueshow.com](http://www.originalmiamibeachantiqueshow.com)

**Feb 11 - 15**

Nautical Industry  
**Miami International Boat Show**  
Miami Beach Convention Center, Miami Beach  
[www.miamiboatshow.com](http://www.miamiboatshow.com)

**Mar 15 - 18**

Cruise Industry  
**Seatrade Cruise Shipping**  
Miami Beach Convention Center, Miami Beach  
[www.cruiseshipping.net](http://www.cruiseshipping.net)

**March 18 - 21**

Fashion Industry  
**Miami International Fashion Week**  
Shops at Midtown Miami, Wynwood Art District  
[www.miamifashionweek.com](http://www.miamifashionweek.com)





# Calendar of Events

## December

1

ArtDeconstruction by Luca Artioli  
Zadok Art Gallery  
Wynwood District | Miami

10

IACC Holiday Dinner  
Miami

## January

4-5

Massimo Lopez in "Ciao Frankie!"  
Colony Theatre - Miami Beach

15-18

MACEF – International Home Show  
Fiera Milano  
Milan

20

L'Aperitivo  
Miami

25-30

F&B Buyers Delegation to Matera  
Matera

## February

12

A Taste of Pisa – Workshop for F&B professionals  
Westin Colonnade  
Coral Gables

12-March 7

Pisa AD 1064 - The Miracle Plaza - Exhibit   
UM School of Architecture - Coral Gables

17

L'Aperitivo  
Miami

## March

15-18

Cruise Shipping Miami  
Miami Beach Convention Center  
Miami Beach

17

L'Aperitivo  
Miami

18-21

Miami International Fashion Week  
Miami

### Attention Members:

Publish your company's most recent news and events by sending an e-mail to [info@iacc-miami.com](mailto:info@iacc-miami.com).

# MANCA FOTO

??



# Your legal counselor for your business in **Italy** and the **US**

The hiring of a lawyer is an important decision that should not be based solely upon advertisements. Before you decide, ask us to send you free written information about our qualifications and experience.

## PELOSI LAW FIRM & PARTNERS

STUDIO LEGALE PELOSI & PARTNERS

[www.pelosilawfirm.com](http://www.pelosilawfirm.com) |  
[pelosilawfirm@pelosilawfirm.com](mailto:pelosilawfirm@pelosilawfirm.com)

### Miami

Pelosi Law Firm & Partners, s.t.p.  
1001 Brickell Bay Dr. Suite 1402  
Miami, FL 33131  
USA  
T. +1 305 533 1967  
M. +1 954 309 0258  
F. +1 305 374 5726

### Milano

Studio Legale Pelosi & Partners, s.t.p.  
Piazza A. Diaz, 7  
20123 Milano  
Italy  
T. +39 02 7208 1809  
M. +39 348 090 5623  
F. +39 02 7209 4104



# man adv

italians advertise it better italians advertise it better italians advertise it better italians advertise it better  
high end ideas retreat high end ideas retreat high end ideas retreat high end ideas retreat

**small luxury international agency**

Advertising  
On line marketing  
Europe wide media planning

Partner of Americas Media Group

Ideas with an Italian touch  
Miami - Firenze - Split

**ManAdv USA Inc.**

1001 Brickell Bay Drive, suite 1402  
Miami, FL 33131

ph. +1 (786) 360 2535  
fax. +1 (786) 360 2536  
usa@manadv.com

[www.manadv.com](http://www.manadv.com)