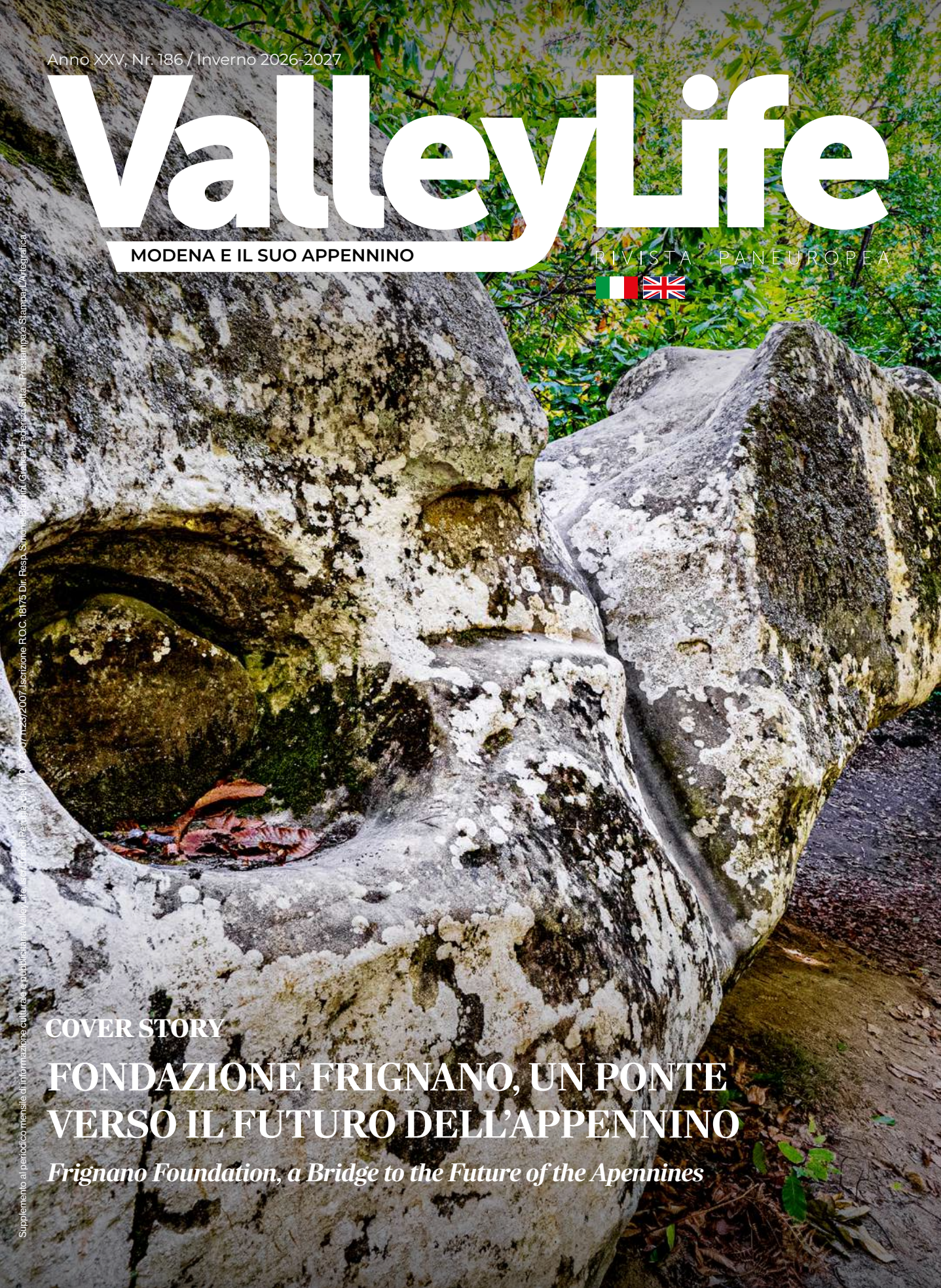
Anno XXV, Nr. 186 / Inverno 2026-2027

ValleyLife

MODENA E IL SUO APPENNINO

RIVISTA PANEUROPEA



COVER STORY

FONDAZIONE FRIGNANO, UN PONTE VERSO IL FUTURO DELL'APPENNINO

Frignano Foundation, a Bridge to the Future of the Apennines

Supplemento al periodico mensile di informazione culturale e pubblicitaria ValleyLife, Sezione Periodica del 17/04/2007 n.23/2007 Iscrizione R.O.C. 18175 Dir. Resp. Simone Bandini, Grafica: Federico Sitta - Prestampa e Stampa: L'Artegrafica









- Vacanze in Appennino
- Incoming per gruppi invernali
- Incoming per gruppi estivi
- Assistenza e personalizzazione sul posto
- Turismo in uscita
- Viaggi su misura e vacanze tradizionali



Via Circovallazione 3 Sestola (MO)
Tel. +39 053661372
Info@dragonflytravel.it
www.appenninobianco.it

DRAGONFLY
Travel & Web



In copertina: Fondazione Frignano, un ponte verso il futuro dell'Appennino (nella foto il Ponte del Diavolo, Foto Studio Fotografico Manfredini - Pavullo nel Frignano I Archivio dell'Unione dei Comuni del Frignano)

INVERNO 2026/2027

EDITORE, DIRETTORE RESPONSABILE
Dr. Simone Bandini (Tel: 339 7370104)

DIRETTRICE EDITORIALE:
Riccarda Riccò

PROGETTO GRAFICO e IMPAGINAZIONE:
Federico Sitta

PHOTO CREDITS
Studio Fotografico Manfredini
Rollo Montanini
Morena Tintorri
Andrea Battistini
Riccarda Riccò
Roberto Denti

AUTORI

Simone Bandini: Editore di Valley Life, Dott. in Filosofia.

Riccarda Riccò: Direttrice editoriale Valley Life "Modena e il suo Appennino", giornalista, scrittrice e docente liceale

Alessandro Notari: Commercialista ed editorialista "Il Sole 24 Ore"

Gabriella Pirazzini: Giornalista e scrittrice

Antonella Riccò: Psicologa e psicoterapeuta

Isabelle Arnoux: Giornalista collaboratrice

Le opinioni degli autori non sono necessariamente le opinioni dell'editore.
© Valley Life - tutti i diritti riservati.
Ne è vietata la riproduzione anche parziale

Questa rivista è stata chiusa all'esordio di novembre, sfumando tra le tinte straordinarie dell'autunno

ValleyLife

REDAZIONE E PUBBLICITA'
riccardaricco@me.com
www.valleylife.it
tel. 3488732734

6 La commedia della democrazia
The Comedy of Democracy

8 Modena e l'Inghilterra: quattro indizi che fanno una prova
Modena and England: Four Clues that Prove the Case



10 Fondazione Frignano, un ponte verso il futuro dell'Appennino
Frignano Foundation, a bridge to the future of the Apennines

18 Da lassù, il Cimone e il suo mezzo secolo d'oro
From Up There, Cimone and Its Half Golden Century

24 Vivere in montagna con "la legge sulla montagna"
Living in the Mountains Under the "Mountain Law"

30 Riolunato, un piccolo capolavoro dove il rio specchia la luna
Riolunato, a Little Masterpiece Where the River Reflects the Moon

36 Sestola splendida, antico fascino e sguardi oltreconfine
Sestola in Splendor: Timeless Charm and a Far-Reaching Outlook

42 L'oratorio di San Biagio e il Centro Culturale
The San Biagio Oratory and the Cultural Centre



46 Benessere e ospitalità internazionale nel cuore dell'Appennino Modenese
Well-Being and International Hospitality in the Heart of Modena Apennines

52 Dove la tecnologia incontra l'anima
Where Technology meets the Soul

58 Il ritorno prestigioso ed elegante di Acqua Nocera Umbra
The Prestigious and Elegant Return of Acqua Nocera Umbra

62 La legge universale dell'armonia nella chirurgia estetica
The Universal Law of Harmony in Cosmetic Surgery

68 Percorsi di cambiamento
Paths to Change

70 Francesco Ventura: "Il paziente vuole sentirsi in buone mani"
Francesco Ventura: "Patients Want to Feel They're in Good Hands"



78 Un angolo di Francia nella campagna emiliana
A Corner of France in the Emilian Countryside

82 Bellezza e bontà dell'Appennino in uno yogurt
The Beauty and Goodness of the Apennines in a Yogurt

86 Locanda Zita, 130 anni di storia dell'ospitalità in Appennino
Locanda Zita: 130 Years of Hospitality in the Apennines

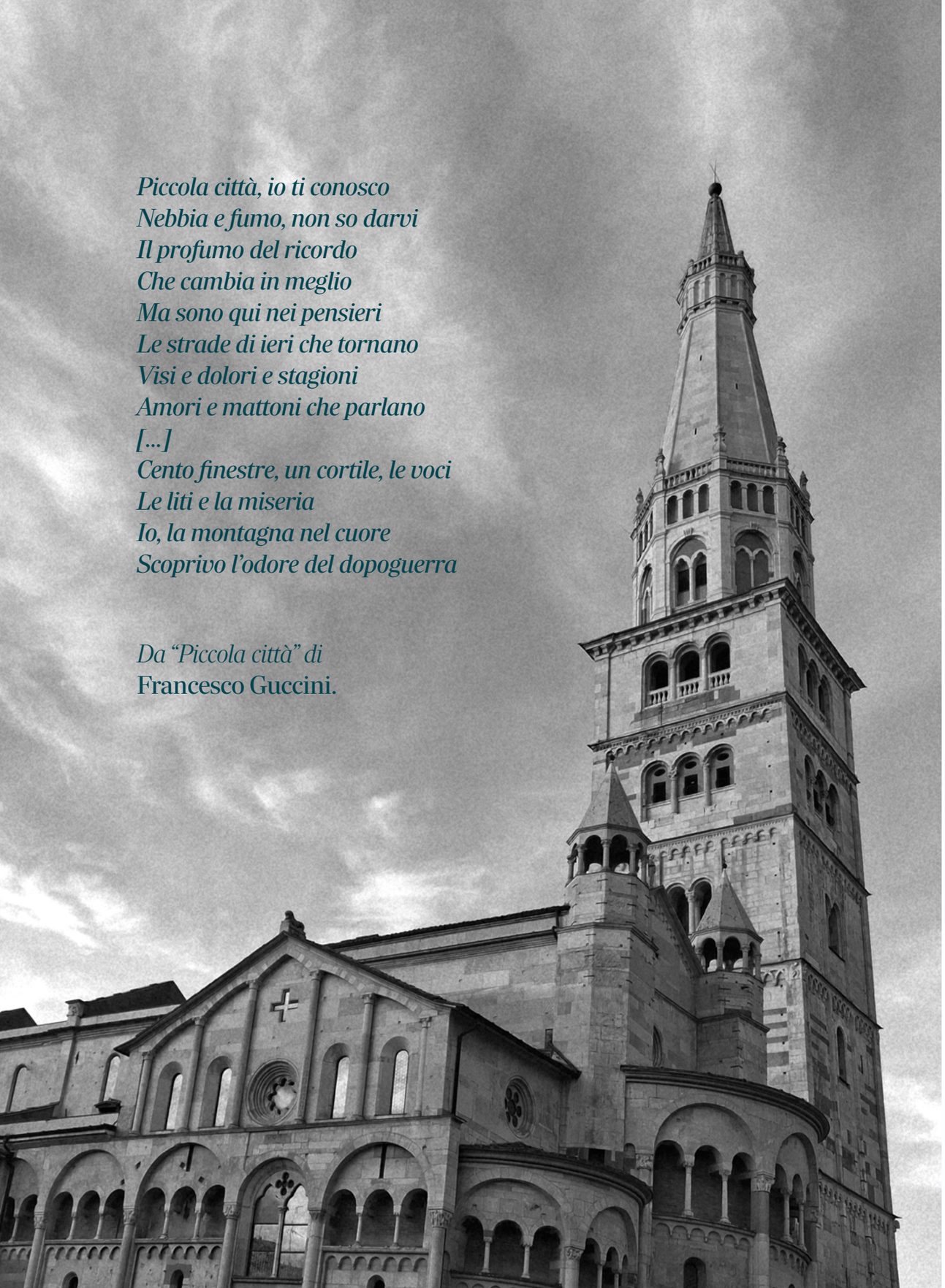
92 Il desiderio di dolci
The Desire for Sweets

93 Zuppa inglese, sinfonia di creme e alchermes
Zuppa Inglese: A Symphony of Custard and Alchermes

If you have a house in Modena or in the Apennines please subscribe for free and ask for your complimentary copy

Piccola città, io ti conosco
Nebbia e fumo, non so darvi
Il profumo del ricordo
Che cambia in meglio
Ma sono qui nei pensieri
Le strade di ieri che tornano
Visi e dolori e stagioni
Amori e mattoni che parlano
[...]
Cento finestre, un cortile, le voci
Le liti e la miseria
Io, la montagna nel cuore
Scoprivo l'odore del dopoguerra

Da "Piccola città" di
Francesco Guccini.



HERNO
DONDUP MADE IN ITALY
THIS IS AN ORIGINAL BALLANTYNE EST. 1921
C.P. COMPANY
BARBA NAPOLI
HOGAN
FAY
ANTONELLI Firenze
DOUCAL'S Italy 1973
PESERICO
FABIANA FILIPPI
RALPH LAUREN
1952 GRAN SASSO ITALY
BOUTIQUE GIULIANA SESTOLA
MC2 SAINT BARTH
VIOLANTI
BORBONESE
MaxMara
LIVIANA CONTI
COCCINELLE
EMPORIO ARMANI
ICON
XACUS
PAOLONI
BRIGLIA 1949

Via libertà 2 Sestola MO | info@boutiquegiuliana.it | T 0536 61768

EDITORIAL

LA COMMEDIA DELLA DEMOCRAZIA

The Comedy of Democracy

Di Simone Bandini



"È Ribelle chiunque sia posto, dalla legge della propria natura, in relazione con la libertà: una relazione che lo trascina, nel corso del tempo, a una rivolta contro l'automatismo e al rifiuto di accettarne la conseguenza etica, ovvero il fatalismo".
Ernst Jünger, Trattato del Ribelle, 1951.

A voler apparire profetico potrei citare il mio editoriale dell'inverno 2024/25 (https://www.valleylife.it/it/trumpolino/) che avevo genialmente chiamato 'Trump(olino)', a suggerire una situazione di iperbole e accelerazione politica, dagli esiti potenzialmente rivoluzionari – e gioco forza irrazionali. I lettori più superficiali, forse, avranno finito per pensare che volessi magnificare il dispotismo turbo capitalista del magnate americano. A chi mi conosce o mi segue da tempo, non sarà invece sfuggita la decisa vena critica, oltre-sistema.
"In questa situazione di passaggio, per la prima volta e sul serio, il feticcio assoluto del 'mercato' – divinità manichea del capitalismo – non appare più entità perfetta, intoccabile, ma i suoi attributi si fanno condizionati dalla mediazione dello Stato che ritrova la sua autorità 'metafisica' e i suoi valori costitutivi e fondanti" – permettetemi questa autocitazione; proprio qui avevo intuito come il sovranismo Made in Usa avrebbe finito per fomentare uno statalismo del tutto inedito per gli States, con l'annullamento dei corpi intermedi e della mediazione dell'opinione pubblica, resa irrilevante quando non addirittura sistematicamente ridicolizzata.
"Non è tanto ciò che Donald Trump dichiara ad essere determinante ma ciò che egli incarna a superare la sua mera funzione politica: il pensiero riformatore del capitalismo è già tra di noi ed in lui ha trovato un possibile veicolo di espressione. Sarà lui a guidare il necessario processo riformatore del capitalismo?" – avevo anche chiesto. E questo mio quesito trova oggi, a distanza di un paio d'anni, una risposta decisamente affermativa. Chi ha sottovalutato l'approssimazione tipicamente yankee del tycoon ha peccato di sufficienza e commesso un grave errore di valutazione.

Siate oltre il sistema! Non cascate nel gioco delle parti che vi propinano a turno, la commedia parlamentare e la messinscena democratica, internazionale e nostrana. Con la guerra alle porte, l'inflazione galoppante, la benzina in volo verso i 2.50 euro, il relativismo culturale, le invasioni migratorie stile Ceuta e la più bassa natalità del mondo – non si possono dormire di certo sonni tranquilli. Dubitate dei vecchi e dei nuovi Pulcinella di turno, ma specialmente siate ribelli, puri e integri, perché l'edificio sta crollando e sarà importante poggiare su solide fondamenta.
Come ben descritto da Platone – uno che se ne intendeva di idealismo e di valori fondanti - nel Libro VIII della Repubblica, la democrazia si converte in tirannide quando l'eccesso di libertà genera il caos e spinge il popolo a cercare un capo autoritario. Notate delle similitudini con i nostri tempi?
Si potrà obiettare che non ci sono, oggi, e specialmente nel mondo occidentale, personalità di rilievo in grado di incarnare assolutismi credibili. Concordo.
Ma che il dispotismo sia ormai nella sua essenza impersonale è ormai un fatto. Pensate alla rete globale internet o all'intelligenza artificiale, all'identità elettronica e alle mille diavolerie virtuali che ammorbano le vostre esistenze e che non vi permettono più di essere liberi. Non ci sarà scampo se non ci sarà un ritorno a un principio di 'verità e presenza'. Tornate ad amare la vostra libertà, siate ribelli.

"Rebellious is anyone who is placed, by the law of their own nature, in relation to freedom: a relationship that, over time, draws them to a revolt against automatism and a refusal to accept its ethical consequence, namely fatalism."
Ernst Jünger, "Treatise on the Rebel", 1951.

To appear prophetic, I could cite my winter 2024/25 editorial (https://www.valleylife.it/it/trumpolino/), which I brilliantly titled 'Trump(oline),' suggesting a situation of political hyperbole and acceleration, with potentially revolutionary – and therefore necessarily irrational – outcomes. More superficial readers might have ended up thinking I wanted to magnify the turbo-capitalist despotism of the American magnate. Those who know me or have followed me for a while, however, will not have missed the decidedly critical, beyond-system nuance.
"In this transitional situation, for the first time and in earnest, the absolute fetish of the 'market' – the Manichean deity of capitalism – no longer appears as a perfect, untouchable entity, but its attributes become conditioned by the mediation of the State, which rediscovers its 'metaphysical' authority and its constitutive and foundational values." – allow me this self-citation; it was precisely here that I intuited how Made in USA sovereignism would end up fostering a completely unprecedented statalism, with the annulment of intermediate bodies and the mediation of public opinion, rendered irrelevant if not systematically ridiculed.
"It is not so much what Donald Trump declares that is decisive, but what he embodies that transcends his mere political function: the reformist thought of capitalism is already among us, and in him, it has found a possible vehicle of expression. Will he lead the necessary reform process of capitalism?" – I also asked. And this question of mine finds, a couple of years later, a decidedly affirmative answer today. Those who underestimated the tycoon's typically Yankee approximation sinned through complacency and made a serious misjudgement.



Be beyond the system! Don't fall for the game of roles they serve you in turn, the parliamentary comedy and the democratic charade, international and domestic. With war at our doorstep, rampant inflation, gasoline soaring towards 2.50 euros, cultural relativism, Ceuta-style migratory invasions, and the lowest birth rate in the world – one certainly cannot sleep soundly. Doubt the current old and new Punchinellos, but especially be rebels and pure, because the building is collapsing, and it will be important to stand on solid foundations.
As well described by Plato – someone who understood idealism and foundational values – in Book VIII of "The Republic", democracy converts into tyranny when the excess of freedom generates chaos and pushes the people to seek an authoritarian leader. Do you notice any similarities with our times?
It could be objected that there are no prominent personalities today, especially in the Western world, capable of embodying credible absolutisms. I agree.
But that despotism is now impersonal in its essence is a fact. Think of the global internet network or artificial intelligence, electronic identity, and the thousand virtual devilries that plague your existences and no longer allow you to be free. There will be no escape unless there is a return to a principle of 'truth and presence.' Return to loving your freedom, be rebels.

ASCOLTO CONSIGLIATO
Recommended listening
'Scream (Funk My Life Up)', Paolo Nutini

EDIT ORIAL

MODENA E L'INGHILTERRA: QUATTRO INDIZI CHE FANNO UNA PROVA

Modena and England: Four Clues that Prove the Case

Di Riccarda Riccò

Esiste un fil rouge che unisce Modena all'Inghilterra ed è una linea che sa subito di storia.
Il primo suggerimento arriva infatti dal passato e ha il nome di Maria Beatrice d'Este, la duchessa nata nel Palazzo Ducale che sarebbe diventata regina di Inghilterra nel 1685. Unica donna italiana sul trono inglese, cento per cento modenese, tanto da essere rinominata Mary of Modena.
Una donna nata per essere regina, ma che voleva i voti e non un marito, sennonché Papa Clemente X, in combutta con il Re Sole e sperando di vedere di nuovo il cattolicesimo in Inghilterra, la convinse a sposare il futuro re d'Oltremanica Giacomo II, essendo in quel modo molto più utile alla chiesa piuttosto che tra le mura monastiche.
La sua vita a corte fu piena di disgrazie e forse sarebbe stata più felice nella sua città d'origine.
Legato a doppio filo a Maria Beatrice è il secondo elemento, che ci inonda di crema tuffandoci in un dessert di strati di pan di Spagna imbibiti di liquore. La leggenda narra come i cuochi di Mary diedero un twist al dolce britannico "trifle", sostituendo gli ingredienti originali con quelli che si potevano reperire a Modena.
E voilà la zuppa inglese (la ricetta nell'ultima pagina).
È poi una scultura a portarci nel terzo tema England-related: sulla Porta della Pescheria del Duomo, vicino alla splendente Torre Ghirlandina, c'è uno dei più grandi misteri mai spiegati, la più antica raffigurazione monumentale conosciuta al mondo della leggenda di Re Artù. La stranezza che fa massaggiare le menti e i menti degli studiosi è il tempo. Sì, perché la prima edizione scritta della storia si rifà al 1136, mentre l'archivolto della porta fu fatto almeno venti anni prima.
"Griffins, lions, tigers and other monsters in stone and marble" scriveva poi di Modena Charles Dickens nelle sue "Pictures from Italy" mentre ammirava il Duomo, la "dim cathedral", uno dei massimi capolavori di architettura romanica in Europa.
E Dickens non è semplicemente inglese, è il massimo esponente del romanzo vittoriano.
Di più, è l'autore che nell'Ottocento gli inglesi erano soliti tenere sul comodino insieme alla Bibbia.

There is a common thread linking Modena with England, and it is a line steeped in history.
The first hint indeed comes from the past, and bears the name of Maria Beatrice d'Este, the duchess born in the Ducal Palace who would become Queen of England in 1685. The only Italian woman ever to sit on the English throne, she was one hundred per cent from Modena – so much so that she was renamed Mary of Modena.
A woman born to be queen, yet one who wanted to take religious vows rather than marry. However, Pope Clement X, in league with the Sun King and hoping to see Catholicism return to England, persuaded her to marry the future king across the Channel, James II, believing that she would be far more useful to the Church in that role than within monastic walls.
Her life at court was filled with misfortunes, and perhaps she would have been happier in her city of origin.
Closely intertwined with Maria Beatrice is the second element, which floods us with cream as we plunge into a dessert made of layers of sponge soaked in liqueur. Legend has it that Mary's cooks gave the British dessert known as trifle a twist, replacing the original ingredients with those available in Modena. And voilà: Zuppa Inglese was born (the recipe on the last page).
It is then a sculpture that brings us to the third England-related theme: on the Porta della Pescheria of the cathedral, near the gleaming Ghirlandina Tower, stands one of the greatest mysteries ever explained – the oldest known monumental depiction in the world of the legend of King Arthur. What makes scholars rack both their brains and their brows is the timing. Yes, because the first written version of the story dates back to 1136, while the archivolt above the doorway was made at least twenty years earlier.
"Griffins, lions, tigers and other monsters in stone and marble," Charles Dickens later wrote of Modena in his Pictures from Italy while admiring the cathedral, the "dim cathedral", one of the greatest masterpieces of Romanesque architecture in Europe.
And Dickens is not merely English; he is the foremost exponent of the Victorian novel.
What is more, he is the author whom, in the Nineteenth Century, the English commonly kept on their bedside tables alongside the Bible.

ASCOLTO CONSIGLIATO
Recommended listening
'Londra mi sembra Modena', Andre Veleno



MARY OF MODENA, Simon Pietersz Verelst, Ritratto di Maria di Modena (1680).
Fonte Wikimedia Commons.

FONDAZIONE FRIGNANO, UN PONTE VERSO IL FUTURO DELL'APPENNINO

Frignano Foundation, a Bridge to the Future of the Apennines

Di Riccarda Riccò



Pista ciclopedonale dell'Aeroporto di Pavullo nel Frignano

Una terra da custodire, un domani da costruire. È la Fondazione Frignano, un'esperienza unica sul territorio, prima realtà di comunità montana che fa da collante tra diversi enti pubblici e privati, intercettando fondi e competenze da reinvestire in progetti concreti.

Quando uomini e montagne si incontrano, grandi cose accadono, diceva un famoso poeta inglese. E guardando la Fondazione Frignano, viene da pensare proprio così. L'esperienza e la convinzione alla base del progetto sono concrete: il territorio ha ancora molto da offrire e, attraverso la collaborazione tra imprese, istituzioni, associazioni e cittadini, è possibile costruire un futuro più prospero e sostenibile per l'Appennino.
È il 2023 l'anno in cui l'idea prende forma, dopo che "The First Group", una cordata spontanea di imprenditori, unisce risorse e competenze per intervenire sulla strada perimetrale aeroportuale di Pavullo. E proprio l'aeroporto diventa così non solo il punto di partenza della Fondazione, ma una metafora potentissima di hub della modernità, connessione, apertura, crescita e decollo. L'esperienza di "The First Group" ha infatti mostrato subito come ci fosse humus ideale:
«Abbiamo capito che il terreno era fertile per fare di più, per fare meglio, per coinvolgere altri soggetti in un progetto di benessere per il territorio», racconta il presidente della Fondazione Frignano Adamo Venturelli.
Da qui la scelta di creare una rete comunitaria che non fosse legata soltanto a Pavullo, ma all'intero Appennino modenese. Una decisione dettata dal profondo legame personale con questi luoghi: «Siamo tutte persone di questa terra, affezionate al nostro territorio, alla nostra gente. Qui abbiamo insediato le nostre attività imprenditoriali e vorremmo dare un presente prospero e un futuro ancora più brillante a chi verrà dopo di noi: lasciare un posto migliore di come l'abbiamo trovato» dice Venturelli.

A land to protect, a tomorrow to build. This is the Frignano Foundation, a unique experience in the area, the first mountain community that acts as a glue between different public and private entities, intercepting funds and expertise to reinvest in concrete projects.

When men and mountains meet, great things happen, said a famous English poet. And looking at the Frignano Foundation, one can't help but think just that.
The experience and conviction behind the project are tangible: the area still has much to offer, and through collaboration among businesses, institutions, associations, and citizens, it is possible to build a more prosperous and sustainable future for the Apennines.
2023 is the year in which the idea takes shape, after "The First Group," a spontaneous alliance of entrepreneurs, joins resources and expertise to intervene on the airport perimeter road of Pavullo. Thus, the airport becomes not only the starting point of the Foundation but a powerful metaphor for a hub of modernity, connection, openness, growth, and take-off.
The experience of "The First Group" immediately showed that there was ideal ground:
"We realised that the terrain was fertile for doing more, for doing better, for involving other parties in a project of well-being for the territory," recounts the president of the Frignano Foundation, Adamo Venturelli.
From here comes the choice to create a community network that is not solely tied to Pavullo, but to the entire Modenese Apennines. A decision driven by a deep personal connection to these places: "We all belong to this territory and we love our land and our people, and our people. Here we have established our business activities, and we would like to provide a prosperous present and an even brighter future for those who come after us: to leave a place better than we found it,"
says Venturelli.
The Foundation has already begun to write a better future for

Anello dell'Aeroporto di Pavullo nel Frignano



Il futuro migliore la Fondazione ha già cominciato a scriverlo, per molti giovani e non solo. Come Giulia Masinelli che ha vinto una borsa di studio e ha vissuto un anno negli Stati Uniti:
«È qualcosa che mi ha resa molto più consapevole delle mie possibilità e capacità. Una volta vissuta dico, dai non è stato neanche così difficile, però se ci penso è una cosa grande che dà tanta consapevolezza… ti apre un mondo» dice Giulia, buon profitto scolastico, motivazione e sguardo trasparente verso il domani. «In Florida è stata un'esperienza bellissima, con la famiglia in cui ero, nel contesto culturale, sociale, con gli amici. Credo sia veramente bello vedere una realtà come la Fondazione, che ci tiene e che investe i propri soldi sul territorio, sui giovani».
Giovani di quarta elementare e seconda media che grazie al Passaporto Digitale, attivo da oltre due anni, possono approcciarsi a coding, robotica, elettronica, IA, laboratori e.DO e corsi di programmazione con PYTHON. Giovani che grazie alla Summer School vivono una full immersion inglese di due settimane con insegnanti madrelingua, in modalità centro estivo, tra didattica mattutina e attività ludico-ricreative al pomeriggio.
È Annalisa Mazzetti, dirigente scolastica dell'Istituto Superiore Cavazzi Sorbelli e Direzione Didattica di Pavullo, a coordinare la rete scolastica ed extra scolastica per concretizzare queste azioni, dialogando con i diversi enti.
«L'importanza di queste attività è anche che i ragazzi possono sperimentare delle competenze trasversali, come sapersi organizzare, saper lavorare in gruppo, in un contesto diverso, adattandosi alle situazioni con progetti che non sono "della" scuola, ma sono "con" la scuola» racconta la Mazzetti. «I genitori sono veramente contenti per la qualità degli interventi, è lì che sta l'importanza della Fondazione. Dove si mette insieme pubblico e privato si riesce a dare una qualità superiore».
Un valore immenso rivolto dunque non solo ai più piccoli, ma anche alle famiglie, agli anziani, a chi il territorio lo frequenta per lavoro o per turismo. E allora ecco che dall'alba a dopo il tramonto si vedono persone che vivono la strada perimetrale aeroportuale, che sarà completata tra qualche mese con due belle piazzette.
«Chi viene qui si sente sicuro, la pedonale è illuminata, è molto attrattiva. C'è tantissima gente e questo è dovuto al fattore sicurezza. Si gira con tranquillità, l'area è molto video sorvegliata» racconta Roberto Gianaroli, presidente Aeroclub Pavullo, «c'è chi viene coi bambini, chi a fare una passeggiata, chi ad allenarsi, a fare sport. Da molti è addirittura scelta come la passeggiata domenicale da fare in coppia a braccetto».
Luoghi naturalmente bellissimi che, valorizzati e restituiti alla collettività, diventano fruibili e inclusivi. Come lo straordinario Ponte d'Ercole, conosciuto come Ponte del Diavolo, tra Pavullo, Polinago e Lama Mocogno.



Adamo Venturelli, presidente Fondazione Frignano

many young people and beyond. Like Giulia Masinelli, who won a scholarship and lived a year in the United States:
"It made me much more aware of my possibilities and capabilities. Once I experienced it, I thought, it wasn't even that difficult; but when I think about it, it's a big thing that gives so much awareness... it opens up a world," says Giulia, with good academic performance, motivation, and a clear outlook towards tomorrow.
"In Florida, it was a wonderful experience, with the family I was with, in the cultural and social context, with friends. I truly believe it's beautiful to see a reality like the Foundation, which cares and invests its money in the territory, in the young."
Young people in the fourth grade and second year of secondary school who, thanks to the Digital Passport, active for over two years, can engage with coding, robotics, electronics, AI, workshops, and programming courses with PYTHON.
Young people who, through the Summer School, experience an English full immersion for two weeks with native-speaking teachers, in a summer camp format, combining morning teaching with recreational activities in the afternoon.
Annalisa Mazzetti, the headteacher of the Cavazzi Sorbelli Higher Institute and the Pavullo Didactic Management, coordinates the school and extracurricular network to implement these actions, engaging with various entities.
"The importance of these activities is also that the students can experiment with transversal skills, such as organisation, teamwork, adapting to different situations with projects that are not 'of' the school but 'with' the school," Mazzetti explains. "Parents are truly happy with the quality of the interventions; this is where the importance of the Foundation lies. Where public and private come together, a superior quality can be achieved."
An immense value is therefore directed not only at the youngest but also at families, the elderly, and those who visit the area for work or tourism.
And so, from dawn until after sunset, one sees people enjoying the



Passaporto digitale

Una riqualificazione che è un esempio virtuoso di sinergia tra Fondazione, enti locali, privati cittadini, Unione dei Comuni e Fondazione di Modena. Il risultato è eccellente: un'area picnic circonda il monolite, mentre un percorso salute si snoda in sei stazioni con attrezzi ginnici e ludici, accompagnato da pannelli che raccontano le leggende legate a quel luogo magico.

«Vogliamo dare una prospettiva di benessere sostenibile a questo territorio che, secondo noi, ha ancora tantissimo da dare se correttamente preservato, valorizzato e promosso», spiega il presidente.

Come il futuro PalaFrignano, un palazzetto polifunzionale che nascerà tra circa due anni nella zona dello stadio e del polo scolastico di Pavullo. Con i suoi 200 posti a sedere unirà la vocazione sportiva a eventi culturali e aziendali.

Fondata sul dialogo, la Fondazione ascolta tutti: attraverso il sito è possibile proporre idee che, se fattibili, vengono inserite nella programmazione di medio periodo.

Giulia Masinelli in partenza per la Florida



«Riteniamo corretto avere questo dialogo aperto e costruttivo nel territorio dove queste opere andremo a realizzarle» dice Venturelli.

Un dialogo che c'è sempre stato, prima della nascita ufficiale di "The First Group" e prima dei progetti realizzati all'aeroclub di Pavullo. La scintilla di tutto è stata una necessità concreta: trovare una struttura polifunzionale per ospitare l'elisoccorso del 118, un hangar evoluto, moderno, riscaldato e coibentato, per estendere il servizio sulle 24 ore. L'azienda VIS Hydraulics srl guidata da Adamo Venturelli ha stanziato i tre quarti delle risorse ed è stato proprio durante l'inaugurazione dell'"Hangar VIS" che è nata l'idea di recuperare l'anello.

«Quando siamo partiti il coinvolgimento è stato ampio, perché la strada perimetrale dell'aeroporto è stata aperta al traffico pedonale tramite una convenzione tra Enac, Aeroclub Pavullo e Unione dei Comuni del Frignano», spiega Roberto Gianaroli, presidente dell'Aeroclub di Pavullo. «Questo ha fatto sì che i cittadini abbiano cominciato a utilizzarla in modo estremamente intenso, dando soddisfazione in termini di visibilità e reputazione ai primi investitori che immediatamente hanno trovato il consenso allargato. La crescita è stata tumultuosa».

Un gruppo cresciuto da 12 a 150 persone, specchio di un tessuto imprenditoriale vivo. Un entusiasmo che ha contagiato anche i cittadini, da



Summer camp

to propose ideas that, if feasible, will be included in the medium-term programming.

"We believe it is right to have this open and constructive dialogue in the territory where we will carry out these works," says Venturelli.

A dialogue that has always existed, even before the official birth of "The First Group" and before the projects carried out at the Pavullo aeroclub.

The spark for everything was a concrete necessity: to find a multifunctional structure to host the 118 air rescue service, an evolved, modern, heated, and insulated hangar, to extend the service to 24 hours.

The company VIS Hydraulics srl, led by Adamo Venturelli, allocated three-quarters of the resources, and it was during the inauguration of the "VIS Hangar" that the idea of recovering the ring was born.

"When we started, the involvement was widespread because the airport's perimeter road was opened to pedestrian traffic through an agreement between Enac, Aeroclub Pavullo, and the Union of Municipalities of Frignano," explains Roberto Gianaroli, president of the Pavullo Aeroclub. "This led citizens to begin using it in an extremely intense way, providing satisfaction in terms of visibility and reputation to the first investors who immediately found broad consensus. The growth has been tumultuous."

A group that grew from 12 to 150 people, reflecting a vibrant entrepreneurial fabric. An

Inaugurazione riqualificazione Ponte del Diavolo. Da sinistra: Adamo Venturelli, Arnaldo Ricchi, Lorenzo Checchi, Davide Venturelli, Simona Magnani, Carlotta Venturelli, Giampaolo Giovanelli





Render rotonda con alberello: Rotary Club Frignano

cui sono arrivate manifestazioni spontanee di interesse e sostegno.
«Le do 50 euro, posso contribuire anch'io?» ricorda Venturelli.
Il problema era proprio quello: come raccogliere quelle piccole donazioni in modo strutturato?
«Ho rifiutato dei 50 euro alla volta, e ho pensato: dobbiamo fare la Fondazione. Dopo, i 50 euro li posso prendere».
Stessa dinamica che si è verificata anche con altri imprenditori coinvolti nei progetti. Ma com'è fare l'imprenditore in montagna? Gli chiediamo. E a rispondere è sempre lui, ma come fondatore e amministratore delegato della VIS Hydraulics, realtà leader nel settore dell'oleodinamica.
«È un privilegio», sorride, «lavorare in un'azienda dove guardi fuori dalla finestra e vedi montagne, colline e boschi. Questa per me è energia pura».
Qui le sfide si fanno opportunità grazie al capitale umano, un patrimonio insostituibile di competenze e valori territoriali.
«Tutti quelli che hanno la fortuna di avere dei collaboratori che arrivano dal Frignano mi dicono che i montanari hanno un altro passo» dice Venturelli, «sono orgogliosissimo delle mie ragazze, dei miei ragazzi, e non c'è altro posto, in Italia e nel mondo, dove vorrei fare impresa».

enthusiasm that also infected the citizens, who spontaneously expressed interest and support.
"I'll give you 50 euros, can I contribute too?" Venturelli recalls.
The problem was precisely that: how to collect those small donations in a structured way?
"I refused 50 euros at a time and thought: we need to create the Foundation. After that, I can accept the 50 euros."
The same dynamics occurred with other entrepreneurs involved in the projects.
But what is it like to be an entrepreneur in the mountains? We ask. And responding is always him, but as the founder and CEO of VIS Hydraulics, a leading company in the field of hydraulics.
"It's a privilege," he smiles, "to work in a company where you look out the window and see mountains, hills, and woods. This is pure energy for me."
Here, challenges become opportunities thanks to human capital, an irreplaceable heritage of skills and territorial values.
"Everyone who is fortunate enough to have collaborators from Frignano tells me that mountain dwellers have a different pace," says Venturelli, "I am incredibly proud of my girls and boys, and there is no other place, in Italy and in the world, where I would want to do business."

Inaugurazione area picnic Ponte del Diavolo



Area picnic Ponte del Diavolo





Render Palazzetto: Giacomo Ferrari Architetto



CDA Fondazione Frignano. Da sinistra: Giovanni Carlini, Mara Bernardini, Adamo Venturelli, Alessandro Rovinalti, Giancarlo Lizzeri (assente vicepresidente Giampaolo Giovanelli)

Info:
Via Monte Belvedere 25, Pavullo nel Frignano (Mo) /
www.fondazionefrignano.it / info@fondazionefrignano.it

Dona il tuo 5x1000 per sostenere il territorio, riportando il codice fiscale 94225910366 nella dichiarazione dei redditi
IBAN: IT02M0538766920000003940307

DA LASSÙ, IL CIMONE E IL SUO MEZZO SECOLO D'ORO

From Up There, Cimone and Its Half Golden Century

Di Riccarda Riccò





Monte Cimone

Mons Orientalis, così lo chiamavano gli antichi, il gigante dell'Appennino ha regalato la migliore stagione di sempre con la sua terrazza sospesa tra la terra e il cielo, dove l'orizzonte non finisce mai.
E i suoi cinquant'anni il Consorzio Cimone li porta davvero alla grande.
Il segreto del successo? Lungimiranza su investimenti e servizi. Parola del presidente del Consorzio,
Luciano Magnani.

Sciare sul Cimone significa tuffarsi in un mare di neve con la sensazione di volare sopra l'intera Emilia, con l'orizzonte che si spalanca a ogni curva.
Le piste che si snodano su pendenze soleggiate e boschi di faggio innevati tolgono il fiato.
Bellezza e potenzialità già intuite nel 1976, quando i proprietari di impianti pubblici e privati e i Comuni di Sestola, Fanano e Riolunato hanno fondato ufficialmente il grande Comprensorio sciistico del Monte Cimone nell'Appennino Modenese.
«Quelli che hanno costituito il consorzio 50 anni fa sono stati molto lungimiranti e hanno capito che questa era una stazione che poteva avere un futuro importante. Ora il Consorzio è gestito dall'80% dalla famiglia Grani con i Comuni del Comprensorio e la Società dei maestri di sci» ci racconta il presidente Luciano Magnani.
Da allora la bellezza è intatta, ma le sfide restano: serve potenziare gli investimenti per continuare a creare occupazione e a rafforzare il legame delle persone con le proprie origini.
Pandemia e meteo incerto hanno così spinto la tecnologia, portando l'innevamento artificiale a coprire l'80% di un carosello di 50 km di piste.
«Questo ci ha permesso di fare quel salto di qualità rispetto

Mons Orientalis, as the ancients called it, the giant of the Apennines gave the best season ever with its terrace suspended between the earth and the sky, where the horizon never ends.
And the Cimone Consortium is really bringing its fifty years to a great time.
The secret of success? Foresight on investments and services.
Word of the president of the Consortium, Luciano Magnani.

Skiing on mount Cimone means diving into a sea of snow with the feeling of flying over the whole of Emilia, with the horizon opening up at every turn.
The slopes that wind over sunny gradients and snow-covered beech forests take your breath away. Beauty and
potential already sensed in 1976, when the owners of public and



Da sinistra Luciano Magnani, Roberta Frisoni, Michele De Pascale, Davide Baruffi



ad altre stazioni dell'Appennino e delle Alpi, con la neve per 110 giorni anche sui collegamenti tra Cimoncino, Lago della Ninfa, Passo del Lupo, Polle. Spariamo la stessa neve di quattro anni fa, però nel minor tempo possibile, con temperature anche un po' più alte, e un risparmio del 30% di energia» dice Magnani.
Meno energia, più neve e di migliore qualità. Una bella neve che va d'accordo con l'ambiente, perché in Italia è fatta solamente di acqua e aria, senza aggiunta di sostanze chimiche tossiche.
Guardando al futuro, non bisogna certo abbassare la guardia: infatti il piano commerciale straordinario di oltre 21 milioni di euro è chiamato "Cimone 2030" e si estende anche ai mezzi battipista, con l'obiettivo di cambiarne uno all'anno: «Costano circa 560, 570mila euro l'uno, ma permettono di avere delle piste davvero perfette, con un risparmio di carburante del 30%, meno ore di lavoro e più sicurezza per operatori e sciatori» spiega il presidente del Consorzio.
I contributi arrivano da Governo, Regione e istituti bancari, quali Sanfelice 1893 Banca Popolare, Crédit Agricole, Sparkasse Cassa di Risparmio e Banco BPM.
Luciano Magnani cita ad esempio la ex ministra al Turismo Daniela Santanchè che ha stanziato fondi mirati all'Appennino, e l'interesse del presidente della Regione Michele De Pascale, spesso in visita qui, come tanti altri vip e autorità, graditissimi ospiti sempre accolti sulla famosa Terrazza Cimone a Passo del Lupo per aperitivi e degustazioni. Volti

private lifts and the Municipalities of Sestola, Fanano and Riolunato officially founded the large Monte Cimone ski area in the Modena Apennines.
"Those who formed the consortium 50 years ago were very far-sighted and understood that this was a resort that could have an important future. Now the Consortium is 80% managed by the Grani family with the Municipalities of the Ski Area and the Society of Ski Instructors," says president Luciano Magnani.
Since then, the beauty has been intact, but the challenges remain: we need to increase investments to continue to create jobs and strengthen people's bond with their origins. Pandemic and uncertain weather have thus pushed technology, bringing artificial snow to cover 80% of a carousel of 50 km of slopes.
"This has allowed us to make that leap in quality compared to other resorts in the Apennines and the Alps, with snow for 110 days also on the connections between Cimoncino, Lake Ninfa, Passo del Lupo, Polle. We are shooting the same snow as four years ago, but in the shortest possible time, with temperatures even a little higher, and a 30% saving in energy," says Magnani.
Less energy, more snow and better quality. A beautiful snow that gets along with the environment, because in Italy it is made only of water and air, without the addition of toxic chemicals.
Looking to the future, we must certainly not let our guard down: in fact, the extraordinary commercial plan of over 21 million euros is called "Cimone 2030" and also extends to snow groomers, with the aim of changing one a year: "They cost about 560, 570 thousand euros each, but they allow you to have really perfect slopes, with a fuel saving of 30%, fewer hours of work and more safety for operators and skiers," explains the president of the Consortium.
Contributions come from the Government, the Region and banking institutions, such as Sanfelice 1893 Banca Popolare, Crédit Agricole, Sparkasse Cassa di Risparmio and Banco BPM.
Luciano Magnani cites for example the former Minister of Tourism Daniela Santanchè who has allocated funds aimed at the Apennines, and the interest of the President of the Region Michele De Pascale, often visiting here, like many other VIPs and authorities, very welcome guests always welcomed on the famous Cimone Terrace in Passo del Lupo for aperitifs and tastings. Familiar faces that can also be met on the slopes, in restaurants or at happy hour in the narrow streets of Sestola and the picturesque surrounding villages.





noti che si possono incrociare anche sulle piste, nei ristoranti o all'ora dell'happy hour tra le stradine di Sestola e dei pittoreschi borghi circostanti.
Del resto, se si investe, il sistema risponde e produce. Secondo uno studio della Bocconi, l'indotto generato è pari a 5 volte il costo del biglietto di risalita. Sistema bianco straordinario di un territorio che pullula di vita vera e attrae: quasi 27.000 posti letto, oltre 8.000 attività commerciali e circa 1600 addetti invernali.
Un impatto economico che nell'ultimo anno ha superato i 40 milioni di euro.
Tornando all'ambiente, tutti i 20 impianti di risalita, i sistemi di innevamento e le strutture consortili sono alimentati al 100% da energia verde tracciata e certificata.
Parlando per parole chiave, neve bianca e cielo blu, Cimone è senza dubbio sinonimo di sostenibilità, sicurezza, efficienza, a cui si può aggiungere l'inclusione, grazie al Centro Sci per disabili.
«Il Cimone è tra le prime stazioni in Italia ad aver aperto lo sci a tutti. Da 15 anni il nostro Collegio Maestri specializza i professionisti nell'insegnamento a bambini e adulti con disabilità» racconta il Presidente.
Insomma, lassù dove lo sguardo spazia dalla Pianura Padana alle Alpi, fino al luccichio dei due mari, si sta bene. Qui investire ha un senso profondo, che va oltre l'inverno e che deve solleticare l'imprenditoria.
«Credo che l'Appennino diventerà sempre più strategico, a causa del cambiamento climatico" afferma Magnani, "anche qui fa caldo, ma ci salvano altitudine, borghi storici e vegetazione. Certo, per competere con le blasonate Alpi, dobbiamo potenziare i servizi, soprattutto in quota, perché le persone vogliono salire sempre più in alto, per essere a contatto con una natura che non sono abituati ad avere».
L'obiettivo comune di istituzioni e privati è concepire il turismo a 360 gradi e attivo tutto l'anno. Destagionalizzare l'offerta tramite outdoor, percorsi fotografici, eventi, parchi, sentieri storici, rifugi sempre aperti in quota. Come ricorda il presidente del Consorzio, l'accoglienza è già eccellente, ma i servizi vanno potenziati.
«Venire qui trasforma la vita" termina sicuro, "chi viene qui torna a casa non solo rigenerato, ma anche con un bellissimo ricordo, perché l'Appennino modenese sa accogliere le persone e renderle felici come se fossero a casa».

After all, if you invest, the system responds and produces. According to a study by Bocconi, the induced activities generated are equal to 5 times the cost of the ski ticket. An extraordinary white system of an area that is teeming with real life and attracts: almost 27,000 beds, over 8,000 commercial activities and about 1600 winter workers. An economic impact that in the last year has exceeded 40 million euros. Returning to the environment, all 20 ski lifts, snowmaking systems and consortium facilities are powered by 100% traced and certified green energy.
Speaking in keywords, white snow and blue sky, Cimone is undoubtedly synonymous with sustainability, safety, efficiency, to which inclusion can be added, thanks to the Ski Centre for the disabled. "Cimone is one of the first resorts in Italy to have opened skiing to everyone. For 15 years, our Instructor College has specialized professionals in teaching children and adults with disabilities," says the President.
In short, up there, where the gaze sweeps from the Po Valley to the Alps, up to the glitter of the two seas, it feels good. Here investing has a profound meaning, which goes beyond winter and which must tickle entrepreneurship.
"I believe that the Apennines will become more and more strategic, due to climate change," says Magnani, "even here it is hot, but altitude, historic villages and vegetation save us. Of course, to compete with the noble Alps, we have to enhance services, especially at high altitudes, because people want to climb higher and higher, to be in contact with nature that they are not used to having."
The common goal of institutions and individuals is to conceive tourism at 360 degrees and active all year round. De-seasonalize the offer through outdoor activities, photographic trails, events, parks, historic paths, refuges always open at high altitude. As the president of the Consortium recalls, the welcome is already excellent, but the services need to be enhanced.
"Coming here transforms life," he concludes confidently, "those who come here return home not only regenerated, but also with a beautiful memory, because the Modena Apennines know how to welcome people and make them happy as if they were at home."







Info: Consorzio Stazione Invernale del Cimone, Via Circonvallazione 1, 41029 Sestola (MO)/Tel 0536 62350/Email: info@cimonesci.it / www.cimonesci.it

VIVERE IN MONTAGNA CON LA “LEGGE SULLA MONTAGNA”

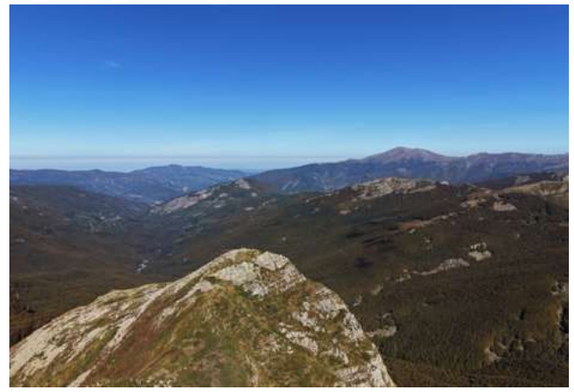
Living in the Mountains Under the “Mountain Law”

Di Alessandro Notari



Fotografie di Rollo Montanini









Una nuova occasione per cambiare vita: negli ultimi anni sempre più persone sognano di lasciare la città per una vita più lenta, a contatto con la natura, magari in un piccolo paese di montagna. La cosiddetta "legge sulla montagna" (legge n. 131/2025) nasce proprio con questo obiettivo: aiutare i borghi di alta quota a non svuotarsi e rendere più facile per chi lo desidera trasferirsi e mettere radici in questi luoghi.

Piccoli comuni, grandi opportunità

Il cuore della legge sono i 3.715 comuni montani individuati da un apposito decreto, tra i quali si ricordano Fanano, Fiumalbo, Riolunato, Pavullo nel Frignano, Sestola, paesi bellissimi, circondati da boschi, pascoli e sentieri, ma che rischiano di spopolarsi perché i giovani se ne vanno in città.
In parallelo, restano in vigore una serie di agevolazioni storiche per chi coltiva la terra in montagna o acquista terreni agricoli, che contribuiscono a mantenere vivo il paesaggio rurale che tutti amiamo.

Smart working… con vista sulle vette

Una delle novità più interessanti riguarda chi lavora in smart working. La legge prevede che le imprese che organizzano il lavoro "da remoto" in un comune montano possano ottenere uno sconto importante sui contributi da versare per i propri dipendenti. L'agevolazione scatta solo se il lavoratore: ha un contratto a tempo indeterminato, ha meno di 41 anni, lavora stabilmente in modalità agile per un'azienda che ha attivato questa formula in un comune montano, trasferisce lì la propria abitazione principale e il proprio domicilio, cioè ci vive davvero, non solo nei weekend.
In pratica, lo Stato manda un messaggio chiaro: se tu, azienda, permetti ai tuoi dipendenti di lavorare da un paese di montagna, e se tu, lavoratore, decidi di farne la tua casa, tutti ci guadagnano e per questo arrivano gli sconti sui contributi.

Nuove imprese montane under 41

Per chi sogna di cambiare vita, un segnale importante è insito in un'altra agevolazione che introduce un credito di imposta a favore delle piccole imprese e microimprese che avviano una nuova attività nei comuni montani. Un cambio di vita che non è più solo una scelta romantica, ma anche una scelta che il legislatore prova a rendere più sostenibile economicamente.
La misura è pensata espressamente per i giovani imprenditori che alla data di avvio dell'attività non abbiano ancora compiuto 41 anni.
Il beneficio spetta per il periodo di imposta di avvio e per i due periodi d'imposta successivi.
L'attività di impresa deve essere svolta per almeno otto mesi anche non consecutivi nell'anno solare di riferimento.
Il credito di imposta è pari alla differenza tra l'imposta calcolata con le aliquote ordinarie sul reddito d'impresa (fino a un massimo di 100.000 euro) e l'imposta calcolata applicando l'aliquota agevolata del 15% sullo stesso reddito. In pratica, il giovane imprenditore paga le imposte calcolate con l'aliquota ridotta e ottiene un credito pari al risparmio ottenuto rispetto alla tassazione ordinaria. Il credito è utilizzabile esclusivamente in compensazione tramite modello F24.

A new opportunity to change your life: in recent years, more and more people have dreamed of leaving the city for a slower-paced life closer to nature, perhaps in a small mountain village. The so-called "Mountain Law" (Law No. 131/2025) was created precisely for this purpose: to help high-altitude villages avoid depopulation and make it easier for those who wish to move there and put down roots.

Small Towns, Big Opportunities

At the heart of the law are 3,715 mountain municipalities identified by a specific decree. These include Fanano, Fiumalbo, Riolunato, Pavullo nel Frignano, and Sestola – beautiful towns surrounded by forests, pastures, and trails, but at risk of depopulation as young people leave for the cities.
At the same time, a number of longstanding incentives remain in force for people who farm in the mountains or buy agricultural land, helping to preserve the rural landscape we all love.

Smart Working... with a View of the Peaks

One of the most interesting new measures concerns people who work remotely. The law provides that companies arranging remote work in a mountain municipality may receive a significant reduction in the social security contributions they pay for their employees. The incentive applies only if the employee has a permanent employment contract, is under 41, works consistently in a flexible arrangement for a company that has introduced this option in a mountain municipality, and moves their primary residence and domicile there—in other words, they actually live there, not just on weekends.
In practical terms, the government is sending a clear message: if you, as an employer, let your employees work from a mountain town, and you, as an employee, decide to make it your home, everyone benefits—and that is why contribution reductions are available.

New Mountain Businesses for People Under 41

For those dreaming of a new life, another important signal comes from an incentive that introduces a tax credit for small businesses and microenterprises launching a new activity in mountain municipalities. Changing your life is no longer just a romantic choice; it is also a choice the legislature is trying to make more economically sustainable.
The measure is specifically intended for young entrepreneurs who have not yet turned 41 on the date they start their business.
The benefit applies for the tax year in which the business starts and the following two tax years.
The business must operate for at least eight months, which need not be consecutive, during the relevant calendar year. The tax credit is equal to the difference between the tax calculated at the ordinary rates on business income (up to a maximum of €100,000) and the tax calculated by applying the reduced rate of 15% to the same income. In practical terms, the young entrepreneur pays tax at the reduced rate and receives a credit equal to the savings compared with ordinary taxation. The credit may be used exclusively to offset tax liabilities through Form F24.

Buying and Renovating a Home in the Mountains

The Mountain Law also addresses those who want to take things a step further: not only living in the mountains, but investing in a home.
Specifically, the following may qualify individuals who take out a mortgage or other property-secured loan to purchase or renovate a residential property to be used as their primary residence in a mountain municipality. The beneficiary must be under 41 in the year the loan is taken out; and the property must not fall within categories A/1, A/8, or A/9 (that is, it must not be a luxury home).
The tax credit is based on the amount of interest due on the loan taken out to purchase or renovate the property. It is available for the tax year in which the loan is taken out and for the following four tax years. The incentive may be claimed on the tax return and cannot be combined with other benefits under this same law or with the standard tax deduction for interest on mortgage loans provided for under tax legislation.
It applies only to loans taken out from September 20, 2025.

For Employees of Mountain Healthcare Facilities and Schools

Those eligible for this tax credit are:
- employees working in mountain healthcare, social-healthcare, and social-assistance facilities, or providing services as a general-practice primary care physician, community pediatrician, in-house outpatient specialist, veterinarian, or other contracted outpatient healthcare professional under national collective agreements with the National Health Service, in one of the mountain municipalities identified by the aforementioned decree;
- school staff working in mountain schools at every grade level.



Versante da Gaiato, foto di Rollo Montanini

Comprare e ristrutturare casa in montagna

La legge sulla montagna guarda anche a chi vuole fare un passo in più: non solo vivere in montagna, ma investire in una casa.
Nello specifico, i soggetti che possono beneficiarne sono persone fisiche che stipulano un finanziamento ipotecario o fondiario per l'acquisto o la ristrutturazione edilizia di un'unità immobiliare da destinare ad abitazione principale in un comune montano. Il beneficiario non deve aver compiuto 41 anni nell'anno di accensione del mutuo, l'immobile deve essere diverso da quelli delle categorie A/1, A/8 e A/9 (cioè non deve trattarsi di abitazioni di lusso).
Il credito di imposta è commisurato all'ammontare degli interessi passivi dovuti sul finanziamento acceso per l'acquisto o la ristrutturazione. Spetta per il periodo di imposta in cui il mutuo è acceso e per i quattro periodi di imposta successivi. L'agevolazione è utilizzabile nella dichiarazione dei redditi e non è cumulabile con altri bonus previsti da questa stessa legge o con la detrazione per gli interessi sui mutui ipotecari previsti a regime dalla normativa fiscale.

Si applica solo ai finanziamenti contratti dal 20 settembre 2025.

Per i dipendenti delle strutture sanitarie e delle scuole di montagna in montagna
I beneficiari di questo credito di imposta sono:
- i dipendenti che prestano servizio in strutture sanitarie, socio sanitarie e socio-assistenziali di montagna o effettuano il servizio di medico del ruolo unico d'assistenza primaria, pediatria di libera scelta, specialista ambulatoriale interno, veterinario e altra professionalità sanitaria ambulatoriale convenzionata con il Servizio sanitario nazionale nell'ambito degli accordi collettivi nazionali, in uno dei comuni montani individuati dal decreto suddetto;
- il personale scolastico che presta servizio nelle scuole di montagne di ogni ordine e grado.

Per i suindicati soggetti che prendono in locazione un immobile ad uso abitativo per fini di servizio nel medesimo comune o in un comune limitrofo, ovvero che acquistano un immobile abitativo con accensione di un finanziamento ipotecario o fondiario, è prevista un'importante agevolazione che consiste nel beneficiare annualmente di un contributo sotto forma di credito di imposta, in misura pari al minor importo tra il 60% del canone annuo di locazione dell'immobile o dell'ammontare annuale del finanziamento e l'importo di 2.500 euro. Tuttavia, nei casi in cui nei territori dei comuni montani con popolazione non superiore a 5.000 abitanti, insista una delle minoranze linguistiche storiche di cui alla L.482/1999, i cui appartenenti rappresentano almeno il 15% dei residenti, entrambe le tipologie di credito di imposta appena esposte spettano in misura pari al minor importo tra il 75% del canone annuo di locazione o dell'ammontare annuale del finanziamento e l'importo di 3.500 euro.

La montagna che vive grazie a chi la coltiva
Oltre alle novità, esistono da tempo regole che favoriscono chi mantiene viva l'agricoltura di montagna.
Alcuni esempi:
- chi acquista terreni montani per coltivarli può beneficiare di imposte ridotte sull'atto di acquisto, a patto di lavorare davvero quei terreni per almeno cinque anni;
- i terreni posseduti e coltivati da agricoltori professionisti possono essere esentati dall'IMU, alleggerendo il carico fiscale su chi lavora la terra;
- quando regioni, comuni o comunità montane promuovono piani per riordinare i terreni frammentati, gli atti di trasferimento possono essere addirittura esenti da alcune imposte.
Sono norme che non parlano solo di numeri, ma di paesaggi: prati sfalciati, boschi curati, muretti a secco sistemati, casali ristrutturati. In una parola, della montagna che continua a essere vissuta e non abbandonata.
Il messaggio di fondo è semplice e forte: se scegli la montagna per viverci davvero, la legge prova, finalmente, a mettersi dalla tua parte.

For the above individuals who rent a residential property for work purposes in the same municipality or a neighboring one, or who purchase a residential property using a mortgage or other property-secured loan, a significant incentive is available in the form of an annual tax credit. The credit is equal to the lower of 60% of the annual rent or the annual loan amount, and €2,500. However, in cases where a mountain municipality with a population of no more than 5,000 has a historical linguistic minority as defined under Law No. 482/1999, whose members make up at least 15% of its residents, both types of tax credit described above are equal to the lower of 75% of the annual rent or the annual loan amount, and €3,500.

The Mountains Thrive Thanks to Those Who Farm Them
In addition to the new measures, longstanding rules have encouraged people to keep mountain agriculture alive.
For example:
- people who buy mountain land to farm it may benefit from reduced taxes on the purchase, provided they actually work the land for at least five years;
- land owned and farmed by professional farmers may be exempt from IMU, reducing the tax burden on those who work the land;
- when regions, municipalities, or mountain communities promote plans to consolidate fragmented landholdings, the transfer deeds may even be exempt from certain taxes.
These rules are about more than numbers; they are about landscapes: mown meadows, well-tended forests, repaired dry-stone walls, and renovated farmhouses. In a word, they are about keeping the mountains lived in rather than abandoned.
The underlying message is simple and powerful: if you choose the mountains as a place to truly live, the law is finally trying to be on your side.



AM-7168
FANANO - EURO 115.000

FANANO CENTRALISSIMO in piccolo e appartato contesto, con bella vista panoramica, a un passo dal centro, primo (e ultimo) piano, appartamento indipendente completamente ristrutturato, con bellissimo terrazzo abitabile, soggiorno con camino con tetto in legno a vista, cucina, 1 camera matrimoniale molto ampia con balcone, bagno e cantina.

Euro 115.000



AM-7668 -
MONTECRETO - EURO 135.000

MONTECRETO – Proprietà indipendente, appartata e panoramica: abitazione con soggiorno, cucina, 4 camere, bagno e belle cantine a volta.
Stalla indipendente in sasso con fienile, 8.000 mq circa di terreno e pozzo privato. Tetto rifatto, parzialmente abitabile ma da ristrutturare. Possibilità di acquistare altro terreno, fino a circa 9 ettari complessivi. Ideale anche per attività agricole.

Euro 135.000



AM-6616 -
PIEVEPELAGO - EURO 150.000

PIEVEPELAGO – A 4 km dal centro, a 1.000 m di altitudine, il fascino di un CASALE IN SASSO: appartamento al piano terra con soggiorno e angolo cottura, 2 camere e 2 bagni. Taverna con 2 camere, bagno e wc-lavanderia. Ampio giardino con barbecue e posto auto. Spazio per accogliere, relax da condividere.

Euro 150.000



AM-7714-VMZ -
GOVA DI VILLA MINOZZO - 160.000€

A Gova, casa indipendente in sasso ristrutturata nel 2013, con 5.600 mq di terreno. Caratterizzata da inserti in sasso e travi a vista, si compone di cucina abitabile, soggiorno con stufa a legna, due camere e bagno. Vista unica sul Monte Cusna; tetto coibentato, infissi in legno con vetrocamera e riscaldamento a GPL.

Euro 160.000



AM-7856-POL -
SAN MARTINO DI POLINAGO - 160.000€

Casale in sasso, indipendente, circondato da 4 ettari di terreno. Piano terra con soggiorno c/camino, cucina abitabile, bagno, dispensa e veranda vetrata. P1: 4 camere, bagno e uno studio. Completano la proprietà una grande cantina, forno e una tettoia in legno.

Euro 160.000



AM-7634-
MFI - MONTEFIORINO - 220.000€

In una delle posizioni più ricercate di Montefiorino, villa indipendente, ristrutturata su lotto di 1.000 mq. Luminoso salone con terrazza panoramica, cucina abitabile, quattro camere e tre bagni. Garage di oltre 50 mq, uno studio/taverna, una lavanderia e una cantina. Bel giardino con piscina e gazebo con barbecue.
La villa è dotata di infissi e tendoni nuovi, cancello e portone del garage elettrificati.

Euro 220.000

CASA IN APPENNINO

SCAN ME

TEL. 0593094136 - 3483203312
info@casainappennino.it
www.casainappennino.it

41124 MODENA - VIALE PIERO GOBETTI 30
41045 MONTEFIORINO - PIAZZA FONTANA 13
41027 PIEVEPELAGO - VIA ROMA 143

RIOLUNATO, UN PICCOLO CAPOLAVORO DOVE IL RIO SPECCHIA LA LUNA

Riolunato, a Little Masterpiece Where the River Reflects the Moon

Di Riccarda Riccò



Ponte della Luna, Foto di Elisa Rossi 96 via Wikimedia Commons (CC BY-SA 4.0)







Ai piedi del Monte Cimone, tra storia e natura selvaggia, alla scoperta di un borgo millenario che accoglie gli amanti dello sci e non solo.

Alle pendici del Cimone c'è una perla dentro la conchiglia. È Riolunato, gioiello prezioso di case di pietra e tetti d'ardesia, nucleo storico intatto e perfetto, abbracciato dalla conca delle montagne appenniniche, raccolto sul fondo della valle lungo l'ansa del torrente Scoltenna.
Come una gemma che è nascosta nel suo involucro, Riolunato non si vede bene dalla strada principale. Bisogna fermarsi, visitarlo e scoprirlo. Con calma, respirando piano, vivendo il tempo in tutto il suo valore, in un lento battito. Sì, perché il centro storico ha il suo cuore nella piazza del Trebbo e si gira interamente a piedi. E come ricorda la tradizione contadina, la mandorla dolce è nel guscio piccolo.
Lo sa bene il sindaco del paese, Lorenzo Checchi che sorride: "Seppur Riolunato demograficamente sia il paese più piccolo della provincia di Modena, veramente offre veramente tanto: cultura, natura, tradizioni millenarie. Dal punto di vista paesaggistico, abbiamo la località delle Polle, già meta sciistica importante, ora anche rivalutata con l'apertura estiva dell'impianto di risalita che porta in quota. Poi ci sono le cascate della Pollina (foto di Andrea Battistini a pag. 31 in alto), sul Rio Monio, veramente belle, che fanno balze di decine di metri, anche quelle ultimamente valorizzate e visitate da tantissime persone".
Polle, sci, Pollina, cascate, fiume.
Acqua, vita. Tanta acqua che sgorga in risorgive e fonti naturali, che scorre in una accidentata gola selvaggia tra le più profonde dell'Appennino Modenese e che lungo l'orrido del canyon incontra balze rocciose e dislivelli minori che danno vita a cascatelle e scivoli naturali, prima che il rio Monio confluisca a valle nello Scoltenna.
Acqua e luna, poesia pura: l'antico ponte in pietra a schiena d'asilo sul fiume si chiama Ponte della Luna e
proprio nel tratto adiacente al borgo medievale, il torrente disegna la caratteristica falce dell'astro d'argento, come forse suggerisce il nome del paese: Rio Lunato.
Le cascate della Pollina si trovano proprio a fianco dei resti di un antico mulino diroccato, storicamente conosciuto come Mulino della Pollina. È questo il punto più spettacolare, grazie all' unico, impressionante salto verticale di quasi 20 metri, che si tuffa in una grande piscina rotonda scavata nella roccia dall'erosione dell'acqua, chiamata "marmittone dei giganti".
O forse è il Rio de Lonata (oggi chiamato Rio Torto), il fiume locale che scende dal Monte Cimone, anticamente chiamato Alpe Lunata, a dare il nome al paese.
I riferimenti all'acqua sono infiniti e tanto raccontano.
Le Polle, a 1280 metri di quota, era semplicemente il luogo di montagna "dove l'acqua pulsa e sorge dalla terra". Oggi è tanto di più, è un moderno snodo sciistico del comprensorio del Cimone, il vero motore economico di Riolunato. Così, mentre il centro storico rappresenta il cuore culturale del Comune, questa frazione in quota è il sangue pulsante dell'economia contemporanea, è l'oro bianco del Frignano, quello che garantisce ricavi, sviluppo, occupazione.



Le Polle

Lorenzo Checchi, sindaco di Riolunato
e presidente Unione dei Comuni del Frignano



At the foot of Monte Cimone, where history meets untamed nature, discover a thousand-year-old village that welcomes ski lovers – and so much more.

On the slopes of Cimone lies a pearl nestled inside its shell: Riolunato, a precious jewel of stone houses and slate roofs, its perfectly preserved historic center embraced by the Apennine mountains and tucked away at the bottom of the valley, along a bend in the Scoltenna stream.
Like a gem hidden in its casing, Riolunato is hard to see from the main road. You have to stop, visit, and discover it. Take your time, breathe deeply, savor each moment, and let life move at a slower pace. The historic center's heart is Piazza del Trebbo, and the village is best explored on foot. And, as an old farming tradition reminds us, the sweetest almond is found in the smallest shell.
The town's mayor, Lorenzo Checchi, knows this well. He smiles as he says: "Although Riolunato is the smallest town in the province of Modena in terms of population, it truly has so much to offer: culture, nature, and age-old traditions. In terms of scenery, there's the Polle area, already an important ski destination and now attracting renewed interest thanks to the summer opening of the lift that takes visitors up the mountain. Then there are the beautiful Pollina Falls on the Rio Monio, where the water tumbles down cascades tens of meters high. They, too, have recently been developed and now draw huge numbers of visitors."
Polle, skiing, Pollina, waterfalls, river.
Water, life. Water gushes from natural springs and fountains, flows through a rugged, untamed gorge – one of the deepest in the Modenese Apennines – and, along the canyon's ravine, passes rocky ledges and smaller drops that create little waterfalls and natural slides before the Rio Monio flows downstream into the Scoltenna.
Water and moonlight, pure poetry: the ancient stone humpback bridge over the river is called Ponte della Luna, or Moon Bridge, and right beside the medieval village, the stream traces the distinctive crescent of the silver moon – perhaps the inspiration for the town's name: Rio Lunato.
Pollina Falls lie right beside the remains of an old, ruined mill, historically known as the Pollina Mill. This is the most spectacular spot, thanks to a single, striking vertical drop of nearly 20 meters, plunging into a large round pool carved into the rock by water erosion and known as the "giant's pothole."
Or perhaps the town takes its name from the Rio de Lonata (now called Rio Torto), the local river that descends from Monte Cimone, once known as Alpe Lunata.
References to water are endless, and they tell us so much.
At 1,280 meters above sea level, Le Polle was simply a mountain place "where water pulses and springs from the earth." Today it is much more: a modern ski hub in the Cimone ski area and the true economic engine of Riolunato. The historic centre is the cultural heart of the municipality, while this mountainside hamlet is the lifeblood of its modern economy

– the Frignano's white gold, bringing in revenue, growth, and jobs. "We really focus on winter and skiing," says the mayor, referring in particular to après-ski events in the Tuscan-Emilian Apennines, where Le Polle in Riolunato is the undisputed center of the entire Cimone ski area.
"They've now gained national attention," Checchi explains. "People come from outside the region to see these parties held after the lifts close. There's a significant turnout at the Tana del Lupo mountain hut."
Mountain parties, valley festivals, and the beauty of a village dating back to the 1400s, where every corner whispers, every coat of arms tells a story, and every doorway is an ornament.
Among the sights are the stone nativity scene in Groppo, built by Giancarlo Amidei; the sacred fresco from 1462 on the façade of Casa Gestri; the noble residences; and the parish church of San Giacomo Maggiore, with its altarpieces from the school of Guido Reni. There are also historic churches and ancient Romanesque parish churches in the surrounding area. In Castello stands the

Oratorio della Madonna del Caio



“Noi ci concentriamo veramente sull’invernale e sullo sci” dice il sindaco, descrivendo in particolare gli eventi après-ski dell’Appennino tosco-emiliano, di cui Le Polle di Riolunato sono l’epicentro assoluto di tutto il comprensorio del Cimone.
“Ormai hanno risonanza nazionale” spiega Checchi, “la gente arriva da fuori regione per vedere queste feste che si fanno dopo la chiusura impianti. Lì, al rifugio la Tana del Lupo, c’è un afflusso di persone importante”.
Feste in quota, sagre a valle, nella bellezza del borgo del 1400, dove ogni angolo è un sussurro, ogni stemma un racconto della storia, ogni portale una decorazione.
Tra le cose da vedere, il presepe in pietra di Groppo costruito da Giancarlo Amidei, l’affresco sacro del 1462 sulla facciata di Casa Gestri, le case nobiliari, la chiesa parrocchiale di San Giacomo Maggiore con le sue pale d’altare della scuola di Guido Reni. E ancora storiche chiese e antichissime pievi romaniche nei dintorni. A Castello si trova l’Oratorio del Caio, dove si può ammirare un affresco del 1516, uno scrigno d’arte rinascimentale noto come la “Cappella Sistina dell’Appennino”.
L’offerta enogastronomica completa il benestare, con locande e ristoranti premiati per la qualità. Senza parlare delle strutture ricettive: “Siamo passati da tre, quattromila presenze annue a dodicimila” spiega il sindaco, “Le strutture extra alberghiere sono lievitate, da 3,4 a 36, 37, tanti Bed and breakfast, room and breakfast, affitti brevi, insomma un riconoscimento notevole dal punto di vista turistico. Su 1200 utenze poi, 800 sono seconde case”.
Il clima aiuta sia d’estate, più fresco che in pianura, sia d’inverno. Se gli inverni non sono abbastanza freddi per la neve, gli impianti di innevamento garantiscono l’apertura delle piste: “Con il Comune abbiamo fatto tanti interventi onerosi e con il Consorzio cerchiamo questa sinergia per ampliare la fascia temporale per fruire delle piste da sci” spiega il sindaco che aggiunge: “A parte ciò, siamo attivi tutto il periodo dell’anno e cerchiamo sempre di offrire nuove esperienze, nuove strutture, nuovi servizi. Come, ad esempio, il Parco della Luna”.
Il territorio risponde, e la prova sono tante famiglie nuove che dalla città sono tornate a vivere a Riolunato, grazie al potenziamento della rete Wi-Fi e allo smart working. Ma in fondo, perché? Perché decidere di lasciare la comoda città e vivere in montagna tutto l’anno? Per storia, natura, sport, clima? Il primo cittadino risponde con sole tre parole: qualità della vita.



Le Polle

Oratory of Caio, where visitors can admire a 1516 fresco – a treasure of Renaissance art known as the “Sistine Chapel of the Apennines.”
The local food and wine scene rounds out the experience, with inns and restaurants recognized for their quality. And then there are the accommodations: “We’ve gone from three or four thousand overnight stays a year to twelve thousand,” the mayor explains. “The number of non-hotel accommodations has soared - from 3 or 4 to 36 or 37- with lots of B&Bs, room-and-breakfasts, and short-term rentals. It’s a remarkable sign of the area’s growing appeal to tourists. Of the 1,200 households, 800 are second homes.”
The climate is a draw in both summer, when it’s cooler than in the lowlands, and winter. If winters aren’t cold enough for snow, snowmaking systems keep the slopes open. “The municipality has made a number of costly improvements, and together with the consortium, we’re working in tandem to extend the period when people can enjoy the ski slopes,” says the mayor, adding: “Beyond that, we’re active all year round and always looking to offer new experiences, facilities, and services – for example, Parco della Luna.”
The area is thriving, as shown by the many families who have moved back from the city to Riolunato, thanks to expanded Wi-Fi coverage and remote work. But in the end, why? Why leave the comforts of the city and live in the mountains all year round? For the history, nature, sports, or climate? The mayor’s answer comes down to just three words: quality of life.

Info: Ufficio Turismo, tel 0536 75119 /
e-mail: turismo@comune.riolunato.mo.it /
www.comune.riolunato.mo.it



SAGRE ED EVENTI A RIOLUNATO, a cura di Claudia Contri

Tradizionale Scoccino: antico gioco in cui i partecipanti si sfidano battendo le punte di uova sode colorate.
A Pasquetta, dalle h.14 in Piazza D.A. Battilani
Maggio delle Ragazze: antichi riti europei per salutare l’avvento della bella stagione. Ad aprile i ragazzi portano auguri a famiglie e fanciulle. A maggio, giovani festanti attraversano il borgo storico tra fiori e festoni, canti e balli tradizionali in piazza.
30 aprile e seconda domenica di maggio (ogni tre anni – prossima edizione 2028) in centro storico
LunaRio Fest “Il capodanno estivo dell’Appennino”, a cura dell’Ass.ne Lunario di Maggio: gastronomia, musica e artisti di strada con mangiafuoco.
Il primo week-end di luglio in centro storico
Castello Country: “una notte da montoni”: festa a tema con musica dal vivo, DJ set, stand gastronomici, intrattenimento (come truccabimbi, zucchero filato, pop corn e Schiuma Party).
Terzo sabato di luglio in centro storico, frazione Castello
Sagra di San Giacomo (Festa Patronale): stand gastronomici con piatti tipici (es. burlenghi e crescentine).
Intorno al 25 luglio di ogni anno in centro
Festival Stralunato: arte, teatro e burattini. Artisti di strada, cantastorie, artigianato e racconti della tradizione nelle aie
8-16 agosto a Riolunato e frazioni
Castagnata d’estate, a cura dell’Ass.ne Pro Loco: sapori di tradizione con castagne calde, ciacci con ricotta, frittelle di castagno, castagnaccio.
8 o 9 agosto in Piazza D. Antonio Battilani
Festa del Trebbo, a cura dell’Ass.ne Pro Loco: storica festa con degustazione di prodotti tipici come polenta con ragù e funghi, crescentine, dolci locali e musica dal vivo.
11 agosto in Piazza Don Antonio Battilani e Piazza del Trebbo.
Sagra di San Rocco, a cura dell’Associazione San Rocco: storica festa con degustazione di prodotti tipici, intrattenimenti e musica dal vivo.
16 agosto in centro Storico, frazione Castello
Tavolata di Santa Elisabetta, a cura del Comitato dei Canepai: serata gastronomica all’aperto con degustazione di burlenghi e crescentine.
22 agosto in Via dei Canepai
Sagra della Ricotta: lavorazione del latte dal vivo a chilometro zero, musica locale e animazione.
Seconda domenica di ottobre in centro storico
Aspettando il Natale: I mercatini di Natale e la Festa d’inverno: mercatini e degustazioni di prodotti tipici: dalle 14:00 burlenghi, dolci, vin brulè, cioccolata calda, musica dal vivo itinerante e il passaggio di Babbo Natale. Allestimento della “via dei presepi”.
Primo sabato di dicembre (a cura delle Associazioni di volontariato) e le festività natalizie (a cura della pro Loco di Riolunato) in centro.

SESTOLA SPLENDIDA, ANTICO FASCINO E SGUARDI OLTRECONFINE

Sestola in Splendor: Timeless Charm and a Far-Reaching Outlook

Di Riccarda Riccò



Fotografia di Roberto Denti

Dal respiro culturale del Castello alle piazze accese dai giovani, il sindaco Magnani traccia l'identikit del nuovo turismo della perla dell'Appennino: «Si vince uniti».

C'è un momento preciso in cui la montagna smette di essere solo una cartolina stagionale e diventa un progetto di futuro. A Sestola, quel momento è adesso. Il vecchio turismo della "vasca", il lento passeggio avanti e indietro lungo il corso, sta lasciando il passo a un'idea di accoglienza dinamica, curiosa e aperta al mondo.
A raccontare e guidare questa metamorfosi è il sindaco Fabio Magnani, che punta su una destagionalizzazione assoluta: «Il turismo è cambiato, viaggia più veloce. Le persone vogliono esplorare, scoprire, vivere esperienze continue. Per questo lavoriamo sulle quattro stagioni: la primavera, l'estate, l'inverno e un autunno che sta rivelando un potenziale straordinario».
La macchina organizzativa del Comune è già a pieno regime per le festività natalizie e il Capodanno, con un programma di tre giorni costruito in stretta sinergia con i commercianti e le attività ricettive. L'obiettivo è creare uno spazio in cui generazioni diverse possano incontrarsi.
«Puntiamo molto sulle famiglie e sul legame tra nonni, genitori e bambini», spiega Magnani, «motivo per cui abbiamo investito nella sicurezza dei parchi giochi e nella valorizzazione del nostro Castello, che si trasforma in un palcoscenico a cielo aperto per la lirica, il teatro e la poesia».
A fare da ribalta agli eventi culturali è spesso il parco che circonda la Rocca, elemento identitario fortissimo e simbolo indiscusso di Sestola per storia millenaria e posizione arroccata. Un luogo maestoso che racchiude tra le sue mura antiche un Polo di grande valore: il Museo degli Strumenti Musicali Meccanici che vanta una collezione di oltre 120 pezzi dal Settecento a oggi, il Museo della Civiltà Montanara sulla vita e le tradizioni dell'antico Appennino e la Stanza dei Ricordi dedicata alla cantante lirica Teresina Burchi. Senza parlare dello stupendo e intimo oratorio della Rocca e dei suoi affreschi quattrocenteschi, le Storie di San Giovanni Battista.
A corona del capoluogo, si inseriscono anche le frazioni (Casine, Castellaro, Rocchetta Sandri, Roncoscaglia, Vesale) e le località (Passo del Lupo, Pian del Falco, Poggioraso) che contribuiscono alla bellezza e unicità del territorio, con un'attenzione particolare alla cura e alla manutenzione, sia ad opera dell'amministrazione, sia delle associazioni di volontariato presenti.
Tornando a Sestola, la sua nuova identità prende vita tra le strade accese dai giovani, con eventi dedicati in Piazza Passerini: «Vogliamo che i ragazzi abbiano la loro musica, dai concerti rock alla discoteca, direttamente qui. Questo permette loro di divertirsi in sicurezza, senza dover prendere l'auto, regalando una grande tranquillità alle famiglie».
Numerose manifestazioni animano anche l'altro punto nevralgico del paese, Piazza della Vittoria. A fare da cornice sono il bianco Monumento ai Caduti, con le sue colonne doriche scanalate su plinti squadrati, e l'iconica fontana del 1961; un'opera con cui lo scultore modenese Vittorio Magelli volle omaggiare i torrenti Leo e Scoltenna attraverso i due celebri bronzetti.
E allora la famosa vasca del passato si veste di una nuova energia, tra un aperitivo e una sosta nelle bancarelle dei tanti mercatini che spesso hanno vita qui. Senza saltare la classica sorsata d'acqua fresca all'ottocentesca e famosissima Fontana del Forno o alla più appartata e romantica Fontana degli Amori, quasi all'inizio di Corso Umberto I, tradizionale punto di ritrovo per i primi incontri sentimentali dei giovani del paese.
I servizi non mancano, l'accoglienza è di casa e la bellezza c'è sempre stata, come ricorda il premio Bandiera Arancione del Touring Club Italiano. Inoltre, i flussi turistici della provincia di Modena e dell'Emilia-Romagna evidenziano come il mercato americano e britannico sia in forte crescita (+10% negli ultimi anni). Molti stranieri che visitano il capoluogo per la Motor Valley o la gastronomia si spostano poi in Appennino per fare escursioni e mountain bike negli oltre 400 tracciati mappati nel territorio.
Tra i "grandi classici del Trekking" spicca lo storico percorso che parte da Via delle Ville e unisce il centro del paese a Pian del Falco, attraversando lo splendido parco dei Roncacci tra vecchie mulattiere e piste da sci. Oppure la classica salita al Monte Cimone partendo dall'incantevole Lago della Ninfa o da Pian Cavallaro.
Per accogliere questa platea globale, bisogna abbattere i vecchi confini locali.
«Il campanilismo può essere il "sale e pepe" del territorio, ma oggi la collaborazione con i Comuni vicini è totale»



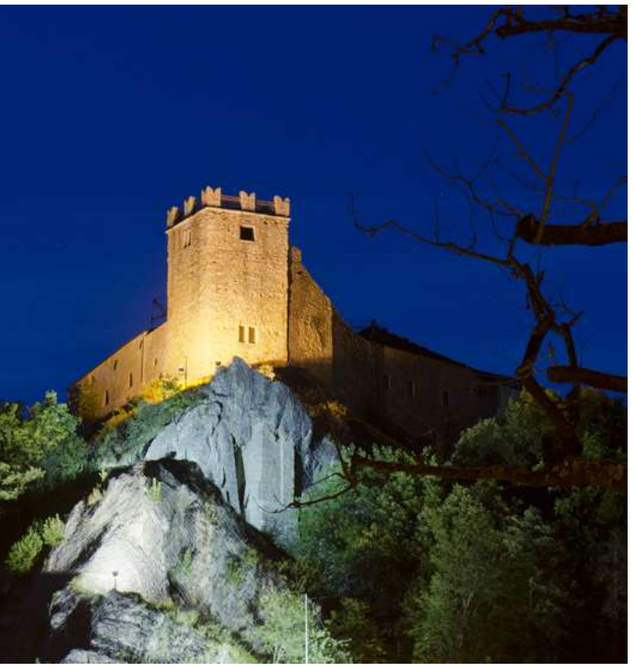
Fontana del forno, foto di Morena Tintorri

From the Castle's cultural heart to lively squares filled with young people, Mayor Magnani sketches out the profile of a new kind of tourism for the jewel of the Apennines: "We succeed by working together."

There comes a moment when the mountains stop being just a seasonal postcard and become a vision for the future. In Sestola, that moment is now. The old "passeggiata" tourism – slowly strolling up and down the main street – is giving way to a dynamic, curious and outward-looking approach to hospitality.
Leading the way through this transformation is Mayor Fabio Magnani, who is committed to making tourism a year-round activity: "Tourism has changed; it moves faster. People want to explore, discover and enjoy a steady stream of experiences. That's why we're working across all four seasons: spring, summer, winter and an autumn that is revealing extraordinary potential."
The town's event-planning team is already in full swing for the Christmas holidays and New Year's Eve, with a three-day program developed in close collaboration with local businesses and accommodation providers. The goal is to create a place where different generations can come together.
"We're focusing especially on families and the bond between grandparents, parents and children," Magnani explains, "which is why we've invested in playground safety and in showcasing our Castle, which becomes an open-air stage for opera, theater and poetry."
Cultural events are often set against the backdrop of the park surrounding the Rocca, a powerful symbol of Sestola's identity, renowned for its thousand-year history and hilltop setting. This magnificent place is home to an outstanding cultural center within its ancient walls: the Museum of Mechanical Musical Instruments, with a collection of more than 120 pieces dating from the eighteenth century to the present; the Museum of Mountain Life and Traditions, dedicated to life and customs in the old Apennines; and the Room of Memories, devoted to opera singer Teresina Burchi. And that's not to mention the Rocca's beautiful, intimate oratory and its fifteenth-century frescoes, the Stories of Saint John the Baptist.

The hamlets of Casine, Castellaro, Rocchetta Sandri, Roncoscaglia and Vesale, as well as the areas of Passo del Lupo, Pian del Falco and Poggioraso, encircle the town and add to the beauty and uniqueness of the area. Special attention is paid to their care and upkeep, both by the local administration and by the volunteer associations active in the area.
Back in Sestola, its new identity is taking shape in streets buzzing with young people and at events held in Piazza Passerini: "We want young people to have their own music, from rock concerts to club nights, right here. That lets them have fun safely, without having to drive, and gives families great peace of mind."
Numerous events also bring life to the town's other central gathering place, Piazza della Vittoria. The setting includes the white War Memorial, with its fluted Doric columns on square pedestals, and the iconic 1961 fountain. In this work, Modena sculptor Vittorio Magelli paid tribute to the Leo and Scoltenna streams through two celebrated bronze figures.
And so the famous "passeggiata" of the past takes on a new energy, with an aperitif and a stop at one of the many market stalls that often set up here. Be sure, too, to stop for a refreshing drink at the nineteenth-century Fontana del Forno, famous throughout the

Castello di Sestola



Fabio Magnani, sindaco di Sestola





Lago della Ninfa

afferma il primo cittadino, «se un turista arriva dall'Inghilterra, per lui fare 7 o 10 chilometri tra un paese e l'altro è niente. Ragionare insieme, attraverso uffici turistici integrati, è l'unico modo per essere davvero attrattivi».
L'orizzonte di Magnani non si ferma alla ricezione turistica, ma guarda a una vera e propria inversione di tendenza demografica.
Tante sono infatti le famiglie che scelgono
di lasciare la città.
«La montagna offre una qualità della vita altissima e spazi a misura d'uomo – conclude il sindaco – spesso nel traffico cittadino si impiega lo stesso tempo a fare pochi chilometri rispetto alla distanza che separa noi dai centri urbani. Per consolidare questo ritorno, le nostre priorità sono chiare: potenziare la rete digitale per favorire lo smart working e

Chiesa di Pian Del Falco



area, or at the more secluded and romantic Fontana degli Amori, near the beginning of Corso Umberto I – a traditional meeting place for young people embarking on their first romances.
There is no shortage of services, hospitality comes naturally, and the beauty has always been here, as recognized by the Touring Club Italiano's Orange Flag award. What's more, tourism figures for the Province of Modena and Emilia-Romagna show strong growth in the American and British markets (up 10% in recent years). Many international visitors who come to the provincial capital for the Motor Valley or its food scene then head to the Apennines to hike and mountain bike along more than 400 mapped trails in the area. Among the "trekking classics" is the historic route starting on Via delle Ville, which connects the town centre to Pian del Falco, crossing the beautiful Roncacci Park along old mule tracks and ski runs. Another classic is the climb to Monte Cimone, starting from enchanting Lago della Ninfa or from Pian Cavallaro.
To welcome this global audience, old local boundaries need to come down.

"Local rivalries can add a little 'salt and pepper' to an area, but today our collaboration with neighbouring municipalities is total," says the mayor. "If a tourist comes from England, traveling 7 or 10 kilometres between one town and another is nothing to them. Working together through integrated tourist offices is the only way to be truly attractive."
Magnani's vision extends beyond welcoming tourists: he hopes to reverse the demographic trend. Many families are choosing to leave the city.
"The mountains offer an exceptionally high quality of life and spaces on a human scale," the mayor concludes. "In city traffic, people often spend as much time traveling a few kilometres as it takes to cover the distance between us and the urban centres.
To make this return permanent, our priorities are clear: expand the digital network to support remote work and improve road connec-



Foto di Morena Tintorri

migliorare la viabilità in sinergia con l'Unione dei Comuni. Il futuro dell'Appennino è un libro tutto da scrivere».

tions in partnership with the Union of Municipalities. The future of the Apennines is a book waiting to be written."

Info: Ufficio turistico IAT-R Sestola / Tel. 053662324 – 3666688781
e-mail: turismo@comune.sestola.mo.it

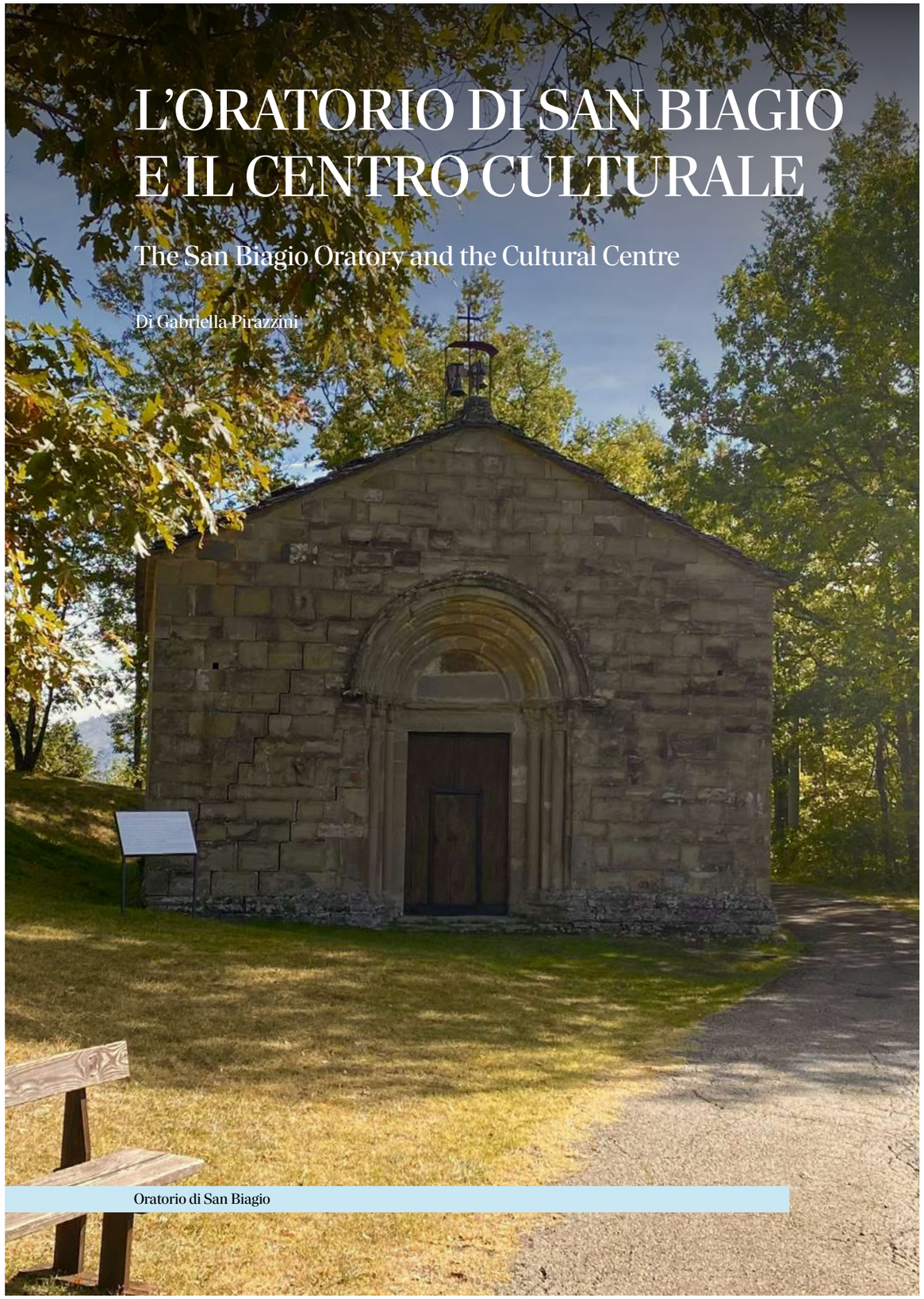
EVENTI PRINCIPALI A SESTOLA

Sextula Medievale: rievocazione storica a fine giugno
Naturalmente Sestola: weekend dedicato al benessere olistico e all'outdoor, a fine giugno
Le Sagre delle Frazioni: durante l'estate, le frazioni di Sestola si animano a turno con feste patronali
Eventi e Concerti Estivi: in luglio e agosto
Pellegrinaggio della Madonna della Neve: salita dei pellegrini sulla cima del Cimone da tutti i versanti della montagna, il 5 agosto
Cime di Birra: festival dedicato alla birra artigianale, allo street food e alla musica dal vivo, a fine agosto
La Fôla dla Chersènta: festa dedicata alla regina dell'Appennino, la crescentina, a fine settembre
Giochi di Cioccolato & Croccante: grande festa d'autunno dedicata all'arte dolciaria e alle eccellenze artigianali, a ottobre
Benvenuto Inverno: festa che inaugura la stagione invernale e natalizia con l'accensione delle luminarie, Ponte dell'Immacolata, 6-8 dicembre
I Mercatini di Natale: nel Centro Storico, a dicembre
Cimone Music Festival: musica e divertimento al Palazzetto dello Sport, a fine dicembre
Festa dell'Epifania: arrivo della Befana in piazza, che distribuisce dolci e calze ai bambini tra giochi e canti della tradizione montanara

L'ORATORIO DI SAN BIAGIO E IL CENTRO CULTURALE

The San Biagio Oratory and the Cultural Centre

Di Gabriella Pirazzini



Oratorio di San Biagio



Ci si arriva percorrendo una stradina suggestiva da Roncoscaglia a Castellaro, ammirando la millenaria Rocca di Sestola che domina la valle.

La costruzione solitaria appare in mezzo a un tappeto erboso circondata da alberi. C'è una tabella: Oratorio di San Biagio, un piccolo gioiello architettonico che risale al 1068, denominato anche Chiesa del Diavolo, perché costeggiando i fianchi si scorgono numerose sculture di animale in arenaria che fanno pensare a un luogo pagano convertito al culto cristiano. La chiesa fu restaurata più volte, e nell'Ottocento in parte demolita per evitarne la rovina, come recita l'iscrizione scolpita. L'immagine della chiesa cattura, conficcata come un molare tenace sul prato dolce: si può raggiungere comodamente in auto, o in passeggiata lungo il sentiero comunale 5, da Sestola. E c'è anche una custode. Possiede le chiavi e apre le antiche porte ai turisti su richiesta, salvo due giorni l'anno in cui la chiesa è aperta al pubblico e il piazzale si anima di una folla che arriva anche da lontano. È il 3 febbraio, quando si festeggia San Biagio di Sebaste, vescovo armeno, martire e medico, invocato per la protezione della gola. Una devozione molto presente nella comunità, con la Messa e la benedizione della candela sul collo: tutti, fedeli e non, in processione per scongiurare i malanni dell'inverno.
E poi quando arriva maggio, si celebra la Vergine, ma anche la luce del Santo: tradizioni di un Appennino modenese che ama le sue radici, una terra genuina che sa di latte e parmigiano, di tigelle e di borlenghi, mirtilli del Cimone e castagne in autunno. Il Frignano a Roncoscaglia porta tutte queste tracce intatte, ma respira ancora energia vitale. Perché quella perpetua dell'oratorio non solo è custode di una memoria, ma ha realizzato a poche centinaia di metri un Centro Culturale: un borgo del 1836 sempre appartenuto alla famiglia Cerfogli, e che oggi Luisa condivide con amici vecchi e nuovi.

You reach it along a scenic country road from Roncoscaglia to Castellaro, with the thousand-year-old Rocca di Sestola dominating the valley.

The solitary building stands amid a grassy carpet, surrounded by trees. A sign reads: Oratory of San Biagio, a small architectural gem dating back to 1068, also known as the Devil's Church. Walking around its sides, you can spot numerous sandstone animal sculptures that suggest a pagan site later converted to Christian worship. The church has been restored several times and was partly demolished in the nineteenth century to prevent it from falling into ruin, as the carved inscription explains. The church's image catches the eye, set into the gentle meadow like a stubborn molar. It is easily reached by car, or on foot along municipal trail 5 from Sestola. There is also a caretaker. She has the keys and opens the ancient doors for visitors on request, except on two days each year, when the church opens to the public and the square fills with a crowd that comes from far and wide. One is February 3, the feast day of Saint Blaise of Sebaste, an Armenian bishop, martyr, and physician, invoked for protection of the throat. His devotion remains strong in the community, with Mass and the blessing of a candle held to the throat: the faithful and nonbelievers alike join the procession to ward off winter ailments.
Then, when May arrives, they celebrate the Virgin Mary, as well as the light of the Saint: traditions of the Modenese Apennines, a place that cherishes its roots—a genuine land that tastes of milk and Parmigiano, tigelle and borlenghi, Cimone blueberries, and autumn chestnuts. The Frignano around Roncoscaglia preserves all these traces intact, yet still pulses with life. For the oratory's longtime caretaker is not only a guardian of its memory; a few hundred yards away, she has also created a Cultural Center: a hamlet dating from 1836, long owned by the Cerfogli family, which Luisa now shares with old and new friends.

THE NINETEENTH-CENTURY HAMLET

The story of the estate began in 1806 with Serafino Cerfogli and continued in 2009 with the restoration of The Arguardà property, begun by Michele and completed by Luisa and her husband. Together, among original oak beams, candelabras, and ancient stone, they transformed the historic hamlet into a space devoted to culture, music, and cinema. Despite the painful loss of her



IL BORGO OTTOCENTESCO

La storia del podere inizia nel 1806 con Serafino Cerfogli e prosegue nel 2009 con il restauro della proprietà Arguardà, avviato da Michele e completato da Luisa e dal marito. Insieme hanno trasformato il borgo storico, tra travi originali in rovere, candelabri e antiche pietre, in uno spazio dedicato a cultura, musica e cinema. Nonostante la dolorosa perdita della madre e del marito, Luisa ha difeso questo sogno: oggi il Centro Culturale San Biagio è una piccola stella polare, che intreccia un ricco calendario di appuntamenti.

LUISA

Custode della chiesa di San Biagio e anima del centro culturale, ha lasciato il lavoro a Modena per vivere qui. Una donna che sprizza energia e positività, la stessa luce delle albe e dei tramonti dietro le montagne: porta con sé la forza di una grande e unica storia d'amore e l'amore incondizionato per il passato. Ogni 3 febbraio si prodiga per dare da mangiare alle centinaia di persone che arrivano sul sagrato della chiesa.
«Questo posto conserva la vita dei miei avi, e io e mio marito abbiamo desiderato sistemarlo perché abbiamo amato entrambi la cultura e la bellezza. A poco a poco sono restata sola, ma io sono una entusiasta e forse per questo ho trovato persone che mi hanno capito, e seguito, perché col cuore si riesce a fare tutto».
E di incontri Luisa ne ha fatti tanti, ognuno conservato come un piccolo tesoro, tanto che gli eventi, da sporadici, hanno addirittura costituito un vero e proprio cartellone. Come il gemellaggio con gli scrittori imolesi, da cui sono nate le estati dei romanzi e della musica, con un leit motiv comune. "Nel giardino di Luisa, parole ritmi suoni .... E dove si trova la felicità? Nei posti belli nelle tovaglie di fiandra nei vini buoni nelle persone gentili". Parole della "Pazza gioia" di Virzì che ben si abbinano allo spirito di Luisa.
«Non mi perdo d'animo, mi sono sponsorizzata da sola

Luisa Cerfogli intervistata da Gabriella Pirazzini





Luisa Cerfogli



perché questo posto meraviglioso meritava qualche sacrificio. Ma alla fine di ogni giorno tocco il cielo con un dito. La platea si è allargata, ogni incontro genera nuovi eventi, mi basta un input e parto in quarta».
Un vero caterpillar dell'entusiasmo che sa contagiare gli amici attorno a lei, un piccolo staff preparato a cucinare, servire, intrattenere, scrittori e musicisti, pittori e artisti, artigiani e cantanti. Ogni incontro porta con sé la magia della tradizione, la cunza per i borlenghi, il lardo per le tigelle, zuccherini montanari, fisarmonica e un buon bicchiere di vino.
Questa perpetua dell'oratorio custodisce ricordi, anche suoi: e al Centro Culturale si respira gioia, amore dell'arte e della gente, cultura, gastronomia. I sorrisi si mescolano in nome di una allegria che è un inno alla vita.
«Essere poi così vicini all'Oratorio di San Biagio ha consolidato i valori dell'accoglienza e della sostenibilità. Insomma c'è una dimensione spirituale del progetto, che si esprime ogni giorno, nella quotidianità come nella festa».

mother and husband, Luisa held on to this dream. Today, the San Biagio Cultural Center is a small guiding star, weaving together a rich calendar of events.

LUISA

Caretaker of the Church of San Biagio and the soul of the cultural center, she left her job in Modena to live here. A woman radiating energy and positivity, she carries the same light as the sunrises and sunsets behind the mountains, along with the strength of a great and singular love story and an unconditional love of the past. Every February 3, she works tirelessly to feed the hundreds of people who arrive on the church steps.
"This place holds the lives of my ancestors, and my husband and I wanted to restore it because we both loved culture and beauty. Little by little, I was left alone, but I'm an optimist, and perhaps that's why I found people who understood me and followed me, because with heart, anything is possible."
Luisa has had many encounters, each treasured like a small gem, until what began as occasional events grew into a full-fledged program. One example is the partnership with writers from Imola, which gave rise to summers filled with novels and music, all sharing a common leitmotif. "In Luisa's garden, words, rhythms, sounds .... And where is happiness to be found? In beautiful places, in linen tablecloths, good wines, and kind people." These words from Virzì's "Like Crazy" perfectly match Luisa's spirit.

"I don't get discouraged. I sponsored myself because this wonderful place deserved a little sacrifice. But at the end of every day, I feel on top of the world. The audience has grown; every gathering inspires new events. Give me an idea and I'm off at full speed."
A true force of nature, her enthusiasm is contagious. Around her is a small, capable team ready to cook, serve, and entertain writers and musicians, painters and artists, craftspeople and singers. Every gathering carries the magic of tradition: cunza for borlenghi, lard for tigelle, mountain-style sugar biscuits, accordion music, and a good glass of wine.
This longtime caretaker of the oratory guards memories, including her own. At the Cultural Center, you can feel joy, love of art and people, culture, and good food. Smiles mingle in the name of a cheerfulness that is an ode to life.
"Being so close to the Oratory of San Biagio has strengthened our values of hospitality and sustainability. In short, there is a spiritual dimension to the project, expressed every day, in ordinary life as much as in celebration."

Info: Centro Culturale San Biagio, Via San Biagio, 40 Roncoscaglia di Sestola (MO)/
tel: 335223978 / info@centroculturalesanbiagio.it / https://centroculturalesanbiagio.it

informazione pubblicitaria

BENESSERE E OSPITALITÀ INTERNAZIONALE NEL CUORE DELL'APPENNINO MODENESE

Well-Being and International Hospitality in the Heart of Modena Apennines

Di Riccarda Riccò



informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria

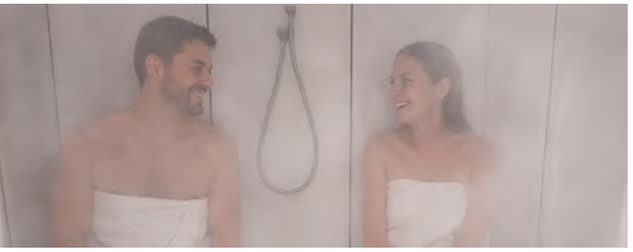
Lo storico Park Hotel di Fanano diventa "The Park", svelandosi in una veste rinnovata, tra le atmosfere sospese della piscina interna, della spa e del solarium. È il manifesto del potenziale inespresso dell'Appennino secondo Michelangelo Marinelli, presidente di Modena Life, che lancia la sfida del "turismo di un'ora" e investe sul territorio con la prima Hotel School dell'Emilia-Romagna: «Siamo pronti per un processo antigravitazionale che riporti valore e giovani in quota».

Della sua lunga storia il nuovo hotel The Park ha mantenuto il sapore vero della tradizione e dell'accoglienza, declinandole in un nuovo elegante abito che guarda al futuro con audacia, pronto a diventare il simbolo di un nuovo modello di accoglienza. Non un semplice investimento alberghiero, ma un progetto sistemico che punta a estrarre il valore inespresso della montagna, unendo benessere, turismo e formazione.
«In armonia con le visioni strategiche del Comune, il Fondo ha investito in due hotel», spiega il presidente di Modena Life, Michelangelo Marinelli, «abbiamo capito che il turismo sportivo e congressuale della valle deve poter giovare di servizi alla persona di altissimo livello anche in quota».
La risposta strutturale su The Park è stata un massiccio investimento nel Wellness: una spa completa e una piscina interna pensate per replicare in Appennino gli standard d'eccellenza consolidati da anni sulle Dolomiti.



Michelangelo Marinelli , presidente Modena Life







Fanano's historic Park Hotel is becoming "The Park," unveiling a fresh new look amid the tranquil atmosphere of its indoor pool, spa, and solarium. It stands as a testament to the untapped potential of the Apennines, according to Michelangelo Marinelli, president of Modena Life, who is championing the idea of "one-hour tourism" and investing in the area through Emilia-Romagna's first hotel school: "We're ready for an anti-gravity process that will bring value and young people back to higher ground."

The new hotel, The Park, has retained the authentic flavour of tradition and hospitality that defined its long history, recasting them in an elegant new style that looks boldly to the future, ready to become a symbol of a new model of hospitality. This is not simply a hotel investment, but a comprehensive project designed to unlock the mountains' untapped value by bringing together wellness, tourism, and education.
"In line with the municipality's strategic vision, the Fund has invested in two hotels," explains Michelangelo Marinelli, president of Modena Life. "We realized that the valley's sports and conference tourism needs access to top-quality personal services, even at higher elevations."
The structural response at The Park was a major investment in wellness: a full-service spa and indoor pool designed to bring to the Apennines the high standards established over many years in the Dolomites.
Modena Life's bet—a real estate investment fund whose primary mission is urban regeneration and the sustainable development of the Modena area—responds to a profound shift in travellers' habits, as they grow tired of the logistical burden of long-distance travel.

La scommessa di Modena Life, fondo di investimento immobiliare che ha come missione principale la rigenerazione urbana e lo sviluppo sostenibile del territorio modenese, intercetta un profondo cambiamento nelle abitudini dei viaggiatori, stanchi della logistica pesante dei lunghi spostamenti.
«Negli anni '80 l'Appennino era fortemente valorizzato», ricorda Marinelli, «poi la curiosità di scoprire mete esotiche ammirate sulle riviste ha allontanato il pubblico. Oggi quel turismo di prossimità torna prepotentemente in auge. Se nel contesto urbano si parla della 'città in 15 minuti', noi dobbiamo iniziare a parlare di turismo di un'ora. Cosa possiamo fruire in un'ora di macchina che ci permetta di rimanere freschi? L'Appennino esaudisce sempre questa promessa: clima piacevole, natura che rilassa subito e un contesto familiare che coccola».
A circa sessanta chilometri dalla pianura, il Parco dell'Alto Appennino Modenese svela uno scenario incontaminato tra Emilia e Toscana, dove natura e sport convivono in perfetta armonia. Qui, a seicento metri dal centro di Fanano, The Park domina il paesaggio da una posizione panoramica e sopraelevata. Ideale per famiglie e gruppi di amici, l'hotel offre camere di design e due appartamenti con terrazzi affacciati sui monti e sulla vallata. Gli spazi interni ed esterni sono curati in ogni dettaglio: dalla grande sala lounge per l'aperitivo, al solarium belvedere, fino ai servizi premium come il garage riservato e le aree dedicate ai più piccoli.
«L'ottica è quella di dare un'offerta variegata, senza ripetitività. Questo profila anche il nostro utente tipo, che ha una famiglia e che può lasciare liberamente i propri figli anche in un contesto non vigilato ma comunque sicuro, per dedicarsi alle proprie passioni e al proprio relax, o allo sport o ad altre attività comuni» spiega l'imprenditore.
Una piacevole passeggiata di dieci minuti conduce in Piazza della Vittoria, il cuore di Fanano, che si rivela tra vicoli suggestivi e storici rintocchi di campane. Bandiera Arancione dal 2001, questo borgo è un museo a cielo aperto, custode di pievi, santuari e sculture in pietra.
Un fascino antico che si riflette anche nella tradizione gastronomica del Ristorante Selva, direttamente collegato a The Park. Qui, l'eccellenza della cucina modenese incontra i sapori più autentici dell'Appennino: dai funghi e tartufi alla polenta tradizionale, ogni piatto celebra l'autenticità del territorio, trasformando ingredienti locali in un'esperienza culinaria di alto livello.

Panorama dall'Hotel The Park



Hotel The Park



informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria



stronomica del Ristorante Selva, direttamente collegato a The Park. Qui, l'eccellenza della cucina modenese incontra i sapori più nobili dell'Appennino: dai funghi ai tartufi, fino alla polenta della tradizione, ogni piatto celebra l'autenticità del territorio, trasformando le materie prime locali in un'esperienza culinaria d'alto profilo.

Un benessere che avvolgerà anche gli studenti, pronti a investire qui sul proprio futuro professionale. La vera svolta strategica del progetto risiede infatti nella sua anima educativa: grazie alla sinergia tra la Fondazione ITS Academy Turismo Emilia-Romagna e il Comune di Fanano, The Park e la seconda struttura del gruppo non vivranno di solo turismo. Le due realtà si trasformeranno in un polo scolastico d'eccellenza e di alta formazione manageriale per l'hôtellerie, cuore pulsante dell'ambizioso programma Fanano 2030. Un centro didattico di rilevanza internazionale, concepito per dare nuova linfa ed energia all'economia dell'intero comprensorio del Cimone.

«Vediamo potenziali non espressi e cerchiamo di estrarne un valore. In questo ci aiuta la dinamica del mercato» dice Marinelli, «l'obiettivo è di creare un'offerta organica per i nostri giovani e per fare ciò la collaborazione pubblico privato è fondamentale. Tutti quelli che hanno a cuore in questo momento l'Appennino si sono messi a disposizione con le proprie infrastrutture».

Students preparing to invest in their professional futures here will also enjoy a sense of well-being. The project's true strategic breakthrough lies in its educational dimension: thanks to a partnership between the ITS Academy Turismo Emilia-Romagna Foundation and the Municipality of Fanano, The Park and the group's second property will be about more than tourism alone. The two properties will become a centre of excellence for education and advanced hospitality-management training, at the heart of the ambitious Fanano 2030 program. An internationally significant educational hub, conceived to bring new life and energy to the economy of the entire Cimone area.

"We see untapped potential and work to unlock its value. Market dynamics are helping us do that," says Marinelli. "The goal is to create a cohesive offering for our young people, and public-private collaboration is essential to achieving it. Everyone who cares about the Apennines has stepped forward, making their infrastructure available."

The area now has everything it needs to once again take center stage in a slower-paced, high-quality way of life. Michelangelo Marinelli sums up this decisive change of course with a powerful vision: "Until now, we've seen a force of gravity pulling people toward the Via Emilia, draining the Apennines to fill the plains. Now we're ready for a return. We're working toward an anti-gravity process: lower density and less human impact, so we can rediscover the value of a community built around people, capable of offering a quality of life finally aligned with the family and professional needs of our time."

Info: www.modenalife.it / www.theparkfanano.it



Saturno che divora i suoi figli, *Ciò che c'è di tempo, dedichiamolo agli studi* (Plinio il Giovane). Porticato del Palazzo dell'Accademia di Belle Arti, Modena

informazione pubblicitaria

DOVE LA TECNOLOGIA INCONTRA L'ANIMA

Where Technology Meets the Soul

Di Riccarda Riccò



Horacio Pagani, fondatore Pagani Automobili, con i modelli Pagani Zonda, Pagani Utopia e Pagani Huayra

informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria

Nel cuore della Motor Valley, l'atelier Pagani fonde mani, testa e cuore per dare vita a sculture semoventi, manifesto di resistenza analogica e sartoriale.

"Chi lavora con le sue mani e la sua testa e il suo cuore è un artista". Lo diceva San Francesco d'Assisi e oggi, in un mondo dettato da un clic, da una chatbox, e più in generale da globalizzazione e delocalizzazione, produzione di massa e robotizzazione estrema, viene da chiedersi che senso abbia ormai una frase così.
Ma il senso esplode chiaro guardando un'auto Pagani. Anzi, questa visione crea un vero e proprio corto circuito nel cervello, che registra al tempo stesso una proiezione visionaria verso il futuro e un'idea romantica di auto come opera d'arte sartoriale.
Com'è possibile unire due spinte tanto antitetiche e averne anzi un risultato per un pubblico esclusivo di collezionisti? Un progetto di nicchia che unisce l'avanguardia del domani al pregio di un capolavoro in tiratura limitatissima?
«Ogni Pagani che facciamo è unica. Chi sceglie Pagani non acquista semplicemente una vettura, ma sceglie un abito su misura».
L'abito su misura è la metafora di Christopher Pagani, Direttore Marketing del brand, che fa capire come l'artigianalità, la sartorialità e la personalizzazione siano l'unica via per l'eccellenza assoluta.
Comprare un'auto come se fosse un vestito su misura significa trasformare il cliente da semplice acquirente a co-creatore. Il processo di nascita di modelli come la Huayra o la Utopia ricorda così molto più l'alta moda parigina che l'automotive tradizionale. E come ogni nascita che si rispetti, ci vogliono mesi e mesi per i collezionisti che scelgono ogni sfumatura di colore, la trama delle fibre di carbonio e i pellami più pregiati. Sempre dialogando con i creatori, esprimendo il loro gusto e le loro emozioni, la loro unicità.
Oggi Christopher Pagani non è solo l'erede di una dinastia di hypercar, l'aristocrazia assoluta del mondo automobilistico, ma è la figura chiave che sta traghettando l'azienda verso il futuro della Motor Valley, senza cambiare la rotta impostata dal padre Horacio. La filosofia è la stessa, quella del Rinascimento tecnologico di Leonardo da Vinci: Arte e Scienza devono camminare mano nella mano. «Facciamo tutto in casa, come artigiani che si sentono artisti» dichiara Horacio Pagani.
Artigiani che si sentono artisti di Michelangelo Buonarroti che quando dava vita alle sue sculture parlava
di un lungo matrimonio tra la materia e la visione. Come quando da ragazzino, nel 1971 in Argentina, Horacio costruì la sua prima minimoto, recuperando un vecchio motore degli anni cinquanta, e modellando e saldando a mano i serbatoi del carburante, i parafanghi, le forcelle e persino i tubi di scarico. Visione, fantasia e una straordinaria intelligenza manuale. Tutte quelle qualità che hanno fatto la storia di Pagani e le sue hypercar, vere sculture semoventi che esprimono il lusso attraverso la personalizzazione estrema, come spiega il direttore marketing parlando di «linee senza tempo che uniscono ispirazioni del passato e visioni del futuro» per creare un'opera d'arte destinata a pochissimi collezionisti nel mondo.
E di nuovo un contrasto balza agli occhi, perché si parla di Motor Valley Globale in cui il costruttore di San Cesario sul Panaro compete con i grandi colossi dell'auto grazie alla sua dimensione "familiare" e fluida, in cui il fondatore è un leader che spinge tutti a mettere in discussione le certezze acquisite:
«Lavorare con mio padre è un'opportunità straordinaria. È come andare all'università ogni singolo giorno», dice Chri-

In the heart of Motor Valley, the Pagani atelier brings together hands, head, and heart to create self-propelled sculptures, a manifesto of analog, handcrafted resistance.

"Anyone who works with their hands, their head, and their heart is an artist", Saint Francis of Assisi said that, and today, in a world dictated by a click, a chat box, and, more broadly, by globalization and outsourcing, mass production, and extreme automation, it's hard not to wonder what a statement like that means anymore.
But its meaning becomes crystal clear when you look at a Pagani car. In fact, the sight creates a genuine short circuit in the brain, which registers at once a visionary projection into the future and a romantic idea of the car as a bespoke work of art.
How can you bring together two such opposing forces – and even produce something for an exclusive audience of collectors? A niche project that combines tomorrow's avant-garde with the prestige of an ultra-limited edition masterpiece?

"Every Pagani we make is unique. Those who choose Pagani aren't simply buying a car; they're choosing
a bespoke suit."
The bespoke suit is the metaphor Christopher Pagani, the brand's Marketing Director, uses to show how craftsmanship, tailoring, and customization are the only path to absolute excellence.
Buying a car as if it were a bespoke suit transforms the customer from a mere buyer into a co-creator. The process of bringing models such as the Huayra or the Utopia to life is much more reminiscent of Parisian haute couture than traditional automotive manufacturing. And, as with any birth worthy of the name, it takes months and months for collectors to choose every shade of color, the weave of the carbon fiber, and the finest leathers. All the while, they engage in dialogue with the creators, expressing their taste, their emotions, and their individuality.
Today, Christopher Pagani is not only the heir to a dynasty of hypercars – the absolute aristocracy of the automotive world – but also the key figure steering the company toward the future of Motor Valley, without changing course from the path set by his father, Horacio. The philosophy remains the same: Leonardo da Vinci's technological Renaissance, in which Art and Science must go hand in hand.
"We do everything in-house, like craftsmen who see themselves as artists," says Horacio Pagani.
Craftsmen who see themselves as artists calls to mind Michelangelo Buonarroti, who spoke of a long marriage between matter and vision as he brought his sculptures to life. Like when, as a teenager in Argentina in 1971, Horacio built his first mini-motorcycle, salvaging an old 1950s engine and shaping and welding the fuel tank, fenders, forks, and even the exhaust pipes by hand.
Vision, imagination, and extraordinary manual intelligence. These are all qualities that have shaped Pagani's history and its hypercars – true self-propelled sculptures that express luxury through extreme customization, as the Marketing Director explains when he speaks of "timeless lines that bring together inspirations from the past and visions of the future," creating a work of art destined for only a handful of collectors around the world.
And once again, a contrast leaps out: we're talking about a global Motor Valley where the San Cesario sul Panaro-based manufacturer competes with the giants of the automotive industry thanks to its "family-like," fluid structure, in which the founder is a leader who encourages everyone to question their assumptions:
"Working with my father is an extraordinary opportunity. It's like going to university every single day,"
says Christopher Pagani.
A university where you certainly use your head, but also your hands, designing a car from the ground up in every detail. The creative cycle is complete, from styling to mechanics, all the way through to the development of advanced composite materials that made the founder a pioneer more than forty years ago. Bringing design and engineering together under one roof makes it possible to give life to the company's true DNA: the union of Art and Science.
This shows that analytical excellence and the pure pursuit of beauty can not only coexist but blend perfectly in every hypercar.

Pagani Huayra Codalunga Speedster



Christopher Pagani, Direttore Marketing di Pagani Automobili



Pagani Utopia



Pagani Huayra Codalunga



informazione pubblicitaria

stopher Pagani.
Un'università in cui si usa la testa, certo, ma anche le mani, in cui si disegna un'automobile da zero in ogni suo dettaglio. Il ciclo creativo è completo, dallo stile alla meccanica, fino allo sviluppo dei materiali compositi avanzati che hanno reso il patron un pioniere oltre quarant'anni fa. Riunire sotto lo stesso tetto design e ingegneria permette di dar vita al vero DNA dell'azienda: l'unione tra Arte e Scienza.
Questo dimostra che l'eccellenza analitica e la pura ricerca della bellezza possono non solo coesistere, ma fondersi perfettamente in ogni hypercar.
Se si tengono presenti questi principi cardine, si comprendono le fondamenta della casa di San Cesario sul Panaro.
Come il culto della leggerezza, perché mentre il mercato globale corre verso l'elettrificazione di massa, Christopher Pagani difende un approccio purista, convinto che un'auto che supera i 1500 kg a causa delle batterie perda l'emozione di guida. E ancora, mentre il mercato si sposta verso motori più piccoli, Pagani mantiene una storica partnership esclusiva con Mercedes-AMG per la fornitura di motori V12 sviluppati su misura. L'azienda difende la meccanica analogica, il suono naturale e il coinvolgimento emotivo e fisico alla guida, arrivando a proporre il cambio manuale anche sui modelli più recenti.
In un'epoca dominata dall'algoritmo, Pagani Automobili dimostra che il futuro non deve essere impersonale. Proteggere il V12, esaltare il cambio manuale e plasmare il carbonio sono atti di resistenza poetica. Finché esisterà l'atelier di San Cesario sul Panaro, la tecnologia avrà ancora bisogno dell'anima. Le automobili passano, ma quell'unione millenaria tra le mani, la testa e il cuore resterà, sempre, l'unica vera definizione di arte.

With these core principles in mind, the foundations of the San Cesario sul Panaro company become clear.
Take its devotion to lightness: as the global market races toward mass electrification, Christopher Pagani defends a purist approach, convinced that a car weighing more than 1,500 kg because of its batteries loses the thrill of driving. And while the market shifts toward smaller engines, Pagani maintains its long-standing exclusive partnership with Mercedes-AMG to supply bespoke V12 engines. The company champions analog engineering, natural sound, and an emotional, physical connection to driving, even offering a manual transmission on its latest models.
In an age dominated by algorithms, Pagani Automobili shows that the future need not be impersonal. Protecting the V12, celebrating the manual transmission, and shaping carbon fiber are acts of poetic resistance. As long as the atelier in San Cesario sul Panaro exists, technology will still need a soul. Cars come and go, but that age-old union of hands, head, and heart will always remain the only true definition of art.

Info: Via dell'Artigianato, 5, 41018 San Cesario sul Panaro (Modena) / tel: 059 4739201 / www.pagani.com

Pagani Arte in pista



informazione pubblicitaria

GENERALI ITALIA,
IL TUO PARTNER
DI VITA

GENERALI ITALIA S.p.A.
AGENZIA GENERALE
DI MODENA VIA GIARDINI

Via Pietro Giardini, 318/320 • Tel. 059 217 366
e-mail: agenzia.modenaviagiardini.it@generali.com

Agente: Filippo Tacoli

MIGLIORI IN ITALIA N.1 SERVIZIO RETE AGENTI ASSICURATIVI 2027

Sigillo rilasciato dall'Istituto Tedesco ITQF a fronte di un corrispettivo per una licenza annuale. Per maggiori informazioni sui risultati della ricerca e sulla metodologia consultare www.istituto-qualita.com

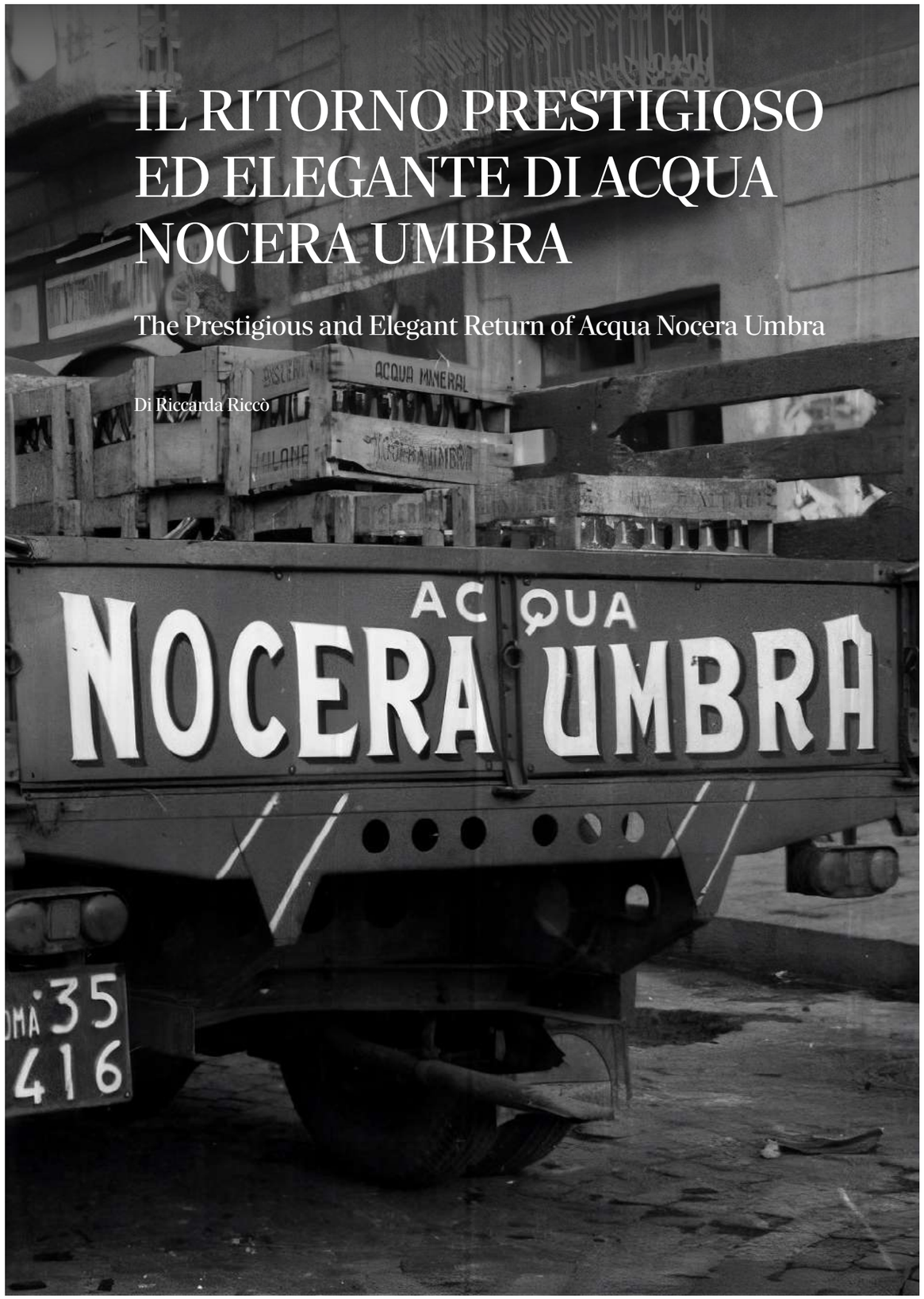
GENERALI

informazione pubblicitaria

IL RITORNO PRESTIGIOSO ED ELEGANTE DI ACQUA NOCERA UMBRA

The Prestigious and Elegant Return of Acqua Nocera Umbra

Di Riccarda Riccò





Claudio Turchi, titolare e CEO Gruppo SEM

Dalle carovane di asini alla tavola dei Papi: il rilancio della storica "acqua santa" e la rivoluzione green del Gruppo SEM che tra sostenibilità, diversificazione e orgoglio montanaro, ha messo a segno il fatturato record di 19,5 milioni di euro nell'estate 2026.

"L'acqua ha l'anima della roccia da cui nasce: fredda, limpida e specchio perfetto di una natura incontaminata". Così il premio Nobel Luigi Pirandello descriveva a fine Ottocento la purezza della Sorgente Angelica, il cuore pulsante da cui sgorga l'Acqua Nocera Umbra. Nota in passato come "acqua santa" e utilizzata per lenire le sofferenze di San Francesco d'Assisi, questa risorsa millenaria ha dissetato anche Giacomo Leopardi e diversi Pontefici, fino a Papa Francesco.
Oggi, sotto la guida del titolare e CEO Claudio Turchi, il Gruppo SEM (Sorgenti Emiliane Modena) sta portando avanti una forte strategia di rilancio per questo marchio globale.
Già nel Seicento l'acqua viaggiava a dorso di mulo lungo la Strada Clementina verso il porto di Ancona, per poi essere imbarcata per Costantinopoli. A fine Ottocento, l'imprenditore Felice Bisleri ne industrializzò l'imbottigliamento, esportandola in tutto il mondo con il celebre liquore Ferro-China. Oggi, sull'onda delle celebrazioni per i 130 anni del marchio, l'azienda punta sull'alta ristorazione con una bottiglia in vetro premium che reca in rilievo l'iconica leonessa, simbolo storico del brand, salute e forza protettiva.
La stessa protezione che il Gruppo ha nei confronti dell'ambiente, grazie a un modello di business che, a differenza dei competitor, non centralizza la produzione ma opera con cinque impianti in cinque aree: Acqua Monte Cimone a Ospitale di Fanano, Fonte Ventasso nell'Appennino Reggio Emilia, Acqua Clavdia ad Anguillara Sabazia, le sorgenti Angelica e Flaminia a Nocera Umbra, e Birrificio 620 Passi a Latisana.
"Per essere riconosciuti come eccellenza locale, dobbiamo essere fisicamente presenti nell'area", spiega Turchi.
Questa estesa presenza locale consente una logistica "a miglio utile", riduce i costi di trasporto e l'impatto ambientale. L'impronta green si riflette anche nell'uso pionieristico di packaging in plastica riciclata (dal 30% al 100% R-PET).
La natura va rispettata, e il portfolio del Gruppo mette in luce le caratteristiche distintive del sottosuolo, trattando l'acqua come il vino per complessità e tempi di filtrazione (fino a 40 anni per Nocera e Claudia).

From donkey caravans to the Pope's table: the revival of the historic "holy water" and the green revolution of Gruppo SEM, which, through sustainability, diversification and mountain pride, posted record revenues of €19.5 million in summer 2026.

"Water has the soul of the rock from which it springs: cold, clear, and a perfect reflection of unspoiled nature." In the late 19th century, Nobel laureate Luigi Pirandello used these words to describe the purity of Sorgente Angelica, the beating heart from which Acqua Nocera Umbra flows. Once known as "holy water" and used to soothe the suffering of St. Francis of Assisi, this millennia-old resource also quenched the thirst of Giacomo Leopardi and several pontiffs, up to Pope Francis.
Today, under the leadership of owner and CEO Claudio Turchi, Gruppo SEM (Sorgenti Emiliane Modena) is pursuing an ambitious revival strategy for this global brand.
As early as the 17th century, the water traveled by mule along the Clementine Road to the port of Ancona, where it was shipped to Constantinople. In the late 19th century, entrepreneur Felice Bisleri industrialized its bottling and exported it around the world alongside his famous Ferro-China liqueur. Today, as the brand celebrates its 130th anniversary, the company is targeting fine dining with a premium glass bottle embossed with the iconic lioness, the historic symbol of the brand, health and protective strength.
The Group extends the same protection to the environment, thanks to a business model that, unlike its competitors, does not centralize production but operates five plants in five areas: Acqua Monte Cimone in Ospitale di Fanano, Fonte Ventasso in the Reggio Emilia Apennines, Acqua Clavdia in Anguillara Sabazia, the Angelica and Flaminia springs in Nocera Umbra, and Birrificio 620 Passi in Latisana.
"To be recognized as local excellence, we have to be physically present in the area," Turchi explains.
This extensive local presence enables "useful-mile" logistics, cuts transport costs and reduces environmental impact. Its green footprint is also reflected in the pioneering use of recycled plastic packaging (30% to 100% R-PET).
Nature must be respected, and the Group's portfolio highlights the distinctive qualities of the underground, treating water like wine in terms of complexity and filtration times (up to 40 years for Nocera and Claudia).



informazione pubblicitaria

biente, grazie a un modello di business che non centralizza la produzione come fanno i concorrenti, ma gestisce 5 stabilimenti in 5 territori: Acqua Monte Cimone a Ospitale di Fanano, Fonte Ventasso sull'Appennino reggiano, Acqua Clavdia ad Anguillara Sabazia, le sorgenti Angelica e Flaminia a Nocera Umbra e il Birrificio 620 Passi a Latisana.
"Per qualificarci come eccellenze del territorio dobbiamo essere fisicamente sul territorio", spiega Turchi.
Una capillarità che permette una logistica a "chilometro utile", abbatte i costi di trasporto e riduce l'impatto ambientale. Un'impronta green che si riflette anche nel pionieristico uso del packaging di plastica riciclata (R-PET dal 30% al 100%).
La natura va rispettata, e il portfolio del gruppo valorizza le specificità del sottosuolo, equiparando l'acqua al vino per complessità e tempi di filtraggio (fino a 40 anni per Nocera e Claudia).
"Raccontiamo chi siamo parlando del passato", spiega il titolare, descrivendo come gli scavi archeologici nella proprietà laziale di Acqua Clavdia stiano portando alla luce una maestosa villa romana del 40 a.C. su 20.000 metri quadri, celebre per i rari pavimenti in sanpietrini disposti a rombo.
Tanto passato serve in un volano per il futuro, in cui rientra anche l'acquisizione del 71% di 620 Passi, il birrificio artigianale friulano cresciuto tramite crowdfunding. Una mossa che condivide il know-how degli impianti SEM ed è supportata dalla nascita di MS Beverage, società di logistica interna creata per ottimizzare la filiera.
Per finanziare questa crescita, il Gruppo SEM ha emesso un Mini Bond ESG internazionale quotato in Borsa. I capitali raccolti aumenteranno anche la sostenibilità sociale.
"Oggi a Nocera Umbra e a Roma si lavora 7 giorni su 7, h24, da maggio a settembre" spiega l'imprenditore, "Con questi investimenti aumenteremo la capacità produttiva delle linee per permettere ai nostri dipendenti di rimanere a casa almeno la domenica, migliorando nettamente la loro



Acqua Monte Cimone



Sorgente Angelica

"We tell people who we are by talking about the past," the owner explains, describing how archaeological excavations at Acqua Clavdia's property in Lazio are uncovering a majestic Roman villa dating back to 40 BC, covering 20,000 square meters and renowned for its rare rhombus-patterned cobblestone floors.
That rich past serves as a springboard for the future, which also includes the acquisition of a 71% stake in 620 Passi, the Friulian craft brewery that grew through crowdfunding. The move brings together the know-how of SEM's facilities and is backed by the launch of MS Beverage, an in-house logistics company created to optimize the supply chain.
To finance this growth, Gruppo SEM issued an international ESG Mini Bond listed on the stock exchange. The funds raised will also enhance social sustainability.
"Today, in Nocera Umbra and Rome, people work seven days a week, around the clock, from May to September," the entrepreneur explains. "With these investments, we'll increase production-line capacity so our employees can stay home at least on, significantly Sundays improving their quality of life."
The Group's strong sense of ethical responsibility is rooted in its origins in Fanano, in the Modena Apennines.
"My greatest source of pride is being able to make even the smallest contribution to preventing the mountains from being depopulated," says Turchi, reflecting on his roots in Sestola. "We mountain people are stubborn. That stubbornness, and the madness to take on challenges, have helped me seize the right opportunities."
The results vindicate the Group's perseverance: between June and August 2026, it recorded its highest revenues ever, reaching €19.5 million.
But its sights are already set on the future: "We hope to grow even more."



Archivio Nocera Umbra Fonti Storiche S.p.A.

qualità della vita".
Il forte senso di responsabilità etica è da ricercare nelle radici del Gruppo a Fanano, sull'Appennino modenese.
"Il mio più grande orgoglio è poter dare un piccolissimo contributo affinché la montagna non si spopoli", dice Turchi, richiamando le sue origini di Sestola. "Noi montanari siamo testardi. Questa testardaggine e la pazzia di accettare le sfide mi hanno permesso di cogliere le giuste opportunità".
I risultati danno ragione alla tenacia del Gruppo, che tra giugno e agosto 2026 ha registrato il fatturato più alto di sempre, toccando i 19,5 milioni di euro.
Ma lo sguardo è già rivolto al domani: "Speriamo di crescere ancora di più".

Argentina 1907



Info: Sede amministrativa e uffici commerciali - Via del Portello 16, Vignola (Mo)
Sede legale e Stabilimento: Via Capanna Tassoni 219/D, Ospitale di Fanano (Mo)
www.grupposem.it / info@grupposem.it / Tel. +39 059 8377001

informazione pubblicitaria

LA LEGGE UNIVERSALE DELL'ARMONIA NELLA CHIRURGIA ESTETICA

The Universal Law of Harmony in Cosmetic Surgery

A Cura della Redazione



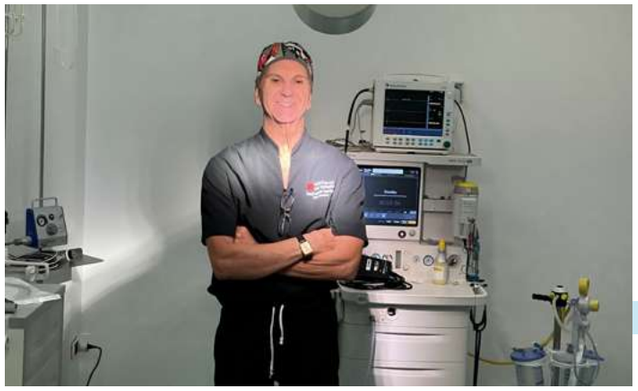
Reception Clinica 241

informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria

La nostra intervista al Dr. Eugenio Agostino a Modena: dalla lipoaspirazione al lifting profondo, dai filtri social alla bellezza autentica. Un grande chirurgo plastico racconta come è cambiata la professione e perché l'omologazione è il vero nemico del risultato.

Valley Life: Lei ha una lunga esperienza. Come è cambiata la chirurgia plastica da quando ha iniziato a oggi?
Dr. Agostino: Si è evoluta non solo attraverso le tecniche, ma soprattutto attraverso lo strumentario. La più grande rivoluzione è stata la lipoaspirazione: nata solo per asportare grasso, è diventata uno strumento per rifinire altre chirurgie — del corpo, del viso — e per il lipofilling, l'aumento volumetrico con grasso autologo del paziente. Dalle prime curette con esiti che potremmo definire catastrofici, la strumentazione si è specializzata fino agli ultrasuoni, a cannule di diametri diversi, alla lipoaspirazione ad alta definizione. Sul viso, il cambiamento è stato altrettanto netto: dagli anni Ottanta, quando il lifting si faceva con uno scollamento solo sottocutaneo e una messa in tensione della pelle, siamo arrivati al lifting profondo, che riposiziona le strutture sottostanti. I risultati di allora erano soddisfacenti ma a breve termine, mentre oggi garantiscono una durata decisamente superiore. Sono cambiati anche i materiali: le protesi mammarie, rispetto a quelle degli anni Sessanta, hanno raggiunto qualità di superficie e gel che le rendono paragonabili, come risultato estetico, alla ghiandola naturale. Con incisioni sempre più piccole, meno trauma e ripresa più rapida.
Valley Life: Questi sono anche gli interventi più richiesti?
Dr. Agostino: I più richiesti restano la mastoplastica additiva e la rinoplastica, per la quale le tecniche sono rimaste più o meno le stesse.
Valley Life: Per quanto riguarda le labbra, c'è sempre questo interesse ad aumentarne il volume?
Dr. Agostino: Negli ultimi anni si è ridimensionato. Fino a quattro o cinque anni fa, nel periodo pre-Covid, la richiesta di volume era abbastanza importante; dopo il Covid c'è stato un contenimento, verso risultati il più possibile naturali.
Valley Life: Cos'è la bellezza naturale in un mondo fatto di filtri e intelligenza artificiale? Come fa la chirurgia a preservare l'autenticità di un corpo?
Dr. Agostino: La chirurgia può preservare e la chirurgia può alterare. Il chirurgo ha le basi per lavorare su viso e corpo e sta a lui cercare un'armonia vicina al genere umano, senza risultati estremi. Il naturale è difficile da definire: è naturale una donna esile con un seno voluminoso, come una corposa con un seno piccolo. Fondamentale è che il risultato resti nell'armonia generale del paziente.
Valley Life: Un buon chirurgo sa quando operare, ma un ottimo chirurgo sa quando dire di no. Le capita di dire "questo non lo faccio"?
Dr. Agostino: Assolutamente sì, soprattutto nei casi estremi, quando la richiesta può mettere a repentaglio l'esito dell'intervento, perché né la tecnica né gli integumenti del paziente danno certezza di un risultato brillante. Non lavoriamo per un risultato che piaccia a noi chirurghi: il nostro compito è soddisfare le richieste del paziente, purché siano fattibili, preservino la salute e non ricadano in qualcosa che potremmo definire addirittura grottesco. E bisogna sempre ricordare che parliamo di interventi chirurgici: ogni procedura lascia cicatrici.



Dottor Eugenio Agostino



Prima



Dopo

Our interview with Dr. Eugenio Agostino in Modena: from liposuction to deep-plane facelifts, from social media filters to authentic beauty. A great plastic surgeon explains how the profession has changed and why conformity is the real enemy of good results.

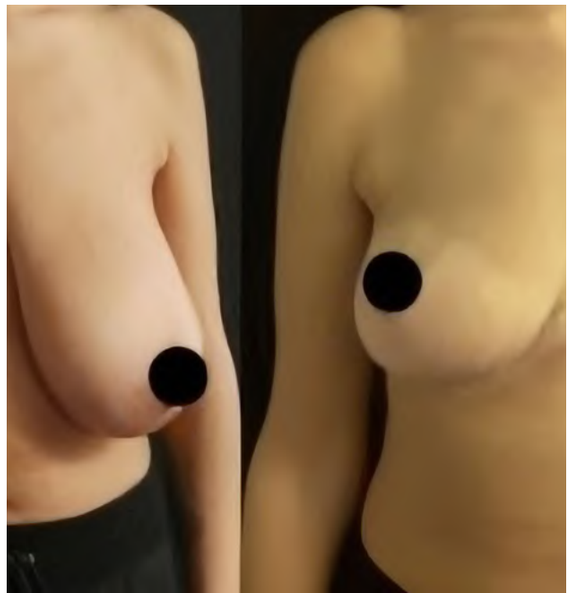
Valley Life: You have extensive experience. How has plastic surgery changed since you began your career?
Dr. Agostino: It has evolved not only in terms of techniques, but above all in terms of equipment. The biggest revolution has been liposuction: originally used only to remove fat, it has become a tool for refining other procedures — on the body and face — and for lipofilling, or adding volume using the patient's own fat. From the first curettes, which produced what we might call catastrophic results, the instruments have become increasingly specialized, progressing to ultrasound, cannulas of different diameters, and high-definition liposuction.
Facial surgery has changed just as dramatically. In the 1980s, facelifts involved separating only the skin from the underlying tissue and tightening it. Today, we have deep-plane facelifts, which reposition the deeper structures. While results were once satisfactory but short-lived, today they are now much more durable.
Materials have changed too: compared with breast implants from the 1960s, today's implants have surface characteristics and gels that make their aesthetic results comparable to the natural breast gland. Incisions are smaller and smaller, with less trauma and a faster recovery.

Valley Life: Are these also the most requested procedures?
Dr. Agostino: Breast augmentation and rhinoplasty remain the most requested procedures. The techniques for rhinoplasty have remained more or less the same.
Valley Life: What about lips? Is there still a strong interest in making them fuller?
Dr. Agostino: That interest has waned in recent years. Until four or five years ago, before Covid, requests for added volume were quite common. Since Covid, there has been a shift toward keeping results as natural as possible.
Valley Life: What is natural beauty in a world of filters and artificial intelligence? How can surgery preserve the authenticity of the body?
Dr. Agostino: Surgery can preserve, and surgery can alter. A surgeon with the training to operate on the face and body must seek harmony that is true to the human form, without producing extreme results. Naturalness is hard to define: a slender woman with a full bust can be just as natural as a curvy woman with a small bust. What matters is that the result remains in harmony with the patient overall.
Valley Life: A good surgeon knows when to operate, but a great surgeon knows when to say no. Do you ever say, "I won't do that"?
Dr. Agostino: Absolutely, especially in extreme cases, when the request could jeopardize the outcome because neither the technique nor the patient's tissues can guarantee an excellent result. We don't work toward a result that we, as surgeons, like; our job is to meet the patient's wishes, as long as they are achievable, preserve their health, and don't verge on what could even be called grotesque. And we must always remember that we are talking about surgery: every operation leaves scars.
Valley Life: Speaking of grotesque, could we say that, compared with the pre-Covid years, when all women seemed to look a little like cats with prominent cheekbones, people are now looking for something more natural?
Dr. Agostino: I'm skeptical about that, because the media — which can have positive values but also negative effects — tend to promote a kind of conformity, especially in women's and men's faces. It seems as though there are templates to copy, and people who see them think that's the ideal of beauty they should aspire to. Sometimes patients bring in photos and ask to look as much





Prima Dopo



informazione pubblicitaria





Correzione con rinofiller, senza intervento chirurgico Prima

Dopo

dura comporta delle cicatrici.
Valley Life: A proposito di grottesco, possiamo dire che rispetto agli anni pre-Covid, quando tutte le donne sembravano un po' dei gatti con zigomi esagerati, adesso si cerchi una cosa più normale?
Dr. Agostino: Su questo sono scettico, perché i media – che hanno valori positivi ma anche effetti negativi – propongono quasi un'omologazione, soprattutto del viso femminile e maschile. Sembra che esistano modelli da replicare, e chi li guarda pensa che quello sia il canone di bellezza da raggiungere: a volte i pazienti si presentano con delle foto chiedendo di replicare quei modelli. Questo porta a un'omologazione che francamente non amo, anche perché credo che il nostro sia un lavoro artigianale. Ogni intervento è unico, perché va fatto su quel paziente, con le sue caratteristiche fisiche e mentali che emergono nel colloquio preoperatorio.
Non amo questi occhi che hanno tutti lo stesso sguardo, e mi riferisco al foxy eye, sempre più richiesto. Nell'80% dei casi lo faccio, ma avviso la paziente che se ora va molto di moda, tra due anni sarà qualcosa di impossibile da guardare. Spiegato quello che penso, se poi lo richiedono, lo eseguo. Ma se guardiamo la storia della bellezza e quello che ci è arrivato attraverso l'arte — l'esempio più eclatante è un nudo di Velázquez, che certo non corrisponde ai canoni odierni — capiamo che i modelli vengono imposti dalle generazioni e dai media, oggi potentissimi. Un occhio a mandorla è sempre piaciuto su un viso che può richiamare tratti asiatici; su un viso molto caucasico, con pelle e occhi chiari, quello stravolgimento verso l'alto crea disarmonie e disequilibri nelle dinamiche facciali. Come un naso molto piccolo su diametri enormi. Ci sono cose che rifiuto di fare, perché non voglio che portino la mia firma.
Valley Life: C'è un identikit del paziente che si rivolge a lei o è difficile delineare un profilo?
Dr. Agostino: Spazia su tutti i profili. Ci sono pazienti consapevoli di avere un difetto oggettivo – ad esempio un grosso naso che li frena nella vita di società – e che sanno che un nuovo naso non cambierà la vita, ma il loro modo di porsi. Sono quelli migliori, perché non hanno aspettative se non eliminare il difetto. Altri invece vogliono un cambiamento, e lì serve un'indagine profonda sui perché:

like them as possible. That creates a conformity I frankly dislike, especially because I believe our work is a craft. Every procedure is unique because it must be tailored to that patient, with their physical and psychological characteristics brought out in the preoperative consultation.
I don't like these eyes that all have the same look, and I'm referring to the increasingly popular fox eye. I perform it in 80% of cases, but I warn patients that it's very fashionable now and that in two years it may be impossible to look at. Once I've explained what I think, if they still ask for it, I do it. But if we look at the history of beauty and what has come down to us through art — the most striking example is a nude by Velázquez, which certainly doesn't fit today's standards — we can see that ideals are imposed by successive generations and by the media, which are more powerful than ever. Almond-shaped eyes have always been admired on faces with features that may evoke Asian origins; on a very Caucasian face, with fair skin and light eyes, pulling the eyes upward in that way creates disharmony and throws off the balance of facial features. It's like putting a very small nose on a very large face. There are things I refuse to do because I don't want them to bear my signature.
Valley Life: Is there a typical profile for the patients who come to you, or is it hard to define one?
Dr. Agostino: They come from all walks of life. Some patients are aware that they have an objective flaw – for example, a large nose that holds them back socially – and understand that a new nose won't change their life, but rather the way they carry themselves. They are the best patients because their only expectation is to eliminate the flaw. Others, though, want a transformation, and that calls for a deeper exploration of their reasons. Very often, these patients will never be happy with the result, as in extreme cases of body dysmorphic disorder, a psychiatric condition in which patients fail to recognize themselves after any procedure.
Valley Life: Can we say that patients are getting younger?
Dr. Agostino: Much younger, especially for breast augmentation and related procedures, sometimes with the parents' encouragement. Young people no longer ask for a car as a graduation gift; they ask for surgery. This has changed the traditional ages at which people underwent these procedures: up to age 30, breast augmentation and rhinoplasty; between 30 and 50, blepharoplasty; from 50 to 60, rejuvenation procedures; and beyond that, multiple procedures on the face and body, such as abdominoplas-

molto spesso sono pazienti che non saranno mai contenti del risultato, fino ai casi estremi di dismorfofobia, dove c'è un'alterazione di tipo psichiatrico e il paziente non si riconosce dopo qualsiasi intervento.
Valley Life: Possiamo dire che l'età si è abbassata?
Dr. Agostino: Si è abbassata di molto, soprattutto per la mastoplastica additiva e gli interventi accessori, anche con la complicità dei genitori: il giovane non chiede più l'automobile come regalo di maturità, chiede l'intervento. Questo dato ha cambiato le età classiche nelle quali ci si sottoponeva a interventi di questo tipo: fino ai 30 anni additiva e rinoplastica, tra i 30 e i 50 la blefaroplastica, dai 50 ai 60 il ringiovanimento, fino agli interventi multipli su viso e corpo, come l'addominoplastica.
Valley Life: Quali sono i criteri essenziali e di sicurezza per scegliere il professionista giusto?
Dr. Agostino: La migliore sicurezza è rivolgersi all'albo dei medici e chiedere sempre se il medico è specializzato e se la struttura è abilitata all'esercizio della chirurgia — non come certi appartamenti di cui si sente parlare in televisione, dove si eseguono interventi che richiederebbero strumentario di qualità molto più alta. Poi conta l'esperienza, che fa la differenza. E il passaparola, che permette di sentire chi si è già sottoposto alle cure di quel chirurgo. Anche un costo eccessivamente basso deve far sospettare. È importante informarsi e non basarsi solo su quello che si vede sui media: distinguere un venditore da un chirurgo che mostra quello che sa fare.



ty.
Valley Life: What are the essential safety criteria for choosing the right professional?
Dr. Agostino: The best way to stay safe is to check the medical register and always ask whether the doctor is a specialist and whether the facility is licensed to perform surgery – unlike certain apartments you hear about on television, where procedures are carried out that require much higher-quality equipment. Experience also matters; it makes a difference. And word of mouth lets you hear from people who have already been treated by that surgeon. A price that is excessively low should also raise suspicions. It's important to do your research and not rely solely on what you see in the media: learn to distinguish a salesperson from a surgeon who shows you what they can do.

Info: 241 Aesthetic Day Surgery, Via Antonio Bazzini 241, Modena / www.241aestheticdaysurgery.it / info@dottoragostino.it / tel: 059 285493 / Whatsapp: 336 825252

informazione pubblicitaria
informazione pubblicitaria

PERCORSI DI CAMBIAMENTO

Paths to Change

Di Antonella Riccò

A Pavullo nel Frignano, lo studio della dott.ssa Romina Ceroni unisce competenza clinica, ascolto empatico e percorsi terapeutici su misura per guidare bambini, adulti e famiglie verso una vita serena.

È a Pavullo nel Frignano, in provincia di Modena, che troviamo lo studio della dott.ssa Romina Ceroni, Psicologa e Psicoterapeuta, che ci accoglie con un franco sorriso e con quell'empatia immediata che è alla base di questa professione. «Ho scelto Pavullo per ragioni affettive» ci spiega «e qui ho costruito la mia famiglia e ho impostato il mio lavoro». Lo studio della dottoressa Ceroni è avviato dal 2017 ed è oggi una solida realtà, profondamente centrata sulla cura della persona. «L'obiettivo è aiutare le persone a diversi livelli, sia nei percorsi di crescita che nella ricerca di un equilibrio che favorisca una vita serena e permetta di trovare l'amore per sé stessi» specifica la dottoressa «mi occupo di bambini, adolescenti, adulti e famiglie, ma collaboro anche con le istituzioni scolastiche per progetti mirati. Eseguo valutazioni neuropsicologiche, in specifico per i Disturbi dell'Apprendimento, e trattamenti psicoterapeutici individuali e di gruppo».
Ogni percorso inizia con l'ascolto e con una diagnosi precisa, per poi proseguire con progetti personalizzati, che tendono ad aumentare la consapevolezza delle proprie difficoltà e a trovare gli strumenti per affrontarle, risolverle e arrivare al cambiamento.
La dottoressa Romina Ceroni unisce una grande competenza clinica a un profondo lavoro interiore. Dopo la laurea in Psicologia clinica nel 2013 e la specializzazione alla Scuola di Psicoterapia Sistemico - Relazionale Integrata a Parma nel 2017, con relativa iscrizione all'Albo degli Psicoterapeuti (la scuola di Psicoterapia Sistemico - Relazionale Integrata considera il sintomo come un fenomeno che acquista significato all'interno dei sistemi relazionali e dei contesti; è un approccio che utilizza diversi modelli psicoterapeutici, scegliendo un approccio coerente e calibrato sulla specificità del paziente) la dottoressa ha poi continuato a formarsi, studiando diversi approcci, ricercando costantemente una comunicazione empatica e chiara con i suoi pazienti. È esperta in psicologia delle dipendenze, mindfulness e psicologia positiva, ipnosi e magnetismo ed è istruttore di psicomotricità riabilitativa.
La dottoressa Ceroni coltiva anche la passione per la scrittura «sì, è vero» ci spiega sorridendo «ho iniziato collaborando alla stesura di un romanzo giallo, per poi pubblicare una storia autobiografica e altri due libri, grazie all'ispirazione che mi danno quotidianamente i miei figli; vedere i bambini che si divertono e si interessano alle storie che scrivo mi riempie di gioia e tenerezza". Ha pubblicato: "Chi sei?", "Piccolo cuore pulsante", "Ho due mamme e un fratellino", "La bambina carta e matite", "Le favole del cuore".

In Pavullo nel Frignano, Dr Romina Ceroni's practice combines clinical expertise, empathetic listening and tailored therapeutic programmes to guide children, adults and families towards a peaceful life.

In Pavullo nel Frignano, in the province of Modena, we find the practice of Dr Romina Ceroni, a psychologist and psychotherapist, who welcomes us with an open smile and the immediate empathy that lies at the heart of this profession. "I chose Pavullo for personal reasons," she explains, "and this is where I have built my family and established my work." Dr Ceroni's practice has been operating since 2017 and is now a well-established reality, deeply focused on caring for the individual. "The aim is to help people at different levels, both through personal growth programmes and in their search for a balance that supports a peaceful life and enables them to find self-love," the doctor explains. "I work with children, adolescents, adults and families, but I also collaborate with schools on targeted projects. I carry out neuropsychological assessments, specifically for learning disorders, as well as individual and group psychotherapy."
Every programme begins with listening and an accurate diagnosis, before continuing with personalised plans designed to increase awareness of one's difficulties and to identify the tools needed to face them, resolve them and achieve change.
Dr Romina Ceroni combines extensive clinical expertise with profound inner work. After graduating in Clinical Psychology in 2013 and specialising at the School of Integrated Systemic-Relational Psychotherapy in Parma in 2017, followed by registration with the Register of Psychotherapists (the School of Integrated Systemic-Relational Psychotherapy views symptoms as phenomena that acquire meaning within relational systems and contexts; it is an approach that draws on different psychotherapeutic models, selecting an approach that is consistent with and tailored to the individual patient), Dr Ceroni continued her training by studying various approaches and constantly seeking empathetic, clear communication with her patients. She specialises in addiction psychology, mindfulness and positive psychology, hypnosis and magnetism, and is a rehabilitation psychomotor skills instructor. Dr Ceroni also nurtures a passion for writing. "Yes, it's true," she explains with a smile. "I began by helping to write a detective novel, then went on to publish an autobiographical story and two further books, inspired by my children on a daily basis; seeing children enjoy and take an interest in the stories I write fills me with joy and tenderness." She has published: Who Are You?, Little Beating Heart, I Have Two Mums and a Little Brother, The Girl with Paper and Pencils, The Heart's Fairy Tales.





Libri di Romina Ceroni



Dott.ssa Romina Ceroni, psicologa clinica e psicoterapeuta

Info: Studio Romina Ceroni, via Marchiani 158, Pavullo nel Frignano / info e appuntamenti Tel. 333 2615098 / romina.ceroni.rc@gmail.com

informazione pubblicitaria

FRANCESCO VENTURA: “IL PAZIENTE VUOLE SENTIRSI IN BUONE MANI”

Francesco Ventura: “Patients Want to Feel They’re in Good Hands”

Di Simone Bandini



informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria

Da un mestiere tecnico alla guida di tre centri odontoiatrici tra Emilia e Sardegna: quarant'anni di attività raccontati tra organizzazione, persone e un principio che non cambia.

Valley Life: Chi è Francesco Ventura?
Francesco Ventura: Sono un imprenditore che viene dall'odontotecnica, un mestiere concreto dove precisione, tecnica e risultato sono tutto. Poi il mio ruolo è cambiato: sono passato dal fare personalmente il lavoro al costruire strutture e organizzare persone. Il progetto Ventura nasce nel 1986 e oggi abbiamo tre centri: Sassuolo, Quartu Sant'Elena e Olbia. Nonostante la crescita siamo rimasti una realtà privata e familiare, non un franchising. Il mio compito non è dire ai medici come curare, ma fare in modo che attorno alla cura ci sia un'organizzazione capace di funzionare, dalla prima telefonata alla fine del percorso.
Valley Life: Come sei passato da un singolo studio a gestirne diversi?
Francesco Ventura: Non c'è stato un momento preciso: è stata una crescita progressiva. Ho capito che, per costruire qualcosa di più importante, dovevo creare una struttura in cui competenze diverse lavorassero insieme. La sede storica è Sassuolo, poi il mio percorso è arrivato in Sardegna, prima a Quartu e poi a Olbia. Per me crescere non significa mettere un'insegna in un'altra città: la vera difficoltà è trasferire un modo di lavorare. Ovunque entri un paziente, deve ritrovare la stessa attenzione. È questa la crescita che mi interessa, molto più del numero delle sedi.
Valley Life: Come mantieni lo stesso standard di qualità ed etica medica in tutte le sedi?
Francesco Ventura: Prima di tutto attraverso le persone. Credo molto nella specializzazione: ogni paziente viene indirizzato al professionista più adatto al suo problema. Poi c'è l'organizzazione: protocolli condivisi, diagnostica digitale interna — a Quartu e Olbia scanner intraorale 3D e radiologia — e laboratori odontotecnici dedicati. Ma qualità significa anche spiegare: un paziente deve capire cosa gli viene proposto e quali sono le alternative. Quando si parla di salute, la fiducia nasce anche dalla chiarezza.
Valley Life: Come gestisci selezione e formazione del personale?
Francesco Ventura: Sono molto esigente, ma non guardo solo il curriculum. La competenza è indispensabile, però contano l'atteggiamento, la voglia di imparare e il modo in cui ci si rapporta con il paziente: chi entra in uno studio odontoiatrico può essere preoccupato, magari arriva dopo anni in cui ha rimandato una cura. Cerco di responsabilizzare: non voglio persone che eseguano istruzioni – ma che capiscano perché fanno una determinata cosa e quale effetto ha sulla persona che hanno davanti.
Valley Life: Qual è la sfida più grande con più sedi distinte?
Francesco Ventura: Fare in modo che la distanza geografica non diventi una differenza nel servizio.
Puoi avere tecnologie avanzate, ma sono sempre le persone a far funzionare l'organizzazione: servono responsabilità chiare e qualcuno che sappia decidere anche quando io non



From a technical trade to leading three dental centres across Emilia and Sardinia: forty years in business, told through the stories of organization, people, and an enduring principle.

Valley Life: Who is Francesco Ventura?
Francesco Ventura: I'm an entrepreneur who started out in dental technology, a hands-on profession where precision, technical skill, and results are everything. Then my role changed: I went from doing the work myself to building practices and organizing teams. The Ventura project began in 1986, and today we have three centres: Sassuolo, Quartu Sant'Elena, and Olbia. Despite our growth, we've remained a private, family-run business, not a franchise. My job isn't to tell doctors how to treat patients, but to make sure the care is supported by an organization that works smoothly, from the first phone call to the end of treatment.
Valley Life: How did you go from running a single practice to managing several?
Francesco Ventura: There wasn't one specific moment; it was a gradual process. I realized that to build something bigger, I needed to create an organization where people with different skills could work together. Our original location is in Sassuolo, and from there my journey took me to Sardinia, first to Quartu and then to Olbia. To me, growth doesn't mean putting up a sign in another city: the real challenge is bringing the same way of working to each location. Wherever a patient walks in, they should receive the same attentive care. That's the kind of growth I care about, far more than the number of locations.
Valley Life: How do you maintain the same standards of quality and medical ethics at every location?
Francesco Ventura: First and foremost, through our people. I strongly believe in specialization: each patient is referred to the professional best suited to their needs. Then there's the organization: shared protocols, in-house digital diagnostics—including 3D intraoral scanners and radiology in Quartu and Olbia—and dedicated dental laboratories. But quality also means explaining things clearly: patients need to understand what's being recommended and what alternatives are available. When it comes to health, trust also comes from clarity.
Valley Life: How do you manage staff recruitment and training?
Francesco Ventura: I'm very demanding, but I don't look only at a résumé. Expertise is essential, but attitude, a willingness to learn, and the way someone interacts with patients all matter, too. People coming into a dental practice may be anxious; they may have put off treatment for years. I try to empower people: I don't want them simply following instructions—I want them to understand why they're doing something and how it affects the person in front of them.
Valley Life: What's the biggest challenge when you have multiple locations?
Francesco Ventura: Making sure that geographical distance doesn't lead to differences in service. You can have advanced technology, but it's always people who make an organization work. You need clear responsibilities and someone who can make decisions even when I'm not there. Patients shouldn't have to worry about who's working that day; they should find an organization ready to take care of them.
Valley Life: What are patients asking for today?
Francesco Ventura: Today's patients come in better informed: they've read, they've searched, they ask questions, and they want to understand. I see that as a positive thing: it's no longer enough

informazione pubblicitaria

Francesco Ventura



Reception Centro Odontoiatrico Sassuolo







Olbia, Francesco Ventura e Sebastiano Cento,
Rappresentante del Governo per la Regione Sardegna

informazione pubblicitaria

sono presente. Il paziente non deve preoccuparsi di chi c'è quel giorno, ma trovare un'organizzazione capace di occuparsi di lui.
Valley Life: Cosa chiedono i pazienti oggi?
Francesco Ventura: Il paziente di oggi arriva più informato: ha letto, ha cercato, fa domande e vuole capire. Per me è positivo: non basta più dire "questa è la cura", bisogna spiegare e costruire un percorso insieme. Si apprezza anche il fatto di trovare più competenze nello stesso centro, dalla prevenzione all'ortodonzia, dall'estetica all'implantologia, anche nei casi complessi. Ma una cosa non è cambiata: il paziente vuole sentirsi in buone mani. Possiamo avere scanner e TAC, ma dall'altra parte c'è sempre una persona che ti affida la propria salute. La tecnologia migliora il nostro lavoro; il rapporto umano resta fondamentale.
Valley Life: Altri servizi, per esempio la medicina estetica delle labbra?
Francesco Ventura: È un settore che stiamo osservando, però non amo inserire servizi solo perché sono di moda: prima deve esserci la competenza. Bocca, sorriso e armonia del volto sono collegati, ma vanno affrontati con preparazione. Preferisco aspettare e costruire bene un servizio: non dobbiamo fare tutto, dobbiamo fare bene quello che decidiamo di fare.
Valley Life: Quali sono i tuoi obiettivi futuri?
Francesco Ventura: Continuare a crescere, ma non penso solo al numero dei centri. Consolidare le strutture, guardare a nuove aperture in Italia e in prospettiva anche all'estero — ci sono collaborazioni attive, tra cui Fiumicino, e sto realizzando un progetto a Londra. Il punto resta lo stesso: ogni apertura deve essere sostenuta da un'organizzazione adeguata, perché questa azienda non è più solo il progetto che ho iniziato io.
Valley Life: Che tipo di consulenza offri agli altri imprenditori?
Francesco Ventura: Nasce da ciò che ho vissuto in quarant'anni di impresa. Sono partito da un mestiere tecnico, poi ho imparato a scegliere persone, organizzare, delegare, gestire più strutture, investire e correggere. Ho studiato management, che mi ha aiutato molto a capire di cosa ha bisogno un'organizzazione. Oggi mi interessa mettere questa esperienza a disposizione di chi è bravo nel proprio mestiere ma deve imparare a costruire una struttura. Non ho una formula da insegnare: aiuto a capire dove si vuole arrivare e quali ostacoli lo impediscono. È anche un modo per restituire parte di quello che ho imparato.
Valley Life: Cosa vorresti che un paziente trovasse oggi in un Centro Ventura?
Francesco Ventura: Direi tre cose: competenza, chiarezza e presenza. Competenza, perché parliamo della salute delle persone e non c'è spazio per l'improvvisazione. Chiarezza, perché una persona deve capire cosa ha, cosa possiamo fare e quale percorso le proponiamo: non dovrebbe mai accettare una cura senza averla davvero compresa. E presenza: il paziente deve sapere che non è solo un appuntamento in agenda, ma che se ha un dubbio troverà qualcuno che gli risponde. Possiamo crescere quanto vogliamo, ma il nostro lavoro ha senso solo se la persona che entra dalla porta sente di essere stata davvero presa in carico.

to say, "This is the treatment." We need to explain things and build a treatment plan together. Patients also appreciate having a range of expertise under one roof, from preventive care to orthodontics, cosmetic dentistry, and implantology, including in complex cases. But one thing hasn't changed: patients want to feel they're in good hands. We may have scanners and CT scanners, but there's always a person on the other side entrusting us with their health. Technology improves our work; the human connection remains fundamental.
Valley Life: What about other services, such as lip aesthetic medicine?
Francesco Ventura: It's an area we're exploring, but I don't like adding services just because they're fashionable: expertise has to come first. The mouth, smile, and facial harmony are all connected, but they need to be approached with the right training. I'd rather wait and build a service properly: we don't have to do everything; we have to do well what we choose to offer.
Valley Life: What are your goals for the future?
Francesco Ventura: To keep growing, but I'm not focused only on the number of centres. I want to strengthen our existing locations and consider new openings in Italy and, in time, abroad. We have active collaborations, including in Fiumicino, and I'm developing a project in London. The key remains the same: every new opening needs to be backed by an organization capable of supporting it, this company is no longer just the project I started.

Valley Life: What kind of consulting do you offer other entrepreneurs?
Francesco Ventura: It comes from what I've experienced over forty years in business. I started out in a technical trade, then learned how to choose people, organize, delegate, manage multiple locations, invest, and make adjustments. I studied management, which helped me understand what an organization needs. Today, I'm interested in sharing this experience with people who are good at their profession but need to learn how to build an organization around it. I don't have a formula to teach; I help people understand where they want to go and what obstacles are standing in their way. It's also a way of giving back some of what I've learned.
Valley Life: What would you like patients to find today at a Centro Ventura?
Francesco Ventura: I'd say three things: expertise, clarity, and support. Expertise, because we're talking about people's health, and there's no room for improvisation. Clarity, because people need to understand what's going on, what we can do, and what treatment plan we're recommending. They should never agree to treatment without really understanding it. And support: patients should know they're not just another appointment on the calendar, and that if they have a question, someone will be there to answer it. We can grow as much as we want, but our work only has meaning if the person who walks through the door feels they're truly being cared for.



Info: Piazza Martiri Partigiani 77, Sassuolo (Mo) / www.venturaodonto.it / primevisite@venturaodonto.it / Prenota la Prima Visita: Cell. 349 677 1129 / WhatsApp: 349 677 1129. Orari: Lun-Ven: 9:00 – 19:00 / Sab: 09:00 – 14:00

informazione pubblicitaria



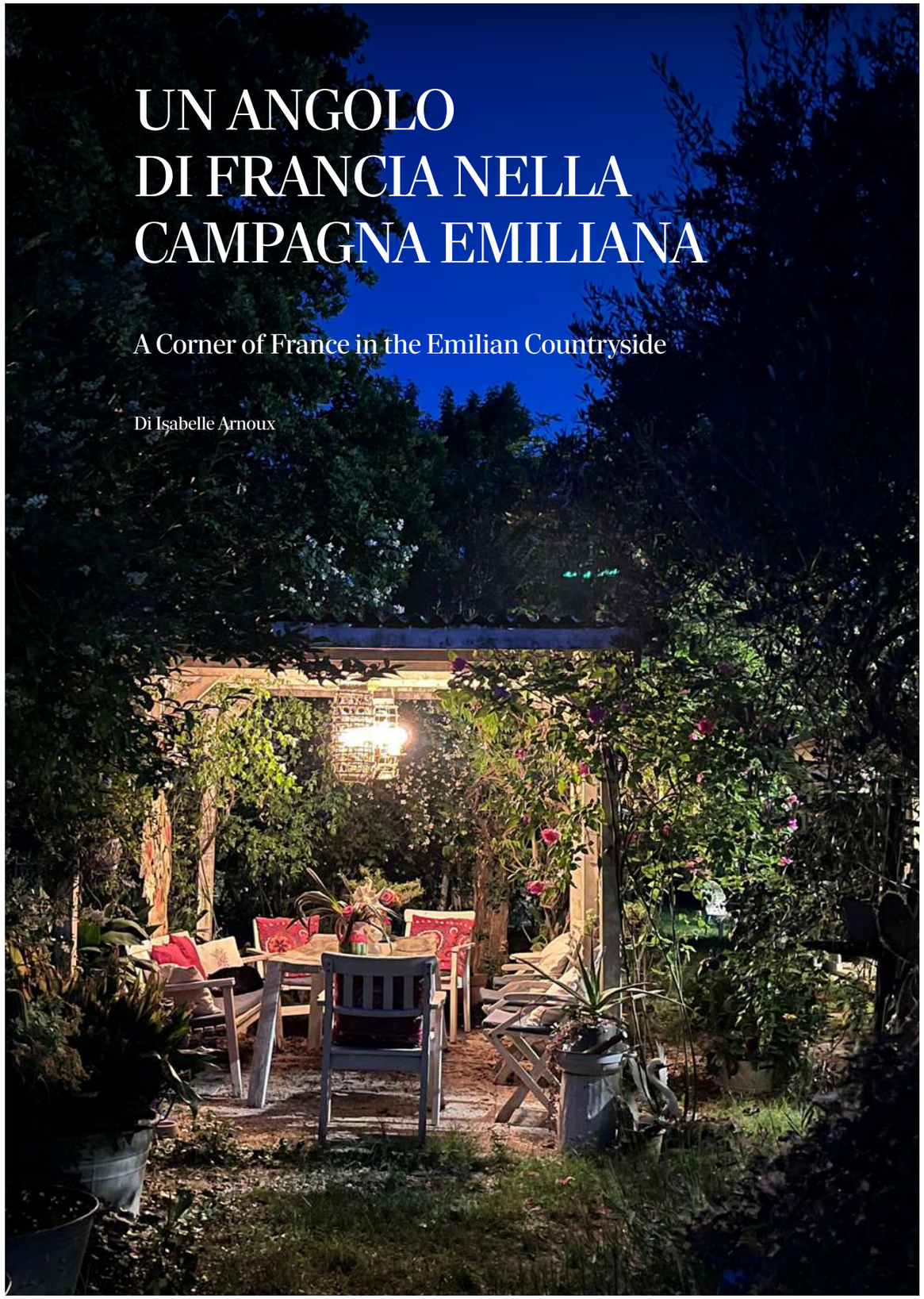
Modena, foto aerea obliqua di Rollo Montanini

informazione pubblicitaria

UN ANGOLO DI FRANCIA NELLA CAMPAGNA EMILIANA

A Corner of France in the Emilian Countryside

Di Isabelle Arnoux





B&B Al Porretto

Stampe antiche, porcellane, pezzi d'arte e profumo di rose: è il B&B Al Porretto, un luogo magico tra i paesaggi di Castelfranco Emilia dove il restauro incontra la storia.

Se lo stile della Provenza e quello dell'Emilia si abbracciano, il risultato è un'atmosfera calda e rilassata, generosa e conviviale. Che sono un po' le due anime del Bed and Breakfast Al Porretto, lungo la strada che porta verso Piumazzo, nel territorio di Castelfranco Emilia.
Una dimora nata nel 2014 dall'intuizione e dalle mani di Francesca Trail, restauratrice lignea con una storia familiare densa che dalla nostra terra arriva Oltralpe: «Nessuna progettualità – racconta – probabilmente le mie radici hanno portato a questo, perché io sono di origini francesi. La mia famiglia, i miei antenati, venivano da Montpellier».
Quella storia si respira subito, insieme all'amore per il paesaggio. Basta varcare il cancello ed entrare nel giardino della struttura per trovarsi in un angolo di paradiso vegetale, dove la natura si mostra in tutta la sua fiera varietà: le rose sbocciano tra l'edera secolare e agavi maestose si mescolano a cespugli aromatici. Oggetti in ferro battuto si accostano a pezzi d'arredo lignei, in una scelta elegante che unisce i ricami geometrici del metallo al calore vivo del legno. Una romantica tree bench dà un tocco inglese a questa oasi di pace, dove si susseguono vasi, fioriere ed elementi verticali in un abbraccio al pergolato centrale.
L'interno vanta la stessa prodigalità; "Vorrei del sole verde, pizzi e teiere, foto di spiagge nel mio giardino d'inverno" cantava Henri Salvador, evocando uno spazio che trova una perfetta espressione nella sala delle colazioni, fulcro del B and B. «In questa stanza c'è tutto quello che io amo moltissimo, la musica, l'arte e l'accoglienza» racconta Francesca.
Quadri, tappeti, cuscini, pianoforte, un pannello dipinto con una raffinata natura morta floreale e servizi da colazione a forma di anguria. Ma descrivere questo ambiente, così come le camere e le zone di passaggio, è sempre riduttivo rispetto alla realtà.

Antique prints, porcelain, works of art and the scent of roses: B&B Al Porretto is a magical place amid the landscapes of Castelfranco Emilia, where restoration meets history.

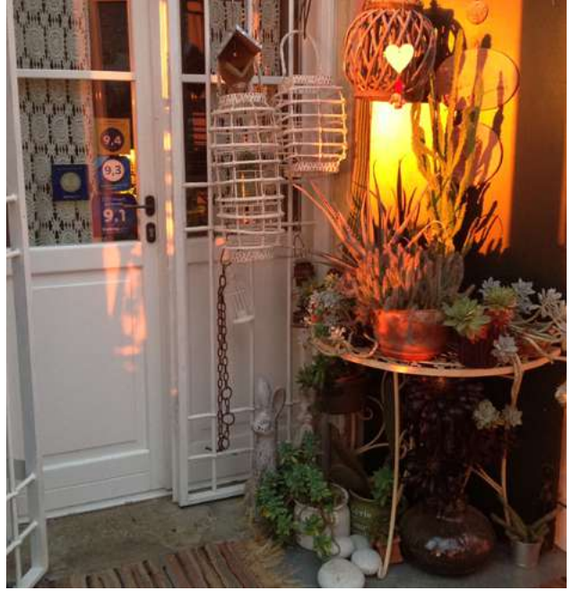
When Provençal style and the style of Emilia embrace, the result is a warm and relaxed, generous and convivial atmosphere. These are, in a sense, the two souls of Bed and Breakfast Al Porretto, along the road leading towards Piumazzo, in the Castelfranco Emilia area.
A home born in 2014 from the intuition and hands of Francesca Trail, a wood restorer with a rich family history that from the Alps reaches our land: "There was no particular plan," she explains. "My roots probably led me here, because I am of French descent. My family and ancestors came from Montpellier."
That history can be felt immediately, along with a love of the landscape. All it takes is crossing the gate and entering the property's garden to find yourself in a corner of plant-filled paradise, where nature reveals all its proud variety: roses blossom among ancient ivy, while majestic agaves mingle with aromatic shrubs. Wrought-iron objects stand alongside wooden furnishings, in an elegant combination that unites the metal's geometric patterns with the living warmth of wood. A romantic tree bench adds an English touch to this peaceful oasis, where pots, planters and vertical features embrace the central pergola.
The interior is equally abundant; "I'd like green sunshine, lace and teapots, photographs of beaches in my winter garden," sang Henri Salvador, evoking a space perfectly expressed in the breakfast room, the heart of the B&B. "This room contains everything I love dearly: music, art and hospitality," Francesca explains.

Francesca Trail, proprietaria B&B Al Porretto



informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria



Se è infatti vero che il casale, della fine dell'Ottocento, è rimasto fedele a sé stesso nei pavimenti in cotto e nelle travature originali, è nel progetto di interiorismo che le competenze da restauratrice della padrona di casa hanno trovato la massima espressione. E così, antichi arredi, doni di famiglia ed elementi d'epoca emersi da fiere di modernariato e brocantage sono stati trasformati in autentici pezzi d'arte.

Le sorprese non mancano: in una delle camere, ad esempio, il bagno è nascosto all'interno di un armadio, un dettaglio che a molti ricorda le atmosfere fantastiche delle "Cronache di Narnia". Un'altra particolarità è la forte presenza di iconografia cristiana, dalle Sacre Famiglie ai Cristi fino alle croci.

Un'opulenza di varietà che niente ha a che vedere con un museo asettico: «Si capisce che è casa mia, che prima di tutto è casa mia, poi diventa struttura ricettiva» dice Francesca. Un gusto che si riflette in una dimora che vanta punteggi altissimi sulle recensioni di Booking, a testimonianza di un'accoglienza fuori dal comune. Gli ospiti, tra cui molti stranieri del Nord Europa, sono attratti dalla pace e dal "sapore italiano" che non manca, e vivono un'esperienza di puro stupore di fronte a tanta storia e intensità.

Prima di diventare un punto di riferimento per i viaggiatori, questa casa, un tempo utilizzata dai nonni di Francesca come magazzino, ha attraversato le pagine più intense del Novecento. Al termine della seconda guerra mondiale, suo nonno acquistò la tenuta, rischiando persino la vita nelle tensioni sociali dell'epoca. Oggi, oltre alla casa, la proprietà conta un appezzamento di terreno coltivati a erba medica, nel pieno della zona di produzione del Parmigiano Reggiano e sorge nel cuore pulsante della Motor Valley. «Siamo in una zona ad alta richiesta perché abbiamo tutte le case automobilistiche più importanti del mondo: Maserati, Ducati, Pagani, Ferrari e Lamborghini» spiega la padrona di casa.

Il B&B Al Porretto che nella trasformazione ha seguito la formula della conduzione familiare, con il risultato di tre camere, dotate ognuna di bagno privato, non è solo un posto dove dormire, ma un microcosmo in cui ogni oggetto racconta una storia e custodisce l'anima del passato. Chi passa da qui non trova solo una camera, ma un'immediata energia di calma e una meraviglia destinata a rimanere impressa a lungo.

Paintings, rugs, cushions, a piano, a panel painted with a refined floral still life and watermelon-shaped breakfast crockery. Yet describing this room, as well as the bedrooms and passageways, can never do justice to the reality.

Although it is true that the late-nineteenth-century farmhouse has remained faithful to itself, with its terracotta floors and original beams, it is in the interior design that the owner's skills as a restorer find their fullest expression. Thus, antique furnishings, family gifts and period pieces discovered at vintage fairs and brocantage markets have been transformed into genuine works of art.

There are plenty of surprises: in one of the bedrooms, for example, the bathroom is hidden inside a wardrobe, a detail that reminds many visitors of the fantastical atmosphere of The Chronicles of Narnia. Another distinctive feature is the strong presence of Christian imagery, from Holy Families and Christs to crosses.

This wealth of variety has nothing to do with a sterile museum: "You can tell it's my home – first and foremost, it's my home, and only then does it become guest accommodation," says Francesca. This taste is reflected in a home that receives exceptionally high scores in Booking.com reviews, testament to its extraordinary hospitality. Guests, many of them from northern Europe, are drawn by the peace and the unmistakable "Italian flavour", and experience pure wonder in the face of so much history and intensity.

Before becoming a destination for travellers, this house – once used as a storeroom by Francesca's grandparents – lived through some of the twentieth century's most turbulent chapters. At the end of the Second World War, her grandfather bought the estate, even risking his life amid the social tensions of the time. Today, in addition to the house, the property includes a plot of land planted with lucerne, in the heart of the Parmigiano Reggiano production area, and lies at the centre of the Motor Valley. "We are in an area with high demand because all the world's most important car and motorbike manufacturers are here: Maserati, Ducati, Pagani, Ferrari and Lamborghini," explains the owner.

B&B Al Porretto, which adopted a family-run model during its transformation and now offers three rooms, each with a private bathroom, is not merely a place to sleep, but a microcosm in which every object tells a story and preserves the spirit of the past. Those who pass through here find not only a room, but an immediate sense of calm and a sense of wonder destined to remain with them for a long time.





Info: B&B Al Porretto, via Porretto 22, Castelfranco Emilia (Mo) / Madonna della Provvidenza / Tel. 333 9439277 / https://www.alporretto.com / Email: francesca.trail@yahoo.it

informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria



BELLEZZA E BONTÀ DELL'APPENNINO IN UNO YOGURT

The Beauty and Goodness of the Apennines in a Yogurt

A cura della redazione





Gabriele Melchiorri, Martina Ghinelli, Mia e Gaia

La storia del giovane che ha rinnegato il cemento per creare il nettare bianco più puro della montagna. Dall'alimentazione delle bovine alla pulizia dei boschi, l'azienda zootecnica a ciclo chiuso di Gabriele Melchiorri dimostra che fare impresa in alta quota non è solo possibile, ma è la chiave per un'agricoltura davvero sostenibile.

"La terra è specchio dell'anima: ciò che le dai con purezza, ti restituisce in bianco nutrimento". Questo antico detto contadino sembra raccontare ciò che accade tra le vette dell'Alto Appennino Modenese, in un angolo di mondo dove il silenzio si fa bellezza, tra Rocchetta Sandri e Trentino, dove ogni vasetto di yogurt artigianale racchiude in sé il sapore del fieno di montagna, l'aria pura della quota e la determinazione di un giovane imprenditore e della sua compagna Martina.
Dopo gli studi, Gabriele ha fatto una scelta controcorrente rispetto a suo padre: «Non mi piaceva il cemento e non vedevo un futuro nell'edilizia», racconta. «La natura, la

The story of a young man who turned his back on concrete to create the purest white nectar of the mountains. From feeding the cows to clearing the woods, Gabriele Melchiorri's closed-loop livestock farm shows that running a business at high altitude is not only possible, but key to truly sustainable agriculture.

"Land is a mirror of the soul: what you give it in purity, it returns to you as white nourishment." This old farming saying seems to capture what happens among the peaks of the Upper Modenese Apennines, in a corner of the world where silence becomes beauty, between Rocchetta Sandri and Trentino. There, every jar of artisanal yogurt holds the flavor of mountain hay, the pure air of the highlands, and the determination of a young entrepreneur and his partner, Martina.
After finishing his studies, Gabriele made a choice that went against his father's path. "I didn't like concrete, and I couldn't see a future in construction," he says. "Nature, the countryside, animals – that was my dream."



informazione pubblicitaria

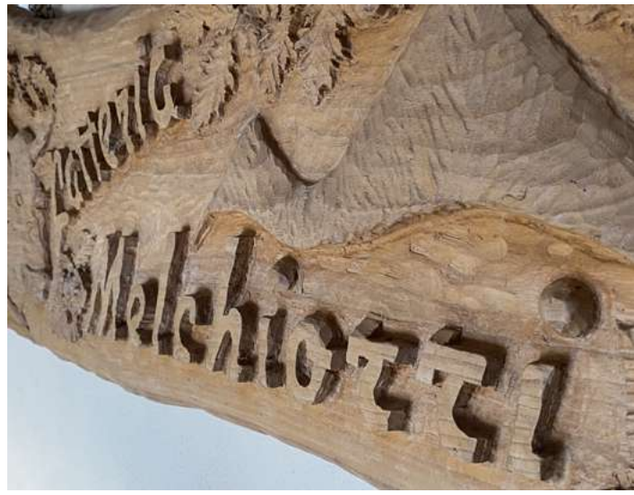
informazione pubblicitaria



campagna, gli animali. Era questo il mio sogno».
Quel sogno ha preso la forma di un'azienda zootecnica a ciclo chiuso avviata il 1° gennaio 2017: 160 ettari di terreno montano e 170 capi di bestiame distribuiti su tre stalle. Una realtà solida che produce latte destinato in parte al circuito del Parmigiano Reggiano e in parte alla trasformazione diretta in azienda.
Il cuore pulsante dell'attività è l'allevamento estensivo, dove il benessere delle mucche è la priorità assoluta: nutrite con fieno e orzo coltivati direttamente in azienda, sono portate al pascolo tutto l'anno e hanno una lettiera morbida sempre asciutta e pulita su cui dormire.
Da questa filiera cortissima, gestita con cura e attenzione, nasce il prodotto di nicchia: lo yogurt. Un cuore cremoso che celebra i sapori del territorio, mirtillo, lampone e fragola. Ma è proprio la versione naturale a conquistare i palati più esigenti, lo yogurt che sa di yogurt. Basta un solo assaggio per dimenticare il prodotto industriale.
«Utilizziamo solo il nostro latte e fermenti lattici. Non aggiungiamo nessun additivo chimico o proteine extra», spiega l'imprenditore.
La freschezza arriva da un processo di lavorazione che è una corsa contro il tempo: il latte della sera e della mattina viene unito e pastorizzato appena un'ora dopo la mungitura. Dopo cinque ore e mezzo di fermentazione a 40°C, il prodotto viene raffreddato e confezionato in vasetti di plastica e vetro.
Un'eccellenza che fa gola anche alla Grande Distribuzione Organizzata (GDO) che più volte ha cercato una collaborazione. Ma Melchiorri preferisce una distribuzione controllata e identitaria, che tocca l'Alto Appennino Modenese, il versante pistoiese fino ad arrivare a Modena e Bologna. «Il nostro prodotto è in continua evoluzione, abbiamo sempre più richieste… Vogliamo che venga valorizzato per quello che è. Quando anche la grande distribuzione capirà questo, saremo disposti a collaborare», precisa il fondatore.
Per diversificare l'attività e mantenere vivo e curato il territorio, l'azienda si occupa anche della pulizia dei boschi, rivendendo la legna da ardere direttamente al cliente finale.
Tanta attività presente e un futuro già dietro l'angolo: grazie a fondi regionali accordati, l'azienda Melchiorri darà il via alla costruzione di una nuova stalla d'avanguardia, pensata specificamente per elevare ancora di più il benessere dei loro animali.
Una grande sfida, perché la montagna tanto dà, ma tanto chiede: «Bisogna avere molta costanza, alzarsi tutte le mattine presto e andare a letto la sera tardi».
Ma sui vantaggi, la risposta di Gabriele tocca le corde più genuine della terra: «I pro sono poter dare a una bambina piccolina della frutta a chilometro zero, vedere le mie figlie di due e tre anni che vanno direttamente alla pianta a raccogliersi l'uva».

That dream took shape as a closed-loop livestock farm, launched on January 1, 2017: 160 hectares of mountain land and 170 head of cattle spread across three barns. A solid operation that produces milk, some of which goes into Parmigiano Reggiano production, while the rest is processed on the farm.
The heart of the business is extensive livestock farming, where the cows' well-being is the absolute priority. Fed hay and barley grown on the farm, they graze outdoors year-round and sleep on soft bedding that is always dry and clean.
This carefully managed, ultra-short supply chain produces the farm's specialty: yogurt. A creamy delight that celebrates local flavours – blueberry, raspberry, and strawberry. But it is the plain variety that wins over the most discerning palates: yogurt that tastes like yogurt. One taste is all it takes to forget industrially made yogurt.
"We use only our own milk and live cultures. We don't add any chemical additives or extra protein", the entrepreneur explains.
Freshness comes from a process that is a race against time: the evening and morning milk is combined and pasteurized just one hour after milking. After fermenting for five and a half hours at 40°C, the product is cooled and packaged in plastic and glass jars.
This outstanding product has also caught the eye of major supermarket chains, which have repeatedly sought to partner with the farm. But Melchiorri prefers a carefully managed distribution network that reflects the farm's identity, reaching across the Upper Modenese Apennines and the Pistoia side of the range, all the way to Modena and Bologna. "Our product is constantly evolving, and demand keeps growing... We want it to be valued for what it is. When big retailers understand that, we'll be willing to work with them," the founder explains.
To diversify its operations and keep the land cared for and thriving, the farm also clears woodland, selling firewood directly to customers.
There is plenty happening now, and the future is just around the corner: thanks to regional funding, Melchiorri Farm will begin building a state-of-the-art barn designed specifically to further improve the well-being of its animals.
It is a major challenge, because the mountains give a lot, but they also demand a lot: "You have to be very consistent, get up early every morning, and go to bed late at night."
But when asked about the benefits, Gabriele's answer touches on the most genuine joys of country life: "The best part is being able to give a little girl locally grown fruit, and seeing my daughters, who are two and three, go straight to the vine to pick grapes."







Info: Via Gallinaro, Sestola (Mo) / tel: 366 1515266 /
e-mail: aziendaagricolamelchiorri@gmail.com
https://www.instagram.com/azienda_agricola_melchiorri/

informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria

LOCANDA ZITA, 130 ANNI DI STORIA DELL'OSPITALITÀ IN APPENNINO

Locanda Zita: 130 Years of Hospitality in the Apennines

di Riccarda Riccò



Antica Locanda Zita, Vesale

informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria

Dall'osteria della bisnonna all'albergo diffuso, l'eccellenza delle sfogline e il turismo del benessere. È l'evoluzione secolare della Locanda Zita a Vesale.

C'è una montagna che non si limita a fare da sfondo, ma diventa l'anima stessa di chi la abita, la trasforma in impresa e la tramanda nel tempo. A Vesale, sull'Appennino modenese, la Locanda Zita racconta una storia d'accoglienza straordinaria che affonda le radici nel 1890. Nata originariamente come osteria per intuizione della bisnonna Marietta, l'attività è passata attraverso la gestione di nonna Zita, fino ad arrivare oggi a Luca e Alessandro Biolchini, e ai loro genitori, Tony e Paola, fieri rappresentanti della quarta generazione alla guida di questo pezzo di storia locale.
«Il traguardo più importante è proprio questo: essere riusciti a portare avanti nelle generazioni il lavoro intrapreso dalla nostra famiglia», spiega Alessandro Biolchini. Un'eredità secolare che oggi si è trasformata in una realtà d'eccellenza capace di far convivere la più rigorosa tradizione culinaria emiliana con le frontiere più moderne del turismo del benessere.
Il percorso ricettivo della struttura è l'esempio perfetto di come un'azienda familiare possa evolversi andando incontro alle esigenze della clientela contemporanea. Dalle prime sei storiche camere create dalla nonna al piano superiore, si è passati attraverso una profonda ristrutturazione del tetto nel 2015, fino ad arrivare all'attuale configurazione di albergo diffuso con ben 35 camere complessive.
La vera scommessa sul futuro è rappresentata dalle ultime nate: sette suite benessere, concepite come vere e proprie mini-SPA private. Al loro interno gli ospiti possono trovare docce con bagno turco e saune integrate, oltre a poter usufruire della vasca idromassaggio sul terrazzo comune.



From great-grandmother's tavern to an albergo diffuso, sfogline excellence, and wellness tourism. The century-long evolution of Locanda Zita in Vesale.

There is a mountain that does more than provide a backdrop: it becomes the very soul of those who live there, turn it into a livelihood, and pass it down through the generations. In Vesale, in the Modenese Apennines, Locanda Zita tells an extraordinary story of hospitality rooted in 1890. Originally opened as a tavern on the initiative of great-grandmother Marietta, the business was later run by Grandma Zita and is now in the hands of Luca and Alessandro Biolchini and their parents, Tony and Paola—proud representatives of the fourth generation to run this piece of local history.
"Our greatest achievement is precisely this: having carried on our family's work through the generations," explains Alessandro Biolchini. A century-old legacy that has now become an outstanding establishment, bringing together the most rigorous Emilian culinary traditions and the latest developments in wellness tourism.
The property's evolution as an accommodation provider is a perfect example of how a family business can adapt to the needs of today's guests. From the original six historic rooms Grandma created upstairs, the property underwent a major roof renovation in 2015 and has since grown into an albergo diffuso with a total of 35 rooms.
Its newest addition represents its boldest investment in the future: seven wellness suites, designed as private mini spas. They feature showers with Turkish baths and built-in saunas, and guests can also make use of the hot tub on the shared terrace. Luca Biolchini describes them with a smile: "Guests can even have a bottle of wine without worrying about driving afterward, because their room is right here."

Paola, Luca, Tony e Alessandro Biolchini





Luca Biolchini le descrive sorridendo: «L'ospite può anche bere una bottiglia senza avere i problemi di guidare perché dopo ha la camera qua».
Grazie alla spa e alla ricercatezza di una cantina di vini costantemente ampliata, si vuole da un lato intercettare un target esclusivo, dall'altro vincere la sfida della destagionalizzazione.
«Puntiamo di più sulla famiglia, sulle coppie, sulla clientela un po' più alta», sottolinea Luca, mentre Alessandro aggiunge: «Anche negli anni in cui abbiamo avuto poca neve siamo riusciti a lavorare, ad avere lo stesso delle soddisfazioni per quello che riguarda le presenze».
Presenze in crescita in tutte le stagioni, grazie al costante rinnovamento e all'accoglienza.
Ma se l'ospitalità guarda al futuro, il cuore della cucina batte rigorosamente al ritmo della tradizione. Il vero motore del ristorante si trova al piano inferiore, dove pulsa un laboratorio interno per la pasta fatta in casa, un'autentica

With its spa and an ever-expanding, carefully curated wine cellar, the inn is looking to attract an exclusive clientele while also tackling the challenge of extending the tourist season.
"We're focusing more on families, couples, and a somewhat more upscale clientele," says Luca, while Alessandro adds: "Even in years when we've had little snow, we've still managed to stay busy and been pleased with the number of guests."
Guest numbers are rising in every season, thanks to ongoing renewal and warm hospitality.
But while the inn looks to the future, the heart of its kitchen beats firmly to the rhythm of tradition. The restaurant's true engine is downstairs, where an in-house workshop for homemade pasta is at work—an authentic rarity these days. Luca points out proudly: "We're among the few with our own pasta workshop. The sfogline, or rezdore, have been coming to work here for years. We make all our pasta in-house."
The menu is a tribute to the seasons and local flavors, featuring perennial favorites such as tortelloni with porcini mushrooms,



informazione pubblicitaria







rarità nel panorama odierno. Luca evidenzia con orgoglio: «Siamo tra i pochi ad avere il laboratorio interno. Ci sono le sfogline o rezdore, che da anni vengono a lavorare qui. Facciamo tutta la pasta fatta in casa».
Il menu è un inno alla stagionalità e ai sapori del territorio, con i cult intramontabili, come i tortelloni con i porcini o le rosette, gli gnocchi di patate con crema di parmigiano e tartufo nero. Ma soprattutto i funghi porcini, fritti o alla griglia, che arrivano freschi grazie a una rete di cercatori di fiducia che si muovono «sul nostro Appennino intorno al Cimone, fino alla Toscana», precisa Luca.
Oltre alle proposte vegetariane che ruotano attorno ai funghi, la locanda ha investito sulla sicurezza del senza glutine. Alessandro ne spiega il valore: «È difficile da fare, però siamo contenti perché riusciamo a dare quattro tipi di pasta diversi fatti in casa, tortelloni, tortellini, rosette e tagliatelle, con la sicurezza di soddisfare anche le esigenze di chi ha intolleranze alimentari». Le materie prime sono selezionatissime e anche sul fronte delle carni la scelta ricade su cacciagione e tagli locali, spesso esaltati dall'uso dell'aceto balsamico tradizionale che «rispecchia un po' la cultura del territorio».
Un territorio non sempre facile che offre il privilegio impagabile di lavorare nella propria terra d'origine, ma presenta anche ostacoli complessi. I costi energetici invernali sono severi e reperire il personale in montagna, dove i residenti sono pochi, è ancora più difficile rispetto alla pianura. «La parte forte dell'imprenditore in montagna è che si ritrova a essere più lavoratore che imprenditore. Se non c'è la figura del padrone si fa fatica a portare avanti la gestione» ammette sinceramente Luca.
Tuttavia, ad andarsene non ci pensano proprio e un segreto è fare squadra. Alessandro spiega che «fare imprenditoria in montagna non è semplicissimo per via dei costi, però è anche bello perché si riesce a creare una rete di collaborazione, una micro-rete di imprese locali che hanno il piacere di collaborare con noi per dare visibilità a tutto il territorio».
Un esempio perfetto di questa sinergia è la piccola bottega interna alla locanda, dove i clienti possono acquistare prodotti a chilometro zero come miele, marmellate, funghi secchi, il rinomato croccante di Fiumalbo e i liquori artigianali di famiglia. Tra questi spicca l'Archibugio, un liquore storico nato da una ricetta del padre di Luca e Alessandro e messo in produzione. Oggi questo liquore è diventato un prodotto di punta, un piccolo sorso di storia montanara che viaggia nel tempo, proprio come la secolare locanda da cui proviene.

rosette, and potato gnocchi with Parmesan cream and black truffle. Above all, there are porcini mushrooms, fried or grilled, delivered fresh thanks to a trusted network of foragers who roam "our Apennines around Mount Cimone, all the way to Tuscany," Luca explains.
Alongside vegetarian dishes centered on mushrooms, the inn has invested in ensuring its gluten-free offerings are safe. Alessandro explains why this matters: "It's difficult to do, but we're pleased that we can offer four different kinds of homemade pasta – tortelloni, tortellini, rosette, and tagliatelle – with the assurance that we can also meet the needs of people with food intolerances." The ingredients are carefully selected, and when it comes to meat, the inn opts for game and local cuts, often enhanced with traditional balsamic vinegar, which "reflects the culture of the area."
This is a region that is not always easy to live and work in. It offers the priceless privilege of working in one's home region, but also presents complex challenges. Winter energy costs are steep, and finding staff in the mountains, where few people live, is even harder than in the lowlands. "The tough part of being an entrepreneur in the mountains is that you end up being more of a worker than a business owner. If the owner isn't there, it's hard to keep things running," Luca admits candidly.
Still, leaving is out of the question, and one of the secrets is working together. Alessandro explains that "running a business in the mountains isn't easy because of the costs, but it's also rewarding, because you can build a network of collaboration – a small network of local businesses that are happy to work with us to raise the profile of the whole area."
A perfect example of this synergy is the small shop inside the inn, where guests can buy local products such as honey, jams, dried mushrooms, the renowned Fiumalbo brittle, and the family's handcrafted liqueurs. One standout is Archibugio, a historic liqueur based on a recipe by Luca and Alessandro's father and now produced commercially. Today, it has become a flagship product – a small sip of mountain history that travels through time, just like the centuries-old inn it comes from.





Info: Locanda Zita, Piazza S. Giorgio 6, Vesale di Sestola (Mo)
Tel: +39 0536 64278 / WhatsApp / Cellulare: +39 338 7706555
Email: info@locandazita.com / Sito Web: www.locandazita.com

informazione pubblicitaria
informazione pubblicitaria

DESIDERIO DI DOLCE

The Desire for Sweet

Di Antonella Riccò

Perché ci piacciono tanto i dolci? I concetti di piacere (liking) e desiderio (wanting) sono spesso interconnessi e condizionano le nostre scelte alimentari. In questi meccanismi sono coinvolti diversi fattori: biologici, evolutivi, neurologici e psicologici.

È stato dimostrato che la ricerca di zucchero sia una risposta cerebrale antica, legata all'istinto di sopravvivenza: gli alimenti dolci erano difficili da reperire, calorici, sicuri ed energetici. Inoltre il sapore amaro, per il quale si ha una avversione naturale, poteva nascondere alimenti velenosi.
Da un punto di vista neurologico lo zucchero attiva dei circuiti neuronali specifici, come quello della dopamina, che è l'ormone del piacere e della gratificazione, favorendo la produzione di serotonina e insulina. In momenti di stress e di stanchezza lo zucchero favorisce la riduzione temporanea di cortisolo, aumentando il benessere psicofisico. L'esperienza gratificante legata al consumo di dolci può così favorire un comportamento di ricerca di ripetizione dell'esperienza stessa.
Psicologicamente occorre riflettere su alcuni aspetti. Anzitutto il sapore dolce è il primo sapore col quale veniamo a contatto dopo la nascita attraverso il latte materno, ed è legato al momento gratificante dell'allattamento e degli aspetti relazionali di sicurezza e affetto del caregiver. L'aspetto legato all'apprendimento è forse il più interessate: i dolci vengono spesso utilizzati come premio, instaurando un sistema di ricompensa. Avete mai sentito dire ad un bambino "se mangi tutto il gelato poi puoi magiare i broccoli?" Ovviamente no, mentre è sempre vero il contrario, e dolci, gelati, caramelle, sono utilizzati come ricompensa. Questo sistema di ricompensa si imprime nella nostra memoria, e anche da adulti ci "premiamo" con un dolcetto quando pensiamo di meritarcelo … e spesso queste abitudini alimentari, se eccessive, diventano pericolose per il nostro organismo.

Why do we like sweets so much? The concepts of pleasure (liking) and desire (wanting) are often interconnected and influence our food choices. Several factors are involved in these mechanisms: biological, evolutionary, neurological, and psychological.

It has been shown that craving sugar is an ancient brain response linked to the survival instinct: sweet foods were hard to find, calorie-dense, safe, and energizing. In addition, bitter flavours, which we naturally tend to avoid, could signal poisonous foods.
From a neurological perspective, sugar activates specific neural circuits, such as the dopamine pathway. Dopamine is associated with pleasure and reward, and its release promotes the production of serotonin and insulin. During periods of stress and fatigue, sugar can temporarily reduce cortisol levels, improving our physical and psychological well-being. The rewarding experience of eating sweets can thus encourage us to seek out that experience again.
Psychologically, there are several points worth considering. First, sweetness is the first flavour we encounter after birth through breast milk, and it is associated with the rewarding experience of feeding, as well as the caregiver's role in providing security and affection. Learning may be the most interesting aspect: sweets are often used as rewards, establishing a reward system. Have you ever heard someone tell a child, "If you finish all your ice cream, you can have some broccoli afterward"? Of course not; it's always the other way around, with sweets, ice cream, and candy used as rewards. This reward system becomes ingrained in our memory, and even as adults, we "reward" ourselves with a little treat when we think we deserve it ... and these eating habits, when excessive, can become harmful to our health.



ZUPPA INGLESE, SINFONIA DI CREME E ALCHERMES

Ricetta gentilmente suggerita dal ristorante Zita

Il dolce era in origine stato creato con una torta lievitata inglese, poi l'Emilia Romagna ha rivisitato la ricetta utilizzando la classica torta da colazione che rimaneva in dispensa e seccava, così da poterla recuperare. Ora viene preparata per lo più con Pavesini o savoiardi.

Ingredienti:

1 litro di latte
400 grammi di zucchero abbondanti
250 grammi di liquore alchermes
100 grammi di liquore Sassolino
6-8 tuorli d'uovo
80 grammi di farina
30 grammi di cacao amaro
savoiardi soffici grandi (o pavesini)
mezzo baccello di vaniglia
scorza di limone

Procedimento:

Raccogliete in una ciotola capiente i tuorli con 350 g di zucchero, mescolate bene con la frusta, poi incorporatevi la farina. Portate a bollore il latte con il baccello di vaniglia, aperto a metà per il lungo, e un po' di scorza di limone; filtratelo sui tuorli, mescolate velocemente, quindi riportate tutto sul fuoco basso e continuate ad amalgamare, finché non otterrete la consistenza della crema pasticciera: ci vorranno 5, 6 minuti.
Dividete la crema in due ciotole; in una spolverizzatevi un pizzico di zucchero, così non si formerà la pellicola in superficie; nell'altra setacciatevi il cacao e mescolate. Fate raffreddare le creme.
Portate a bollore 170 g di acqua con 80 g di zucchero, ricavando uno sciroppo, poi spegnete, dividetela in 2 ciotole in una aggiungetevi l'alchermes e nell'altra il sassolino, serviranno per inzuppare i savoiardi.
Disponetene uno strato di savoiardi inzuppati alternati in alchermes e sassolino in una coppa di vetro (ø 20 cm, h 7-8 cm) e copriteli con una parte della crema al cacao.
Proseguite con i savoiardi bagnati, alternandoli tra uno rosso alchermes e uno bianco sassolino, disponendoli perpendicolarmente ai precedenti, e uno strato di crema classica.
Continuate nello stesso modo e con lo stesso ordine fino alla fine degli ingredienti, terminando con uno strato di crema classica e gli ultimi savoiardi bagnati. Sigillate con la pellicola e ponete in frigo per almeno 2 ore.

ENGLISH TRIFLE, A SYMPHONY OF CUSTARDS AND ALCHERMES

Recipe kindly suggested by Zita restaurant

The dessert was originally made with an English yeasted cake. Emilia-Romagna later adapted the recipe, using the classic breakfast cake that was left in the pantry to go stale, giving it a second life. These days, it is usually made with Pavesini or ladyfingers.

Ingredients:

- 1 liter milk
- 400 grams sugar, generously measured
- 250 grams alchermes liqueur
- 100 grams Sassolino liqueur
- 6–8 egg yolks
- 80 grams flour
- 30 grams unsweetened cocoa powder
- large, soft ladyfingers (or Pavesini)
- ½ vanilla bean
- lemon zest

Method:

Put the egg yolks and 350 g sugar in a large bowl and whisk well, then mix in the flour. Bring the milk to a boil with the vanilla bean, split lengthwise, and a little lemon zest. Strain it over the yolk mixture and whisk quickly, then return everything to low heat and keep stirring until it reaches the consistency of pastry cream; this will take 5–6 minutes.
Divide the custard between two bowls. Sprinkle a pinch of sugar over one to prevent a skin from forming on the surface; sift the cocoa into the other and stir. Let the custards cool.
Bring 170 g water and 80 g sugar to a boil to make a syrup, then turn off the heat and divide it between two bowls. Add the alchermes to one and the Sassolino to the other; these will be used to soak the ladyfingers.
Arrange a layer of ladyfingers, alternately soaked in alchermes and Sassolino, in a glass serving bowl (ø 20 cm, h 7–8 cm), and cover them with some of the cocoa custard.
Continue with the soaked ladyfingers, alternating a red one soaked in alchermes with a white one soaked in Sassolino, and arranging them perpendicular to the previous layer; then add a layer of plain custard.
Continue in the same way and order until all the ingredients are used, finishing with a layer of plain custard and the final soaked ladyfingers. Cover tightly with plastic wrap and refrigerate for at least 2 hours.



STUDIO TECNICO TORREGGIANI









Vignola (MO) – Via Posterla n. 6
studio@torreggianigroup.com
Stefano Torreggiani 348-1515993 – 059-760829

Agenzia immobiliare

CASAINAPPENNINO

di Brunella Ferraresi



Case.
Territorio.
Persone.

SCAN ME

TEL. 0593094136 - 3483203312
info@casainappennino.it
www.casainappennino.it

41124 MODENA - VIALE PIERO GOBETTI 30
41045 MONTEFIORINO - PIAZZA FONTANA 13
41027 PIEVEPELAGO - VIA ROMA 143

CASAINAPPENNINO