2024

THE MAGAZINE

crafted in Switzerland

by Jetika Group

ISSUE N. 5

HURACÁN STERRATO
BEYOND THE CONCRETE

Consumo di carburante e valori di emissione per Huracán Sterrato*;
Consumo ed Emissioni combinato: 14,9 l/100km (WLTP);
Emissioni di CO2 combinate: 337 g/km (WLTP)

LAMBORGHINI LUGANO

Authorised Dealer

Huracán Sterrato apre una nuova frontiera del piacere di guida.
È la prima supersportiva progettata per osare anche quando finisce l'asfalto. Equipaggiata con una versione dedicata del sistema Lamborghini Dinamica Veicolo Integrata (LDVI), con calibrazioni specifiche per Strada e Sport, introduce la modalità Rally. Come un'opera d'arte d'avanguardia, rappresenta un'innovazione: inedita interpretazione del concetto di supersportiva.

Via Cantonale 1
CH-6916 Grancia
Phone +41 91 25 25 102
info@lamborghinilugano.com
www.lamborghinilugano.com

TABLE *of* CONTENTS

06
Clerici Arredamenti

12
Marco Bertoli | **Art Consulting**

18
Chiara Mellone

24
Zuccardi Wines

38
Casa Caminada

42
Bianca Maria Novarese | **Secondipity**

50
Dr. Elisa Allocco | **Happy-Mind**

58
Filippo Ongaro | **We are what we eat**

61
Global Jet

64
Lars Schlichting | **The novel of the future is not just a novel**

72
Lars Schlichting | **The tokenisation of assets**

76
Matteo Pagani | **Residentia**

84
Villa Bono

88
VECO Group | **Office Real Estate trends in Dubai**

94
FAFA - Fine Art Gallery

103
Garage Gardel

Iconic villa signed Lamborghini

Iconica villa firmata Lamborghini

Marbella (Spain)

GSP010

Photos by DarGlobal.

COMMERCIAL AREA
1450 SQM

ROOMS
8,5

BATHROOMS
7

PARKING LOTS
6

info@jetikagroup.com | +41 91 911 49 49

CLERICI

ARREDAMENTI

Interior design professionals since 4 generations.

Watchword:
style and products 'made in Italy'.

Arredamenti Clerici was founded in the early 1900s by the carpenter Giovanni Clerici. The workshop expanded and with Giuseppe Clerici in 1964 it became a joinery with a furniture shop and design studio. A man of great charisma and far-sightedness, Giuseppe expanded the showroom in 1972 by constructing two buildings housing his exposition of furniture and furnishing accessories. Today, the furniture shop boasts a history of no less than four generations of architects and interior designers and remains family-run: designers Luciana Clerici, Anna Clerici, Valeria Clerici and their children Fabio Maggeni, Chiara Mellone and Giulia Bellotti are the beating heart of the business.

Parola d'ordine:
stile e prodotti "made in italy".

Gli Arredamenti Clerici nascono ad inizio '900 dalla falegnameria Giovanni Clerici. La bottega si allarga e con Giuseppe Clerici nel 1964 diventa falegnameria con negozio di arredamento e studio di progettazione. Uomo dal grande carisma e dalla grande lungimiranza, Giuseppe amplia lo show-room nel 1972 realizzando due palazzi ospitanti la sua esposizione di mobili e complementi d'arredo. Oggi il negozio di arredamento vanta uno storico di ben 4 generazioni di architetti e interior designer e rimane a conduzione famigliare: i progettisti Luciana Clerici, Anna Clerici, Valeria Clerici e i figli Fabio Maggeni, Chiara Mellone e Giulia Bellotti sono cuore pulsante dell'attività.

Photos by Gianmario Mellone and Mauro Martignoni, Fotografando ADV.

I professionisti dell'interior design da 4 generazioni.

The training of the designers is continuous. Clerici organises training conferences for architects, engineers, and surveyors in collaboration with the Novara Order of Architects. Among the topics already covered are the study of lighting, the use of 3D laser scanners, and innovative materials such as sintered stone.

Cooperation with Jetika Group and Trumag SA results in the realisation of high standard dwellings. Of recent realisation are the flats in Chesa Schlattain, Celerina Sankt Moritz, furnished for Swiss-Austrian clients, according to the design indications of Eng. Arch. Chiara Mellone. The pivot of the design is the search for harmony of the furnishings with the clients' contemporary art collection.

La formazione dei progettisti è continua. In particolare Clerici organizza in collaborazione con l'Ordine degli Architetti di Novara conferenze formative per architetti, ingegneri e geometri. Tra i temi già trattati ci sono lo studio dell'illuminazione, l'utilizzo del laser scanner 3D, i materiali innovativi quali le pietre sinterizzate. Collabora con Jetika Group e Trumag SA per la realizzazione di abitazioni di alto standard. Di recente realizzazione sono gli appartamenti a Chesa Schlattain, Celerina Sankt Moritz, arredati per clienti Svizzero-Autriaci, secondo le indicazioni progettuali dell'Ing. Arch. Chiara Mellone. Il perno della progettazione è la ricerca dell'armonia dell'arredamento con la collezione di opere d'arte contemporanea dei committenti.

This project was the subject of an educational conference organised at Villa Bono in March 2023 and was reported as an example of architecture capable of harmonising paintings in elegant, yet functional at the same time, interiors in a mountain environment. The conference was organised by Arredamenti Clerici and Eng. Arch. Chiara Mellone in collaboration with the Novara Order of Architects with the patronage of the Piedmont Region.

Arredamenti Clerici collaborates and becomes a retailer of important brands in the furnishing sector, but the signature and style it leaves behind is always 'Clerici'.

Indeed, it does not abandon the style that has distinguished it from the very beginning: high quality products, all 'made in Italy'.

Customers are followed at every stage of architectural design: 2D and 3D planning, building practices, site supervision, furniture assembly, not forgetting follow-up assistance.

Questo progetto è stato oggetto di una conferenza formativa organizzata presso Villa Bono nel marzo 2023 ed è stato riportato come esempio di architettura in grado di armonizzare i dipinti in ambienti eleganti, ma funzionali al tempo stesso, inseriti in abitazione in ambiente montano. La conferenza è stata organizzata da Arredamenti Clerici e dall'Ing. Arch. Chiara Mellone in collaborazione con l'Ordine degli Architetti di Novara con il patrocinio della Regione Piemonte.

Arredamenti Clerici collabora e diventa rivenditore di importanti marchi del settore dell'arredamento, ma la firma e lo stile che lascia è sempre "Clerici".

Non abbandona, infatti, lo stile che lo contraddistingue fin dagli esordi: prodotti di alta qualità, tutti "made in Italy".

La clientela viene seguita in ogni fase della progettazione architettonica: progettazione 2D e 3D, pratiche edilizie, direzione lavori di cantiere, montaggio dei mobili, senza dimenticare l'assistenza successiva.

The company's radius of action is Italy and neighbouring France and Switzerland, where it exports quality and purely Italian taste.

Clerici is also active in social work and collaborates with the Associazione Gazza Ladra in the construction of housing units for young people with disabilities: a pilot project, first in Piedmont, which allows users to become independent through domotics and sponsors various cultural events held in the nearby Villa Bono.

Contacts

clericiarredamenti.it

info@clericiarredamenti.it

Il raggio d'azione è l'Italia e le vicine Francia e Svizzera, dove esporta qualità e gusto prettamente italiano.

Clerici è attiva anche nel sociale e collabora con l'Associazione Gazza Ladra nella realizzazione di unità abitative per ragazzi con disabilità: un progetto pilota primo in Piemonte, che consente di rendere indipendenti gli utenti tramite domotica e sponsorizza inoltre diversi eventi culturali che si tengono nella vicina Villa Bono.

Progettare la vostra casa con un design straordinario.

Fintan SA è partner di Jetika Group per Versace.
Ceramiche italiane e spagnole.

info@fintan-plaettli.ch
www.fintan-plaettli.ch

Sede centrale:
Firststrasse 2
8835 Feusisberg
+41 43 888 33 77

Filiale del Ticino:
c/o Sariker AG
Stabile Cilindro
Via Brughette 2
6917 Barbengo

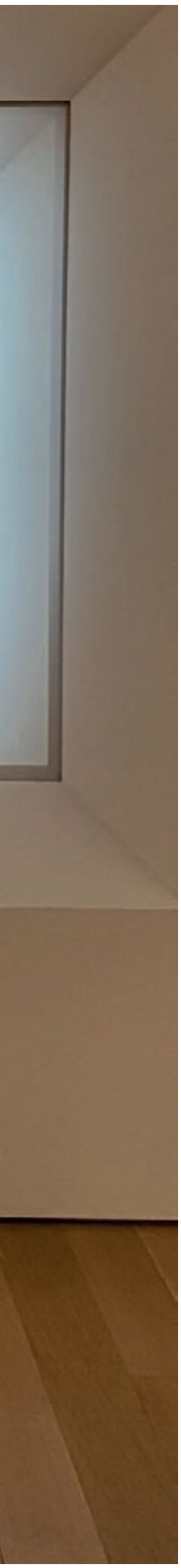
FINTAN SA
Plättlicenter

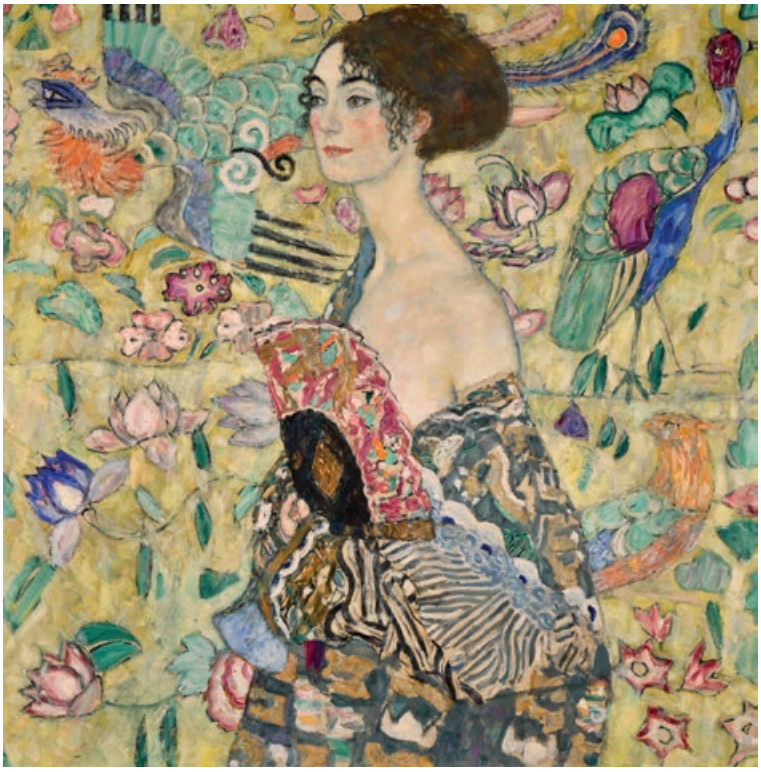
MARCO BERTOLI

Art Consulting

Andy Warhol (1928 – 1987),
"Shot Sage Blue Marilyn",
Christie's New York, may 2022,
sold for $195 million

Andy Warhol (1928 – 1987),
"Shot Sage Blue Marilyn",
Christie's New York, maggio 2022,
venduto per 195 milioni di dollari





Gustav Klimt (1862- 1918),
"Dame mit Fächer",
Sotheby's London, June 2023,
sold for £85.3 million

Gustav Klimt (1862- 1918),
"Dame mit Fächer",
Sotheby's Londra, giugno 2023,
venduto per 85.3 milioni di sterline

In a precarious global environment shaken by high geopolitical tensions, including war in Ukraine and rising energy costs, the art market continued to perform well. Sotheby's exceptional sale at the end of June of Klimt's extraordinary painting 'Dame mit Fächer', which sold for £85.3 million to a Hong Kong collector, far outpaced the record for a European adjudication and confirmed the market's positive trend. 2023 can also be described as a positive year, with excellent performances especially in the modern and contemporary art segment. The month of June ended with Art Basel, the leading fair on the international Modern and Contemporary art market, which over time has become an indicator for the art market and the place par excellence where new trends are measured. For galleries, the re-established calendar of trade fair events and the return to full swing of in-person events, which in 2022 contributed 35% to sales for the art market, had a major impact.

In contesto globale precario scosso da forti tensioni geopolitiche, tra guerra in Ucraina e aumento dei costi energetici, il mercato dell'arte continua a registrare un andamento positivo. La vendita eccezionale da parte di Sotheby's che si è tenuta alla fine di giugno dello straordinario dipinto di Klimt "Dame mit Fächer", venduto per 85,3 milioni di sterline a un collezionista di Hong Kong, ha superato di gran lunga il record per un'aggiudicazione europea e conferma il trend positivo del mercato. Anche il 2023 si può definire un anno positivo, con ottime performance soprattutto nel segmento dell'arte moderna e contemporanea. Il mese di giugno si è concluso con Art Basel, principale fiera del mercato internazionale di arte moderna e contemporanea, nel tempo divenuta indicatore per il mercato dell'arte e luogo per eccellenza in cui si misurano le nuove tendenze. Per le gallerie ha inciso moltissimo il calendario ristabilito degli eventi fieristici e il ritorno a pieno ritmo degli eventi in presenza, che, nel 2022, hanno contribuito alle vendite realizzate per il mercato dell'arte pari al 35%.

Although online platforms in recent years have enabled greater accessibility and global reach, providing opportunities for gallery owners to reach a much wider audience, the importance of the direct relationship between gallerist, collector and artwork remains fundamental. One of the most consolidated trends in the art market is the return to painting, both abstract and figurative, with young emerging talents, under 40, who in recent years have achieved even million-dollar adjudications at auctions. Among the artists of this new generation who have come to the forefront are Matthew Wong, Avery Singer, Amoako Boafo, Christina Quarles, Anne Weyant and Flora Yukhnovich. This booming market totalled $419 million last year, a figure that represents 15.5% of the Contemporary art auction market. The growth of the ultra-contemporary art segment largely concentrates the trends of the last few years, such as the success of women artists, street art and African art, at the same time as the huge crisis affecting NFT. Over time, African contemporary art has become an increasingly strong trend that has seen a considerable increase in interest and visibility on a global level. A growing awareness and appreciation for the diversity and richness of artistic expressions from different continents has brought young artists to the forefront who, by challenging traditional artistic conventions, offer new perspectives. Despite positive sales results, the art market has shown a slight slowdown in sales volumes in recent months compared to last year.

Sebbene le piattaforme online in questi ultimi anni abbiano consentito una maggiore accessibilità e una portata globale, offrendo opportunità ai galleristi di raggiungere un pubblico molto più ampio, l'importanza del rapporto diretto tra gallerista, collezionista e opera d'arte rimane fondamentale. Fra le tendenze maggiormente consolidate nel mercato dell'arte è il ritorno alla pittura, sia astratta che figurativa, che vede protagonisti giovani talenti emergenti, under 40, che negli ultimi anni hanno ottenuto in asta aggiudicazioni anche milionarie. Tra gli artisti di questa nuova generazione che si è imposta in prima linea, spiccano Matthew Wong, Avery Singer, Amoako Boafo, Christina Quarles, Anne Weyant e Flora Yukhnovich. Un mercato in piena espansione che lo scorso anno ha totalizzato 419 milioni di dollari, una cifra che rappresenta ben il 15,5% del mercato dell'arte contemporanea in asta. La crescita del segmento dell'arte ultra contemporanea concentra gran parte delle tendenze degli ultimi anni, quali il successo delle donne artiste, della street art e dell'arte africana, contemporaneamente all'enorme crisi che riguarda gli NFT. L'arte contemporanea africana è divenuta nel tempo un trend sempre più forte che ha visto un notevole aumento di interesse e visibilità a livello globale. Una crescente consapevolezza e apprezzamento per la diversità e la ricchezza delle espressioni artistiche provenienti da diversi continenti, ha portato in primo piano giovani artisti che, sfidando le convenzioni artistiche tradizionali, offrono nuove prospettive. Nonostante i positivi risultati di fatturato, in questi ultimi mesi il mercato dell'arte ha mostrato un leggero rallentamento dei volumi di vendite rispetto allo scorso anno.

Anne Weyant (1995),
"Summertime",
Christie's New York, May 2022,
sold for $1.5 million

Anne Weyant (1995),
"Summertime",
Christie's New York, maggio 2022,
venduto per 1.5 milioni di dollari

Indeed, in 2022, despite the many obstacles of the global economy, the art auction market had one of the best years in its history in terms of sales. Thanks above all to the sale of masterpieces from the most prestigious collections, including those of Hubert de Givenchy, Thomas Ammann, Yusaku Maezawa and Paul G. Allen, record sales were recorded, resulting in $2.7 billion in global revenue, achieved mainly by American auction houses (+38%). A record was also achieved by the adjudication of Andy Warhol's 'Shot Sage Blue Marilyn', which sold for $195 million at Christie's New York, the second most expensive work ever sold at auction, after Leonardo's 'Salvator Mundi'. The Contemporary art market was - once again - the main driver of the global art market, with a total of 119,400 contemporary works sold at auction during 2022 registering a 12% increase over 2021, ten times more than 21 years ago.

Nel 2022 infatti, nonostante i numerosi ostacoli dell'economia globale, il mercato delle aste d'arte ha avuto uno dei migliori anni della sua storia in termini di fatturato. Grazie soprattutto alla vendita dei capolavori delle collezioni più prestigiose, tra cui quelle di Hubert de Givenchy, Thomas Ammann, Yusaku Maezawa e Paul G. Allen, si sono registrate vendite record, che hanno portato a 2,7 miliardi di dollari di fatturato globale, ottenuto soprattutto dalle case d'asta americane (+38%). Un primato raggiunto anche per l'aggiudicazione dell'opera "Shot Sage Blue Marilyn" di Andy Warhol, venduta a 195 milioni di dollari presso Christie's New York, la seconda più costosa opera mai aggiudicata in asta, dopo il "Salvator Mundi" di Leonardo. Il mercato dell'arte contemporanea è stato – ancora una volta – il motore principale del mercato dell'arte globale, con un totale di 119.400 opere contemporanee battute in asta nel corso del 2022 registrando un aumento del 12% rispetto al 2021, dieci volte di più rispetto a 21 anni fa.

Amoako Boafo (1984),
"Yellow Dress",
Christie's New York, May 2022,
sold for $819,000

Amoako Boafo (1984),
Yellow Dress",
Christie's New York, maggio 2022,
venduto per 819.000 dollari

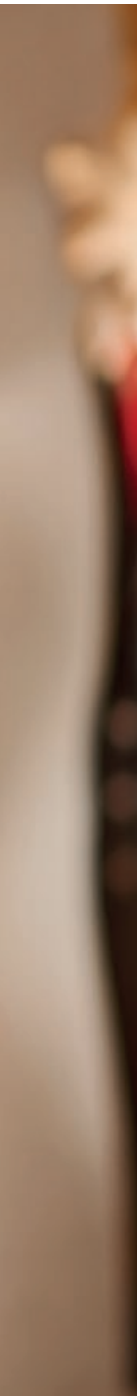
This extraordinary result reflects the dynamism of a market that is constantly expanding its buyer base. Certainly, again this year in global terms, dominating the geography of the art market, sales by value, is the United States, while the competitive dynamics between England and China, which last year stood at 18% and 17% respectively, persists in second place. In fact, the Chinese art market had suffered a 3% drop last year, affected by the complicated pandemic scenario, leading to closures, halted activity and sales, with events reduced or cancelled for the whole of 2022. In an art market that is increasingly moving eastwards, new capitals such as Tokyo and Seoul are emerging in addition to Hong Kong. The latter is asserting itself as one of the new capitals of Contemporary art on a global scale and, registering a remarkable growth last year of +344% in Contemporary art sales, reached $66 million in sales, overtaking Tokyo.

Questo straordinario risultato riflette il dinamismo di un mercato che tende ad ampliare costantemente la sua base di acquirenti. Sicuramente anche quest'anno in termini globali, a dominare la geografia del mercato dell'arte, delle vendite per valore, sono gli Stati Uniti. Persiste invece per il secondo posto la dinamica competitiva tra Inghilterra e Cina, che lo scorso anno si fermavano rispettivamente al 18% e al 17%. Il mercato dell'arte cinese infatti, lo scorso anno, aveva subito una decrescita del 3%, su cui aveva influito il complicato scenario pandemico, determinando chiusure, bloccato attività e vendite, con eventi ridotti o annullati per tutto il 2022. In un mercato dell'arte che si sposta sempre di più verso oriente, emergono, oltre ad Hong Kong, nuove capitali come Tokyo e Seoul. Quest'ultima si sta affermando come una delle nuove capitali dell'arte contemporanea su scala globale e, registrando una crescita notevole lo scorso anno pari al +344% nel fatturato dell'arte contemporanea, ha raggiunto quota 66 milioni di dollari di fatturato, superando Tokyo.

Una realtà concreta a cui affidare i tuoi sogni.
TRUMAG
Via Cantonale 366 - 7516 Maloja (CH)
Via Maistra 21 - 7513 Silvaplana (CH)
www.trumagsa.ch

Architectural engineer with an international outlook but Italian taste.

CHIARA MELLONE



Chiara was born in Borgomanero (NO) in 1986 and grew up in the family's interior design showroom, G. Clerici Arredamenti (Italy), where she got first-hand experience, from an early age, of interior design and its evolution from the 1990s to the present day, getting to know the best brands and studying their details, visiting factories, and attending the Salone del Mobile in Milan every year.

After graduating from high school, fascinated by the world of design, she enrolled in the Faculty of Civil Engineering and Architecture at the University of Pavia and City University London. She graduated with honours in 2011 with a project developed at the Universidad Central de Chile in collaboration with the office of Professor Jaime Migone Rettig, Santiago de Chile and Professor Alessandro Greco, Pavia.

The thesis written in Italian and Spanish is published in Italy and Chile, where it serves as an example for students of both faculties. The dissertation is also put on display several times at the University of Pavia.

After completing her education with a broad international scope, she began working as a professional at various studios in Italy, Canton Ticino, Zurich and Sankt Moritz, Milan, where she immediately collaborated in the realisation of internationally renowned projects of a high standard. She has always worked as a freelancer and developed her own way of communicating with architecture and the various figures in the design phases. Today she has two design studios: in Sankt Moritz and at Arredamenti G. Clerici (Novara) Italy.

Ingegnere architetto dal respiro internazionale, ma dal gusto italiano.

Chiara nasce a Borgomanero (NO) nel 1986 e cresce nello showroom di architettura di interni di famiglia, G. Clerici Arredamenti (Italia), dove tocca con mano, fin dalla tenera età, la progettazione di interni e la sua evoluzione dagli anni '90 ad oggi, conoscendo i migliori marchi e studiandone i dettagli, visitando le fabbriche e partecipando ogni anno al Salone del Mobile di Milano.

Dopo aver conseguito la maturità classica, affascinata dal mondo della progettazione, si iscrive alla facoltà di ingegneria edile e architettura presso l'Università degli Studi di Pavia e la City University London. Si laurea a pieni voti nel 2011 con un progetto sviluppato all'Universidad Central de Chile in collaborazione con lo studio del professor Jaime Migone Rettig, Santiago del Cile ed il professor Alessandro Greco, Pavia.

La tesi scritta in italiano e spagnolo viene pubblicata in Italia e in Cile, dove rimane da esempio per gli studenti di entrambe le facoltà. L'elaborato verrà inoltre messo più volte in mostra presso l'Ateneo Pavese.

Dopo la formazione dall'ampio respiro internazionale, si dedica alla professione presso diversi studi in Italia, Canton Ticino, Zurigo e Sankt Moritz, Milano, dove collabora fin da subito alla realizzazione di progetti di fama internazionale di alto standard. Mantiene sempre la libera professione e sviluppa un proprio modo di comunicare con l'architettura e con le varie figure delle fasi progettuali. Oggi ha due studi di progettazione: a Sankt Moritz e presso gli Arredamenti G. Clerici (Novara) Italia.

She is fluent in Italian, English, German and Spanish and has honed over the years an innate ability to communicate effectively with the various clients, as well as with the different contractors.

The peculiarity of Chiara's style is that of enhancing elements of the past and of local architectural traditions, combining them with modern solutions in a harmonious way, where possible using local materials and keeping the client's needs and indications as the focus of the design.

In 2022 Chiara participated in the organisation of the exhibition 'I Dialoghi del Silenzio che Canta' (Dialogues of Singing Silence) by artist Alessio Schiavo in Villa Bono, organised by architect Christian Garavello. The exhibition was realised in collaboration with the FAI Ticino section.

At the moment, there is an ongoing project for the restoration, recovery and redevelopment of Villa Bono, the villa of the Clerici Mellone family, in collaboration with G. Clerici Arredamenti. The project has as its priority the enhancement of the villa, as an entity of its own, whose story with a capital S is intended to excite guests as they explore the various rooms.

Among the various projects is the realisation of the flats at the Chesa Schlattain multi-family building, Celerina in the Engadine, in collaboration with Jetika Group, Trumag SA and G. Clerici Arredamenti. Chesa Schlattain is an exclusive real estate operation created by Dr. Rudy Tenca, Trumag SA, who chose and wanted Chiara as designer precisely because of your international outlook, but with taste rooted in Italian culture.

Parla fluentemente italiano, inglese, tedesco e spagnolo ed ha affinato nel corso degli anni la capacità innata di dialogare efficacemente con i diversi committenti, nonché con le diverse maestranze.

La peculiarità dello stile che contraddistingue Chiara è quella di valorizzare gli elementi del passato e delle tradizioni architettoniche locali, coniugando gli stessi con soluzioni moderne in modo armonico, ove possibile utilizzando materiali del territorio e mantenendo come fulcro della progettazione le necessità e le indicazioni del committente.

Nel 2022 Chiara partecipa in Villa Bono all'organizzazione della mostra "I Dialoghi del Silenzio che Canta" dell'artista Alessio Schiavo, a cura dell'architetto Christian Garavello. La mostra è stata realizzata in collaborazione con il FAI sezione Ticino.

Attualmente è in corso il progetto di restauro, recupero e riqualificazione di Villa Bono, villa della famiglia Clerici Mellone, in collaborazione con G. Clerici Arredamenti. Il progetto ha come priorità la valorizzazione della villa, come entità a se stante, la cui storia con la S maiuscola vuole emozionare l'ospite che si affaccia alla scoperta dei vari ambienti.

Tra i vari progetti c'è la realizzazione degli appartamenti dell'edificio plurifamigliare Chesa Schlattain, Celerina in Engadina, in collaborazione con Jetika Group, Trumag SA e G. Clerici Arredamenti. Chesa Schlattain è un'operazione immobiliare esclusiva creata dal dottor Rudy Tenca, Trumag SA, che ha scelto e voluto Chiara come progettista proprio per il suo respiro internazionale, ma dal gusto che affonda le radici nella cultura italiana.

Chesa Schlattain is the result of the renovation of a former building in the middle of Engadin nature in a green meadow, between a coniferous forest and the river En, a stone's throw from the ski slopes of Corviglia - Sankt Moritz. In the basement there is a large garage with SPA, on the above-ground floors there are four flats of a high standard.

On the walls of the chalet stands the sundial and Virgil's message, specially chosen by Chiara and Rudy: 'Amor Vincit Omnia', indicating the philosophy of the projects that bind them. This sundial is also found on one of the walls of Villa Bono.

Chesa Schlattain nasce dalla ristrutturazione di un edificio di precedente costruzione immerso nella natura Engadinese in un prato verde, tra un bosco di conifere ed il fiume En, a pochi passi dalle piste da sci di Corviglia - Sankt Moritz. Al piano interrato vi è l'ampio garage con le SPA, ai piani fuoriterra vi sono quattro appartamenti di alto standard.

Alle pareti dello chalet spicca la meridiana e il messaggio di Virgilio, scelto appositamente da Chiara e Rudy: "Amor Vincit Omnia", ad indicare la filosofia dei progetti che li lega. Tale meridiana si ritrova anche su una delle pareti di Villa Bono.

C H I A R A M E L L O N E

Architectural choices include the plaster on the interior walls, prototype from the Trumag company, made especially for Chesa Schlattain: beige in colour, rough and hand-pulled, combining tradition with modernity. The materials chosen are larch, flamed luserna stone, and brushed bronze for details and fittings. The entire design of the flats is tailor-made for the clients. Planning and construction were carried out in close collaboration between the designer, the clients and the general contractor, whose combination was successful in translating the clients' needs into living: spaces, furniture, colours, materials. Collaborators include: Perregrini carpentry, Sacco Natural Stone, Olivari handles. Some people, observing the result, said 'you can breathe Italian style'. This is Chiara's trump card: knowing how to combine international needs and demands with Italian style and taste, which permeate her personality from the very first steps in the showroom and on the family estate, Villa Bono.

The partnership with Jetika Group and Trumag SA boasts projects of excellence throughout Switzerland, where the cornerstone remains the high quality of the projects, but above all the people and the human ties that, according to their philosophy of life and work, remain top priorities.

Tra le scelte architettoniche si nota l'intonaco delle pareti interne, prototipo della ditta Trumag, realizzato apposta per Chesa Schlattain: tinta beige, grezzo e tirato a mano che unisce la tradizione alla modernità. I materiali scelti sono il larice, la pietra di luserna fiammata, il bronzo spazzolato per dettagli e rubinetteria. L'intero progetto degli appartamenti è ideato in maniera sartoriale su misura dei committenti. Progettazione e cantierizzazione sono state eseguite in stretta collaborazione tra progettista, committenti e impresa generale, il cui connubio è risultato vincente per tradurre le necessità dei committenti in living: spazi, arredi, tinte, materiali. Tra i collaboratori si elencano: Perregrini falegnameria, Sacco Natural Stone, Olivari maniglie. C'è chi, osservando il risultato finale, ha esordito dicendo "si respira stile italiano". È questa la carta vincente di Chiara: saper unire le necessità e le richieste internazionali allo stile e al gusto italiani, che permeano la sua personalità fin dai primi passi nello show-room e nella tenuta di famiglia, Villa Bono.

La collaborazione con Jetika Group e Trumag SA vanta progetti d'eccellenza nell'intera Svizzera, dove il punto cardine rimane l'alta qualità dei progetti, ma soprattutto delle persone e dei legami umani che, secondo la loro filosofia di vita e di lavoro, rimane priorità assoluta.

Contacts

studiocmellone.com
info@studiocmellone.com
studiocmellone@gmail.com

Photos by Mauro Martignoni, Fotografando ADV.

ZUCCARDI

VALLE DE UCO

Zuccardi Q Malbec 2021

· 93 ·
PTS.

Wine&Spirits

WINTER ISSUE

Zuccardi Concreto Malbec 2021

TOP 100
OF 2022

Wine Spectator

11/2022

Finca Piedra Infinita Gravascal 2018

· 100 ·
PTS.

Robert Parker
WINE ADVOCATE

3/2021

NEW WORLD WINERY OF THE YEAR 2022

WINE ENTHUSIAST WINE STAR AWARDS

"Zuccardi Valle de Uco is one of the leaders of a movement in which Malbec is no longer the star, but simply a vehicle to deliver the complexity and diversity of a place."

Jesica Vargas | November 2022

IMPORTED BY WINESELLERS, LTD. szuccardi | zuccardivalledeuco

SEBASTIAN ZUCCARDI

“OUR WINES ARE WINES OF THE SUN, BUT ALSO OF THE SOIL”

ZUCCARDI
VALLE DE UCO

“I NOSTRI VINI SONO VINI DEL SOLE, MA ANCHE DELLA TERRA”

When was the winery founded and by whom? What has been the evolution of wine production in your winery? What historical traditions or practices have you maintained in your winery to preserve the authenticity and quality of the wines? What are the most important values that have guided your winery over time?

We are a family of winemaker, passionate about the land and the place where we live and make wine. My grandfather, Alberto “Tito” Zuccardi, was a civil engineer and had a construction company that dedicated itself to developing irrigation systems. In Mendoza, water is a very scarce resource and comes entirely from the melting of snowfall in the Andes Mountains. This situation makes water management critically important.

My grandfather was obsessed with the ongoing battle against the Mendoza desert, which is why he developed a highly efficient irrigation system for his time. Based on this, he bought some hectares in Maipú in 1963 to demonstrate the benefits of his system to the local producers. That was a turning point in his life; he became passionate about agriculture, discovered the vintner within him, and thus began the story of our family company.

Quando è stata fondata la cantina e da chi? Qual è stata l’evoluzione della produzione del vino nella vostra cantina? Quali sono le tradizioni o le pratiche storiche che avete mantenuto nella vostra cantina per preservare l’autenticità e la qualità dei vini? Quali sono i valori più importanti che hanno guidato la vostra cantina nel corso del tempo?

Siamo una famiglia di viticoltori, appassionati della terra e del luogo in cui viviamo e produciamo vino. Mio nonno, Alberto “Tito” Zuccardi, era un ingegnere civile e aveva un’azienda di costruzioni che si dedicava allo sviluppo di sistemi di irrigazione. A Mendoza l’acqua è una risorsa molto scarsa e proviene interamente dallo scioglimento delle nevi che cadono dalla Cordigliera delle Ande. Questa situazione rende estremamente importante la gestione dell’uso dell’acqua.

Mio nonno era ossessionato dalla continua lotta contro il deserto di Mendoza, per questo ha sviluppato un sistema di irrigazione molto efficiente per l’epoca. A partire da questo, nel 1963 acquistò alcuni ettari a Maipú per dimostrare ai produttori della zona i benefici del suo sistema. Questo è stato un punto di svolta nella sua vita, si appassionò all’agricoltura, scoprì di avere un viticoltore dentro di sé e così iniziò la storia della nostra azienda familiare.

Since then, the pillars upon which we base all our activity are:

- Quality
- Innovation
- Caring for the environment
- Being useful to the community in which we operate

All the decisions we make must align with these four pillars, and none can go against any of them.

For us, wine is born in the vineyard. We make mountain wines: the mountain range provides us with the soils, water, climate, and altitude, four determining factors for wine quality. In our winery, we strive for the wines to be an expression of the place, to convey the vineyard, to not have any “makeup”. The premise is to create wines with identity. Wine is the expression of the landscape, climate, soil, and our worldview in a specific place.

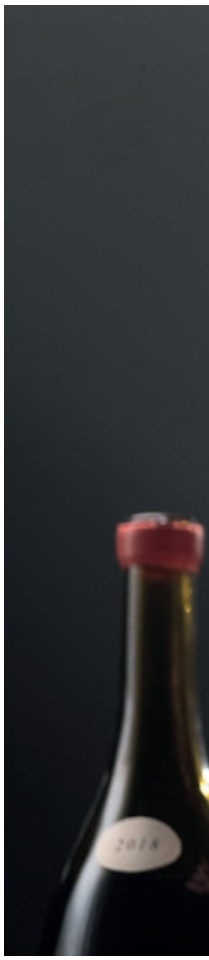
My perspective is to interpret what the place contributes. Our most important work in the vineyard is to preserve that, in a natural way,

Da allora, i pilastri su cui basiamo tutta la nostra attività sono:

- Qualità
- Innovazione
- Cura dell’ambiente
- Essere utili alla comunità in cui operiamo

Tutte le decisioni che prendiamo devono essere a favore di questi quattro pilastri e nessuna può andare contro di essi. Per noi il vino nasce in vigna. Facciamo vini di montagna: la cordigliera ci fornisce i terreni, l’acqua, il clima e l’altitudine, quattro fattori determinanti per la qualità di un vino. Nella nostra cantina ci impegniamo affinchè i vini siano l’espressione del luogo, che riflettano il vigneto, che non abbiano “trucchi”. La premessa è produrre vini con identità. Il vino è l’espressione del paesaggio, del clima, del terreno e della nostra visione del mondo in un luogo particolare.

Il mio approccio è interpretare ciò che il luogo offre. Il nostro lavoro più importante in vigna è preservare questo, in modo naturale, rispettando il luogo, e poi in cantina facendo attenzione a mantenere quell’identità e unicità nei vini.



respecting the place. Then, in the winery, we take care to ensure that the wines maintain that identity and uniqueness.

Innovation is in the family's DNA from the foundation, through a very innovative irrigation system, and it has permeated the entire life of the company.

The Research and Development (R&D) department was founded in 2009 after our arrival in the Uco Valley and is dedicated to studying the terroir and the various variables that impact wine quality, analyzing and controlling from the vineyard to the winery.

Since our inception, we have focused on natural viticulture, rational use of resources, and conserving native flora and fauna to maintain the biological diversity of the ecosystem in balance with nature. Under this guidance, we have developed a multitude of sustainable practices over the years.

L'innovazione è nel DNA della famiglia fin dalla fondazione, attraverso un sistema di irrigazione molto innovativo, ed è stata presente per tutta la vita dell'azienda.

L'area di ricerca e sviluppo (R&S) è stata fondata nel 2009, dopo il nostro arrivo nella Valle de Uco, e si dedica allo studio del terroir e delle diverse variabili che influenzano la qualità del vino, analizzando e controllando dalla vigna alla cantina.

Fin dai nostri inizi ci siamo concentrati su una viticoltura naturale, facendo un uso razionale delle risorse e conservando la flora e la fauna native per mantenere la biodiversità dell'ecosistema in equilibrio con la natura. Sotto questa guida, nel corso degli anni abbiamo sviluppato una vasta gamma e varietà di pratiche sostenibili.

PRODUCTION PROCESS
Processi di produzione

When we embarked on our journey in the Uco Valley, our initial focus was on finding places where the expression of the grapes resonated with us. We acquired land and began planting vineyards. In the first years, we gained significant insights into soil genesis and its diversity. We started dividing our vineyards based on soil types. Only after shaping our philosophy did we construct the winery. It's a winery rooted in the vineyards.

From the outset, we worked on classifying different microregions within the Uco Valley, each characterized by diverse soil types.

One of the most significant endeavors involves studying soil electrical conductivity to distinguish the various profiles it presents. Once we identify different soil types in a vineyard, we proceed to harvest them separately, treating them as distinct vineyards. This allows us to better understand each vineyard, and when we vinify these grapes, we can determine the characteristics that the soil type imparts to the wine.

This process has enabled us to refine all our vineyard practices, such as irrigation schedules, the use of various training systems, preferred grape varieties, achievable wine styles, and the optimal harvest timing.

I always say that we don't seek perfect wines, but rather those that best convey their place

Quando abbiamo iniziato il nostro percorso nella Valle de Uco, siamo andati prima alla ricerca di luoghi dove ci piacesse l'espressione delle uve. Abbiamo acquistato terreni e iniziato a piantare vigne. Abbiamo imparato molto nei primi anni sulla genesi dei terreni e sulla loro diversità, abbiamo cominciato a suddividere le nostre vigne in base al tipo di terreno e solo allora, quando avevamo sviluppato la nostra filosofia, abbiamo costruito la cantina.

È una cantina con le radici nelle vigne. Fin dall'inizio abbiamo lavorato sulla classificazione di diverse microregioni della Valle de Uco con vari tipi di terreno.

Uno dei lavori più importanti è lo studio sulla conducibilità elettrica del terreno al fine di differenziare i diversi profili che esso presenta. Una volta identificati i diversi tipi di terreno in un vigneto, si procede a raccoglierli separatamente, come se fossero vigneti diversi. Questo consente di conoscere meglio ogni vigneto e, durante la vinificazione di queste uve, stabilire quali caratteristiche apporta il tipo di terreno al vino.

Questo processo ci ha permesso di perfezionare tutte le pratiche in vigna, come i periodi di irrigazione, l'uso di diversi sistemi di conduzione, le varietà che si adattano meglio, lo stile di vino che si può ottenere e il momento ottimale per la vendemmia.

Dico sempre che non cerchiamo vini perfetti,

of origin. The premise is to create wines with identity that express the essence of the soils and the extreme climate and altitude conditions in which the vineyards are planted.

Microregions like Altamira, Gualtallary, El Peral, and San Pablo share common factors such as significant temperature variations, ample sunlight, and lower average temperatures compared to the rest of Mendoza. Their main differences lie in proximity to the mountains, varying altitudes above sea level - spanning from 900 to 1500 meters - and contrasting soil profiles that range from clayey to extremely rocky, often within a few meters of each other. If "terroir" is understood as the unique and unrepeatable combination of factors such as soil, climate, and the people involved, it's not hard to comprehend why grapes grown in different regions, even if they're the same variety, impart distinct characteristics to the wines, reflecting the qualities of their birthplace.

All of this encapsulates the perspective of a producer, in this case, my interpretation of terroir-based winemaking. One of the captivating aspects of the wine world is that the same vineyard, tended by two different producers, will yield different wines. This doesn't occur in the realm of industrial beverages, where standardization takes precedence.

"I relish that moment when you open a bottle of wine and manage to journey to the place where it was grown. Wine tells the story, our vision, or our interpretation of the place of origin, and also the year in which the wine was crafted".

ma quelli che meglio esprimano il luogo da cui provengono. La premessa è produrre vini con identità, che esprimano l'essenza dei terreni e delle condizioni estreme di clima e altitudine in cui sono piantate le vigne.

Microregioni come Altamira, Gualtallary, El Peral e San Pablo presentano fattori comuni come un'ampia escursione termica, grande luminosità e temperature medie più basse rispetto al resto di Mendoza. Le loro principali differenze risiedono nella vicinanza alla montagna, le varie altitudini sul livello del mare in cui si trovano questi terroir - che coprono un range da 900 a 1500 metri - e i contrastanti profili del terreno, che vanno da argillosi a estremamente ciottolosi, spesso in pochi metri di distanza. Se si considera il "terroir" come la combinazione unica e irripetibile di diversi fattori come il terreno, il clima e le persone coinvolte, non è difficile capire perché l'uva coltivata in diverse regioni, anche se si tratta della stessa varietà, conferisce ai vini le caratteristiche che li rendono diversi tra loro e riflettono le qualità della zona in cui sono nati.

Tutto ciò rappresenta la visione di un produttore, in questo caso la mia interpretazione sulla produzione di vini di terroir. Una cosa affascinante nel mondo del vino è che la stessa vigna, lavorata da due produttori diversi, produrrà vini diversi. Questo non avviene nel mondo delle bevande industriali, dove prevale la standardizzazione.

"Mi piace quando apri una bottiglia di vino e riesci a viaggiare nel luogo in cui è stato coltivato. Il vino racconta la storia, la nostra visione o la nostra interpretazione del luogo d'origine e anche dell'anno in cui è stato fatto il vino".

ZUCCARDI
VALLE DE UCO

AWARDS AND RECOGNITIONS AT AN INTERNATIONAL LEVEL

Premi e riconoscimenti a livello internazionale

We had the satisfaction of being awarded as the world's best winery for three consecutive years (2019-2020-2021 and Hall of Fame 2022) at the World's Best Vineyards competition.

Simultaneously, in 2022, we became the first winery in Argentina to achieve three 100-point ratings from Parker for some of our estate and parcel wines. Additionally, at the end of last year, Wine Enthusiast selected us as the best winery in the New World.

Awards or high scores are always recognition, first and foremost, to the region and the team behind each wine, and they serve as an incentive to keep progressing. The only way we can achieve success is if the place we live holds prestige and recognition.

It's always important for specialized critics to get to know Argentina, visit its vineyards, and understand the origin of each wine, as well as grasp the evolution of our winemaking.

Our work is also a process of evangelization, where critics like Luis Gutiérrez or Tim Atkin become familiar with our location and our producers, helping us convey that there is something special here, and doing so on the highest global level.

Abbiamo avuto la soddisfazione di essere premiati come la migliore cantina al mondo per tre anni consecutivi (2019-2020-2021 e Hall of Fame 2022) al concorso World's Best Vineyards.

Simultaneamente, nel 2022, siamo diventati la prima cantina in Argentina a ottenere tre valutazioni di 100 punti da Parker per alcuni dei nostri vini da tenute e parcelle. Inoltre, alla fine dell'anno scorso, Wine Enthusiast ci ha selezionato come la migliore cantina del Nuovo Mondo.

I premi o i punteggi elevati sono sempre un riconoscimento, prima di tutto alla regione e al team dietro ogni vino, e fungono da stimolo per continuare a progredire. L'unico modo in cui possiamo raggiungere il successo è se il luogo in cui viviamo gode di prestigio e riconoscimento.

È sempre importante che i critici specializzati conoscano l'Argentina, visitino le sue vigne e comprendano l'origine di ciascun vino, così come capiscano l'evoluzione della nostra produzione vinicola.

Il nostro lavoro è anche un processo di evangelizzazione, dove critici come Luis Gutiérrez o Tim Atkin diventano familiari con

The director of Familia Zuccardi, José Alberto Zuccardi, has been named "Legend of the Year" in the 2023 edition of British wine critic Tim Atkin MW's Argentina Special Report.

In his announcement, Atkin told Zuccardi: "The quality of the wines that you as a family are making have never been better, and they're some of the great wines - not just of South America - but the world. A lot of that is down to you and to your vision".

After his grandfather founded the family winery in 1963, Zuccardi began working with the winery in 1976.

Has there been any family generation or important figure in the history of your winery who has left a significant legacy?

Wine is a fusion of place and people, or people and place. Thus, there are no great locations or outstanding wines without individuals and communities that understand this concept and surround themselves in this endeavor.

la nostra ubicazione e i nostri produttori, aiutandoci a comunicare che c'è qualcosa di speciale qui e facendolo al massimo livello globale.

Il direttore di Familia Zuccardi, José Alberto Zuccardi, è stato nominato 'Leggenda dell'Anno' nell'edizione 2023 del Rapporto Speciale sull'Argentina del critico vinicolo britannico Tim Atkin MW.

Nel suo annuncio, Atkin ha detto a Zuccardi: "La qualità dei vini che tu e la tua famiglia state producendo non è mai stata così alta e sono alcuni dei grandi vini - non solo del Sud America - ma del mondo. Gran parte di ciò è merito tuo e della tua visione".

Dopo che suo nonno fondò la cantina di famiglia nel 1963, Zuccardi iniziò a lavorare con la cantina nel 1976.

C'è stata qualche generazione familiare o figura importante nella storia della vostra cantina che abbia lasciato un'eredità significativa?

Il vino è una fusione di luoghi e persone, o di persone e luoghi, quindi non ci sono grandi luoghi né grandi vini se non ci sono persone e comunità che ne siano consapevoli e che ci circondino in questo progetto.

Each generation of the family business has carried a founding spirit. Building upon the legacy left by the previous generation, we have consistently managed to take steps forward.

My grandfather was brilliant, a natural innovator. Highly analytical and simultaneously possessed a remarkable capacity for creative thinking and envisioning beyond the present.

My father, José, has also upheld this innovative spirit, accompanied by an immense dose of passion and an inexhaustible work ethic. He dared to embrace the world and recognized the importance of prioritizing quality to achieve the significant international leap.

Yet, my mother, Ana, who oversees the domestic market's commercial sector, has been an immense source of admiration and learning due to her energy and determination. Similarly, my grandmother, Emma, with her consistently affectionate gaze and support, has played a significant role.

I can accomplish everything I do today due to the monumental efforts of previous generations. Without them, the journey would have been considerably more challenging.

The challenge is that each generation adds a brick upon another, generating more value and opportunities for those that follow.

In the world of wine, one establishes a relationship that goes far beyond mere

Ogni generazione dell'azienda familiare ha avuto uno spirito fondatore. A partire dall'eredità lasciata dalla generazione precedente, siamo sempre riusciti a fare passi avanti.

Mio nonno era brillante, un innovatore naturale. Molto analitico e allo stesso tempo dotato di una grande capacità di pensiero creativo e di vedere oltre.

Mio padre, José, ha mantenuto anche lui questo spirito innovatore, con una enorme dose di passione e da un inesauribile senso del lavoro. Ha avuto il coraggio di aprirsi al mondo e si è reso conto dell'importanza di puntare sulla qualità per fare il grande salto internazionale.

Ma anche mia madre, Ana, che gestisce l'area commerciale del mercato interno, con la sua energia e determinazione è stata una grande fonte di ammirazione e apprendimento, così come mia nonna Emma per il suo sguardo sempre affettuoso e il suo sostegno.

Posso fare tutto ciò che faccio oggi grazie all'enorme lavoro svolto dalle generazioni precedenti. Senza di loro sarebbe stato molto più difficile. La sfida è che ogni generazione aggiunge un mattone sopra l'altro, generando più valore e più opportunità per quelle che verranno.

Nel mondo del vino si stabilisce una relazione che va ben oltre l'aspetto commerciale, è una vera e propria forma di vita.

I vini che mi hanno dato maggiori soddisfazioni sono quelli che hanno segnato dei momenti

business; it becomes a way of life.

The wines that have brought me the most satisfaction are those that have marked significant milestones in my life. Emma Zuccardi Bonarda was the first wine I crafted entirely, created in honor of my grandmother.

The inaugural vintage was in 2009. Zuccardi Concreto is perhaps the wine that defined the definitive path we chose to follow as producers. We began crafting it in 2014, and I strongly identify with it. Zuccardi Finca Piedra Infinita 2016 was a very pivotal moment in our approach to producing wines with identity; it was also the first from our cellar to earn prestigious awards, such as the 100 Parker Points.

Familia Zuccardi is a family-owned company founded in 1963 by Engineer Alberto Zuccardi. Today, from its vineyards and olive groves located in different areas of Mendoza, Argentina, it is recognized both locally and internationally for producing outstanding wines and olive oils that reach over 60 countries across all five continents.

In addition to connecting with our consumers through our wines and olive oils, we also offer a range of services, including two internationally renowned visitor centers and three luxury restaurants located at Bodega Santa Julia and Bodega Zuccardi Valle

significativi nella mia vita. Emma Zuccardi Bonarda è stato il primo vino che ho creato integralmente, nato in onore della mia nonna.

La prima vendemmia è stata nel 2009. Zuccardi Concreto è forse il vino che ha delineato definitivamente il percorso che abbiamo scelto di seguire come produttori.

Abbiamo iniziato a produrlo nel 2014 e mi ci identifico molto. Zuccardi Finca Piedra Infinita 2016 è stato un momento di grande importanza nella nostra visione di produrre vini con identità, ed è stato il primo della nostra cantina a ricevere importanti premi, come i 100 punti Parker.

Familia Zuccardi è un'azienda familiare fondata nel 1963 dall'Ing. Alberto Zuccardi. Oggi, dai suoi vigneti e uliveti situati in diverse zone di Mendoza, Argentina, è riconosciuta a livello locale e internazionale per la produzione di grandi vini e oli d'oliva, che raggiungono oltre 60 paesi dei cinque continenti.

Oltre a connettersi con i nostri consumatori attraverso i nostri vini e oli d'oliva, disponiamo anche di un'area di servizi che comprende due centri di visite turistiche di livello internazionale, tre ristoranti di lusso situati presso Bodega Santa Julia e Bodega Zuccardi Valle de Uco, premiata

ZUCCARDI

VALLE DE UCO

100 PTS

ONLY WINERY
IN ARGENTINA WITH
3 WINES AWARDED
100 POINTS

Robert Parker
WINE ADVOCATE
ROBERT PARKER

www.zuccardiwines.com | zuccardivalledeuco

de Uco, which has been awarded as the world's best winery and vineyard in several consecutive years.

Sebastián Zuccardi grew up in a family with a strong visionary and innovative spirit. Since his grandfather, Engineer Alberto Zuccardi, planted the first hectares of vines in Maipú, Mendoza, in 1963, Familia Zuccardi has continued to grow and develop, becoming a significant benchmark in the Argentine winemaking industry.

From his father, José Alberto Zuccardi, Sebastián inherited determination and an unwavering pursuit of excellence. Today, as the third generation of the family, Sebastián is at the helm of a young agricultural and winemaking team responsible for producing wines of the highest quality standards in the Uco Valley.

Under his initiative, the winery established a Research and Development department in 2008 dedicated to studying the terroir and the various variables that impact wine quality. As Sebastián himself puts it, the goal is "not to seek perfect wines, but those that express the place, the region".

come la migliore cantina e vigneto del mondo in diversi anni consecutivi.

Sebastián Zuccardi è cresciuto all'interno di una famiglia dal forte spirito visionario e innovativo. Dall'anno in cui nel 1963 suo nonno, l'ingegnere Alberto Zuccardi, piantò i primi ettari di viti a Maipú, Mendoza, la Famiglia Zuccardi non ha smesso di crescere e svilupparsi fino a diventare un importante punto di riferimento nell'ambito dell'enologia argentina.

Da suo padre, José Alberto Zuccardi, Sebastián ha ereditato la determinazione e la costante ricerca dell'eccellenza. Oggi Sebastián, terza generazione della famiglia, sta guidando un giovane team agricolo ed enologico impegnato nella produzione di vini con i più alti standard di qualità nella Valle de Uco.

Su sua iniziativa, fin dal 2008 la cantina ha istituito un'area di Ricerca e Sviluppo dedicata allo studio del terroir e delle diverse variabili che influiscono sulla qualità del vino. L'obiettivo è, come afferma Sebastián, "non cercare vini perfetti, ma quelli che esprimano il luogo, la regione".

Large manor with pool, vineyard and lake view

Grande tenuta con piscina, vitigno e vista lago

Neggio

ALK138V

Photos by Jetika Group.

COMMERCIAL AREA
1.200 SQM

ROOMS
9,5

BATHROOMS
6

PARKING LOTS
12

info@jetikagroup.com | +41 91 911 49 49

CASA CA MINA DA

Contacts

Obergass 3 - CH-7414 Fürstenau
www.casacaminada.com

Casa Caminada is another project of Andreas Caminada, an internationally renowned chef and Swiss entrepreneur, owner of the Hotel Restaurant Schloss Schauenstein, awarded 3 Michelin Stars and 19 Gault Millau points, located in Fürstenau, a tiny village in the canton of Graubünden that bears the fascinating title of "smallest town in the world" and is listed as a Swiss site of national importance and worthy of protection.

Casa Caminada is a place of peace and security, of traditions and culinary discoveries. A restaurant and guesthouse, flanked by a bakery with a wood-burning oven that also houses a small shop selling culinary specialities, all a stone's throw from the castle.

Travellers are offered the chance to enjoy a unique experience in the canton of Graubünden,

Casa Caminada è un altro progetto di Andreas Caminada, cuoco di fama internazionale e imprenditore svizzero, proprietario dell'Hotel Ristorante Schloss Schauenstein, premiato con 3 Stelle Michelin e 19 punti Gault Millau, situato a Fürstenau, una piccolissima località del Cantone dei Grigioni che si fregia dell'affascinante titolo di "città più piccola del mondo" ed elencata tra i siti svizzeri d'importanza nazionale e meritevoli di protezione.

Casa Caminada è un luogo di pace e sicurezza, di tradizioni e scoperte culinarie. Un ristorante con guesthouse, affiancato da una panetteria con forno a legna che ospita anche un piccolo negozio di specialità culinarie, il tutto a due passi dal castello.

staying in one of ten rooms with large windows that invite you to dream and relax, while enjoying the splendid view of the city, castles and surrounding mountains. Double or family rooms, with high-quality furniture, unique yet minimalist, simple and timeless.

The restaurant combines modernity and tradition in simple dishes, made with passion using local products from the canton of Graubünden. Regional and seasonal ingredients supplied by local producers whom Andreas Caminada knows personally and with whom he maintains direct contact, as well as vegetables from organic cultivation and from the castle garden.

Seasonality is a key aspect. The menus are

Ai viaggiatori viene offerta la possibilità di vivere un'esperienza unica nel cantone dei Grigioni, alloggiando in una delle dieci camere con ampie finestre che invitano a sognare e rilassarsi, godendo della splendida vista sulla città, sui castelli e sulle montagne circostanti. Camere doppie o familiari, con mobili di alta qualità, uniche ma minimaliste, semplici e senza tempo.

Il ristorante unisce modernità e tradizione in piatti semplici, realizzati con passione utilizzando prodotti locali del territorio del Cantone dei Grigioni. Ingredienti regionali e stagionali forniti da produttori locali che Andreas Caminada conosce personalmente e con i quali mantiene un contatto diretto,

changed every seven to eight weeks, allowing the seasons to be reflected not only in the choice of ingredients, but also in the colours of the dishes on offer.

The bakery's large wood-fired oven, a symbol of craftsmanship and the pride of Casa Caminada, churns out exceptionally aromatic and crispy bread, brioches and other baked goods for guests and neighbours every day.

In the small shop you can find excellent homemade products from Atelier Caminada, as well as a selection of products from other partner suppliers and non-food items such as recipe books.

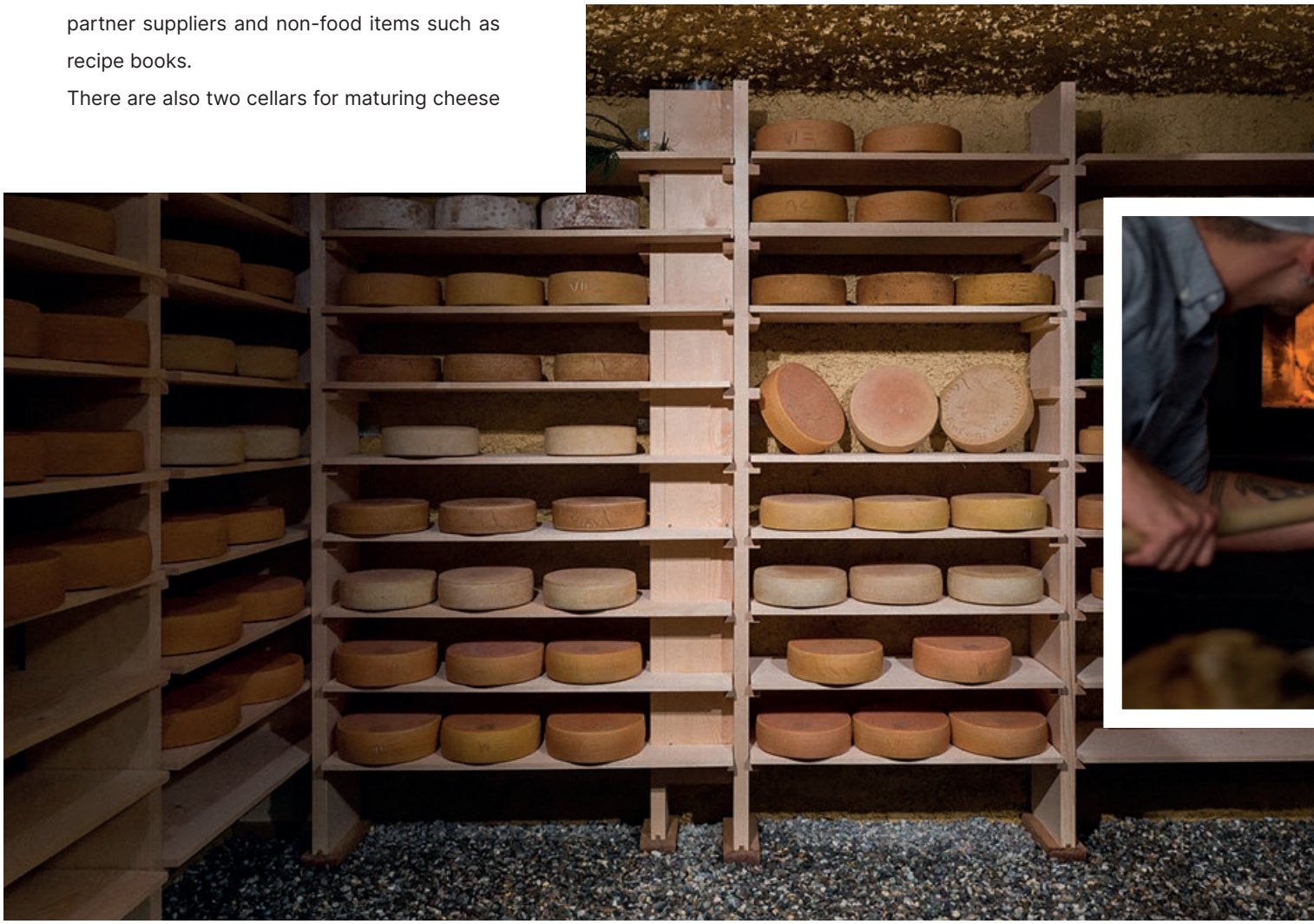
There are also two cellars for maturing cheese

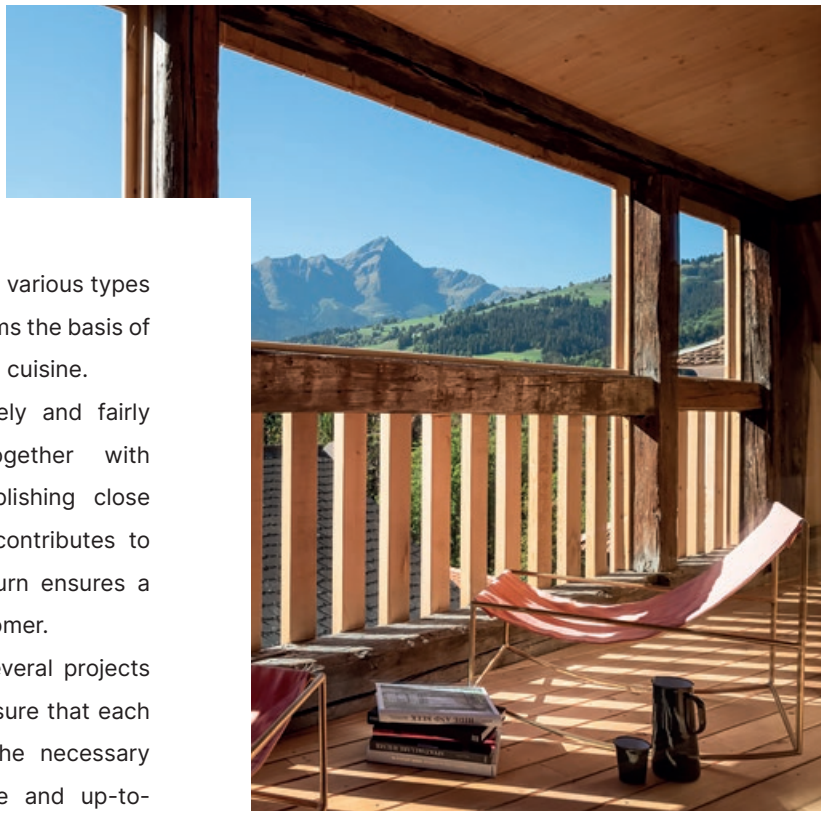
ma anche verdure provenienti da coltivazioni biologiche e dall'orto del castello.

La stagionalità è un aspetto fondamentale. I menu vengono cambiati ogni sette/otto settimane e questo permette di riflettere le stagioni non solo nella scelta degli ingredienti, ma anche a livello di colori presenti nei piatti che vengono proposti.

Il grande forno a legna della panetteria, simbolo dell'artigianato e orgoglio di Casa Caminada, sforna ogni giorno un pane eccezionalmente aromatico e croccante, brioches ed altri prodotti da forno, sia per gli ospiti che per il vicinato.

Nel piccolo negozio si possono trovare invece ottimi prodotti fatti in casa dell'Atelier Caminada, ma anche una selezione di prodotti di altri fornitori partner e articoli non alimentari come libri di ricette.





and meat, and a pantry, in which various types of produce are stored, which forms the basis of the restaurant's natural and local cuisine.

The staff are treated attentively and fairly compensated, and this, together with the company's habit of establishing close relationships with employees, contributes to a serene atmosphere that in turn ensures a positive experience for the customer.

Andreas Caminada manages several projects and considers it essential to ensure that each of them constantly receives the necessary input to remain dynamic, alive and up-to-date. His professional vision is to continue presenting and developing ideas, working with commitment and dedication, and motivating the staff and key figures involved in his activities.

Casa Caminada is a project realised with love and managed with passion. A hymn to simplicity and a bow to Graubünden and its people.

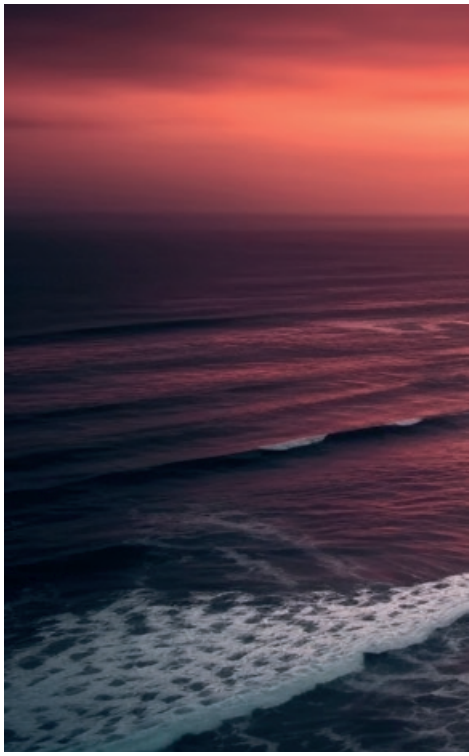
Sono presenti anche due cantine per la stagionatura di formaggi e carni, e una dispensa, nella quale vengono conservati diversi tipi di prodotti, che costituisce la base della cucina naturale e locale del ristorante.

Il personale gode di un trattamento attento e di un giusto compenso, e questo, unitamente all'abitudine dell'azienda di instaurare rapporti stretti con i dipendenti, contribuisce a creare un'atmosfera serena che di riflesso garantisce un'esperienza positiva anche per il cliente finale.

Andreas Caminada gestisce diversi progetti e ritiene fondamentale garantire che ognuno di questi riceva costantemente gli input necessari per restare dinamico, vivo ed aggiornato. La sua visione professionale è continuare a presentare e sviluppare idee, lavorando con impegno e dedizione, e motivando il personale e le figure chiave coinvolte nelle sue attività.

Casa Caminada è un progetto realizzato con amore e gestito con passione. Un inno alla semplicità e un inchino ai Grigioni e alla sua gente.

SECON-DI-PITY



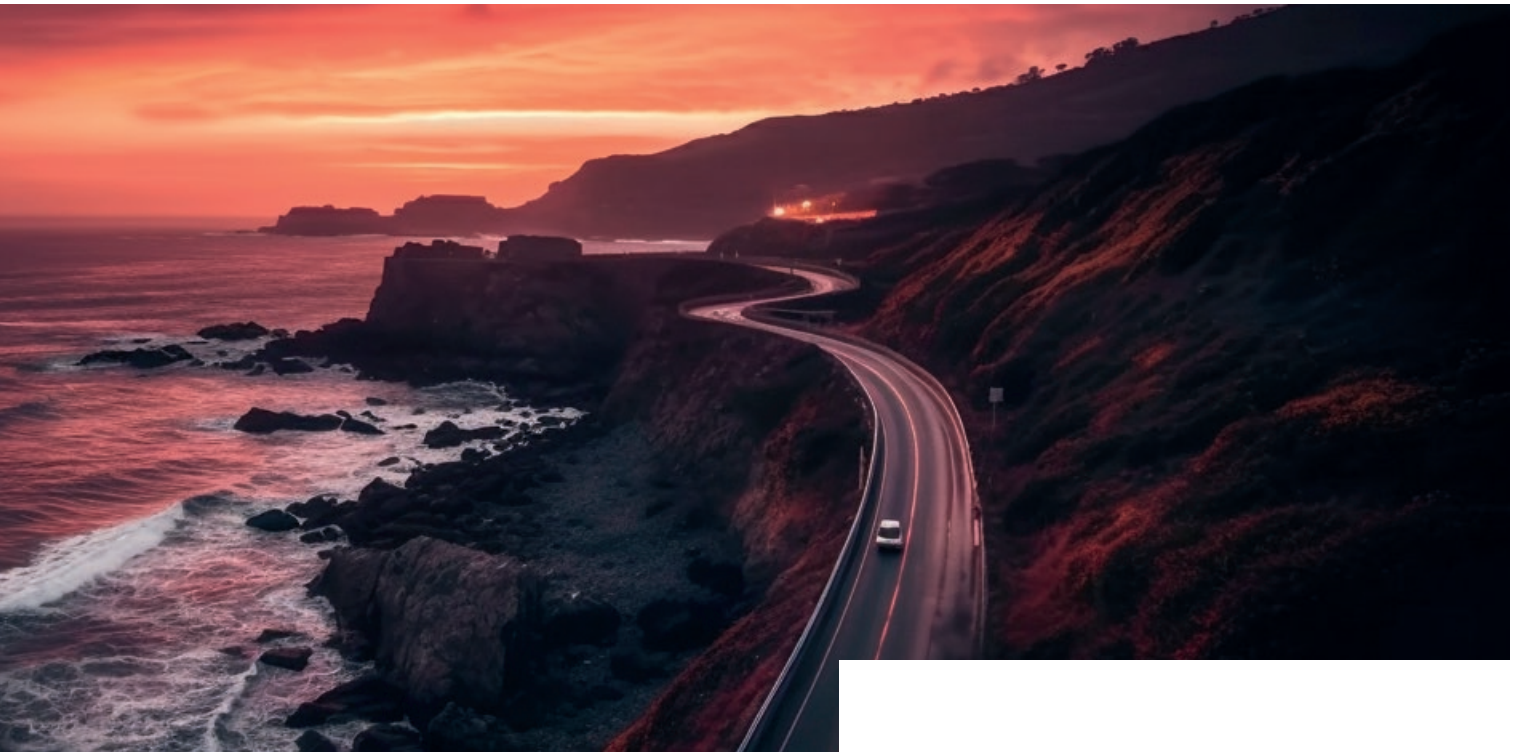
by Bianca Maria Novarese

Secondipity was born as a passion project and originated at the death of our soul inspiration, my beloved grandma Bianca Rachele. My mother and I continue in her legacy of preserving the old valued things with the medium of the new. The new originates from the old and the old is re-born in the new.

History is cyclic: we facilitate the motion of neglected things before men destroys them, dispersing in the environment. We believe that certain objects are bearers of a story in need to thread up and continue with its function span. Some things are forgotten, yet not gone. Where something dies, something else is born.

Secondopity è nato come progetto di passione e ha avuto origine alla morte della nostra anima ispiratrice, la mia amata nonna Bianca Rachele. Mia madre e io continuiamo la sua eredità di preservare le cose antiche e preziose grazie al supporto degli strumenti moderni. Il nuovo nasce dal vecchio e il vecchio rinasce nel nuovo.

La storia è ciclica: facilitiamo il movimento delle cose trascurate prima che l'uomo le distrugga, disperdendole nell'ambiente. Crediamo che certi oggetti siano portatori di una storia che ha bisogno di essere riportata in vita e di continuare il suo ciclo di vita. Alcune cose sono dimenticate, ma non sono scomparse. Dove qualcosa muore, nasce altro.



The idea behind Secondipity was born in 2020 as the creative founder relocated from her sunny California, where she studied and operated as an Interior Architect, to our Switzerland, Ticino. She grew up in a family "collector" of beautiful things and carried on the tradition in the dream to make this passion a career to serve privates and fellow mates professionals, by creating a local and international community in the belief of surrounding oneself into the beauty which lies in objects forgotten but not gone. Present objects we all accumulate at different titles (hoarders, inheritance, collectors) in our spaces, in disuse, with a full life span ahead when identified and optimized.

That does not necessarily imply "new" things, but what is old can become "new" again through an identification revival process.

L'idea di Secondipity è nata nel 2020, quando la creativa fondatrice si è trasferita dalla soleggiata California, dove ha studiato e lavorato come architetto d'interni, nella nostra Svizzera, in Ticino. Cresciuta in una famiglia di "collezionisti" di cose belle, ha portato avanti la tradizione nel sogno di fare di questa passione una carriera al servizio di privati e colleghi professionisti, creando una comunità locale e internazionale nella convinzione di circondarsi della bellezza che risiede negli oggetti dimenticati ma non scomparsi. Oggetti presenti che tutti noi accumuliamo a diverso titolo (accaparramento, eredità, collezionismo) nei nostri spazi, in disuso, con una vita intera davanti a sé, se identificati e valorizzati. Ciò non implica necessariamente cose "nuove", ma ciò che è vecchio può diventare nuovamente "nuovo" attraverso un processo di identificazione e rilancio.

California was to her a formative playground for the design world with all new construction and exciting projects that exposed the Italian to the other face of earth. Homes filled with all kinds of wonders, but empty because nobody was using them. Nonetheless the trend was NEVER to dispose the unused goods, rather re-sell or re-purpose.

Her grounds were nonetheless solidly anchored to her heritage and past. Where she came from after all.

Once settled down in Melide in 2020:

- On one hand, she soon recognized the same tendency of accumulating stuff at home, making no use of it. Beautiful luxurious home pieces full of life, forgotten and dusty. As opposed to the Old West, the local ticinese privates would simply dispose of these items. At times because ignoring its value, at times because they simply had no idea how to market them. In a saturated market, where finding something for a buyer is like looking for a needle in the haystack.

- At the same time a market search in the local antiquarian and home design resellers underlined the lack of structure and visibility that these marketers experienced, all united in the same issue: unsold inventory accumulated with no market margin.

Not because the market does not exist! Simply because their potential virtual selling outlets are NOT open. The digitalization of their inventory is inexistent.

- On the other hand: just on the other side of Switzerland, the design pros, avid collectors struggle to find the same unwanted pieces -neglected here-geographically closely. And they are ready to pay the right proper price tag the real market calls for.

La California è stata per lei un parco giochi formativo per il mondo del design, con tutte le nuove costruzioni e gli entusiasmanti progetti che mostravano all'Italiana l'altra faccia della terra. Case piene di meraviglie di ogni tipo, ma vuote perché nessuno le usava. Tuttavia, la tendenza non era MAI quella di disfarsi dei beni inutilizzati, piuttosto di rivenderli o riutilizzarli.

Le sue radici erano comunque solidamente ancorate alla sua eredità e al suo passato. In fin dei conti, era il luogo da cui proveniva.

Una volta stabilitasi a Melide nel 2020:

- Da un lato, nota la stessa tendenza ad accumulare oggetti in casa, senza utilizzarli. Belli e lussuosi accessori pieni di vita, dimenticati e impolverati. Al contrario del vecchio West, i ticinesi privati si disfacevano semplicemente di questi oggetti. A volte perché ne ignoravano il valore, altre volte perché semplicemente non avevano idea di come commercializzarli. In un mercato saturo, dove trovare qualcosa per un acquirente è come cercare un ago nel pagliaio.

- Allo stesso tempo, una ricerca di mercato presso i rivenditori locali di antiquariato e di design per la casa ha messo in evidenza la mancanza di struttura e di visibilità di questi operatori, tutti accomunati dallo stesso problema: l'inventario invenduto si accumulava senza alcun margine di mercato.

Non perché il mercato non esista! Semplicemente perché i loro potenziali punti vendita virtuali NON sono operativi. La digitalizzazione del loro inventario è inesistente.

- Dall'altro lato, esattamente dall'altra parte della Svizzera, i professionisti del design, i collezionisti accaniti lottano per trovare gli stessi pezzi indesiderati - qui trascurati - geograficamente vicini. E sono pronti a pagare il giusto prezzo che il mercato reale richiede.

Bianca Maria Novarese

The disconnection among these customer potential typologies causes:

1. more disposed valuable items ending up in eco-centers, polluting, weighing to the environment and financially to municipalities.

2. privates miss out on making a profit on their unrecognized valuable pieces

3. design pros, collectors, buyers struggle to find what they're looking for, so they pour to mass market alternatives, encouraging a mega-polluting mass market with no real value.

La disconnessione tra queste tipologie di clienti potenziali provoca:

1. un maggior numero di oggetti di valore smaltiti che finisce negli ecocentri, inquinando, pesando sull'ambiente e finanziando i comuni.

2. i privati non riescono a trarre profitto dai loro pezzi di valore non riconosciuti

3. i professionisti del design, i collezionisti, gli acquirenti faticano a trovare ciò che cercano; quindi, si rivolgono alle alternative del mercato di massa, incoraggiando un mercato altamente inquinante e privo di valore reale.

Model S
Plaid

BOOK A TEST DRIVE NOW

Tesla Ticino

Via San Gottardo 27 - 6593 Cadenazzo

Tel: +41 912101130

E-mail: cadenazzo_sales@tesla.com

I am a customer of Jetika Group SA and thanks to them I had the opportunity to drive a Tesla Model S Plaid on the road. I am truly excited to share with you this review regarding my Test Drive, a well-rounded experience in the technological world of Tesla.

I have always been skeptical of electric vehicles and a big fan of eight-cylinder engines, but what I experienced in the Model S Plaid exceeded all my expectations regarding electric motors.

The driving experience is indescribable and the comfort is on par with any limousine. The acceleration given by the 1100 hp of the emission-free engine is breathtaking, and the controls on the steering wheel resemble a science fiction movie rather than a car. Thanks to the three electric motors, the Model S Plaid sprints from 0 to 100 km/h in just 2 seconds with the quietness of a feather.

Tesla has gained an unreachable advantage in technology. The feeling of being in the future and contributing to our environment is exceptional and priceless.

A vehicle of this caliber will hardly be matched.

Thank you Tesla and thank you Jetika Group, two companies where you can always expect excellent service.

Sincerely, a Tesla and Jetika Group customer

Sono un cliente di Jetika Group SA e grazie a loro ho avuto la possibilità di guidare su strada una Tesla Model S Plaid. Sono davvero felice di presentarvi questa recensione relativa al mio Test Drive, un'esperienza a tutto tondo nel tecnologico mondo di Tesla.

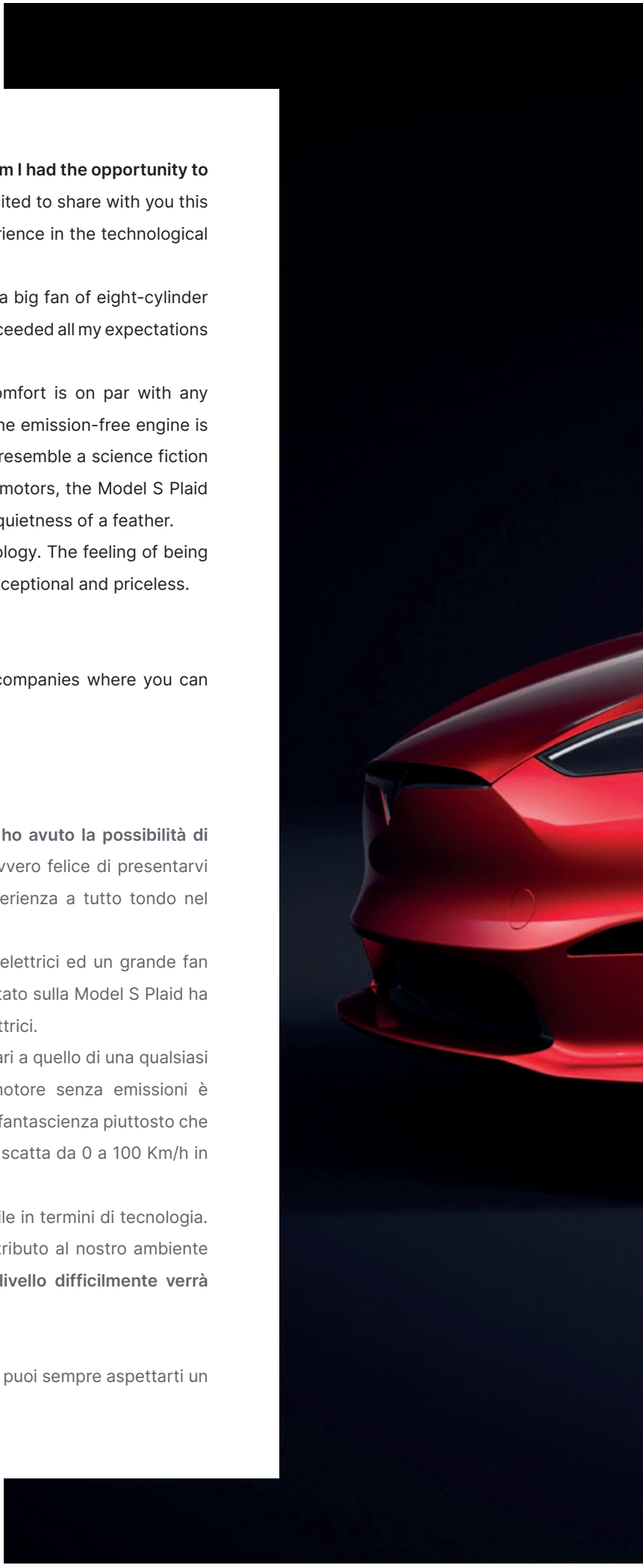
Sono stato a lungo scettico nei confronti dei veicoli elettrici ed un grande fan dei motori ad otto cilindri, ma quello che ho sperimentato sulla Model S Plaid ha superato ogni mia aspettativa riguardante i motori elettrici.

L'esperienza di guida è indescrivibile e il comfort è pari a quello di una qualsiasi limousine. L'accelerazione data dai 1100 CV del motore senza emissioni è mozzafiato, e i comandi al volante ricordano un film di fantascienza piuttosto che un'auto. Grazie ai tre motori elettrici, la Model S Plaid scatta da 0 a 100 Km/h in appena 2 secondi con la silenziosità di una piuma.

Tesla ha guadagnato ormai un vantaggio irraggiungibile in termini di tecnologia. La sensazione di essere nel futuro e di dare un contributo al nostro ambiente è eccezionale e impagabile. **Un veicolo di questo livello difficilmente verrà eguagliato.**

Grazie Tesla e grazie Jetika Group, due aziende dove puoi sempre aspettarti un servizio eccellente.

Cordialmente, un cliente Tesla e Jetika Group



Quickest accelerating car in production today

Acceleration: 0-100 km/h: 2.1s

Power: 1100+ hp

Range (WLTP): 600 km

Top Speed: 322 km/h

Three high performance motors with carbon-sleevedrotors

Torque vectoring

Carbon fiber spoiler

L'auto più scattante attualmente in produzione

Accelerazione: 0-100 km/h: 2.1 s

Potenza: 1100+ cv

Autonomia (WLTP): 600 km

Velocità massima: 322 km/h

Tre motori ad alte prestazioni con rotori rivestiti in carbonio

Torque Vectoring

Spoiler in fibra di carbonio

FELICE-MENTE

Happy-Mind

DR. ELISA ALLOCCO

Psychologist, Family Mediator, Counsellor, Food Reporter and Serial Walker.

Years ago, following the profound suffering caused by the bereavement of my mother, I decided to leave my well-established career as a Marketing Manager in Milan to dedicate my entire life to helping and accompanying people to find themselves and regain their psychosomatic well-being.

In addition to Psychology, I also write for the Italian Food & Wine magazine "Identità Golose". Since 2017 I have started to undertake long-distance solo journeys around the world: from these journeys come logbooks made up of adventures, reflections, ideas and sharing that I collect in my blog @lapsicologavagabonda available on Instagram and Facebook.

Psicologa, Mediatrice Familiare, Counselor, Food Reporter e Camminatrice seriale.

Anni fa, a seguito della profonda sofferenza causata dal lutto di mia madre, ho deciso di abbandonare la consolidata carriera di Marketing Manager a Milano per dedicare tutta la mia vita ad aiutare e accompagnare le persone a ritrovarsi e a riconquistare il proprio benessere psicosomatico.

Oltre che di Psicologia scrivo anche per il magazine Italiano di Food & Wine "Identità Golose".

Dal 2017 ho iniziato ad intraprendere cammini in solitaria a lunga percorrenza in tutto il mondo: da questi viaggi nascono diari di bordo fatti di avventure, riflessioni, idee e condivisioni che raccolgo nel mio blog @lapsicologavagabonda disponibile su Instagram e Facebook.

Let us admit it. Happiness is one of the most pursued and sought-after chimeras by poets, singers, writers, and sages of all times and all over the world, since ever. Is it because all the meaning and significance of our lives really lies there? The answer is yes, but only in part.

Partly because if happiness becomes an obsession, a status to be attained at all costs and by all means, then it is easy to lock oneself up in that cage which, although golden, will imprison us, condemning us inexorably to its opposites: sadness and eternal dissatisfaction.

Partly also because, on the contrary, it can happen that one is so immersed in 'doing' that one forgets to 'be'... happy.

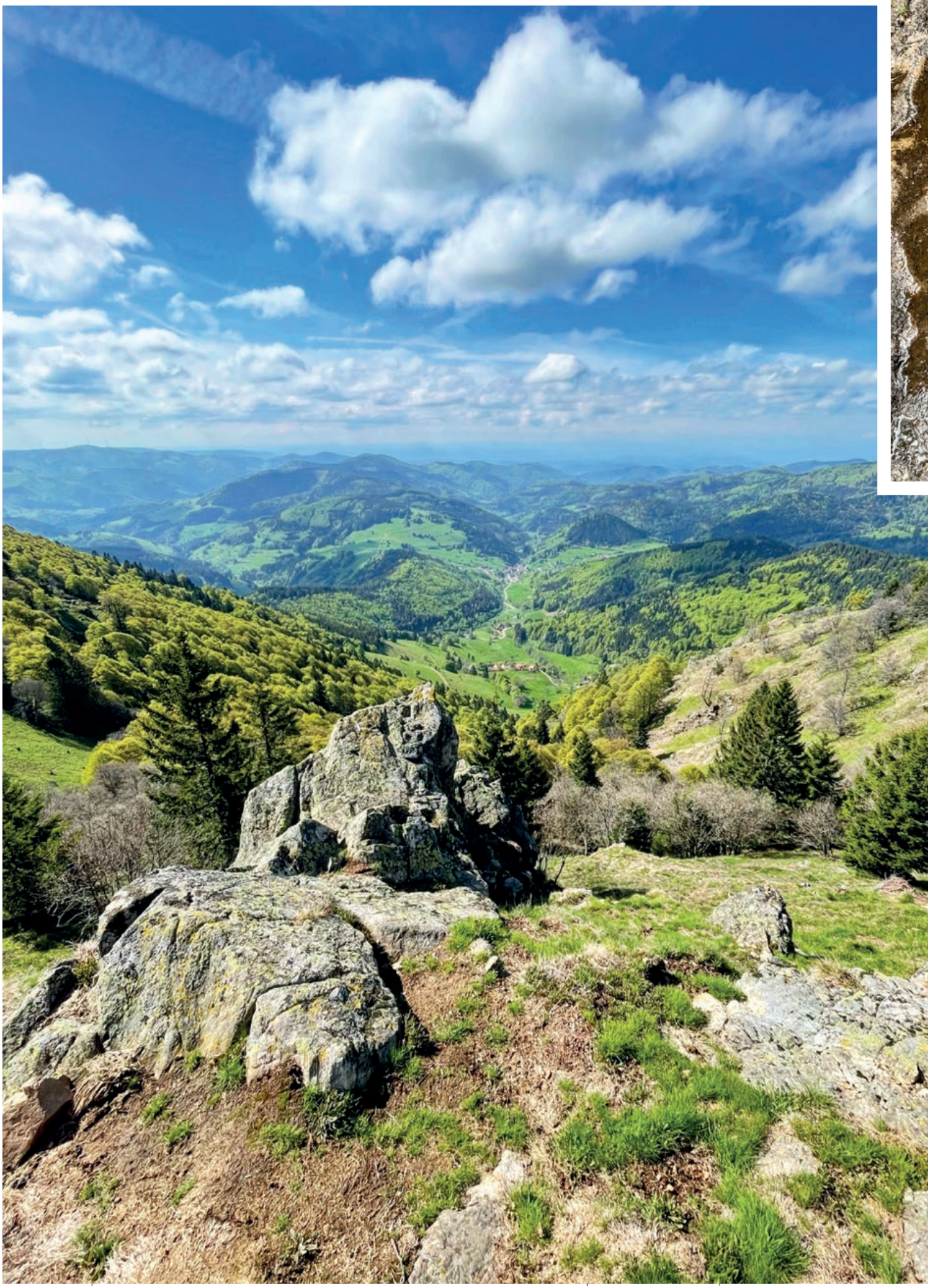
A good question to start with at the beginning of our day as we brush our teeth in the morning or drink our coffee could then be: what will I be (or NOT be), today, to 'be' happy? ...'I will be' and not 'do'...

Ammettiamolo. La felicità è una delle chimere più inseguite e ricercate da poeti, cantori, letterati e saggi di tutti i tempi e di tutto il mondo, da sempre. Sarà perché sta davvero lì tutto il senso e il significato della nostra vita? La risposta è sì, ma solo in parte.

In parte perché se la felicità diventa un'ossessione, uno status da raggiungere a tutti i costi e con tutti i mezzi, ecco che allora si fa presto a rinchiudersi in quella gabbia che, seppur dorata, ci imprigionerà condannandoci inesorabilmente ai suoi opposti: tristezza ed eterna insoddisfazione.

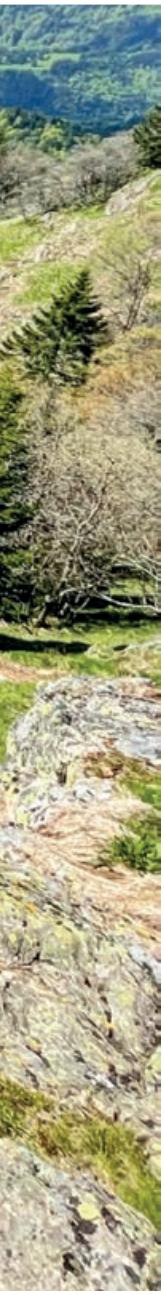
In parte anche perché, al contrario, può capitare che si sia così immersi nel "fare" da dimenticarsi di "essere"... felici.

Una buona domanda con cui partire all'inizio della nostra giornata mentre ci laviamo i denti la mattina o beviamo il caffè potrebbe allora essere: cosa sarò (o NON sarò), oggi, per "essere" felice? ..."Sarò" e non "farò"...



You can have a lot, you can have (almost) anything but this happiness... where is it? Is there a geography of happiness? And what do we have to do to be happy?

Si può avere tanto, si può avere (quasi) tutto ma questa felicità... dov'è? Esiste una geografia della felicità? E cosa dobbiamo fare per essere felici?



Let us not delegate happiness to 'doing', let us not attribute it to events, to situations, let us not give others the power to define it, to call it by a name or a label that is not our own, to decide its extent and intensity. This is the first and biggest step that we can and must legitimise for ourselves.

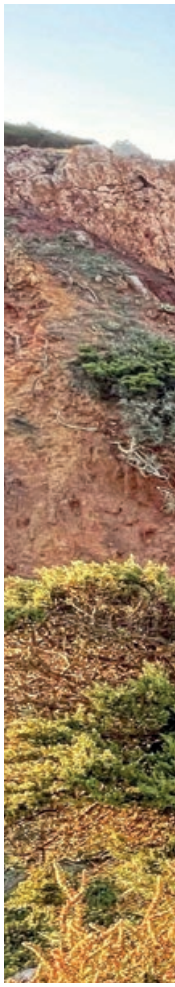
Happiness becomes 'elusive' when we look for it elsewhere, when we want to cage it up and enclose it in a beautiful enclosure of fragrant flowers and carefree birds, hoping that this will be enough to grab it saecula saeculorum, amen.

But happiness, by its very nature, is ethereal, intangible, immaterial and therefore can never be achieved with the gastronomic concept of 'a kilo of happiness, please'. Of course, this does not mean that every time we reach an important goal in our lives we will not be happy, but it does mean that we must understand that happiness resides and is nourished by ourselves rather than by our doing, our having, or even worse, by others and their expectations.

Non deleghiamo la felicità al "fare", non attribuiamola agli eventi, alle situazioni, non diamo il potere agli altri di definirla, di chiamarla con un nome o con un'etichetta che non sono quelle che ci appartengono, di deciderne l'entità e l'intensità. Questo è il primo e il più grande passo che possiamo e dobbiamo legittimarci.

La felicità diventa "sfuggente" quando la cerchiamo altrove, quando la vogliamo ingabbiare e richiudere in un bel recinto di fiori profumati e uccellini spensierati sperando che questo basti per accapparrarcela saecula saeculorum, amen.

Ma la felicità, per sua stessa natura è eterea, intangibile, immateriale e quindi non potrà mai essere raggiunta con il concetto gastronomico "un chilo di felicità, grazie". Certo questo non significa che ogni qual volta raggiungeremo un obiettivo importante della nostra vita non saremo felici ma significa che dobbiamo comprendere che la felicità risiede e si alimenta a partire da noi stessi piuttosto che dal nostro fare, dal nostro avere o ancor peggio dagli altri e dalle loro aspettative.



When I walked my first solo walk in 2017, the Camino de Santiago de Compostela in Spain, I remember that for weeks I tried to anaesthetise my pain and suffering by asking the questions and seeking the answers only outside of myself.

Yet, it was only when I started to cross the Mesetas, the 70-kilometre desert stretch with no trees and no shade, that the desolate and hypnotic landscape forced me to develop introspection, giving me the most beautiful journey of my life: the journey within myself. It was only then, listening to my discomfort, looking into the eyes of my suffering, feeling my emotions, letting the 'broken' pieces of me express themselves, that pain, sadness, despondency, and unhappiness finally began to breathe free within me.

Walking in nature for days helps us reclaim what is already ours from the beginning because it connects us to the places where we all come from, giving us back our original selves. Nature amplifies our senses, accompanies us to look inside ourselves, to welcome ourselves, to forgive ourselves, to start loving ourselves again for who we are, and finally to get in touch with limits that we think we have and that are instead mere resistances that prevent us from finally taking flight in life.

Quando nel 2017 ho percorso il mio primo cammino in solitaria, il Cammino di Santiago de Compostela in Spagna, ricordo che per settimane ho cercato di anestetizzare il mio dolore e la mia sofferenza ponendo le domande e cercando le risposte solo al di fuori di me.

Eppure, solo quando ho iniziato ad attraversare le Mesetas, il tratto desertico di 70 chilometri senza alberi e senza ombra, il paesaggio desolato e ipnotico mi ha obbligato a sviluppare l'introspezione, regalandomi il più bel viaggio della mia vita: il viaggio dentro me stessa. Solo allora, ascoltando il mio malessere, guardando negli occhi la mia sofferenza, percependo le mie emozioni, lasciando che i pezzi "rotti" di me si esprimessero, ecco che dolore, tristezza, sconforto e infelicità hanno iniziato a respirare finalmente liberi dentro di me.

Camminare nella natura per giorni ci aiuta a riappropriarci di ciò che è già nostro dai primordi perché ci connette ai posti da dove tutti noi veniamo, restituendoci la nostra parte originale. La natura amplifica i nostri sensi, ci accompagna a guardarci dentro, ad accoglierci, a perdonarci, a ricominciare ad amarci per quello che siamo e infine a prendere contatto con limiti che crediamo di avere e che invece sono semplici resistenze che ci impediscono di prendere finalmente il volo nella vita.

Giving up happiness is like giving up ourselves. Is it really worth it?

Having debunked the myth that happiness lies elsewhere and understood that it is within everyone's reach, how should we then behave if we are unhappy? What should we do?

Every single human being has his or her own natural path to happiness, but don't worry: if we lose it or are convinced that we have not yet found it, the soul will help us find it. How? By sending signals to our body which, if not listened to for a long time, can become symptoms and disorders, even very annoying ones: these are the so-called psychosomatic disorders which, in the absence of a known cause or organic damage, manifest themselves for psychological reasons, expressing a global malaise in our being.

Rinunciare alla felicità equivale a rinunciare a noi stessi. Ne vale veramente la pena?

Scardinato il mito che la felicità sia altrove e compreso che sia alla portata di tutti, come ci dobbiamo quindi comportare se siamo infelici? Cosa dobbiamo fare?

Ogni singolo essere umano ha una propria strada naturale della felicità da percorrere, ma tranquilli: se la smarriamo o siamo convinti di non averla ancora trovata ci pensa l'anima ad aiutarci a ritrovarla. Come? Inviando dei segnali al nostro corpo che se non ascoltati per lungo tempo possono diventare sintomi e disturbi anche molto fastidiosi: sono i cosiddetti disturbi psicosomatici che, in assenza di una causa o un danno organico noto, si manifestano per ragioni di tipo psicologico esprimendo un disagio globale del nostro essere.

It is enough then to pay attention to these messages that our soul, our psyche sends us through the body, such as anxiety, stress, depression, frustration, insecurity, apathy, panic attacks, but also back pain, insomnia, dermatitis, headaches, gastritis, bulimia, etc., to stop and ask ourselves: which parts of us do we repress? Which emotions do we stifle and do not give ourselves permission to express? What parts of us do we sacrifice for others? What masks do we wear out of fear or judgement of others?

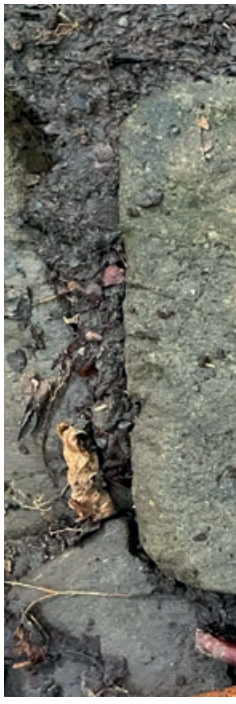
We are unhappy and sick because we turn away from ourselves, our way of being, our inclinations. We stifle our true nature, we renounce our desires and our identity, we sacrifice our freedom of verbal and emotional expression.

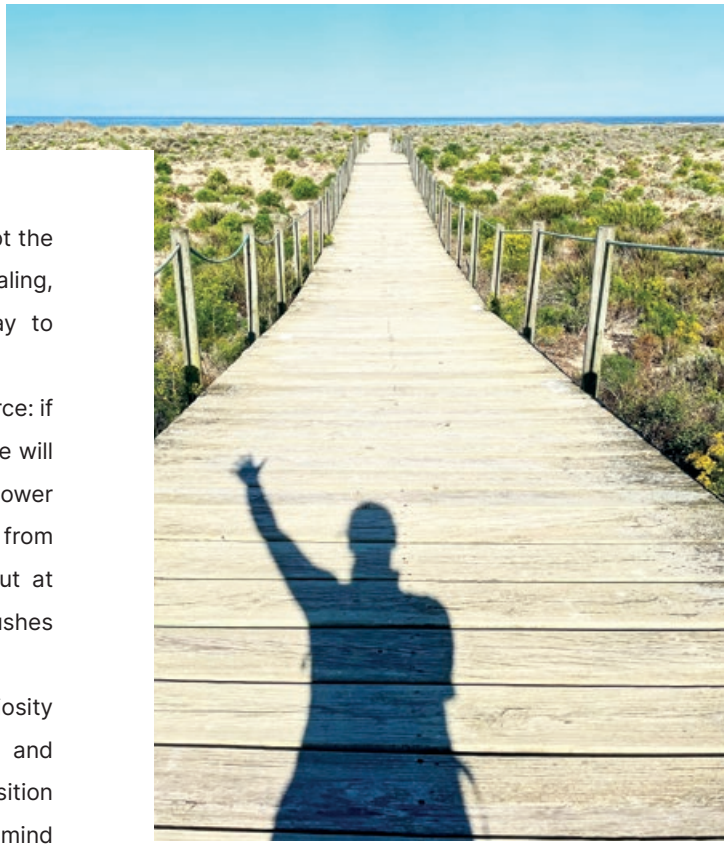
The time has come to embrace our fragility, which is not synonymous with weakness as they would have us believe but is on the contrary our greatest strength: it is thanks to her that we can understand what we really need to be happy.

Basterà allora prestare attenzione a questi messaggi che la nostra anima, la nostra psiche ci inviano attraverso il corpo come ansia, stress, depressione, frustrazione, insicurezza, apatia, attacchi di panico, ma anche mal di schiena, insonnia, dermatiti, cefalee, gastriti, bulimia etc., fermarci e chiederci: quali parti di noi reprimiamo? Quali emozioni soffochiamo e non ci diamo il permesso di esprimere? Quali parti di noi sacrifichiamo per gli altri? Quali maschere indossiamo per la paura o per il giudizio degli altri?

Siamo infelici e ci ammaliamo perchè ci allontaniamo da noi stessi, dal nostro modo di essere, dalle nostre inclinazioni. Soffochiamo la nostra vera natura, rinunciamo ai nostri desideri e alla nostra identità, sacrifichiamo la nostra libertà di espressione verbale ed emotiva.

È giunto il momento di abbracciare la nostra fragilità che non è sinonimo di debolezza come ci vogliono convincere, ma che è al contrario il nostro più grande punto di forza: è proprio grazie a lei che possiamo infatti comprendere ciò di cui abbiamo veramente bisogno per essere felici.





If we change our perspective, if we accept the paradox that in unhappiness there is healing, then unhappiness can become the way to happiness.

Unhappiness can become an ally, a resource: if we listen to it, if we listen to ourselves, we will create the cathartic effect that has the power to move us, moving us powerfully away from malaise: unhappiness overwhelms us, but at the same time it shakes our souls and pushes us to get back into the game.

In conclusion: even if we read with curiosity graphs and statistics about happiness and love, happiness and marriage, the composition of happiness, and so on, we must bear in mind that, like Ulysses wants to return to his beloved Ithaca, we too must return to the realisation that our happiness resides within us and never outside us and that we are the only sailors who have the helm throughout this voyage, which is called life.

Se cambiamo la prospettiva, se accettiamo il paradosso che nel disagio vi sia la guarigione, ecco che allora l'infelicità può diventare la via maestra per essere felici.

L'infelicità può diventare un'alleata, una risorsa: se la ascoltiamo, se ascoltiamo noi stessi, creeremo l'effetto catartico che ha il potere di muoverci, spostandoci prepotentemente lontani dal malessere: l'infelicità ci travolge ma al contempo scuote la nostra anima e ci spinge a rimetterci in gioco.

In conclusione: anche se leggiamo con curiosità grafici e statistiche su felicità e amore, su felicità e matrimonio, sulla composizione della felicità e via dicendo, dobbiamo tenere presente che, come Ulisse vuole fare ritorno alla sua amata Itaca, anche noi dobbiamo tornare alla consapevolezza che la nostra felicità risieda in noi e mai fuori di noi e che siamo gli unici marinai ad averne il timone per tutto il tempo di questo viaggio, che si chiama vita.

FILIPPO ONGARO

We are what we eat.

Siamo ciò che mangiamo.

It has been talked about for many years now and there is no longer any doubt: food plays a fundamental role in protecting our health or promoting disease. It is said that everything depends on our choices, and to a large extent this is certainly true. The staggering increase in obesity and cardio-metabolic diseases that we have witnessed in recent decades in the western world is largely the result of poor food and lifestyle choices.

But there is another aspect that we cannot overlook: how many of these choices are conscious and how many are the result of a natural tendency to give in to temptation, a tendency that modern, tasty, high-calorie food has certainly emphasised?

Today, we are literally surrounded by an immense amount of delicious though not always healthy food. These foods are often irresistible and difficult to control in terms of dosage for the hunger regulation centres that are calibrated for an ancient world where food was scarce.

The fact of being particularly attracted to food was obviously a great survival advantage for primitive man. Hunger, the desire for something to eat and the pleasure given by consuming it were decisive factors that drove man to the great exertions of obtaining nourishment.

Today, in a world where supermarkets are present on every corner, the situation is very different but our brains remain the same.

Se ne parla ormai da molti anni e non ci sono più dubbi: il cibo gioca un ruolo fondamentale nel proteggere la nostra salute o nel favorire le malattie. Si dice che tutto dipende dalle nostre scelte e sicuramente in buona parte è vero. L'aumento vertiginoso di obesità e malattie cardio metaboliche a cui abbiamo assistito nelle ultime decadi in occidente è in gran parte frutto di scelte alimentari e di vita errate.

Ma esiste un altro aspetto che non possiamo non prendere in considerazione: quante di queste scelte sono consapevoli e quante invece sono frutto di una tendenza naturale a cedere alle tentazioni, tendenza che il cibo moderno, buono e ipercalorico, ha sicuramente enfatizzato?

Oggi siamo letteralmente circondati da una quantità immensa di cibi buonissimi anche se non sempre sani. Sono cibi spesso irresistibili e difficili da controllare in termini di dosaggio per i centri di regolazione della fame che sono tarati per un mondo antico dove il cibo era scarso. Il fatto di essere particolarmente attratti dal cibo era ovviamente un grande vantaggio in termini di sopravvivenza per l'uomo primitivo. La fame, il desiderio di cibo e il piacere dato dall'assumerlo erano fattori determinanti a spingere l'uomo ad affrontare le grandi fatiche legate al procurarsi da mangiare.

Oggi, in un mondo dove i supermercati sono presenti ad ogni angolo, la situazione è molto diversa ma il nostro cervello è rimasto lo stesso.

The massive presence of sweet, fatty, salty and very tasty (often cheap) foods leads us to lose control over our intake and become almost addicted to them.

This phenomenon is then associated with another aspect: the sedentary nature that is still so widespread. Also in our evolutionary past, a tendentially lazy nature ensured recovery after the immense exertions of daily life.

In short, we can say it's not all our fault!

We also know that food is strongly linked with the emotional sphere and has an extraordinary power to generate pleasure. This is why it becomes an easy refuge for when we experience negative emotions such as fear, loneliness, or anger.

Having said all this, however, we are endowed with free will and can educate our responses in such a way as to obtain the great health benefits that food can offer us.

It would only take a few simple actions to make a big difference:

1. use whole grains instead of refined grains and reduce sugar to a minimum
2. use healthy fats such as extra virgin olive oil, omega 3 from fish and butter in small doses
3. favour quality proteins such as fish, eggs, pulses, and lean meats
4. abound with vegetables
5. eat a little less in general
6. leave room for a few snacks to be enjoyed guilt-free

Finally, we should not forget that the food we choose to eat also has to do with environmental sustainability. Favouring genuine, simple, and local food is not only good for us but also for the planet. And never before has this become more important. Just think about it every time you make a choice.

La presenza massiccia di alimenti dolci, grassi, salati e molto gustosi (e spesso poco costosi) ci porta a perdere il controllo sulle dosi e a diventarne quasi dipendenti.

Questo fenomeno si associa poi con un altro aspetto: la sedentarietà che è ancora così diffusa. Sempre nel nostro passato evolutivo un'indole tendenzialmente pigra garantiva il recupero dopo le immense fatiche della vita quotidiana. Insomma possiamo dire che non è tutta colpa nostra!

Sappiamo poi che il cibo è fortemente legato con la sfera emotiva e ha un potere straordinario nel generare piacere. Per questo diventa rifugio facile per quando viviamo emozioni negative come la paura, la solitudine o la rabbia.

Detto tutto questo siamo dotati però di libero arbitrio e possiamo educare le nostre risposte in modo tale da ottenere i grandi benefici salutistici che il cibo è in grado di offrirci.

Sarebbero sufficienti poche semplici azioni per fare una grande differenza:

1. utilizzare cereali integrali invece che raffinati e ridurre gli zuccheri al minimo
2. usare grassi sani come olio extravergine d'oliva, omega 3 dal pesce e burro in piccole dosi
3. prediligere proteine di qualità come pesce, uova, legumi e carni magre
4. abbondare con la verdura
5. mangiare in generale un po' meno
6. lasciare spazio per qualche sgarro da godersi senza sensi di colpa

Infine non possiamo dimenticarci che il cibo che scegliamo di mangiare ha a che fare anche con la sostenibilità ambientale. Prediligere alimenti genuini e semplici e il chilometro zero non è cosa positiva solo per noi ma anche per il pianeta. E mai come oggi questo diventa importante. Pensaci ogni volta che fai una scelta.

GLOBAL JET

CHARTER & BROKERAGE

Global Jet is privately owned by its founders and manages private and commercial aircraft for international corporations, financial institutions, and high net worth individuals. As well as being **one of the largest operators** in the world, Global Jet also manages one of the most diverse fleets in the world, with more than **35 aircraft types** from established manufacturers such as: **Bombardier, Gulfstream, Dassault, Embraer, Pilatus, Cessna, Airbus and Boeing**. The company operates under the highest international standards and aviation regulations currently applicable.

With more than **23 years of experience**, Global Jet constantly innovates to ensure the highest level of **safety, quality, and service for their customers**.

Global Jet has more than **600 dedicated employees** based across **10 offices** around the world, devoted to delivering excellence, at every touchpoint.

With a strategic focus on **Aircraft Management, Charter & Brokerage, Sales & Acquisitions and Design & Completion**, the company has established itself as a reliable and trusted partner in the sector.

Through its Aircraft Management services, Global Jet ensures seamless operations, optimized costs, the highest levels of transparency in the industry and enhanced asset values for aircraft owners.

Their Charter & Brokerage division facilitates tailored private jet charters, offering access to a vast network of operators and aircraft worldwide.

In the Aircraft Sales & Acquisitions department, Global Jet provides expert guidance and comprehensive market analysis, assisting clients in acquiring or selling an aircraft. Additionally, their Sales & Acquisitions expertise streamlines the buying process, delivering optimal outcomes for clients. With these distinct cores, Global Jet continues to drive its growth, meeting diverse client needs while remaining at the forefront of the aviation industry. The company is a specialist in sourcing 'off market' aircraft via its relationship with partners and direct owners across the world.

Furthermore, Global Jet continues to innovate to ensure the highest levels of safety, quality, and services for their customers by developing new systems and procedures to be at the cutting edge of technology.

Contacts

globaljet.aero
sales@globaljet.ch
+41 22 939 30 85
for your Charter Requests

GLOBAL JET
CHARTER & BROKERAGE
ANY PLANE. ANY TIME. ANY PLACE.
CHARTER & BROKERAGE
AIRCRAFT MANAGEMENT
AIRCRAFT SALES & ACQUISITIONS
DESIGN & COMPLETION MANAGEMENT

sales@globaljet.ch
T +41 22 939 30 85
GLOBALJET.AERO

The novel of the future is not just a novel.

Interview with the writer and lawyer Lars Schlichting, author of 'Spirit of Napa Tei', a science fiction novel that has already become a metaverse.

Mr Schlichting, you are an established lawyer as one of the best professionals in the digital world. What led you to write a science fiction novel?

Writing is a passion. Throughout my career I have written several legal essays, but over the years this story about a boy who went on an interplanetary journey encountering different alien races had been born in my head and at some point, I had to get it out and put it down on paper. Writing has been a panacea and I understand very well why it is said that nowadays there are more writers than readers.

Your novel caught the attention of Urania, Mondadori's historic science fiction series, which publishes sacred monsters of global science fiction. How did you succeed?

Publishing a novel is extremely difficult. Even if the work is good, the risk that publishers will not read it is very high. My case is an example. I had also sent my manuscript to Mondadori, but without receiving a reply. Then I saw that Urania organises a literary competition every year, I wanted to participate but my novel was

Signor Schlichting, lei è un avvocato affermato quale uno dei migliori professionisti nel mondo digitale. Cosa l'ha portata a scrivere un romanzo di fantascienza?

Scrivere è una passione. Nel corso della mia carriera ho scritto diversi saggi giuridici, ma negli anni nella mia testa era nata questa storia di un ragazzo che affrontava un viaggio interplanetario incontrando diverse razze aliene ed a un certo punto ho dovuto farla uscire e metterla su carta. Scrivere è stato un toccasana e capisco molto bene perché si dice che oggigiorno ci siano più scrittori che lettori.

Il suo romanzo ha colto l'attenzione di Urania, la storica collana di fantascienza di Mondadori, che pubblica mostri sacri della fantascienza mondiale. Come ci è riuscito?

Pubblicare un romanzo è estremamente difficile. Anche se il lavoro è buono, il rischio che gli editori non lo leggano è molto alto. Il mio caso è un esempio. Avevo mandato il manoscritto anche a Mondadori, ma senza ricevere risposta. Poi ho visto che Urania

Intervista con lo scrittore e avvocato Lars Schlichting, autore di "Spirito di Napa Tei", romanzo di fantascienza che è già diventato un metaverso.

too long, so I only sent half of it. Of course, with an incomplete story I did not win, but it was enough for someone to read it and find it of interest. I was contacted, asked for the ending, they liked it, and the book was published.

Science fiction is a niche genre, yet your book is quite successful. How do you explain this?
The novel takes place in the future, in 2178 to be exact, but the plot could take place in different historical periods of our world. The book tells of the fear of the different, of the encounter between different races, where the technologically least advanced people are the most resourceful, of deception, power struggles, prophecies and much more. All in a fast pace and a story that is never predictable. I think readers identify with the characters, recognise the historical references, and want to know how this far-future adventure of theirs will end. All this is contributing to the success of the book.

Il romanzo del futuro non è solo un romanzo.

But it's not just a book.
No, indeed. Adventure books, and especially science fiction books, lend themselves very well to digital entertainment. We already have several films based on science fiction books; we made the first transposition in the metaverse. On 'The Nemesis', we built part of the book so that the reader can relive the vicissitudes of the characters through their avatar. In this way, those who know the book will be able to experience it in person, while others will get to know the book through the metaverse.

organizza ogni anno un concorso letterario, volevo partecipare ma il mio romanzo era troppo lungo, così ne ho mandato solo metà. Naturalmente con una storia incompleta non ho vinto, ma è stato sufficiente perché qualcuno lo leggesse e lo trovasse di interesse. Sono stato contattato, mi hanno chiesto il finale, è piaciuto e il libro è stato pubblicato.

La fantascienza è un genere di nicchia, eppure il suo libro sta riscuotendo un discreto successo. Come lo spiega?
Il romanzo si svolge nel futuro, nel 2178 per l'esattezza, ma in realtà la trama potrebbe svolgersi in diversi periodi storici del nostro mondo. Il libro racconta della paura del diverso, dell'incontro tra razze diverse, dove il popolo tecnologicamente meno avanzato è il più ricco di risorse, di inganni, lotte per il potere, profezie e tanto altro. Il tutto in un ritmo veloce e una storia mai scontata. Penso che i lettori si immedesimano nei personaggi, riconoscono i riferimenti storici e vogliono sapere come questa peripezia del loro lontano futuro andrà a finire. Tutto questo sta contribuendo al successo del libro.

Ma il suo non è solo un libro
No, infatti. I libri di avventura, e soprattutto quelli di fantascienza, si prestano molto bene per l'intrattenimento digitale. Abbiamo già diversi film tratti da libri di fantascienza, noi abbiamo realizzato la prima trasposizione nel metaverso. Su "The Nemesis" abbiamo costruito parte del libro per far rivivere al

Do you think other novels will follow this path in the future?

Absolutely. Developing your own meta-verse will become easier and cheaper. It will be like building your own website. In the early nineties, few brands embarked on building a rudimentary site. Today it's the same, meta-verses are still in their infancy, but I am convinced that in a few years they will be an integral part of our lives and that novelists will use them to make their work known to the world.

Lars Schlichting
Spirit of Napa Tei

But you didn't just do the metaverse.

No in fact, we also wanted to make a collection of NFT (Non Fungible Tokens), which are meant to be a kind of collectable digital figurines that can also interact with the metaverse.

In short, a science fiction novel that uses innovative tools already in the present.

That's right, I can only thank my profession, which has introduced me to exceptional people who have created incredible products that I have been able to use to introduce the book to the world. I hope that my example is an inspiration and that other people, in other fields, can use the same tools for their purpose.

lettore, tramite il proprio avatar, le peripezie dei personaggi. In questo modo chi conosce il libro potrà viverlo di persona, mentre altri conosceranno il libro grazie al metaverso.

Pensa che in futuro altri romanzi seguiranno questa via?

Assolutamente. Sviluppare il proprio metaverso diventerà sempre più facile e economico. Sarà come costruire il proprio sito internet. All'inizio degli anni novanta pochi brand si erano lanciati a costruire un rudimentale sito. Oggi è la stessa cosa, i metaversi sono ancora agli inizi, ma sono convinto che in pochi anni saranno parte integrante della nostra vita e che soprattutto gli autori di romanzi li useranno per far conoscere il proprio lavoro al mondo.

Ma lei non ha fatto solo il metaverso.

No infatti, abbiamo voluto anche realizzare una collezione di NFT (Non Fungible Token), che vogliono essere una sorta di figurine digitali collezionabili e che possono interagire anche con il metaverso.

Insomma, un romanzo di fantascienza che usa strumenti innovativi già nel presente.

Esatto, posso solo ringraziare la mia professione, che mi ha fatto conoscere persone eccezionali che hanno creato prodotti incredibili e che ho potuto usare per far conoscere il libro al mondo. Spero che il mio esempio sia di ispirazione e che altre persone, in altri ambiti, possano utilizzare gli stessi strumenti per il loro scopo.

GENERALI

Via Trevano 78, 6900 Lugano, Svizzera
Tel. +41 58 471 17 17

www.generali.ch

Luxury penthouse with spectacular lake view

Lussuoso attico con spettacolare vista sul lago

Lugano - Castagnola

GSM210V

Photos by Jetika Group.

COMMERCIAL AREA
180 SQM

ROOMS
4,5

BATHROOMS
2

PARKING LOTS
3

info@jetikagroup.com | +41 91 911 49 49

“Art Deco” villa surrounded by nature with pool

Villa “Art Deco” immersa nel verde con piscina

Capriasca

GSM219V

Photos by Andrea Cuscunà.

COMMERCIAL AREA
647 SQM

ROOMS
12

BATHROOMS
5

PARKING LOTS
8

info@jetikagroup.com | +41 91 911 49 49

THE TOKENISATION OF ASSETS

by Lars Schlichting

Tokenisation is a process by which a physical asset is to be made 'digital'. The procedure involves issuing a token on the blockchain and connecting this token with the asset to be tokenised.

Issuing tokens is a relatively simple procedure if there is no need to create automation rules in a smart contract. Already today, there are several platforms where the issuer only must indicate the number of tokens he wants to issue, his name and abbreviation, the wallet where he wants to receive them, and pay the fees and creation costs (called minting) to find the token in his wallet.

More complex, however, is the connection between token and the object to be tokenised. If the object is not digital, the connection can only be made through a contract that will regulate the token holder's rights to the object.

La tokenizzazione è un processo tramite il quale si vuole rendere "digitale" un asset fisico. La procedura prevede l'emissione di un token sulla blockchain e la connessione di questo token con l'asset che si vuole tokenizzare.

L'emissione del token è una procedura relativamente semplice se non vi è la necessità di creare delle regole di automatizzazione in uno smart contract. Già oggi esistono diverse piattaforme in cui l'emittente deve unicamente indicare il numero dei token che vuole emettere, il suo nome e abbreviazione, il wallet dove riceverli, pagare le spese e i costi di creazione (chiamato minting) per trovare il token nel proprio wallet.

Più complessa risulta invece la connessione tra token e l'oggetto da tokenizzare. Se l'oggetto non è digitale, la connessione può essere svolta solo tramite un contratto che regolerà i diritti del detentore del token verso l'oggetto.

The contract may provide for various rights: ownership, a simple right of use, a financial right or any other right the owner of the object wishes to confer on the token holder. It is therefore not the token that confers a right, but the contract attached to it. In fact, the token is merely an accounting element that proves ownership. When buying a token one must therefore always be clear about the right that the token represents in order to avoid nasty surprises.

Il contratto può prevedere diversi diritti: la proprietà, un semplice diritto d'uso, un diritto finanziario o qualsiasi altro diritto il proprietario dell'oggetto voglia conferire al detentore del token. Non è pertanto il token che conferisce un diritto, bensì il contratto ad esso collegato. Il token infatti è solo un elemento contabile che ne dimostra la detenzione. Quando si acquista un token bisogna pertanto sempre essere in chiaro sul diritto che tale token rappresenta, onde evitare brutte sorprese.

Depending on the type of right provided for in the contract, the token may have different qualifications. For example, if the contract confers on the token holder the right of ownership over the object, with the existence of a third-party custodian who must return that specific object at the token holder's first request, then the token itself represents the right of ownership of the object. If, on the other hand, the token only confers the right to receive the financial value of the object, but

A dipendenza del tipo di diritto previsto nel contratto, il token può avere diverse qualifiche. Ad esempio se il contratto conferisce al titolare del token il diritto di proprietà sull'oggetto, con l'esistenza di un custode terzo che dovrà restituire quell'oggetto specifico alla prima richiesta del proprietario del token, allora il token stesso rappresenta il diritto di proprietà dell'oggetto. Se invece il token conferisce unicamente il diritto di ricevere il valore finanziario dell'oggetto, ma non l'oggetto medesimo, il token si qualifica come valore mobiliare e sottostà alle normative finanziarie. Prendiamo ad esempio l'oro. Un token può

not the object itself, then the token qualifies as a securities value and is subject to financial regulations. Take gold as an example. A token can represent a certain amount of gold (e.g. 1 gram) as well as the simple value (the value of 1 gram of gold). This difference may appear subtle and insignificant, but it has a major impact at the legal level, where the token representing the amount of gold only allows for a delivery of physical gold, while the token allowing for a cash redemption is considered a security. In the latter case, the issuer of the token must draw up a prospectus, which, if above certain thresholds, must be approved prior to its publication. The drafting of the contract that binds the token to the object is therefore an extremely important act, as an incorrect contractualisation could change the qualification of the token from a real right, for which no approval is required, to a financial right, subject to the regulations on financial products and services.

Thanks to tokenisation, it will be possible to make assets that today are difficult to sell digital and liquid. For example, instead of selling an entire property or an important painting worth several million to a single buyer, through the public offering of tokens it is possible to digitally fragment a non-fungible asset, reach a large number of people via digital platforms and sell the object to many co-owners.

The number of platforms that help to tokenise and sell real assets is increasing day by day, the trend of digitalisation is now underway and will inevitably increase in the near future.

rappresentare una determinata quantità di oro (ad esempio 1 grammo) come pure il semplice valore (il valore di 1 grammo d'oro). Questa differenza può apparire sottile e insignificante, ma ha un grosso impatto a livello legale, laddove il token che rappresenta la quantità di oro permette solo una consegna di oro fisico, mentre il token che permette un riscatto in contanti, è considerato un valore mobiliare. In questo ultimo caso l'emittente del token dovrà redigere un prospetto che, qualora sopra determinate soglie, dovrà essere approvato prima della sua pubblicazione. La redazione del contratto che lega il token all'oggetto è pertanto un atto estremamente importante, in quanto un'errata contrattualizzazione potrebbe modificare la qualifica del token da un diritto reale, per il quale non è richiesta alcuna approvazione, ad un diritto finanziario, sottoposte alle normative sui prodotti e servizi finanziari.

Grazie alla tokenizzazione, sarà possibile rendere digitali e liquidi patrimoni che oggi sono difficili da vendere. Ad esempio, invece di vendere ad un unico acquirente un intero immobile o un importante quadro del valore di diversi milioni, tramite l'offerta pubblica di token è possibile frammentare digitalmente un asset non fungibile, raggiungere un importante numero di persone tramite piattaforme digitali e vendere l'oggetto ad un elevato numero di comproprietari.

Il numero di piattaforme che aiutano a tokenizzare e a vendere asset reali sta aumentando di giorno in giorno, il trend della digitalizzazione è ormai in atto e non potrà che incrementare nel prossimo futuro.

ROGANTINI

ELECT SERVICES

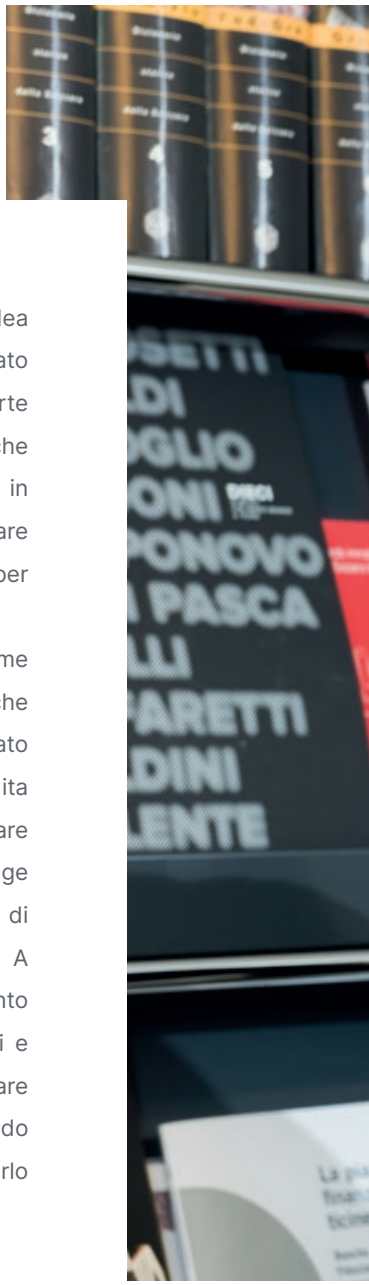
Turning every moment into a special one – your personal assistant in a world of luxury, comfort and limitless possibilities.

Rogantini is partner of Jetika Group.

MATTEO PAGANI

Residentia

An all-Ticino story.
Una storia tutta ticinese.



It was the year 2007 when the idea of creating a real estate fund dedicated to the market in Italian-speaking Switzerland was born. The strong demand from both Swiss and foreign clients to invest in residential property in Ticino and the legal restrictions to meet this demand gave me the impetus to look for a solution to this impasse.

After analysing the different legal forms and their implications, it turned out that a Swiss contractual fund with a market guaranteed by a bank for the purchase and sale of its 'shares', would have made it possible to avoid the restrictions imposed by the LAFE (Law regulating the purchase of real estate by foreigners) in a completely legal manner. Add to this the fact that real estate investment requires significant capital and specific know-how and can therefore be difficult for many. So, to the concept of a classic fund was added the idea of making it accessible also to small investors.

Correva l'anno 2007 quando è nata l'idea di creare un fondo immobiliare dedicato al mercato della Svizzera italiana. La forte richiesta da parte di clienti sia svizzeri che esteri di investire in immobili residenziali in Ticino e le limitazioni legali per soddisfare questa domanda mi hanno dato la spinta per cercare una soluzione a quest'impasse.

Dopo aver analizzato le diverse forme giuridiche e le loro implicazioni, è risultato che un fondo contrattuale svizzero con un mercato garantito da una banca per la compravendita delle sue "azioni", avrebbe permesso di evitare le restrizioni imposte dalla LAFE (Legge che regola l'acquisto di immobili da parte di stranieri) in modo assolutamente legale. A questo aggiungiamo il fatto che l'investimento immobiliare necessita di capitali importanti e un know-how specifico e può quindi risultare ostico a tanti. Quindi al concetto di un fondo classico si è aggiunta l'idea di renderlo accessibile anche ai piccoli investitori.

To emphasise even more the Ticino character of the project, I considered it essential that the main partners should also be local. I therefore contacted distinctly local financial institutions, creating an ideal team in my view: co-promoter and thus main partner the Banca dello Stato del Cantone Ticino and Cornèr Bank as custodian bank and guarantor of the market for the fund's shares.

Per enfatizzare ancor di più il carattere ticinese del progetto, ho ritenuto fondamentale che anche i partners principali fossero locali. Ho quindi contattato istituti finanziari spiccatamente locali creando un team a mio modo di vedere ideale: co-promotore e quindi partner principale la Banca dello Stato del Cantone Ticino e Corner Banca quale banca depositaria e garante del mercato di compravendita delle azioni del fondo.

It took two years of hard work to get to the launch of the fund on 30 June 2009.

An important part of the birth was obviously the raising of capital. I must admit that this was the disappointing part of the nascent project. Together with Mr. Genasci of Banca Stato, we focused on the local market with the conviction that, as we did with our internal Pagani Group clientele, other players in the marketplace such as trustees and other financial institutions would present the fund to their clients and then underwrite the issue of units in a major way. Apart from Cornèr and Banca Stato, there was little or no response, showing once again how in those years (I don't know how much the situation has improved today...) there was reluctance to invest in projects, however good, coming from a 'competing' trust company. Excuse the outburst!

In any case, the launch was successful, raising 40 million francs, a figure that allowed us to proceed with targeted property acquisitions, following a strategy agreed with Banca Stato of proposing moderate rents, thus giving the project a social emphasis, and accompanying this with regular renovations in the properties acquired.

Over the years and following its listing on the Zurich stock exchange in 2012, the fund has made inroads into the world of institutional investors in central Switzerland, which has allowed it to grow significantly, exceeding CHF 260 million in real estate assets. All in Ticino.

Residentia has worked extremely carefully, leaving growth aside at all costs and sticking to its initial strategy. I consider this choice to be absolutely wise: we have had a few examples of institutional investors who have made very large purchases throughout Ticino, but at exorbitant prices, showing that they had no knowledge whatsoever of our small but insidious market. The result is that they have had to record very

Ci sono voluti due anni di grande impegno per arrivare al lancio del fondo il 30 giugno 2009.

Parte importante della nascita è stata ovviamente la raccolta dei capitali. Devo ammettere che questa è stata la parte deludente della nascita del progetto. Con il dir. Genasci di Banca Stato, ci siamo concentrati sul mercato locale con la convinzione che, come abbiamo fatto noi con la nostra clientela interna al Gruppo Pagani, altri attori della piazza quali fiduciari e altri istituti finanziari, avrebbero presentato il fondo ai propri clienti sottoscrivendo poi in modo importante l'emissione delle quote. A parte Corner e Banca Stato, la risposta invece non c'è stata, se non in minima parte, mostrando ancora una volta come in quegli anni (non so quanto sia migliorata la situazione oggi...) vi fosse reticenza a investire in progetti, seppur buoni, provenienti da una fiduciaria "concorrente". Scusate lo sfogo!

Il lancio ha in ogni caso avuto successo raccogliendo 40 milioni di franchi, cifra che ci ha permesso di procedere con acquisizioni immobiliari mirate, seguendo una strategia decisa con Banca Stato di proporre affitti moderati dando quindi un accento sociale al progetto, e accompagnando il tutto con ristrutturazioni regolari negli immobili acquistati.

Con il passare degli anni e a seguito della quotazione in borsa a Zurigo avvenuta nel 2012, il fondo ha fatto breccia nel mondo degli investitori istituzionali in Svizzera interna, cosa che ha permesso una crescita importante superando un patrimonio immobiliare per 260 milioni di franchi. Tutti in Ticino.

large losses in value.

The second decade of the new millennium has also been characterised by a major crisis in the housing market: since the beginning of 2016, the level of vacancy has soared. The statistical data on vacant flats published by the government was totally misleading. When they were talking about 3% vacancy, the market was registering figures over 10%. For the first time, population growth suddenly started to turn negative, with the loss of thousands of residents and therefore tenants. To make matters worse, building activity reacted very slowly, as is natural considering the ongoing construction sites, and thus the number of new flats for rent increased significantly, further increasing the number of empty homes.

The policy of large institutional investors in inner Switzerland has also changed in recent years. Some large insurance companies have launched large real estate funds, causing difficulties for smaller funds. However, these difficulties do not concern the fund's assets, but rather their share price, including Residentia. First the pandemic and then the outbreak of war led to a weakening on the stock exchange, which was totally unjustified when compared to the effective value of the assets.

In 2021, considering the changes taking place and to safeguard both the fund itself, which I like to call 'my baby', and the investors, I decided to hand over the fund to UBS on the condition, imposed by UBS itself, that I would remain their person on the ground providing a range of services to support operations in Ticino.

Many people over the years have approached

Residentia ha lavorato in modo estremamente attento, lasciando da parte la crescita a tutti i costi e rimanendo ancorati alla strategia iniziale. Ritengo questa scelta assolutamente sensata: abbiamo avuto alcuni esempi di investitori istituzionali che hanno fatto acquisti molto importanti in tutto il Ticino, ma a prezzi esorbitanti, dimostrando di non conoscere minimamente il nostro mercato, piccolo ma insidioso. Il risultato è che hanno dovuto registrare perdite di valore molto ingenti.

Il secondo decennio del nuovo millennio è anche stato caratterizzato da una crisi importante nel mercato dell'alloggio: a partire dall'inizio del 2016 infatti il livello di sfitto ha avuto un'impennata molto importante. I dati statistici sugli appartamenti sfitti pubblicati dal governo erano totalmente fuorvianti. Quando si parlava del 3% di sfitto, il mercato registrava cifre oltre il 10%. Abbiamo infatti avuto per la prima volta un'inversione di tendenza della crescita demografica che ha iniziato improvvisamente ad essere negativa, con la perdita di migliaia di residenti e quindi di inquilini. A peggiorare la situazione, l'attività edificatoria ha reagito molto lentamente, come è naturale che sia alla luce dei cantieri in corso, e quindi il numero di appartamenti nuovi in affitto è aumentato in modo importante, aumentando ulteriormente il numero delle abitazioni vuote.

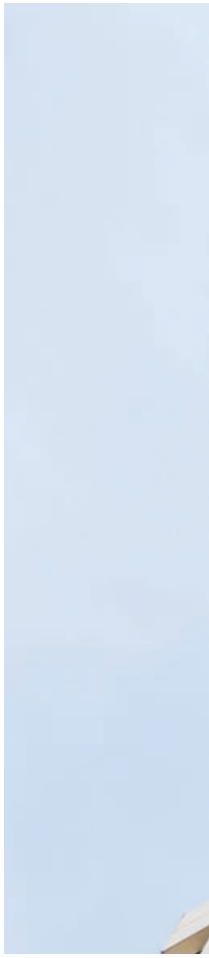
Anche la politica dei grandi investitori istituzionali della Svizzera interna ha subito cambiamenti negli ultimi anni. Alcune grosse assicurazioni hanno lanciato fondi immobiliari di grosse dimensioni, cosa che ha generato difficoltà per i fondi più piccoli. Queste difficoltà non riguardano però gli averi del fondo, bensì la loro quotazione in borsa del titolo, Residentia inclusa. La pandemia prima e lo scoppio della guerra poi, hanno portato ad un indebolimento in borsa, assolutamente non giustificato se confrontato con il valore effettivo degli asset.

me with plans to set up a real estate fund under Swiss law, such as Residentia. Unfortunately, the policy of FINMA, the Financial Market Supervisory Authority, has become more restrictive, particularly for the creation of funds by private, non-institutional groups. I am convinced that Residentia itself would not have existed if we had not shown a solid project, with partners such as Banca Stato and Cornèr Bank, and an extremely clear strategy focused on a specific market. The background, professionally anchored for decades in Ticino, then did the rest. Our family has Ticino and Malcantonese origins going back centuries, my grandfather was a builder, my father a trustee since the 1960s who was also very active in real estate, and I have been following in his footsteps since 1994.

In conclusion, it is worth remembering that the advantages that a fund like Residentia can give are innumerable. First, one can invest as little as one thousand francs and have a stake

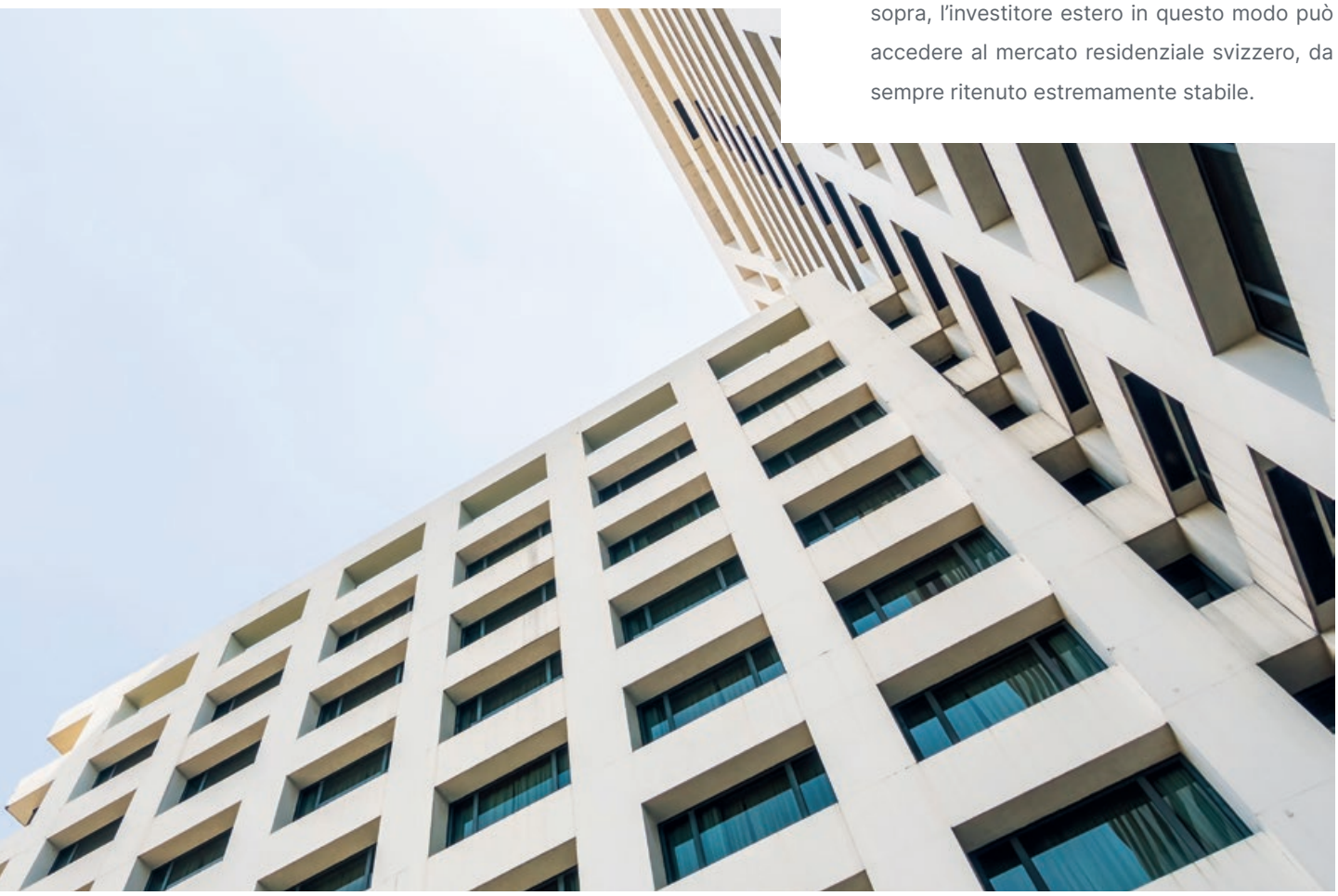
Nel 2021, alla luce dei cambiamenti in corso e per salvaguardare sia il fondo in sé, che mi piace chiamare "il mio bambino", sia gli investitori, ho deciso di cedere il fondo a UBS alla condizione, imposta da UBS stessa, che sarei rimasto la loro persona sul territorio fornendo una serie di servizi a supporto delle operazioni in Ticino.

In tanti negli anni mi hanno sottoposto progetti di costituzione di un fondo immobiliare di diritto svizzero, come Residentia. Purtroppo, la politica della FINMA, istituto di sorveglianza dei mercati finanziari, è diventata più restrittiva, in particolare per la creazione di fondi da parte di gruppi privati, non istituzionali. Sono convinto che Residentia stesso non sarebbe esistito se non avessimo mostrato un progetto solido, con partners come Banca Stato e Corner Banca, e una strategia estremamente chiara e focalizzata su un mercato specifico. Il background, ancorato professionalmente da decenni al Ticino, ha poi fatto il resto. La nostra famiglia ha origini ticinesi e malcantonesi da secoli, mio nonno era costruttore, mio padre fiduciario sin dagli anni '60, molto attivo anche nell'immobiliare ed io ho seguito le sue orme già dal 1994.



in many properties scattered throughout the territory, thus providing that diversification in both geography and type which is absolutely essential to limit risks. Another aspect that should not be underestimated, and which of course appeals to many investors, is that the investor must pay practically no tax on the assets or even on the dividends distributed, this because the fund already pays its taxes and therefore the shareholder does not have to. Added to this is the fact that the tax law provides for a 50% reduction in the municipal, cantonal and federal taxes that the fund pays, which is why this 'discount' benefits the end investor! As I said above, the foreign investor in this way can access the Swiss residential market, which has always been considered extremely stable.

Per concludere vale la pena ricordare che i vantaggi che può dare un fondo come Residentia sono innumerevoli. Innanzitutto, si possono investire anche solo mille franchi ed avere una partecipazione in molti immobili sparsi sul territorio, dando quindi quella diversificazione sia geografica sia tipologica assolutamente fondamentale per limitare i rischi. Un altro aspetto da non sottovalutare e che naturalmente piace a molti investitori, è che l'investitore non deve pagare praticamente nessuna imposta sul patrimonio e neppure sui dividendi distribuiti, questo perché il fondo paga già le sue imposte e quindi non lo deve fare l'azionista. A questo si aggiunge il fatto che la legge fiscale prevede una riduzione del 50% delle imposte comunali, cantonali e federali che il fondo paga, ragion per cui questo "sconto" va a favore dell'investitore finale! Come dicevo sopra, l'investitore estero in questo modo può accedere al mercato residenziale svizzero, da sempre ritenuto estremamente stabile.

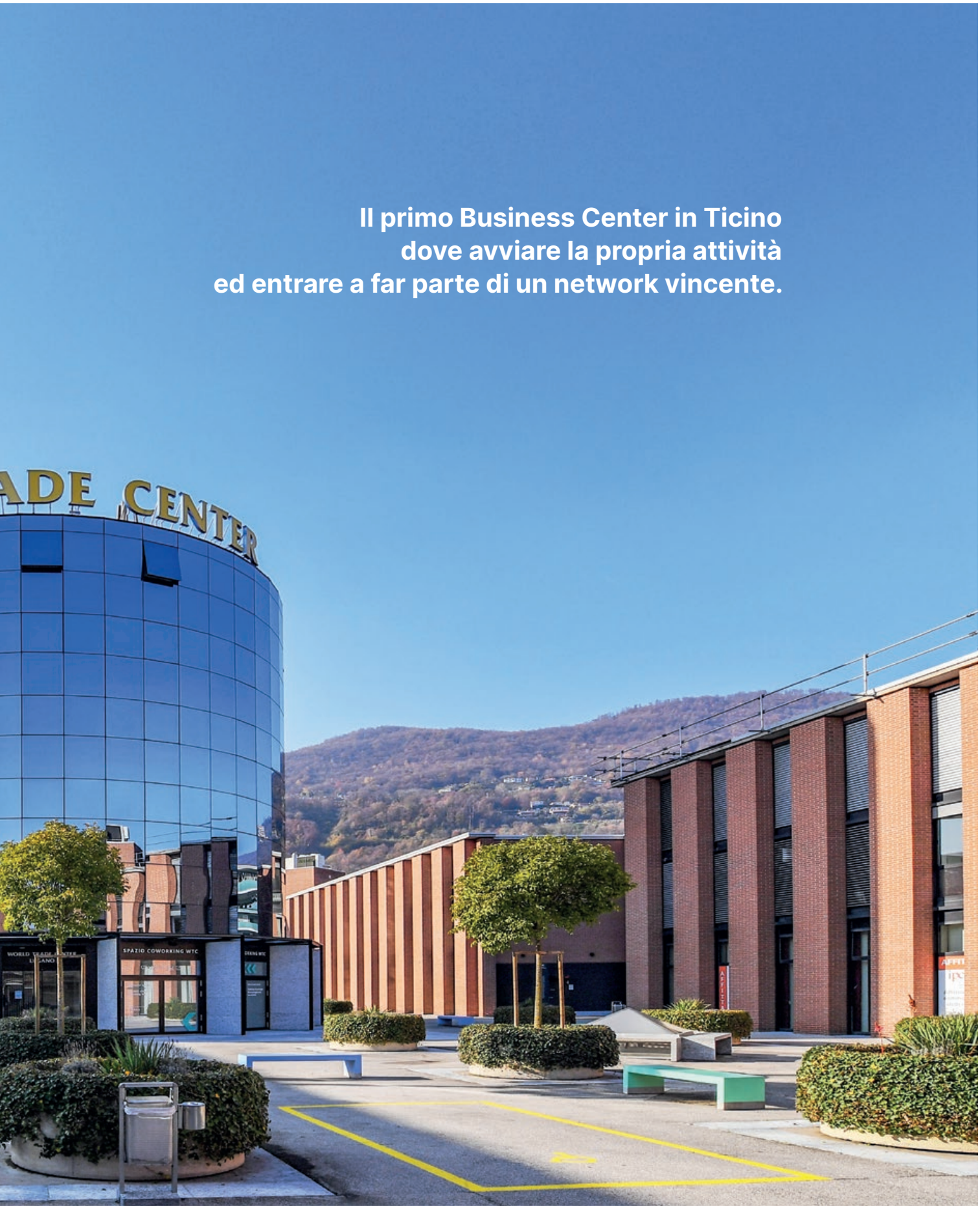


World Trade Center

LUGANO

WORLD TRADE CENTER®
LUGANO

Il primo Business Center in Ticino
dove avviare la propria attività
ed entrare a far parte di un network vincente.



via Lugano 13 | 6982 Lugano-Agno | info@wtclugano.ch

Photo by Luca Franciscone

VILLA BONO

Historic residence in Vaprio d'Agogna (Novara)

Garibaldi said of Adelaide Bono Cairoli: 'A mother's love for her children cannot be understood by men... with such women a nation cannot die.'

Adelaide Bono Cairoli's grandson is Gaudenzio Bono, a Garibaldian, who was born on the first floor of this residence and left for the Expedition of the Thousand in 1860 alongside his cousins Cairoli.

This magical place has spanned the centuries: it has lived through the era of Spanish rule, the French troops of Napoleon III, the Italian Risorgimento and the Expedition of the Thousand. It has been the scene of meetings and events that contributed to writing the history of the Unification of Italy. The succession of centuries has layered architectural styles making it unique. It combines the rural style of the outbuildings with the refined paintings of the manor house.

Villa Bono is in the village of Vaprio D'Agogna,

Garibaldi disse di Adelaide Bono Cairoli: "L'amore di una madre per i figli non può essere compreso dagli uomini... con donne simili una nazione non può morire".

Nipote di Adelaide Bono Cairoli è Gaudenzio Bono, garibaldino, che nacque al primo piano di questa dimora e partì per la Spedizione dei Mille nel 1860 a fianco dei cugini Cairoli.

La costruzione della villa è avvenuta a fine 1500 per volere di Giovan Battista Caccia, detto il Caccetta, figura che ha ispirato il personaggio di Don Rodrigo dei "Promessi Sposi" del Manzoni.

Questo magico luogo ha attraversato i secoli: ha vissuto l'epoca del dominio spagnolo, delle truppe francesi di Napoleone III, del Risorgimento italiano e della Spedizione dei Mille. È stata teatro di incontri ed eventi che hanno contribuito a scrivere la storia dell'Unità d'Italia. Il susseguirsi dei secoli ha stratificato

Residenza d'epoca in Vaprio d'Agogna (Novara)

in the province of Novara, a few kilometres from Malpensa and half an hour from Milan. It is reached by plunging into the Piedmontese countryside, framed by the chain of the Alps with Monte Rosa standing out.

Visitors reaching Villa Bono are welcomed by the lush park of over 7000 sqm.

Walking along the pathway, among the ancient statues, immersed in the colours and scents, one is transported to bygone eras with a romantic flavour. Majestic camellias, fragrant

gli stili architettonici rendendola unica nel suo genere. Unisce lo stile rurale degli edifici annessi ai raffinati dipinti della villa padronale.

Villa Bono si trova nel paese di Vaprio D'Agogna, in provincia di Novara, a pochi km da Malpensa e mezz'ora da Milano. Si raggiunge immergendosi nella campagna piemontese, incorniciata dalla catena delle Alpi dove spicca il Monte Rosa.

Il visitatore che raggiunge Villa Bono è accolto dal rigoglioso parco di oltre 7000 mq.

orange blossoms and hundreds of other ancient plants, brought to Italy by 19th-century expeditions, form a backdrop to the Church of San Rocco and make the park a fascinating, fairytale-like place.

Wandering through the greenery, one can observe the fountain and the icehouse, the ancestor of today's refrigerator, a rare testimony of how food was preserved in past centuries.

Upon reaching the courtyard, the visitor finds himself in front of the manor house with its pertinent buildings: the stables, the coach house, the lemon house.

From a wall enveloped in jasmine and bignomias, one enters the manor house, where delicate paintings, fireplaces, lounges, and a grand piano welcome the visitor, who suddenly becomes a guest.

The succession of finely frescoed and perfectly preserved rooms makes one lose track of time, which has stood still.

Hidden by lush vegetation is the civil courtyard, which in Visconti times was the site of the ancient stables; it is a cosy space adjacent

Camminando lungo il vialetto, tra le antiche statue, immersi nei colori e nei profumi, si è trasportati in epoche passate dal sapore romantico. Le camelie maestose, le profumate zagare e centinaia di altre piante antiche, portate in Italia dalle spedizioni ottocentesche, fanno da sfondo alla Chiesetta di San Rocco e rendono il parco un luogo affascinante e fiabesco.

Addentrandosi nel verde, si possono osservare la fontana e la ghiacciaia, antenata dell'odierno frigorifero, testimonianza rara di come si conservavano i cibi nei secoli passati.

Una volta raggiunta la corte, il visitatore si trova davanti alla casa padronale con i suoi edifici di pertinenza: le scuderie, il ricovero delle carrozze, la limonaia.

Da una parete avvolta dai gelsomini e dalle begonie, si entra nella casa padronale, dove i dipinti delicati, i camini, i salotti, il pianoforte a coda accolgono il visitatore che d'un tratto diventa ospite.

Il susseguirsi di ambienti finemente affrescati e perfettamente conservati fa perdere la cognizione del tempo, che si è fermato.

Nascosta da vegetazione rigogliosa si trova la corte civile, che in epoca viscontea era sede delle antiche scuderie, è uno spazio raccolto adiacente alla villa, ideale per occasioni intime e raccolte.

to the villa, ideal for intimate and gathered occasions.

From the large atrium, the guest, descending the stairs, is enveloped by the scent of must coming from the basement.

Nailhead windows, vaults, demijohns of wine and wells: we are in the medieval cellars. Today they house more than 30000 bottles of 'Paolo Ferri Wines', a well-known local producer that is gaining more and more appreciators even abroad.

Under the direction of Eng. Arch. Chiara Mellone and with the very important contribution of her family, a careful and painstaking restoration and conservation process was undertaken, with the aim of restoring the estate to its former glory, without losing its authenticity and absolutely unique charm.

Today the villa, with its park and cellars, is a venue for private and public events: weddings, concerts, exhibitions.

Dal grande atrio, l'ospite, scendendo la scala, viene avvolto dal profumo del mosto che proviene dal piano interrato.

Le finestre ad unghia, le volte, le damigiane di vino e i pozzi: siamo nelle cantine medievali. Oggi ospitano oltre 30000 bottiglie di "Paolo Ferri Wines", noto produttore locale che sta avendo sempre più estimatori anche all'estero.

Sotto la direzione dell'Ing. Arch. Chiara Mellone e con l'importantissimo contributo della sua famiglia, è stato intrapreso un attento e scrupoloso percorso di restauro e conservazione, con l'obiettivo di riportare la tenuta agli antichi splendori, senza perderne però l'autenticità ed il fascino assolutamente unico.

Oggi la villa, con il suo parco e le sue cantine, è location per eventi privati e pubblici: matrimoni, concerti, mostre.

Contacts

villabono.com

info@villabono.com

Office Real Estate trends in Dubai

Tendenze immobiliari degli uffici a Dubai

Dubai's strong, continuing economic growth, favourable tax regime and internationally respected legal and regulatory framework have all collided to make the city a global hotspot for business.

Add in initiatives like the recently announced Dubai Economic Agenda (D33), which aims to double the size of Dubai's economy over the next decade and consolidate its position among the world's top three cities in which to do business, and it's no surprise that office space across the emirate now comes at a premium.

Dubai government figures suggest a 4.6% year-on-year GDP increase to AED307.5 billion in the first nine months of 2022, underlined by a growth in business across all sectors.

Last year, Dubai witnessed significant growth in commercial real estate sales transactions. In 2022, Dubai's office occupancy rates stood at 88%, up from 79% in 2021.

According to various reports, demand increased in all sectors, including retail, offices and warehouses. Commercial sales transactions increased by 32%. The value of commercial properties sold increased by 64% compared to 2021, a clear sign of a post-pandemic economic bounce back.

La forte e continua crescita economica di Dubai, il regime fiscale favorevole e il quadro giuridico e normativo rispettato a livello internazionale, hanno fatto sì che la città diventasse un punto di riferimento globale per gli affari.

Considerando anche iniziative come la Dubai Economic Agenda (D33), annunciata di recente, che mira a raddoppiare le dimensioni dell'economia di Dubai nel prossimo decennio e a consolidare la sua posizione tra le prime tre città al mondo in cui fare affari, non c'è da sorprendersi che gli spazi per uffici nell'emirato siano ora molto richiesti.

I dati del governo di Dubai indicano un aumento del PIL del 4,6% su base annua a 307,5 miliardi di dirham nei primi nove mesi del 2022, grazie alla crescita delle attività in tutti i settori.

L'anno scorso Dubai ha registrato una crescita significativa delle transazioni di vendita di immobili commerciali. Nel 2022, il tasso di occupazione degli uffici di Dubai ha raggiunto l'88%, rispetto al 79% del 2021.

Secondo vari rapporti, la domanda è aumentata in tutti i settori, tra cui il commercio al dettaglio, gli uffici e i depositi. Le transazioni commerciali sono aumentate del 32%. Il valore delle proprietà commerciali vendute è aumentato del 64% rispetto al 2021, segno evidente di una

A company's office location is, of course, dependent on which company licence it holds. A free zone company must take an office within that free zone, for example, while mainland companies can take space anywhere within the emirate. Simply put, if a company is registered with DIFC, for example, the offices need to be within that free zone.

Grade A office space – those work environments considered to be the best, in terms of quality, fixtures and facilities, and, of course location – remains scarce in Dubai, so commands premium sale and rental values. In the city, Grade A sites include Business Bay, City Walk and DIFC.

Global realtor Knight Frank reports that Businesses Bay (35%), Dubai Hills (25%) and Dubai Design District (D3) (23%) experienced the highest growth in office rental rates in the last 12 months.

ripresa economica post-pandemica.

L'ubicazione dell'ufficio di una società dipende ovviamente dalla licenza commerciale di cui è titolare. Una società della zona franca, ad esempio, deve avere un ufficio all'interno della zona franca, mentre le società della terraferma possono avere uno spazio ovunque all'interno dell'emirato. In parole povere, se una società è registrata presso il Centro Finanziario Internazionale di Dubai (DIFC), ad esempio, gli uffici devono trovarsi all'interno della zona franca.

Gli spazi per uffici di grado A - gli ambienti di lavoro considerati migliori in termini di qualità, impianti e strutture e, naturalmente, di posizione - sono tuttora scarsi a Dubai e per questo hanno un valore di vendita e di affitto elevato. In città, i siti di grado A includono Business Bay, City Walk e la zona DIFC.

L'agenzia immobiliare Knight Frank riferisce che Businesses Bay (35%), Dubai Hills (25%) e Dubai Design District (D3) (23%) hanno

DIFC rents averagely rose by 1.1% quarter on quarter, Knight Frank's autumn 2022 office space reports, while prime buildings in the financial district are achieving rental premiums of around 40-50% more than DIFC-managed stock. Knight Frank suggests this is underpinned by occupiers' wishes to secure best-in-class work environments – while also conforming to nascent environmental awareness mandates set by their global headquarters.

The need for superior office space perhaps also underlines the post-pandemic shift to more relaxed working hours, working from home and a growing expectation that companies will adhere more to staff wellness and ESG (environmental, social and governance) guidelines. Top staff expect top working conditions, and as we see a spike in the number of European entities coming to Dubai, or opening representative offices, they are seeking flagship premises. ESG means companies now prefer to move into new buildings that already meet certain environmental and energy usage criteria – such as LEED, WELL or WiredScore accreditations.

And of course, Dubai's aim to continue attracting significant global companies needs to be backed by a regular supply of world-class office space – hence the increased attraction of DIFC which is not only an uber-modern work environment, but offers all the advantages of a tax-free free zone, with 100% foreign ownership and an internationally compliant regulatory and legal framework.

Despite rising demand, the new supply pipeline is limited. Knight Frank forecasts some 2.9 million sq ft of new office space will be delivered

registrato la crescita più elevata dei canoni di locazione degli uffici negli ultimi 12 mesi.

I canoni di locazione del DIFC sono aumentati in media dell'1,1% trimestre su trimestre, secondo quanto riportato da Knight Frank's nell'autunno 2022, mentre gli edifici di prima fascia nel distretto finanziario stanno ottenendo premi di locazione di circa il 40-50% in più rispetto allo stock gestito dal DIFC. Knight Frank sostiene che ciò sia dovuto al desiderio degli occupanti di assicurarsi i migliori ambienti di lavoro della categoria, adeguandosi al contempo alle nuove disposizioni in materia di tutela dell'ambiente stabilite dalle loro sedi centrali.

La necessità di spazi per uffici di qualità superiore forse sottolinea anche il passaggio post-pandemico a orari di lavoro più rilassati, al lavoro da casa e alla crescente aspettativa che le aziende aderiscano maggiormente al benessere del personale e alle linee guida in materia di ambiente, società e governance (ESG). Il personale di alto livello si aspetta condizioni di lavoro ottimali e, visto l'aumento del numero di entità europee che vengono a Dubai o che aprono uffici di rappresentanza, è alla ricerca di spazi di prim'ordine.

ESG significa che le aziende preferiscono trasferirsi in nuovi edifici che soddisfano già determinati criteri ambientali e di utilizzo dell'energia, come le certificazioni LEED, WELL o WiredScore.

Naturalmente, l'obiettivo di Dubai di continuare ad attrarre importanti società globali deve essere supportato da un'offerta regolare di spazi per uffici di livello mondiale: da qui la crescente attrattiva di DIFC, che non solo è

by the end of 2025, with District 2020 and Uptown Tower T2 accounting for the bulk of this new space. District 2020 (the former Expo 2020 site) in Dubai South is the city's largest single commercial office space development, expected to be completed later this year. We can certainly expect Grade A office space within District 2020, which has environmental concerns and work/life balance at its heart and promises cutting edge technology and world-class infrastructure.

While office space is limited in the most favoured districts – which witnessed the highest price hikes both for purchase and rent, there are still reasonably-priced office space in a number of submarkets, if you are willing to forego the advantages offered by modern, central and stylish locations. While rents for the highest quality offices will continue to experience upward pressure, rents in most submarkets are averagely 20% below their 2016 peak, Knight Frank's analysts suggest.

Meanwhile, Dubai is now playing host to the region's largest number of High-Net-Worth Individuals. During the first half of 2022, Dubai witnessed an 18% rise in the number of high-net-worth individuals living in the city, up to 67,900 people. If this growth rate continues, Dubai will be counted among the world's 20 wealthiest cities by 2030.

This audience of wealthy people are often entrepreneurs, and the sort of business people who demand the very best office space a city has to offer. Given that Dubai has the region's highest rates of FDI, too, it seems clear that the higher-spec office space will continue to command premium prices and rental rates.

Dubai's business-forward statutes mean entrepreneurs can get easy access to a range of visas related to their work, as well as property and investment related visas.

Swiss Group is primed to help any business,

un ambiente di lavoro ultramoderno, ma offre tutti i vantaggi di una zona franca esente da imposte, con il 100% di proprietà straniera e un quadro normativo e legale conforme a livello internazionale.

Nonostante l'aumento della domanda, la nuova offerta è limitata. Knight Frank prevede che entro la fine del 2025 saranno consegnati circa 2,9 milioni di metri quadrati di nuovi uffici, con District 2020 e Uptown Tower T2 che rappresentano la maggior parte di questo nuovo spazio. Il Distretto 2020 (l'ex sito dell'Expo 2020) a Dubai Sud è il più grande complesso commerciale di uffici della città, che dovrebbe essere completato entro la fine dell'anno. Possiamo sicuramente aspettarci spazi per uffici di livello A all'interno del Distretto 2020, dove le preoccupazioni ambientali e l'equilibrio tra lavoro e vita privata sono al centro dell'attenzione e dove si promettono tecnologie all'avanguardia e infrastrutture di livello mondiale.

Sebbene gli spazi per uffici siano limitati nei quartieri più favoriti, che hanno registrato i maggiori aumenti di prezzo sia per l'acquisto che per l'affitto, ci sono ancora spazi per uffici a prezzi ragionevoli in una serie di sottomercati, se si è disposti a rinunciare ai vantaggi offerti da posizioni moderne, centrali ed eleganti. Sebbene gli affitti degli uffici di qualità più elevata continueranno a subire pressioni al rialzo, secondo gli analisti di Knight Frank i canoni di locazione nella maggior parte dei sottomercati sono mediamente inferiori del 20% rispetto al picco del 2016.

Nel frattempo, Dubai sta ospitando il maggior numero di persone con un elevato patrimonio netto della regione. Durante la prima metà del 2022, Dubai ha registrato un aumento del 18% nel numero di persone con un alto patrimonio netto che vivono in città, fino a 67.900 persone. Se questo tasso di crescita continuerà, Dubai

investor or entrepreneur navigate the best area and office space for their needs.

Having had a presence in the UAE since the 1970s, the business advisory company offers the full gamut of services, from the best company set up, ensuring legal and tax compliance, and gaining the best visas for whatever the situation.

Last year – 2022 – saw a large influx of Europeans to Dubai, drawn by all the advantages the city has to offer. Swiss Group is on hand to advise this growing group on every aspect of corporate and private life in the UAE.

And in response to the growing influx of UHNWIs and HNWIs, Swiss Group recently opened a liaison office in Zurich, Switzerland for investors and companies from Switzerland and the DACH region who are interested in exploring the myriad opportunities the United Arab Emirates present.

sarà annoverata tra le 20 città più ricche del mondo entro il 2030.

Questo pubblico di persone facoltose è spesso costituito da imprenditori e dal tipo di uomini d'affari che richiedono i migliori spazi per uffici che una città possa offrire. Dato che Dubai ha anche il più alto tasso di investimenti esteri diretti della regione, sembra chiaro che gli spazi per uffici di alta qualità continueranno a dominare i prezzi e i canoni di locazione.

Grazie allo statuto di Dubai orientato al business, gli imprenditori possono accedere facilmente a una serie di visti legati al loro lavoro, oltre che a visti per proprietà e investimenti.

Swiss Group è in grado di aiutare qualsiasi azienda, investitore o imprenditore a orientarsi nella scelta dell'area e dello spazio per uffici più adatto alle proprie esigenze.

Presente negli Emirati Arabi Uniti dagli anni '70, la società di consulenza aziendale offre una gamma completa di servizi, dalla creazione della migliore struttura aziendale, alla garanzia della conformità legale e fiscale, all'ottenimento dei migliori visti per qualsiasi situazione.

L'anno scorso, il 2022, ha visto un grande afflusso di europei a Dubai, attratti da tutti i vantaggi che la città ha da offrire. Swiss Group è a disposizione per consigliare questo gruppo in crescita su ogni aspetto della vita aziendale e privata negli Emirati Arabi Uniti.

In risposta al crescente afflusso di individui ad alto patrimonio netto (HNWI) e ultra-HNWI (disponibilità superiore ai 30 milioni di dollari), Swiss Group ha recentemente aperto un ufficio di collegamento a Zurigo, in Svizzera, per gli investitori e le aziende svizzere e della regione DACH interessati a esplorare la miriade di opportunità offerte dagli Emirati Arabi Uniti.

Your Swiss Advisor in the United Arab Emirates.

Swiss Group, based in Dubai and Abu Dhabi, specialises in corporate and management consulting, accounting services and legal advice.

Under Swiss management, the Group offers a "one-stop approach" for clients interested in setting up a presence in the UAE as a hub for their local, regional and international business development, as well as in optimising and maintaining existing structures and entities.

www.swissgroup.ae

SWISS GROUP

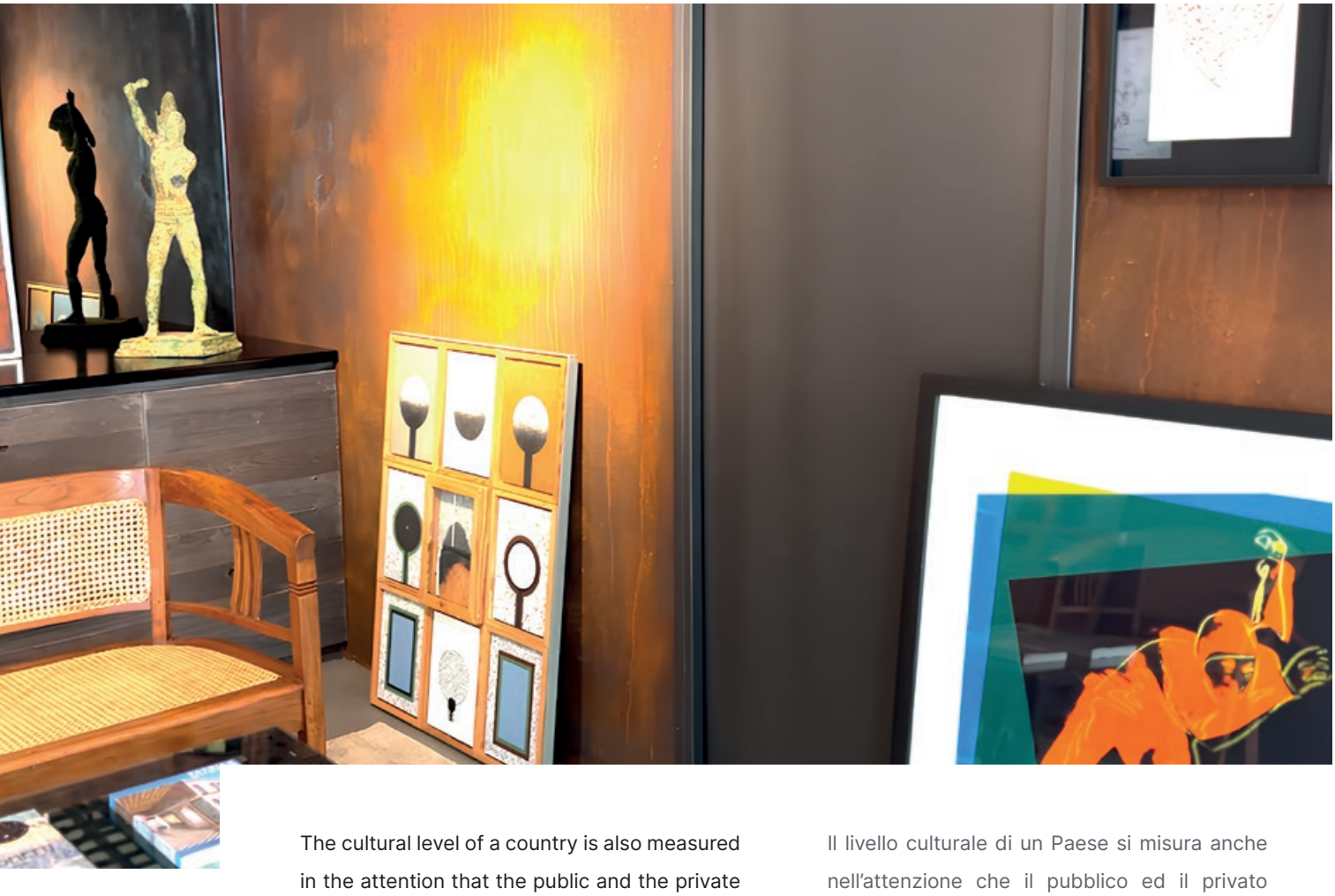
FAFA

FineArtGallery

Contacts

Viale dei Faggi 9 - 6900 Lugano
+41 (0) 79 337 10 81

Photos by Jetika Group.



The cultural level of a country is also measured in the attention that the public and the private sector show towards works of art. For this reason, in a young and ambitious territory like Canton Ticino, private collecting must exist and must be kept alive.

The Fafa Fine Art Gallery, directed by Farias Gianola, opened in Lugano in 2009.

Since then, it has played the role of a professional guarantor by offering services dedicated to fine art through a network of selected and specialized operators, acting as the sole interlocutor with the client.

The gallery specializes in the dealing of masterpieces of modern art by nationally and internationally renowned artists such as Comensoli, Sironi, Schlichter, Hartung, Pomodoro, Rotella and others.

Il livello culturale di un Paese si misura anche nell'attenzione che il pubblico ed il privato mostrano nei confronti delle opere d'arte. Per questo motivo, in un territorio giovane ed ambizioso come il Canton Ticino, il collezionismo privato deve esistere e deve essere mantenuto vivo.

La Fafa Fine Art Gallery, diretta da Farias Gianola, apre a Lugano nel 2009 e ricopre il ruolo di garante professionale offrendo servizi dedicati all'opera d'arte attraverso un network di selezionati operatori specializzati ponendosi come unico interlocutore nei confronti del cliente.

La galleria è specializzata nella commercializzazione di opere d'arte moderna di artisti di fama nazionale ed internazionale quali Comensoli, Sironi, Schlichter, Hartung, Pomodoro, Rotella ed altri.

Farias Gianola

Director of

The Fafa Fine Art Gallery

The gallery also serves as an exhibition and communication space for contemporary art trends through periodic vernissages, individual and group exhibitions, promoting a high-profile cultural and exhibition policy.

Since 2014, the gallery has also focused on vintage with a highly sought-after selection of cult objects.

La galleria, inoltre, si propone quale spazio espositivo e di comunicazione delle tendenze artistiche contemporanee, attraverso periodici vernissage, mostre individuali e collettive, promuovendo una politica culturale ed espositiva di alto profilo.

Dal 2014, la galleria si dedica anche al vintage con una selezione ricercatissima di oggetti cult.

iDOGI®
MASTERPIECES FROM ITALY
idogi.com

Luxurious property in the woods above the lake

Lussuosa proprietà nel bosco a picco sul lago

Collina d'Oro - Montagnola

GSM175V

Photos by Jetika Group.

COMMERCIAL AREA
500 SQM

ROOMS
11

BATHROOMS
7

PARKING LOTS
6

info@jetikagroup.com | +41 91 911 49 49

Holiday triplex in Zuoz with garden and terrace

Triplex di vacanza a Zuoz con giardino e terrazza

Zuoz
GSM180V

Photos by Andrea Cuscunà.

COMMERCIAL AREA
195 SQM

ROOMS
6,5

BATHROOMS
4

PARKING LOTS
2

info@jetikagroup.com | +41 91 911 49 49

STUDIO1896

AVVOCATI | ANWÄLTE | LEGAL

1896 is the year in which Studio 1896 in Lugano was founded by Antonio Riva, a Lugano lawyer, notary and politician. Studio 1896 fits into this tradition, expanding it with a team of specialised lawyers who are committed to providing clients with the best answers to their needs. The law firm serves private, commercial and corporate clients in all areas of law. Its activities include assistance and advice as well as support before judicial authorities of all kinds, including arbitration courts. The lawyers at Studio 1896 have selected experience in various fields of law to meet the needs of businesses, real estate companies, families, successions, banking, insurance, construction, health, energy, tax, work and residence permits and naturalisation. In addition, the team of notaries guarantees all notarial services. Studio 1896 is a partner of Jetika Group SA and we are proud to recommend this office to our clients for all legal and notarial matters listed.

Il 1896 è l'anno di fondazione dello Studio 1896 di Lugano, avviato da Antonio Riva, avvocato, notaio e politico luganese. Studio 1896 si inserisce in questa tradizione, ampliandola con un team di avvocati specializzati che si impegnano a fornire ai clienti le migliori risposte alle loro esigenze. Lo studio è al servizio di clienti privati, commerciali e aziendali in tutti i settori del diritto. Le sue attività comprendono l'assistenza e la consulenza, nonché il supporto davanti ad autorità giudiziarie di ogni tipo, compresi i tribunali arbitrali. Gli avvocati dello Studio 1896 vantano una selezionata esperienza in vari campi del diritto in grado di soddisfare le esigenze di imprese, società immobiliari, famiglie, successioni, banche, assicurazioni, edilizia, sanità, energia, fisco, permessi di lavoro e di soggiorno e naturalizzazione. Inoltre, il team di notai garantisce tutti i servizi notarili. Lo Studio 1896 è partner di Jetika Group SA e siamo orgogliosi di raccomandare questo ufficio ai nostri clienti per tutte le questioni legali e notarili elencate.

Studio 1896 - Via Pretorio 7 - 6900 Lugano

www.legal1896.ch

GARAGE GARDEL

Garage Gardel was born from the passion of Gabriele Gardel, professional racing driver and winner of the 24 Hours of Le Mans in the GT class, for the world of motors and two-wheelers.

After years spent on circuits all over the world, he first became an official dealer for several car brands (Jaguar, Land Rover, Mazda, and many others) and then devoted himself entirely to the world of motorbikes, creating, together with his wife Linda (the architect who designed the project), the Daytona building, inspired by what is considered a temple of speed. The building, in fact, takes the shape of the Daytona International Speedway circuit in Daytona Beach (Florida), developed on three levels.

On the first floor there is the BMW Motorrad dealership, on the ground floor there is the Harley Davidson dealership, and on the lower floor there is the garage, technical area, test benches, storage, and everything else.

Within a context entirely dedicated to motors, a

Garage Gardel nasce dalla passione di Gabriele Gardel, pilota professionista e vincitore della 24h di Le Mans nella classe GT, per il mondo dei motori e delle due ruote.

Dopo anni trascorsi sui circuiti di tutto il mondo, diventa prima concessionario ufficiale di diversi marchi automobilistici (Jaguar, Land Rover, Mazda e molti altri) per poi dedicarsi interamente al mondo moto creando, insieme a sua moglie Linda (architetto che ha realizzato il progetto), lo stabile Daytona, ispirandosi a quello che è considerato un tempio della velocità. Lo stabile, infatti, riprende la forma del circuito del Daytona International Speedway, di Daytona Beach (Florida), sviluppato su tre livelli.

Al primo piano trova spazio la concessionaria BMW Motorrad, al piano terra è situata la concessionaria Harley Davidson e al piano inferiore si trova l'officina, l'area tecnica, i banchi prova, il deposito e tutto il resto.

All'interno di un contesto interamente dedicato ai motori, non poteva mancare un Riders Pub.

Riders Pub could not be missing. The Daytona Diner in fact is a meeting place for friends, bikers and not, where they can spend time together eating good food, listening to great music, and fantasising about the next trip.

Garage Gardel sees itself not only as a dealership and workshop, but as a meeting spot for all motorbike enthusiasts, owners of motorbikes of all makes, who wish to share their passion and excitement.

The idea of creating something recognisable, and something that would make people talk about it, was perfectly successful. In a business that is attractive and fun, with a restaurant, and with many events, one is always happy to stop by, but what customers will certainly appreciate is the competence and excellent

Il Daytona Diner infatti è un luogo di ritrovo per gli amici, bikers e non, dove trascorrere del tempo insieme mangiando buon cibo, ascoltando ottima musica e fantasticando sul prossimo viaggio.

Garage Gardel si propone non solo come concessionaria e officina, ma come punto di ritrovo per tutti gli appassionati motociclisti, possessori di moto di qualsiasi marca, che desiderano condividere la loro passione e le loro emozioni.

L'idea di creare qualcosa di riconoscibile, e che facesse parlare di sé, è perfettamente riuscita. In un'attività attraente e divertente, con un ristorante, e dove spesso vengono organizzati eventi, ci si ferma sempre volentieri, ma quello che i clienti sicuramente apprezzeranno sarà la

GARDEL

Garage Gardel Moto SA
Strada da Igia 6 • 6915 Pambio-Noranco
T. 091 993 11 66 • bmw-motorrad-gardel.ch

competenza e il supporto eccellente messi a disposizione dallo Staff di Garage Gardel.
Verrete consigliati e soddisfatti durante l'acquisto e potrete contare sempre su un'ottima assistenza post-vendita. Clienti soddisfatti al 100%: questo è l'obiettivo.
Garage Gardel non vede l'ora di accogliervi nella sua sede di Pambio-Noranco, per condividere quella voglia di libertà che unita ai motori ci regala sempre esperienze uniche.

after-sales service. 100% satisfied customers: that is the goal.
Garage Gardel is looking forward to welcoming you to its premises in Pambio-Noranco, to share that desire for freedom that combined with motors always gives us unique experiences.

GARAGE GARDEL

Contacts

Strada da Igia 6
6915 Pambio-Noranco
Switzerland
+41 91 993 11 66
info@bmw-motorrad-gardel.ch

Rare designer villa with stunning lake view

Rara villa d'autore com vista lago mozzafiato

Muzzano

GSM237V

Photos by Andrea Cuscunà.

COMMERCIAL AREA
350 SQM

ROOMS
6,5

BATHROOMS
3

PARKING LOTS
3

info@jetikagroup.com | +41 91 911 49 49

Luxury flat on the lake of St. Moritz

Lussuoso appartamento sul lago di St. Moritz

St. Moritz Dorf

GSM216V

Photos by Andrea Cuscunà.

COMMERCIAL AREA
219 SQM

ROOMS
4,5

BATHROOMS
4

PARKING LOTS
3

info@jetikagroup.com | +41 91 911 49 49

THE MAGAZINE

by Jetika Group

2024

Project Director

Giovanna Margadant

Publisher

Jetika Group SA
Via Bertaro Lambertenghi, 5
6900 Lugano - Switzerland

Project Manager

Francesco Pizzicara
www.soweb.it

Graphic Design

Luca Botturi
www.veleno.studio

JETIKA GROUP

EXCELLENCE AS STANDARD

Registered and operational headquarters

Via B. Lambertenghi 5
6900 Lugano – Switzerland
Tel: +41 91 911 49 49

Branches

Switzerland
Via Maistra 7
7500 St. Moritz

Germany
Reinekestrasse 4
81545 Munich

Spain
Calle Ntra. Sra. de Gracia 28 – 1° C
29602 Marbella

www.jetikagroup.com

BENTLEY

Eye-catching at a standstill. Awe-inspiring on the move.

Continental GT Speed.

With supreme sporting style and seemingly limitless acceleration, this is driving at its most exhilarating.
Discover more at BentleyMotors.com

BENTLEY LUGANO

Via Cantonale 1, CH-6916 Grancia
Tel : +41 91 25 25 101
info@bentleylugano.com
www.lugano.bentleymotors.com

Continental GT Speed (W12) WLTP drive cycle: fuel consumption, mpg (l/100km) – Combined 20.6 (13.7). Combined CO_2 Emissions – 311 g/km.

The name 'Bentley' and the 'B' in wings device are registered trademarks.
© 2023 Bentley Motors Limited. Model shown: Continental GT Speed.

BENTLEY LUGANO