

WHITE MAGAZINE

art, fashion, design, travel, music, society, food, drink and reportage



plus
24

Even this year assigned blue flag by the foundation for the environmental education (FEE)



Il magazine che porta il White nel mondo e il mondo in Puglia

#whiteostuni #mywhite #enjoyyoursenses #whitemoments #whitediversity #aperiwhite #whiteostunifood #titoschipa

YOUR PERSONAL COPY



THE HEIGHT
OF
CELEBRATION



CÎROC
ULTRA PREMIUM VODKA





Sparkling life [➤](#)



Italian glam [➤](#)



FERRARI

TRENTO 1902

TRENTODOC

DRINK RESPONSIBLY



Pure emotions



Amazing bollicine

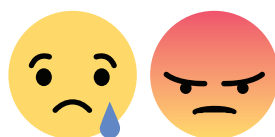


THE ITALIAN TAG

#FerrariTrento | www.ferraritrento.it

EVENTS COMMUNICATION ADV MARKETING WEB





non ci appartengono







CONTENTS

- 11 White Magazine**
- 12 White, l'idea che prende forma**
White, an idea taking shape
- 18 Il "Fenomeno Puglia" di Monica Setta**
The "Apulia Phenomenon" by Monica Setta
- 20 Paolo Giordano & la Puglia**
Paolo Giordano and Apulia
- 26 Il "Bello" e il "Bravo"**
The "Good" and the "Handsome"
- 32 Andrea D'Ambruoso, in arte Raven**
Andrea D'Ambruoso, in art Raven
- 40 Borgo Egnazia. Puglia Luxury**
- 46 Benvenuti in Puglia. Le ville a 5 stelle**
Welcome to Apulia. 5-Star Luxury villas
- 54 Camilla Lunelli. La signora delle bollicine!**
Camilla Lunelli. The lady of bubbles!
- 60 Anna Dello Russo. ADR Book e la sua eredità**
Anna Dello Russo. ADR Book and its legacy
- 64 Il sud che emoziona. Interview with Claudio Quarta**
The south region of Italy that moves people.
Interview with Claudio Quarta
- 70 Interview with chef Marco Favino**
- 76 BEVANDE FUTURISTE. Intervista a Elena Ceschelli**
BEVANDE FUTURISTE.
Interview with Elena Ceschelli
- 80 ALEXITA + KIMA**
- 88 Il ristorante Tito Schipa e il suo regista**
The restaurant Tito Schipa and its director
- 96 Food & Cocktails**
- 106 #whitediversity**
- 108 Letture al White**
Readings at the white
- 112 L'oroscopo dell'estate al White Ostuni Beach Club**
Summer horoscope at the White Ostuni Beach Club



Alcune foto presenti nella pubblicazione sono tratte dal web.

WHITE MAGAZINE

art, fashion, design, travel, music, society, food, drink and reportage



The magazine that
brings White to the
world and the
world to Puglia

Il WM White Magazine, alla sua seconda edizione, vuole raccontare il quinto anno del beach club che vi ha regalato emozionanti giornate estive e continuerà a farlo, attraverso un calendario fitto di appuntamenti da non perdere.

Il White Ostuni Beach Club rappresenta l'estate pugliese, e non solo, per antonomasia. Da sempre catalizzatore di eventi cool e di tendenze, persegue l'obiettivo di trasformare il concetto di divertimento, esaltando la filosofia dei cinque sensi.

Il beach club per gli spiriti anticonformisti, che ricercano il divertimento a trecentosessanta gradi.
Enjoy your senses!

The WM White Magazine, in its second edition, wants to narrate the fifth year of the beach club that has given you exciting summer days and will keep doing so, through a calendar full of appointments not to be missed.

The White Ostuni Beach Club represents the Apulian summer, and not only, par excellence. Always a catalyst for cool events and trends, it pursues the goal of exploring the concept of entertainment, enhancing the philosophy of the five senses.

The beach club for unconventional spirits, who seek fun across the board.
Enjoy your senses!



Numero unico in corso di registrazione presso il Tribunale di Brindisi
Exclusive issue in the registration process within the community of Brindisi

WM White Magazine | arts, fashion, design, travel, music, society, food, drink and reportages, exclusive White Ostuni Beach Club annual magazine.

Available for free at hotel, masserie, shops, SPA's, wellness centers, barber shops, tourist information centers, news shops in the white Ostuni beach club surroundings and around the white Ostuni Tito schipa and enjoy wine bar.

To contact the editorial staff or send contributions please contact us at: info@whiteostuni.it

PUBLISHER

White Ostuni Beach Club
Via Nino Sansone, 55 - 72017 Ostuni - Br
www.whiteostuni.it

RESPONSIBLE DIRECTOR

Monica SETTA

SUPERIORS

White Ostuni Beach Club
Via Nino Sansone, 55 - 72017 Ostuni - Br
info@whiteostuni.it

TEAM

Francesca **CIMENIS**, Martina **Garzia**, Luigi **LERNA**, Pierpaolo **LIPPOLIS**, Carlo **MASCIA**, Marianna **PACIFICO**, Antimo **RUBINO**, Andrea **STUCCHI**.

We thank all those who have collaborated with us and have made the WM possible.

PHOTOGRAPHERS

Salvatore **MAGLIONICO**, Claudio **PALMA**

GRAPHICS

2ld.it
Via San Francesco, 186
72021 Francavilla Fontana (Br)

EXCLUSIVE ADVERTISING AGENCY

2ld.it - events & communication
Via San Francesco, 186
72021 Francavilla Fontana (Br)
Tel. +39 0831 / 81.25.76
info@2ld.it - www.2ld.it

Cover:

White Ostuni Beach Club, Ostuni, Apulia, Italy
[#whitediversity](https://www.instagram.com/whitediversity) - [\[artmakush\]](https://www.instagram.com/artmakush) © 123RF.com

White, l'idea che prende forma



L'idea che trae ispirazione dal bianco, da sempre simbolo di questo meraviglioso scorcio di Puglia e riflesso delle emozioni nate da una passeggiata nei centri storici pugliesi o da una notte sotto le stelle, prende gradualmente forma.

L'idea itinerante, che intende diffondere non solo in Puglia ma anche nel resto d'Italia e nel mondo un modo di vivere, è diventata progetto. Il 2018 rappresenta un anno importante: cinque anni fa nasceva un sogno, che sono riuscito a coltivare, alimentandolo giorno dopo giorno di nuovi stimoli e facendolo diventare realtà.

Ho voluto che il White Ostuni Beach Club rappresentasse il vostro punto di riferimento estivo, luogo di spensierate giornate al mare, di aperitivi sulla spiaggia, ma anche il posto perfetto dove festeggiare momenti speciali.

Sempre più spesso, infatti, le giovani coppie decidono di festeggiare il matrimonio o altri importanti anniversari sulla spiaggia, rendendole indimenticabili.

Perché il White è tutto questo ma non solo. È lo scrigno delle vostre emozioni, dei vostri momenti più belli, delle vostre occasioni speciali.

Anche quest'anno il White Magazine vuole essere uno

strumento di diffusione di idee, accompagnando ancora una volta non solo chi frequenta il White Ostuni Beach Club o il Tito Schipa, ma chiunque voglia avvicinarsi a questo particolare lifestyle.

Nella seconda edizione abbiamo pensato di iniziare da un libro che racconta una storia universale partendo dalla Puglia: Paolo Giordano e il suo "Divorare il Cielo". Il viaggio prosegue dando "voce" agli autori dei vostri aperitivi e delle vostre serate estive: il direttore artistico Nico Rinaldi e il resident dj Ciccio DB, come pure alla nostra drag Raven novità 2018 che sarà con noi ogni aperitivo del sabato. Si continua attraverso altri luoghi incantevoli di questa regione: Borgo Egnazia, premiato come migliore hotel 5 stelle al mondo e le ville di lusso nate da un'idea di Pascal Quintiliani, ispiratore di Puglia Home Design. E poi ancora, una chiacchierata con due importanti cantine: Cantine Ferrari e Claudio Quarta Vignaiolo. Anna Dello Russo torna a raccontarci del lancio del suo libro-lascito: "Beyond Fashion". Altri importanti personaggi ruotano attorno al mondo White: lo chef digitale Marco Favino, il regista del ristorante Tito Schipa (scoprirete chi è), le dj Alexita + Kima.

Il 2018 è l'anno della esaltante collaborazione con il Viva Festival.

La copertina di questo White Magazine? All'interno leggerete il perché... #whitediversity

Tutto questo ed altro nel White Magazine. Un magazine che vuole raccontare la storia di una regione pulsante che non smette di sfornare idee, piccoli e grandi talenti e soprattutto sogni che prendono forma.

Buona lettura e buona estate al White Ostuni Beach Club!

GABRIELE MENOTTI LIPPOLIS
General Manager, White Ostuni



RED BULL
MUSIC



PRESENTS

BEATS FROM THE LIDO

I SUCCESSI ESTIVI DELLA TRADIZIONE ITALIANA
RIVISITATI DAI MIGLIORI ARTISTI CONTEMPORANEI



8 LUGLIO

WHITE BEACH CLUB

CONTRADA MONTICELLI - OSTUNI (BR)

DALLE 19:00

Ospiti speciali:

LEVANTE

NIC CESTER

WILLIE PEYOTE

MUDIMBI

MARIA ANTONIETTA

MARIANNE MIRAGE

FEDERICA ABBATE

NYVINNE

CRLN

Direzione artistica:

JOLLY MARE

Arrangiamenti a cura di:

SELTON e JOLLY MARE

A seguire:

YOUNG MARCO

ROLLOVER DJs

#REDBULLMUSIC

#VIVAFESTIVAL18



VIVA!

Valle d'Itria
International
Music Festival

club to club



SUGAR

White, an idea taking shape



The idea that draws inspiration from the colour white, which has always been a symbol of this wonderful part of Puglia and a reflection of the emotions born from a walk in the historic centres of Puglia or a night under the stars, gradually takes shape.

The itinerant idea, which intends to spread a certain way of life not only to Puglia but also to the rest of Italy and to the world, has become a real project.

2018 is an important year: five years ago a dream was born, which I managed to nurture, feeding it day by day with new stimuli and making it a reality.

I wanted the White Ostuni Beach Club to be your summer reference point, a place for carefree days spent on the seaside, aperitifs on the

beach, but also the perfect place to celebrate special moments. More and more often, young couples decide to celebrate their wedding or other important anniversaries on the beach, making them unforgettable.

Because the White is all this, but not only. It is the casket of your emotions, your most beautiful moments and your special occasions. Also this year, the White Magazine wants to be an instrument for the propagation of ideas, accompanying once again not only those who attend the White Ostuni Beach Club or the Tito Schipa, but anyone who wants to approach this particular lifestyle.

In the second edition, we start from a book telling a universal story that starts from Puglia: Paolo Giordano and his "Divorare il Cielo" (Devouring the Sky). The journey continues giving "voice" to the authors of your summer evenings: artistic director Nico Rinaldi and resident dj Ciccio DB, as well as our drag Raven, a novelty of 2018, who will be with us every Saturday for the happy hour. The magazine also talks about other enchanting places of this region: Borgo Egnazia, awarded as the best 5-star hotel in the world and the luxury villas born from an idea of Pasquale Quintiliani, inspirer of Puglia Home Design. Then a chat with two important wineries: Cantine Ferrari and Claudio Quarta Vignaiolo. Anna Dello Russo returns to tell us about the launch of her legacy book: "Beyond Fashion". Other important characters revolve around the White world: digital chef Marco Favino, the (surprising) director of the Tito Schipa restaurant, DJ Alexita + Kima.

2018 is the year of the exciting collaboration with the Viva Festival. How about the cover of this issue? You'll read more inside...#whitediversity

All that and more in the White Magazine. A publication that wants to narrate the white history of Puglia, a pulsating region that never stops churning out ideas, small and big talents and above all dreams that take shape.

Good read and have a nice summer at the White Ostuni Beach Club!

GABRIELE MENOTTI LIPPOLIS
General Manager, White Ostuni



1942
Don Julio

DIA DE LOS MUERTOS



The DON JULIO words and associated logos are trademarks © Diageo Mexico Comercializadora SA de CV 2016
PLEASE DRINK RESPONSIBLY www.DRINKiQ.com

ASTON MARTIN

Red Bull 
R A C I N G

H. 14:00 . DJ SET
PAPACECCIO

H. 16:30 . LIVE
MICHELLE PERERA & BAND

H. 18:00 . DJ SET
NICO RINALDI . CICCIO DB
VOICE LA GABRY



Contrada Monticelli // Località Quarto di Monte // Ostuni // Puglia // Italy
+39 393 5313714 // 393 3634733
beachclub@whiteostuni.it // www.whiteostuni.it

White
ostuni beach club
enjoy your senses

15

SUNDAY
JULY

RACING night

H. 22.30



Free WiFi



IL "FENOMENO PUGLIA"

DI MONICA SETTA
DIRETTORE DEL WHITE MAGAZINE



fonte: web

Ormai gli economisti europei sono tutti d'accordo: esiste un "fenomeno Puglia" in controtendenza rispetto alla flessione generale delle altre regioni del sud che potrebbe esplodere proprio in questa calda estate 2018. Secondo i dati sul turismo internazionale forniti da Bankitalia, infatti, nel primo trimestre dell'anno la media delle presenze nella regione registra una crescita del 6 per cento arrivando a sfiorare, in cifra assoluta, il milione e duecentocinquantamila. Ma il dato davvero fondamentale è che la media del soggiorno in Puglia si allunga fino alla settimana con un tasso di incremento del 12 per cento contro il meno 4 del mezzogiorno. Come mai, dunque, pubblico, investitori istituzionali e non puntano così decisamente sul brand pugliese? Gli esperti del mercato sostengono che la chiave del successo è nell'equilibrio del

rapporto fra costi e qualità del servizio in senso complessivo. Tutto sommato rispetto alla Sardegna o alla costiera amalfitana, la Puglia offre soluzioni di vacanze che non superano in media le 800 euro a testa per sette giorni da consumare tra mare (bandiera blu) bellezze naturalistiche movida notturna e locali con cibo spesso a km zero. Il tema costi, però, è solo una parte del discorso perchè, in realtà, a tirare è soprattutto il trend topic-Puglia ossia il concept di una vacanza che recupera sapori e tradizioni antiche nella più prorompente, vistosa contemporaneità. Basta scorrere l'elenco delle celebrities che fra fine luglio e ferragosto arriveranno sulle nostre coste per capire che la Puglia style diventa, giorno dopo giorno, una realtà affascinante per nuovi mercati di sbocco sia fisici che di "status". Ecco allora Madonna che torna quasi ogni anno per festeggiare il compleanno in agosto, poi Tom Hanks, Hellen Mirren e Gerard Depardieu che cerca casa a Lecce; poi Sharon Stone invitata da Tania Missoni dove vanno con piacere anche Biagio Antonacci, Ornella Vanoni e Gianni Morandi. I bene informati sostengono che ad Ostuni dove domina la scena la guru barese della moda Anna dello Russo, arriverà pure la statuaria Venere nera Naomi

Campbell. Agosto sarà comunque un mese di feste fra splendide ville da 13mila euro a settimana, trulli sontuosamente ristrutturati, magnifici lidi di tendenza e discoteche sotto le stelle. Arriveranno in particolare gli italiani ma le previsioni dicono che la Puglia è fra le regioni più ambite dal mercato russo e giapponese. I magnati russi che andavano in Costa Smeralda spendendo in una sera fino a 10mila euro in champagne d'annata si sposteranno davvero in Puglia? E dove andranno se le strutture extra lusso, fatta eccezione per Borgo Egnazia, sono pochissime? Molti hanno prenotato al Melograno; altri puntano sulle esclusive camere della Peschiera mentre la maggioranza silenziosa si organizza in ville private scegliendo poi i privé dei lidi più chic come il White Ostuni Beach Club di Quarto di Monte, Monticelli. Ma il problema resta. Il punto su cui aprire il dibattito è quello dell'assenza di grandi infrastrutture. E di questo si dovrà far carico la classe dirigente politica pugliese a cui, anche noi di White Magazine, giriamo la fatale domanda: siete attrezzati a cogliere questa grande opportunità o fra un anno saremo qui a parlare ancora di occasione perduta? Gli operatori turistici, il territorio sono pronti. E voi politici?



THE "APULIA PHENOMENON"

BY MONICA SETTA
WHITE MAGAZINE GENERAL DIRECTOR



All the European economists agree on the emergence of the "Apulia phenomenon", in counter-trend compared to the general decrease of the rest of the southern regions of Italy, which may explode during this hot summer of 2018.

According to the data on the international tourism from Bankitalia, indeed, in the first quarter of 2018 the average turnout of tourists in Apulia increased by 6 per cent, reaching an amount of 1 million 250 thousands.

However, the most important fact is that the average stay in Apulia extends to one week by increasing of 12 per cent compared to the decrease of 4 per cent of the rest of South Italy.

Why do investors focus on the Apulian market?

Market experts affirm that the key to the success is overall due to the balanced connection between costs and service quality.

All in all, compared to Sardinia and the Amalfi Coast, Apulia provides holiday-offers that do not exceed euros 800 per person for a week, to spend on the beach (blue flag), among nature, night parties, and restaurants with natural local products .

However, besides low costs, the topic Apulia-trend is the leading fact, that is the concept of an holiday which takes ancient traditions and flavours back to the impetuous, flashy modernity.

The increasing number of celebrities that will come on vacation to our region between the end of July and August 15th testifies that Apulia style becomes, day by day, a fascinating reality for both physical and "of status" target markets.

As a consequence, you can see Madonna

coming every year to celebrate her birthday in August, Tom Hanks, Hellen Mirren and Gerard Depardieu seeking a house in Lecce; Sharon Stone, Biagio Antonacci, Ornella Vanoni and Gianni Morandi coming on holiday as Tania Missoni's guests.

Well-informed people claim that Naomi Campbell, the statuesque black Venus, will arrive to Ostuni, where Anna Dello Russo, the guru of fashion, rules.

Nevertheless, August will be a month of parties between gorgeous villas of 1300 euros per week, sontuously renovated trulllos, wonderful trendy beach clubs, and discos under the stars. In particular, Italians will come on holiday but, according to forecasts, Apulia is one of the most sought-after by Russian and Japanese people.

Will the Russian magnates, that spent over 10 thousands euros in champagne in Costa Smeralda move to Apulia?

And where will they come on holiday if the luxurious facilities, except for Borgo Egnazia, are so few?

Lots of them got their reservations at "Il Melograno"; other people prefer "La Peschiera"; the majority choose private villas and go to V.I.P. areas of the beach clubs, such as White Ostuni Beach Club in Quarto di Monte, Monticelli.

However, the point is the lack of large infrastructures. The Apulian ruling class should tackle these issues.

Our question to the Apulian ruling class is: did you gear up to take this huge chance or will we, within a year, be still talking about a wasted opportunity?

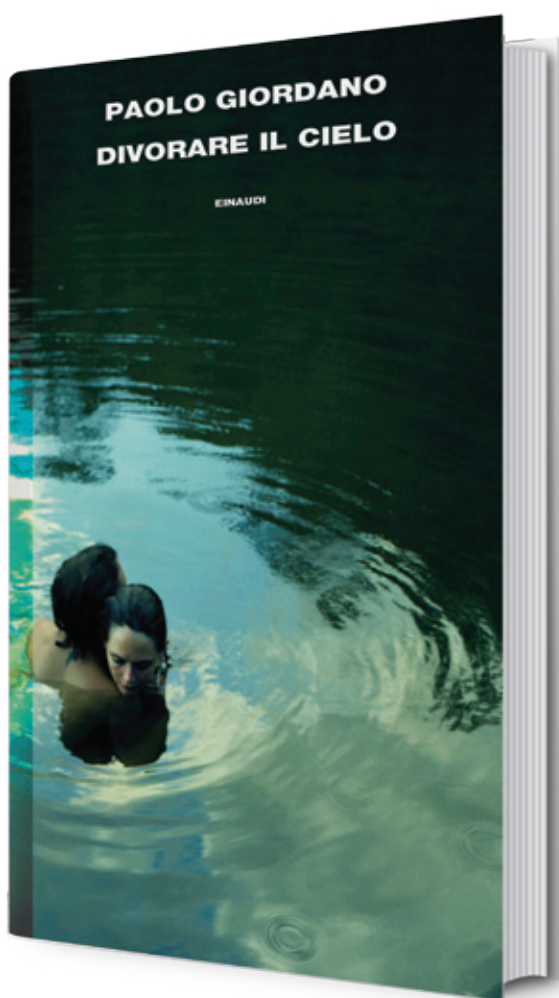
The tour operators and the territory are ready. What about you, politicians?

PAOLO GIORDANO & LA PUGLIA

“E SPERO CHE DA QUEST’ANNO GUARDERETE
LA TORRE CHE S’INTRAVEDE DALLA SPIAGGIA DEL
WHITE CON OCCHI DIVERSI.
PERCHÉ È QUELLA LA TORRE”



PAOLO GIORDANO & LA PUGLIA



Adieci anni dal successo de 'La solitudine dei numeri primi', Paolo Giordano ha scelto Brindisi e la Puglia per ambientare il suo nuovo romanzo 'Divorare il cielo'. Lo abbiamo incontrato per farci svelare da cosa ha tratto ispirazione e abbiamo scoperto di essere anche noi parte della storia...

D: Divorare il cielo... da dove nasce l'ispirazione?

Da un personaggio, Bern, che è il centro misterioso e attraente della storia. Per mesi ho immaginato questo ragazzo diverso dalla norma, inquieto, taciturno, vestito sempre di nero, che gli altri guardavano con un misto di sospetto e curiosità. Accanto a lui si sono via via affollati gli altri protagonisti del romanzo: Teresa, Tommaso, Nicola, Cesare...

D: Una storia universale per la quale hai scelto un paesino della Puglia, cosa ti lega a questi luoghi? Quanta Puglia c'è in una storia "universale"?

Ogni luogo ha il potere di divenire universale. Anzi, spesso, maggiore è la specificità di un luogo, maggiore ne è anche l'universalità. La Puglia, che frequento ormai da dieci anni passandoci le estati, è legata profondamente a questa storia. Molti aspetti sono nati dal territorio

stesso, dalla sua bellezza e dalle sue contraddizioni, dalla campagna. Speciale, che non è esattamente il luogo nel quale io trascorro più tempo, l'ho scelta soprattutto per il nome. I nomi hanno una grande importanza nei libri.

D: Fil rouge della narrazione è una natura potente e ineluttabile, qual è il tuo rapporto con la natura?

La natura è una tentazione costante per me. La cerco ogni volta che ho bisogno di rigenerarmi. Ma la natura del romanzo non è solo bellezza e quiete, anzi. È sensualità, è ossessione, è fatica (come per tutta la parte della storia che riguarda il lavorare la terra) e talvolta è perfino minaccia, ad esempio quando Bern e gli altri partecipano alla lotta armata per proteggere gli ulivi pugliesi dall'abbattimento. Inoltre, nel libro la natura della Puglia è messa in contrasto con altre molto diverse: con il paesaggio lunare dell'Islanda, con il freddo invernali di Kiev.

D: Tutto l'intreccio e poi l'imprevedibilità che ne deriva si basa su verità celate o su segreti custoditi gelosamente, quanto costa tenere un segreto?

La menzogna, quando diventa una parte fondante della nostra vita, può costare molto cara, non solo a noi, ma a tutte le persone che incontriamo e con le quali condividiamo qualcosa di profonda. Bern, Nicola e Tommaso fondano la loro vita adulta su un patto terribile, su un

segreto che metterà seriamente a rischio le loro vite. Qualcuno morirà a causa di quel segreto. Ma non c'è alcuna condanna di loro da parte mia. Quando succede, sono giovani, confusi e spaventati. Molto spesso la menzogna è una reazione alla paura.

D: Teresa abbandona la sua e la tua città Torino ed un futuro di certezze già scritte per seguire i suoi sogni, quanto questo personaggio ti ha affascinato?

Moltissimo. Teresa è stata per me la vera rivelazione del libro. Ho cominciato a raccontare la storia attraverso i suoi occhi conoscendola pochissimo. Mi si è svelata lentamente, a volte ero persino arrabbiato quando mi sembrava reagire con troppa accondiscendenza alle decisioni di Bern e degli altri. Ma ne intuivo la forza, e l'ho vista esplodere proprio quando ho scritto l'ultima pagina. Teresa ha il coraggio di seguire il proprio sentimento, senza mai abdicare a esso.

D: Bern, il tuo protagonista è un ragazzo che non accetta compromessi, capace di grandi slanci, ma anche di provare enormi delusioni, come sei arrivato a concepire un personaggio tanto "assoluto"?

Penso che esista in me una tensione verso l'assoluto. I miei personaggi sono molto spesso delle versioni estreme di qualcosa che riconosco in me stesso. Attraverso Bern volevo esplorare soprattutto il sentirsi perduti, orfani, quando si è creduto con tutte le proprie forze a qualcosa, a Dio o a un'idea o a una persona, e d'un tratto ci si accorge di non crederci più. È un sentimento che ci riguarda tutti, credo, e che può ripetersi più volte nel corso della vita.

D: un saluto ai lettori del White Magazine.

Spero di vedervi lì, al White, presto. Anzi, prestissimo. E spero che da quest'anno guarderete la torre che s'intravede dalla spiaggia con occhi diversi. Perché è quella la torre.



PAOLO GIORDANO AND APULIA

“AND I HOPE THAT AS OF THIS YEAR, YOU WILL LOOK AT THE TOWER WHICH CAN BE SEEN FROM WHITE’S BEACH, THROUGH DIFFERENT EYES. BECAUSE IT’S THAT TOWER”

Ten years after the success of “The Solitude of Prime Numbers”, Paolo Giordano chose Brindisi and Apulia to set his new novel: “Devouring the sky”.

We met him to know more about what inspired him and we found out to be also part of the story.

Q: Divorare il cielo (Devouring the Sky) where did the inspiration come from?

A: From this mysterious and charming character, Bern, who is at the centre of the story. For months, I had imagined

this guy, different from the rest, troubled, reserved, always wearing black, who others look at both suspiciously and also curiously. Beside him, little by little come an abundance of other main characters in the novel: Teresa, Tommaso, Nicola, Cesare...

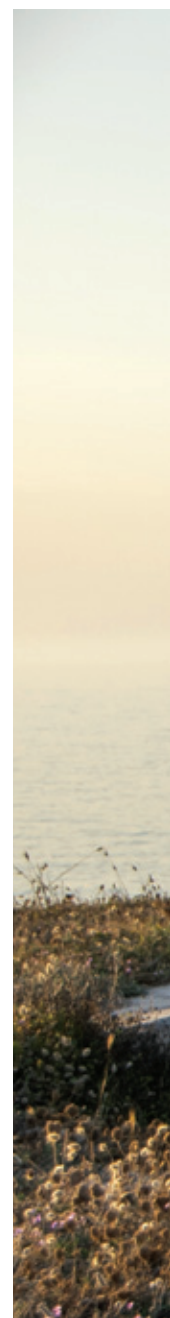
Q: Why have you chosen a little village in Apulia for a universal story? What links you to these places? How much of Apulia can there be in a ‘universal’ story?

Every town has the ability to become universal. Actually, more often than not, the more detailed a place is, the more it becomes universal. I’ve spent my summers in Apulia for the past ten years, and it is very much deeply linked to this story. Many aspects have come from this area itself, from its beauty and its contradictions, from the countryside. I actually chose the place for its name: Speziale, meaning Apothecary or Chemist’s, in English. But it’s not exactly where I spend most of my time. Names have a huge significance in books.

Q: The common denominator throughout the tale is how powerful and unavoidable nature is. What is your relationship with nature?

A: Nature is a constant temptation for me. I look for it every time I need to re-energise myself. But the nature in this novel is not only beauty and calmness, it’s quite the contrary. It’s sensuality, it’s obsession, it’s struggle (as far as the entire part regarding working the land is concerned) and sometimes it’s even threatening, for example when Bern and the others take part in the armed struggle in order to protect the Apulian grapes from destruction. Furthermore, within the book, there are many contrasts to Apulia’s nature: with the moonlike landscape in Iceland, or with the winter cold in Kiev.

Q: The whole plot and then the unpredictability that results is all based on concealed truths or secrets safeguarded through jealousy, what are the costs of keeping a secret?



When lies become a founding element in our lives, the cost can be dear, not only for us, but everyone that we meet and those we share something deeply with. Bern, Nicola, and Tommaso have founded their adult lives on a terrible pact, on a secret that will really put their lives at risk. Someone will die because of that secret. But I'm not condemning them for it. When it happened, they were young, confused and scared. A lot of the time, lies are linked to fear.

Q: Teresa left Turin behind, her city, and yours, to follow her dreams of a future filled with already written certainties, how much did this character fascinate you?

A: A lot. Teresa really was the true revelation in this book for me. I started telling the story through her eyes without really knowing her very well. It slowly came to me, a few times I even got really angry when she seemed to react to Bern's and the others' decisions with too much compliance. But I sensed her strength, which I saw really explode when I was writing the last page. Teresa has the courage to follow her own emotions, without giving up.

Q: The main character, Bern, is a guy who doesn't accept compromises, is capable of great outbursts, but also experiences huge disappointment. How did you manage to conceive such an 'extreme' character?

I think that there is a tendency towards the extreme in me. Very often, my characters are extreme versions of something that I recognise in myself. Through Bern, above all, I wanted to explore the feelings of being lost, abandoned, when you believe with your whole being in something, in God, or in an idea, or in a person, and then something happens and you don't believe that any more. It's a feeling that concerns everyone and can happen many times during your life.

Q: Do you have anything to say to the readers of White's Magazine?

A: I hope to see you all at White' soon. Actually, very soon. And I hope that as of this year, you will look at the tower which can be seen from White's beach, through different eyes. Because it's that tower.

“ The fire tower the novel talks about, which is located on the Monticelli coast and clearly visible from the White Beach ”



IL "BELLO" E IL "BRAVO"

L'INTERVISTA DOPPIA AI
PROTAGONISTI DELLA DOMENICA
DEL WHITE: NICO RINALDI
(DIRETTORE ARTISTICO) E CICCIO
DB (RESIDENT DJ). GLI ABBIAMO
FATTO ALCUNE DOMANDE PER
CONOSCERLI PIÙ DA VICINO, E NON
SONO MANCATE LE SORPRESE.

Nome?

C: Ciccio: Francesco pare...

N: Nico Rinaldi

Meglio noto come?

C: Ciccio DB

N: Nico Rinaldi

Età (non barate mi raccomando)?

C: 18

N: 10 + 5 + 3 + 10 + 5 + 3 + 1 + 1

Cosa fai nella vita?

C: Molte cose tutte con grande passione e dedizione.

N: intercetto artisti bravi da proporre a coppie che convolano a giuste nozze, per far si che loro possano avere un party originale e con tanta qualità musicale. (Lo faccio anche per le domeniche del White in realtà, ma non ditelo troppo in giro)

Cosa sognavi di fare da piccolo?

C: Non lo ricordo onestamente.

N: Sognavo di stare su di un palco e potermi esprimere con una forma d'arte musicale. In realtà avrei voluto essere un cantante di quelli che sono fighissimi alla Jovanotti, ma canto di merda, il dj va benissimo!

Quando hai iniziato a fare i DJ?

C: Nel 1993. Quest'anno ho festeggiato con un party celebrativo dei 25 anni:

è stato emozionante vedere che dopo tanti anni c'è ancora questo supporto. Confesso di aver retto a stento l'emozione durante un set di 5 ore solo in vinile.

N: Ho iniziato a 16 anni ma ho mollato 3/4 anni dopo, ho ricominciato seriamente a 25 anni.

Un tuo pregio? E un tuo difetto?

C: Pregio: La cultura del lavoro e del sacrificio. Difetto: I difetti sono tanti ma sono quelli che caratterizzano le persone e ci fanno amare le stesse per come sono, ma se dovessi dirne uno direi che ho pochi capelli.

N: Pregio: credo di essere molto, troppo generoso. Difetto: vorrei essere meno permaloso.

Un pregio dell'altro? E un difetto?

C: Pregio: è un buono di cuore come me oltre che un grande lavoratore. Difetto: permaloso come pochi.

N: Pregio: una gran bella testa pensante. Difetto: ansioso.

Gruppo o cantante preferito?

C: Difficile dirne uno...Italiani Battisti E Lucio Dalla. Stranieri Stewie Wonder. N: Abbastanza riduttivo dirne uno, sono cresciuto con Michael Jackson, Pino Daniele e i Red Hot Chili Peppers, posso affermare forse che il mio preferito sia Pino Daniele.

Ciccio DB





Nico Rinaldi

Canzone preferita?

C: Non posso rispondere, ogni disco è legato a momenti della mia vita e di quella di molte persone.

N: Tantissime! Ma ve ne cito una che mi da sempre una carica assurda: Epmd - The Joint.

Come ti immagini tra 10 anni?

C: Con un figlio e una persona che mi supporta e sopporta.

N: Capelli e barba bianchi e lunghi, non in Italia, un gran figo.

Come è nato il tuo rapporto col White?

C: Da una mia intuizione di chiamare Nico per sottoporgli una idea. È stata subito grande intesa con lui.

N: Ho aiutato Gabriele a trovare un sassofonista per l'inaugurazione, da lì si è perduto innamorado di me.

Gabriele o Marianna? Chi preferisci tra i due? Perché?

C: Marianna la mia prossima fidanzata. Anche perché Gabriele è brutto (ma

piace) come me.

N: Marianna ovvio, perché è più bona di Gabriele.

Qual è la cosa che preferisci dell'Aperiwhite?

C: La magia, il tramonto, la sera, la gente... tutto insomma.

N: Guardare il sole tramontare dietro la palma, visto dalla consolle, sentire le urla delle persone appena pigio il tasto play, guardare la gente apprezzare gli artisti live che scelgo per il White.

Qual è il tuo cavallo di battaglia?

C: Ogni anno provo a lanciare dei tormentoni. L'anno scorso ho risuonato quasi per sfida Itallove il risultato è stato che la gente crede l'abbia composta io e mi chiama con è tutto blu mi piaci di più! Per il 2018 ne sfonderò un altro ancora :)

N: Forse Body dei Funky Green Dogs o Linda di Martin Solveig.

Suonate spesso insieme. Qual è la volta in cui ti sei divertito di più? Una serata che ricordi particolarmente?

C: Ce ne sono tante, impossibile dirlo.

N: Bella domanda. Ne abbiamo fatte davvero tante, ricordo però due serate: l'ultimo ferragosto al White, una festa dell'epifania e ultima una data alla lampara a fine 2017.

Chi è il più bello?

C: Nico

N: Gabriele

Il più bravo?

C: Io

N: Ciccio

E il più simpatico?

C: Io

N: Ciccio

Che voto vi date come amici?

C: Gli voglio bene. 10 se fosse meno permaloso.

N: 7.

Single o fidanzato?

C: Single.

N: In fase di preparazione atletica.

Come corteggi una ragazza?

C: Mi ritengo un galantuomo, ma comunque un uomo deciso.

N: Non so corteggiare, o meglio, amo corteggiare una donna quando è già mia. Prima lascio molto al fato

mettendoci pochissimo di mio.

Com'è la tua vacanza ideale?

C: Zaino in spalla per le vie del mondo.

Viaggio spesso così

N: Un mix di esplorazione, studio artistico/musicale, mare e relax.

Un artista con cui ti piacerebbe suonare al White?

C: Nico Rinaldi. E Black Coffee con il quale suonerò a Maggio a Bari. Un grandissimo.

N: Andrea Oliva su tutti, l'attuale resident del Party Ants dell'Ushuaia di Ibiza.

Oltra alla tua presenza, perché alle persone piace così tanto la domenica del White?

C: Perché si crea una sinergia tra musica, location servizi, drink ecc.

N: Perché c'è Gabriele. Oltre questo, perché credo si sentano liberi di stare a piedi nudi, senza trucco o etichette, perché offriamo un buon prodotto musicale che fa star bene quasi tutti.

Drink preferito?

C: Chiedete a Gigi e Andrea.

N: Gin Tonic

Usi i social?

C: Sì, troppo.

N: Sì, fondamentale negli ultimi 7/8 anni.

Quanti follower hai?

C: Tra tutti i canali 10k.

N: Circa 13000 tra Facebook ed Instagram.

Un saluto agli amici del White?

C: È tutto blu... ma ora basta!!!

N: Ciao amici, non vedo l'ora di guardarvi sorridere sotto la nostra consolle!



Nico Rinaldi

THE "GOOD" AND THE "HANDSOME"

THE DOUBLE INTERVIEW WITH THE STARS OF SUNDAYS AT WHITE'S: CICCIO DB AND NICO RINALDI. WE ASKED THEM SOME QUESTIONS TO GET TO KNOW THEM BETTER, AND ALSO FOUND OUT A FEW LITTLE SURPRISES.

Name?

C: Ciccio: Probably Francesco...

N: Nico Rinaldi

Better known as?

C: Ciccio DB

N: Nico Rinaldi

Age (make sure you don't cheat)?

C: 18

N: 10 + 5 + 3 + 10 + 5 + 3 + 1 + 1

What do you do for a living?

C: A lot of things, all with great passion and dedication.

N: I check out good artists to recommend to couples who are getting married, so that they can have an original party with high quality music. (Actually, I also do this for Sundays at White's, but don't let people know)

What did you dream of doing as a child?

C: Honestly, I don't remember.

N: I dreamt about being on a stage and being able to express myself musically. I actually wanted to be a cool singer like Jovanotti, but I sound like crap when I sing, so being a DJ is much better.

When did you first start DJ-ing?

C: In 1993. This year I had a party to celebrate my 25 years. It was emotional seeing that still after so many years

there is still a great support. I have to admit that I painfully kept a grip on my emotions during a 5-hour set, playing only vinyl.

N: I started at 16 but ditched it all 3-4 years later. I started again seriously at 25.

What is one of your best qualities? And one of your flaws?

C: Quality: The value of good work and making sacrifices. Flaw: There are many flaws, but they are also what characterise people and make people love us for who we are, but if I were to give one, I would say I have little hair.

N: Quality: I think I'm very, maybe too generous. Flaw: I would like to be less touchy.

Can you name a quality and a flaw in each other?

C: Quality: he is good-hearted like me as well as a hard worker. Flaw: touchy like no other person I know.

N: Quality: a good rational mind. Flaw: provokes anxiety in others.

Favourite band or singer?

C: Difficult to name just one.... Italian, Battisti and Lucio Dalla. Foreign Stevie Wonder.

N: It's quite diminishing to give just one, I grew up with Michael Jackson, Pino Daniele and the Red Hot Chilli Peppers. Maybe it's safe to say that my favourite is Pino Daniele.





Nico Rinaldi



Favourite song?

C: I can't answer that. Every disc is linked to moments in my life and that of lots of other people.

N: So many! But I can tell you that there is one that always has a weird appeal: Epmd- The Joint.

How do you imagine yourself in 10 years' time?

C: With a kid and a person who supports me and puts up with me.

N: With long white hair and a long white beard, not living in Italy, someone really cool.

How did your relationship with White's come about?

C: From my insight to call Nico up and present him with an idea. He agreed immediately.

N: I helped Gabriele find a saxophone player for the launch. From then he fell completely in love with me.

Gabriele or Marianna - who do you prefer between the two? Why?

C: Mariana - my next girlfriend. Also, because Gabriele is ugly like me (but I like him).

N: Obviously Marianna, because she's much better looking than Gabriele.

What is it that you like the best about Aperihwhite?

C: The magic, the sunset, the evening, the people...really everything.

N: Watching the sun set behind the palm trees from the decks, hearing people shouting AT the moment I push the play button, seeing people enjoy the live artists that I've chosen for White's.

What is your signature song?

C: Every year I try to throw in catchphrases. Last year, almost as a dare, I played Itallove. It turned out that people thought that I had written it and they were calling me with "è tutto blu mi piaci di più" (everything's blue I like it more). For 2018 I'll pop out another one :)

N: Maybe Body by the Funky Green Dogs or Linda by Martin Solveig.

Do you often play together? When did you enjoy yourself the most? Is there one night that you particularly remember?

C: There have been so many. It's impossible to say.

N: Good question. We really have done so many, however, I do remember two evenings. The last ferragosto (August Bank Holiday) at White's, one feast of Epiphany (6th January), and most recently, one date in La Lampara at the end of 2017.

Who's better looking?

C: Nico

N: Gabriele

Who's better behaved?

C: Me

N: Ciccio

And who is nicer?

C: Me

N: Ciccio

What score would you give as a friend?

C: I love him. 10 if he were less touchy.

N: 7.

Single or in a relationship?

C: Single.

N: Going through athletic preparation.

How do you attract a girl?

C: I consider myself to be a gentleman, but also a determined man.

N: I don't know how to attract, or rather, I love attracting a woman when she's already mine. Firstly, I leave a lot to fate without putting in much myself.

What is your ideal holiday?

C: Backpack on, walking the roads of the world. I travel a lot that way

N: A mix of exploration, art/ music studios, sea and relaxation.

Which artist would you like to play with at White's?

C: Nico Rinaldi And Black Coffee who I'm playing with in May in Bari. A legend.

N: Above all Andrea Oliva, the actual resident of the Party Ants at Ushuaia in Ibiza.

Besides you both being there, why do people like Sundays at White's so much?

C: Because there is synergy between the music, venue, services, drinks, etc.

N: Because Gabriele is there. In addition to this, I believe it's because people feel free to go bare foot, without make-up or labels. Because we offer good music which makes almost everyone feel good.

Favourite drink?

C: Ask Gigi and Andrea.

N: G&T

Do you use social media?

C: Yes, too much.

N: Yes, mostly in the past 7-8 years.

How many followers do you have?

C: Through all the channels 10K.

N: Around 13,000 between Facebook and Instagram.

Do you have anything to say to our friends at White's?

C: È tutto blu (everything's blue) ... but that's enough now!!!

N: Hi friends, I can't wait to see you all smiling under our decks!



Ciccio DB

white
ostuni beach club



—enjoy your senses

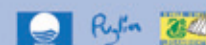


CENA D'AUTORE



PAOLO STELLA

VENERDÌ **20** LUGLIO
H.21.00



Contrada Monticelli // Località Quarto di Monte // Ostuni // Puglia // Italy
+39 393 5313714 // 393 3634733
beachclub@whiteostuni.it // www.whiteostuni.it

ANDREA D'AMBRUOSO, IN ARTE RAVEN

DAL CENTRO SCOMMESSE AL PALCO DEL
WHITE OSTUNI BEACH CLUB

Intervisto Andrea D'Ambruoso per telefono. Sono in viaggio per Torino, e lui invece è in Puglia. Sono molto curioso di conoscere la persona dietro a Raven, la drag queen che intratterrà il White per tutta l'estate con un aperitivo decisamente particolare che si terrà ogni sabato dalle 18.00 alle 21. Il connubio tra il White Ostuni Beach e Raven è nato con delle collaborazioni iniziali, che hanno dato il via a un rapporto ben più solido. E così l'Aperitivo di Raven, un aperitivo per tutti, compresi i bambini, è entrato a pieno titolo nella programmazione estiva. Andrea stesso mi sottolinea al telefono: sarà un momento goliardico, colorato e irriverente, che farà sorridere tutti.

Già fa sorridere me in treno.

Sono molto curioso di conoscerti e conoscere Raven. Cosa mi dici innanzi tutto di te, Andrea?

Andrea è un ragazzo di 36 anni che cerca di esprimere la sua creatività in ogni aspetto della sua vita. Quando non sono Raven, faccio il cassiere in un centro scommesse, ma anche in questo caso cerco di esprimere la mia estrosità. I clienti sono tutti divertiti da me, e i miei colleghi invece mi hanno preso per il loro consigliere!

Essere una drag queen significa creare un personaggio, una sorta di alter ego. Oggi si parla tanto di identità. Chi è dunque Raven? Presentacela.

Raven non è stata la stessa fin da subito: si è inquadrata piano a piano. Con il tempo ha acquisito la sua identità e la sua carica. Oggi Raven è estrosa, energica, carica, divertente e decisa. E anche una testa dura a volte, devo ammettere.

Cosa indossa Raven?

Raven ama l'estrosità anche negli abiti, le piace molto la moda, quella un po' sontuosa ed esagerata. Per questo su tutti ama Moschino e Dolce & Gabbana. I vestiti comunque sono sempre frutto di una mia ricerca, giro, mi guardo intorno, ci penso mentre sono a lavoro. Cerco sempre di metterci però le stampe, delle pietre, delle applicazioni. Il mio mito è Anna Dello Russo, tu pensa!



white
ostuni beach club
enjoy your senses



APERIWHITE

22 SUNDAY
JULY

H. 14:00 . DJ SET & LIVE
PAPACECCIO & BAND

H. 19:00 . DJ SET

HECTOR ROMERO

NICO RINALDI . CICCIO DB
VOICE > DIONY

Direzione Artistica  nico rinaldi

DEF MIX 

<http://www.facebook.com/hectorromeronyc>
<https://www.facebook.com/defmixproductions/>



Free WiFi   



Contrada Monticelli // Località Quarto di Monte // Ostuni // Puglia // Italy

+39 393 5313714 // 393 3634733

beachclub@whiteostuni.it // www.whiteostuni.it



Com'è nato il personaggio?

Raven nasce in maniera del tutto casuale. Sono diplomato in canto al conservatorio. Durante una serata a Bari cercavano un vocalist e mi hanno chiamato. La serata era denominata "Il Congresso del Corvo", che ha poi dato il nome a Raven, corvo in francese appunto. Inizialmente ero un po' ambiguo: non completamente truccata, non completamente vestita da donna. Da questa serata tutto ha avuto inizio. Da performer a drag queen ed ora eccomi qui.

Qual è il cavallo di battaglia di Raven? Il suo must show, quello che non bisognerebbe mai perdersi.

Il mio cavallo di battaglia? Non so bene quale performance indicare, ma so che la mia voce mi ha aiutato a portare avanti il mio personaggio. Ogni spettacolo sarà diverso, tra coreografie, costumi e cabaret. Ci sarà da divertirsi sempre!

Ci anticipi qualcosa che farà Raven al White durante l'estate?

Spero che ogni mio show ad Ostuni possa portare emozioni tra il pubblico ed esplosioni nel mio personaggio. Porterò il sorriso per quelle ore. Spero di non deludervi!

white
ostuni beach club
enjoy your senses

APERITIVO CON
Raven



EVERY SATURDAY
FROM 23.06 TO 01.09
at 18.00



Contrada Monticelli // Località Quarto di Monte // Ostuni // Puglia // Italy

+39 393 5313714 // 393 3634733

beachclub@whiteostuni.it // www.whiteostuni.it



ANDREA D'AMBRUOSO, IN ART RAVEN

FROM THE BETTING CENTRE TO THE
WHITE OSTUNI BEACH CLUB STAGE.

I interviewed Andrea D'Ambruso on the phone. I was travelling in Turin; however, he was in Apulia. I was very curious to get to know the person behind Raven, the drag queen who entertains at White's throughout the summer with a very special happy hour, taking place every Saturday from 6:30pm until 9pm. The bond between White Ostuni Beach and Raven came about through initial collaborations which then gave way to a more solid relationship. And this is how Raven's happy hour, an aperitive for everyone, including children, entered in as a fully-fledged part of the summer programme. Whilst on the phone, Andrea himself highlights that it will be an exuberant moment, lively and disrespectful, which will make everyone smile. He's already making me smile while I'm on the train.

I am very curious to get to know you and also Raven. What can you tell me first and foremost about yourself, Andrea?

Andrea is a 36-year-old man looking for ways to express his creativity in every aspect of his life. When I'm not Raven, I am a cashier in a bookies, but even there I try to express my extravagant ways. I'm always entertaining the clients and my colleagues are all coming to me for advice!

Being a drag queen means creating a character, a sort of alter ego. In this day and age, we talk a lot about identity. So, who is Raven? Can you introduce her to us?

Raven was not immediately the person she is today, she took shape little by little. Over time, she acquired her identity and her role. Today, Raven is extravagant, energetic, charged, fun and determined. I must admit that she's also very stubborn sometimes.

What does Raven wear?

Raven loves extravagance even with clothes. She loves fashion, more so when it is sumptuous and overstated. This is way, above all, she loves Moschino and Dolce & Gabbana. Her clothes are always the result of my research. I wander, look around me, I think about it even when I'm at work. However, I always try to put my own prints, stones and designs on them. My idol is Anna Dello Russo, what do you think of that?!



LIVE & DINNER
IL SALOTTO SUL MARE

DIROTTA SU CUBA



27

FRIDAY
JULY

at 21:00

DINNER & PRIVÉ

+39 393 5313714

+39 393 3634733



Contrada Monticelli // Località Quarto di Monte // Ostuni // Puglia // Italy

+39 393 5313714 // 393 3634733

beachclub@whiteostuni.it // www.whiteostuni.it

How did this character come about?

Raven came about in a total casual way. I graduated in music from the Conservatory. One night in Bari, someone was looking for a vocalist and they called me. The evening was entitled "The Congress of the Crow". This then gave way to the name Raven, another word for crow. At the start, I was a little ambiguous; only a little make-up and not completely dressed like a woman. It was from that evening that it all began. From performer to drag queen and now, here I am.

What is Raven's signature song? The absolute must, not to be missed.

My signature song? I really don't know which performance to suggest, but I do know that my voice has helped me to drive forward my character. Every show is different, from the choreography, to the costumes and the cabaret. You can always have fun!

Can you reveal anything that Raven will be doing at White's during the summer?

I hope that every one of my shows at Ostuni will bring excitement to the crowds and explosions in my character. I will be smiling during those hours. I hope I don't disappoint!

**Raven**



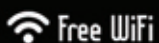
#WE ♥ PUGLIA

Cena & Serata
♥ Italiana

02 09 16 23 AUGUST
at 21.00

DJ SET VOICE
MADS VJ ADAMAS

DINNER & PRIVÈ +39 393 5313714 // 393 3634733



BORGO EGNAZIA *PUGLIA LUXURY*

Chi è Aldo Melpignano?

Un "Pugliese internazionale" con tanta voglia di far crescere e di innovare questo territorio.

Com'è nata l'idea di far nascere un Hotel di lusso che ricordasse un borgo antico?

Non definirei Borgo Egnazia un hotel di lusso, è un luogo unico ispirato ad un tipico borgo pugliese. Abbiamo fatto una scelta architettonica precisa, fortemente legata alla tradizione e al territorio ma con un tocco contemporaneo.

Quali sono le difficoltà che hai incontrato all'inizio di questo progetto?

I tempi della burocrazia ci hanno un po' rallentato. Inoltre, abbiamo trovato un po' di resistenza in chi vedeva nascere il progetto, ma era un piano molto ambizioso che faceva paura anche a noi.

Quale è il rapporto che ti lega con la Puglia e come mai hai scelto le campagne di Savalietri per realizzare il tuo progetto?

Questa è la terra della mia famiglia, siamo cresciuti passando tanto tempo tra Fasano e Savalietri ed è qui che abbiamo i nostri ricordi di famiglia. Questo territorio era pronto per accogliere qualcosa di importante

ed è qui che è iniziato tutto con Masseria San Domenico più di venti anni fa.

Qual è il segreto dietro a Borgo Egnazia?

L'amore per quello che facciamo, che è in ogni dettaglio. Chi lavora con noi ha una grande passione per questa terra e non vede l'ora di far vivere agli ospiti esperienze indimenticabili ed autentiche.

Il tuo Hotel è meta di artisti del calibro di Madonna e Justin Timberlake, che sensazioni hai provato a sapere che avrebbero alloggiato da te?

Non parliamo mai dei nostri ospiti, rispettiamo al massimo la loro privacy come è giusto che sia.

Secondo te, quali saranno i prossimi passi per il futuro delle strutture alberghiere di lusso?

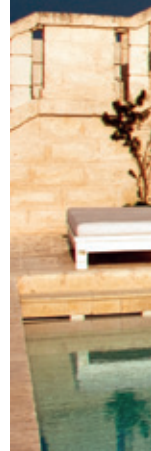
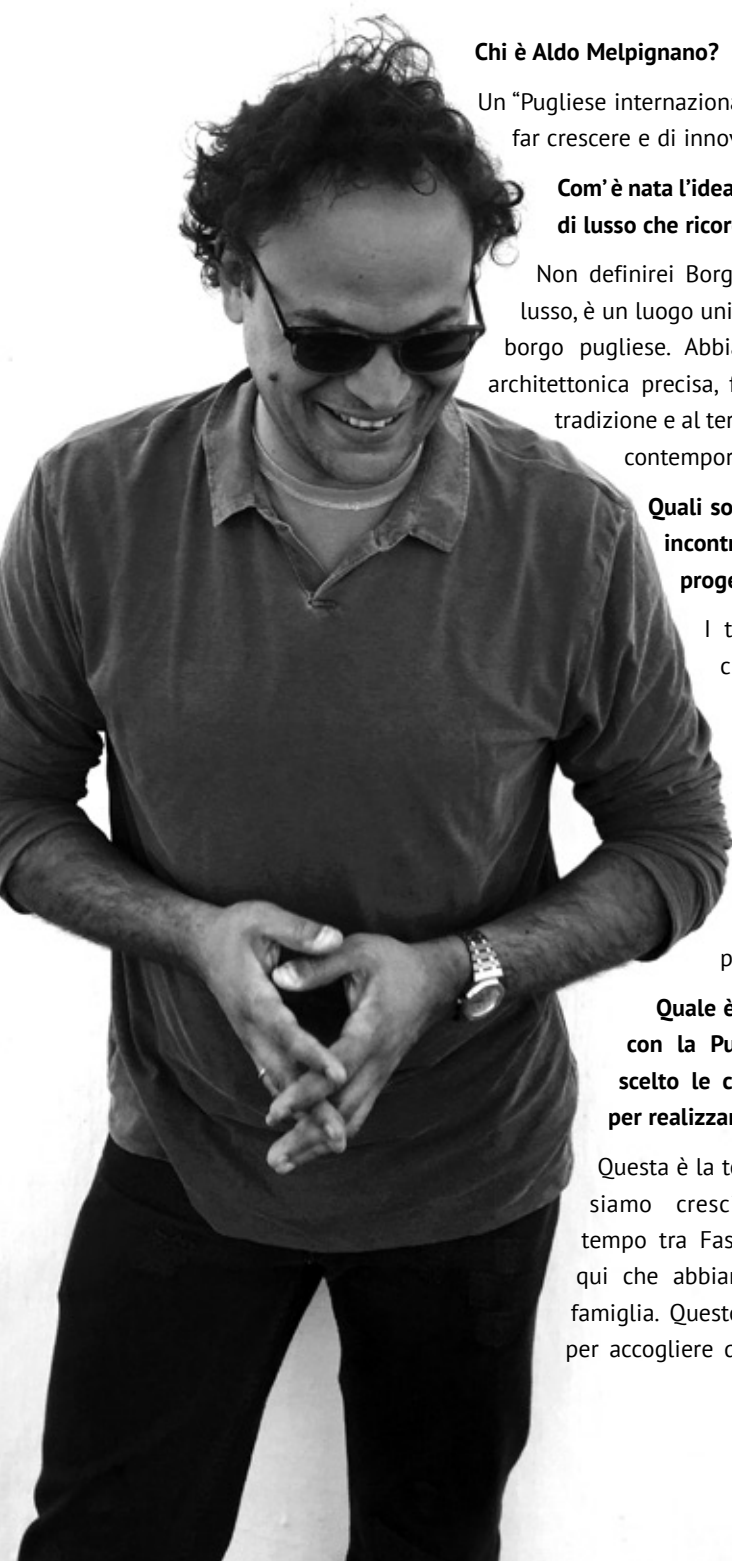
Offrire esperienze sempre più complete, capaci di contribuire al benessere degli ospiti e soprattutto di insegnare qualcosa di nuovo e interessante. Il viaggio è una occasione di crescita e di conoscenza e le strutture ricettive hanno sempre più un ruolo chiave in questo.

Da dove arriva il nome "Borgo Egnazia"?

La parola "Borgo" è legata alla conformazione della nostra struttura, ispirata, appunto, agli antichi borghi. "Egnazia" si riferisce all'antica città di Egnathia, che sorgeva a pochi metri da noi, dove oggi c'è un importante parco archeologico.

Come viene vissuto il lusso in Puglia?

Io credo che il vero lusso sia vivere esperienze semplici e autentiche, circondati dal calore della gente del posto e riscoprendo il valore delle tradizioni.





Che cosa amano i tuoi clienti che alloggiano nella tua struttura?

Amano molte cose, ma soprattutto la sensazione di sentirsi “a casa” anche se sono in un ambiente di altissimo livello.

L'accoglienza Pugliese è una caratteristica molto apprezzata, che peculiarità devono avere le persone del tuo staff, la devono rispecchiare a pieno o preferisci caratteristiche più internazionali?

Io nostro team è praticamente tutto pugliese, crediamo sia molto importante per garantire l'autenticità dell'esperienza nonché per investire in questo territorio. Naturalmente è importante la formazione, ed aver fatto qualche esperienza fuori non guasta... ovviamente la conoscenza delle lingue straniere è un must per tutti i ruoli di contatto.

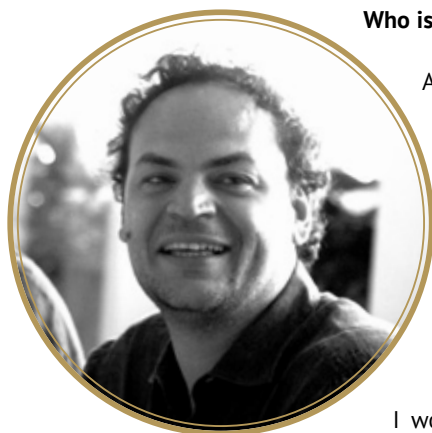
Progetti futuri?

Sempre tanti, in Puglia e non solo.





BORGO EGNAZIA *PUGLIA LUXURY*



Who is Aldo Melpignano?

An “international Apulian” with a great desire to make this territory grow and innovate.

How did the idea come about to create a luxury hotel that would remind you of an ancient village?

I would not call Borgo Egnazia a luxury hotel, it is a unique place inspired by a typical Apulian village. We have made a precise architectural choice, strongly linked to tradition and to the territory but with a contemporary touch.

What are the difficulties you encountered at the beginning of this project?

The bureaucracy times slowed us down a little. In addition, we found some resistance in those who saw the project begin, but it was a very ambitious plan that frightened us too.

What is your relationship with Apulia and why have you cho-

sen Savelletri's campaigns to carry out your project?

This is my family's land, we grew up spending so much time between Fasano and Savelletri and we have our family memories here. This territory was ready to welcome something significant and everything started here with Masseria San Domenico over twenty years ago.

What is the secret behind Borgo Egnazia?

Love for what we do, there is love in every detail. Those who work with us have a great passion for this land and look forward to making sure their guests have an unforgettable and authentic experience.

Your Hotel is a destination for artists of the calibre of Madonna and Justin Timberlake, how did you feel when you heard that they were going to stay at your hotel?

We never talk about our guests, we respect their privacy as much as it should be respected.

In your opinion, what are the next steps for the future of luxury hotels?

To offer more and more complete experiences, to be able





to contribute to guests' well-being and above all, to teach people something new and interesting. The journey is a chance for growth and knowledge and the accommodation facilities increasingly have a key role in this.

Where does the name “Borgo Egnazia” come from?

The word “Borgo” is linked to the conformation of our structure, inspired by the ancient villages. “Egnatia” refers to the ancient city of Egnathia, which stood a few metres away from us, where today stands an important archaeological park.

How is luxury experienced in Apulia?

I believe that the real luxury is to have a simple, authentic experience, surrounded by the warmth of the locals and rediscovering the value of traditions.

What do your customers love when they stay at your property?

They love many things, but above all, the feeling of being “at home” even if they are in a very high-level environment.

The Apulian welcome is a very appreciated feature, what peculiarities do the people in your staff have to have; must they fully reflect Apulia or do you prefer more international features?

Our team is practically all Apulian, we believe it is very important to guarantee the authenticity of the experience as well as to invest in this territory. Of course training is important, and having some external experience doesn't hurt... obviously knowing foreign languages is a must for all contact roles.

Future projects?

We always have many, in Puglia and beyond.



BENVENUTI IN PUGLIA

LE VILLE A 5 STELLE



Situata tra lo Ionio e l'Adriatico, la Puglia è caratterizzata da spiagge dorate e alte scogliere, con un entroterra dominato da uliveti e vigneti, che si estendono a perdita d'occhio.

Un territorio che vanta una moltitudine di paesaggi e tradizioni che la rendono il luogo ideale per un viaggio indimenticabile.

Una terra dove è possibile vivere un'esperienza unica, non solo per il suo mare, i suoi borghi, la sua realtà rurale e moderna, i suoi castelli e le cattedrali, ma soprattutto per la sua autenticità e la sua enogastronomia.

La storia delle Ville a 5 stelle nasce da una semplice chiamata tra amici, "Pascal vieni a trovarmi, sono in un posto incantevole, fatto di viste mozzafiato e mare paradisiaco, sono in Puglia".

Fu così che 8 anni fa Pascal Quintiliani

(l'ideatore di questo progetto), iniziò la sua avventura.

Inizialmente nate per uso privato, le ville negli anni si sono trasformate in un vero e proprio hotel privato di lusso a 5 stelle, molto apprezzate soprattutto dagli inglesi, che scelgono queste abitazioni come meta per trascorrere le proprie vacanze.

Chi è Pascal Quintiliani?

Pascal, in arte Quintiessential, è l'ideatore e ispiratore di Puglia Home Design, un network di aziende e professionisti specializzati nella progettazione, ristrutturazione e realizzazione di abitazioni esclusive in Puglia, dove le menti più creative regalano un risultato di straordinaria bellezza, fatto di materiali autentici ed energie rinnovabili, occupandosi a 360 gradi della realizzazione e progettazione senza dimenticare il rispetto dei luoghi.

La ricercatezza e l'attenzione al dettaglio, che si fondono in creatività, sperimentazione, passione per il bello e il design con lo scopo di **Realizzare qualcosa di Unico**.

In questi 8 anni, sottolinea Pascal, la Puglia è cresciuta sorprendentemente, senza mai dimenticare le sue tradizioni. Infatti la Puglia non è un territorio fatto di solo mare e sole, ma è in grado di

offrire tantissimo, sotto diversi punti di vista, storia, escursioni, relax, cibo, divertimento e soprattutto lusso.

Prima di progettare, e successivamente costruire una villa di questa tipologia, Pascal dedica le sue forze, la sua creatività e la sua attenzione alla ricerca del nome più appropriato, infatti è proprio da qui che l'anima della villa "prende vita".

"Un'anima", narrata dalla sua architettura e dal suo arredamento, che la fanno differenziare da qualsiasi altro resort.

La Cintura d'orione

Ispirata dal suo nome, questa villa rappresenta il soggiorno esclusivo e confortevole per tutte le stagioni.

L'interno, reso accogliente dai pavimenti in parquet teak opaco al naturale e arredato con un raffinato mix di elementi moderni e orientali, presenta uno spazioso soggiorno a pianta aperta, con una cucina completamente attrezzata sia all'interno che all'esterno. Immersa tra ulivi secolari, gode di una meravigliosa vista mare. Gli esterni, con ampi giardini, offrono tutto ciò che serve per godere appieno della natura circostante.



Il Trullo Ramachandra

Il Trullo Ramachandra si trova nella campagna di Carovigno, nato da un nuovo progetto che ricorda un trullo antico originale, utilizzando tecniche costruttive e impiantistiche d'avanguardia. Una location progettata per essere utilizzata tutto l'anno, che dista solo 4 km dalle splendide spiagge della costa Adriatica.

Una volta attreversati i cancelli, fin da subito si intuiscono la ricercatezza dei suoi particolari e l'attenzione nella

progettazione, infatti, la proprietà è arredata con un mix di stile orientale che trasmette alla persona una sensazione di pace e relax. Il tutto contornato da una bellissima piscina ed un gazebo ideali per consumare la colazione all'aperto o preparare una cena utilizzando il barbecue esterno.

Che dire... non resta che provare l'emozione di alloggiare in una di queste strutture, poiché la Villa Cintura di Orione e il Trullo Ramachandra

rappresentano un perfetto connubio di charme, natura e comfort per una vacanza a cinque stelle, in una cornice esclusiva e meravigliosa come solo la Puglia sa raccontare.

Se questo articolo ha suscitato il vostro interesse, potete trovare maggiori informazioni su:

www.luxuryvillasinapulia.com





WELCOME TO APULIA

5-STAR LUXURY VILLAS

Located between the Ionian and the Adriatic, Apulia is characterised by golden beaches and high cliffs, with an inland dominated by olive groves and vineyards, extending as far as the eye can see.

A territory that boasts a multitude of landscapes and traditions making it the ideal place for an unforgettable trip.

A land where you can have a unique experience, not only thanks to its sea, villages, rural and modern reality, castles and cathedrals, but above all, for its authenticity, food and wine.

The history of 5-star villas comes from a simple call between friends, "Pascal come visit me, I'm in a charming place, with breathtaking views and a heavenly sea, I'm in Apulia".

And so it was that 8 years ago, Pasquale Quintiliani (the creator of this project), set out on this adventure.

Initially designed for private use, over the years the villas have become a real luxury 5-star resort, that are much appreciated especially by the British, who choose these homes as a destination to spend their holidays.

Who is Pascal Quintiliani?

Pascal, Quintessential in art, is the creator and inspirer of Puglia Home Design, a network of companies and professionals specialising in the design, renovation and construction of exclusive homes in Apulia, where the most creative minds came up with a result of extraordinary beauty, made of authentic material and renewable energy, taking care of 360-degree

construction and design without forgetting to respect the place.

Refinement and attention to detail, while blending in creativity, experimentation, passion for beauty and design, with the aim of **achieving something unique**.

In these 8 years, Pascal emphasises, Apulia has grown surprisingly, without ever forgetting its traditions. In fact, Apulia is not just a land of sea and sun, but offers so much, from different points of view: history, excursions, relaxation, food, entertainment and above all, luxury.

Before designing, and subsequently building a villa of this kind, Pascal dedicated his strength, creativity and attention to searching for the most appropriate name, in fact it is from



this point that the villa's soul "comes to life".

"A soul", narrated by its architecture and furnishings, making it stand out from any other resort.

The Orion Belt

Inspired by its name, this villa represents an exclusive, comfortable stay in all seasons.

The interior, welcoming by its natural matt teak parquet floors and furnished with a refined mix of modern and oriental elements, features a spacious open-plan living room with a fully-equipped kitchen. Surrounded by olive trees, it enjoys a wonderful **sea view**. The grounds, with sprawling gardens, offer everything you need to fully enjoy the surrounding nature.



The Ramachandra Trullo

The Ramachandra Trullo is located in the countryside of Carovigno, a wonderful villa designed from the renovation of an ancient trullo (small round stone house with conical roof), according to the most advanced construction and plant engineering techniques. A location designed to be used all year round, just a couple of miles from the beautiful beaches of the Adriatic coast. As soon as you pass the gates, you can see refinement in its details and care in its design right from the start. The property is actually furnished with a mix of Indian style and eclectic furniture, which give the person a feeling of peace and relaxation. All surrounded by a beautiful swimming pool with a large sun terrace and a covered patio, ideal for having breakfast outdoors or making dinner with the outdoor barbecue.

What more to say...just feel the excitement of staying in one of these facilities, because the Villa Belt Orion and the Ramachandra Trullo represent a perfect blend of charm, nature and comfort for a five-star holiday, in an exclusive and wonderful setting as only can be found in Apulia.

For more information

www.luxuryvillasinapulia.com

UMBERTO SMAILLA

FRIDAY

03

AUGUST



PRESENTS

LIVE & DINNER

IL SALOTTO SUL MARE

- 27 LUGLIO / DIROTTA SU CUBA
- 03 AGOSTO / UMBERTO SMAILA
- 10 AGOSTO / MAKE YOUR WISH
- 17 AGOSTO / MICHEL CLEIS

DINNER & PRIVÈ +39 393 5313714 // 393 3634733



CAMILLA LUNELLI

LA SIGNORA DELLE
BOLLICINE!

LIFESTYLE

EREDE DI CANTINE FERRARI E RESPONSABILE COMUNICAZIONE E RAPPORTI ESTERNI DEL GRUPPO LUNELLI DI TRENTO. UNA DONNA DAL BACKGROUND SORPRENDENTE, CHE HA LAVORATO PER LE NAZIONI UNITE, TRASCORRENDO UN PERIODO IN NIGER E IN UGANDA, PER POI RITORNARE A PRENDERE LE REDINI DELLA LUNGA TRADIZIONE FAMILIARE DI BOLLICINE.

In una calda serata di giugno, alla Triennale di Milano, in occasione dell'undicesima edizione del Premio Ferrari "Copertina dell'anno", abbiamo il piacere di conoscere Camilla, una donna affascinante dal sorriso raggianti, splendida in abito lungo. Si muove come una perfetta padrona di casa, circondata da ospiti illustri, a partire dal sindaco di Milano, Beppe Sala, Claudio Luti, presidente del Salone del Mobile di Milano e Cristina Parodi, conduttrice della cerimonia di premiazione. E' davvero piacevole fare due chiacchiere con una donna come Camilla Lunelli.

Quanto delle esperienze vissute, soprattutto lavorando per l'ONU, ha influito sulla Camilla di oggi e sul ruolo che oggi ricopri nell'azienda di famiglia?

Sicuramente tutte le esperienze che ho fatto prima di entrare in azienda di famiglia sono state importanti.

Io sono nata e cresciuta a Trento, da sempre aperta all'influenza di culture diverse. E credo sia essenziale, nel gestire un'azienda, avere una prospettiva che vada non solo oltre la propria regione, ma anche oltre i confini nazionali.

Avevo il sogno di realizzare qualcosa al di fuori del luogo privilegiato nel quale ho avuto la grande fortuna di nascere, l'Italia. Per questo ho mandato il curriculum alle Nazioni Unite, sono stata selezionata e alla fine ho intrapreso un'esperienza durata ben tre anni. E' stata una tappa importantissima dal punto di vista personale, ma anche una palestra di vita dal punto di vista professionale, oltre a rappresentare un'esperienza formativa dal punto di vista umano.



Dopo un periodo di tre anni, complice anche la chiamata da parte di uno dei miei zii, ho capito che la famiglia sarebbe stata contenta se io avessi accettato il ruolo di responsabile della comunicazione, posizione che in quel momento era scoperta. La famiglia e l'azienda ritenevano che io fossi la persona giusta. C'è stata un'investitura. Ho sempre amato il mondo del vino, mio padre è stato enologo per tanti anni e quindi ho respirato fin da piccola il vigneto, la cantina, la vendemmia... Si è trattato di un vero e proprio richiamo da parte di cose che ho sempre sentito molto mie e quindi ho preso la decisione di rientrare in Trentino. Sono diversi anni che porto avanti questa avventura, con la gioia di condividerla con due cugini Matteo e Marcello, che già lavoravano in azienda, a cui si è aggiunto, da ultimo, Alessandro, mio fratello.

Hotel Monte Sarago



“A pochi passi dallo straordinario centro storico di Ostuni, la Città Bianca offre una vista suggestiva che abbraccia il bianco della città vecchia, il blu del mare ed il verde della distesa degli ulivi.”





Il White Ostuni Beach Club, insieme al Phi Beach e al Twiga Beach Club, tra i locali più prestigiosi d'Italia che ospitano il Sigillo Ferrari. Qual'è il rapporto di Ferrari con la Puglia ed il White Ostuni Beach Club?

Con il White abbiamo un rapporto consolidato e prezioso per entrambi. Il Ferrari vuole essere il simbolo dell'Arte di Vivere Italiana, che al White si esprime in maniera perfetta. Vetrina ideale per lanciare questo messaggio di gioia e di condivisione sono i bellissimi locali italiani. Penso ai beach club, agli hotel, agli splendidi ristoranti, che rappresentano il primo contatto dello straniero con la realtà italiana.

Cantine Ferrari, "L'Arte dell'Ospitalità" e "L'Arte dell'Accoglienza"; pensi che la Puglia sia una terra "ospitale" ed "accogliente"?

La Puglia gode sicuramente di una tradizione di ospitalità proverbiale. L'ospitalità è una caratteristica "italiana" che si esprime al meglio con il brindisi, oggetto di convivialità per eccellenza. E' come un cerchio che si chiude attorno al brindisi. Abbiamo per questo costruito un percorso che vada a valorizzare chi, come voi al White, fa dell'ospitalità un'arte.

Dal consumo di bollicine legato a eventi e a ricorrenze particolari al Ferrari Spazio Bollicine che troviamo

nei principali aeroporti italiani, e non solo. Come è cambiato il consumo di bollicine negli ultimi anni?

Il consumo tradizionale, legato alle ricorrenze, si è evoluto: la bollicina è un vino moderno, che piace alle donne, ideale per essere gustato all'aperitivo. Dall'aperitivo il piacere della bollicina è passato ad accompagnare i pasti principali. Per questo motivo stiamo crescendo in maniera significativa nella ristorazione di alta gamma.

La ragione principale è che le bollicine sono estremamente versatili, si prestano sia al consumo durante un pasto veloce, ad esempio di lavoro, che ad abbinamenti importanti sulle tavole dei grandi ristoranti stellati.

Perlè Bianco e Perlè Zero, gli ultimi arrivati: quale bollicina meglio ti rappresenta?

(sorridente) pur sentendole entrambe come mie, forse sceglierei Perlè Zero per lo spirito con cui è stato creato questo vino particolare. Perlè Zero è un mosaico di diverse annate, che, pur nascendo da un processo complesso, vuole esprimere l'essenza dello Chardonnay di montagna. Dalla complessità del processo all'essenza dello Chardonnay: incredibile.





THE BEST SOLUTIONS FOR YOUR PUGLIA EXPERIENCE



**TODO
MODO**
MULTISOLUTION TRAVEL

TODO MODO MULTISOLUTION TRAVEL • booking@todomodoweb.com • 0039 08311983827

CAMILLA LUNELLI, THE LADY OF BUBBLES!

LIFESTYLE

HEIR OF CANTINE FERRARI AND IN CHARGE OF COMMUNICATIONS AND EXTERNAL RELATIONS FOR THE LUNELLI TRENTO GROUP. A WOMAN WITH A SURPRISING BACKGROUND, WHO WORKED FOR THE UNITED NATIONS, SPENT A PERIOD IN NIGER AND UGANDA, BEFORE RETURNING TO TAKE THE REINS OF THE LONG FAMILY TRADITION OF BOLLICINE. (N. ITALIAN CHAMPAGNE).

On a warm summer night, at “La Triennale” in Milan, during the Ferrari Awards Ceremony for the Best Cover of 2018, we had the pleasure of meeting Camilla, a charming woman, wearing a long, elegant dress. She was a perfect landlady, surrounded by famous guests, such as the mayor of Milan Beppe Sala, Claudio Luti, chairman of Milan Design Week, and Cristina Parodi, who presented the ceremony.

Talking to Camilla Lunelli was such a great pleasure.

How much have your experiences, especially working for the UN, affected the Camilla of today and the role she now plays in the family business?

All the experiences I had before joining the family business were definitely

significant.

I was born and grew up in Trento, which has always been open to the influence of different cultures. And I think it is essential, when running a business, to have a perspective that goes not only beyond your region, but also beyond national borders.

I had the dream of doing something outside the privileged place where I had the great fortune to be born, Italy.

That is why I sent my CV to the United Nations, why I was selected and why I finally embarked on an experience that lasted three years. It was a very important period from a personal point of view, but also a life gym from a professional point of view, as well as



being a training experience from a human point of view.

After a three-year period, aided by the call from one of my uncles, I realised that the family would be happy if I accepted the role of head of communications, a position that was currently new. The family and the company thought I was the right person for the job. There was an investiture.

I've always loved the world of wine, my father was an oenologist for many years and so I breathed in the vineyard, the cellar, the harvest since I was a child... It was a real reminder of things that I have always felt my own and then I took the decision to return to Trentino. I have living this adventure for several years, with the joy of sharing it with



two cousins, Matteo and Marcello, who were already working in the company, before Alessandro, my brother, also joined.

The White Ostuni Beach Club, together with Phi Beach and Twiga Beach Club, is one of the most prestigious clubs in Italy to host the Ferrari Seal. What is Ferrari's relationship with Apulia and the White Ostuni Beach Club?

Whave a consolidated, valuable relationship With White for both. Ferrari wants to be the symbol of the Italian Art of Living, which at White is expressed perfectly.

The ideal showcase for launching this message of joy and sharing are the beautiful Italian clubs. I am thinking of beach clubs, hotels and splendid restaurants, which represent the foreigner's first contact with Italian reality.

Apulia certainly enjoys a tradition of proverbial hospitality. Hospitality is an "Italian" characteristic that is best expressed with a toast, the object of conviviality par excellence. It is like a circle that closes around the toast. For this reason we have built a path that will enhance those who, like you at White, make hospitality an art form.

From the consumption of champagne linked to events and special occasions at Ferrari Spazio Bollicine that we find in the main Italian airports, and



beyond. How has the consumption of champagne changed in recent years?

Traditional consumption, linked to festivities, has evolved: champagne is a modern wine that appeals to women, ideal to be enjoyed as an aperitif.

From the aperitif, the pleasure of bubbly has gone on to accompany main meals.

This is why we are growing significantly in the high-end catering sector.

The main reason is that bubbly is extremely versatile, it is suitable both for consumption during a quick meal, for example at work, and for important

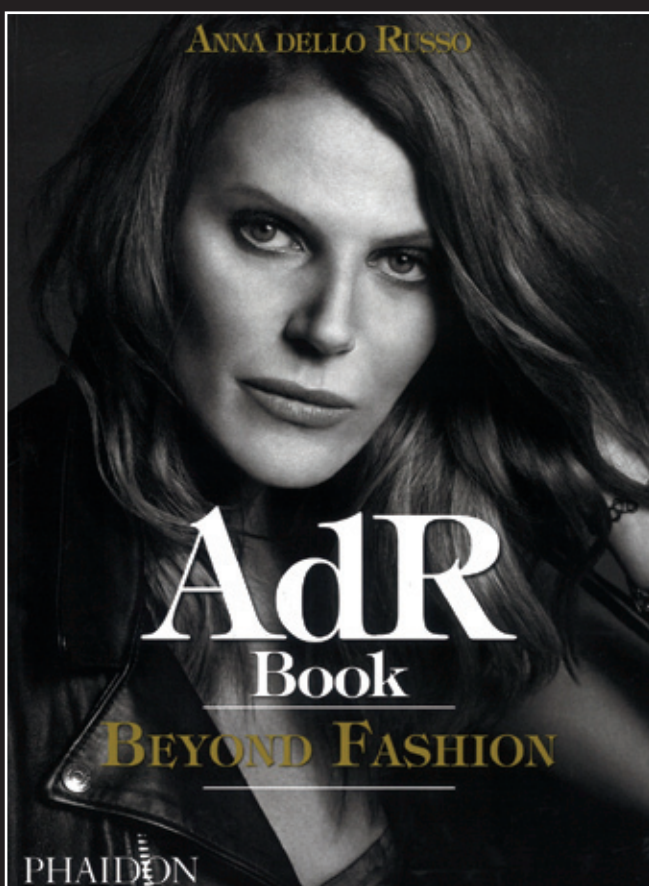
combinations on the tables of large starred restaurants.

Perlè Bianco and Perlè Zero, the latest additions: which champagne best represents you?

(smiling) While feeling both are mine, perhaps I would choose Perlè Zero for the spirit with which this particular wine was created. Perlè Zero is a mosaic of different vintages, which, although it is the result of a complex process, expresses the essence of mountain Chardonnay. From the complexity of the process to the essence of Chardonnay: incredible.

ANNA DELLO RUSSO

ADR BOOK E LA SUA EREDITÀ



Abbiamo lasciato l'anno scorso Anna dello Russo con un'intervista in cui ci annunciava l'uscita del suo libro AdR Book – Beyond Fashion, che avrebbe ripercorso i suoi trent'anni di carriera nel mondo della moda – come stylist, editor-at-large di Vogue Japan e fashion icon a tutti gli effetti. A un anno di distanza la rincontriamo e ciò che è cambiato nel frattempo è proprio l'uscita del tanto atteso libro.

La presentazione del libro è venuta in concomitanza con una festa durante la Milano Fashion Week, il 24 febbraio, e con la vendita su Net-à-porter, e-commerce specializzato nella moda, di parte del suo guardaroba, i cui proventi devoluti come borse di studio per studenti di moda. Tutti questi gesti si inseriscono in una più ampia operazione, che lei stessa ci ha definito come «“legacy”, il mio lascito alle nuove generazioni».

Il libro, di fatti, ripercorre la sua esperienza lavorativa tracciandone un bilancio. Dagli inizi in Vogue Italia, alla direzione di L'Uomo Vogue fino alla direzione artistica di Vogue Japan, Anna dello Russo si presenta come un'instancabile devota della moda, una fedele sacerdotessa che decide di comunicare al mondo tutto ciò che ha imparato fino ad ora.

Alla domanda su cosa rappresenti per lei AdR Book – Beyond Fashion ci risponde, infatti, rimandandoci

all'antica Grecia e ai filosofi peripatetici, che camminavano insegnando ai propri allievi, allo stesso modo - ci dice - «io vi spiego i concetti della moda in maniera molto facile e intuitiva, perché credo che il mio momento sia passato».

Il libro, pubblicato da Phaidon, è una vera e propria restituzione di come lei abbia vissuto e continua a vivere la moda. «Più che un libro, bisogna definirlo una magic box» specifica e lo definisce “schizzato”. Poi aggiunge: «diciamo che mi assomiglia, è un po' schizofrenico come me». Il libro, infatti, è un caleidoscopio colorato e irriverente e si compone di diverse parti, che utilizzano diversi linguaggi: di una parte in pop-up, di una guida, di un diario, fino a poster e a un album di figurine. È così vario che lei stessa lo definisce: «infantile ma per adulti, vietato ai minori ma lo possono vedere tutti, popolare ma un po' snob, cartaceo ma anche tattile, tridimensionale ma piatto, serio ma faceto». Dopo aggiunge proprio che: «attraverso la contraddizione dei termini io riesco a esprimere un concetto».

Ciò che ha dato alla moda Anna dello Russo è stato infatti una gioiosità e un senso del divertimento che ormai hanno la sua firma. La sua ossessione sfrenata per la moda è sempre stata sotto gli occhi di tutti: nei suoi outfit e nei suoi servizi si leggono lo spasso e l'ilarità, la voglia di prendersi sul serio e al tempo stesso di fare ironia.



Quando le chiediamo cosa le abbia insegnato la moda in tutti questi anni ci risponde: «a non avere pregiudizi, né limiti all'immaginazione, né la paura del rischio. Soprattutto questo, che è un punto fondamentale nel mio lavoro.» Poi aggiunge: «nel mio lavoro ho sempre giocato d'azzardo, perché la moda è feroce e ti porta a scelte estreme».

E qui sembra volerci dare l'ennesima prova del suo amore per la moda, che è poi l'ennesima scelta estrema, quella di «fare spazio», o con altre sue parole «avere un atteggiamento di rinuncia, se vuoi salvare te stessa da un deterioramento psichico». Anna dello Russo è coraggiosa nel raccontarsi e nell'esprimere tutta la forza che ha messo in questa operazione che lei stessa chiama di smantellamento. Ci dice: «non so cosa succederà, ma intanto faccio spazio, se hai una casa piena di cose non arriverà mai nulla di nuovo. Nel momento in cui inizi a liberare le camere può arrivare un ospite, una ventata nuova. Lo spazio creativo è lo smantellamento».

E nel raccontarci del suo fare un passo indietro, tiene sempre conto di parlare del futuro e dell'avvenire («La moda è come un faro sull'isola, guarda già avanti, vede il futuro», non ha smesso di sottolineare durante l'intervista). Ci parla delle sue assistenti e di come si aspetta che facciano d'ora in poi tutto quello che ha fatto lei per anni. E nel nominarle, parla anche a tutto un mondo di creativi che sognano di lavorare nel mondo della moda. Dando due consigli: lavorare duro e fare gioco di squadra.

Non a caso la metafora che lei più spesso utilizza è quella del calcio. «Come insegnano i calciatori, per quanto siano mostruosi talenti fisici, non smettono mai di allenarsi. Quello che ci vuole è dedizione e disciplina e abnegazione». Poi ancora: «Mi piace vedere il meglio nelle cose, è non c'è cosa migliore del team work. Il lavoro individuale non esiste più. Dietro una persona c'è sempre un grandissimo team ed oggi questo è sempre più evidente. Anche nella moda non esiste più il nome singolo, ma esiste un gruppo di persone intorno ad una persona.»

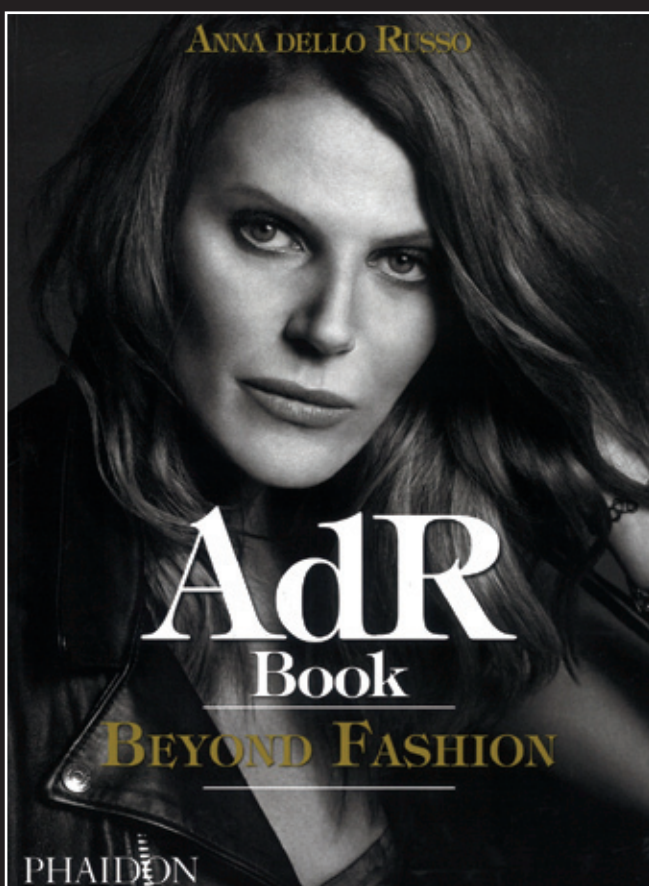
Lo stesso che lei vede per il mondo della moda, quando le chiediamo se sia stata legata a qualcuno in particolare tra i grandi nomi del settore. «I nomi sono tutti indispensabili, è come se fosse una collana, non puoi prescindere da una perla altrimenti la collana si rompe. Sono tutti delle vere e proprie colonne portanti». E questo senso del gruppo e della cooperazione la ritroviamo anche nel suo grande amore per lo yoga, «in cui nella tua individualità fai una cosa corale». Dello yoga ci parla mentre ci racconta della sua nuova costruzione del tempo libero e della possibilità di passare più tempo nella sua amata Puglia, terra d'origine. Ci racconta che lo yoga le ha dato le risposte che ancora non aveva trovato nella cultura occidentale, essendo figlio della cultura orientale.

Ma Anna dello Russo di risposte ne ha cercate così come tante altre ne ha date, ricorrendo molto spesso a una sua personale e ilare forma di saggezza. Ci lascia sperando che «aprendo il mio libro, come i bambini davanti alle scatole magiche persi nella loro immaginazione, ci si ritrovi in una costruzione di un sogno. Fortunato chi ha un sogno. Se non hai sogni, non ha senso vivere.»



ANNA DELLO RUSSO

ADR BOOK AND ITS LEGACY



Last year, we left Anna dello Russo with an interview in which she announced the release of her book, *AdR Book - Beyond Fashion*, which retraces her thirty-year career in the world of fashion - as a stylist, an editor-at-large of Vogue Japan and a fashion icon in every respect. A year later, we met her again and what has changed in the meantime is precisely the release of this long-awaited book.

The presentation of the book happened at the same time as an event during the Milan Fashion Week, on the 24th of February, and the sale of part of her wardrobe on Net-à-porter, an e-commerce specialising in fashion. The proceeds from this sale were donated as scholarships for fashion students. All these gestures are part of a wider operation, which you yourself have defined as a "legacy, my legacy to the new generations".

The book, in fact, retraces her working life and draws up a balance sheet. From her beginnings in Vogue Italia, to directing L'Uomo Vogue and then the artistic management of Vogue Japan, Anna dello Russo presents herself as a tireless fashion devotee, a faithful priestess who has decided to communicate everything she has learned so far to the world.

When asked what *AdR Book - Beyond Fashion* represents for her, she answers, in fact, referring us back to ancient Greece and the peripatetic philosophers, who walked

teaching their students, in the same way - she tells us - "I explain the concepts of fashion in a very easy and intuitive way, because I believe that my moment has passed".

The book, published by Phaidon, is a true restitution of how she lived and continues to live fashion. "More than a book, you have to define it as a magic box", she specifies and defines it as "sketched". Then she adds: "Let's say it is a bit like me; it's a bit schizophrenic like I am". The book is actually a colourful, irreverent kaleidoscope consisting of several parts, which use different languages: a pop-up part, a guide, a diary, even posters and an album of figurines. She defines it so contrastingly: "childish but for adults, not for minors yet everyone can view it, popular but a bit snobbish, paper but also tactile, three-dimensional but flat, serious but facetious". She later admits this: "Through the contradiction of terms, I can express a concept."

What Anna dello Russo in fact gave to fashion was a joyfulness and a sense of fun that now has her signature. Her unbridled obsession with fashion has always been clear for everyone to see: in her outfits and services you can read fun and hilarity, the desire to take herself seriously and at the same time be ironic.

When we ask her what fashion has taught her in all these years she replies: "to have no prejudices, no limits to my imagination,



no fear of risk. Especially that last point, as risk is a fundamental element of my job. Then she adds: "I've always gambled in my job, because fashion is fierce and leads you to make extreme choices".

And here she seems to want to give us yet another proof of her love for fashion, which is another extreme choice, that of "making room", or with her own words "having an attitude of renunciation, if you want to save yourself from a mental deterioration". Anna dello Russo is courageous in talking about herself and expressing all the effort she has put into this operation that she calls dismantling. She tells us: "I don't know what will happen, but in the meantime I'm making room, if you have a house full of things nothing new will ever come. As soon as you start to vacate the rooms, a guest, a new breeze, may arrive. The creative space is dismantling".

And in telling us about taking a step back, she always takes into account talking about the future ("Fashion is like a beacon on an island, it is already looking forward, it sees the future", she did not stop underlining this during the interview). She tells us about her assistants and how she expects them to do everything she has done for years to come. And in naming them, she also speaks to a whole world of creatives who dream of working in the fashion world. Giving two tips: work hard and engage in team play. It is not by chance that the metaphor she most often uses is that of football. "As the players say, no matter how monstrous a physical talent they have, they never stop training. What is needed is dedication and discipline and self-sacrifice. Then again: "I like to see the best in things, there is no better thing than team work. Individual work no longer exists. Behind one person there is always a great team and today this is more and more evident. Even in fashion there is no longer a single name, but a group of people around a person.

She sees the same thing in the fashion world, when we ask her if she has been linked to anyone in particular among the big names of the sector. "The names are all essential, it is as if it were a necklace, you cannot ignore a pearl otherwise the necklace breaks. They are all true load-bearing columns". What is more, we also find this sense of grouping and cooperation in her great love for yoga, "in which in your individuality you make a choral thing". She talks about yoga while telling us about her new construction of free time and the chance of spending more time in her beloved Apulia, her home region. She tells us that yoga has given her the answers she had not yet found in Western culture, being a child of Eastern culture.

But Anna dello Russo sought answers as she did with many other things, often resorting to her own personal and cheerful form of wisdom. She leaves us hoping that "opening my book, like the children in front of the magic boxes lost in their imagination, you find yourself in a construction of a dream. Those who have dreams are lucky. If you don't have dreams, there's no point in living.





IL SUD CHE EMOZIONA

INTERVIEW WITH

CLAUDIO QUARTA

La storia di un uomo, profondamente legato alla sua terra di origine, e della sua passione, divenuta una realtà imprenditoriale vincente.

Claudio, sei laureato in biologia e dopo diversi anni trascorsi prima nella ricerca e in università e poi in azienda farmaceutica, hai deciso di lasciare gli Stati Uniti per coltivare un sogno. Cosa ti ha spinto a prendere una decisione così coraggiosa?

La mia precedente esperienza lavorativa, quella che io definisco la mia "prima vita", mi ha insegnato a osare per raggiungere un nobile obiettivo, anche quando giudicato un po' folle. Così ho potuto salvare il Centro di ricerche dove lavoravo, trasformandolo in una società di biotecnologie e quotandola sul mercato italiano e americano, e con esso gli importantissimi studi che il Centro stava compiendo e le centinaia di posti di lavoro collegati. Il coraggio, poi, è sempre alimentato dalla passione, e quella per i grandi vini è stata certamente la spinta decisiva. Ad un certo punto ho avvertito la necessità di "viverla" quella passione, anche perché ero stanco di bere vini, ritenuti di grande qualità negli Usa dove vivevo, ma che trovavo piuttosto omologati nel gusto. Vini definiti "marmellatosi", stanchi, che ormai non avevano molto da dire, senza sorpresa insomma. Peraltro, ho sempre creduto nella potenza espressiva del Sud, nella capacità di stupire grazie ai suoi vitigni autoctoni e ai microterritori, nella potenzialità di dare vita a vini che invece hanno moltissimo da raccontare. Da uomo del Sud e innamorato del Sud, a scelta di tornare in Puglia è stata naturale. Mi ha molto entusiasmato, poi, mettermi alla ricerca dei territori dove dare vita al sogno di diventare vignaiolo: cercavo areali dedicati da sempre alla viticoltura, territori con una loro storia, con una loro bellezza e con un patrimonio unico di valori e saperi, perché tutto questo si riversa, inevitabilmente, in ciò che chiudiamo in una buona bottiglia da bere. Da questa ricerca, la scelta del Salento, nella zona

del Salice Salentino, per cantina Moros e nell'areale del Primitivo di Manduria per Tenute Eméra e dell'Irpinia, per Cantina Sanpaolo, altro territorio dalla bellezza struggente ed estremamente ricco di storia.

Nelle tue cantine, nate nel solco della tradizione, *in primis* dell'antichità classica, espressa anche dai nomi dati a due di esse (*Emera e Moros*, divinità greche), troviamo pure una buona dose di innovazione. In che proporzione sono tradizione ed innovazione?

Convivono in un meraviglioso equilibrio. Non a caso la scelta dei nomi, omaggio alle grandi civiltà da cui origina l'identità di questi luoghi. Molti definiscono la mia scelta "un ritorno alle origini", per me è significato partire per un nuovo viaggio, abbracciare un percorso globale di rispetto e amore per la tradizione da ripensare e innovare senza stravolgerla, ma risolvendone gli elementi di criticità. Per questa ragione, non saprei rinunciare ad alcuni aspetti del mio lavoro: lo studio e il rispetto dei micro-territori e delle colture, la collaborazione con le Università e i centri di ricerca, la valorizzazione delle singole peculiarità e identità locali secondo un modello imprenditoriale "a grappolo". Un sistema che consente nel tempo di aumentare volumi e fatturato complessivi, attraverso un'offerta ampia di vini, senza però mai forzare sulla produzione di una singola cantina per non compromettere qualità e autenticità. Un modello in cui il raspo è il cuore che si occupa del controllo e del commercio, mentre gli acini sono le cantine sparse nei diversi territori, espressi attraverso vini di qualità, in contesti produttivi recuperati con scrupolosa attenzione e con un restauro conservativo che ne valorizza le singole peculiarità.



OSTUNI PALACE

HOTEL MEETING SPA



il grande fascino dell'accoglienza



Corso Vittorio Emanuele 218 · 72017 Ostuni (Br) Italy · t/f +39 0831.338885
www.ostunipalace.com . info@ostunipalace.com



Nel 2012 nasce l'ultima cantina, *Moros*, dal nome del dio greco del destino. Definita una "piccola galleria d'arte contemporanea", produce un solo vino, davvero una rarità considerando lo stile delle prime due tenute. Da cosa nasce questa idea?

Proprio dal rispetto di cui dicevo: quando abbiamo rilevato questo vecchio opificio degli anni '50, a Guagnano, nell'areale della DOP Salice Salentino, emblema di una parentesi antica della storia del vino locale, ho avuto una sorta di folgorazione: qui avrei realizzato il mio progetto di "un Vigneto, una Cantina, un Vino". L'obiettivo era quello di ottenere un *cru* d'eccellenza capace di racchiudere l'essenza autentica di un vino, il Salice Salentino appunto, che ha scritto la storia del Salento. Cantina Moros è tra le rare strutture, unica in Puglia, ad essere dedicata esclusivamente alla produzione di un solo vino, in piccole quantità, circa 6 mila bottiglie ad annata. Nelle vicinanze si trova il vigneto di 1 ettaro, con i vecchi alberelli di Negroamaro e i pochi ceppi di Malvasia nera, come vuole l'antica tradizione salentina, anche esso recuperato ed oggi curato come un giardino. Le uve vengono

lavorate delicatamente nella piccola cantina ed il vino prodotto viene trasferito per precipitazione nelle vasche sotterranee, che oggi ospitano la pregiata bottaia, dove il vino Riserva riposa per 12 mesi in barrique e botti di rovere francese ed americano e ulteriori 9 mesi in bottiglia. La bottaia, inoltre, custodisce una collezione privata di reperti della Magna Grecia legati al culto del simposio, visitabile da tutti gli ospiti della cantina. Una scelta che rafforza il legame con la storia e valorizza la cultura enologica.

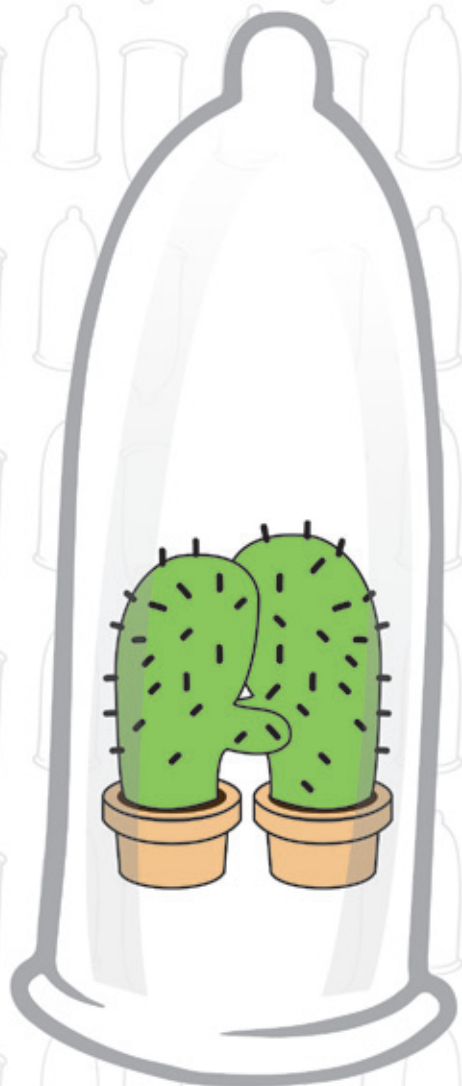
Oggi sei affiancato da tua figlia nella gestione dell'azienda di famiglia. Che consiglio ti senti di dare alle nuove generazioni?

La scelta di Alessandra, qualche anno fa, di affiancarmi è stata per tutta l'azienda un'opportunità straordinaria. Il suo approccio creativo ed entusiastico è una linfa vitale più che mai necessaria. Ma è stata anche l'occasione per ribadire un concetto che mi è molto caro, quello dell'"Incrementabilità". Un termine che ho coniato per dire che occorre andare oltre la sostenibilità, anche nel vigneto. Lo sviluppo è sostenibile quando si tiene in equilibrio la sostenibilità ambientale con quella

economica e sociale. Il dovere di ciascuno è quello di lasciare ai giovani qualcosa di più: non può più bastare non compromettere i bisogni delle generazioni future, alle quali invece abbiamo il dovere di lasciare nuove opportunità e migliori condizioni. Ecco, mi piacerebbe che Alessandra e tutti i giovani che si avvicinano oggi all'agricoltura acquisissero questa attitudine.

E, per concludere, rispondi con sincerità: ti ha ripagato il tuo sogno? Se potessi tornare indietro rifaresti la stessa scelta?

Senza dubbio sì. Nonostante le tante difficoltà che ho incontrato lungo il percorso, sono felice di quella scelta. Essere un vignaiolo va al di là delle mera produzione di vino, è studio approfondito, è conoscenza, è un patto di grande rispetto verso la terra che si rinnova ogni anno, è la tua storia che incrocia quella di altre persone e dei luoghi dove hai scelto di operare, una storia che si arricchisce giorno per giorno e che, inevitabilmente, è racchiusa in ciascuno dei vini che produciamo nelle nostre bellissime cantine. Che vi invitiamo a visitare!



NOVITÀ 2018

NON bucare
con la **PALA...**
di **FICO d'INDIA.**

DO NOT PIERCE
with the **SHOVEL ...**
of **PRICKLY PEAR**



white
ostuni beach club  **store**
—enjoy your senses



whiteostuni.it/store



Sacca Lines
Lines Bag



Pumo portafortuna h.15 cm bianco
Pumo Lucky Charm 15cm high white pumo



Infradito "Copacabana"
Flip flops

SCOPRI TUTTI I PRODOTTI / DISCOVER ALL THE PRODUCTS



THE SOUTH REGION OF ITALY THAT MOVES PEOPLE

INTERVIEW WITH

CLAUDIO QUARTA

The story of a man, deeply attached to his homeland, and of his passion, turned into a successful actual business.

Claudio, you graduated with a degree in Biology, and then spent many years, first in research, and at university, next in a pharmaceutical company, and then you decided to leave the USA to let your dream flourish. What drove you to make such a courageous decision?

My previous work experience, what I define as my “first life”, taught me to dare to achieve a worthy goal, even when others think it’s a little crazy. That’s how I was able to save the research centre where I was working, transforming it into a biotechnology company and list it on the Italian and American markets, leading to incredibly important studies that the Centre carried out and producing hundreds of related jobs. Courage is always fed by passion, a passion for great wines which is certainly what gave me the decisive push. I realised at one point that it was necessary to “live” this passion, also because I was tired of drinking wines, believed to be of high quality in the USA, where I was living at the time, that I found tasted quite homologous. These wines were defined as “jammy”, boring, that there was no longer much to say about them, therefore no surprises. What is more, I had always believed in the expressive power of the south, in the ability to astonish thanks to the local vineyards and micro-territories, and in the potential to bring wines to life with much to talk about. A southerner in love with the south, it was a natural choice to return to Apulia. I got very excited by this all, and then I started looking for locations to bring my dream of becoming a winemaker to life. I looked for areas that had always been dedicated to wine-growing; regions with their own history, with their own beauty and a unique heritage of values and knowledge. From all this research, I decided on Salento, in the Salice Saletino region, for the Moros wine cellar, and in the Primitivo region of

Manduria the Eméra Estate, and from the Irpinia region, the Sanpaolo wine cellar, another heart-breakingly beautiful territory, extremely rich in history.

In your wine cellars, we find a good amount of innovation, even having been born from solid traditions, firstly coming from classic antiquity which is shown in the names of two of them - Emera and Moros who were Greek Gods. What proportion is tradition and what is innovation?

They share a marvellous balance. The choice of names wasn’t by chance, it was a homage to a great civilisation which these places owe the origin of their identity to. Many define my choice as going “back to the roots”, but for me it meant a new beginning, embracing a global pathway of respect and love for rethinking traditions and innovating without turning everything upside down, but addressing the critical elements. This is why I wouldn’t be able to give up any aspect of my work. Work which includes studying and respecting the micro-territories and cultivation, collaboration with the universities and research centres, and developing specific particularities and local identities according to a “cluster” business model. A system that over time allows the increase in volume and overall turnover, by offering a vast amount of wines, but without ever forcing the production from only one wine cellar, so as to not compromise the quality and authenticity. A model where the grape-stalk is the heart, dealing with control and trade. Meanwhile, the grapes are the wine cellars spread throughout the different regions, expressed by good quality wines, within productive environments retrieved through scrupulous attention and with a conservative restoration which develops specific particularities.



In 2012 you started your latest wine cellar Moro, the name of which comes from the Greek God of Fate. Defined as “a small contemporary art gallery”, it only produces one wine. This really is a rarity considering the style of the first two estates. Where did this idea come from?

Precisely from the respect that I was talking about. When we revealed this old factory in Guagnano from the 1950s, in the region of the DOP Salice Salentino, symbol of an old period in local wine history, I had a sort of eureka moment where I thought “this is where I will carry out my **“one Vineyard, one Wine Cellar, one Wine”** project. The aim was to make an excellent *vintage* capable of encasing the authentic essence of a wine, the Salento willow tree, which wrote the story of Salento. The Moros wine cellar is amongst the rare establishments, the only one in Apulia, which is exclusively dedicated to the production of only one wine, in small quantity, around 6,000 bottles per year. Close by, you can find vineyards of 1 hectare, containing old Negroamaro saplings and a few strains of black Malvasia, which follows the old Salentina tradition. These have also been retrieved and the area today is being taken care of like a garden. The

grapes are delicately processed in the small wine cellar and the wine that is produced is transferred through precipitation to the underground vats, which today hold the prized barrel cellar. This is where the Reserved wine rests for 12 months in French and American oak barriques and barrels and then a further 9 months in bottles. Furthermore, the barrel cellar holds a private collection of artefacts from the Magna Graecia connected to the Symposium. All visitors to the wine cellar are welcome to visit. A choice that reinforces the ties with history and the development of the winemaking culture.

Today you have your daughter at your side for the running of the family business. What advice do you find yourself giving to the new generation?

Alessandra’s choice to join me a few years ago was an extraordinary opportunity for the whole company. Her creative approach and enthusiasm is a vital lifeline and has never been more necessary. But it was also the opportunity to reinstate a concept which is very dear to me, “Incrementability”. A term that I came up with to explain what is needed to

go beyond sustainability, even in the vineyard. Advancement is sustainable when environmental, economic and social sustainability are kept in balance. It is everyone’s duty to leave something more to the younger generation. It is not enough to simply not jeopardise the future generations’ needs. We need to leave them new opportunities and better conditions. There we go, I would like Alessandra and all young people who are becoming interested in agriculture to take on this attitude.

And to finish, answer sincerely, have you been rewarded by your dream? If you could go back, would you make the same choices?

Without doubt, yes. Despite all the difficulties I had to face along the way, I am happy with my choice. Being a winemaker goes beyond merely wine production, it is in-depth study, it’s knowledge, it is holding a great respect for the earth that renews itself every year, it’s your story that crosses over with others and the places that you have decided to work, a story that enriches day after day and that, inevitably, it is encased in every one of the wines that are produced from our beautiful wine cellars. You are all invited to come visit!





INTERVISTA CON

CHEF MARCO FAVINO

LO CHEF DIGITALE DEL WHITE OSTUNI BEACH CLUB

Chef o cuoco?

Preferisco definirmi un cuciniere. Andando a cercare sul dizionario troverete che la definizione di cuciniere è "addetto alla preparazione dei cibi in una comunità". Mentre per qualcuno potrebbe sembrare dispregiativo tale termine per me è la base della chiamata ai fornelli: cucinare è un atto comunitario, finalizzato al benessere e al bene comune. Acquisendo esperienza, arte, maestria qualsiasi cuciniere può diventare un cuoco, e magari con una brigata, delle responsabilità e una propensione all'analisi finanziaria (e psicologica) anche chef (termine francese che significa capo). L'importante credo sia, indipendentemente dal ruolo che si ricopre in cucina, non perdere di vista il punto di partenza e di arrivo, cioè il commensale, l'avventore, la comunità per cui si presta il proprio lavoro.

Prima di questa avventura nel Gruppo White, quali sono state le tue esperienze precedenti?

Nella mia vita da cuciniere, cuoco e poi chef ho avuto la possibilità di viaggiare e lavorare in grandi catene alberghiere all'estero come l'Hilton, nell'est europa e in Inghilterra, e poi in ristoranti con specifico di pesce una volta rientrato in patria. Porto comunque nel cuore tutte le mie esperienze, per citarne una delle ultime e più importanti l'incontro con lo chef Marino d'Antonio al ristorante Opera Bombana di Pechino, dove ho potuto ammirare la maestria della tecnica della cucina Italiana portata ai massimi livelli all'estero.

Sei stato definito chef "white addicted". Spiegaci il tuo rapporto con il White.

Credo che la definizione mi sia stata data a causa dei miei tag e hashtag sui social. Da quando ho iniziato la mia avventura nel gruppo white ho dovuto interfacciarmi con instagram, ho un profilo appena registrato (@marcofavinochef) e il mondo dei social mi ha appassionato, credo sia un ottimo strumento per far circolare le proprie idee e i propri piatti, per cui... Follow me e hashtag #whiteostuni e #soloaltito

Da dove trai ispirazione in cucina?

Traggo ispirazione da ogni elemento che mi circonda, dalla natura, dalla musica, dalla pittura. Sono un appassionato di arte, in particolare dei movimenti surrealista e cubista, e credo che la mostra itinerante su Picasso ospitata ad Ostuni sia una grande occasione di ispirazione. Ovviamente la prima fonte di ispirazione per me è stata la cucina di casa, i ricordi di mia nonna che cucinava il purè di fave, i dolci di natale, il pesce fresco, e mia mamma che, ancora oggi, fa le orecchiette a mano. Credo che qualsiasi cuoco porti nel cuore la nonna... O almeno per me è così

Quali sono gli ingredienti locali che non possono mancare nel tuo menù?

Sicuramente non possono mancare l'amore e i ricordi. Quelli sono gli ingredienti speciali che rendono tutto più buono. E al di là di questo mi piace selezionare personalmente il pesce più fresco e le verdure di stagione, espressione e

Ron
*Zacapa*TM
Centenario



THE ART OF SLOW

Taking the time to make
the most exquisite rum in the world.

DRINKIQ.com
PLEASE DRINK RESPONSIBLY

ricchezza della nostra regione che non possono assolutamente mancare nella mia cucina

Da poco si è conclusa la rassegna enogastronomica del "Wine ...not?".

Qual è per te l'abbinamento perfetto?

Credo che gli enologi e sommelier delle quattro cantine coinvolte (Leone De Castris, Ferrari, Claudio Quarta, Ruinart) abbiano fatto tutti un lavoro di selezione e abbinamento perfetto, e per me è stato un onore esaltare con le mie creazioni i loro prodotti di eccellenza. Personalmente mi è piaciuto molto l'abbinamento tra orecchiette con ceci, gamberi rosa e peperone crusco e il Rose 2017 di Claudio Quarta.

Più tradizione o più innovazione?

La tradizione è la nostra ricchezza. Innovare per me è riscoprire, studiare, approfondire. La cucina tutta è molecolare, un laboratorio fatto di scambiatori di calore, macchine termodinamiche, processi chimico-fisici. Diciamo che preferisco capire come mantecare bene una pasta e perchè piuttosto che fare sferette, arie

e spume. Prima di innovare ci tocca studiare ciò che già abbiamo.

Qual è il piatto che preferisci cucinare?

La carbonara. Con una carbonara ho conquistato la mia bellissima compagna dopo 6 lunghi ed estenuanti mesi di corteggiamento. Diciamo che da quella carbonara sono passati molti anni e ci vogliamo ancora bene. Con una mia versione della carbonara di mare credo di aver conquistato anche Gabriele qualche tempo dopo, tant'è che mi ha chiamato a collaborare con lui qui ad Ostuni. La carbonara è inclusiva, è piaciona, la carbonara mette allegria e mette d'accordo, a patto che sia uova, pecorino, guanciale e tanto amore.

Quale sarà il piatto dell'estate 2018?

Punto tutto sulla Carbonara di Mare, base classica con uovo lavorato a baie marie fino ad una temperatura di 67°, e con sepioline fresche al posto del guanciale. Assaggiare per credere.

Hai mai pensato di partecipare a qualche reality show sulla cucina?

Credo che i reality abbiano ben poco di reale. Hanno fatto conoscere al

grande pubblico solo il lato estetico ed edonistico della cucina, o magari le urla di qualche grande chef. Ma non sono mai riusciti a trasmettere il perchè di quelle urla, il senso della brigata, il senso della gerarchia e il senso di una macchina che deve essere perfetta non perchè qualcuno ti giudica, ma perchè il cibo, divenendo parte di chi lo consuma, è qualcosa di estremamente intimo e sacro. La cucina è passione, studio, resilienza, lavoro. E la cosa peggiore che si possa pensare è che per andare avanti si debba eliminare qualcun altro. Ritornando alla prima domanda, dunque, la cucina è prima di tutto bene comune, e non solo un gioco con un copione ad eliminazione.

“Con una carbonara ho conquistato la mia bellissima compagna”





MASSERIA SALINOLA

C.da Salinola sn, SP29 per San Michele Salentino Km 1,5
72017 Ostuni (BR) • Apulia • Italy
Tel/fax +39 0831 308330
www.masseriasalinola.it • info@masseriasalinola.it

CHEF MARCO FAVINO

CHEF FROM WHITE OSTUNI BEACH CLUB



Chef or cook? I prefer to define myself as a 'cuisinier'. If you look in the dictionary, you'll find that the definition of a 'cuisinier' is "responsible for food preparation in a community". Whilst for some this may seem a derogatory term, for me it is the basis of being called to the kitchen: cooking is a communal activity, ending in wellbeing and the common good. Gaining experience, artistic development and mastery, any cuisinier can become a cook, and maybe with a team, responsibility and an aptitude for financial (and psychological) analysis even a chef (which is actually a French term meaning 'boss'). Independently of the role fulfilled in the kitchen, I believe the most important is to not lose sight of the starting and ending points, by this I mean dining companions, patrons, and the community that you are volunteering yourself for.

Before this adventure with the White Group (Gruppo White), what were your previous experiences?

In my working life as a cuisinier, cook and also chef, I have had the possibility to travel and work in large hotel chains abroad like Hilton, in Eastern Europe and in England, also in speciality fish restaurants once I returned home. Therefore, I carry all my experiences to heart. To mention one of the last and most important ones was when I met Chef Marino d'Antonio in the restaurant Opera Bombana di Pechino, where I was able to admire the mastery of Italian cuisine techniques brought to the highest of levels abroad.

You've have been defined as the "white addicted" chef. Can you explain to us your relationship with White's?

I think this definition has been given to me because of my tags and hashtags on social media. As soon as I started my adventures with the white group (gruppo white), I had to sign-up to Instagram, I have just registered my profile (@marcofavinochef) and I am

so passionate about the world of social media. I think it's the best way to circulate your own ideas and your own dishes, so... Follow me and hashtag #whiteostuni and #soloaltito.

Where do you draw your inspirations from in the kitchen?

I'm inspired from every element around me, from nature, from music, from pictures. I am an art enthusiast, in particular the surrealism and cubism art movements, and I believe that Picasso travelling exhibit hosted in Ostuni is a grand occasion for inspiration. Obviously, the first source of inspiration for me came from home-made food, memories of my grandmother cooking broad bean purée, Christmas sweets, fresh fish, and of my mother, who still today makes orecchiette pasta from scratch. I think every cook keeps their grandmothers in their hearts... Well, at least I do.

What local ingredients cannot be left out of your menu?

I definitely cannot be without love and memories. These special ingredients make everything taste better. And beyond that, I like to personally choose the freshest of fish, and seasonal vegetables. These latter demonstrate the richness of our region and definitely can't be left out of my cooking.

Recently, the food and beverage festival "Wine...not?" has just finished.

What is the perfect coupling for you?

I think that the winemakers and sommeliers from the four wine cellars involved (Leone De Castris, Ferrari, Claudio Quarta, Ruinart) managed to make a perfect selection and coupling, and it was an honour for me to intensify their excellent product with my creations. Personally, I really like the coupling of the orecchiette pasta with chick peas, prawns and Crusco peppers with the 2017 Rose from Claudio Quarta.

More tradition or more innovation?

Tradition is our wealth. To innovate for me means rediscovery, studying and going into more depth. Cooking is molecular; a laboratory of heat exchange, thermodynamic machines, and chemical-physical procedures. Let's say that I prefer to understand how to make a pasta creamy rather than making small beads, foam or mousse. Before being innovative, we need to study what we already have.

What is your favourite dish to cook?

Pasta Carbonara. It was with a pasta Carbonara that I finally seduced my beautiful partner after 6 long and arduous months of dating. Since that Carbonara, a lot of years have passed but we still love each other. Then some time afterwards, with my own version of a seafood Carbonara, I managed to win over Gabriele as well, so much so that he called me to collaborate with him here at Ostuni. Carbonara has it all, is eager to please. It brings happiness and puts everything to rights, as long as it has eggs, pecorino cheese, lardons and a lot of love.

What will the dish for summer 2018 be?

I am aiming everything towards the Seafood Carbonara; with the classic base of eggs, bain-marie style up to 67°C, with cuttlefish instead of lardons. Seeing it is believing it (or tasting it in this case).

Have you ever thought about taking part in a cooking reality show?

I believe that there is not much real in

reality shows. They have only shown the public the attractive and hedonistic side of cooking, or maybe just the shouting from a great chef. But they've never managed to explain and transmit the reason behind the shouting, the sense of the team, the sense of the hierarchy and the sense of a machine that has to be perfect, not because someone is judging you, but because the food, becoming part of the person who eats it, is something extremely intimate and sacred. Cooking is passion, learning, resilience, and work. And the worst thing that they can think is that in order to proceed, they have to eliminate someone else. Going back to your first question, cooking is first and foremost for the common good, and not just a game with a script to eliminate people.

“with a pasta Carbonara that I finally seduced my beautiful partner”



BEVANDE FUTURISTE

INTERVISTA A ELENA CESCHELLI

Proprietaria, Direttore Marketing & Sell Out di Bevande Futuriste, l'azienda italiana dei soft drinks amati dai consumatori bio. Nuovo partner del Gruppo White.

Incontro Elena una domenica al White. La nostra chiacchierata inizia sulla spiaggia, immerse nella natura della caletta a contemplare il mare cristallino di questa meraviglia di Puglia. Si prosegue con l'aperitivo dedicato alla nuova linea di soft drink "Cortese". Una Elena elegantissima, in abito verde, ci racconta dell'idea "futurista".

Da cosa nasce il progetto futurista?

Nel 2014 Bevande Futuriste nasce per mettere in discussione la staticità dell'offerta beverage nell'HORECA. Tutto parte da un'attenta analisi di mercato sui consumi fuori casa del pubblico femminile in Italia. La donna, sempre più frequentatrice di bar, ristoranti ed hotellerie, non trovava prodotti biologici con poco zucchero e attenti al benessere psicofisico, che sapessero anche coniugare una grande cura nell'estetica del packaging. Bevande Futuriste vuole rivoluzionare le logiche dell'offerta beverage di oggi: al momento propone una completa gamma di succhi di frutta biologici, 5 varianti di tè freddi da infusi di foglie di tè verde, tutti biologici, belli e funzionali, una linea premium di sodati dedicati ai barman professionisti e una linea di bevande biologiche senza coloranti, conservanti e con poco zucchero.

Quale idea futurista avete proposto per la mixology di oggi?

Grazie alla frequentazione e all'ascolto dei migliori bartender italiani, abbiamo



ideato e realizzato una linea di acque toniche, ginger beer e sodati per creare cocktail dal sapore unico con uno stile italiano, amati da questi professionisti. Per noi l'idea futurista è quella di diffondere un'eleganza naturale anche nel gusto della semplicità. Le nostre toniche, grazie all'estratto naturale di china, esaltano tutti gli ingredienti presenti in un cocktail (non solo il *gin tonic*), rendendo così raffinata ogni bevuta.

Come mai la linea di acqua sodate si chiama Cortese?

Cortese si ispira ad una nobile alchimista veneziana del XVI secolo dal nome Isabella Cortese. Lo studio di queste acque toniche è durato circa un anno e ricorda l'alchimia di quei tempi. L'eleganza e lo stile che riportiamo è un elogio alla bellezza e quindi alla donna. Inoltre per noi *essere Cortese* è una modalità futurista. L'educazione

per noi è un valore, che ognuno di noi deve avere ogni giorno, soprattutto il barman che è al servizio del cliente nel regalare emozioni uniche ed inimitabili con uno stile appunto cortese.

Qual è il vostro soft drink più amato?

La *Pure Tonic*, perché essendo una vera tonica neutrale è amata da qualsiasi pubblico, in quanto si abbina magnificamente a tutti i *gin tonic*, esaltando le botaniche presenti.

Gli Italiani sono consumatori "bio"?

Il futurismo sta anche in questo. Per noi il biologico è per tutti (e non per pochi) e questa missione la portiamo ogni giorno nell'HORECA. Gli italiani stanno iniziando a comprendere l'importanza di scegliere prodotti biologici, certificati e a scegliere prodotti che abbiano etichette trasparenti ed esaustive, dove si evinca la vera provenienza della materia prima.

Come è nata la partnership con il White Ostuni? Perché?

Siamo onorati di essere partner del *White Ostuni*, in quanto locale di qualità ed immagine a livello italiano ed internazionale. Siamo certi che, grazie a questa collaborazione, il nostro concetto di futurismo arriverà nei cuori dei consumatori che ricercano il bello e il buono in ogni cosa.



BEVANDE FUTURISTE

INTERVIEW WITH ELENA CESCHELLI

Owner, Marketing & Sell Out Director of Bevande Futuriste, the Italian business of bio soft drinks, new partner of White Group.

I met Elena on a Sunday evening at White. We started our conversation on the beach, staring at the sea of this astonishing land. We went on by having an aperitif, and by tasting the new line of bio soft drinks, "Cortese". Elena, wearing a very elegant green dress, told us about the "futurist" idea.

Where did the Futurist project come from?

In 2014, Beverages Futuriste was established to question the static nature of the beverages offer in the HORECA. Everything starts from a careful market analysis of the away-from-home consumption of women in Italy. The woman, increasingly a frequenter of bars, restaurants and hotels, did not find organic products with little sugar, attentive to psychophysical well-being, combining great care in the aesthetics of packaging. Futurist drinks wants to revolutionise the logic of today's beverages offer: at the moment it has a complete range of organic fruit juices, 5 variants of cold teas from infusions of green tea leaves, all organic, beautiful and functional, a premium line of soda waters dedicated to professional barmen and a line of organic drinks without colourings or preservatives and with little sugar.

What futuristic idea have you put forward for today's mixology?

Thanks to frequenting and listening to the best Italian bartenders, we have created and produced a line of



tonics, ginger beers and soda waters to create cocktails with a unique taste and an Italian style, loved by these professionals. For us, the futuristic idea is to spread a natural elegance even in the taste of simplicity. Our tonics, thanks to the natural extract of china, enhance all the ingredients present in a cocktail (not just gin tonic), thus making every drink refined.

Why is the soda water line called Cortese?

Cortese is inspired by a noble 16th century Venetian alchemist named Isabella Cortese. The study of these tonics lasted for about a year and recalled the alchemy of those times. The elegance and style that we bring back is a praise to beauty and therefore to the woman. Moreover, for us, being Cortese is the Futurist way. Education is a value that each of us must receive every day, especially the barman who

is at the service of the customer in providing unique, inimitable emotions with a specific courteous style.

What is your most popular soft drink?

The Pure Tonic, because being a true neutral tonic it is loved by any audience, as it combines beautifully with all gin tonics, exalting the botanicals present.

Are Italians organic consumers?

Futurism is also involved here. For us, organic is for everyone (and not just for the few) and we bring this mission to HORECA every day. Italians are beginning to understand the importance of choosing organic and certified products and choosing products that have transparent and exhaustive labels, where you can see the true origin of the raw material.

How did the partnership with White Ostuni start and why?

We are honoured to be partners of White Ostuni, as a local quality and image at Italian and international level. We are sure that, thanks to this collaboration, our concept of futurism will reach the hearts of consumers who are looking for beauty and goodness in everything.

JEORDIE'S



Ph. Massimiliano Di Maria

SALVATORE VALENTINI

LUXURY STORE

Viale Marconi 75, 74016 Massafra (TA) . (+39) 099 400 55 89
www.salvatorevalentini.it . ordini@salvatorevalentini.it

ALEXITA

+

KIMA

NON SIAMO LE CLASSICHE DJ BAMBOLINE



Non solo belle ma anche brave: questo è il segreto del grande successo delle **dj italiane Alexita + KiMa**, e attenzione a non sbagliare il loro nome, "brand"!

Dopo aver frequentato la WD Music, una scuola di DJ a Roma, la loro avventura nei locali più cool è iniziata tre anni fa.

Sono tra le DJ più richieste sulla piazza Romana; suonano al The Sanctuary, Sheket, Voodoo Bar.

Look rock, sguardo deciso e tanta professionalità, i fattori vincenti che hanno permesso a queste ragazze di

accaparrarsi una fetta importante della movida Romana ed internazionale.

Abbiamo incontrato KiMa.

Legata fin da bambina alle terre Pugliesi, KiMa ha sempre avuto un amore profondo per la Città Bianca (Ostuni), e questo è uno dei tanti fattori che l'hanno portata a suonare al White Ostuni Beach Club e al Tito Schipa.

Chiara Mazzuca e Alessandra Di Cola, i loro veri nomi. Nascono prima da un affiatamento giovanile sbocciato sui campi da tennis e continuato poi sulle consolle dei migliori locali italiani.

Ci tengono a chiarire che loro non sono le classiche "DJ bamboline"; la cosa più importante per loro è far divertire e ballare la dancefloor con i loro ritmi "House ed Afro".

Un lavoro fatto di tanti sacrifici e prove in studio, anche se "in un club un bravo dj osserva attentamente la pista e improvvisa".

Grazie al feeling musicale con Alexita, il back to back tra una traccia e l'altra si trasforma in un'armonia musicale, che ci accompagnerà in questa estate 2018 ricca di eventi e divertimento al White il SABATO SERA e non solo.

Alexita



KiMa

places such as The Sanctuary, Sheket, Voodoo Bar.

They have a rock style, determined look and such professionalism which have been the winning factors in helping them grab hold of an important piece of the action in Rome and abroad.

We met up with KiMa.

Since her childhood, KiMa has had a connection to Apulia. She has always had a deep love for the White City (Ostuni), and this was one of the reasons that brought them to play at the White Ostuni Beach Club and at the Tito Schipa.

Their real names are Chiara Mazzuca and Alessandra Di Cola. Their partnership emerged at a young age, blossoming on the tennis courts and then continuing on the DJ decks of the best pubs and bars in Italy.

They really want to make it clear that they are not the classic "pretty DJ girls". The most important thing for them is that people enjoy themselves and get out dancing to their rhythm of "House and Afro".

A job based on many sacrifices and studio rehearsals, even if "in a club, a good DJ watches the dancefloor attentively and improvises when necessary".

Thanks to the musical chemistry she has with Alexita, playing back to back from one track to the other brings a sort of musical harmony. This will be with us during summer 2018. Join us every SATURDAY NIGHT and every other night for an abundance of events and lots of fun at White's..

"WE AREN'T THE CLASSIC PRETTY DJ GIRLS"

Not only are they beautiful but also talented. This is secret to success for **Italian DJs Alexita and KiMa** and watch out that you don't get their name wrong, "brand"!

After having attended the WD Music, a school in Rome for DJs, their adventure began three years ago in the coolest pubs and bars.

They are among the most sought-after DJs on the Rome circuit, playing in





NASTRO AZZURRO®

PRIME BREW NON FILTRATA

IL PRIMO ASSAGGIO
DEL MASTRO BIRRAIO

NASTRO AZZURRO PRIME BREW È UNA BIRRA LAGER NON FILTRATA, PRODotta AL GRADO PRIMITIVO DI FERMENTAZIONE. IL SUO GUSTO UNICO, SECCO E INTENSAMENTE LUPPOLATO APRE LE PORTE AD UNA NUOVA ESPERIENZA DI CONDIVISIONE DIRETTAMENTE DAL BIRRIFICIO.

Seguici su    
www.nastroazzurro.it/prime-brew

 **0 BEVI 0 GUIDI**
www.alcolparliamone.it



white
ostuni beach club
— enjoy your senses

PRESENTS

ABOUT SATURDAY

at
22.00

EVERY SATURDAY
FROM 16.06 TO 01.09

GIOVANNI URSOLEO | SIMONE CISTERNINO
ALEXITA+KIMA | NICO RINALDI | CICCIO DB
KEVIN S | MARIANNA | MAMA | ADAMAS | LA GABRY | DIONY

DINNER & PRIVÈ +39 393 53 13 714 // 393 36 34 733

Free WiFi



Pylin







white
ostuni beach club®
— enjoy your senses

PRESENTS

APERIWWHITE

at
18.00

LIVE & DJSET EVERY SUNDAY
FROM 03.06 TO 09.09

NICO RINALDI | CICCIO DB
GIOVANNI URSOLEO | PAPA CECCIO
LA GABRY | DIONY | KEVIN S

Free WiFi





IL RISTORANTE TITO SCHIPA E IL SUO REGISTA

#FOOD

Entrando nel Ristorante "Tito Schipa" di Ostuni, ti senti trascinato indietro nel tempo, negli anni '20 del Novecento, un pò come il protagonista della commedia "Midnight in Paris" del celebre Woody Allen.

La musica, gli arredi, la splendida terrazza dalla vista incantevole su Ostuni, tutto è un rimando all'"epoca d'oro".

E poi senti la voce di una donna provenire dalla cucina: la signora **Maria**, vero e proprio pilastro del ristorante Tito Schipa.

Ogni particolare, dall'ordine dei tavoli alle singole portate, riceve la sua minuziosa supervisione.

Donna energica e sempre solare, riesce a farti sentire a casa semplicemente sorridendoti e dandoti il buongiorno.

Arriva la mattina presto e subito si mette all'opera: preparazione di dolci e focacce, acquasale e innumerevoli pietanze della tradizione pugliese.

All'ora del pranzo la vedi intenta a scrutare i tavoli dalla cucina, sia nella sala interna che in terrazza, sperando di lasciare tutti i clienti soddisfatti delle sue proposte del giorno.

Protagonista il pesce in tutte le sue varianti: dal tipico crostone di pane rivisitato con triglie e scampi, alla parmigiana di melanzane con branzino, ai crudi di mare passando ai secondi: sublime il tonnetto marinato al lime.

Le invenzioni in cucina della signora **Maria** sono geniali. Ma il suo pezzo forte è il tiramisù, che chiunque metta piede al Tito Schipa deve assolutamente provare.

E a cena è ancora lì, instancabile, che sta già pensando al menu del giorno dopo.

Il calore, la simpatia, la passione in ogni cosa che fa, l'attenzione al particolare: **Maria** è una donna straordinaria, il regista del ristorante Tito Schipa.

Vi aspettiamo in
Corso Vittorio Emanuele II, 19 - Ostuni
Si consiglia la prenotazione.
Tel. +39 0831 093465



THE RESTAURANT TITO SCHIPA AND ITS DIRECTOR

Entering the restaurant "Tito Schipa" of Ostuni, you feel dragged back in time, in the twenties of the twentieth century, a bit like the protagonist of the comedy "Midnight in Paris" by the famous Woody Allen.

The music, the furnishings, the splendid terrace with its enchanting view over Ostuni, everything reminds of the "golden age".

And then you hear the voice of a woman coming from the kitchen: **Mrs Maria**, a true pillar of the Tito Schipa restaurant. Every detail, from the arrangement of the tables to each single course, is under her meticulous supervision.

An energetic and always radiant woman, she manages to make you feel

at home simply smiling and wishing you a good morning.

She arrives early in the morning and immediately starts preparing desserts and focaccia, acquasale and many other dishes of the Apulian tradition.

At lunchtime you see her scrutinizing the tables both those inside and on the terrace, from the kitchen, hoping that the customers are satisfied with her proposals of the day.

The protagonist is fish, in all its variations: the typical "crostone" reinterpreted with mullets and scampi, the aubergine parmigiana with sea bass, raw seafood and second courses: the marinated tuna with lime is sublime.

The inventive cuisine of **Mrs Maria** is quite brilliant. But the highlight is the tiramisu, which anyone who sets foot in the Tito Schipa should absolutely try. At dinner, she is still there, tireless, already thinking about the menu for the following day.

Warmth, simplicity and passion in everything she does, along with a sharp attention to every detail: **Mrs Maria** is an extraordinary woman, a true director of the Tito Schipa restaurant.

We will be waiting for you in Corso Vittorio Emanuele II, 19 - Ostuni
Reservation recommended.
Tel. +39 0831 093465



BARTENDER'S FAVOURITE GIN



White
Tanqueray
No. TEN
47.3% alc/vol (94.6°)

SMALL BATCH GIN DISTILLED WITH IMPORTED FRESH CITRUS AND BOTANICALS



Tanqueray

PLEASE DRINK RESPONSIBLY www.DRINKiQ.com

Waiting for

FERRAGOSTO

14 AUGUST

LIVE H. 18

AREA BEAT

DJ SET H. 19.30

NICO RINALDI

CICCIO DB

LA GABRY VOICE

LIVE H. 23

SUPERCLASSIFICA SCIÒ

DJ SET H. 24.00

NICO RINALDI

CICCIO DB

DIONY VOICE

DINNER & PRIVÈ +39 393 5313714 // 393 3634733

Direzione Artistica  nico rinaldi



Contrada Monticelli // Località Quarto di Monte // Ostuni // Puglia // Italy

+39 393 5313714 393 3634733

beachclub@whiteostuni.it // www.whiteostuni.it





LOVE BOAT PUGLIA

Contacts +39 339 86 43 388

PUGLIA



Luxury Villas IN APULIA

Elegance, prestige, excellence. Luxury Villas in Apulia fulfils your desire to spend a dream holiday in the most impressive Apulian villas and discover the wonders of the most beautiful region in the world, in a perfect mix of luxury, privacy and well-being.

Eleganza, prestigio, eccellenza. Luxury Villas in Apulia realizza il tuo desiderio di trascorrere una vacanza da sogno nelle più suggestive ville pugliesi e scoprire le meraviglie della regione più bella del mondo, in un perfetto mix di lusso, privacy e benessere.

Holiday is life.



luxuryvillasinapulia.com

Carovigno, Puglia - Italy

15 AUGUST

FERRAGOSTO

H. 14:00 . DJ SET
PAPACECCIO

H. 17:30 . LIVE

MICHELLE PERERA & PAPACECCIO BAND

H. 19:00 . DJ SET

NICO RINALDI . CICCIO DB
VOICE > LA GABRY

DINNER & PRIVÈ +39 393 5313714 // 393 3634733

Direzione Artistica  nico rinaldi



Contrada Monticelli // Località Quarto di Monte // Ostuni // Puglia // Italy

+39 393 5313714 393 3634733

beachclub@whiteostuni.it // www.whiteostuni.it

**FOOD
AND
COCKTAILS**

#ENJOYYOURSENSES



NEW ENTRY SUMMER 2018



LIVE & DINNER IL SALOTTO SUL MARE MICHEL CLEIS

RESIDENT DJ > NICO RINALDI

17

FRIDAY
AUGUST

at 21:00

db
artists

DINNER & PRIVÈ

+39 393 5313714

+39 393 3634733

Direzione Artistica  nico rinaldi



Contrada Monticelli // Località Quarto di Monte // Ostuni // Puglia // Italy

+39 393 5313714 // 393 3634733

beachclub@whiteostuni.it // www.whiteostuni.it

LUPPOLITO

Cachaça, lime, frutti di bosco, zucchero,
Nastro Azzurro

Cachaça, lime, berries, sugar, Nastro Azzurro



#OURCC

TANQUEARY & TONIC



COCKTAILS

CORTEZ WENT TO OSTUNI

Lime, zucchero, tequila Don Julio,
liquore watermelon, ginger ale Cortese

*Lime, sugar, tequila Don Julio,
watermelon liqueur, Cortese ginger ale*



#OURCC

AMARYCANO

Campari, Cynar, ginger beer Cortese

Campari, Cynar, Cortese ginger beer



MOJITO

Lime, zucchero, menta, Rum Pampero, soda

Lime, sugar, mint, Pampero Rum, soda



#OURCOCKTAILS



QUEI KIWI

Kiwi, Zenzero e Ananas

Kiwi, Ginger and Pineapple



EXOTIC

Mango, Ananas e Frutto della Passione

Mango, Pineapple and Passion Fruit

#OURSMOOTHIES

COCOMANGO

Mango, Fragola e Cocco

Mango, Strawberry and Coconut



WHITE OSTUNI

Anguria, Lime e Menta

Watermelon, Lime and Mint



PIZZA



PANINO SPORCACCIONE

Panino con polpo alla griglia
Sandwich with grilled octopus

PANINO SPORCACCIÓNE

Panino con bombette di carne
Sandwich with meat bombette



TIRAMISÙ

Homemade Tiramisù



#WHITEDIVERSITY

Abbiamo scelto di mettere in copertina due mani che si stringono per dichiarare la nostra posizione. Le mani appartengono a due uomini. Con questo non vogliamo dire che il White Ostuni Beach Club sia un locale per un pubblico omosessuale, vogliamo dire che è *anche* un locale per un pubblico omosessuale. Ancora meglio, vogliamo dire con la nostra copertina che non vogliamo che ci siano differenze, linee

di demarcazione ed etichette per il nostro pubblico: lo vogliamo ampio, variegato, *diverso*. Da qui abbiamo deciso di lanciare l'hashtag #WHITEDIVERSITY.

Lo consideriamo il segno posto di una terra libera e contenta in cui possono coabitare tutti insieme, senza alcuna distinzione. Più il White Ostuni Beach Club cresce negli anni, più il suo pubblico è diversificato. Per noi questo è un obiettivo raggiunto, ma anche un orizzonte da inseguire sempre. Vogliamo che tutti possano sentirsi a proprio agio, che ognuno possa trovare qui quello di cui ha bisogno durante la sua vacanza.

Sappiamo quanto siano labili e complessi i confini tra il pensiero politicamente corretto e l'etichettatura, e sappiamo anche quanto linee di demarcazione

immaginarie costituissero dei confini nelle spiagge libere, delimitando le spiagge gay da quelle della "gente comune". Ci rendiamo conto che dietro questo pensiero ce n'è uno sbagliato: un pensiero che vuole dividere, distanziare, allontanare. La nostra copertina ed il nostro hashtag vogliono avvicinare, unire e includere.

Vogliamo che tutti si sentano a casa al White Ostuni Beach Club. E che la stretta della copertina sia una presa di posizione politica quanto etica su quanto di più importante ci sia nei rapporti umani: la complicità e la cooperazione. Che significa *lavorare insieme*. E qui facciamo proprio questo: lavoriamo insieme per costruire, nel nostro piccolo, un posto in cui differenza non ci sia più, ma solo inclusione.

We chose as cover of our magazine two men holding their hands to state our position. White Ostuni Beach Club is not a club exclusively for gay couples, but *also* for gay couples. In particular, our aim is to eradicate differences, cut-off lines and labels for our public. We want a huge, variegated, different public. That's the reason why we decided to launch the hashtag #WHITEDIVERSITY.

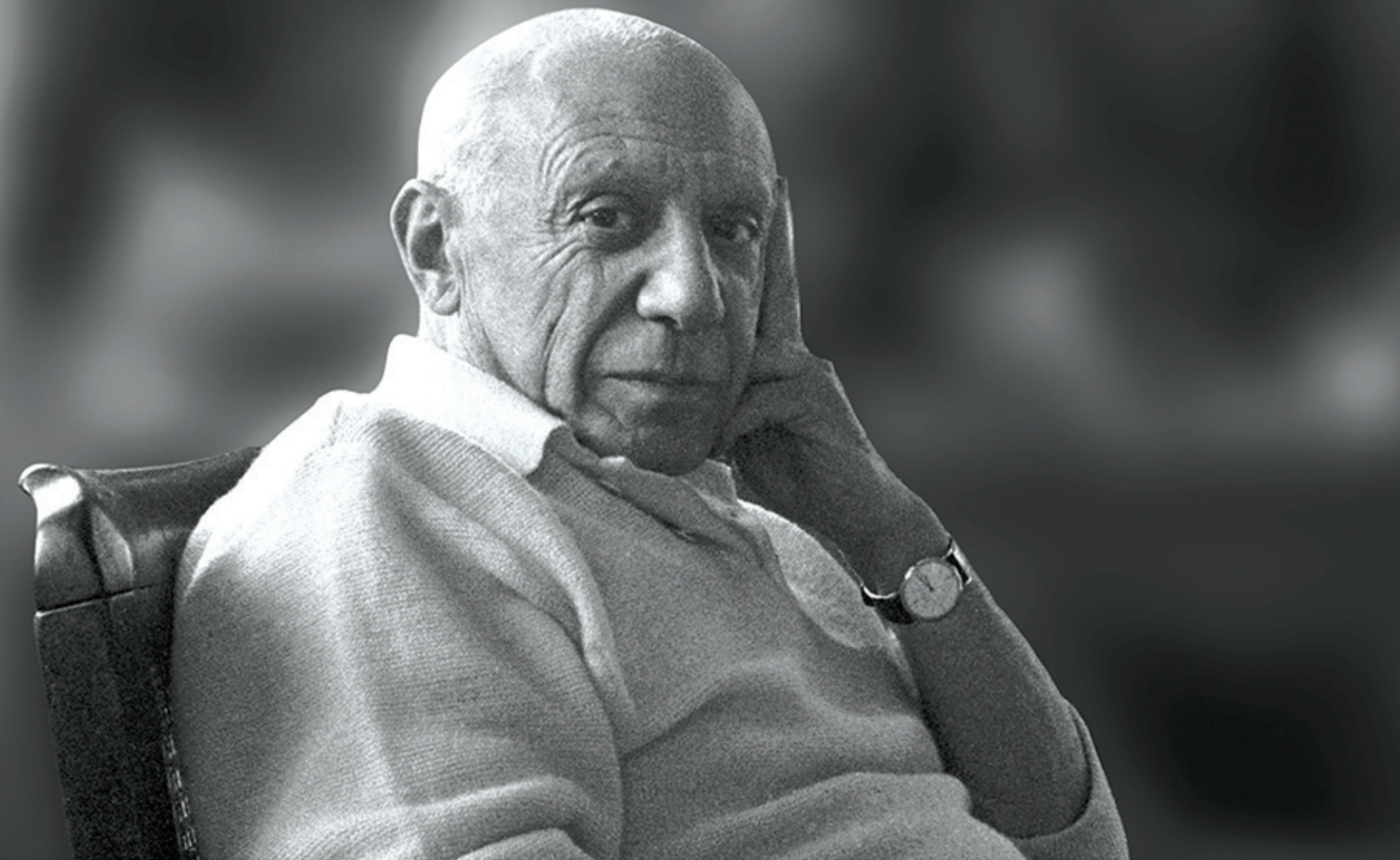
We consider it the seat marker of a free and glad land where all the people can live, without any distinction.

Year by year our public is more and more diversified. For us this goal has already been achieved, but we can do more. We want all the people to be comfortable, to find here what they need on holiday.

We know that complex are the boundaries between the politically correct mindset and the labelling, as well as we know that imaginary cut-off lines are boundaries in free beaches, defining beaches for gay people and those for "common people". We realize that behind this way of thinking there's

another wrong way of thinking: the one that aims to divide, outdistance. Our cover and our hashtag aim to move close, connect and include.

We want all the people to feel at home at White Ostuni Beach Club. And the two hands to represent a political and ethical stance on what is the most important aspect in human relationships: complicity and cooperation. That means *working together*. And we are actually *working together* to build, in our little, a place where there's no difference, but only inclusion.



PICASSO

24.04
– 04.11
2018

MARTINA FRANCA
MESAGNE
OSTUNI

*L'altra metà del cielo.
L'universo femminile di Picasso*

MARTINA FRANCA
Palazzo Ducale

MESAGNE
Castello Normanno Svevo

OSTUNI
Palazzo Tanzarella (Centro Storico)

ORGANIZZAZIONE E PROMOZIONE



CON IL SOSTEGNO DI



CON IL PATROCINIO DI



CON LA COLLABORAZIONE DI



PARTNER TECNICI



MOSSA PARTNER



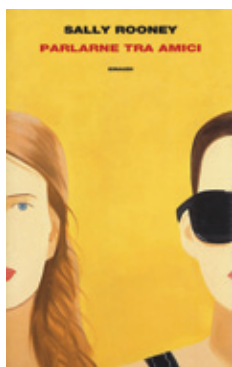
LETTURE AL WHITE

COSA LEGGERE QUANDO SIAMO SOTTO L'OMBRELLONE (O SOTTO IL SOLE, ANCORA MEGLIO)

Sicuramente l'estate è il momento del relax, ma è anche il momento dell'altrove.

Le nostre vite rallentano la corsa, i nostri corpi possono bearsi di essere spiaggiati sotto il sole e le nostre menti possono prendersi una pausa, fare una giravolta tra un aperitivo e un'onda marina.

È il momento ideale per andare oltre e far viaggiare la testa, vagare in posti che non sono proprio quello che stiamo visitando o quello in cui abbiamo affittato lo spiaggin. Così l'esigenza di andare oltre ci spinge sempre in un modo o nell'altro ad avere un libro nella borsa da spiaggia.

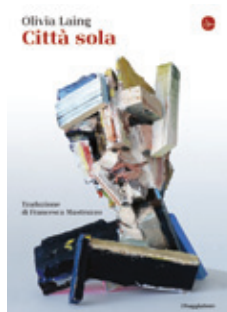


Sicuramente non può mancare il caso letterario della ventiseienne Sally Rooney, irlandese, che con **Parlarne tra amici** (Einaudi, 20€) racconta con una scrittura acuta e tagliente le dinamiche di potere che si vengono a instaurare nelle relazioni sentimentali. Frances, la protagonista, con la sua amica Bobbi incontra una coppia sposata con cui si viene a formare una sorta di quadrato amoroso, e affronta un percorso di conoscenza di sé e dei limiti e delle libertà che si possono prendere quando iniziamo ad amare qualcuno.



Allo stesso modo, ma in un'altra città, Olivia Sudjic racconta in **Una vita non mia** (minimum fax, 18,50€) l'esperienza di una ragazza alle prese con un sentimento amoroso, questa volta mediato attraverso uno strumento che ormai condiziona le nostre vite: il telefono con i vari social media. Si relaziona alla donna di cui è innamorata attraverso Instagram e l'autrice tenta di capire le dinamiche che

possono caratterizzare un rapporto mediato da internet. La città in questione è New York, raccontata non solo come uno sfondo, ma proprio un altro personaggio della storia.



E New York è la stessa protagonista del brillante saggio di Olivia Laing, **Città sola** (Il Saggiatore, 24€), che cerca di analizzare che cosa significhi ritrovarsi soli in una città e come fare ad affrontare la solitudine. La scrittrice indaga questo sentimento attraverso l'opera e le vite di alcuni artisti, come Edward Hopper e Andy Warhol, e cerca di dare una risposta

che possa dare senso e conforto a quando non ci rimane altro che noi stessi.



Se Olivia Laing racconta che cosa significhi la solitudine, il romanzo di Francesco Pacifico, **Le donne amate** (Rizzoli, 22€), si presenta come un vivace ritratto di un gruppo di donne. Marcello, il protagonista, editor e poeta, racconta il suo rapporto con ogni donna della sua vita: la moglie, la sua amante, la madre, la sorella e la suocera. E in questi racconti compone non solo una panoramica

sul mondo delle donne, ma anche di rimando un resoconto del mondo degli uomini.



Operazione simile a quella di David Szalay in **Tutto ciò che è un uomo** (Adelphi, 22€), raccolta di racconti con protagonisti sempre uomini, dalla giovinezza fino alla vecchiaia. La bravura di Szalay è da ricercare nel suo palesare cosa significa essere un uomo oggi, con le sue grandezze, con le sue miserie, le vittorie e le sconfitte.



E di vittorie e sconfitte, in qualche modo, parlano tutti i racconti di Letizia Muratori, raccolti in **Spifferi** (La Nave di Teseo, 15€). La scrittrice italiana con la sua scrittura ironica e vibrante scherza e riflette al tempo stesso sulla figura dei fantasmi, e attraverso di essi scherza e riflette sulla nostra stessa vita.

La Terra
HOTEL
★★★★



Via Gaspare Petrarolo, 16 • Centro Storico di Ostuni (BR) • Puglia • Italia
t. +39 0831 336651 / 0831 336652
www.laterrahotel.it • info@laterrahotel.it

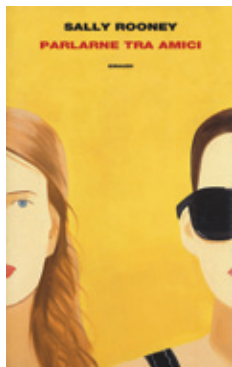
READINGS AT THE WHITE

WHAT TO READ WHEN WE ARE UNDER THE UMBRELLA
(OR UNDER THE SUN, EVEN BETTER)

Certainly, summer is the time for relaxation, but it's also the moment to travel.

Our lives slow down, our bodies can delight in lying on the beach in the sun and our minds can take a break, flipping between an aperitive or the ocean waves.

It's the ideal time to go elsewhere and let your mind travel. Wander through places that you are not actually visiting or where you have rented your deck chair. Therefore, the need to go somewhere else is what encourages us in one way or another to have a book in our beach bag.



Surely, you can't miss out on the novel by 26-year-old Irish writer Sally Rooney, **Conversation with friends** (Einaudi, 20€), with her sharp and cutting writing style she tells the story of the dynamics of power found in our love lives. The main character, Frances, along with her friend Bobbi, meet a married couple who they form a ménage a quatre with and face a path of self-knowledge, limits and freedom that can come about when we start loving someone.



In the same way, but based in another city, Olivia Sudjic tells about a girl's experience when faced with amorous feelings in **Sympathy** (minimum €18.50). This time, however, the story is mediated through tools that in this day and age condition all our lives: smartphones and social media. She relates to a woman that she has fallen in love with through Instagram and the author is trying to understand the dynamics that can characterise a relationship mediated by the internet. It is set in New York, which is not only the background to the story, but also acts as an additional character.



And New York is the same protagonist in the brilliant book by Olivia Laing, **The Lonely City** (Il Saggiatore, 24€). Here she tries to analyse what it means to find yourself alone in a city and what you must do when facing loneliness. The writer investigates this feeling through her work and the lives of some artists, such as Edward Hopper and Andy Warhol, and tries to find an answer that makes sense and gives comfort

when nothing is left but ourselves.



If Olivia Laing recounts what it means to be lonely, then the novel by Francesco Pacifico, **Le donne amate - the women who are loved** (Rizzoli, 22€) exhibits a lively portrayal of a group of women. Marcello, the main character, editor and poet, recounts the relationship he has with every women in his life: his wife, his lover, his mother, his sister, and his mother-in-law. And it's not only a panoramic view of the

world of women that is shown in these stories, but also an account in return about the world of men.



A similar piece of work to this is David Szalay's **All that man is** (Adelphi, 22€). A collection of stories where the main characters are always men, from the very young to the very old. The display of skills that Szalay shows is in researching and revealing what it means to be a man today, with all the greatness, all the misery, the victories and the defeats.



And in a way, speaking about victories and defeats, everyone is talking about the stories by Letizia Muratori, collected together in **Spifferi - Cool Draughts** (La Nave di Teseo, 15€). This Italian author with her ironic and vibrant writing style jokes and reflects at the same time about ghosts, and through this she jokes and reflects about our own lives.

Luxury Villas

IN APULIA



Surrounded by olive groves and just steps from the sea, our villas will meet any need. Far from the traffic and immersed in the unspoilt countryside of Alto Salento, they will offer you all the most exclusive comforts and services for a stay of luxury and relaxation.

Circondate dal verde degli ulivi e a pochi passi dal mare, le nostre ville sapranno soddisfare qualunque esigenza. Lontane dal traffico e immerse nell'incontaminata campagna dell'Alto Salento, ti offriranno tutti i comfort e i servizi più esclusivi per un soggiorno all'insegna del lusso e del relax.



Holiday is life.



luxuryvillasinapulia.com

Carovigno, Puglia - Italy

L'OROSCOPO DELL'ESTATE AL WHITE OSTUNI BEACH CLUB

(DA NON PRENDERE SUL SERIO)

di Carlito



Ariete: Nati dal 21 marzo al 20 aprile
CORAGGIO, IMPULSIVITÀ, AZIONE

Cari amici dell'ariete, mettete da parte l'impulsività che vi contraddistingue, siamo in vacanza! Godetevi il nostro mare, che sicuramente male non vi fa ;)

Voto: 6 +

Cocktail consigliato: **NEGRONI PUGLIESE con vino rosso QU.ALE**



Cancro: Nati dal 22 giugno al 22 luglio
SENSIBILITÀ, FANTASIA, INTROVERSIONE

Intuitivi, fantasiosi e molto sensibili, gli amici del Cancro si distinguono per questo. Di contro c'è una leggera permalosità. Come? Ve la siete già presa? Per farmi perdonare, posso offrirvi un cocktail dei nostri? Le cose non possono che migliorare

Voto: 6

Cocktail consigliato: **MARGARITA**



Bilancia: dal 23 settembre al 23 ottobre
ELEGANZA, ARMONIA, INDECISIONE

I bilancini sono perennemente indecisi, ma in compenso hanno un buon senso del gusto. In sostanza, ci hanno messo un po' a scegliere il White, ma alla fine hanno capito che non c'è di meglio. Il nostro consiglio è di venire più di una volta così da poter assaggiare tutto e togliersi qualsiasi dubbio.

Voto: 6

Cocktail consigliato: **SMOOTHIE EXOTIC**



Capricorno: dal 22 dicembre al 20 gennaio
SERietà, COSTANZA, CHIUSURA

I Capricorno sono di base seri e chiusi. Ma vi posso giurare che ho visto tante persone scatenarsi durante i nostri aperitivi, scommettiamo che c'era anche qualche Capricorno?

Voto: 6,5

Cocktail consigliato: **AMERICANO**



Toro: Nati dal 21 aprile al 20 maggio
CONCRETEZZA, PAZIENZA, POSSESSIVITÀ

I torelli rispettano a pieno il proverbio "prima il dovere poi il piacere": sempre ligi al dovere, ma comunque cultori di tutti i piaceri della vita. Che dire, siete nel posto giusto!

Voto: 6,5

Cocktail consigliato: **ITALIAN MULE**



Leone: dal 23 luglio al 22 agosto
FIEREZZA, GENEROSITÀ, ORGOGLIO

Vi piace fare la parte del Leone: ambiziosi, orgogliosi e tanto generosi. Ma anche leggermente egocentrico. Siete pronti a stanare la vostra preda? Secondo me qui c'è l'habitat giusto e avete le carte in regola per cacciare.

Voto: 7,5

Cocktail consigliato: **VODKA SOUR**



Scorpione: dal 24 ottobre al 21 novembre
TENACIA, ASTUZIA, DIFFIDENZA

Molto astuti e intuitivi, ma altrettanto diffidenti. Cari amici dello scorpione so che vi rivedete in questi aggettivi. L'intuito vi ha fatto scegliere il White Ostuni e dimostra che vi tradisce poco. Per risolvere la questione diffidenza non vi resta che passare una giornata tipo qui da noi: mare, aperitivo, divertimento e buona musica assicurati.

Voto: 6,5

Cocktail consigliato: **EL BRASILEIRO**



Acquario: dal 21 gennaio al 19 febbraio
AMICIZIA, COMUNICAZIONE, POCO SENSO PRATICO

Gli Acquario sono l'emblema dell'amicizia e della comunicazione, persone su cui si può contare. Direi che il nostro mare e i nostri party sono i luoghi ideali per comunicare e fare amicizia, benvenuti Acquario!

Voto: 7+

Cocktail consigliato: **DAIQUIRI**



Gemelli: Nati dal 21 maggio al 21 giugno
CURIOSITÀ, LOQUACITÀ, ABILITÀ

Vivace, abile, curioso, hai voglia di esplorare il mondo intero e di conoscere. Gemellini cari sfruttate i nostri aperitivi per fare amicizie speciali. Galeotto fu l'Aperiwwhite!

Voto: 7

Cocktail consigliato: **FERRARI SPRITZ**



Vergine: dal 23 agosto al 22 settembre
PRECISIONE, PRUDENZA, INSIUREZZA

Cari Vergine la vostra caratteristica principale è la precisione, la ricerca del pelo nell'uovo. In questo caso, mi dispiace deludervi, ma troverete solo la menta nel Mojito. Quindi vi tocca rilassarvi e sorseggiarlo, magari al tramonto, con chi volete. Mi raccomando ;)

Voto: 6 -

Cocktail consigliato: **MOJITO**



Sagittario: dal 22 novembre al 21 dicembre
IDEALISMO, OTTIMISMO, INGENUITÀ

Dei Sagittario non c'è molto da dire, sono ottimisti di natura e di larghe vedute. Questo è l'atteggiamento giusto per prendere l'estate e la vita con filosofia, un atteggiamento #whiteaddicted. Quelli degli altri segni prendano esempio, e portino amici sagittario che magari sull'onda delle good vibes vi offrono pure da bere ;)

Voto: 7

Cocktail consigliato: **CAIPIRINHA**



Pesci: dal 20 febbraio al 20 marzo
INTUIZIONE, ADATTABILITÀ, INSIUREZZA

I nati sotto il segno dei Pesci (semicit.) sono delle persone con un gran cuore ma molto insicuri. Nonostante questo sanno dimostrare bene il loro affetto, quindi non fateveli scappare (chi ha orecchie per intendere, intenda) e poi chi sta meglio di un pesciolino al mare?

Voto: 6,5

Cocktail consigliato: **MOSCOW MULE**



YOGA

**RICHIEDI LA TUA LEZIONE
TUTTI I MARTEDÌ E GIOVEDÌ
AL TRAMONTO**

**ASK FOR YOUR LESSON
EVERY TUESDAY AND THURSDAY AT SUNSET**

Info > +39 393 5313714 // +39 393 3634733

In collaborazione con **Joinbed - Masseria Yoga Ostuni**
info@joinbed.it



SUMMER HOROSCOPE AT THE WHITE OSTUNI BEACH CLUB

(NOT TO BE TAKEN SERIOUSLY)

by Carlito



Aries: Born 21 March to 20 April

BRAVE, IMPULSIVE, ACTIVE

Good friend of the Arian, put aside the impulsiveness that sticks out like a sore thumb, we're on holiday! Enjoy the sea, that definitely won't do you any harm ;)

Score: 6 +

Recommended cocktail: **APULIAN NEGRONI with QU.ALE red wine**



Cancer: Born 22 June to 22 July

SENSITIVE, IMAGINATIVE, INTROVERT

Intuitive, creative and very sensitive, a Cancerian's friends will tell you apart by these traits.

On the other hand, there is a slight case of touchiness which you may have already experienced. To excuse myself, may I suggest one of our cocktails? Things can only get better.

Score: 6

Recommended cocktail: **MARGARITA**



Libra: 23 September to 23 October

ELEGANCE, HARMONY, INDECISION

Librans are perpetually indecisive, but to make up for it they have a good sense of what is right. In essence, it took them a while to choose White's, but in the end, they realised there was nothing better. Our advice is to check in more than once in order to try everything and get rid of any doubts.

Score: 6

Recommended cocktail: **SMOOTHIE EXOTIC**



Capricorn: 22 December to 20 January

SERIOUS, PERSEVERANCE, IMPENETRABLE

Capricorns are basically serious and impenetrable. But I can assure you that I have seen may people let loose during our aperitives. Let's make a bet that some of them were also Capricorns?

Score: 6.5

Recommended cocktail: **AMERICANO**



Taurus: Born 21 April to 20 May

PRACTICAL, PATIENT, POSSESSIVE

Taureans definitely respect the proverb: "work first and then pleasure". Always faithful to what must be done, but also lovers of life's little pleasures. What can we say? You're in the right place!

Score: 6.5

Recommended cocktail: **ITALIAN MULE**



Leo: 23 July to 22 August
DARING, GENEROUS, PROUD

You like playing the part of the Lion: ambitious, proud and so very generous. But also, slightly egocentric. Are you ready to chase down your prey? I think this is the perfect environment and you have all the right stuff for the hunt.

Score: 7.5

Recommended cocktail: **VODKA SOUR**



Scorpio: 24 October to 21 November

TENACIOUS, CUNNING, SCEPTICAL

Very cunning and intuitive, with just as much scepticism. Dear Scorpions, I know you see yourselves in these adjectives. Your intuition made you chose the White Ostuni and demonstrates that you are rarely disloyal. To resolve your scepticism, all you need to do is spend a typical day here with us: sea, aperitives, fun, and good music is a definite.

Score: 6.5

Recommended cocktail: **EL BRASILEIRO**



Aquarius: 21 January to 19 February

FRIENDSHIP, COMMUNICATION,

LACKING IN COMMON SENSE

Aquarians are the symbol of friendship and communication, people you can count on. I would say that our beaches and our parties are ideal places for communication and making new friendships, welcome Aquarians!

Score: 7+

Recommended cocktail: **DAIQUIRI**



Gemini: Born 21 May to 21 June

CURIOUS, TALKATIVE, SKILLED

Lively, skilful, curious, you love to explore the world in its entirety and get to know it. Dear twins, take advantage of our aperitives to make special friends, thanks to Aperivwhite!

Score: 7

Recommended cocktail: **FERRARI SPRITZ**



Virgo: 23 August to 22 September

PRECISION, CAREFULNESS, UNCERTAINTY

Dear Virgos, your main characteristic is precision - splitting hairs to achieve perfection. In this case though, I am sorry to let you down, but the only thing you'll be splitting is the mint in the Mojito. So, it's up to you to sit back, relax, take a sip, and enjoy the sunset with whoever you would like. Make sure you do! ;)

Score: 6 -

Recommended cocktail: **MOJITO**



Sagittarius: 22 November to 21 December

IDEALISM, OPTIMISM, GULLIBILITY

There isn't much to say about Sagittarius; they are optimistic and broadminded. This is the right attitude and philosophy to live summer and life by, an attitude #whiteaddicted. The other zodiac signs need to follow your example, and continue, our Sagittarius friends and hopefully on these good vibes, you will be bought a drink ;)

Score: 7

Recommended cocktail: **CAIPIRINHA**



Pisces: 20 February to 20 March

INTUITIVE, ADAPTABLE, INSECURE

Those born under the zodiac sign Pisces "are people with big hearts but are very insecure". Nevertheless, they know how to show their feelings well, so don't let them get away (those who have ears hear - proverb) and who would be better in the water than a little fish?

Score: 6.5

Recommended cocktail: **MOSCOW MULE**



ELISABETTA FRANCHI



Ph. Massimiliano Di Mario

SALVATORE VALENTINI

LUXURY STORE

Viale Marconi 75, 74016 Massafra (TA) . (+39) 099 400 55 89
www.salvatorevalentini.it . ordini@salvatorevalentini.it

DRINK RESPONSIBLY



Pure emotions



Sparkling life



Italian glam



Amazing bollicine

FERRARI
TRENTO 1902
TRENTO DOC

THE ITALIAN TAG
#FerrariTrento | www.ferraritrento.it

