

# PASCUCCI

VISUAL STORIES OF ART, CULTURE, TASTE AND OTHER THINGS



> PROGETTO BIOLOGICO ED EQUO E SOLIDALE AD HAITI

> PASCUCCI SHOP NEL MONDO

> LA NATURA NELLE MIE TELE, LUCIANO BALDACCI

> MONTEFELTRO, STORIA DELL'ANIMA



  
PASCUCCI™

CAFFÈ PASCUCCI

**PASCUCCI**

VISUAL STORIES OF ART, CULTURE, TASTE AND OTHER THINGS

**Redazione**

Caffè Pascucci Torrefazione spa  
Via Circonvallazione 16/A,  
61010 Monte Cerignone (PU) - Italia  
tel. 0541978524  
e-mail: info@pascucci.it  
www.pascucci.it

**Direttore responsabile** Giovanni Cioria

**Ideazione** Mario Pascucci

**Collaboratori**

Agoriccione, Staff Pascucci,  
Diane Nsengiyumva

**Traduzioni** Eurotrad-Urbino

Magali Sarfatti Larson

**Fotografie** Archivio Pascucci,

Diane Nsengiyumva

**Progetto grafico e impaginazione**

Direzione, Ufficio marketing,  
www.agoriccione.it

**Stampa** La Pieve Poligrafica Editore

Villa Verucchio s.r.l.

Registrazione presso il Tribunale di Rimini  
n.° 13/97 del 21.8.1997  
Numero Roc: 10.364

**Pubblicità** Ufficio marketing

Pubblicità inferiore al 45%

Si ringraziano tutti coloro che hanno  
partecipato alla realizzazione di questo  
numero.

Special thanks to:

Magali Sarfatti Larson

**PROGETTO BIOLOGICO, AD HAITI** PAG. 4  
**PER UN PROGETTO EQUO E SOLIDALE**  
The fair trade project in Haiti

**PERCHÈ BIOLOGICO** PAG. 10  
**GINO GIROLOMONI**  
Why organic . Gino Girolomoni

**HANDS** PAG. 12  
Hands

**LA LUCE DELLA NATURA** PAG. 16  
**SULLA TELA**  
The light of nature in a painting

**MONTEFELTRO, BELLEZZA** PAG. 18  
**CON ANIMA . URBINO**  
Montefeltro: beauty with spirit

**ELOGIO DELLA LENTEZZA** PAG. 22  
An Ode to Slowness

**CAFFÈ PASCUCCI SHOP** PAG. 24  
**CAFFÈ, ARTE, DESIGN**  
Caffè Pascucci Shop, coffee, art and design

**COLD SUMMER,** PAG. 28  
**LE RICETTE PASCUCCI**  
Cold Summer, the recipe Pascucci

**MARCO SIMONCELLI,** PAG. 32  
**L'ALLEGRIA IN MOTO**  
Marco Simoncelli, happiness

**STEFANO CANINI** PAG. 34  
**DJ FUORISTANDARD**  
Stefano Canini: no ordinary DJ

**PASCUCCI FASHION** PAG. 36  
Pascucci Fashion

**LA FAMIGLIA E LA STORIA** PAG. 40  
The family's history

**PASCUCCI CASA** PAG. 42  
Pascucci Casa

**LA CULLA DEI CAFFÈ CRUDI** PAG. 46  
The cradle of green coffee







## PASCUCCI

**TRE, DUE, UNO, ZERO!** scocca il messaggio di Pascucci, come un dardo lanciato a forte velocità. Una rivista. Un sistema di comunicare forse solito, forse banale, ma sicuramente bello, efficace e che a noi piace. In queste pagine Pascucci dà spazio a tutto. Dallo sport, al sociale, dalla musica alla pittura, dall'economia all'arte, dalla cultura al territorio. Ma sicuramente tanto spazio lo daremo al nostro mestiere, il caffè.

Spazio al caffè perché lo amiamo e pensiamo che si debba comunque approfondire, ricercare e confrontare, fare in modo che si diffonda sempre meglio e sempre di più emerga la qualità.

Qui troverai anche il tuo spazio, sicuramente, da leggere e perché no, da inserire. Vuoi scrivere? Provaci, con noi ce la puoi fare. Sei un'artista capace? Perfetto siamo noi ad aver bisogno di te, il mondo ti vuole e sicuramente una pagina può essere tua. Diffonderemo questa rivista in un mare di copie, la faremo arrivare presso i coffee shop, i bar, i ristoranti, gli alberghi e di più ancora. Non solo in Italia, ma anche a Seoul, a Miami, Zagabria, Londra, Amburgo, Spalato, Mosca, Vienna e ovunque ci sia una tazzina Pascucci.

Ma la cosa che ci piacerebbe di più sarebbe se con questa rivista potessimo creare un collegamento tra le persone, oggi scriverà un inglese, domani un tedesco, un coreano o un arabo, in un dialogo internazionale che potrebbe divertirvi ed aiutare a conoscerci meglio.

Per questo non esitate a scriverci. Noi non siamo qui per insegnare, ma per apprendere.

**THREE, TWO, ONE, ZERO!** Pascucci's message shoots like an arrow fired at lightning speed. A magazine: as a medium of communication it may be conventional, and not particularly original, but it's certainly beautiful and effective - and we like it. In these pages Pascucci has space for everything, from sport to social issues, from music to painting, from economics to art, and culture to the environment. But we'll certainly give plenty of space to our profession: coffee.

We have space for coffee because we love it and we think that we should still cultivate, study and compare, to spread its influence and bring out its quality all the more.

Here you'll surely find your space too, to read and - why not? - to contribute. You want to write? Try us, with us you can. You're a good artist? Great, it's we who need you, the world wants you and there's surely a page that can be yours. We will be circulating this magazine in great numbers: it will find its way to coffee shops, bars, restaurants, hotels and more besides. And not just in Italy, but also in Seoul, Miami, Zagreb, London, Hamburg, Split, Moscow, Vienna and wherever a Pascucci can be drunk.

But what we would really like would be for this magazine to create a link between people: today an Englishman might write, tomorrow a German or a Korean or an Arab, in an international dialogue that could entertain and help to get to know us better. So don't hesitate to contact us.

We are not here to teach, but to learn





# HAITI

## P ROGETTO B IOLOGICO

Big Bio Haiti è un progetto di commercializzazione del caffè crudo coltivato e raccolto dalle famiglie contadine di Haiti, con metodi completamente naturali, nel rispetto dell'agricoltura biologica. L'obiettivo principale del progetto Pascucci-Montebello, realizzato in collaborazione con Gino Girolomoni (uno dei padri fondatori del biologico in Italia) è far sì che ai coltivatori di caffè venga pagato un prezzo tale da garantire una corretta remunerazione delle attività agricole, migliorando le capacità operative e organizzative della comunità locale, fornendo assistenza tecnica per la produzione e la lavorazione del caffè, rafforzando le abilità nel campo della gestione e del monitoraggio nell'agricoltura, migliorando le coltivazioni tradizionali, introducendo

coltivazioni di caffè più moderni ma sempre compatibili con il territorio, favorendo un'agricoltura sostenibile che abbia come obiettivo la salvaguardia dell'ambiente attraverso la gestione razionale delle risorse produttive. Con l'assistenza gratuita fornita dal Servizio Agricolo Pascucci, attraverso la collaborazione dell'agronoma Diane Nsenjyumva, si consente ai coltivatori di trarre vantaggio da un programma di formazione all'avanguardia e al contempo all'azienda viene garantita la qualità necessaria per ottenere caffè eccellenti. Combinando visite presso aziende agricole e seminari l'agronomo riesce ad insegnare ai coltivatori le tecniche per migliorare la qualità consentendo maggiore guadagno. Durante la formazione vengono



# AD HAITI PER UN PROGETTO EQUO E SOLIDALE

THE FAIR TRADE PROJECT IN HAITI

forniti anche strumenti da lavoro, come guanti, stivali, forbici e altre attrezzature. Viene inoltre insegnato l'uso dei concimi organici per incrementare la produttività del suolo. La permanenza presso le comunità agricole ed un rapporto diretto con il loro modo di lavoro e di vita consente di raggiungere un rapporto fiducia e scambio reciproco che sono elementi fondamentali per la buona riuscita del progetto, che diventa molto più importante di un passaggio di competenze e conoscenze.

Da questo rapporto prima umano che tecnologico nasce la passione per la cura del caffè, dalle sue origini, dalla terra in cui affondano le sue radici.

Tutto questo perchè l'amore è alla radice del processo produttivo che porta alla miscela del caffè biologici Big Bio Pascucci.

Questa miscela nasce per soddisfare le esigenze di tutti coloro che fanno attenzione non solo al gusto, ma anche alla storia del prodotto che consumano, alla sua tracciabilità, alla correttezza sociale del-

le sue origini, alla sua storia. Big Bio è un caffè speciale dal punto di vista umano, ma lo è anche dal punto di vista del gusto.

Big Bio Haiti is a project for marketing the raw coffee grown and harvested by Haitian peasant families using completely natural methods in line with organic farming practices .

The main objective of the Pascucci-Montebello project, launched jointly with Gino Girolomoni (one of the founding fathers of organic farming in Italy) is to ensure coffee producers are paid a fair price, thus improving the local community's productive and organizational capabilities , providing technical support for coffee production and processing, consolidating skills in agricultural management and monitoring, improving traditional cultivating methods, introducing more modern methods of growing coffee which are still compatible with the environment and encouraging sustainable agriculture with the objective of protecting the environment through a rational use of the production resources.

With the free assistance provided by the Pascucci Agricultural Service, and the input of the agronomist Diane Nsengiyumva, farmers can benefit from a cutting edge training programme whilst ensuring the company gets the quality it needs to make excellent coffees.

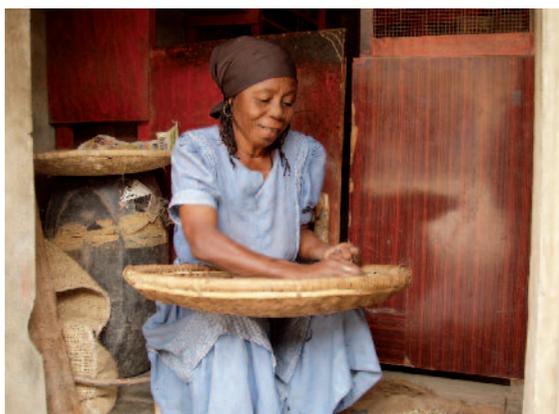
With a combination of farm visits and agricultural seminars, the agronomist can teach farmers the techniques for improving quality and increasing income. The training also provides work equipment such as gloves, boots, scissors and other tools. The use of organic fertilizers to increase soil productivity is also taught.

The location within the agricultural community and the direct relationship with their way of working and living enables a relationship of mutual trust and exchange of ideas to be established, which is essential for the success of the project, which becomes much more important than a course of skills and knowledge. From this relationship, which is primarily human than technological, arose the passion for coffee, its origins, and the land where his roots lie. This is all because love is at the root of the production process that brings the world Big Bio Pascucci.

This blend of organic coffees was developed for everyone who cares not only about taste, but also the history of the product they consume, its traceability and the fairness of its social origins. Big Bio coffee is special not only from a social point of view, but also for its flavour.



**LO SCOPO DEL PROGETTO È CHE ALLE FAMIGLIE DI AGRICOLTORI VENGA PAGATO UN PREZZO EQUO.**



**THE PURPOSE OF THE PROJECT IS TO ENSURE THAT FARMING FAMILIES ARE PAID A FAIR PRICE.**



## **BIG BIO** (CAFFÈ AMERICANO BIOLOGICO)

La maggior parte del caffè che consumiamo viene prodotto nei paesi in via di sviluppo, con il Commercio Equo Solidale si dà un'opportunità ai coltivatori di caffè di fare dei piccoli investimenti nel campo sociale e nel campo ambientale in quanto questo progetto favorisce metodi di coltivazione che preservano e migliorano il suolo e non prevedono l'uso di concimi chimici. Con un pagamento 'Equo' Pascucci riconosce il lavoro dei piccoli produttori e il loro diritto di vivere dignitosamente.

Most of the coffee we consume is produced in developing countries, with fair trade is given an opportunity to coffee farmers to make small investments in social and environmental as this project encourages the cultivation methods to preserve and improve the soil and does not include the use of chemical fertilizers. With a 'Fair' payment Pascucci recognizes the work of small producers and their right to live in dignity.



Book your holiday.

www.visitriccione.it



  
by Riccione Turismo

Italian life style.  
Your original holiday on the Adriatic Coast





## GINO GIROLOMONI

**PER DIFENDERE IL PATRIMONIO GENETICO** . Quelli che sono nati fino agli anni sessanta del secolo scorso, i cinquantenni, hanno ricevuto dai genitori, oltre alla vita stessa, un regalo immenso: un patrimonio genetico intatto, sano, naturale. Perché all'infuori delle metropoli e dei grandi complessi industriali e petroliferi non c'era ancora un'aria infetta, un'acqua e i cibi ripieni della nostra "civiltà", le cui presenze indesiderate hanno cominciato a mutare il nostro patrimonio genetico, insieme all'uso indiscriminato di farmaci sintetici, di vernici tossiche con cui abbiamo verniciato le pareti delle case in cui vivevamo e i mobili.

**ORGANIC FOOD** . Essere un agricoltore biologico (100.000 solo in Italia) vuol dire non praticare la monocoltura nei propri terreni, vuol dire non usare diserbanti, pesticidi, concimi chimici. Vuol dire allevare bestiame curando il suo benessere, alimentazione sana, spazi liberi, se sta male curarlo con la medicina omeopatica. Gli agricoltori biologici non si sono mai macchiati dell'infamia dei pulcini in batteria che diventano polli in 35 giorni anziché in cinque mesi come vorrebbe il ciclo naturale.

Cosa può venir fuori da un'alimentazione simile che dura per un paio di generazioni? Allergie, intolleranze, infertilità, abbassamento delle difese immunitarie, mutamenti genetici con conseguenze imprevedibili tra 3-4 generazioni. L'agricoltore biologico è un lavoratore che vuol fare bene il suo mestiere, che vuol produrre qualità e non solo quantità.

**IL CONSUMATORE BIOLOGICO E LA SOLIDARIETA'** . Il consumatore che cerca cibi biologici è un cittadino che si rende conto di tutto ciò, che ama i propri cari, specialmente i piccoli e con le sue scelte quotidiane vuole privilegiare i produttori biologici nonostante questi cibi costino di più. Costano di più perché con soltanto il 2-3% dei consumi come in Italia, Germania, Austria, non si sono ancora raggiunti i volumi di un'economia di scala che ridurrebbe i costi. Il consumatore biologico è un cittadino attento a tutto ciò che è giusto, in genere si cura con le medicine dolci (omeopatia, erboristeria), è favorevole alle energie rinnovabili, richiede i prodotti del commercio equo e solidale. Come il progetto "Caffè di Haiti" promosso dalla mia cooperativa e Pascucci per "pagare un debito di giustizia" e che aiuta alcune centinaia di famiglie a continuare a coltivare caffè perché lo paghiamo un prezzo giusto.

**IL BIOLOGICO E' L'UNICA BARRIERA CONTRO GLI OGM** . Gli agricoltori e i consumatori biologici, forse proprio grazie all'alimentazione sana che praticano, hanno mantenuto intatte le capacità di scegliere ciò che è buono e ciò che non lo è. Infatti sono fortemente contrari alla coltivazione e alla libera circolazione dei cibi OGM. Il pifferaio magico dei fratelli Grimm non li ha convinti per niente e non credono alla favola che sostiene siano utili a vincere la fame nel mondo ma li vedono come un ulteriore danno al patrimonio genetico del pianeta ed un prepotente mezzo per il controllo e la proprietà del cibo. Piante, erbe, fiori, alberi ci difendono dalle conseguenze della nostra stoltezza, che ha privato il corpo della propria pelle - che cosa sarebbe, se non questo, il buco nell'ozono provocato dall'effetto serra che sta riscaldando l'Artico e che peserà sulla sorte degli oceani, del cibo per gli animali e della nostra vita? E tutti i veleni che facciamo respirare alle piante e alla terra e a noi stessi? Quando vedo nelle

campagne e nei frutteti i miei simili spargere diserbanti e antiparassitari penso ad Attila, che in confronto a loro era un lord inglese.

«La verde forza vitale genera le gemme e dalle gemme il frutto. Anche dal legno secco germogliano di nuovo le gemme grazie alla forza verde. Tutte le creature hanno qualcosa di visibile e qualcosa di invisibile in loro. Ciò che vediamo è solo una debole ombra; molto più potente e vitale è ciò che non si può vedere».

Così scrive la celebre badessa Hildegarda di Bingen nel 1200. Le piante, gli animali, il lavoro dell'uomo nutrivano l'anima e il corpo in un disegno coerente che ci dava la forza di comporre canti, musiche, di creare arte, monumenti, poesia. Il cibo pessimo di cui ci nutriamo, il rumore, la visione continua di brutture, l'inquinamento di tutto, le regole infrante e la tradizione cancellata hanno rotto l'incanto della vita. Rompere questi delicati e straordinari equilibri è un crimine che Guido Ceronetti (celebre scrittore italiano) vorrebbe aggiungere, in positivo, al Discorso della Montagna: «Beati quelli che hanno le mani pulite da crimini ecologici».

Mangiare non è soltanto piantare, raccogliere, trasformare e cuocere il cibo. Mangiare è dono, spiritualità, amicizia, fraternità, bellezza, calore, colore, sapienza, semplicità, compagnia. Diventa invece una tortura quando ne affidiamo alla tecnologia industriale la preparazione, quando riempiamo i cibi di conservanti, coloranti, aromi di sintesi. Quando dedichiamo a un pasto non più di 7-8 minuti. Capisco i ritmi odierni, ma allora bisogna scegliere un cibo semplice e leggero, seppure nutriente.

Tratto da "MACCHERONI ACQUA E FARINA"  
di Gino Girolomoni Ed. Jaca Book- Milano

## GINO GIROLOMONI

TO PROTECT OUR GENETIC HERITAGE. People in their fifties, who were born before the 1960s, received a great gift from their parents, besides life itself of course: namely a genetic heritage which is healthy, natural and intact. Because outside the urban centres and the great industrial complexes and oil refineries, the air had not yet become infected, and the water and food were not yet contaminated with the products of our "civilization", whose unwelcome infiltrations have begun to mutate our genetic heritage, abetted by the indiscriminate use of synthetic drugs and toxic paints, with which we have covered the walls of our houses and our furniture.

ORGANIC FOOD. Being an organic farmer (of which there are only 100,000 in Italy) means not practising single-crop farming, and avoiding the use of chemical herbicides, pesticides and fertilizers. It means looking after the livestock's wellbeing, giving it a healthy diet and freedom to roam, and using homeopathic medicine to treat disease. Organic farmers have never been tainted with the stigma of turning battery chicks into hens in a mere 35 days, as opposed to five months as nature intended.

What might be the result of such a diet, which has now been around for a couple of generations? How about allergies, intolerances, infertility, an impairment of our immune defences and genetic mutations with consequences over 3-4 generations which cannot be predicted. Organic farmers are committed to doing their job with skill, to produce quality not just quantity.

SUPPORT FROM THE ORGANIC CONSUMER. Consumers of organic foods are citizens who understand all this, who are concerned for their families, especially the kids, and who choose organic products in their regular shopping, even though they cost more. They cost more because with only 2-3% of the market, as in Italy, Germany and Austria, they have not yet reached the volumes which would reduce costs through economies of scale. Organ-

ic consumers are citizens with a strong sense of what is right. They generally use holistic medical treatments (homeopathic and herbal remedies), they support renewable energy and choose fair trade products – as per the "Haiti Coffee" project promoted by my co-operative together with Pascucci to "pay a debt of justice", which helps several hundred families carry on growing coffee, as we pay them a fair price.

ORGANIC IS THE ONLY WAY TO OPPOSE GMOs. Organic farmers and consumers, perhaps precisely because of their healthy diet, have retained their ability to discern what is good from what is not. Indeed, they are profoundly opposed to the farming and unchecked distribution of GMO foods. The pied piper of the Brothers Grimm has not convinced them at all, and they do not believe in the fairy story that such things help in fighting world hunger. On the contrary, they see them as yet another blight on planet Earth's genetic heritage, and a tyrannical means for ensuring control over and ownership of our food.

Plants, grasses, flowers and trees protect us from the consequences of our own foolishness, which has deprived Earth's body of its own skin – what else could we mean but the hole in the ozone layer, caused by the greenhouse effect which is warming up the Arctic and will have dire consequences for the oceans, food for the animals and our own lives? And what about all the poisons which we are forcing the plants and the earth – and ourselves – to inhale? When I see my colleagues spraying herbicides and pesticides in their fields and orchards, I think of Attila, who was like a mild English gentleman in comparison to them.

*"The green life force generates the buds, and from the buds the fruit. Even the dry wood brings forth the buds again, thanks to the power of the sap. All creatures have something visible and something invisible in them. What we see is only a pale shadow; it is what we cannot see that is so much more powerful and vital".*

Thus wrote the celebrated abbess Hildegard de Bingen in 1200. Plants, animals and the work of man nourished body and soul in a cohesive design which gave us the vigour to compose music and song, to create art, monuments and poetry. The dire food that we now eat, the eyesores and noise that we are continually subject to, the pollution of everything, standards and traditions thrown to the wind: all this has broken the spell of life. Disturbing these extraordinary, delicate balances is a crime that the celebrated Italian writer Guido Ceronetti would add to the Sermon on the Mount, turning it around into the positive sense: *"Blessed are they who have no eco-crimes on their consciences"*.

Eating is not just about planting, harvesting, processing and cooking the food. Eating is a gift, it is spirituality, friendship, brotherhood, beauty, colour, warmth, wisdom, simplicity and company. Yet it becomes a nightmare when we prepare it using industrial technology, when we stuff the food with artificial preservatives, colours and flavours. Or when we allow no more than 7 or 8 minutes for a meal. I understand that modern life has its own pace, but then we need to choose food which is simple and light, yet still nutritious.

From "MACCHERONI, ACQUA E FARINA", "Macaroni, flour and water"  
by Gino Girolomoni, published by Jaca Book (Milan)



Quello che le mani sanno  
è fatto di silenzio.

Una sapienza di millenni  
che plasma  
che sfiora  
che accarezza.

Quello che le mani sanno  
agisce, cambia le cose  
non puro pensiero,  
non razionale memoria.  
Sapienza atavica  
che percorre sentieri già segnati

Istinto  
Materia  
Sensibilità

Mani sporche  
Mani inquiete  
Mani gloriose

# HANDS

What hands know  
is made of silence.  
A wisdom of millennia  
that moulds  
lightly touches  
and caresses.

What hands know  
is active, it changes things  
not pure thought,  
not rational memory.  
An atavistic wisdom  
wandering already-marked paths

Instinct  
Substance  
Sensibility

Dirty hands  
Uneasy hands  
Glorious hands



Ciò che siamo è frutto delle mani, veicolo prepotente di relazione, universo conosciuto e inconsapevole, sapienza antica come l'uomo, più dell'uomo. Sapere delle mani, saggezza semplice, della semplicità complessa delle cose che col tempo si sono raffinate, rarefatte, per raggiungere quella "semplicità" che è il frutto di un lavoro millenario.

We are made by hands, that overbearing vehicle of relationship, a known and unknowing universe, a wisdom as old as man, yet more than man. The knowledge of hands, that simple wisdom, of that complex simplicity of things refined and rarefied with time, to reach that "simplicity" that has been thousands of years in the making.



# PASCUCCI BIO



**TE VERDE . green tea .** πράσινο τσάι . تنأ تررضخ .  
**TE ALLA PESCA . peach tea .** τσάι με ροδάκινα . كأمس حّنجت تنأ .  
**TE AL LIMONE . lemon tea .** τσάι με λεμόνι . نوميللا كإلأ تنأ .

**BIBITA BIOLOGICA**



# LA LUCE DELLA NATURA SULLA TELA

THE LIGHT OF NATURE IN A PAINTING

QUANDO UNA FOGLIA CADE FA UN RUMORE ASSORDANTE  
WHEN A LEAF FALLS MAKES A DEAFENING NOISE

*"Imprigionare, liberandola, la luce della natura in una tela".*

Luciano Baldacci ha questa ambizione della sua pittura, fatta di paesaggi, di alberi, di ritratti, di figure. Di foglie, perché come ha scritto Tonino Guerra, poeta, sceneggiatore caro al regista Federico Fellini, quando una foglia cade fa un rumore assordante: rappresenta una vita che muore. Cinquant'anni, sposato, Baldacci è figlio del suo territorio e della sua sensibilità. E l'ambiente del suo territorio viene proposto nelle tele, come un linguaggio universale che ha già parlato al mondo per bocca di Raffaello nel 1500. Baldacci ha un bel percorso di studi; ha frequentato la Scuola del libro di Urbino (rinomata in tutto il mondo) e si è diplomato maestro d'arte nell'incisione e in acquaforte.

*"Credo di rientrare - racconta - nel figurativo poetico e non c'è nulla che possa colpire l'anima più della natura. Mi piace raccontarla, la natura, per avvicinarci l'uomo, affinché possa ritornare ad osservarla senza tanti proclami. Bene inteso, non è mia intenzione portare per mano chi guarda la mia pittura, ma soltanto incuriosirlo per proporgli nella mente un punto da cui partire. Insomma, nei viaggi non c'è bisogno né di spingere, né di teorizzare; un po' come fanno gli insegnanti con gli allievi".*

*"Nei ritratti - continua il pittore - si cerca di intrecciare la somiglianza con la profondità psicologica. Forse per la mia formazione, amo i colori e do molta importanza alla tecnica. Chi ha una buona mano riesce poi a trasmettere molti sensi e a semplificare le complicazioni. La pittura è dentro ognuno di noi; fin dai tempi più lontani, l'uomo ha sempre cercato di rappresentare e rappresentarsi. La trovo un'esigenza forte di comunicare e rappresentare: è sfogo, è gratificazione, è narrazione. La pittura è la prosecuzione del respiro, di una bella chiacchierata. Anche i profani di fronte al bello si soffermano al di là delle varie teorie e dei vari interessi".* Prima di approdare alla natura, Baldacci ha fatto esperienze artistiche estere, utilizzato materiali diversi, tecniche particolari. Poi è tornato a questa classicità senza proclami, dove la foglia è una parte fondamentale del futuro dell'uomo.

*"To capture the light of nature in a painting by setting it free."*

Luciano Baldacci has this ambition in his art, which is made of landscapes, trees, portraits and figures. And leaves, because as Tonino Guerra wrote, the poet and screenwriter close to the heart of director Federico Fellini, when a leaf falls it makes a deafening noise, as it represents the end of a life. Baldacci, fifty and married, is a product of his homeland and its sensitivity. And this environment becomes a universal language in his paintings, one that has already spoken to the world through the mouth of Raphael in 1500. Baldacci has a fine educational pedigree, having attended the world-renowned School of the Book at Urbino and graduated a master of the arts of engraving and etching.

*"I think I come under the figurative poetic arts," he says, "and there is nothing that can affect more the soul than nature. I like depicting nature, to draw man closer to it, so that we can return to observing it without a lot of fuss. Of course it is not my intention to lead those who look at my painting by the hand, but rather to whet their curiosity by offering them a mental starting point. In other words, on a journey we don't need to push or theorize, a bit like teachers with students."*

*"In the portraits," the artist continues, "I try to interweave psychological insight with the basic likeness. Maybe it's my training, but I love the colours and I put a lot of emphasis on technique. If you have a good hand, you can convey a richness of meaning whilst simplifying the complications. Painting is a part of all of us; since the beginning of civilization, man has always sought to represent, and to represent himself. I find the need to communicate and represent compelling: it is release, it is gratification, it is storytelling. Painting is the continuation of the breath, of a good chat. Even those uninitiated to beauty look beyond the different theories and the various interests."*

Before turning to nature, Baldacci had gained artistic experience abroad, using different materials and particular techniques. Then, without fanfare, he returned to the classic, where the leaf is an essential part of the future of humankind.



**LUCIANO BALDACCIO.** *Paesaggio, natura, erba, foglie, dettagli del respiro del mondo. Dall'universale al particolare Baldacci ci accompagna in un mondo che fa parte dell'immaginazione creatrice che riposa in ogni anima e che si risveglia, riconoscendosi, nel bello che in Baldacci si concretizza in una universalità di linguaggio che parla ad ogni uomo e che, insieme, precipita nel silenzio.*

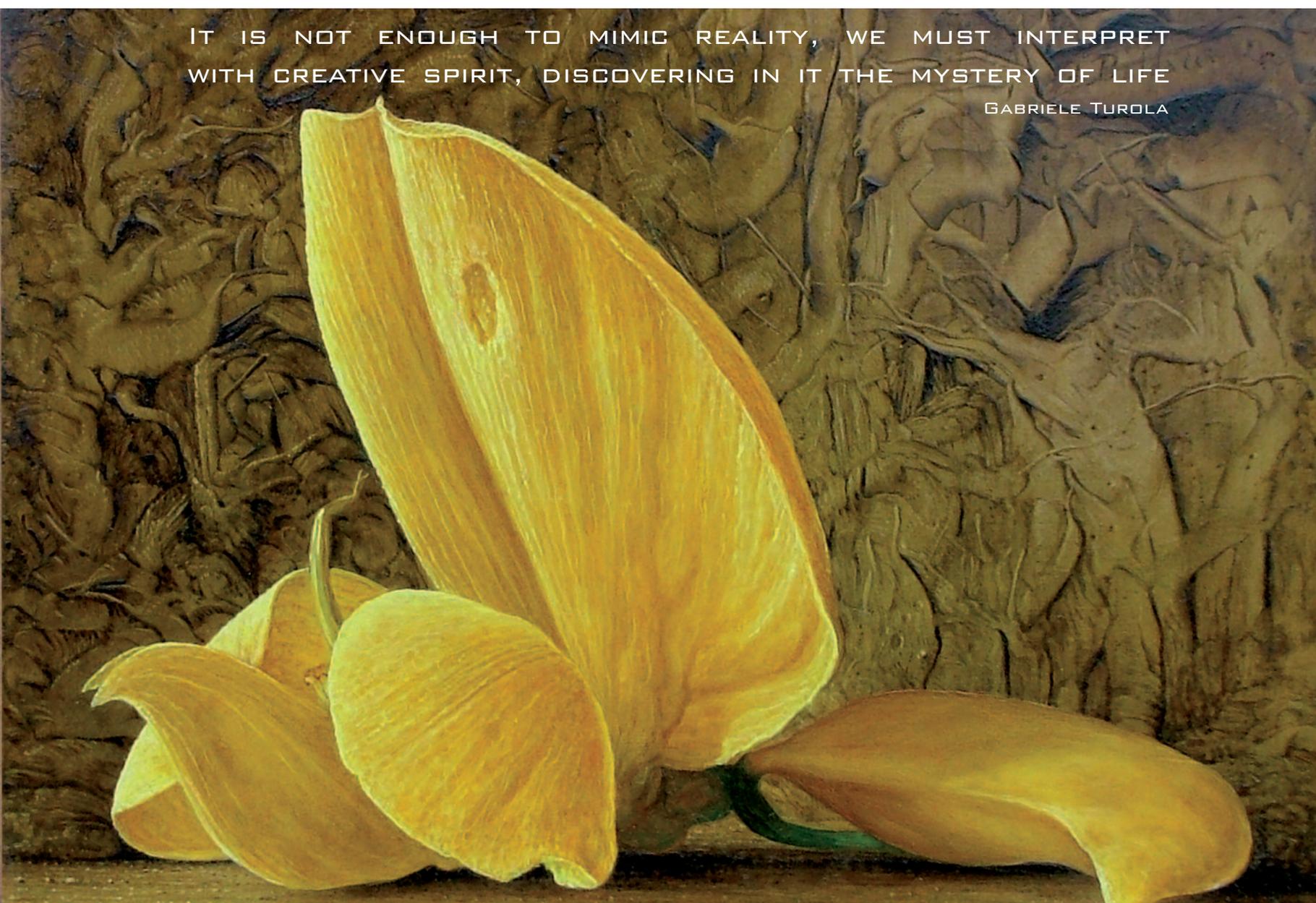
*Il silenzio di una foglia che cade.*

**LUCIANO BALDACCIO.** *Landscape, nature, grass, leaves, details of the breath of the world. From universality to detail Baldacci brings us in a world that is part creative imagination that lies in every soul and that awakens, recognizing the good that Baldacci translates into a universal language that speaks to every man and that, together, falls into silence.*

*The silence of a falling leaf.*



NON BASTA IMITARE LA REALTA' OCCORRE INTERPRETARLA  
CON SPIRITO CREATIVO, SCOPRIRE IN ESSA IL MISTERO DELLA VITA



IT IS NOT ENOUGH TO MIMIC REALITY, WE MUST INTERPRET  
WITH CREATIVE SPIRIT, DISCOVERING IN IT THE MYSTERY OF LIFE

GABRIELE TUROLA

I LUOGHI > URBINO, CUORE DEL MONTEFELTRO

# MONTEFELTRO

BELLEZZA CON ANIMA

MONTEFELTRO: BEAUTY WITH SPIRIT



*"Ci sono dei paesi di cui non si può mai dire che si è finito di conoscerne l'anima".*

Così ha scritto Carlo Bo del Montefeltro. Intellettuale veloce e sbrigativo in pubblico, per paura di disturbare, profondo, frugale non meno che elegante quando scriveva, per decenni è stato il Magnifico Rettore dell'Università di Urbino: una città che potrebbe essere il cosmo in micro. Ed Urbino è la capitale del Montefeltro: uno dei luoghi più belli e segreti d'Italia. Dove la cultura, la natura, i paesaggi sono rappresentati nel suo massimo. Ed il viaggio nell'anima del Montefeltro, questo lembo di terra incastonata tra tre regioni, Marche, Romagna e Toscana, non può che partire da qui.

Di certo la signoria dei da Montefeltro, raffinati principi di Urbino, affonda le radici in queste montagne aspre, generose, enigmatiche. Da questo paesaggio ha avuto origine il sogno visionario di un duca che ha reso vivo, plasmato e modellato quello che la sua mente aveva immaginato come luogo ideale di vita.



*"L'uomo si è inserito molto bene in quell'aria privilegiata, dentro il riposato groviglio di quelle colline dolci e inimitabili e non si è imposto, non ha esagerato, non ha prevaricato".*

Carlo Bo: *"...vi basterà trovarvi sul declinare della sera di fianco al palazzo ducale, scendendo dall'Università, per sentirvi avvolti e soggiogati da un'aria intatta, ferma, quale solo la grande poesia è in grado di comunicarvi. Ma qui è qualcosa di più di una grazia della natura, è il miracolo di muoversi in un mondo di grandi e incalcolabili assoluzioni. Chi attraversa questi momenti privilegiati ha la sensazione di essere salvo, di non essere più raggiungibile dal male, dalla pena, dal tormento. Un po' come se si vivesse nello stupore un tempo del giudizio universale".*

E questo vento che ti entra nell'anima è la grazia dalla natura esaltata dalla mente dell'uomo: le due colline che rappresentano la culla dove è stata adagiata la città con le strade, i vicoli, le piazzette, le chiese, i palazzi.

E' piccola ma a camminarla sembra infinita: uno squarcio apre un mistero e dischiude le porte dell'anima. L'uomo ci ha lasciato tra il meglio della sua intelligenza e dei suoi sogni, realizzandoli: il Laurana con il Palazzo Ducale, Raffaello che vi è nato e qui si è formato, De Carlo con l'Università. E' forse il cuore delle Marche ed uno dei grandi cuori del mondo.

Lo squarcio di luce che Urbino porta agli uomini è la dissimulata intelligenza del Palazzo Ducale, una città nella città come qualcuno ha avanzato. Ed in questo palazzo-città si trova la Pinacoteca delle Marche: con preziosi dipinti, lo studio intarsiato di Federico da Montefeltro ed il celebre dipinto della "Città ideale". Urbino è anche la cattedrale, la chiesa di San Francesco (dove qualche studente va ad accendere un cero prima dell'esame), la fortezza Albornoz, la casa natale di Raffaello, l'orto botanico, il presepe Brandani.

E' la città dell'uomo *"... e mi sovvien l'eterno ... e il naufragar m'è dolce in questo mare"*.



*"There are places whose spirit you can never say you've finished discovering."*

Thus wrote Carlo Bo of the Montefeltro. Intellectual, swift and succinct in public, for fear of being a bore, deep, frugal and no less elegant when he wrote, he was for several decades the Rector of the University of Urbino, a city that could be the cosmos in miniature. Urbino is also the capital of the Montefeltro area, one of the most beautiful and secret parts of Italy, where culture, nature and landscape find their fullest expression.

And from where else could a journey through the spirit of the Montefeltro, this strip of land wedged between the three regions of the Marche, Emilia Romagna and Tuscany begin but here. Certainly the dominion of the da Montefeltro, the sophisticated princes of Urbino, is rooted in these rugged, generous, enigmatic mountains. From this landscape arose the visionary dream of a duke who brought to life, shaped and moulded his dream of an ideal place to live in.

*"Man settled into that privileged atmosphere very well, within the comfortable tangle of those unique and gentle hills, yet he did not impose himself, did not take liberties and did not abuse his position."*

Carlo Bo: *"... it will suffice to walk down from the University, alongside the ducal palace, at the waning of the evening, to feel enveloped and taken over by a still, whole air,, such as only great poetry can convey. But here it is more than a blessing of nature, it is the miracle of*

**TODAY URBINO PROVIDES THE IDEAL SETTING FOR A UNIVERSITY. THE OLD HISTORIC CENTER HOUSES MOST OF THE UNIVERSITY'S FACULTIES FORMING A STUDENT-FRIENDLY CAMPUS WHERE EVERYTHING IS STILL WITHIN EASY WALKING DISTANCE, AND LOCALS, STUDENTS AND PROFESSORS MIX CASUALLY IN THE SQUARES, NARROW STREETS AND CAFÉS**

*moving amidst a world of great and incalculable absolusions. Those who can experience these precious moments has the feeling of being saved, of being out of the reach of evil, suffering and sorrow, a little like living through the wonder of the Last Judgement. "*

This breeze which penetrates your soul is the grace of nature enhanced by the human mind: the two hills representing the cradle

where the city was placed, with its streets, alleys, squares, churches and palaces. Although it is a small city, when you walk through it seems endless: a glimpse opens up a mystery and with it the doors of the soul. Man has left us some of the best that his intelligence and dreams could create, such as Laurana and his Palazzo Ducale, Raphael who was born and studied here, and De Carlo and the University. It is perhaps the heart of the Marche, and one of the big "hearts" at world level.

The shaft of light that Urbino brings to humankind is the hidden intelligence of the Ducal Palace, a city within a city, as somebody has said. This palace-city houses the Art Gallery of the Marche region, including many valuable paintings, the compact marquetry-enriched study of Federico da Montefeltro and the famous painting of the "ideal city".

Urbino also boasts a cathedral, the church of San Francesco (where some students go to light a candle before the examinations), the Alborno fortress, Raphael's birthplace, the botanical garden and the Brandani crib.

Urbino is the city of man *"...it fills my mind with the eternal ... how sweet it is to be shipwrecked in such a sea".*





OGGI URBINO È IL LUOGO IDEALE PER UNA UNIVERSITÀ. NEL VECCHIO CENTRO STORICO SI TROVA LA MAGGIOR PARTE DELLE FACOLTÀ CHE DANNO VITA AD UN CAMPUS DOVE OGNI DISTANZA È BREVE, E PERSONE DEL LUOGO, STUDENTI E PROFESSORI SI MESCOLOANO CASUALMENTE NELLE PIAZZE, NEI VICOLI E NEI CAFFÈ



# ELOGIO DELLA LENTEZZA

AN ODE TO SLOWNESS

Ci sono cose che possono essere viste solo se si va piano. Se lo sguardo è lento.

Uno sguardo che indugia, solo così possiamo catturare quegli istanti, piccoli, impossibili, che costituiscono l'atmosfera, l'anima di un ambiente.

Far riposare in noi le immagini, nella paziente ricerca della zona di confine, del margine adeguato a far scivolare il noto nell'ignoto, la vita nel pensiero, scegliendo di essere, sempre.

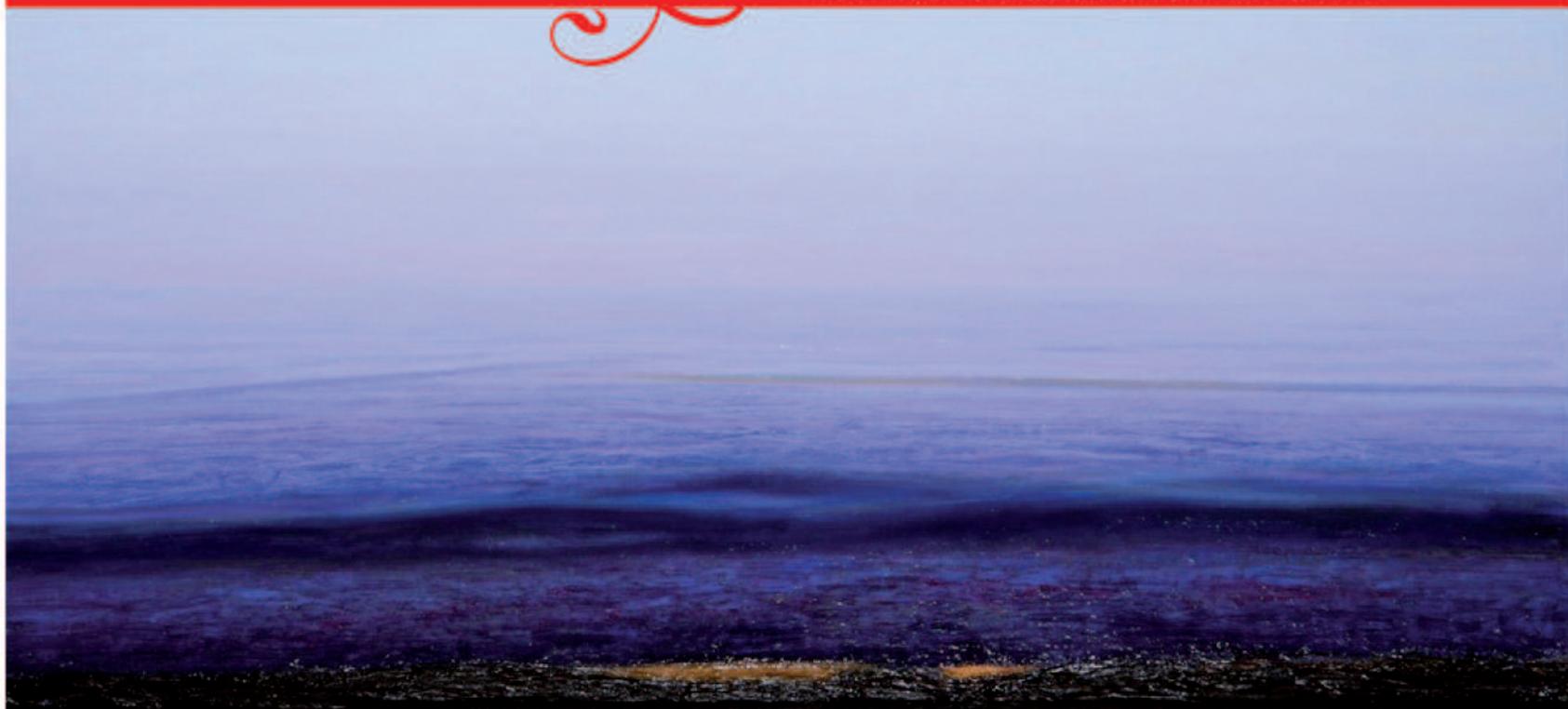
There are things that can only be seen when we go at a leisurely pace and take a long slow look.

Only with a look that lingers can we capture those small, fleeting moments that make up the atmosphere and soul of a place.

To help us savour what we see, in the patient search of the border area, of the divide where the known can slip into the unknown one, life into thought, always choosing: to be.

# SISMONDI 2009

MOTI D'ARTE E POESIA CONTEMPORANEE



# Contemplazioni

a cura di Alberto Agazzani

*Bellezza e tradizione  
del Nuovo  
nella pittura italiana  
contemporanea*

*Beauty and tradition  
of the New  
in the contemporary  
italian Painting*

Con il contributo di

Castel Sismondo  
Palazzo del Podestà

Rimini  
5 agosto  
6 settembre



[www.sismondi.eu](http://www.sismondi.eu)

**Con il Patrocinio di**  
Parlamento Europeo  
Ministero per i Beni e le Attività Culturali  
Senato della Repubblica Italiana  
Regione Emilia Romagna  
Assemblea Legislativa Emilia Romagna  
Provincia di Rimini  
Comune di Rimini

**In collaborazione con**  
Fondazione Carim  
Alfad

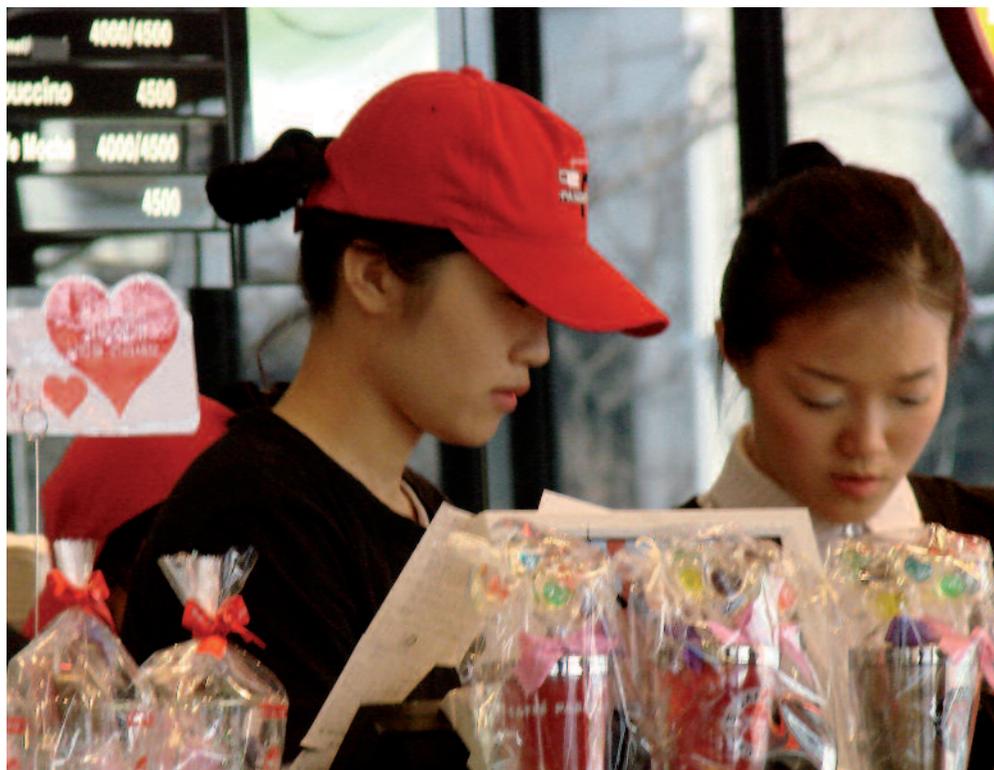
**Con il contributo di**  
Banca Carim  
Christian Maretti Editore  
Apt  
Autotrasporti Pappalardo Giuseppe  
Centro Stampa Digital Print

**Orari:**  
**dalle 18.00 alle 24.00**  
ultimo ingresso ore 23,00  
**Ingresso gratuito**  
**Free entrance**  
Per visite guidate alla mostra  
Exhibition's guided tour  
Infoline: 338.3280324

**Ideazione e realizzazione**  
Associazione Culturale Città d'Arte  
Via Gambalunga 46 - 47900 Rimini  
Tel. 339.3237273 - 329.406860  
[www.sismondi.eu](http://www.sismondi.eu)

# CAFFÈ PASCUCCI SHOP

# CAFFÈ . ARTE . DESIGN



**CAFFÈ PASCUCCI SHOP: CIBO PER LA MENTE.  
E' IL LUOGO DELLE RELAZIONI VERE CHE VOGLIONO  
COINVOLGERE TUTTI I SENSI ATTORNO AD UN NUOVO  
MODO DI CONSUMARE IL CAFFÈ.**

## **I CINQUE SENSI PASCUCCI**

**VISTA (SINTONIA).** Un ambiente dal design avvolgente, confezioni accattivanti, merchandising e look del personale curato. Il cliente è un tutt'uno con il locale, come se fosse in mezzo ad uno spazio della natura: giardino, bosco, mare, montagna. E lo personalizza, lo spazio, come più gli piace: con la sua armonia, la sua qualità della vita, le sue relazioni.

**OLFATTO (AROMI).** Un caleidoscopio di emozioni, grazie al profumo del caffè appena macinato e la pasticceria sfornata di fresco. Il senso ancestrale, che richiama alla memoria le emozioni più profonde.

**GUSTO (SPECIALITY).** Espresso da tradizione e le innovative specialità sono il punto di forza per deliziare l'avventore. Con il caffè sempre in primo piano e le sue creative declinazioni.

**TATTO (PRODOTTI).** In un ambiente libero, il cliente tocca la macchina per il caffè che desidera acquistare, visiona in diretta la tazza di pregiata porcellana italiana con l'anima del Rinascimento, legge le informazioni sul barattolo di caffè soddisfacendo anche questo senso...

**UDITO (LIQUID NETWORK).** Un sistema fluido di gestione della musica, con una comunicazione misurata e mirata, sempre concatenata ai ritmi degli altri sensi.

Caffè Pascucci Shop rappresenta l'eccellenza della tradizione dell'espresso all'italiana, rivisitato con altre ottime specialità della pasticceria italiana: creme, dolci della tradizione, fatti con i profumi e le essenze del Mediterraneo.

E sempre con l'alta qualità e la raffinata ricerca delle materie prime, il gusto della sperimentazione coniugato a competenza e professionalità per offrire al cliente ricette uniche, in grado di esaltare la ricchezza dei profumi e la sensibilità dei sapori. Senza dimenticare i colori.

Il primo Caffè Pascucci Shop è nato a Rimini nel 2000. A questo sono seguiti negli ultimi anni circa 90 locali in Italia e all'estero, tra gli ultimi quello di Tallin in Estonia e Bangalore in India ai quali si aggiungeranno tra breve nuovi CPS a Mosca, a Zagabria, a Doha in Qatar, a Beirut e ancora a Bangalore.



CAFFÈ PASCUCCI SHOP



## CIBO PER LA MENTE

CAFFE PASCUCCI SHOP IS FOOD FOR THOUGHT

Li accomuna la stessa calda atmosfera, il design moderno ed accogliente, le dominanti cromatiche, rosse, nere, bianche e dorate, la pulizia delle linee che sanno accogliere il capriccio barocco. Dalle ampie vetrate entra la luce del paese che li accoglie, che dona ad ognuno la sua particolarità.

SIGHT (TUNING IN). An environment that envelops with its design, captivating products, well groomed personnel and careful merchandising: the client becomes one with the locale, as if she was in the middle of a natural space, a garden, the woods, a beach --and she can personalize this space as she likes, with her own harmony, life style and relationships.

SMELL (AROMAS). A kaleidoscope of sensations, thanks to the coffee that has just been ground and the pastries just out of the oven. Smell, the ancestral sense, calls our deepest feelings back to memory.

TASTE (SPECIALTIES). The traditional espresso and the innovative specialties are a strong asset for attracting and delighting the customers, with coffee and its creative variations always out in front.

TOUCH (PRODUCTS). In an open environment, clients can touch the coffee machine they want to buy, see cups of prized Italian china with Renaissance design, read the information on the coffee canister and use this sense as well.

HEARING (LIQUID NETWORK). A fluid system of music management, measured and targeted, always relates to the other senses.

Caffé Pascucci Shop stands for the excellence of the Italian tradition of espresso coffee, augmented by other exquisite creations of Italian pastry art, creams and traditional desserts rich with Mediterranean flavors and aromas. Insisting on high quality and drawing on a sophisticated search for the best raw materials, our experiments combine competence and professionalism to produce unique recipes --they enhance scents and flavors, without forgetting color.

The first Caffé Pascucci Shop was born in Rimini in 2000. Some 90 other locals in Italy and abroad have followed; the latest are in Tallin (Estonia) and Bangalore (India) and new shops will follow soon in Moscow, Zagreb, Doha, Beirut and others in Bangalore. They share the same warm atmosphere, the slick but welcoming modern design, the dominant colors of red, black, white and gold, the clean neat lines that can nonetheless adapt to baroque whim. In each of these countries, the light pours in through the vast windows and gives each shop its character.



BANANA ROCK

ESPRESSO GOLD, LATTE, CREMA DI LATTE, GHIACCIO, CREMA BANANA

ESPRESSO GOLD, MILK, CREAM OF MILK, ICE BANANA SYRUP

# LE RICETTE PASCUCCI

# COLD SUMMER

Espresso e non solo. Una serie di varianti innovative ed eclettiche soddisfano la curiosità di chi è perennemente alla ricerca di nuovi stimoli. Ricette che hanno la forza di recuperare il rapporto con i consumatori più giovani e propensi alla sperimentazione. Le soluzioni dei Caffè Pascucci Shop come trait d'union tra la tradizione dell'espresso all'italiana e le novità dei nuovi gusti e stili di vita. Alta qualità nella materia prima, alta professionalità per offrire al cliente ricette uniche, riprodotte ogni volta con la stessa cura.

Not only Espresso. A range of innovative and eclectic products satisfies the curiosity of those who are always looking for new ideas. Our recipes have the appeal to recapture the relationship with the young consumers and those inclined to experimentation. The solutions offered by the Caffè Pascucci Shops are a link between the tradition of Italian espresso and the innovativeness of new tastes and styles of life. High quality in the raw materials, high professionalism in the offering of unique recipes to the customers, and high fidelity in reproducing the recipes just as they are shown.



**SORBETTO CAPPUCCINO**

Crema ghiacciata al caffè, latte light  
iced coffee cream, light milk



**FRASPUCCIO COCCO**

Espresso gold, latte, crema di latte, ghiaccio, sciroppo di cocco, sciroppo al cioccolato.

Gold espresso, milk, cream of milk, coconut syrup, chocolate syrup

# FRASPUCCI



## FRASPUCCIO PISTACCHIO

Espresso gold, latte, crema di latte, ghiaccio, crema pistacchio, granella di cioccolato.  
Gold espresso, milk, cream of milk, pistachio syrup, chocolate



## FRASPUCCIO MANGO

Espresso gold, latte, crema di latte, ghiaccio, crema mango.  
Gold espresso, milk, cream of milk, ice, mango syrup



## FRASPUCCIO MERINGATO

Espresso gold, latte, crema di latte, ghiaccio, crema confuso scura, meringhe, sciroppo di cioccolato.  
Gold espresso, milk, cream of milk, ice, dark confuso cream, meringue, chocolate syrup

# MARCO



# SIMONCELLI

## L'ALLEGRIA IN MOTO

MARCO SIMONCELLI, HAPPYNESS



Marco Simoncelli inizia a correre a 7 anni nelle piste romagnole. A 9 anni partecipa al Campionato Italiano Minimoto, dove vince due titoli consecutivi nel 1999 e nel 2000 confermando il suo talento e facendo sognare il padre Paolo, che dedicherà le sue energie nel seguire le qualità e la passione del figlio.

Dopo una prima stagione promettente nell'Honda Trophy 125, Simoncelli si proclama campione europeo 125 nel 2002, e nello stesso anno debutta nel Campionato del Mondo 125 come wildcard, conquistando la 13ª posizione ad Estoril.

Nel 2003 partecipa al suo primo campionato integrale con il Matteoni Racing Team (Massimo Matteoni patron del team e talent scout), andando a punti in sei gare. La stagione successiva è abbastanza contrastante nei risultati: vince a Jerez grazie alle sue abilità sul bagnato, ma le cadute e gli infortuni lo manterranno ai margini della top ten in classifica generale.

Dopo un'annata con la scuderia Nocable.it Race, con cui chiude al 5º posto finale, nel 2006 passa di categoria con la Squadra Corse Metis Gilera, sua attuale scuderia, con cui chiude al 10º posto in generale.

Marco Simoncelli ha un ottimo rapporto di amicizia con Valentino Rossi e proprio questo gli consente di confrontarsi con lui negli sterzati della ormai famosa "Cava di Pesaro". Da questi accostamenti Marco apprende come migliorare in pista e come la forza psicologica è determinante per ottenere la vittoria.

Nel 2008 per Simoncelli arrivano le prime vittorie, inaugurate proprio sul circuito di casa del Mugello. Dopo l'inizio decisamente confortante del pilota italiano, Gilera decide di fornirgli la RSA per la seconda parte della stagione. L'italiano trova la quinta vittoria stagionale a Phillip Island e conquista il titolo con un terzo posto in Malaysia, penultima prova del calendario.

In questo momento il pilota di Coriano corre nella quarto di litro per difendere il titolo, sempre in sella alla sua Metis Gilera che porta ancora il 58 sulla carena.

Dal 2010 Marco Simoncelli sarà in moto GP, con il team Gresini alla guida di una Honda. Viste le esperienze della "Cava di Pesaro" sarà in grado di contrastare il grande Vale? Cervello e cuore dimostrano di sì, se Honda e Gresini saranno concentrati su di lui saremo incollati al televisore a provare emozioni uniche.

One profligate on two wheels, Marco Simoncelli became the most prolific rider in the 250cc class in 2008, en route to the World Championship title in his breakthrough year. A top rider in the Italian Minimoto Championship from 1996 to 2000, Marco Simoncelli moved to 125cc bikes after taking two consecutive titles in the aforementioned discipline.

After a promising first season in the 125 Honda Trophy, Simoncelli took the European 125cc title in 2002 and had a first taste of Grand Prix racing the same year. In 2003 he undertook his first full season in the World Championship with the Matteoni Racing team. A consistent point-scorer in his rookie season, he moved to the Rauch Bravo team in 2004 and scored his first Grand Prix win at a rain-soaked Jerez, but could only manage an 11th placed finish overall. Another 125cc campaign in 2005, with the Nocable.it Race team, was completed with an improvement in the final standings in fifth place, giving Simoncelli the opportunity to leap into the quarter-litre category in 2006. A steady season saw the Italian achieve tenth position in the championship representing Metis Gilera, with whom he continued in 2007 and 2008. Indeed in 2008 Simoncelli has taken his first race victories in the 250cc class, his maiden triumph coming at his home race in Mugello, and was involved in some breathtaking battles with his rivals over the course of the year. A reduction in his number of crashes led to him becoming a standout rider in the class, with Gilera also having provided their newest star with a top-of-the-range RSA machine for the final races of the season. The Italian secured his fifth win of the year at Phillip Island early in October and clinched the 250cc title with third place at Malaysia at the penultimate round of the year. Rumours suggested he could be ready for a subsequent move up to the MotoGP class but the Italian rider ultimately opted to defend his 250cc crown in 2009. Marco Simoncelli in 2010 will run in the GP, with the Gresini team to drive a Honda will be hard times for Valentino?



# STEFANO CANINI

## DJ FUORISTANDARD

STEFANO CANINI: NO ORDINARY DJ

GIUFFO DJ INTERPRETA ED ESPORTA LE SONORITÀ DELLA RIVIERA ROMAGNOLA, UNA HOUSE SEMPRE POSITIVA E SOLARE COME LUI > DJ GIUFFO INTERPRETS AND EXPORTS THE SOUNDS OF THE ROMAGNA RIVIERA, PLAYING HOUSE THAT'S AS POSITIVE AND SUNNY AS HE IS.



Soprannome: Ciuffo. Al secolo: Stefano Canini. Questo "ragazzo" di quarant'anni è un fuoriclasse tra i dj. Nella sua lunga carriera ha fatto divertire i giovani nelle discoteche più blasonate del Mediterraneo: "Byblo's", "Pascià", "Pineta" (Romagna), "Sottovento" (Sardegna), "Matis" (Bologna), "Old Fashion" (Milano). E ancora, in qualità di ospite: Grecia, Germania, le dolcezze di Ibiza e Formentera (Spagna). All'inizio è la passione per la musica. La sua speciale carriera inizia a 13-14 anni per caso, per far riposare l'orchestra nelle sale da ballo, mette qualche disco. I costumi cambiano, sparisce l'orchestra ed inizia l'era dei dj. La sua svolta arriva nell'89. Il "Byblo's", una delle discoteche più prestigiose d'Italia (una villa bianca sulle colline di Rimini, con ulivi centenari nel giardino) gli affida il divertimento dei clienti.

L'occasione non sfugge a Ciuffo. Inizia a girovagare per le disco più trendy d'Europa. A chi gli chiede che cosa vogliano i giovani, da profondo conoscitore, risponde: *"Divertirsi, non ci sono dubbi. La disco è il luogo di incontro, dove si vuole ascoltare, essere ascoltati e magari incontrare la ragazza giusta. Se il vento è l'energia che spinge la barca, più semplicemente la musica spinge i giovani"*.

E' sulla breccia da 25 anni, quanto è cambiato un giovane europeo? *"Indipendentemente dai generi musicali, dalle mode, in un quarto di secolo non è molto cambiato. Vuole vivere intensamente le passioni e la scoperta della vita. Si allontana dalla famiglia per cercare il sé e questo provoca conflitti. Va detto che la notte è bella, magica, misteriosa e sui giovani fa presa. A me ha dato tanto, e mi dà, che non posso non adorarla."*

*Rispetto ai ragazzi degli anni Ottanta, quelli di oggi sono un po' più esasperati, più frenetici, ma il mondo moderno non è più esasperato, più frenetico, più competitivo? Siamo in un meccanismo culturale e di costumi che ci propinano tali modelli. L'esagerazione del divertimento a tutti i costi lo si vede: quando basta un drink, qualcuno ne beve due. E' il segnale che si è dall'altra parte. Devo dire che lavoro in tipologie di locali dove c'è molta tranquillità. Insomma, alla fine, credo che la disco è come tanti altri posti; raccoglie i nostri momenti di vita come a scuola, o in spiaggia, o allo stadio. E' troppo facile incolpare la discoteca ed è stupido negare la presenza di droghe. In ogni caso i problemi vanno cercati altrove"*.

E chi è il bravo dj? *"Qui ho una sicurezza: colui che riesce a far divertire gli altri ed è ancora più gratificante se tutto questo avviene attraverso il proprio gusto musicale. E' come trasmettere conoscenze, cultura, saperi. Ci si trova di fronte di ad un'ampia platea e la si vuol coinvolgere. L'altra caratteristica, invece, è leggere i giovani ed adeguarsi a loro. Ci vuole soltanto molta esperienza per capire che cosa vogliono i ragazzi in quel luogo, in quel dato momento, in quel momento della notte"*.

Quanti dischi ha un dj? *"La mia discoteca conta più di 50.000 dischi, nella mia valigia di lavoro ne infilo circa 200. I complimenti che più mi fanno piacere è uno slogan secco: bella musica!"*.

Nickname: Ciuffo. In real life: Stephen Canini. This forty year-old "boy" is in a league of his own amongst DJs. In his long career he has entertained young people in the most high-profile discos in the Mediterranean: "Byblo's", "Pascià" and "Pineta" (in Romagna), "Sottovento" (in Sardinia), "Matis" (Bologna) and "Old Fashion" (Milan). And also, as a guest, in Greece, Germany, and the charms of Ibiza and Formentera (Spain). At the beginning it was his passion for music. His outstanding career started by chance at the age of 13 or 14, playing a few records in the dance halls to give the orchestra a break. As times and tastes changed, the orchestra disappeared and the DJ era began. His break came in 1989. "Byblo's", one of the most prestigious clubs in Italy (a white villa in the Rimini hills, with centuries-old olive trees in the garden) hired him to entertain the customers. Ciuffo seized the opportunity. He began to work the trendiest clubs in Europe. If people asked him what young people want, his expert reply was: *"to have fun, of course. The disco is where it's at, where you want to listen, be heard and maybe meet the right girl. If it's the wind that drives the boat, quite simply it's the music that drives the kids."*

He has continued to excel for 25 years, so how much have the European youth changed? *"Apart from the types of music and the fashions, not much has changed in a quarter of a century. They want to discover life and feel their passions with intensity. They move away from their families to find themselves, and this causes conflict. You have to say that the night is beautiful, magical and mysterious, and it takes young people up in its spell. It has given me so much, and keeps on giving, so I can't help but adore it. Compared to the eighties, the kids today are a bit more extreme, more frenetic, but doesn't that just reflect the more extreme, frenetic and competitive nature of the modern world? We are in a place where culture and behaviour tend to foist such models on us. You can see how entertainment is being taken to extremes at any price: when one drink would be fine, some will have two. It's a sign that we've crossed the line. I have to say that I do work in clubs where it is very chilled. So in the end, I think clubs are like a lot of other places; they gather moments of our life like at school, or on the beach or in the stadium. It's too easy to blame nightclubs and it would be stupid to say there are no drugs. In any case, the problems must be tracked down elsewhere."*

And what makes a good DJ? *"Here I can say for sure, it's someone who can entertain people, and it's even more gratifying if they can do this through their own musical taste. It is like spreading knowledge and culture. There is a wide audience and we want to engage it. The other thing, though, is being able to read the young people and adjust to them. It just takes a lot of experience to understand what the kids want there, at that given moment, at that point in the night."*

How many records has a DJ got? *"My disco has more than 50,000, I put about 200 of them in my bag for work. The compliment that gives me the most pleasure is just a couple of words: great music!"*

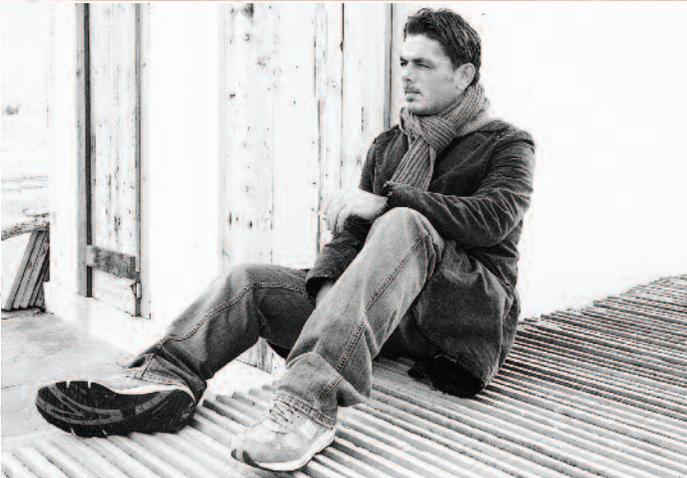
L'ULTIMA SPIAGGIA, IL MARE D'INVERNO.

L'ORIZZONTE E LA RISACCA, DOVE LE ONDE SI  
ROMPONO LENTE E RISONANTI.

THE LAST BEACH, THE WINTER SEA.

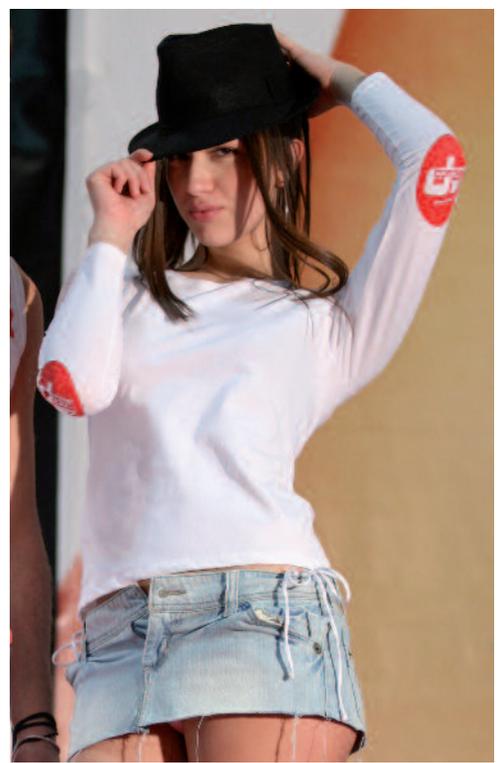
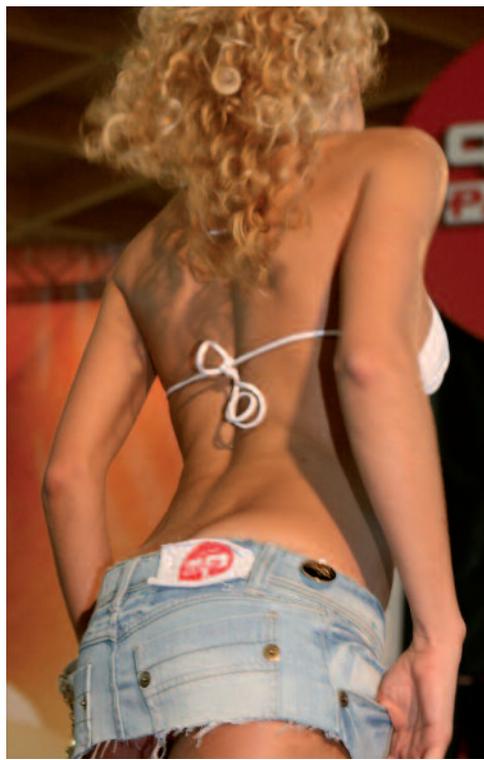
THE HORIZON AND THE SURF WHERE THE WAVES  
BREAK, SLOW AND RESONANT.

photo luca rossetti





# CAFFE PASCUCCI FASHION



# PASCUCCI ATHLETIC



## PASCUCCI ATHLETIC

1 Cappellino Pascucci  
2 Canotta cuore  
3 Ciondolo Pascucci  
4 Slip donna  
5 T-shirt

6 Maxi maglia  
7 Portapass  
8 Felpa cuore  
9 Black bag  
10 Shorts rossi

10



8



9



7



6



5



4



1



2



3





# LA FAMIGLIA



DINO PASCUCCI

E' il 1883 quando Antonio Pascucci, figlio di tessitori, decide di indirizzarsi al commercio diventando "industriante". In forte conflitto con il padre per la sua decisione scriverà, a lui dedicata, questa lettera:

*"Padre, spero di non portarle offesa o pena per questa mia decisione.*

*Operare in bottega tra tessuti, pur avendo recepito la sua coscienza, mi schiaccia. Provo il desiderio di visitare, di commerciare. Ogni giorno mentre intesso sogno di essere altrove.*

*Ho saputo che da oggi si potrà mercanteggiare più facilmente con i paesi d'oltre oceano. Inghilterra e Italia hanno sancito l'accordo di libera navigazione.*

*Credo che esistano molte nuove cose, non solo con i tessuti, seta e differenti pezze ma anche con spezie, tè e caffè.*

*La mia scelta è imbracciata. Mi perdoni. Domani passerò in bottega facendo assegnamento nella sua benedizione."*

Antonio

Dopo aver a lungo viaggiato Antonio Pascucci torna a Monte Cerignone. Nel 1888 riempie un magazzino di spezie, casse di tè, sacchi di caffè ed alimenti d'ogni stranezza. Antonio avvia il suo commercio nel Montefeltro.

Lascerà al figlio Mario una importante attività commerciale. Si acquistavano allora nelle campagne i prodotti agricoli (uova, formaggi, bestiame, ecc.) la cui destinazione erano i fiorenti mercati di Milano, Venezia, Bologna e Roma, da questi mercati si acquistavano, destinandoli alle botteghe alimentari del centro Italia, i prodotti coloniali (tè, caffè, conserve, pesce essiccato ecc.).

Nel 1935 Mario Pascucci, dedito alla prosecuzione del lavoro avviato dal padre, oltre al commercio all'ingrosso apre la prima bottega alimentare aperta al pubblico, gestita dalla moglie Domenica.

E' il dopoguerra (1946) quando Dino Pascucci, fratello di Mario, avvia il primo caffè a Monte Cerignone installando la primitiva macchina per infuso di caffè idrocompresso. Le sue specialità sono il caffè con la spuma (caffè espresso simile a quello di oggi con la crema), il caffè confuso (con uova zuccherate e sbattute) ed i sorbetti (acqua zuccherata e ghiacciata, mescolata a frutta, latte, caffè o creme, dopo essere stata tritata finemente). Pioniere nel diffondere l'informazione, anche la prima televisione del paese fu accesa nel suo bar.

In quegli anni era diffuso commerciare i caffè crudi, le sempre diverse qualità reperibili sui mercati che raggiungevano le dispense delle famiglie italiane venivano di volta in volta, dalle massaie, abbrustolite in degli appositi cilindri precursori delle attuali tostatrici. Preparare il caffè era un rito centellinato che poteva durare anche alcu-



**LA SEDE STORICA DELLA PASCUCCI.**

**QUESTA CASA DI PIETRA HA CUSTODITO PER OLTRE UN SECOLO AROMI  
E PROFUMI D'OLTREMARE**

# E LA STORIA

ne ore. Naturalmente la qualità delle tazze ottenute era media, per questo alla fine degli anni cinquanta Alberto Pascucci decide di industrializzare la torrefazione per facilitare il diffondersi del commercio di caffè, ed installa il primo vero e proprio impianto produttivo.

Nel 1963 avendo passione per il caffè espresso, e con il preciso obiettivo di accontentare suo zio Dino, barista molto esigente, Alberto acquista la tostatrice a fuoco indiretto, ne modula la fiamma, per ottenere un'omogenea tostatura destinata alla natura dell'espresso.

Alla fine degli anni 60 Alberto indirizza la Caffé Pascucci esclusivamente all'espresso, viene chiusa la distribuzione alimentare per concretizzare il pensiero di produrre caffè di qualità. Abile selezionatore di caffè crudi, Alberto inizia ad importare quei caffè che gli garantiscono maggiore aroma e dolcezza, all'inizio degli anni 70 nascono e si evolvono le sue miscele, che riscuotono un sempre crescente successo. Unendo ai caffè naturali i più pregiati e freschi arabica lavati Alberto è il precursore dell'aromaticità e delle sensazioni gentili.

Su queste fondamenta, trasmesse da Alberto ad ogni componente della Torrefazione, la Pascucci è oggi un'azienda innovativa, che investe continuamente per la ricerca del costante miglioramento della qualità del caffè (dall'origine alla torrefazione) e dei suoi sistemi di estrazione.

Oggi, oltre alla sede storica, esiste un moderno stabili-

mento produttivo, destinato all'ottenimento della migliore qualità possibile. La locazione, Monte Cerignone, aiuta con il proprio clima nello stabilizzare l'umidità dei caffè crudi importati e di fare sì, con una adeguata tecnologia, che vi sia un bassissimo contenuto di umidità nei grani torrefatti che causa la naturale ossidazione dei caffè.

Espresso-school (centro permanente di formazione per il barista), Caffé Pascucci Shop (catena di punti vendita Pascucci) e vari progetti sull'origine dei caffè crudi, affiancati all'attenzione nel mutamento dei costumi, sono gli strumenti per la creazione di nuove tendenze.

Nel 2006 Alberto Pascucci viene premiato dalla Camera di Commercio per aver condotto l'impresa familiare a traguardi d'eccellenza nella qualità.

In 1883, Antonio Pascucci, the son of weavers, decided to become a merchant. In stark conflict with his father for this decision, he wrote him this letter:

*"Father,*

*I hope I do not cause you sorrow or offense with my decision.*

**THE HISTORICAL CENTER OF THE PASCUCCI. THIS  
HOUSE OF STONE HAS GUARDED FOR OVER ONE  
CENTURY AROMAS AND PERFUMES OF OVERSEAS**



MARIO PASCUCCI



NEL 2006 ALBERTO PASCUCCI VIENE PREMIATO DALLA  
CAMERA DI COMMERCIO PER AVER CONDOTTO L'IMPRESA  
A TRAGUARDI D'ECCELLENZA NELLA QUALITÀ



*Working in the shop with cloth, even though you have given me your work ethic, is crushing me. I long to travel, and to be a trader. Every day while I weave, I dream of being elsewhere.*

*I have learned that as of today we shall be able to trade much more easily with countries overseas. England and Italy have ratified an agreement of free shipping. I think that many new things are happening, not just with fabrics, silk and other materials, but also with spices, tea and coffee. My choice is made. Forgive me.*

*Tomorrow I will come by the shop to receive your blessing."*

Antonio

After travelling for many years, Antonio Pascucci returned to Monte Cerignone. In 1888 he filled the warehouse with spices, boxes of teas, coffee and bags of all kinds of exotic foods. Antonio started to trade in the Montefeltro, leaving to his son Mario an important business.



Alberto Pascucci nel suo ufficio > Alberto Pascucci in his office

**IN 2006 ALBERTO PASCUCCI RECEIVED AN AWARD FROM THE CHAMBER OF COMMERCE OF PESARO FOR LEADING THE FAMILY COMPANY TO NEW STANDARDS OF EXCELLENCE IN QUALITY**

In the countryside, he purchased agricultural products (like eggs, cheese and livestock) destined for the flourishing markets of Milan, Venice, Bologna and Rome; in these cities, he bought colonial products (tea, coffee, canned foods, dried fish etc..) for the food shops of Central Italy.

In 1935, Mario Pascucci, carrying on with the work begun by his father, added to it by opening to the public the first Pascucci food shop, managed by his wife Domenica. In the post-war period (in 1946) Mario's brother Dino opened the first coffee shop of Monte Cerignone, in which he installed a primitive water-pressure machine for brewing coffee. He specialized in coffee with milk froth, (similar to today's espresso with cream), the coffee confuso (with sugar and beaten eggs) and sorbets (sweet and finely crushed water-ice, mixed with fruit, milk, coffee or cream). As a real pioneer in disseminating information, he included in his bar the first television in the village.

In those years it was common to buy and sell green coffees. The varied types and qualities available on the market made their way to the larder of Italian families, and housewives roasted them when needed in special cylinders that were the precursors of today's roasters. Brewing coffee was an age-old ritual that could last several hours; naturally, the quality obtained was only average. This is why, at the end of the fifties, Mario Pascucci's son, Alberto, to develop the coffee trade, decided to industrialize roasting and installed the first real production facility. In 1963, because he had a passion for espresso, and with the specific goal of pleasing his uncle Dino, a most demanding bartender, Alberto bought an indirect fire roaster and adjusted the flame to obtain the homogeneous roasting appropriate for the nature of espresso.

In the late 60s Alberto restricted his firm, Caffé Pascucci, to the manufacture of espresso coffee, and closed down the food distribution business to concentrate on the idea of producing quality coffee. As a skilled selector of green coffees, Alberto began to import the types that guaranteed the best flavour and sweetness; his blends appear on the market in the early 70s, and evolve with ever increasing success. Combining with natural coffees the best and freshest washed arabica beans, Alberto is the inventor of the Pascucci coffees' aroma and its gentle flavours.

On the foundations that Alberto transmitted to each member of the firm's roasting team, Pascucci Coffees has become an innovative firm, which invests continually in the search for constant improvement in the quality of coffee (from its origins the roasting) and in the systems for its extraction.

Today, beside the historical site, there is a modern production plant, designed to obtain the best possible quality.

With its mild climate, the location in Monte Cerignone helps to stabilize the moisture content of imported green coffee, while the appropriate technology ensures that the roasted beans contain the lowest possible levels of the moisture that causes coffee's natural oxidation.

The Espresso School (a centre of permanent training for bartenders), the Caffé Pascucci Shop (a chain of Pascucci stores), and a number of projects on the origins of raw green coffee, matched by our attention to the change in tastes, are our tools for creating new trends.

In 2006 Alberto Pascucci received an award from the Chamber of Commerce of Pesaro for leading the family company to new standards of excellence in quality.\*\*\*

# PASCUCCI



## PASCUCCI CASA

- 1 Caffettiera
- 2 Riserva Pascucci busta stand-up
- 3 Tour macchina cialde Spinel
- 4 Cialda Pascucci fibra naturale
- 5 Tazza barocco porcellana
- 6 Infusiera
- 7 Tazza porcellana nera
- 8 Caffè biologico 500 gr
- 9 Caffettiera acciaio laccato
- 10 Infusi
- 11 Teiera porcellana
- 12 Riserva Pascucci BT 2 Kg
- 13 Caffettiera acciaio laccato e porcellana

# CASA



11



12



13



10



9



6



7



8



5



4



1



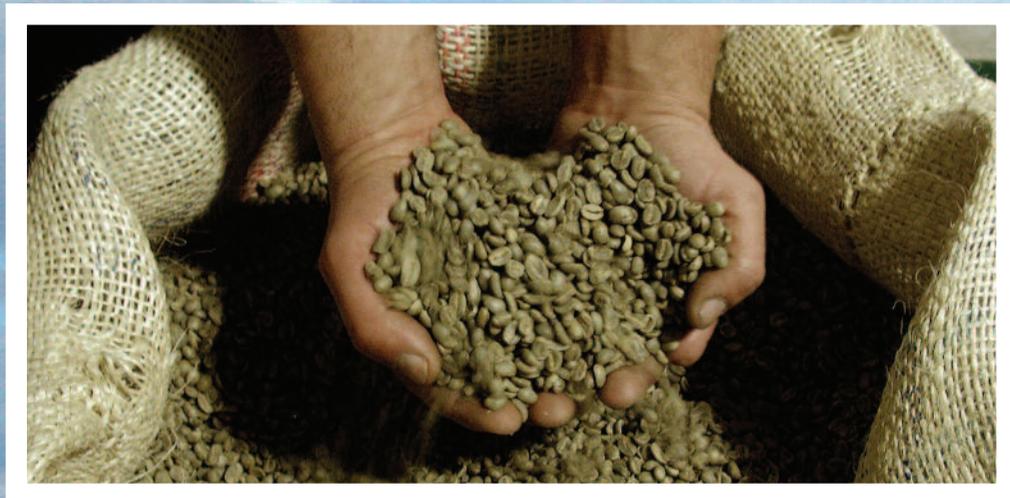
2



3

# LA CULLA DEI CAFFÈ' CRUDI

THE CRADLE OF GREEN COFFEE



LE COLLINE DOLCI  
DEL MONTEFELTRO  
SI PERDONO  
ALL'ORIZZONTE,  
LO SGUARDO RIPOSA,  
LA MENTE RESPIRA.

THE SWEET HILLS OF THE MONTEFELTRO LOSE HIM TO THE  
HORIZON, THE LOOK RESTS, THE MIND BREATHES.

Il caffè ha un'anima. Quello di Pascucci ha dentro di sé quella di Monte Cerignone, l'incontaminato borgo del Montefeltro dove da sempre si trova la torrefazione. Qui, in mezzo all'Appennino romagnolo-marchigiano (in una parola: marchignolo), tutto è perfetto per la delicatezza del chicco. Il paesaggio è dolce ed è fatto di colline ondulate che lentamente salgono dal mare; le colline sono rivestite da robinie, castagni, cerri, querce, piante nobili adatte per la proliferazione di tartufi e funghi. L'aria è secca, avvolgente, silenziosa, intatta; sente l'influenza del mare che sale attraverso la Vallata del Conca fino a Monte Cerignone. Sopra il borgo svetta la rupe del monte della Carpegna. Al resto pensa il sole; infatti la vallata è esposta a sud-ovest. Dunque i raggi penetrano dalla mattina alla sera. Il chiaroscuro prodotto dalla natura crea questo microclima irripetibile altrove e che diventa una delle essenze del Caffè Pascucci.

Infatti, è la torrefazione ed i luoghi (un po' come per i prosciutti ed

il vino) a fare del caffè, in natura poco profumato, un caleidoscopio di sensazioni straordinarie. Gli aromi Pascucci sono impreziositi dalla bontà della materia prima. Da sempre la parola d'ordine dell'azienda è qualità. Si miscelano varietà di caffè ottimo per ottenere quell'essenza dolce, che foderà il palato con sapori sorprendenti quanto inesprimibili. A questo va aggiunto la storia di casa Pascucci. Storia fatta di sperimentazioni, prove, verifiche, affinché si possa depositare nella tazzina la forza della natura e la passione dell'uomo per il piacere di lavorare.

Virgilio ha scritto che sono fin troppo fortunati, gli agricoltori, se conoscessero i beni che hanno. Voler bene al caffè secondo la filosofia Pascucci significa voler bene alla terra come madre, come produttrice di cose uniche, assolute, inimitabili. Che vanno semplicemente esaltate con la delicatezza del sapere e dell'esperienza. Poi le cose giungono da sole: è sufficiente partire dagli ingredienti giusti.



## MONTE CERIGNONE, SEDE STORICA DELLA TORREFAZIONE

THE CRADLE OF GREEN COFFEE, MONTE CERIGNONE, HISTORICAL CENTER OF THE TORREFAZIONE

Coffee has a soul. The Pascucci's coffee has the soul of Monte Cerignone, the unspoiled village of Montefeltro where the roasting plant has always been. Here, in the Appennini mountains of Romagna and the Marche (Appennini Romagnoli - Marchigiani, which we call with one word: Marchignoli), everything is perfect for the delicacy of the coffee bean. The landscape is sweet, made of rolling hills that slowly rise from the sea, their slopes covered with chestnut, oaks, elms, noble plants suitable for the proliferation of mushrooms and truffles. The air is dry and pure, the temperature comfortable; the breeze carries the scent of the sea up the valley of the Conca to Monte Cerignone. Above the village stands the proud rock of Mount Carpegna. The sun does the rest, for the valley has southwest exposure, so that the sun shines from morning to evening. Nature's play of sun and shadows creates a microclimate that we cannot reproduce elsewhere, and it becomes one of the essences of Pascucci Coffee. In fact, the roasting and the location (a little like it

is for ham and wine) are responsible for making coffee, which by its nature is not very perfumed, into an extraordinary kaleidoscope of sensations. The Pascucci flavour is enriched by the excellence of the raw material. The company's motto has always been quality. We mix varieties of the best coffees to get a sweet essence that lines the palate with surprising and indescribable flavours. To this we should add the history of the house of Pascucci, a history of experimentation, testing, verification, that brings the power of nature and the passion of man for his work to the cup of coffee.

Virgil wrote that farmers are the luckiest of men, if only they knew the riches they have. To love coffee, in the Pascucci philosophy, means to love the earth as our mother, as the producer of unique, absolute, and inimitable things. Sensitive knowledge and experience limit themselves to enhancing the products of nature; then good things happen by themselves. It is sufficient to start from the right ingredients.



**PROSSIME APERTURE  
OPENING SOON**

**MOSCOW  
BANGALORE  
ZAGREB  
DOHA  
BEIRUT**

**[WWW.PASCUCCI.IT](http://WWW.PASCUCCI.IT)**



# CAFFÈ DEI BIMBI

# PASCUCCI BIO



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