

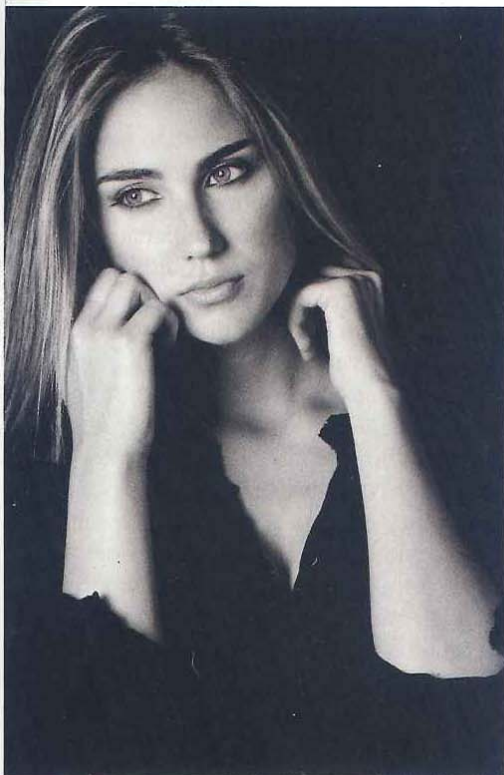
La pasión de Constanza

Sapeva, fin dal primo momento che si è trasferita a Milano per amore, nel 2006, che prima o poi avrebbe trovato il progetto in cui convogliare tutta la sua passione per la bellezza, l'arte, la cultura e la moda. L'intuizione «per fare la historia» è arrivata: raccontare la moda attraverso il cinema. Idea brillante e complessa. Ma **Constanza Cavalli Etro** (foto), splendida e intraprendente dal sangue latino, ama le sfide e in sei mesi ha organizzato il suo primo *Fashion Film Festival*, con il sostegno della Camera nazionale della moda, riunendo designer, registi, video maker emergenti, come pure i esponenti della moda internazionale. Oltre 350 i fashion film proiettati al Teatro Grassi, tra il 14 e il 15 settembre, in occasione della settimana della moda di Milano. «Ci ho messo testa e cuore, pensando sia ai partecipanti sia agli spettatori. Spero che tutti abbiano colto lo spirito di cambiamento, la contaminazione positiva tra cinema e moda», dice Constanza.



Una nuova stella a Venezia

Ogni anno, a fianco del programma ufficiale di visioni e appuntamenti business, alla Mostra del cinema di Venezia si tiene un controfestival fatto di eventi nelle lounge sponsorizzate, business & gossip. E party esclusivi come quello organizzato da Rai Cinema e Grey Goose che ha celebrato il cast artistico e tecnico de *Il giovane favoloso*, il film di **Mario Martone** su Giacomo Leopardi con uno strepitoso e applauditissimo Elio Germano nel ruolo del poeta di Recanati. Luogo prescelto per l'evento: i Granai della Repubblica ricavati sull'isola della Giudecca all'interno della proprietà dell'Hotel Cipriani. Per Grey Goose, brand francese di vodka premiun con stretti rapporti con gli studios di Hollywood, è stata l'occasione di ufficiale l'iniziativa *An acting talent beyond* in collaborazione con il Centro sperimentale di cinematografia di Roma e che prevede l'assegnazione di 15 borse di studio a giovani talenti come **Miriam Galanti**, 25 anni (foto), che, pur giovanissima, vanta già un ricco curriculum in televisione (*Don Matteo*, *Téléthon*) cinema e teatro (*L'Eneide* e *Il gabbiano*).



L'Italia autentica

L'unione fa la forza. Quella di quattro manager abruzzesi, poi, dallo scorso maggio contribuisce a far conoscere l'eccellenza enogastronomica italiana nel mondo. Si chiama *Valle Peligna. Italia Autentica* l'iniziativa nata dalla collaborazione di **Massimo Ibarra** (foto), ad di Wind, **Mauro Cianti**, ad di Don The Fuller Jeans, **Silvio Lancione**, direttore generale della Banca di Credito Cooperativo, e **Roberto Marinucci**, ad di Fater. Obiettivo: aiutare le migliori iniziative imprenditoriali locali nel campo agroalimentare e turistico e tutte le buone idee che possano attivare flussi finanziari in Abruzzo. «Lo si può considerare come un esperimento di volontariato economico, senza fini di lucro, che mette a disposizione delle piccole aziende selezionate il know-how e il networking di grandi aziende e di importanti manager, per migliorarne la sostenibilità economica, la visibilità e lo sblocco commerciale in Italia e all'estero», chiarisce Ibarra. «Un punto chiave del progetto è la qualità e la varietà enogastronomica della nostra terra», aggiunge Lancione. I primi otto progetti che costituiscono il paniere spaziano dall'aglio rosso alla pasta, dalle confetture ai paté, dai vini agli ortaggi e alle tipiche pizzelle.