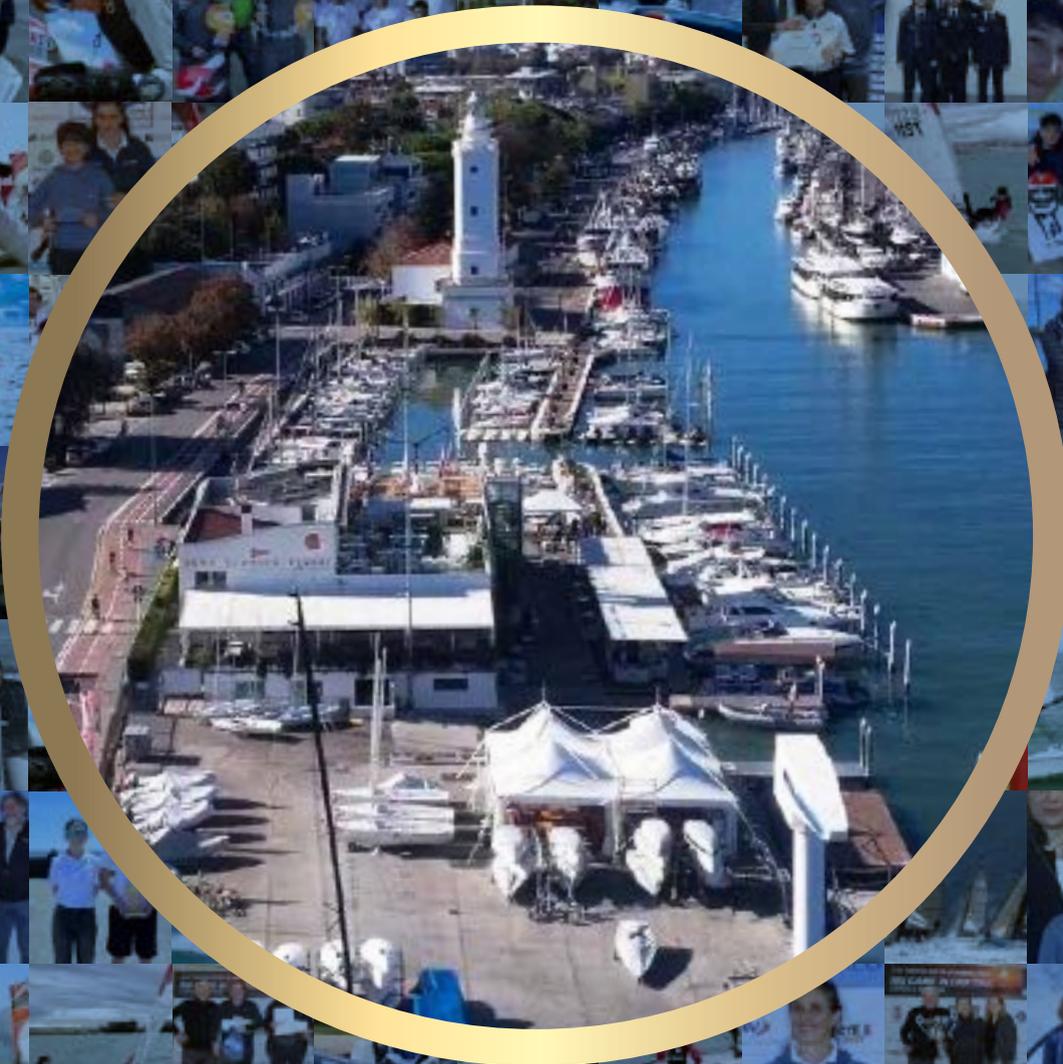




CLUB NAUTICO RIMINI®



Giovani Campioni...
il nostro futuro



SOMMARIO

MAGAZINE CNR N. 7 - 2024 / 2025
Testata Registrata presso il Tribunale di Rimini n. 3 del 18/06/2019
MAGAZINE CNR

Proprietario ed editore: CLUB NAUTICO RIMINI A.S.D.
P.IVA 01180150409
P.le Boscovich, 12 47921 Rimini - 0541 26520

Direttore Responsabile:
Stefano Cicchetti - stefano.it1@virgilio.it

Redazione e interviste:
Stefano Cicchetti - stefano.it1@virgilio.it
Loretta Montironi - lorettabear@omniway.sm
Giacomo Baldassari - press@baldassaricomunicazione.com
Diana Baroni
Roberto Baroncini
Mario Monetti

Contributi:
Luigi Consiglio
Andrea Galvani
Vincenzo Drosi
Luca del Zozzo
Massimo Brogna
Maurizio Bonora

Art direction, progetto grafico, editing:
BEAR Communication - bear@omniway.sm

Fotografo ufficiale:
Roberto Baroncini - roberto.baroncini@gmail.com
Davide Piras - davidern64@gmail.com

Stampa:
Comunità San Patrignano, Società Cooperativa Sociale
grafiche@sanpatrignano.org

Pubblicazione in distribuzione gratuita
Vietata la riproduzione anche parziale di testi e foto
se non autorizzata in forma scritta dal CNR.

Copyright 2025

Magazine on line sul sito: www.cnrimini.com


CLUB NAUTICO RIMINI®
Associazione Sportiva Dilettantistica

cnrimini@cnrimini.com
www.cnrimini.com



ORGANI STATUTARI	8
2024 UN ANNO DI ADDII A TANTI AMICI	10
PESCARRE SHOW SBARCA A RIMINI - IL SALONE DI ITALIAN EXHIBITION GROUP	12
GIUSEPPINA CASSONE NUOVO PREFETTO DI RIMINI: "UN GRANDISSIMO ONORE"	15
"INNAMORATO DEL MARE, AFFASCINATO DA RIMINI" - IL NUOVO COMANDANTE DELLA CAPITANERIA DI PORTO C.F. OTTAVIO CILIO	18
"VOLARE E SPORT ACQUATICI, LE MIE GRANDI PASSIONI" - COLONNELLO PILOTA EMILIANO RAMPINI, È IL NUOVO COMANDANTE DEL ROAN	20
IL GUSTO DI SUPERARSI - LUIGI CONSIGLIO, COME GODERSI LA VITA ATTRAVERSO LA GIOIA DEL LAVORO	26
IL PIANO DELL'ARENILE DEL COMUNE DI RIMINI: INTEGRARE MARE E CITTÀ - ROBERTA FRISONI, COMUNE DI RIMINI	34
2024: UNA STAGIONE RICCA DI EVENTI SPORTIVI E PASSIONE PER IL MARE	39
CLUB NAUTICO RIMINI E PESCARRE SHOW INSIEME PER IL XXI TROFEO CITTA' DI RIMINI	40
IGFA E CNRIMINI INSIEME PER IL FUTURO DELLA PESCA RICREATIVA	44
BOAT AND FISHING IN PORTO MARANA II RADUNO DI PESCA IN VERTICALE	50
SIMSI DIVE RESCUE ACADEMY - FORMAZIONE AVANZATA PER IL SOCCORSO SUBACQUEO	54
ITALIA PAESE MARITTIMO? - DI MAURIZIO BONORA	61
LA RIMINI MARATHON	66
TRA CIELO, TERRA E MARE - L'IDROVOLANTE ITALIANO - DI VINCENZO DROSI	70
IL DIPIORTISTA, IL PESCATORE E QUEL GENIO DI CORIOLIS - DI LUCA DEL ZOZZO	73
LA CULTURA NON SI FERMA - DELLA SERIE ... ANCHE QUEST'ANNO NON CI SIAMO FATTI MANCARE NIENTE	76
UNA "SCUOLA DI MARE" PER AVVICINARE I GIOVANI AL MARE - SCUOLA DI MARE DEL CLUB NAUTICO RIMINI	78
CONI EMILIA ROMAGNA - UN 2024 ASSOLUTAMENTE STRAORDINARIO	88
TOGNAZZI MARINE VILLAGE - UNA LOCATION MERAVIGLIOSA DI 5.000 MQ A LIDO DI OSTIA	92
ANDREA MUSONE - STELLA DI BRONZO AL MERITO SPORTIVO	94
UNA VITTORIA SOSTENIBILE - LUCA ROSETTI E LA SUA RIVOLUZIONE	96
CON GLI SCI AI PIEDI IN RIVIERA - WALTER GNATA - RECORDMAN MANDIALE, CAMPIONE EUROPEO E ISTRUTTORE	104
GIOVANI SOCI - PROFONDO? COME IL MARE - GIOVANNI RAGGINI	110
GIOVANI SOCI - A RAGION VEDUTA - GIANLUCA CAPUCCINI	114
AMICO MARE E VELA DAY - MAI PIÙ BARRIERE...MAI PIÙ DIFFERENZE...MAI PIÙ SOLI...	117
RIMINI ANCORA UNA VOLTA TEATRO DELLA GRANDE VELA INTERNAZIONALE	122
GIOVANI PILOTI CRESCONO - DIVISIONE MOTONAUTICA DEL CLUB NAUTICO RIMINI	129
I GIOVANI DEL CNR: IL FUTURO DELLA VELA - UNA STAGIONE INTENSA E RICCA DI CONQUISTE	136
VOLANO ALTO I SOGNI DEI GIOVANI KITER RIMINESI - UNA STAGIONE PIENA DI SUCCESSI E DI CONFERME	142
ESSERE SOCI DEL CLUB NAUTICO RIMINI - VANTAGGI, OPPORTUNITÀ ED EMOZIONI	146
LE MANIFESTAZIONI SPORTIVE 2025	149



IL GUSTO DI SUPERARSI

COME GODERSI LA VITA ATTRAVERSO LA GIOIA DEL LAVORO

“Sono appena rientrato da Sidney. Questo Solent tranquillo mi ha dato l’ispirazione per rispondere alla richiesta, molto gradita, del Club Nautico Rimini di raccontare quell’angolo della mia vita che spero possa interessare ai più giovani.

La Sidney – Hobarth sarebbe stato il sogno di mio padre, infatti. E io sono nato guardando il mare. Il mare è la mia energia, la mia natura, il mio spirito. Il timone, così come ogni altra manovra, d’inverno, nel golfo di Napoli in una giornata di tramontana è il modo per riconnettermi alla mia storia, alla mia famiglia, alla mia città d’origine e alle mie radici ancestrali. Napoli non è soltanto un luogo nel quale si nasce, Napoli è un modo di sentire la vita che non si può spiegare, è una memoria che non ti abbandona mai, ovunque tu sia. Questa breve presentazione di chi sono, parte da quello che conta per me e serve ad introdurre i pochi messaggi forti che vorrei lasciare ai più giovani e a qualche adulto disponibile all’ascolto.

Il primo messaggio è che la vita è gioia.

Ed è proprio da questa sensazione meravigliosa, che mi dà il mare, che voglio partire. Gioia significa che siete personalmente responsabili di costruire un percorso di vita che, innanzitutto, vi renda felici.

Abbandonate ogni stereotipo, non esistono lavori nobili e lavori disdicevoli. Qualunque lavoro può essere fatto bene e può portare a dove vorrete voi, con la quantità di fatica che vorrete metterci.

L’importante è che sentiate gioia quando vi svegliate la mattina e pensate a quello che farete durante la giornata.

Io aiuto le aziende a crescere e guadagnare. È un lavoro che amo e che mi dà tantissimo. Mi diverte talmente tanto che nemmeno lo considero un lavoro. È una passione.

Vedo tanti come me in giro per il mondo: lo vedi quando una persona lavora bene, quando è felice di quello che fa. Naturalmente è un lavoro difficile. Abbastanza difficile.

Questo è il secondo messaggio importante: io da Napoli sono andato via e ci torno solo in vacanza. Ho dedicato la mia vita allo studio, prima, e a seguire i miei clienti in giro per il mondo dopo.



Ho abbandonato le barche, ho abbandonato il mare, ho abbandonato le passioni, ho trascurato gli amici... Ho deciso che avrei fatto bene questo lavoro. E tutto il resto, tutto me stesso è passato in secondo piano. Essere cocciuti, volitivi, non risparmiarsi, combattere per le proprie idee, spingersi fino al limite delle proprie forze è quello che rende bella la vita. Sapere rinunciare alle cose che ci piacciono per realizzare i propri sogni è la seconda regola. Chi vuole dare un senso al proprio passaggio sulla terra, purtroppo, non può rinunciarvi per una pizza e quattro salti in discoteca. Deve darsi qualche pizzico sulla pancia e trovare dentro di sé la forza per farcela. Qualunque sia il punto di partenza. Nulla può fermare una ragazza o un ragazzo che ha deciso di perseguire i propri sogni. E qui veniamo al terzo e più importante dei suggerimenti: non abbiate paura di nulla, mai. Il mondo è pieno di stupidi che vogliono sentirsi importanti facendovi sentire inadeguati. Leggete almeno una volta l’anno il libro “Allegro ma non troppo” di Carlo Maria Cipolla, lo leggete in un’ora e



vi dà forza per guardarvi intorno con occhi diversi, imparando a distinguere tra chi vi vuole aiutare e chi cerca di frenarvi perché così si sente più forte lui. Tutto è possibile, basta volerlo fare e trovare le persone buone e giuste che vi aiutino. Pensate al caso delle cinque Mariscadoras di Rimini, le cinque imprenditrici che hanno reso il granchio Blu un business milionario. Carlotta, Ilaria, Alice, Giulia e Matilda mi hanno chiamato per qualche indirizzo e suggerimento. Il caso ha voluto che io avessi dedicato da sempre una parte del mio tempo ad aiutare i giovani ad entrare nel mondo del lavoro.

Da tempo mi sono concentrato ancor di più sull’avviare le ragazze a fare impresa. Siccome aiuto le aziende, soprattutto nel settore agroalimentare, a sviluppare prodotti e ad internazionalizzarsi, ho la fortuna di avere tantissime relazioni in tutto il mondo, oltre che tanta esperienza. Capito il progetto, pochi giorni dopo parto per gli USA. Trovo immediatamente dei buyer americani interessati a comprare tutto il granchio che Mariscadoras potevano produrre. Stipuliamo un accordo di filiera per tenere fermo il prezzo dal granchio al pescatore ma con l’impegno a ritirare

tutto il pescato, qualunque quantità ed in qualunque momento. Evidentemente la domanda di granchio blu sul mercato americano è enorme ed il prezzo è alto. La qualità del prodotto italiano è migliore di quello messicano e di quello dell’Estremo Oriente così come la sua credibilità industriale. E il gioco è fatto. C’era la domanda, abbiamo costruito l’offerta ed è partito un business particolarmente florido e sostenibile, ma soprattutto scalabile. Era più facile di quello che poteva apparire. Le imprenditrici erano e sono cocciute e determinate, hanno dedicato la vita a questo rinunciando a qualche passione e divertimento sull’altare dell’impresa, hanno cercato qualcuno esperto che si è messo a loro disposizione per aiutare ... ed il mondo le ha seguite. Banche, politica, marinerie, pescatori, industriali della trasformazione. Era tutto più facile di quanto si potesse immaginare. Bastava volerlo.

Il mio semplificare forzatamente il caso serve anche come messaggio per gli altri ragazzi: guardatevi intorno, il mondo è pieno di opportunità non colte da persone che non sono in grado di vederle, di capirle o di sfruttarle. Cercate settori pigri, abituati a guadagnare





in modo garantito, e trovate modalità nuove per rispondere ai bisogni reali dei mercati e delle persone. Il mondo agricolo è sicuramente uno di questi: i vantaggi della biodiversità italiana nessuno li conosce e nessuno li propone in giro per il mondo. Ma nelle stesse condizioni sono i servizi alle imprese ed alle persone come anche il vetusto mondo della distribuzione commerciale che non ha ancora capito cosa cerca un consumatore profondamente cambiato rispetto agli anni Ottanta. I ragazzi sono il nostro futuro. È fondamentale che la società, nel suo insieme, si dia carico di formarli e aiutarli a costruire le competenze necessarie per il mondo in cui viviamo. Nel sistema di internazionalizzazione che noi di EDI proponiamo alle imprese abbiamo inventato una soluzione win win per le risorse umane. Siccome nessun manager in carriera verrebbe a lavorare per un'azienda italiana che sta entrando sul mercato a causa del livello inaccettabile di rischio, noi abbiamo proposto ai nostri clienti di usare pensionati o, meglio, risorse competenti che siano

appena andate in pensione. Molto esperti nel loro lavoro e ancora con tanta energia, sono diventati dei motori potenti alla ricerca di una forma di riscatto verso un mondo che li aveva accantonati anzitempo. Ribattezzato progetto RED (Retired Extremely Dangerous), è diventato il modo per creare una organizzazione esperta al servizio di aziende di elevato potenziale ma poco attrattive per il mercato del lavoro locale. Potremmo utilizzare lo stesso schema per lanciare i giovani verso mondi dove un po' di esperienza e tanti contatti potrebbero fare la differenza. È importante che le persone considerate pensionate non si sentano abbandonate, ma capiscano che possono ricoprire un ruolo importante nella società, ovvero mettersi a disposizione delle nuove generazioni per insegnare, aiutare, costruire con loro. Abbiamo bisogno di un modello di sinergia generazionale dove la generosità deve contagiare lo scambio: esperienza contro energia ed entusiasmo. E allora non avremo più pensionati annoiati ma esperti



coach di tante startup nella vita dei giovani. Questa è una delle missioni di EDI – Eccellenze d'Impresa, la società di consulenza che ho fondato attorno ai principi che ho descritto finora. Una società libera e indipendente, vocata al bene dei propri clienti, dedicata allo studio ed alla pubblicazione di idee manageriali innovative e dirompenti. Con l'obiettivo di essere un punto di riferimento per il management illuminato. Una società che sa guardare oltre il proprio perimetro classico. Che vuole andare oltre. Una società che accetta lo slogan: il gusto di superarsi, come il motto che informa le nostre vite. Una società che si pone al fianco dei propri clienti come partner e che combattono insieme all'imprenditore essendo parte della sua squadra. Ma quali sono gli ingredienti per costruire una società di consulenza come EDI? Sicuramente tanto spirito imprenditoriale. Ma soprattutto quello spirito che si è perso negli anni che è lo spirito di servizio: noi siamo al servizio dei nostri clienti e del loro successo. Siamo umili di natura e sappiamo ascoltare. Sappiamo ascoltare anche le parole non dette. Sappiamo sentire le vibrazioni dell'anima e le dinamiche dei gruppi di manager, anche oltre il dichiarato. Abbiamo scelto un unico gruppo di clienti: gli imprenditori italiani. E questo perché il loro modo di funzionare è sanguigno, impulsivo ed orientato al fare, esattamente come noi. Ed il loro modo di funzionare è radicalmente diverso da quello del management strutturato, che lavora per processi e, sovente, ha perso la capacità di "fare". Poi serve curiosità professionale: noi alleviamo professionisti che abbiano l'obiettivo di diventare i numeri uno del mondo nel loro settore. La determinazione deve essere quella, e deve percepirsi. Magari arriveranno nei primi cinque, ma di sicuro non rimarranno a metà classifica. Devono sapere scegliere: la consulenza di direzione è piena di tuttologi, buoni per ogni stagione e ogni azienda. Noi no. Seguiamo solo imprenditori italiani dell'agroalimentare, in tutto il mondo e per tutti gli aspetti in grado di incrementare il valore dell'equity nel lungo termine. Abbiamo il valore fondante dello studio dei verticali delle filiere fino ai minimi dettagli organizzativi. Non parliamo soltanto di best practices e di benchmark ma analizziamo tutto il retrostante a quelle performances per capirne e governarne i drivers di profitto. Portiamo gli imprenditori italiani all'estero e li aiutiamo a sviluppare prodotti customizzandoli rispetto alle esigenze dei mercati locali. Aiutiamo a

costruire la squadra manageriale, a fare la fabbrica e ad interfacciarsi con le realtà commerciali dei paesi di destinazione. Per fare tutto questo abbiamo bisogno tassativo che l'azienda capisca il ruolo centrale della diversity&Inclusion nei processi innovativi. Diversity&inclusion significa per noi che la strategia d'impresa deve basarsi sulla capacità di ascolto interno ed esterno di tutte le componenti sociali dell'ecosistema aziendale, soprattutto sui mercati di destinazione. Se la strategia deriva dall'ascolto ne consegue che più diversificato il gruppo manageriale ed i mercati cui i prodotti sono destinati e più ricca e di successo sarà la strategia. Molto banale ma piuttosto cogente: solo chi ha una squadra diversa ed un atteggiamento effettivamente inclusivo vince sui mercati e nello sviluppo prodotto. Stiamo quindi costruendo una EDI che rappresenta plasticamente tutto questo: la diversità è centrale nella costruzione della squadra. Devo dichiarare in modo forte ed inequivocabile che fare tutto questo è molto divertente. È materia viva. Ti dà la sensazione di plasmare, cambiare la realtà delle aziende, metterle in condizione di diventare progetti di lunghissimo periodo, di farle diventare motori per lo sviluppo del territorio, di dare un senso di protezione alle generazioni future, attraverso l'incremento del valore dell'equity nel lungo termine. Forse, diventa più facilmente comprensibile il perché accarezzo con tenerezza il mio passato ma ho scelto





di rinunciarvi. Perché la Sidney – Hobarth rimane un sogno irraggiungibile, perché Napoli sia soltanto una gouache attaccata in salotto, perché le boline con la tramontana siano soltanto un'immagine che uso per rilassarmi prima di dormire e perché i sapori della mia infanzia siano un patrimonio che non voglio condividere. Lo spaghettono alla vongole in bianco, saltato in una padella dentro cui hai rotto un granchietto di scoglio saltato con aglio olio e prezzemolo, quel profumo di alghe che hai nel naso quando ti stendi esausto su uno scoglio del Cenito dopo una lunga nuotata davanti a Napoli, sono solo tuoi, non possono andare a Masterchef e non vogliono reggere il giudizio dei soloni della cucina.

Così come non meritano un giudizio arbitrario una povera pasta e patate o un ruoto di patate, cipolle e pomodoro, quei piatti poveri cari a chi ha avuto un'infanzia meno agiata. E nessuno può giudicare le carbonare che ho avuto la fortuna di mangiare quasi ogni giorno insieme ad un vecchissimo Giuseppe Ungaretti durante la mia adolescenza. Quello sguardo infinito, la sofferenza e la speranza che era in grado di comunicare, la gioia di chi ha provato il dolore assoluto che condividevano quei piatti, rendono la polemica sul guanciale contro la pancetta una volgare esibizione di sacenza arrogante. Lasciatemi i miei ricordi sacri che mi servono per cambiare il mondo in meglio."

di Luigi Consiglio

Luigi Consiglio, Presidente di Eccellenze d'Impresa, Mba conseguito all'Insead a Fontainebleau, past President di Gea. È oggi uno dei massimi esperti mondiali del food e fast moving consumer goods, dove ha maturato una profonda conoscenza delle dinamiche competitive e di filiera, dei principali canali di sbocco ed in particolar modo del canale Ho.Re.Ca e della ristorazione. Ha sviluppato le sue competenze lavorando sia con aziende di produzione sia con i maggiori retailer italiani. Ha assistito nella crescita alcune tra le maggiori aziende italiane attraverso l'internazionalizzazione, lo sviluppo di nuovi prodotti, l'accesso a canali distributivi diversi e ristrutturazioni di grande successo. È specialista nella ridefinizione dell'assetto strategico e nella realizzazione operativa dei maggiori cambiamenti aziendali, così come di tutte le iniziative straordinarie nella vita di un'azienda. Ha seguito progetti complessi di integrazione internazionale.



DA MANI ESPERTE CON AMORE E PASSIONE NASCONO I NOSTRI IMPASTI BIOLOGICI.

Bio's Farm, azienda agricola biologica sui colli di Rimini, seleziona e macina a pietra in esclusiva per noi le migliori farine del territorio.

LO SAPEVI CHE...

PIADINA

casina del bosco

RIMINI

INSIEME DAL 1995

V.le A. Beccadelli, 15 Rimini
0541 56295 - Seguici su

LOCMAN

ITALY



MONTECRISTO 500 M

DIVER PROFESSIONALE
MOVIMENTO AUTOMATICO SWISS MADE
CASSA IN ACCIAIO E TITANIO
VALVOLA DELL'ELIO
LANCETTE ED INDICI LUMINESCENTI
VETRO ZAFFIRO ANTIGRAFFIO
IMPERMEABILE FINO A 500 METRI

www.locman.it



BANCHETTI
GIOIELLIERI

DAL 1950

RIMINI - VIA MICHELE ROSA, 7

T. 0541 709017

info@gioielleria-banchetti.it