Anno 4 | numero 11 | Aprile 2015

Pi MAGAZINE
Periodico italiano

CULTURA

La sfida dei beni culturali
Tutelare e valorizzare il patrimonio artistico

LAVORO

L'aperitivo archeologico
Un'idea nuova di turismo

SALUTE

Basta pasticci nella dieta
Dire addio alla fame nervosa

"La logica ti porta da a a b.
L'immaginazione
ti porta ovunque"

Albert Einstein

La forza DELLE IDEE

CENTROSUONO.COM

LA TUA MUSICA, LA TUA CITTA',

LA TUA RADIO.

direttore@periodicoitalianomagazine.it

Le idee: la parte migliore di noi stessi

In questo numero di 'Periodico italiano magazine' abbiamo deciso di occuparci delle nuove idee e delle numerose iniziative che stanno nascendo nel nostro Paese. Un fenomeno composto da svariate e molteplici 'tendenze', che pongono in risalto una caratteristica tipica del nostro popolo: la capacità di crearsi un mestiere per proprio conto, di riuscire a 'cavarcela' sempre e comunque, in ogni condizione e situazione. Si tratta di un ingegno che si richiama a un antichissimo pregio: la nostra 'arte di arrangiarsi'. Siamo famosi in tutto il mondo per tale qualità: in una scena di 'Intrigo a Stoccolma', un thriller di grande successo del 1963 diretto da Mark Robson, un giovane Sergio Fantoni interpreta un medico italiano, Carlo Farelli, che salva la vita a un certo professor Stratman, vincitore del premio Nobel per la Fisica, praticandogli una defibrillazione cardiaca (una pratica considerata ancora avveniristica in quegli anni), tramite un'attrezzatura assolutamente artigianale, ovvero incrociando i fili elettrici di una normalissima lampada da camera, al fine di provocare una 'scossa' da 220 Volt e riavviare il battito del cuore all'anziano scienziato. Interrogato in seguito nel merito di tale singolare 'spunto', il regista canadese rispose: "Ho voluto fornire un'indicazione specifica intorno a una qualità ben precisa degli italiani. Un popolo verso cui nutro grande rispetto, per le sue incredibili doti di ingegno, astuzia e fantasia…". Si tratta, dunque, di un nostro aspetto 'genetico', identitario. Assai prezioso in tempi in cui sembrano emergere esclusivamente i nostri difetti. Noi italiani sappiamo che la forza delle idee è molto importante, poiché consente al futuro l'opportunità di non ripetere gli errori del passato e, al contempo, di non allinearsi alla 'dittatura' del presente. Ingegno e fantasia rappresentano le condizioni necessarie affinché le idee trovino sempre solide 'gambe' per camminare e imporsi. E questa nostra predisposizione innesca, nella 'sfera' stessa della produzione delle idee, un ulteriore processo evolutivo, in cui le nostre decisioni e preferenze vengono soddisfatte prima ancora che il 'mercato' riesca a interrogarsi in tempo sulle loro caratteristiche. In buona sostanza, noi italiani siamo consapevoli, da millenni, come la 'ragione' abbia sempre condotto l'umanità a prendere decisioni che vanno nella direzione della verità, della giustizia e della libertà. Ed è esattamente questo il nostro 'lato' migliore.

VITTORIO LUSSANA

I maschi italiani
troppo vanesi

Gentile redazione,
sono la madre di due giovanotti rispettivamente di 31 e 28 anni. Ragazzi studiosi e lavoratori, che pur con tutte le difficoltà della crisi non sono mai stati con le mani in mano. Entrambi, però, hanno un'attenzione estrema alla cura dei capelli e del viso fino a sembrare più vanesi di tante ragazze che frequentano. Le creme antiage e contorno occhi nel nostro bagno sono tutte for man (io mi curo con tonico, latte detergente e una buona crema nutriente).
Sarà che non hanno avuto il modello del padre (che è mancato dieci anni fa, e che assomigliava molto al bel Marcello Mastroianni) ma penso che tutto ciò nasconda una grande insicurezza che gli uomini di un tempo non avevano. Perché di questo si parla poco?

Rosa Saggese

Risponde Francesca Buffo

Cara Rosa, ciò che noti nei tuoi figli è tipico di molti ragazzi della loro età. Più che di insicurezza, si tratta di un modo diverso di vedersi che hanno le nuove generazioni attraverso la moda e i media. In fondo il mito dell'eterna giovinezza è uno dei mali della nostra società: sessant'enni che dimostrano dieci anni di meno e ragazzi che emulano lo stile dei fotomodelli. Purtoppo, così come è per molte donne, il tempo non si può fermare e prima o poi la forza di gravità vince. Ma l'importante è che l'apparire non sostituisca il concetto di essere. E da quello che mi racconti mi sembra di capire che i tuoi giovanotti la testa sulle spalle ce l'abbiano ben salda. Diciamo, piuttosto, che sono ancora nella fase giovanile. Dagli qualche anno: nuove responsabilità corrisponderanno ad altre priorità. E se somigliano al padre, scopriranno che con l'età si può diventare 'naturalmente' più interessanti.

Francesca Buffo

Femminicidio:
avviene anche fra donne

Gentile Direttore,
ho letto con quanta attenzione trattate le tematiche relative alla parità di genere e ai diversi orientamenti sessuali. Purtoppo quando si parla di coppie omosessuali raramente si fa riferimento alle coppie femminili. Questa assenza di comunicazione è particolarmente grave quando si parla di violenza domestica e femminicidio.

Nella mia esperienza di psicologa ho avuto alcuni casi di donne che hanno subito violenze o azioni di stalking da una ex-compagna.
Questi casi sono molto più frequenti di quanto si creda e, purtroppo, quando sono denunciati vengono sottovalutati in quanto la donna lesbica nella società è ancora un tabù.

Lettera firmata

Risponde Vittorio Lussana

Gentilissima Dottoressa,
la ringrazio per questa sua preziosa testimonianza. Purtoppo anche su questi tragici avvenimenti tende a prevalere il luogo comune che vuole la violenza dell'uomo legata a uno stereotipo maschilista e a un senso del possesso. Che evidentemente c'è anche nelle donne. Distinti saluti.

Vittorio Lussana

Scrivici!

Volete esprimere un punto di vista o raccontarci un'esperienza personale?
Noi siamo qui: posta@periodicoitalianomagazine.it
E non dimenticate di condividere le vostre idee su:
www.facebook.com/periodicoitalianomagazine.redazione
@PI_ilmagazine e it.pinterest.com/PImagazine/

Qual è la forza delle idee?

Ultimamente, quasi ogni giorno mi capita di leggere di una nuova startup creata da giovani, di nuove idee legate al web che, in poco tempo, sono diventate milionarie, o di come qualcuno sia stato capace di reinventarsi un nuovo lavoro o una nuova vita. Molte di queste storie hanno alla base percorsi universitari specifici, bandi regionali dedicati all'innovazione o fortunate campagne di crowdfunding, se non la possibilità del neo-imprenditore di se stesso di investire un capitale economico grazie a una liquidazione o all'aiuto della famiglia. Sono storie di successo che dovrebbero instillare un po' di fiducia e speranza in chi il lavoro lo ha perso, oppure non lo ha mai avuto. Eppure, per molti italiani, non sempre è così. Perché nel nostro Paese, di cultura aziendale nelle scuole non se ne parla. E quando si dice startup, sembra tutto semplice, mentre invece la gestione burocratico-amministrativa di un qualsiasi progetto prescinde dal campo di azione dell'attività che si vuole avviare. E richiede competenze specifiche ben precise. Avere un'idea e trasformarla in lavoro è (passatemi il termine) un lavoro nel lavoro. Mi è capitato tante volte di incontrare persone che l'idea innovativa e potenzialmente più che vincente ce l'avevano ma, nell'attuarla, si sono persi, convinti che bastasse avere un commercialista, un sito e una pagina facebook per 'essere ok'. Ma il commercialista tiene solo i conti in ordine, non produce un piano marketing, un piano economico con una strategia di crescita finanziaria dell'azienda, non parla con la tua banca; il sito è una vetrina che se non capisci un'acca di comunicazione non serve a niente, perché bello non vuol dire niente, ciò che conta è se informa in modo efficace gli utenti; e facebook non è importante per il numero di iscritti alla tua pagina o di visualizzazioni dei tuoi post, ma per come sai trasformare in entrate finanziarie quei numeri. Tutto ciò vale per qualsiasi idea, progetto o situazione lavorativa, sia che si voglia diventare un guru del fai da te, sia se si intende organizzare eventi o aprire un negozio. Se manca tutto questo, per quanto si pretenda o si faccia, all'idea manca la 'forza' reale di crescita.

FRANCESCA BUFFO

Per amor di cronaca, la scarpa con i pesciolini è un gioco di manipolazione fotografica. Lo so che siamo abituati a vedere oggetti e accessori decisamente pazzi, ma questo lo sarebbe stato proprio troppo. Anche se, probabilmente, qualche fashion victim (altrettanto pazza) un tacco 12 così originale non se lo farebbe sfuggire!

sommario

Anno 4 I numero 11 I Aprile 2015

3 **Editoriale**

4 **Posta**

5 **Storia di copertina**

8 **Quando l'idea diventa un lavoro**
Come si genera quel 'meccanismo virtuoso' che consente a un'intuizione di partenza di svilupparsi in progetto e di realizzarsi con profitto nella società?

16 **Roberto Esposito: il QI del marketing**
Un'intelligenza fuori dal comune e una passione per il web. Ecco le 'armi' che hanno aiutato questo giovane salernitano a costruire una startup milionaria

18 **Sard Wonder alchimista e gentiluomoi**
Dopo l'esperienza da commerciante con un proprio locale a Roma, Giorgio Peis ha reinventato se stesso e la sua specializzazione da barman

22 **La sfida dei beni culturali**
Cosa significa tutelare il patrimonio artistico, culturale e paesaggistico italiano? Quale ruolo avranno Stato e sovrintendenze nella salvaguardia?

26 **L'aperitivo archeologico**
Un gruppo di giovani studiosi romani aprono ai visitatori le porte di siti spesso poco frequentati, offrendo un vero e proprio viaggio nel tempo tra Storia e gusto

Inarrestabile cinecomics

Dal 2000 a oggi, il numero dei film dedicati agli eroi dei fumetti è aumentato esponenzialmente, diventando un vero e proprio fenomeno di costume con risultati incredibili al botteghino

30 **Gusto e cultura al bar letterario**
La particolarità del 'Lol Roma Bar' è prima di tutto l'alta pasticceria che trae le origini dall'autentica tradizione siciliana

32 **Quando l'arte è partecipata**
Intervista a uno dei 20 artisti provenienti da dieci diversi Paesi del mondo, che hanno lavorato al progetto per la riqualifica di alcune periferie romane

42 **Cinema film**

44 **Ascoltando Colapesce**
Con il suo ultimo album, 'Egomostro', uscito a gennaio 2015, il cantautore siciliano racconta molto di sé, ma anche di noi e delle nostre manìe

46 **La follia del mondo**
Paolo Pallante ci racconta la crescita personale di un uomo che vuole mantenere i piedi saldi nella normalità

48 **Basta pasticci nella dieta!**
Per curare gli squilibri psicologici e fisici arriva SpuntiNO, la compressa che blocca gli impulsi della fame nervosa

50 **Il pulmino contadino**
Partendo dai principi che animano i Gruppi di acquisto solidale una rete maremmana di produttori e consumatori si coordina per fare la spesa settimanale, con consegna a casa (o quasi)

Il costo delle idee

14

9 mila l'anno, circa 26 al giorno, più di una ogni ora. È il bilancio del 2014 relativo alle novità industriali depositate dagli italiani presso l'Ufficio Brevetti: quanto devono pagare gli inventori?

COMPACT EDIZIONI

Anno 4 - n. 11 - Aprile 2015

Direttore responsabile: Vittorio Lussana
Caporedattore centrale: Francesca Buffo

In redazione: Gaetano Massimo Macrì, Carla De Leo, Serena Di Giovanni , Ilaria Cordì , Silvia Mattina, Clelia Moscariello, Giorgio Morino, Michele Di Muro, Giuseppe Lorin, Michela Zanarella

REDAZIONE CENTRALE:
Via A. Pertile, 5 - 00168 Roma - Tel.06.92592703

Progetto grafico: Komunicare.org - Roma

Editore Compact edizioni divisione di Phoenix associazione culturale - Periodico italiano magazine è una testata giornalistica registrata presso il Registro Stampa del Tribunale di Milano, n. 345, il 9.06.2010

PROMOZIONE E SVILUPPO
Phoenix associazione culturale

Quando l'idea diventa un lavoro

Come si genera quel 'meccanismo virtuoso' che consente a un'intuizione di partenza di svilupparsi in progetto e di realizzarsi con profitto nella società? Certo non tutte le idee possono tramutarsi in successi milionari, ma ciò non giustifica chi si ferma ai blocchi di partenza

Leonardo Da Vinci, Guglielmo Marconi, Alessandro Volta, sono alcuni dei più famosi 'inventori' della storia. Le loro intuizioni hanno contribuito all'evoluzione e alla modernità della nostra società. Adesso, invece, qualcuno sostiene che di inventori simili non se ne trovino più. O, se si preferisce, che di idee geniali non se ne vedano affatto in giro. L'automobile, l'elettricità, il treno, il vaso da notte, hanno pennellato una limpida rivoluzione copernicana del nostro vivere quotidiano. A quelle scoperte, oggi potremmo forse paragonare il Web e un po' tutto il comparto dell' High Tech. Tuttavia non riusciamo a percepirle allo stesso modo, non ne riconosciamo la stessa radicalità. In passato, le idee di singole menti hanno in molti casi sconvolto la prospettiva, generando teorie nuove, prima inesistenti. Fu così con Darwin, per esempio, che mutò l'approccio della biologia, dimostrando che gli esseri viventi si evolvevano, checché ne dicesse la Bibbia da secoli. Intuizioni come quelle sono state rivoluzionarie nel senso che hanno dimostrato come nulla potesse essere dato per scontato, ma che fosse possibile un diverso approccio, quindi un cambiamento di prospettive. In altre parole hanno saputo generare il progresso. Ecco, idee geniali come quelle sembrano mancare da tempo all'appuntamento con la nostra storia evolutiva. Può darsi che l'accumulo di successi nei secoli, generato dalle invenzioni, lasci adesso minor spazio di manovra. Oppure, come sostiene Dean Keith Simonton, psicologo dell'Università della California, che il genio scientifico si sia estinto, o piuttosto ancora che sia mutato il

Olivier Bremer ideatore di postoinauto.it, oggi general manager Italia e DACH – Austria, Svizzera e Germania – di Balblacar

modo in cui si gestiscono le idee. Non si ragiona più da singoli, bensì in gruppo. La crescita esponenziale delle scienze, in effetti, richiede un approccio multidisciplinare. All'interno di questi nuovi spazi di manovra, la singola mente geniale da sola non basta più a far 'voltare pagina'. Senza contare che tutto debba sempre sfociare in un progetto di start up, concetto un po' difficile da metabolizzare da chi di 'fare azienda' spesso sa ben poco. E allora, stando così le cose, dovremmo forse scoraggiarci? A leggere dei nuovi progetti - in questo numero ne abbiamo selezionati una piccolissima parte esemplare – si intuisce che il genio c'è, si muove, produce passando dalla teoria alla pratica. E chissà quante altre idee brevettate attendono di essere trasformate in progetti reali. L'archivio dell' Ufficio Brevetti lo dimostra. Si parla di oltre 9 mila idee industriali depositate e di quasi 8 mila registrate soltanto nell'ultimo anno. Numeri che ci consentono di affermare senza ombra di dubbio che siamo ancora un popolo di inventori. Non possiamo escludere, quindi, che prima o poi salti fuori una grande e 'vera' scoperta.

La bicicletta di cartone
A idearla è stato l'israeliano Izhar Gafni. **Costa solo 8 euro** *ed è realizzata interamente in cartone ondulato, senza l'uso di metallo (anche per la realizzazione dei freni, del telaio e dei perni che collegano tra loro le varie sezioni.*
Il carone è trattato con materiali organici che lo rendono impermeabile e ignifugo.

Come funzionano le idee vincenti?

C'è, a questo punto, un altro aspetto legato al mondo delle idee che vale la pena indagare. Parliamo di quel 'meccanismo virtuoso' che consente a un'intuizione di partenza di svilupparsi in progetto e di realizzarsi con profitto nella società. La domanda di base in questo caso è: perché alcune idee funzionano meglio di altre? Perché qualcuno si ferma ai blocchi di partenza? Scriveva Tolstoj nel suo capolavoro, Guerra e Pace, che conseguenze enormi discendono solo da idee semplici. In

Skype: la fortuna dal nome sbagliato

A volte un imprevisto può rivelarsi fortuito. Pensate al caso dello svedese Niklas Zennström (49 anni) e del danese Janus Friis (38 anni): gli sviluppatori di 'Skype', il software proprietario freeware di messaggistica istantanea e VoIP, creato nel 2002 e destinato ad avere un grandissimo successo. Eppure all'inizio, fu mal digerito dai suoi creatori, i quali si trovarono costretti a 'cedere' al nome 'Skype' rispetto a 'Skyper': quello da loro desiderato per la loro idea, ma il cui dominio era già stato acquistato. Ma questo piccolo 'intoppo' non ha certamente costituito un ostacolo alla grandissima portata e al successo del software che, tra i primi, ha permesso ai vari utenti di tutto il mondo di chattare, salvare conversazioni, trasferire file ed effettuare telefonate, in maniera veloce, sicura e gratuita. Nell'arco di dieci anni il network ha registrato 663 milioni di utenti a livello mondiale. È arrivata quindi senza scatenare troppe sorprese la proposta di eBay, che nel settembre 2005 ha acquistato la società per 2,6 miliardi di dollari.
Bella 'fortuna' per Niklas Zennström e Janus Friis: e pensare che all'inizio il nome 'Skype' proprio non lo digerivano. *Carla De Leo*

Molte buone idee riguardano variazioni e modifiche di oggetti e accessori che siamo abituati a utilizzare nella nostra quotidianità.
Come questo cappottino per il nostro caro 'fido', dotato di un cappuccio impermeabile di emergenza.

effetti, le ultime invenzioni di successo sono tutte inquadrabili in quest'ottica. Facebook su tutti, risponde a un' idea di base talmente semplice da sembrare banale. La stessa cosa si potrebbe dire per Blablacar, il sito in cui si incontrano i viaggiatori per offrire o ricevere un passaggio in auto. Verrebbe da chiedersi, però, perché le idee di Zuckenberg e di Mazzella hanno funzionato e altre simili no? Non è semplice tradurre un'idea in realtà. Gli esperti dicono che è buona norma porsi le domande giuste prima di iniziare. Per esempio, mai valutare se la propria idea di partenza sia buona o cattiva. Non ci sono idee buone o cattive, ma solo quelle di cui c'è effettivo bisogno. In altri termini, serve un business giusto, la conoscenza del mercato, il saper intercettare la domanda. Non si ottiene successo a caso. O peggio con un'idea 'figa' in testa. Può anche esserlo, ma quanti riescono a tradurla in realtà? A parte le difficoltà burocratiche, quanti saprebbero muoversi sul terreno dell'economia, del capitale sociale, di un piano di investimento? E allora, torniamo al punto precedente: non si valuta un'idea come buona o cattiva, ma è necessario, nell'ordine, intercettare la domanda. Se non c'è, a meno che non si sia un guru del marketing o un colosso in grado di generarla strategicamente, meglio soprassedere. Se invece esiste, allora la possibilità di trasformare l'intuizione in realtà è davvero fattibile. A quel punto conviene valutare gli altri due aspetti cruciali: gli eventuali rischi e le incognite. Il gioco vale la candela? Anche se il mercato ha spazi intercettabili, chi investe finanziariamente vuole sapere di quei due fattori. Sono proprio quelle voci che potranno attrarre o no i finanziatori. Ecco perché dicevamo che la casualità nella riuscita di un'idea non è di casa. Chi pensa che il successo virale di Blablacar sia il frutto di

WhatsApp: un'idea da 19 milioni di dollari

Gli statunitensi Jan Koum (oggi 39 anni) e Brian Acton (43 anni) hanno saputo vederci lungo con la loro 'WhattsApp'. Loro sono due ex impiegati della società informatica Yahoo! che nel 2009, anno in cui hanno co-fondato la loro società, erano poco più che trentenni. L'applicazione che hanno creato già dalla scelta del nome, con il suo rimando all'unione tra il "Come va?" (in inglese "What's up?" significa appunto "Come va?") e 'App' (ovvero 'applicazione'), si annunciava come novità intrigante e rivoluzionaria. Pensata per qualsiasi tipo di smartphone, la piattaforma consente l'invio istantaneo di messaggi di testo, immagini, video, musica, file audio e di condividere anche la propria posizione geografica (grazie all'uso di mappe integrate nel dispositivo). È inoltre possibile la creazione di chat di gruppo, fino ad un numero di 100 partecipanti. Il successo di WhatsApp è stato immediato. Tant'è che, a soli tre anni di distanza dal suo lancio, la società annunciava che erano stati superati i 27 miliardi di messaggi scambiati ogni giorno dagli utenti. Ma le cifre erano destinate a continuare a crescere in maniera esponenziale: basti pensare che se ad aprile 2014 WhatsApp poteva contare su 500 milioni di utenti attivi che si scambiavano, ogni giorno, circa 10 miliardi di messaggi di testo e 700 milioni di fotografie (il tutto in soli sei anni dalla data di creazione), a fine agosto dello stesso anno, era stata varcata invece la soglia dei 600 milioni di utenti attivi mensilmente facendo registrare, in appena quattro mesi, un incremento del 20%. Ecco i motivi che hanno indotto, il 19 aprile 2014, Mark Zuckerberg (Chief Executive Officer di Facebook) ad acquisire WhatsApp, per la 'modica' cifra di 19 milioni di dollari. E qui ci sembra proprio il caso di dirlo: "Jan e Brian, Whatt's up? *Carla De Leo*

Empatica, la startup salvavita

Il binomio tecnologia-medicina diventa sempre più una realtà concreta. Senza andar troppo indietro negli anni sentirsi diagnosticare una malattia grave ma curabile o gestibile era, comunque, per il neo-malato un colpo tra capo e collo. Oggi la musica cambia: controllare il proprio male diventa una sinfonia quasi piacevole con l'alternanza di qualche nota bassa. Tutto grazie a una startup: Empatica. L'idea nasce in Italia, a Milano, nel 2011 grazie a Matteo Lai (32 anni) ingegnere del Politecnico di Milano e a due suoi colleghi – Simone Tognetti, 33 anni e Maurizio Garbarino, 30 anni – con la cooperazione successiva di una professoressa statunitense del Massachusetts Institute of Technology (MIT), Rosalind Picard. La startup ha come obiettivo primario di monitorare la vita quotidiana delle persone analizzando i dati raccolti da un braccialetto elettronico intelligente in grado di misurare lo stress, il battito cardiaco, la conduttività della pelle e la temperatura corporea. Nel 2012 vede la luce il primo prototipo chiamato E2, ma già l'anno successivo il mercato verrà fornito della nuova versione, E3, che in pochi mesi viene venduto in 30 paesi. Nel 2014 grazie alla collaborazione statunitense avviene il lancio della nuova versione E4 attraverso una campagna di crownfoundind Indiegogo (sito internazionale di finanziamenti nato nel 2007 in California) che porta nelle tasche di Empatica ben 300mila dollari. Empatica non è solo un misuratore di stress o temperatura, in alcuni casi diventa un vero salvavita. Come nel caso dell'epilessia: Empatica è capace di individuare l'arrivo di attacchi imminenti con un'accuratezza del 94% inviando un segnale di allerta sia al paziente stesso che a un familiare. Un dispositivo innovativo già adottato in molti ospedali e centri di ricerca. *Ilaria Cordì*

Matteo Lai

Il dispositivo Empatica un braccialetto elettronico intelligente in grado di misurare i parametri fisiologici di chi lo indossa

un iniziale lento processo di passaparola, accresciutosi nel tempo in modo esponenziale, sbaglia. Sicuramente vi rientra anche quel fattore, ma alle spalle esiste una realtà finanziaria ben consolidata. I soldi, si sa, si fanno con altri soldi. Mai sentito parlare di *venture capital*? Google è nato esattamente così. Ci sono idee di base che se sviluppate, potenzialmente promettono alti guadagni. È qui che si inserisce il *venture capitalist*, che col suo fondo finanzia – e non di poco (non lo farebbero le banche, per intenderci) – il progetto, attendendosi di rifarsi in futuro, con la crescita del progetto supportato. Dietro Blablacar c'è un fondo del genere (Accel Partner, uno dei principali fondi di investimento nel mondo digitale, con partecipazioni in Facebook, Groupon, Dropbox, Spotify, Rovio), lo stesso che ha finanziato il sito italiano *postoinauto.it* di Olivier Bremer. Bremer, oggi general manager Italia e DACH – Austria, Svizzera e Germania – di Balblacar, probabilmente, ha avuto la fortuna di trovarsi al posto giusto nel momento giusto. La cronaca ci dice che Bremer, studente in Germania, aveva notato come l'uso dell'auto condivisa fosse un costume in voga presso gli studenti tedeschi. Il prezzo del treno era troppo alto. Da lì la creazione di postoinauto.it, un sito in cui far incontrare la domanda e l'offerta di passaggi condivisi. Nata come un passatempo, la sua piattaforma si è trasformata in poco tempo in un lavoro a tempo pieno. La sua idea ha attratto l'attenzione di finanziatori privati che già da alcuni anni avevano sponsorizzato Blablacar e stavano cercando di lanciare la piattaforma a livello internazionale. Oggi Blablacar è il principale network di ride sharing in Europa che trasporta oltre 2 milioni di persone al mese e conta dieci milioni di iscritti.

Ora, al di là della fortunata coincidenza, questo esempio ci dice due cose: occorre partire dai bisogni della società, piuttosto che muoversi con un'idea curiosa e anche interessante; bisogna inve-

stirci un po' di tempo, affinché non resti una buona idea solamente sulla carta.

Non contano solo i soldi

Altro punto fondamentale da considerare è che chi ha successo ha sempre una solida struttura in grado di muoversi nel mercato. Non è soltanto una questione di soldi. In questo i Vc offrono spesso una mano. Poiché non iniettano soltanto enormi quantità di denaro, ma – è nel loro interesse – offrono anche un supporto per le scelte strategiche da adottare. Non dimentichiamo che quei signori si stanno 'giocando' una montagna di quattrini, sulla base di una scommessa: che in seguito vedranno quintuplicati quelle cifre grazie ai potenziali margini di sviluppo del progetto sostenuto. Se si capisce questo ragionamento, viene facile rispondere alla domanda posta, ovvero perché alcuni hanno successo più di altri? Perché le stesse idee hanno evidentemente un supporto, finanziario e strategico, molto diverso tra di loro. È questo però un motivo per scoraggiarsi? Assolutamente no. Anzi, significa che chi ha le idee (e ce ne sono davvero tanti) può trovare chi mette i soldi. L'importante, si è capito, è saper individuare il settore di mercato migliore.

Fare le domande giuste

Abbiamo già delineato l'importanza di porsi le giuste domande con cui generare le idee migliori. Domande che generano altre domande possono essere una strategia vincente. Le sessioni di *brainstorming* si basano su ciò. Molte aziende nel mondo ricercano innovazioni seguendo questa tecnica. Tuttavia non tutte le domande potrebbero avere un senso. E quelle che hanno un senso, in grado di imprimere una svolta nei ragionamenti, sono le cosiddette 'domande chiave'. La loro caratteristica è quella di costringere chi

Amorino: il gelato artigianale diventato bussiness

Amici sin dai tempi dell'infanzia, i reggini Cristiano Sereni e Paolo Benassi aprono a Parigi, sulla Ile Saint-Louis, 'Amorino': la prima delle loro gelaterie. Mossi da un bisogno quasi 'fisico' di trovare un gelato di ottima qualità – questione utopica a Parigi – e memori della loro infanzia, durante la quale almeno un gelato al giorno era 'obbligatorio', hanno 'fiutato' la possibilità di un investimento che funzionasse. Desiderosi , però, d oltrepassare il 'semplice' concetto di gelateria: lavorazione artigianale, prodotti naturali, senza coloranti o aromi artificiali e cura di ogni più piccolo dettaglio (dalle decorazioni, alla scelta dei punti vendita "posizionati in luoghi dove solitamente la qualità del cibo è pessima" – dichiara Cristiano Sereni in una sua intervista –) alla qualità del servizio.

Ad affascinare i parigini, che formano lunghe code davanti al negozio, è stato certamente anche il sinuoso aspetto dei gelati, serviti in cornetti ia forma di rosa. Per quanto le loro aspettative puntassero in alto, Cristiano e Paolo non avrebbero mai immaginato l'enorme successo che da lì in avanti li avrebbe travolti. Riuscendo in quella che possiamo tranquillamente definire una vera e propria impresa. Nel 2005 aprono un centro per la fabbricazione di gelati e in soli 13 anni Amorino apre 56 gelaterie in Francia, 27 in Spagna, 4 in Inghilterra, 7 in Germania, 7 negli Usa e, attraverso altri 90 negozi in franchising, è presente anche in altri 13 Paesi del mondo (tra i quali figura l'Italia), con un fatturato che si aggira intorno ai 40 milioni di euro l'anno. *Carla De Leo*

Musicraiser: la piattaforma di crowfunding Made in Italy a sostegno dei progetti musicali

Il sito creato nell'ottobre del 2012, da un'idea del cantante dei Marta sui Tubi, Giovanni Gulino, e della sua compagna Tania Varuni, si propone come un' idea di impresa innovatrice che vuol essere una risposta alla decennale crisi del mercato discografico. La sempre maggiore difficoltà nel portare avanti progetti musicali validi può essere così risolta mediante l'intervento del fan stesso. Il funzionamento di Musicariser è semplice quanto efficace: gli artisti propongono il proprio progetto al pubblico della rete, ricevendo direttamente da loro il sostegno necessario per portarlo a termine.
A cura del sito stesso viene lanciata una campagna di raccolta fondi che prevede, mediante appunto il coinvolgimento diretto dei sostenitori tramite i social, il raggiungimento di un determinato obiettivo che varia da progetto a progetto. Gli utenti (i 'raisers')scelgono liberamente in che misura sostenere l'artista. In cambio ricevono benefit di varia natura che vanno dalla copia autografata del disco, fino alla possibilità di accedere al backstage dei concerti. Se l'obiettivo non viene raggiunto le donazioni ricevute vengono restituite.
Inizialmente sono stati realizzate campagne per la produzione di dischi, ma successivamente ci si è allargati a raccolte di fondi finalizzate alla realizzazione di tour, videoclip, festival e altre iniziative connesse all'industria musicale. Come nel caso di 'Casa Bertallot' (la radio che il dj e speaker Alessio Bertallot ha fondato a casa sua dopo che il programma su Radio2 da lui condotto è stato cancellato) oppure 'Je suis Outsider', la campagna per finanziare la rivista Outsider. Più recentemente è stata data la possibilità ai fan di poter pre-ordinare una copia digitale del disco in produzione direttamente sulla stessa piattaforma.
Diversi gli elementi che ad oggi consentono di considerare Musicraiser come un'idea d'impresa di successo, nonostante qualche critica proveniente caso strano, ma non troppo nel nostro paese, dirittamente da alcuni addetti ai lavori. È sufficiente guardare un po' di numeri: 500 progetti italiani e internazionali finanziati; 60 mila utenti attivi sul portale e una percentuale di success rate delle campagne pari al 60%. In questi pochi anni sono stati sostenuti progetti di artisti sia emergenti sia di già conclamata fama ed esperienza come nel caso di Meg, Gianni Maroccolo, Pierpaolo Capovilla e Federico Fiumani . A fine campagna il sito trattiene per sé circa il 10% del capitale raccolto. L'accesso al crowfunding non è consentito a tutti indistintamente, Musicraiser si riserva la possibilità di selezionare attentamente i progetti da sostenere.
Viste le richieste provenienti dai paesi stranieri la piattaforma si è allargata al mercato estero. Sono state inaugurate due sedi a Londra e New York. Oggi è possibile creare campagne in 21 valute. Il salto è stato possibile mediante una ricapitalizzazione di 350.000 euro finanziata da B- Ventures, Key Capital e investitori privati. Il fondatore Giovanni Gulino è certo di poter superare la concorrenza dei competitors mediante la specificità delle soluzioni proposte, nonché la cura e attenzione nel seguire le singole campagne. *Michele Di Muro*

le pone o le ascolta, ad assumere una nuova prospettiva rispetto a un problema. Come si evince, alla fine si tratta di semplici regole, ma dal loro rispetto dipenderà la buona riuscita o meno di un'idea, traducibile in: maggiore o minore appeal per gli investitori, che è quello che conta. Senza tralasciare la norma delle tre F: *friends, family and fools* (familiari, amici e folli), ma convincere i primi due a sovvenzionare un progetto è relativamente semplice, per gli ultimi, i folli, bisogna saperla raccontare con solide argomentazioni.
Per concludere e tirare le fila, dunque, avere idee innovative non basta. Non sono più i tempi di Galilei o Volta. Oggi chi ha una trovata geniale rischia, se non ha un business plan, una struttura organizzativa, soldi e un pizzico di fortuna, di essere dimenticato come la società che inventò il videoregistratore. Già, la conosce qualcuno per caso? Il resto che si racconta, di inventori folgorati mentre attendevano un tram, che in pochi passaggi sono diventati milionari, sono favole per far dormire sugli allori coloro che quegli allori ancora nemmeno li possiedono. C'è chi le idee le sogna, infatti, e chi le realizza.

GAETANO MASSIMO MACRÌ

Il costo delle idee

9 mila l'anno, circa 26 al giorno, più di una ogni ora. È il bilancio del 2014 relativo alle novità industriali depositate dagli italiani presso l'Ufficio Brevetti: quanto devono pagare gli inventori?

Arrivano gratis, ma poi costa mantenerle. Sono le idee, quelle sotto forma di geniali invenzioni che si vogliono brevettare. Abbiamo fatto un po' di calcoli, scoprendo l'effettivo costo cui si va incontro, in Italia, per brevettare la propria idea.
Chiaramente stiamo parlando di invenzioni 'industriali'. Si tratta di tutte quelle idee che rappresentano innovazioni da applicare in campo industriale. Devono, quindi, essere oggetto di fabbricazione. Non si brevetta l'idea, infatti, ma il congegno, il supporto fisico. La domanda di brevetto può essere depositata da qualsiasi persona fisica o giuridica. Va da sé che l'idea non debba essere contraria al buon costume e che possegga le caratteristiche di novità e originalità.
Secondo i dati forniti dall'Ufficio Brevetti, nel 2014 sono state depositate 9.381 idee. La città con il maggior

numero di 'inventori' è Milano (2.708) seguita da Torino (1.133) e Roma che con Bologna chiudono il poker metropolitano più importante (rispettivamente 765 e 735). Il Nord, in generale, guida la classifica con Lombardia, Emilia, Veneto e Piemonte. Insieme hanno depositato, sempre nel 2014, il 74,4% delle invenzioni, una vera e propria area 'marchingegnosa' che sbaraglia nei fatti chi per tradizione ne sa sempre una più del diavolo. Una grande regione (in senso di estensione geografica e di densità di abitanti) come la Campania, infatti, patria di un popolo notoriamente 'fantasioso', si attesta soltanto all'11° posto (93 invenzioni). Mentre Rieti, Vibo Valentia e Vercelli le città (si intende anche la relativa provincia) con una sola idea depositata.

Le idee depositate nel 2014 regione per regione

Lombardia	2.708
Abruzzo	86
Emilia Romagna	1.427
Trentino Alto Adige	83
Veneto	1.294
Sicilia	78
Piemonte	1182
Umbria	72
Lazio	804
Calabria	71
Toscana	506
Sardegna	27
Marche	348
Dep.Postale/Militare	20
Friuli Venezia Giulia	286
Basilicata	13
Liguria	151
Molise	12
Puglia	118
Valle D'Aosta	2
Campania	93
Totale	9.381

Detto ciò, vediamo di capire quanto costa un'idea. Di seguito le 'voci di spesa' da considerare. Innanzitutto si devono pagare le tasse per il deposito che partono da un minimo di 120,00 fino a 600,00 euro, in base al numero di pagine consegnate.

Seguono, quindi, i diritti di mantenimento, a partire però solo dal 5° anno fino al 20°. Si devono pagare a partire dal 5° anno del mese in cui è stata depositata la domanda. Siccome passano due o tre anni dal deposito all'approvazione, quando approvano l'idea, bisogna calcolare il 5° anno dal mese di inizio di deposito. Per esempio: ho depositato l'idea nel 2013. Mi concedono l'ok nel 2015, per cui nel 2018 parte il periodo in cui pagherò la tassa annuale. Il mancato pagamento del tassa annuale fa decadere automaticamente la pratica.

GAETANO MASSIMO MACRÌ

I COSTI DEL BREVETTO

Tasse per il deposito	
120,00 euro	(fino a 10 pagine di documentazione)
160,00 euro	(11-20 pagine)
400,00 euro	(21-50 pagine)
600,00 euro	(oltre le 50 pagine)

Diritti di mantenimento	
60,00 euro	5° anno
90,00 euro	6° anno
120,00 euro	7° anno
170,00 euro	8° anno
200,00 euro	9° anno
230,00 euro	10° anno
310,00 euro	11° anno
410,00 euro	12° anno
530,00 euro	13° anno
600,00 euro	14° anno
650,00 euro	15° anno
650,00 euro	16° anno
650,00 euro	17° anno
650,00 euro	18° anno
650,00 euro	19° anno
650,00 euro	20° anno

Con il minimo delle tasse di deposito (documentazione massimo10 pagine) il costo totale definitivo per registrare e mantenere i diritti di proprietà del brevetto per vent'anni è di 6.740,00 euro

Roberto Esposito: il QI del marketing

Un'intelligenza fuori dal comune e una passione per il web. Ecco le 'armi' che hanno aiutato questo giovane salernitano a costruire una startup milionaria

A soli 21 anni è possibile essere inclusi nel 2% delle persone più intelligenti del pianeta? Ebbene si! Secondo *Mensa International* (associazione senza scopo di lucro di cui possono far parte solo coloro che hanno un Q.I superiore a 98) con un quoziente intellettivo pari a 148 Roberto Esposito rientra nella classifica. Roberto, oggi trent'enne ha iniziato la sua vita da blogger a soli 13 anni. Vi ricordate la serie televisiva sugli ufo, *Roswell*? Bene, lui è stato il primo a creare una delle più famose *community* per gli appassionati del telefilm promuovendo campagne di successo a cui hanno partecipato milioni di fans. Qualche anno dopo, in occasione dell'anniversario del film *Ritorno al futuro*, con un abile azione di *guerriglia marketing* per le strade di Napoli, ha chiesto ai cittadini di aiutare Jack Will a tornare a casa, disegnando la macchina per i viaggi nel tempo di Marty. In migliaia hanno risposto all'appello.

Nel 2010, lancia sul social network Facebook la pagina *Cinismo, insensibilità, humor nero e altre cose che si mangiano* (oltre 57 mila iscritti) trattando i problemi del mondo in maniera schietta, sarcasmo e di certo senza avere peli sulla lingua. Quindi, un nerd rivoluzionario che odia il mondo. Uno smanettone geniale che è riuscito a fare del marketing non convenzionale il suo vaso di Pandora nell'ambito del business. Il 2012 è il punto di svolta: vede nel *Wordl Wide Web* il suo domani e un inizio di cambiamento per coloro che navigano. Nasce così *DeRev,* una start up innovativa che spalanca le porte a una piattaforma di *crownfounding* di progetti culturali, progetti civici, eventi sociali o altre start up. In pochi mesi riesce a ottenere un investimento di 1,25 milioni di euro da un gruppo di personaggi riuniti nel brand *Withfounder*, grazie alla chiusura di un importantissima operazione di *early stage*, ovvero l'acquisizione temporanea di quote capitali di una società per finanziarne la fase iniziale di avvio al fine di realizzarne un guadagno. Un'idea miliardaria, che ha portato lo startupper a pubblicare *Crowfounding Wordl 2013*, un report sui finanziamenti nel nostro paese e nel mondo. In quello stesso anno ottiene la nomina di *Digital Democracy Leader* da parte della Microsoft e del Parlamento Europeo durante un evento a Bruxelles. Grandi risultati, quasi irreali, per il ragazzo campano che a soli dodici mesi dal lancio della sua startup, ha visto classificare *DeRev* come migliore piattaforma leader nel campo tecnologico ed economico, tanto che aziende e operatori di marketing 'litigano' per acquistarne le azioni, oggi quotate in borsa.

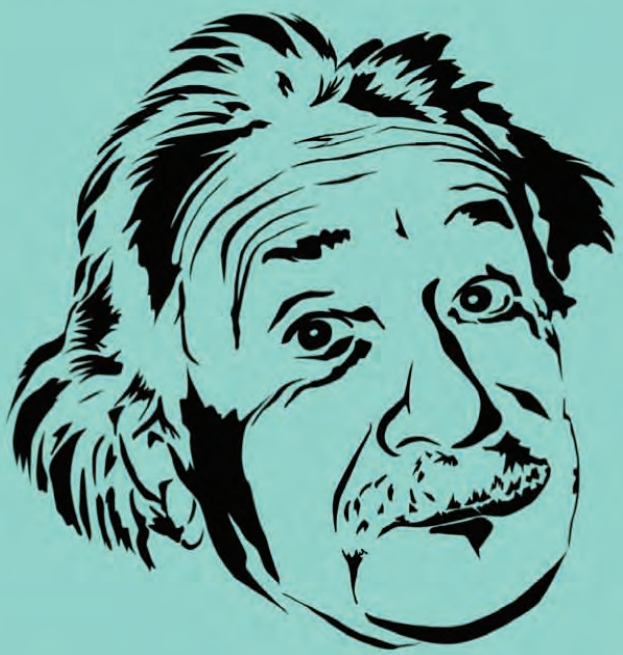
DE REV
BE THE CHANGE

Ma di progetti Roberto Esposito sembra averne ancora molti. Intanto all'inizio del 2015 ha collaborato al *Giffoni Innovation Hub,* una nuova divisione del *Giffoni Film Festival* che coniuga tecnologia e creatività al fine di ricercare e sviluppare nuove idee per lanciare opportunità lavorative e imprenditoriali. Non resta che aspettare per vedere cosa altro produrrà il suo eccezionale QI.

ILARIA CORDÌ

LA MENTE È COME UN PARACADUTE. FUNZIONA SOLO SE SI APRE.

Albert Einstein



www.upter.it

UNIVERSITÀ APERTA

upter

UNIVERSITÀ POPOLARE DI ROMA
Impresa sociale

27 DAL 1987

Via Quattro Novembre, 157 - 00187 Roma - Tel. 06.6920431

Sard Wonder
alchimista e ge

Dopo l'esperienza da commerciante con un proprio locale a Roma, Giorgio Peis ha reinventato se stesso e la sua specializzazione da barman, creando l'aperitivo itinerante e nuove ricette a base di aromi e spezie

Immaginatevi un medico del West di fine Ottocento, che gira per le strade polverose, passando da una contea all'altra – che poi in realtà, più che medici erano alchimisti e forse un po' tutt'e due le cose –. A caratterizzarli era quella valigia piena di meravigliose pozioni, per ringiovanire, curare i malanni e far innamorare. Adesso, immaginate che un personaggio simile giri ancora per le strade, incantando la gente con le sue creazioni. Ecco, avete trovato il 'Sardo meraviglioso'. La valigia lui ce l'ha, le pozioni le crea per davvero. E la gente lo guarda con meraviglia. Parliamo di Sard Wonder, al secolo Giorgio Peis. L'alchimista e gentiluomo la cui ricetta (di vita) è: "principi attivi e droghe sinergiche". Non lasciatevi traviare dai termini. Sard possiede un animo nobile e grazie ai suoi ingredienti e alla sua filosofia, è riuscito a ricominciare da capo, dopo un 'incidente' di percorso. La sua storia è fatta di spezie, profumi, spiriti, fantasia e tanta, tanta passione e professionalità.

Tutto ha inizio qualche anno fa', nel popolare quartiere di San Lorenzo a Roma, dove Giorgio è imprenditore di se stesso. Gestisce il suo locale, il "Sard Wonder", in cui ha investito forze e aspettative tipiche di un giovane artista/imprenditore. Poi, dopo circa sei anni, nel 2011, accade qualcosa che muta l'ordine degli eventi e per cui deve abbandonare il suo progetto. Un duro colpo per chiunque, finché "il destino o il caso hanno creato tutte le condizioni giuste per un primo cambiamento". La perdita dell' amico e collega Umberto, vicino di locale, è la miccia che fa detonare il tutto. Gli fa credere che ormai non abbia più nulla da perdere: *"Quel locale era stato testimone di tante belle amicizie e fruttuose esperienze e come tutte le storie che cercano il proprio destino, ormai dovevo cercare oltre"* – racconta –. Proprio in quel mentre iniziano a fioccargli le proposte di nuove avventure lavorative. A Giorgio sembra incredibile, finché non giunge puntuale il rovescio della medaglia: si rivelano tutte quante un grande bluff. Si fa sempre più chiara in lui la cognizione di quanto il suo mestiere, quello del barman, sia spesso sottovalutato e sfruttato. *"Il problema di questo lavoro e di tutto l'ambiente è l'improvvisazione. Non si riesce a capire che invece la figura di un professionista è una risorsa per un buon business e un sano ambiente di lavoro. Cercano solo di sfruttarti senza comprendere quale sia il valore aggiunto, e così annichiliscono la tua voglia di fare. A questo mettici un po' di sfortuna e le bollette da pagare e tutto allora diventa molto pesante!"*. La ricerca di una nuova posizione si fa difficile, il terreno su cui Giorgio cammina è sempre più friabile e all'orizzonte non riesce a intravedere alcuna via d'uscita. È solo, senza un lavoro, in una città che si rifiuta di valutarlo per la sua esperienza. E a tutto que-

entiluomo

sto si aggiungono alcune mosse errate: *"avevo dato fiducia a troppe persone non meritevoli. Investivo tutto me stesso ma non avevo poi il giusto riscontro. È stato allora che ho deciso di rivoltare le carte in tavola, rileggere i miei confini, definirne altri e rimettere tutto in gioco"*. Si rende conto che è ancora in grado di trasformare il buio in luce, attutisce il colpo e si rimbocca le maniche più di prima. Incomincia a studiare, ad accrescere la sua formazione. Si accosta al mondo delle spezie e della botanica. *"Ho iniziato i miei esperimenti per la creazioni di Bitter, sciroppi, disidratazioni aromatizzate ed elisir, cercando le buone maestranze del settore da cui potessi imparare, come Marco Sarandrea di Sarandrea Marco & C. (noto laboratorio di fitopreparazioni, piante officinali e loro derivati, liquoreria artigianale. della provincia di Frosinone). Quello che mi ha spinto a rimettermi in gioco, oltre a una mia sana consapevolezza, è stato il supporto energetico e positivo della mia compagna, nonché quello dei miei amici ed exclienti del Sard Wonder che non hanno mai smesso di seguirmi e continuavano a distanza di un anno a chiedermi quando e dove avrei mai riaper-*

Giiorgio Peis ***"Mi piace immaginarmi come un venditore di elisir tra le strade della città con la voglia di scoprire un posto nuovo dove sentirmi a casa ed affinare il mio naso...voglioso di buono!"***

to un locale, diventato ormai per loro un punto di ritrovo". È proprio in quel momento che Giorgio subisce l'illuminazione e si attiva per realizzare un nuovo progetto. Se il locale non c'era più e lui stesso non ne trovava uno dove realizzarsi, perché non creare il suo Sard Wonder itinerante? *"Ho deciso di andare in giro a ricreare le atmosfere del mio locale, mettendo in relazione lo spazio e le persone, creando qualcosa di tangibile che facesse riconoscere un posto, un sapore, un'emozione!"*. In altri termini, come quei medici ottocenteschi cui si accennava, Giorgio inizia a girovagare per le vie di Roma con la sua valigia piena di spezie, aromi e sciroppi, come ci racconta: *"presentandomi come Sard Wonder* 'Alchemist Gentleman' *e proponendo il mio progetto di* 'Aperitivo Itinerante' *che rispondeva perfettamente alle mie esigenze di sperimentatore e a quelle dei gestori dei locali che volevano diversificare la loro proposta con un prodotto originale e di qualità"*.

Nato per soddisfare le richieste di amici e affezionati clienti, quel progetto ha preso piede consentendogli di avere una vera e propria agenda di appuntamenti fissi settimanali. Da allora Giorgio

Da disoccupato a 'venditore di elisir'

ha cominciato a girare per ottimi locali, dando prova della sua 'arte' e collaborando con grandi esperti di cucina e non solo. Di fronte agli impegni che crescevano in modo esponenziale, ha dovuto metter su una squadra – come li stesso ci racconta – *"fatta di gente disposta a mettersi in gioco con umiltà, professionisti e non, accomunati da un solo scopo: lavorare ricreando una magia, con le energie giuste. Ciò dovrebbe far capire che questa è una professione, certamente, ma anche un dono, fatto di fori, spezie ed elisir!"*. Il cambiamento di prospettiva è enorme. Da disoccupato a *'venditore di elisir'* per le strade cittadine, a contatto e confronto con nomi importanti sia della gastronomia che del beverage. Di strada ne ha percorsa davvero tanta questo piccolo (per statura) sardo, nato a San Gavino Monreale, tra Cagliari e Orsistano, classe '77. Oltre a giocare al piccolo alchimista, cura da professionista il lancio di molti locali romani. Perché ormai la sua via non è più legata al 'posto fisso', ma è alla continua caccia delle giuste sinergie da ricreare in un ambiente di lavoro. Un mestiere anche questo, in fondo. Progettato su misura da e per se stesso. Un esempio per tanti che, catapultati a terra all'improvviso, non riescono a rialzarsi e ad andare avanti. Sul luogo di lavoro Giorgio Peis è estremamente professionale, serio, preciso. Poi, scoprendo meglio le carte si capisce che è un fiume in piena. Ha un'agenda fitta di impegni, una lunga serie di progetti all'attivo. Oltre a quello 'itinerante', infatti, sta portando avanti *'Spiriti fragranti'*, un connubio tra liquori e profumi, basato sulle spezie e le essenze usate nell' alta profumeria. Lo studio sui fiori e i profumi è ben sintetizzato proprio nello slogan *'principi attivi, droghe sintetiche'*. *"Mi riferisco ai principi attivi naturali,* – ci spiega – *estratti dalle piante, usati nella medicina naturale o in fitoterapia. Per droghe si intende la parte della pianta che contiene i principi attivi. Io lavoro sulle combinazioni di piante officinali le cui droghe sono complementari e sinergiche tra di loro"*.

Un'ultima curiosità. Perché questo nome? *"È legato al mio periodo australiano, quando ero conosciuto da tutti come 'il sardo'. Una mattina, al risveglio, mi trovai al mio fianco una saponetta con su scritto* 'sard wonder'. *Pensai subito a uno scherzo dei coinquilini per ribadire la mia 'sarditá'. Invece, con grande dispiacere, mi resi conto solo dopo che si trattava di una famosa marca di detergenti e saponi per la casa. Un simbolo riconoscibile per pochi in una terra lontana, così l'ho portato con me a Roma!"*.

Per un personaggio così colorato, il genere letterario preferito, quasi in controtendenza, nemmeno a farlo apposta, è il noir. Anche questo, infondo, ci sembra 'wonder'.

GAETANO MASSIMO MACRÌ

I bambini che puoi adottare a distanza sono sempre più vicini.

ANCHE MAX PISU CI SOSTIENE

Per adottare a distanza non serve andare lontano.
Con la Fondazione "aiutare i bambini" puoi dare il tuo sostegno non solo a un bambino di un altro Paese ma anche a chi vive in Italia: si chiama adozione in vicinanza e bastano solo 15 euro al mese, meno di un caffè al giorno. Scopri di più su **www.aiutareibambini.it.** Insieme possiamo fare molto.

seguici su:

Fondazione "aiutare i bambini" Onlus
Via Ronchi 17, 20134 Milano - Tel. 02 21.00.241
www.aiutareibambini.it

aiutare i bambini
ogni giorno, davvero

Photo: Cesare Medri

Si ringrazia l'editore per lo spazio concesso.

Pisa, chiesa di Santa Maria della Spina. L'edificio è chiuso dalla primavera 2013 per problemi al tetto; il restauro è partito nel settembre 2014.

La sfida dei beni culturali

Cosa significa tutelare il patrimonio artistico, culturale e paesaggistico italiano? Quale ruolo avranno Stato e sovrintendenze nella salvaguardia? A queste e altre domande ha cercato di dare risposta la raccolta di saggi 'De-Tutela', edito da ETS

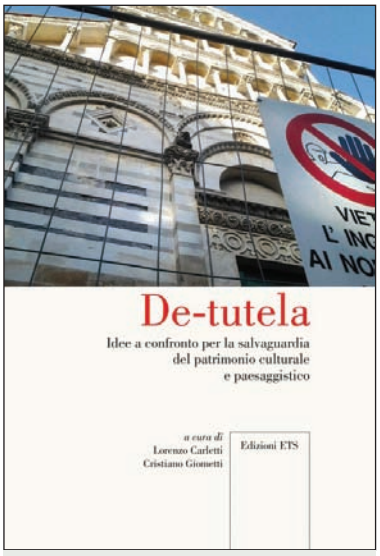
Sulla tutela o senza tutela? È in grado l'amministrazione di tutela di svolgere il ruolo di garante perché i cittadini possano continuare a confrontarsi con il proprio passato? La cultura può 'auto-sostenersi' e creare reali posti di lavoro? E, qualora la risposta fosse negativa, che senso avrebbe per l'Università (e ancora più per i cittadini) continuare a formare storici dell'arte, archeologi, archivisti, bibliotecari se le loro posizioni professionali saranno occupate a titolo gratuito da soggetti diversi attraverso forme di volontariato?

I quesiti posti da *'De-tutela. Idee a confronto per la salvaguardia del patrimonio culturale e paesaggistico*', edito da ETS, sono molti, forse troppi. Il volume, curato da Lorenzo Carletti e Cristiano Giometti, è il risultato degli interventi di Paolo Berdini, Giorgio Bonsanti, Fulvio Cervini, Michele Dantini, Vittorio Emiliani, Fabrizio Federici, Maria Teresa Filieri, Alessandro Furiesi, Davide

Gasparotto, Denise La Monica, Tomaso Montanari, Sara Nocentini, Adriano Prosperi, Salvatore Settis, Bruno Toscano, Giuliano Volpe e Bruno Zanardi. Il testo è articolato in cinque sezioni, introdotte dal contributo dei due curatori, Lorenzo Carletti e Cristiano Giometti, dal titolo *'Tutela a pezzi. Un recente caso pisano e le prospettive nazionali'*, nel quale vengono presi in considerazione alcuni casi emblematici di mancata tutela, come quelli 'pisani' della basilica di San Paolo a Ripa d'Arno e della chiesa di Santa Maria della Spina. All'introduzione fanno seguito i cinque fondamentali temi affrontati nel volume: *'Territorio e paesaggio'*; 'Volontariato e beni culturali'; 'Tutela e valorizzazione', 'Web, formazione e ricerca', 'Favole e utopie'.

"Per salvaguardare l'onore pubblico della Città di Roma, la Colonna non dovrà mai essere danneggiata o demolita ma restare così com'è, per tutta l'eternità, intatta e inalterata fino alla fine del mondo. Se qualcuno attenterà alla sua integrità, sarà condannato a morte e i suoi beni saranno confiscati dal fisco", recita la delibera della municipalità di Roma sulla Colonna Traiana del 1162. Del resto, che l'Italia sia stato il primo paese al mondo a dotarsi di regole e istituzioni pubbliche nel settore dei beni culturali è dato ormai acclarato. Già in epoca romana i monumenti costituivano un indissolubile principio di identità civica. In altre parole, 'bellezza' e 'decoro' di una città andavano di pari passo con 'dignità' e 'pubblico onore' dei cittadini. Qualcosa che, purtroppo, sembra essere terribilmente distante dall'attuale scenario culturale italiano, il quale fa emergere una progressiva 'perdita di coscienza' in materia, con una ricaduta diretta sulla tutela del nostro patrimonio artistico e ambientale. Tutela che, secondo gli articoli 1 e 4 del *"Codice dei beni culturali e del paesaggio'* (DLgs 22 gennaio 2004, n. 42), in attuazione degli articoli 9 e 118 della Costituzione, spetterebbe alla Repubblica italiana, attraverso il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (Mibact), e mediante la collaborazione delle regioni (art. 5, commi 3 e 4) e dei soggetti privati. Eppure, nonostante la normativa dica diversamente, l'assenza di una politica di tutela unificata e coerente da parte dello Stato, il solo in grado di avere una visione generale completa, rappresenta un rischio tangibile e reale, connesso in particolar modo, per dirla con Salvatore Settis, al "patriottismo for profit di chi investe in beni culturali solo per averne un rientro economico". Per non parlare del notevole ritardo culturale in cui oggi il settore dei beni culturali e ambientali si trova, e le cui cause vengono evidenziate, in particolare, dal contributo di Bruno Zanardi, 'La tutela del patrimonio artistico in Italia'. 'De-Tutela' affronta, altresì, il problema della salvaguardia del 'paesaggio' in Italia, dove, per citare ancora Salvatore Settis, *"ogni disastro [ambientale] è opera del fato avverso o di congiunture astrali"*. Un Paese dove, anziché analizzare le fragilità del territorio e concepire piani organici di conservazione preventiva attraverso 'mappe del rischio', si preferisce 'mettere una pezza' quando sopraggiunge un'emergenza. Dove gli investimenti per la messa in sicurezza del territorio, nell'ultimo vent'ennio, sono diminuiti del 50% e nel quale i costi della mancata manutenzione

Salvatore Settis: *"Nel nostro Paese, i costi della mancata manutenzione sono stati valutati in 3,5 miliardi di euro l'anno"*



De-tutela
Idee a confronto per la salvaguardia del patrimonio culturale e paesaggistico
AA.VV.
A cura di:
Lorenzo Carletti, Cristiano Giometti
Edizioni ETS, Collana microstorie d'arte
Formato: cm.14x21
Pagine: 176
Anno: 2014
Prezzo: 15,00 Euro

Pisa, basilica di San Paolo a Ripa d'Arno. Dal gennaio 2012 presenta gravissimi problemi strutturali.

sono stati valutati in 3,5 miliardi di euro l'anno.
Il libro non tralascia neanche la grande questione del 'volontariato' nei beni culturali, tema spinoso soprattutto per i giovani laureati nel settore che si affacciano sul mondo del lavoro, spesso saturo o bloccato da discutibili politiche culturali. In particolare, si corrobora l'assunto, di per sé scontato (ma non in Italia), di come, per intervenire sul bene, siano necessarie precise e solide competenze: il restauro di un'opera, uno scavo archeologico, la riorganizzazione di un archivio non possono che essere condotti da persone competenti e appositamente formate. Inoltre, come suggerisce Antonella Gioli, affinché la collettività riconosca nel patrimonio un reale valore, occorre che questo venga spiegato, illustrato e mediato al pubblico. Nel caso del sistema museale, ad esempio, affinché il museo diventi una 'macchina culturale' complessa e accessibile, non è più sufficiente la semplice ostensione delle opere, ma la loro traduzione e comunicazione al pubblico. Diversamente, gli oggetti rimangono muti e chiusi in se stessi. Questa è però un'operazione che richiede competenze specifiche maturate attraverso appositi corsi di laurea, specializzazione o master, da retribuire adeguatamente.
La pubblicazione di 'De-tutela', a dicembre 2014, è avvenuta in corrispondenza di una importante riorganizzazione del Mibact (Ministero dei beni e e delle attività culturali e del turismo), che ha riguardato in particolar modo le Direzioni regionali, le Direzioni generali centrali, la Direzione generale Turismo e la linea di comando tra amministrazione centrale e Soprintendenze. Una 'rivoluzione' (per citare lo stesso ministro dei beni culturali, Dario Franceschini) accompagnata da numerose proteste da parte di un gruppo di addetti ai lavori, i quali hanno espresso gravi perplessità e preoccupazioni circa, in particolare, la progressiva diminuzione dei funzionari e del personale tecnico scientifico e la 'Norma Giusta'. Quest'ultima, allo scopo di evitare 'soprusi' da parte dei Soprintendenti (i veri 'capri espiatori' di un sistema di per sé fallace e fallimentare), prevede il ricorso a una commissione costituita da personale dirigente del Mibact, già in difficoltà per l'esiguità di strumentazione e organico preposto. Tali perplessità emergono, in buona parte, all'interno del volume, che in questo senso si dimostra essere estremamente 'lungimirante': ne costituisce un esempio l'intervento di Salvatore Settis, intitolato 'Il nostro patrimonio artistico in bilico tra pubblico e privato', dove l'autore pone il problema dello svuotamento di risorse degli uffici di tutela e delle conseguenti disfunzioni, nonché del ruolo delle Soprintendenze, giudicate assolutamente fondamentali nel sistema di tutela italiano, ma 'devastate' dai dimezzamenti di bilanci operate dai governi dell'ultimo vent'ennio.

Antonella Gioli: ***"Possono fare interventi di educazione, comunicazione, promozione, divulgazione, esposizione, accoglienza, sorveglianza, persone non competenti che si offrono come volontari per passione, tempo libero, interesse? Li ringrazio, ma assolutamente no, per il bene dell'opera e della collettività".***

SERENA DI GIOVANNI

Tomaso Montanari:
"Lo Stato deve tornare a fare la sua parte"

"Una nazione più colta diventa *indirettamente* anche più ricca: ma questo non ha nulla a che fare con la messa a reddito (e a reddito privato) del patrimonio pubblico". In modo molto eloquente, nel suo saggio pubblicato all'interno del libro"De-tutela', lo storico dell'arte fiorentino critica il tentativo italiano di messa a rendita del patrimonio culturale. Un assunto che denota un errore storico-teorico, perché nella storia occidentale la cultura è sempre stata il dividendo di un investimento economico: mai è accaduto il contrario. Un testo avvincente nel quale vengono elencate senza mezzi termini le responsabilità e le cifre del suicidio culturale italiano.
D'altronde la passione di Tomaso Montanari per la sua professione e per il patrimonio culturale italiano si evince già da quanto scrive nel suo blog: "sono convinto che gli storici dell'arte servano a fare entrare le opere d'arte nella vita intellettuale ed emotiva di chi si occupa di tutt'altro. Penso anche che l'amore per la storia dell'arte non debba essere un fatto privato (o peggio un'evasione, o un modo per non pensare), ma pubblico e 'politico'. L'articolo 9 della Costituzione ha, infatti, mutato irreversibilmente il ruolo del patrimonio storico e artistico italiano, facendone un segno visibile della sovranità dei cittadini, dell'unità nazionale, e dell'eguaglianza costituzionale, perché ciascuno di noi (povero o ricco, uomo o donna, cattolico o musulmano, colto o incolto) ne è egualmente proprietario. Ma tutto questo è assai difficile da capire, perché oggi la storia dell'arte non è più un sapere critico, ma un'industria dell'intrattenimento 'culturale' (e dunque fattore di alienazione, di regressione intellettuale e di programmatico ottundimento del senso critico). Strumentalizzata dal potere politico e religioso, banalizzata dai media e sfruttata dall'università, la storia dell'arte è ormai una escort di lusso della vita culturale".

Tomaso Montanari, in 'De-tutela' lei sostiene che i musei – e più in generale la cultura - non generano 'reddito', ma "civilizzazione, umanità e coesione sociale". Sulla base di ciò, un economista senza scrupoli potrebbe definire 'cattivo' o 'poco produttivo' un investimento economico nel campo dei beni culturali. Cosa gli risponderebbe?
"Un economista senza scrupoli dovrebbe innanzitutto spiegarci come la scienza economica ci abbia ridotto nello stato in cui siamo. Lo Stato deve produrre coesione sociale: pena la sua dissoluzione. Il patrimonio è una delle migliori leve per farlo".

Secondo il suo parere la cultura, se non può 'fare cassa', può comunque 'auto-sostenersi' e creare reali posti di lavoro, o deve 'arrendersi' al volontariato?
"Né l'uno né l'altro: lo Stato deve tornare a fare la sua parte. Siamo sotto la metà della media europea di spesa pubblica in cultura. È ora di cambiare. Le civiltà muoiono: dipende solo da noi".

Allo stato attuale, che senso hanno le facoltà di conservazione dei beni culturali, storia dell'arte, archeologia ecc. dalle quali ogni anno escono orde di laureati con il massimo dei voti speranzosi di trovare un impiego nel settore?
"Ho più volte definito i corsi in beni culturali delle vere e proprie truffe. Vanno chiusi. Abbiamo bisogno di storici dell'arte, non di operatori dei beni culturali. Non troppi e molto bravi".

Cosa pensa, veramente, della riorganizzazione del Mibact operata da Dario Franceschini?
"Mi piace al 30% in teoria. In pratica, per come viene applicata, mi piace al 10%. A spesa invariata rischia di essere la pietra tombale sul patrimonio italiano".

SERENA DI GIOVANNI

Bere la birra dei longobardi, mangiare il** savillum **e al contempo visitare luoghi con tanto di guida al seguito: è l'Ancient Aperitif. Un gruppo di giovani studiosi romani aprono ai visitatori le porte di siti spesso poco frequentati, offrendo un vero e proprio viaggio nel tempo tra Storia e gusto

L'aperitivo archeologico

La storia che vi raccontiamo appartiene a quelle di successo. A quel particolare successo che nasce quando la buona volontà e l'inventiva si mescolano per trovare una fuoriuscita dal pantano immobilista del mondo del lavoro. Lo sanno bene i laureati. Figurarsi quelli in archeologia che vivono nel paese più 'ricco' di storia e siti da visitare, poco e mal sfruttati. Come dice il proverbio: *il Signore dà il pane a chi non ha i denti*. E chissà che i nostri giovani archeologi, di cui vi vogliamo parlare, non si siano ispirati proprio a quel detto per dar vita al loro 'Ancient Aperitif'. Un modo per coniugare la cultura in senso elevato con il divertimento e la scoperta culinaria attraverso i secoli. L'idea l'ha avuta l'archeologo Ciro Marra, durante una visita alle Case Romane del Celio. *"Facevo l'organizzatore a partita iva.* – ci racconta – *Quando andai lì, pensai: 'questo è un bel posto. Potrei riempirlo di stranieri. Sarebbe l'ideale per un 'aperitivo archeologico'. Usai proprio quella espressione"*. Probabilmente alle frotte di stranieri non ci credeva nemmeno lui, ma tant'è. L'arte di sapersi rivendere, in tempi di magra, è più preziosa dell'oro. Gli amici a supporto di questa brillante idea e un programma di marketing hanno fatto il resto. Poi il successo, tramite il passa parola e la pubblicità sui social network. Per avere una vaga idea di cosa stiamo parlando, solo nel mese di dicembre, confida Marra, *"abbiamo mosso 800 persone e 600 sono nuove"*. Significa che ben 400 nuovi visitatori sono stati sottratti dal letargo. Alla faccia di chi sostiene che la cultura in Italia non può essere un modello di business. *"Esatto,* – conferma Marra – *sono persone che probabilmente non si sarebbero mai mosse. Oltretutto appartengono a diverse fasce di età, questa è la cosa che mi rende contento"*. Cos'è però esattamente un 'aperitivo archeologico'? È una visita guidata all'interno di un sito, che si conclude con un momento culinario, durante il quale ai visitatori vengono offerti cibo e vivande preparati secondo i criteri dell'epoca, in tema con il periodo storico del caso. Prima dell'assaggio viene anche fornita una spiegazione 'archeologica' legata alle portate. Interessante, si dirà. Anche se a prima vista parrebbe offrire, rispetto alle normali visite guidate, solo alcuni piatti e bevande ricercati (fatto che comunque già di per sé sarebbe una novità).

Ciro Marra, archeologo e ideatore dell'Ancient Aperitif

È così dottor Marra? Le vostre sono soltanto normali visite, rivedute e corrette da un menu ben studiato nel finale?
"No, assolutamente. Dietro al nostro aperitivo archeologico c'è una vera e propria regia curata nei minimi dettagli, insieme agli altri col-

Un menu speciale della Roma antica. *Ecco alcune ricette tipiche che venivano preparate nell'antichità in occasione delle ricorrenze importanti.*

Un progetto di archeologia sperimentale basato sulla cucina. **Ma quali sono i piatti dell'antica Roma?** "Sicuramente va citato il *libum*", dice Ciro Marra, "un dolce di farina di farro, formaggio e alloro. Nei momenti di festa si libava agli dei e il libum veniva offerto a Giove Capitolino in ricordo degli antichi sacrifici di animali e forse anche persone. A Roma c'erano diverse tipologie di matrimonio. "Nel matrimonio privato era usanza preparare un dolce simile al libum, la torta di confarreatio a base di farina di farro che veniva divisa tra gli sposi patrizi".
E la birra? – chiediamo. "Fino al XII secolo non aveva il gusto amaro tipico del luppolo. Stiamo studiando con un produttore la possibilità di riprodurne una seguendo perfettamente una ricetta di una volta".
Ma gli antichi romani facevano l'aperitivo? "Bisogna dividere la cena in tre momenti distinti. C'era la *gustatio*, l'aperitivo, l'antipasto vero e proprio; la cena propriamente detta; la *commissatio*, ovvero la fase delle bevute finali". Dunque, quello che oggi è il nostro aperitivo in definitiva è una sintesi tra i due estremi di una tradizione molto antica.

laboratori. Tutti archeologi, si intende. Noi preferiamo raccontare una storia. Non offriamo solo una visita a un museo o a un sito archeologico, ma cerchiamo, attraverso il 'viaggio narrato', di non annoiare la persona. Sintetizzando, potremmo dire: cultura uguale intrattenimento. Abbiamo la presunzione di volerla vestire bene, la cultura, è come se le mettessimo un tacco alto e un abito da sera".

Quindi, dovremmo rinnovare il modo di proporre l'arte e la cultura in generale in Italia?
"Bisogna scendere dal piedistallo e stare a contatto con la gente. Le persone vogliono divertirsi e noi possiamo far capire che la cultura può essere un piacere. In fondo l'idea dell'aperitivo è l'esca per attrarre il pubblico a partecipare a visite ben curate. La 'lezione universitaria' rischia di essere edonistica, quasi autoreferenziale. Quando ho iniziato a fare la guida, avevo un'idea in testa: 'deve essere divertente', mi dicevo. Notavo che nella maggioranza dei casi le visite erano lezioni universitarie e questo lo dico pur avendo fatto parte di quel mondo".

A giudicare dai numeri, avete ragione voi. Cosa si nasconde dietro questo successo?
"Siamo tutti archeologi. Questo progetto nasce avendo alla base la passione proprio per l'archeologia. E vorremmo anche sfatare un tabù, quel-

Intrattenere facendo cultura *La visita archeologica deve essere una lezione universitaria, bensì un viaggio piacevole e divertente*

lo per cui con la cultura non si fanno i soldi e non si offre lavoro. Con le idee giuste e un minimo di voglia di provare a sfondare qualche porta che solitamente è chiusa, le possibilità si possono creare. Abbiamo avuto difficoltà iniziali, certo. Non è stato facile trovare i siti, la nostra burocrazia rappresenta in tal senso un forte ostacolo. Però girando, piano piano ne abbiamo trovati. Ora ne abbiamo 5 su cui ruotiamo".

A proposito di siti, vi muovete spesso tra quelli meno ricercati della Capitale. C'è ancora molto da scoprire a Roma o mostrare al pubblico?
"Le parlo da archeologo e come tale le dico che non finisco mai di stupirmi. L'altro giorno mi sono ritrovato a visitare una biblioteca rinascimentale dentro la chiesa di Santa Croce in Gerusalemme. Pochissimi ne sono a conoscenza. Un luogo davvero spettacolare. Poi è ovvio che, ora che cominciamo a muovere un folto numero di persone, potremmo trovare realtà più importanti che vogliano ospitarci".

Parliamo dell' aperitivo vero e proprio. Nei vostri viaggi archeoculinari spaziate lungo tre epoche: antica Roma, Medioevo e Rinascimento. Come costruite il menu?
"La parte che mi diverte di più è proprio lo studio delle ricette. Per esempio in quello barbarico, che è stato un evento 'speciale', ma pur sempre

una sotto branca di quello romano, ho ricercato le fonti nei manoscritti, - in questo caso è stato il *Codex Parisinus Latinus*. Dopodiché faccio una selezione pensando sia a cosa potrebbe piacere alla gente, sia a proporre pietanze fattibili, riproducibili che però abbiano un senso. I piatti devono essere un sunto del periodo in questione. Per esempio, nel caso dell'aperitivo romano, è importante inserire il miele. A volte può essere semplice. Per l'antica Roma abbiamo molte fonti, come Apicio, Columella. In altri casi, come per i medievali che sono più difficili, si procede con uno studio approfondito dei manoscritti".

Ci spieghi come si passa all'atto pratico, da una fonte al piatto vero e proprio. Chi cucina?
"Abbiamo un team di esperti per il catering. Sottopongo a loro la ricette e chiedo quali siano i punti critici, ne parliamo insieme, proviamo. È una parte molto divertente, dove nasce proprio un dialogo tra 'antico' e 'moderno'. Alcune volte siamo molto filologici, altre meno. Prepariamo dei piatti che già sappiamo che potranno non piacere. Fa parte del gioco, della visita. In ogni caso si tratta di un modo per viaggiare nel tempo".

Cosa gradisce soprattutto la gente dei vostri menu a tema?
"I dolci, direi, come i *globula* dell'antica Roma e i vini speziati, romani e medioevali".

Visto l'ampio riscontro, vi 'espanderete' in altre epoche?
"No. A parte eventi speciali come quello barbarico, per esempio, che comunque rientra in una delle tre epoche, in futuro stiamo pensando di farne uno sempre nell'antica Roma, di taglio però 'militare', al Museo delle Mura. È al vaglio anche l'Egitto e gli Etruschi".

La fantasia e le conoscenze non sembrano mancare a questo gruppo di ragazzi. Il materiale con cui lavorare, come si sa, abbonda. Non resta che aspettare i prossimi appuntamenti per soddisfare la sete di sapere. Anzi, sarebbe il caso di dire per 'saziarsi' di conoscenza. Per ironia, forse ci voleva proprio un gruppo di amanti del passato per svecchiare questo Paese e insegnare che la cultura può e deve essere intrattenimento. Perché in fondo, vista così, non è mai stata così bella e 'buona'.
Per saperne di più sugli aperitivi archeologici, i menu del passato e i siti che ospitano le visite guidate, potete andare sul sito www.aperitivoarcheologico.it

GAETANO MASSIMO MACRÌ

Lo studio delle ricette

Tutte le pietanze proposte nell'Ancient Aperitif sono il frutto di accurate ricerche attraverso gli antichi manoscritti di Apicio, Catone, Columella. Ricette in latino scritte tra il I e il IV secolo a.C.

Gusto e cultura al bar letterario

La particolarità del 'Lol Roma Bar e Letteratura' inaugurato a marzo nella capitale è prima di tutto l'alta pasticceria che trae le origini dall'autentica tradizione siciliana

La Sicilia è la terra di Filippo Borrello e il profumo delle zagare si avverte nelle sue ricette: pasticcini al limone, gelato artigianale, cassatine, gli immancabili cannoli, nonché nelle torte cremose al pistacchio di Bronte. Ma il fiore all'occhiello di questo nuovo e fresco spazio è l'offerta culturale. Il "**Lol Roma Bar e Letteratura**" è un piccolo spazio situato nella Circonvallazione Gianicolense al numero civico 182, che la domenica pomeriggio dalle 17,00 alle 20,00 si trasforma in una pedana per gli autori che vogliono presentare i propri libri a una cerchia ristretta di amici. Poi, dalle ore 20,00 alle 21,00 si da la possibilità a tutti gli avventori di farsi leggere da attori professionisti, le poesie amate o i brani di romanzi da loro stessi preferiti. La gestione è curata fin nei minimi dettagli da Filippo e Silvia. Perché la cultura deve essere gustata come un buon dolce.

Chiediamo a Filippo Borrello, perché Lol Roma Bar e Letteratura?
"Lol, queste tre lettere sottintendono l'estrosità delle situazioni pazze e irresistibili che la vita ci propone quotidianamente, così come quegli sketch televisivi divertenti; Roma, perché la capitale è la città più bella del mondo e, vista al tramonto, è un vero spettacolo specialmente al tramonto! Bar e Letteratura, perché è sempre stato il sogno e della nostra famiglia".

La tradizione siciliana nella tua pasticceria da quale città dell'isola proviene?
"Da Messina, con la sua dimensione storica e culturale, ricca della sua misteriosa e complessa identità. Vi ricordo che abbiamo avuto le invasioni arabe e gli insediamenti greci; però a pensarci bene anche ora abbiamo queste invasioni, la storia non cambia. L'arte di preparare il cibo e di mangiarlo diventa allora, in questo contesto, soggetto e prodotto culturale a tutti gli effetti. Il dolce, addirittura, si ritaglia un ambito esclusivo, ricco di significati simbolici, perché sganciato sin dalle origine dalla sua funzione naturale di alimento e legato invece all'universo più complesso e più profondo della natura umana".

Non solo Pasticceria ma anche gastronomia. Anche questi piatti così diversi tra loro sono preparati da te?
"Diciamo che in parte, a questa domanda, ho risposto precedentemente ma devo dire che per

me è un piacere impastare gli ingredienti secondo le regole della tradizione culinaria, ed ecco che sforno torte ai vegetali, sfoglie naturali, supplì e arancini unici secondo la tradizione siciliana vera, autentica, poiché la creatività non mi manca ed è la creatività e il buon gusto che differenziano la mia gastronomia dalle offerte degli altri bar, o ristoranti, addirittura".

Lol Roma Bar per la cultura, quale rapporto avete con l'arte in genere?
"L'arte ci scorre nelle vene: mio suocero, che ha il mio stesso nome, viene dall'Accademia di Belle Arti, dipinge, e mantiene le tradizioni di Arquata del Tronto nelle Marche dove è nato e dove è in ottimo stato di conservazione la Rocca, il castello turrito; Silvia la mia ragazza, ama l'arte in genere, i fiori, gli animali; la mamma, Rita trasteverina autentica, è un'appassionata di letture, sta sempre con i libri in mano, di narrativa, di poesia e di cucina, logicamente. Spesso è qui al banco con noi. Mia madre, Caterina, è di Messina e spesso ci viene a trovare e mi aggiorna sugli antichi piatti della cucina messinese. Io, oltre a cucinare – mi chiamano "maestro" – e ad allestire con arte i piatti, che devono anche affascinare l'occhio, nutrire con sapienza specialmente in questo periodo scombinato del mordi e fuggi, scriv e non è detto che un giorno non pubblichi qualche libro, magari di ricette".

Due giovani, Filippo e Silvia, che lasciano i propri lavori per intraprendere i rischi di una nuova iniziativa; quanta fiducia avete in voi stessi?
"Lasciare il proprio lavoro certo per intraprendere un nuovo lavoro con tutti i rischi d'impresa ci ha sottoposto a critiche spesso severe ma che abbiamo insieme, di comune accordo, superato. Come si dice: l'unione fa la forza e comprendiamo quanto dai nostri amici e conoscenti ci è stato detto! Prima di tutto la fiducia in se stessi, nelle proprie capacità da mettere in gioco, il coraggio che ci viene dalla nostra giovane età, il supporto dei genitori e l'amore! Questi sono gli ingredienti base almeno per iniziare!".

Come pensate di organizzare le presentazioni di novità letterarie?
"Prevediamo di iniziare con la presentazione di libri sia di narrativa sia di poesia e, perché no,

anche di qualche saggio e non disdegniamo neanche i dibattiti su argomenti culturali, di costume di… cartoni animati; siamo Lol, e quindi imprevedibili e irresistibili! Abbiamo già preso contatti con un'associazione culturale, Le Ragunanze, che ci supporterà per l'organizzazione dei primi eventi. Lo spazio può contenere al massimo 25 persone ma questo non ci impedisce di diffondere cultura, letteraria e gastronomica, per nutrire il cervello, l'anima e il corpo".

GIUSEPPE LORIN

Roma. Tor Marancia. Street art. Nostra Signora di Shanghai by Mr.Klevra, veduta d'insieme (Foto R. Restifo).

Quando l'arte è partecipata

Mr. Kevlar

Intervista a uno dei 20 artisti provenienti da dieci diversi Paesi del mondo, che hanno lavorato al progetto di arte pubblica partecipata 'Big City Life', per la riqualifica di alcune periferie romane

Nato a Roma nel 1978, dove vive e lavora, Mr. Klevra (in ebraico 'cane rabbioso) è laureato in ingegneria civile. Ha sempre coltivato la passione per l'arte: ricorda di aver disegnato fin dalla tenera età. Approdato alla Street art nel 1994, inizia a dipingere per strada come writer e, rimanendone affascinato, coltiva l'urban art parallelamente alla sua produzione di artista 'classico'. Usa la strada come se fosse una galleria d'arte: ogni opera deve avere la giusta *location*. Come un bel quadro, che risalta perfettamente se abbinato alla cornice adatta, o sotto una luce particolare, così i suoi poster devono avere spazi, ombre e contorni architettonici che nel loro insieme mettano in risalto le opere. Le sue creazioni hanno l' obbiettivo di colpire l' osservatore, cercando di rapire l' attenzione del passante distratto da altro. Ogni sua produzione subisce lo stesso meticoloso ed elaborato processo di preparazione. Durante la sua carriera, grazie a un corso di iconografia bizantina, è passato dal modellismo alle più raffinate tecniche pittoriche: dall'aerografo alla customizzazione di auto e moto, fino alla progettazione grafica come freelance. Tutto ciò gli ha permesso di potersi mantenere gli studi e di accettare gli incarichi proposti sempre come una nuove sfide. Con l'esperienza acquisita col tempo, alla produzione su commissione, si è affiancata la realizzazione di opere altamente elaborate, frutto della sua vulcanica creatività. Prediligendo superfici come tele, skateboard e poster in carta velina. Ultimamente, la carta velina è la sua superficie prediletta; la sua capacità di manipolarla lo porta a creare anche poster di enormi dimensioni, fino a 10 metri quadri.
SITO INTERNET: http://www.klevra.com

Lui si chiama Mr.Klevra e, nella capitale, è uno degli artisti del momento. Ha collaborato, infatti, al noto progetto di arte pubblica partecipata 'Big city life', volto alla riqualificazione urbana, culturale e sociale di alcune periferie della città di Roma, che ha coinvolto la storica zona urbanistica di 'Tor Marancia', in Via Annio Felice.
Avviato l'8 gennaio 2015 per concludersi agli inizi di marzo, 'Big city life' è stato ideato dalla galleria romana '999Contemporary' e organizzato da Francesca Mezzano, con la curatela di Stefano S. Antonelli e Gianluca Marziani. Realizzato con il sostegno di Roma Capitale, Assessorato alla Cultura, Creatività, Promozione artistica e Turismo, della Fondazione Roma-Arte-Musei e dalla stessa l'associazione culturale 999Contemporary, con la partnership dell'Ater del Comune di Roma e in collaborazione con Atac, il progetto è stato sponsorizzato dalla ditta Sikkens, che ha fornito i materiali per realizzare le opere. Con esso, oltre cinquecento abitanti delle case popolari dello storico lotto 1 di Tor Marancia di proprietà Ater del Comune di Roma hanno incontrato venti artisti (tra i quali gli italiani Diamond, Mr.Kleva e Moneyless, i francesi Seth e Philip Baudelocque e l'argentino Jaz), approdati a Roma da dieci diversi Paesi del mondo. Nello specifico: Italia, Francia, Germania, Portogallo, Hong Kong, Gran Bretagna, Stati Uniti, Argentina, Australia e Cile. E da questo incontro è nato un vero e proprio museo a 'cielo a aperto', una sorta di Louvre liberamente accessibile.
Mr.Klevra, artista di fama internazionale coinvolto nel progetto, ha voluto raccontarci cosa è accaduto a Tor Marancia e la sua personale visione dell'arte urbana. Senza tralasciare, però, qualche critica a d alcuni suoi colleghi, al sistema artistico capitolino e ad alcuni progetti romani paralleli.

Mr.Klevra, insieme con altri 20 artisti (e non 18 come riportato da molti giornali) stai collaborando al progetto 'Big City Life', curato da Francesca Mezzano, Stefano Antonelli e Gianluca Marziani, fondatori della galleria romana 'urban art 999 Contemporary'. Di cosa si tratta esattamente?
"'Big city life' è un progetto impegnativo perché sta concentrando 20 artisti per 20 facciate alte 14 metri, per un totale di oltre 2500mq di opere: un accorpamento notevole all'interno di un solo lotto. Ogni artista doveva realizzare un pezzo esplicitamente ispirato a Tor Marancia. Nel farlo, tutti ci siamo interfacciati con la realtà e

Roma. Tor Marancia. 'Il bambino redentore' di Seth

Roma. Tor Marancia. 'Assolo' di Danilo Bucchi.

la storia del luogo. 'Big city life' vuole essere anche un progetto di riqualificazione urbana, un regalo ai residenti. Tutte le spese sono state destinate alla realizzazione delle opere, nonostante i costi siano molto elevati. La stessa '999 Contemporary' ha sponsorizzato l'evento e i fondi sono stati reperiti da vari enti capitolini, pubblici e privati. Tutti i materiali utilizzati, inoltre, sono di ottima qualità".

Come hanno reagito i residenti del quartiere 'Tor Marancia' all'avvio del progetto?
"In un primo momento è stata 'dura', perché giungi ad operare in un territorio ostile: loro, di fondo, si devono difendere da qualcosa che non conoscono. Inizialmente, i residenti si sono mostrati 'titubanti'. Però, col passare del tempo, abbiamo cominciato a conoscerci. E ci siamo reciprocamente affezionati. Ognuno di noi ha ricevuto la consueta tazzina di caffè dalla finestra. E si sono verificati aneddoti simpatici. Sai, a Tor Marancia può accadere di tutto. C'è l'artista americano (che non parla una parola di italiano) che riesce in qualche modo a comunicare con la signora che si affaccia alla finestra e che gli dice: 'Ao, viè qua, piate er caffè'. Insomma, cose belle. A interessarsi al progetto sono stati soprattutto i giovani che sostavano nell'adiacente parchetto: il fatto di vederci lì e di poter interagire liberamente con noi è stato qualcosa di forte. Cominci a entrare nel loro mondo. Ad apprezzarne le storie. Hai l'occasione di conoscere Andrea, ad esempio, un ragazzo tetraplegico che vive al quinto piano di un palazzo, senza ascensore, e il fratello ogni volta lo porta su e giù dalle scale, con un enorme sforzo fisico. Oppure hai modo di relazionarti con le signore anziane del lotto, chiuse in casa perché non possono uscire. Le stesse che si affacciano alla finestra e gridando 'ao, te saluta mi nipote, quello che sta in America!'. E alle quali rispondi: 'grazie, signora!!!'. È la bellezza del popolo della periferia. E te lo dice uno che viene da Ostia. Forse è per questo che mi trovo molto bene in determinati contesti. Probabilmente, se avessimo avviato lo stesso progetto nel quartiere Prati di Roma, avremmo ottenuto tutto un altro riscontro. Chissà".

Per la scelta del soggetto, che comunque ha una forte connotazione religiosa, hai chiesto il parere dei residenti del quartiere, o hai fatto di 'testa tua'?
" Per ogni opera sono stati realizzati tre bozzetti, sottoposti al parere dei residenti nel palazzo come a quello dei curatori e della Fondazione

Roma, tra i finanziatori del progetto".

Durante la tua formazione hai effettuato un corso di iconografia bizantina, che in effetti, a ben vedere, ha permeato non poco il tuo stile. Come nasce questa passione per l'arte orientale ?

"Il corso di iconografia bizantina è l'unico che ho fatto in tutta la mia vita. Ed è durato cinque giorni. Per il resto, sono un autodidatta. Con esso, volevo approfondire l'aspetto storico-teologico dell'arte sacra. Premesso che dipingo fin da bambino, e che con l'arte ho finanziato gli studi d'ingegneria, inizialmente ero particolarmente interessato alla sperimentazione tecnica. Col tempo, mi sono provato in diversi 'stili' e tecniche, perché a mio avviso l'artista 'vero' deve essere poliedrico. Ho spaziato dalla scultura al tatuaggio, affinando la mia tecnica. Allo stesso tempo, però, dal punto di vista contenutistico e iconografico, stavo cercando una sintesi del mio bagaglio tecnico, qualcosa che potesse esprimerlo al meglio. E considerato che sono cristiano, mi sono avvicinato all'arte bizantina e ne sono rimasto affascinato. A questo 'innamoramento' hanno contribuito anche i viaggi in Israele e a Istanbul. Pensa che una volta, all'interno di Santa Sofia a Istanbul, ci fu l'illuminazione. Pensai: "è tutto qui dentro". Lì, infatti, c'era quello che stavo facendo e cercando: creare il mio 'font' e sposarlo con le icone che rappresentavo. Alla fine, portare l'iconografia bizantina per strada è venuto quasi spontaneo. Ma non è sempre tutto 'rosa e fiori'. Rispetto a quello che faccio, perfino alcuni uomini di chiesa si sono lamentati. Perché non hanno compreso che il mio tentativo non è quello di fare proselitismo. Relativamente a 'Big City Life', ad esempio, ho avuto un confronto interessante con il parroco di Tor Marancia, Don Mauro, che di fronte alla mia Madonna col Bambino inizialmente è rimasto perplesso. Questo perché ho voluto denominarla 'Nostra Signora di Shanghai', in omaggio agli 'shanghaini', ovvero agli abitanti di Tor Marancia, che in passato si chiamavano così. Lui è rimasto male, inizialmente, perché la chiesa che amministra è denominata 'Nostra signora di Lourdes'. In questo caso l'ho voluto incontrare per spiegargli il senso dell'opera. La Madonna rappresenta Roma, ed è l'icona della tenerezza, mentre Gesù incarna il Bambino che chiede, appunto, tenerezza alla madre. Maria soffre perché sa benissimo che Cristo soffrirà. Ho pensato l'opera in stretto rapporto con la zona alla quale è destinata. È un dono al popolo di Tor Marancia, agli shanghaini che trovano rifugio e tenerezza nella Madonna, simbolo dell'Urbe. Don Mauro, a quel punto, ha capito. E non abbiamo avuto più problemi. Certo, a volte può capitare che le persone, osservando le mie opere, le commentino in maniera del tutto superficiale. Spesso ho sentito esclamare: 'ao, guarda, 'na Madonna, che palle!'. Non ti nascondo che sarebbe più semplice scegliere soggetti prosaici e ad appannaggio di tutti, tipo donnine tatuate o in atteggiamenti lascivi. Tuttavia, la mia è una ricerca più profonda. Che però, anche se ricca di contenuti, può arrivare a tutti, indistintamente. Perché, anche solo nel momento in cui ti fermi, guardi e dici "ecco, guarda quello, fa le

Roma. Tor Marancia. Street art. Nostra Signora di Shanghai by Mr.Klevra, particolare volti (Foto R. Restifo).

Roma. Tor Marancia. Le facciate realizzate nel progetto 'Big city life'.

Madonne', significa che hai osservato l'opera. E io ho raggiunto il mio obiettivo".

Secondo te, la Street art o l'Urban art potrebbero essere una forma di risposta 'positiva' all'esigenza di tornare a dare vita, colore e bellezza allo spazio che ci circonda?

"Sono dell'idea che l'artista dipinga perché non deve parlare. Tutto quello che devi capire in un'opera lo percepisci dall'opera stessa. Che è in grado di suscitare delle sensazioni nel fruitore, anche in quello che non ne conosce il contenuto. Di fronte a un'opera d'arte si può reagire in diverso modo: ci si può rilassare, ci si può innervosire, la si può apprezzare; in ogni caso, ne deve scaturire un'emozione. La Street art per me è l'esatto contrario dell'arte concettuale contemporanea, il cui significato resta chiuso in se stesso. Le opere di Street art, invece, devono essere monumentali e devono colpire 'come una fucilata'. Nel momento in cui ci riescono, inevitabilmente catturano l'occhio dell'osservatore, che non è più attratto dal degrado che lo circonda. L'Urban Art è ancora diversa. Essa riguarda edifici monumentali, di grande entità, e avviene spesso su commissione. Senza le dovute autorizzazioni, fare Street art su intere facciate, come avvenuto a Tor Marancia, sarebbe illegale. Penso, comunque, che molti artisti siano interessati solamente al marketing. Altro che rovine e monumenti: a molti interessa solamente il 'like' su facebook o sul social network di turno. Conosco molti artisti, ma pochi sono quelli fedeli alle proprie idee e che fanno arte in senso puro: per loro, massimo rispetto".

Oltre a Tor Marancia, al momento nella Capitale sono attivi altri tre importanti progetti di arte pubblica urbana. Da artista e cittadino romano, come ti spieghi questo rinnovato interesse per l'arte urbana da parte dei vari enti capitolini, pubblici e privati?

"Sulla questione nutro parecchie perplessità. A mio parere, certi progetti, spesso, vengono fatti per un 'tornaconto' del singolo artista o dell'ente di turno. Raramente si tratta di vera filantropia. Nell'ambiente c'è molta rivalità e competizione. Con molti artisti, poi, è impossibile collaborare o confrontarsi. Hanno una mentalità un po' provinciale, che all'estero, dove ho lavorato, non mi è mai capitato di riscontrare. Io la chiamo 'mentalità del rosicone'. Qualsiasi cosa fai, viene criticata. Secondo il pensiero comune, la fai per i soldi o per le conoscenze. Non si guarda mai al risultato finale. Che è comunque qualcosa di bello, a prescindere da chi l'abbia realizzato. Non esiste un clima collaborativo. Ci si pesta i piedi a vicenda. Ci si fa causa per nulla. E non esiste oggettività. Io, personalmente, sono disposto a lavorare ore e ore su un progetto, anche gratuitamente, purché si faccia qualcosa di stupendo. Roma, poi, è la mia città".

SERENA DI GIOVANNI

Casa in affitto?

Oltre 400 appartamenti per te!

Hai un immobile che intendi affittare?
Contattaci!!

Ricerchiamo

Appartamenti in acquisto per docenti universitari, studenti e investitori nella locazione immobiliare

Via della Meloria 93
Roma - Metro A Cipro
Tel. 06.88939783 / 331.4643312
Mail: prati@romacasa24.com

Inarrestabile cinecomics

Dal 2000 a oggi, il numero dei film dedicati agli eroi dei fumetti è aumentato esponenzialmente, diventando un vero e proprio fenomeno di costume che attira in sala una larghissima fetta di pubblico, con risultati incredibili al botteghino. Un segmento che il nostro cinema è ancora restìo ad affrontare seriamente

I fumetti hanno invaso Hollywood. Inutile nasconderlo o ignorarlo: le sale cinematografiche si sono lentamente popolate negli ultimi quindici anni di eroi in costume intenti a salvare il mondo dall'ennesima catastrofe o gestire la loro vita sentimentale e il peso della responsabilità. Il tutto accompagnato da abilissime manovre di marketing, tecnologie all'avanguardia ed effetti speciali mozzafiato; personaggi già iconici nel mondo del fumetto, facilmente riconoscibili da grandi e piccoli. un vero affare in grado far girare miliardi di dollari in tutto, mobilitare i fan sempre in attesa della nuova pellicola e delle ultime indiscrezioni. Un vero 'fenomeno'.

Il 22 aprile uscirà nelle sale italiane l'attesissimo ***Avenger: Age of Ultron*** (stranamente con ben otto giorni di anticipo rispetto alla release americana), il super film dei Marvel Studios nel quale Capitan America, Iron Man, Hulk, Thor, Vedova Nera e Occhio di Falco si uniranno per salvare la razza umana dai piani del malefico robot senziente Ultron. Dopo tre anni dagli oltre 1.518.600.000 di dollari incassati in tutto il mondo del primo film (il terzo incasso più elevato della storia del cinema senza contare l'inflazione), la Marvel tenta di bissare e superare questo successo. In fondo squadra che vince non si cambia.

Il successo del "cinefumetto" (cinecomics in inglese) è ormai

planetario ed è impossibile negare che il calendario delle uscite delle grandi case distributrici viene annualmente regolato in base alle date di uscita di questi titoli. Quello che vediamo oggi in sala è solo il punto di arrivo di un lunghissimo percorso che ha accompagnato lo sviluppo dell'industria e che, almeno in parte, ha contribuito a 'ridisegnarne' il volto.

I primi passi in televisione

Da dove nasce il successo di questi film? I primi passi degli eroi dei fumetti fuori dagli albi colorati non sono stati su grande schermo, ma in televisione: nel 1952, dopo una lunga serie di cortometraggi, nelle case americane approdò ***The Adventures of Superman***, con George Reeves ad interpretare l'iconico Uomo d'Acciaio della DC Comics proveniente da Krypton, il primo vero supereroe moderno. La serie divenne molto popolare e nell'arco di sei stagioni fino al 1958 fece intuire per la prima volta le potenzialità di questo genere di intrattenimento. Va ricordato comunque che per molti anni i fumetti sono stati considerati in America come un intrattenimento frivolo e superficiale, addirittura dannoso come ebbe a teorizzare Fredric

Wertham nel suo libro del 1954 **Seduction of Innocent**: si trattava di un analisi sul comportamento dei bambini che veniva, secondo l'opinione dell' psichiatra di origine tedesca, essere alterato dalle rappresentazioni violente dei fumetti. Le teorie di Wertham sono state accantonate e ritenute inesatte nel corso degli anni, ma per lungo tempo l'opinione pubblica americana vide nei comics un divertimento nocivo e diseducativo, una visione estesa quindi a tutti i prodotti ad essi legati. A cambiare questa tendenza contribuì una serie televisiva del 1966 divenuta un classico irrinunciabile: ***Batman*** con Adam West nel ruolo del protettore di Gotham City. Ancora una serie televisiva, ancora un personaggio iconico della DC Comics che si dimostra pioniera nello sfruttamento dei suoi personaggi.

Queste serie in particolare, caratterizzate da un tono scanzonato e scene coloratissime (forse non del tutto in linea con il personaggio originale ma comunque ben realizzate) contribuirono a sdoganare il fumetto e a renderlo accessibile, facile e allegro, allontanando i toni foschi delle critiche insensate. Il passo successivo sarebbe stato il grande schermo.

You'll believe a man can fly

Negli anni '70 la DC Comics, sempre in anticipo sui rivali della Marvel Comics (che pro-

prio in quegli anni stava attuando una profonda ristrutturazione delle proprie testate) portò per la prima volta sullo schermo il proprio eroe simbolo: Superman. L'anno era il 1978 e un indimenticabile (e indimenticato) Christopher Reeve convinse tutto il mondo che un uomo era in grado di librarsi in aria e salvare il genere umano. ***Superman***, diretto da Richard Donner, è il primo vero cinefumetto della storia, una pellicola che godette di uno straordinario successo planetario (300 milioni di dollari) che portò alla realizzazione di quattro sequel, che però non ebbero lo stesso impatto, e ancora oggi risulta un film godibilissimo, con una sceneggiatura ben organizzata e in grado di mescolare sapientemente humor (con un immenso Gene Hackman nel ruolo dell'antagonista Lex Luthor) azione e drammaticità. Purtroppo la chimica raggiunta in questo film non riuscì a essere replicata nei seguiti, realizzati frettolosamente ed eccessivamente comici, facendo diminuire l'interesse del pubblico per un film sull'ultimo figlio di Krypton. Si deve pensare anche che proprio in quegli anni la Marvel Comics, storica rivale della DC, portò sul piccolo schermo alcuni dei suoi eroi con risulti in molti casi notevoli (basti pensare a ***L'Incredibile Hulk*** con Bill Bixby e Lou Ferrigno) inducendo molti a credere che forse il binomio fumetto-televisione fosse più adeguato nel raccontare le storie dei tantissimi albi rispetto ad un unico lungometraggio. Tutte queste convinzioni crollarono miseramente nel 1989.

Batman: la gallina dalle uova d'oro

Quando la Warner Bros. annunciò che Tim Burton era stato ingaggiato per dirigere un film sull'uomo pipistrello con protagonista il semi-sconosciuto Michael Keaton, dire che molti fossero scettici è un garbato eufemismo. All'uscita ***Batman*** mise a tacere tutti gli scettici e alla fine del periodo di programmazione arrivò ad incassare ben 411 milioni di dollari, superando il precedente record di Superman. L'appeal di Batman, un uomo con una grave tragedia familiare alle spalle che decide di fare giustizia nella propria città, è sicuramente più facile da assimilare per chiunque rispetto all'Uomo d'Acciaio (una figura eccessivamente onnipotente, quasi 'divina', e quindi lontana dallo spettatore). Lo stile cupo di Burton risultò perfetto per il film, uno straordinario Jack Nicholson mostrò al mondo la follia del Joker supportato da uno stupefacente e inaspettato Keaton. Un vero trionfo.
Al primo film fecero seguito nel corso degli anni tre film: nel 1993 ***Batman il Ritorno***, sempre diretto da Tim Burton e Michael Keaton cui si aggiunsero Danny De Vito nel ruolo del Pinguino e Michelle Pfeiffer in quello di Catwoman; nel 1996 ***Batman Forever*** inaugura un nuovo corso con Val Kilmer nel ruolo dell'eroe e Joel Schumacher alla regia per un film molto differente dai precedenti, più colorato e 'leggero' rispetto ai primi due, ma comunque godibile; nel 1997 sempre Schumacher con il nuovo ***Batman & Robin***, che ottenne risultati disastrosi al botteghino a causa di un'eccessivo allontanamento da quella

che è l'immagine iconica di Batman, distrusse quanto di buono era stato costruito negli anni, mandando in naftalina qualunque piano per nuovi. Almeno fino al 2005. In quell'anno il regista Christopher Nolan riprende il personaggio adottando un approccio 'realistico' in quella che, a detta di molti critici, è la miglior trilogia dedicata ad un eroe dei fumetti: ***Batman Begins***, ***Il Cavaliere Oscuro*** e ***Il Cavaliere Oscuro - Il Ritorno***.

E la Marvel?

Dopo un iniziale 'gap' nei confronti della rivale storica DC Comics, la Marvel riesce finalmente a sfruttare i propri eroi nel miglior modo possibile, vendendo i diritti di sfruttamento a vari studios di Hollywood che garantiranno in sette anni (dal 2000 al 2007) ben quindici film, tra i quali successi figurano veri campioni d'incassi come le due trilogie dedicate agli ***X-Men*** e a ***Spiderman***. Nel 2008 le strategie in casa Marvel cambiano totalmente e ha inizio una vera rivoluzione che cambierà l'intera industria. Dopo aver fondato un proprio studio di produzione (i Marvel

Studios appunto) viene varato un piano pluriennale che attualmente prevede film fino al 2028 collegati tra loro. In altri termini, i Marvel Studios hanno trasportato il "metodo" del fumetto sul grande schermo, con storie che possono essere viste singolarmente, ma che hanno un filo conduttore comune, un po' come i film della serie 007, in grado però di portare ad un grande film corale (Avenger appunto). Questa rivoluzione ha colto impreparati i concorrenti, DC Comics compresa, e che solo ora stanno adottando la stessa strategia a lunghissimo termine. Una mossa che ha già portato nelle casse dei Marvel Studios (che dal 2012 è stata acquistata dalla Disney per la cifra record di quattro miliardi di dollari) complessivamente circa cinque miliardi di dollari. Cifre che fanno girare la testa.

Nel frattempo in Italia...

Se in America il genere fumettistico al cinema si è evoluto diventando una delle basi portanti di Hollywood, l'Italia non è mai stata in grado di sfruttare quello che sarebbe uno straordinario patrimonio. Tex,

Dylan Dog e Diabolik sono nomi illustri del nostro fumetto nazionale che sul grande schermo non sono stati mai sfruttati. ***Diabolik*** è stato portato sullo schermo da Mario Bava nel 1968 in una pellicola che negli anni è diventata un piccolo cult per gli appassionati, ma che definire trash è un eufemismo, lontano anni luce dal tono del fumetto. Anche ***Tex*** ha avuto una sua trasposizione cinematografica nel 1985 e ***Dylan Dog*** è stato indegnamente portato sullo schermo nel 2011 in un film su cui non vale la pena spendere neanche una parola. Forse in Italia non esistono eroi famosi e conosciuti in tutti il mondo come quelli americani, ma provare a realizzare un prodotto valido che possa accontentare critica e pubblico non è di certo un impresa ardua: *Claudio di Biagio*, un giovane youtuber romano, grazie a una raccolta di fondi online è riuscito a realizzare un godibilissimo mediometraggio dedicato all'indagatore dell'incubo, intitolato ***Vittima degli eventi***. Della serie: quando si vuole, le cose per bene si fanno. Un mantra che in questo paese dovremmo tenerci ben fisso nella mente.

GIORGIO MORINO

Mommy

Che cos'è l'amore? Fino a che punto siamo disposti a mettere in discussione la nostra essenza per amore? Quanto siamo disposti a lottare per esso o a riconoscerne il fallimento? Che conseguenze può avere questo dentro di noi, e dentro l'altro? La questione sembra riguardare la relazione amorosa uomo donna, invece si tratta dell'amore che lega un genitore al proprio figlio.
Con questa pellicola, che si è aggiudicata nel 2014 il premio della giuria al 67esimo Festival di Cannes, il giovanissimo regista canadese Xavier Dolan (classe 1989) esplora il viscerale, contorto, ambiguo rapporto d'amore tra Diane Depres (l'attrice Anne Dorval) e il figlio Steve (Antoine- Olivier Pilon), analizzando la vita di queste due anime 'stanche'.
Steve è un ragazzo difficile, vive in un centro di recupero da cui la madre è costretta a prelevarlo per i gravi danni, irreversibili che lo stesso procura a un compagno, dando fuoco alla mensa scolastica.
Inizia così una convivenza forzata fra i due, impossibile da gestire per Diane che deve continuare a lavorare. Poi quasi miracolosamente arriverà nella loro vita Kila (Suzanne Clement), la strana vicina di casa, un'insegnante liceale che si sta curando una momentanea balbuzie. La vita dei tre, in sinergia completa, sembra migliorare. Lo scambio emotivo rafforza i loro animi fino quasi a farci dimenticare le problematiche iniziali. Steve è sereno e gioioso, Kila riprende lentamente a parlare e Diane respira finalmente speranza.

Ma l'arrivo di una lettera di richiesta risarcimento danni di 250.000 dollari condurrà tutto in un baratro senza uscita.
Xavier Dolan scandaglia con cura gli animi di tutti i suoi personaggi, alla ricerca di un'idea di speranza che in questo mondo scarseggia: "siamo in un mondo senza speranza,ma pieno di persone che sperano" dice lui stesso in un'intervista sul film. Anche la scelta stilistica rafforza il suo sentire: la pellicola è totalmente girata in 4:3 e soltanto per un secondo, quando il protagonista sente di essere libero davvero, solo per quel secondo lo schermo si apre, per richiudersi inesorabilmente subito dopo. Neanche l'amore ci salva. Resta solo la morte la tragedia, la fine. Steve volerà via dalla sua gabbia come un cardellino che ha bisogno di regalare al mondo il suo canto soffocato, lasciandoci atterriti, sgomenti, addolorati, profondamente feriti nella consapevolezza che la realtà e la bellezza a volte prendono strade differenti.

Mommy
Regia: Xavier Dolan
Attori: Anne Dorval, Antoine Olivier Pilon, Suzanne Clément
Fotografia: André Turpin
Paese: Canada, Francia (2014)
Durata: 140 minuti

Onde road

Il cinema racconta, confronta, parla di noi, di quello che siamo, dicome viviamo, del percorso che stiamo facendo e delle tappe che ci siamo prefissi. Fare cinema è un'esigenza: un racconto singolare che diventa universale. Il nostro decennio è l'epoca della comunicazione massificata per eccellenza: internet, social network e applicazioni telefoniche ci mettono in contatto con gente in ogni angolo del pianeta, con un tweet siamo ovunque in un istante. Ma prima di tutto questo 'rumore' come eravamo costretti ad arrangiarci per poter dire qualcosa in più?
Per poter avere l'opportunità di essere ascoltati bisognava avere inventiva, essere divertenti, convincenti, trsversali. Le radio indipendenti erano tutto questo: regalavano alla gente un'alternativa alla comunicazione pubblica, si spingevano oltre, denunciavano e urlavano il loro dolore e l'esigenza di dire la verità; lanciavano mode e stili, e permettevano ai giovani di conoscersi e di conoscere tutta la musica d'oltre oceano che altrimenti non avrebbe avuto orecchie e animi curiosi pronti a recepirla.
Onde road è un viaggio surreale all'indietro nel tempo, scavalca i confini della realtà narrativa e con un salto temporale e concettuale ci riporta a vivere gli anni '80, delle radio indipendenti con i suoi diretti protagonisti dell'epoca.
Difficile dire se siamo davanti a un 'docufilm' o a un 'filmdocu'. Sì, perché in questo lavoro le regole sono ribaltate: non è la verità che supporta la finzione scenica, ma è la finzione scenica, costruita ad hoc, che fa da architrave per raccontare la nascita delle radio indipendenti che, in quegli anni, nel territorio calabrese erano diventate numerosissime in poco tempo. Molti i personaggi intervistati. Primo fra tutti Federico *l'olandese volante* che fingendosi il capo della censura futuribile racconta la sua storia: dagli esordi a radio Montecarlo fino ai nostri giorni. Tanti sono i racconti, tante sono le radio calabresi libere, tanti i cronisti che vincevano sull'ipocrisia del tempo e sulla perdita di coscienza, che ancora adesso vincola e contamina l'informazione. E se una voce oggi, magicamente si appropriasse di tutte le frequenze radiofoniche conosciute e le usasse per gridare di libertà, saremmo in grado di ascoltare con orecchie limpide il suo richiamo?
Massimo Ivan Falsetta, regista calabrese, cresciuto accanto a un fratello radiofonico auspica una tale rivalsa. È da questo che nasce questa pellicola: dal bisogno di tornare a una limpidezza espressiva orma perduta. Grazie alla sua regione d'origine e alle giuste sinergie Massimo Ivan Falsetta scrive e dirige questo film che verra' distribuito in 15 copie da Distributori Indipendenti e sarà proiettato nelle maggiori città italiane, a cui si affiancherà un tour di presentazione per parlare di radio con chi la radio la fa.

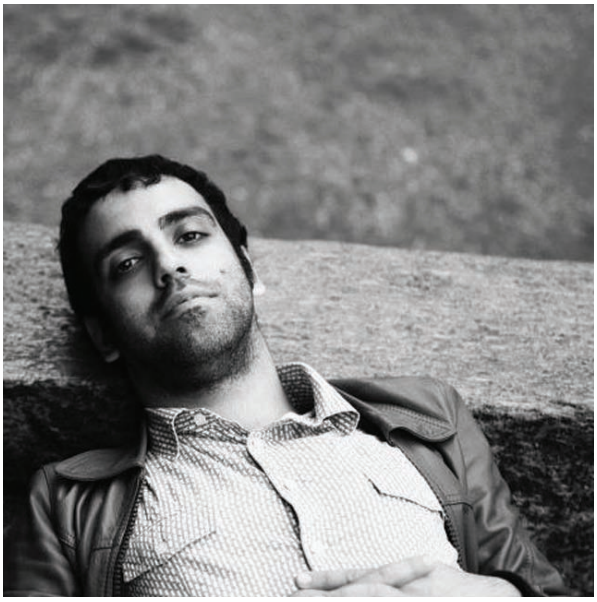
Onde Road
Regia: Massimo Falsetta
Attori: Barbara Cambrea, Francesca Zavettieri, Friedrick Van Stegeren, Awana Gana, Fabrice Quagliotti
Fotografia: André Turpin
Paese: Italia (2014)
Durata: 100 minuti

Ascoltando Colapesce

Con il suo ultimo album, 'Egomostro', uscito a gennaio 2015, il cantautore siciliano racconta molto di sé, ma anche di noi e delle nostre manìe

Il siciliano Lorenzo Urciullo Ë Colapesce. Già membro degli Albanopower, The Last Merendina, Tempestine e Santiago decide nel 2010 di intraprendere un percorso da solista.
Il debutto, dopo l'omonimo Ep del 2010, avviene col disco 'Un meraviglioso declino'. Pubblicato dallìetichetta indipendente 42 Records, ottiene ottimi riscontri e riconoscimenti quali la Targa Tenco come migliore opera prima e il premio 'Fuori dal Mucchio' per il miglior esordio.
Ingiustamente, secondo chi scrive, scartato dalla giuria di Sanremo 2013 per il quale si era presentato con la bellissima 'Anche oggi si dorme domani', un brano che, parole sue, racconta "della mia generazione, quella dei trentenni, senza cadere in facili giustificazioni". Avrebbe voluto "cantare un pezzo sull'assenza di futuro di fronte a chi quel futuro ce l'ha tolto". E quanto sarebbe stato bello! Sarebbe potuto essere il segno di un cambiamento necessario, ma che in realtà a tutt'oggi non pare sia richiesto e ricercato.
Il brano inoltre si distingueva per un raffinatissimo arrangiamento con una sezione ritmica particolare e affatto banale.
Diverse le collaborazioni di Lorenzo con altri artisti, tra cui quella con Alessandro Raina (Amor Fou) e Meg (Ex 99 Posse). Insieme alla cantante napoletana incide la sua Satellite. Segue un tour nei più grandi club italiani, insieme a Mario Conte (musicista napoletano di stanza a Torino, già membro degli Epo e ormai storico produttore della stessa Meg) e al bassista Alessandro Quintavalle, e una ristampa del disco in versione Deluxe. Un lungo tour consente al musicista, concerto dopo concerto, di accrescere l'interesse del pubblico nei suoi confronti.
Riduttivo definire Colapesce un cantautore. Certo, la tradizione italiana si sente eccome, ma

si avverte la volontà di far propri elementi di contemporaneità e internazionalità.
Per questo è difficilmente accostabile al nuovo cantautorato italiano dei vari Dente, Le luci della centrale elettrica e Di Martino invero già molto diversi tra loro.
Lo dimostra ancora di più il nuovissimo Egomostro, uscito ancora per 42 Records lo scorso 7 di gennaio.
Un disco in cui è evidente la voglia di sperimentare e di proporre coraggiosamente qualcosa di nuovo, evitando di ritornare su stilemi e soluzioni già utilizzate. Un meraviglioso declino, era un disco più 'classico' e aveva nel set acustico il suo naturale mood di ascolto e ricezione. Egomostro è un lavoro molto più elettrico ed elettronico, per il quale Lorenzo si è valso, in fase di produzione, della collaborazione di Mario Conte.
È un disco lungo, complesso e ricco di sfaccettature sonore in cui l'elemento puramente musicale è tutt'altro che secondario; anzi, è accentuato in modo sorprendente. Di gran classe gli arrangiamenti in cui si fondono chitarre acustiche ed elettriche, bassi, synth, beat e batteria.
A metà strada tra un prodotto mainstream e indipendente, il disco racconta molto dell'autore ma anche di noi, delle nostre manie, fisse e ridicole abitudini (si veda il riferimento nella title track, all'ossessione per la condivisione su Instagram dei piatti appena cucinati che miete così tante vittime).
Più vario nelle liriche e negli arrangiamenti rispetto al primo album, Egomostro è un disco



Egomostro

"Negli ultimi tre anni sono stato in giro con lo Zaino Protonico a raccogliere i mostri come i protagonisti di Ghostbusters. Li ho imprigionati dentro il mio hard disk, proprio come un vero acchiappafantasmi, ma a un certo punto ho deciso di liberarli tutti insieme e non Ë stato per niente facile gestirli" **(Colapesce)**

Tracklist
1. Entra pure0:35
2. Dopo il diluvio 4:50
3. Reale 3:23
4. Sottocoperta 3:32
5. Egomostro3:13
6. Le vacanze intelligenti 3:58
7. L'altra guancia 4:25
8. Copperfield 3:47
9. Brezsny 2:45
10. Sold Out 4:01
11. Mai vista 3:37
12. Maledetti italiani 4:11
13. Passami il pane 3:21
14. Vai pure 0:38

Produzione: 42 Records

da ascoltare a più riprese per poterne cogliere tutti gli aspetti. I brani hanno quella struttura interna, quell'evoluzione dei dischi italiani di una volta in cui si faceva ricerca sia sulle parole quanto sulla musica, come avviene ad esempio in 'Copperfieldî' e 'Mai vista'.
Il 16 Marzo è stato pubblicato il secondo singolo del disco, 'Reale', il cui video realizzato secondo la regia di Zavvo Nicolosi (Gound Orangeís) e sui disegni animati da Michele Bernardi, vede il cantante protagonista e spettatore di alcune scene dei più celebri film cult degli ultimi 30 anni da 'la Storia infinita' fino a 'Le avventure acquatiche di Steve Zissou'.
Colapesce fa pop, ma a modo suo, non scrive alla ricerca di un facile successo. Non sembra interessato alle logiche delle multinazionali. Egomostro è uno di quei lavori che fanno bene alla musica nel Belpaese, assieme per fortuna a tanti altri.
È forse utopistico aspirare che lavori di questo tipo possano avere riscontri universali e che lo si ascolti anche al fuori della ristretta cerchia dei social network e della stampa di settore. Forse è ancora presto perché questo possa succedere, o forse è solo troppo tardi.

MICHELE DI MURO

La follia del mondo

Paolo Pallante presenta il suo nuovo album e ci racconta il suo impegno sul fronte dell'antispecismo e la crescita personale di un uomo che vuole mantenere i piedi ben saldi nella normalità

Chitarrista tiburtino, cresciuto tra la musica classica e l'amore per il jazz, Paolo Pallante è un talento poco noto, frequenta la cerchia dei club romani dove entra in contatto con Alex Britti. Tra i due inizia un sodalizio musicale molto stretto, a unirli è la passione per la musica blues e jazz e il talento nel suonare la chitarra.
Raffinato ed elegante cantautore, Paolo Pallante ha collaborato con musicisti italiani e internazionali. Il suo primo disco 'Da piccolo giocavo a bocce', del 2008, era stato definito da Vincenzo Mollica: 'un ottimo esordio perché il suo sguardo sul nostro tempo è davvero interessante'. Oggi, a distanza di sette anni ritorna sulla scena musicale con l'album 'Ufficialmente pazzi' (uscito il 20 marzo 2015). È l'esigenza di comunicare la sua visione del mondo il fulcro di questo secondo lavoro, in cui il musicista si distacca dalla sua vita per sbirciare le storie degli altri.
L'universo di 'Ufficialmente pazzi' è vario e affronta diverse tematiche sociali, dalla ricchezza dei pochi e sicuri di sé alla povertà dei tanti 'senza tetto' e del lavoro sommerso. Un percorso personale nel quale ha radicalizzato alcune convinzioni

esistenziali, tra le quali l'essere principalmente un cantautore, o meglio un paroliere. L'importanza dei testi si unisce *"a un grande lavoro sulle metriche e sui ritmi"*, ci tiene a sottolineare, e aggiunge: *"io scrivo insieme musica e parole facendomi guidare dal suono della parola"*.
Del singolo 'Tutto quel che resta (del perduto amore) lui, 'prolisso sognatore', ne aveva scritto una precedente versione della durata di sette minuti (intitolata 'La calamita da frigo'). In seguito lo stesso brano ascoltato dall'amico Britti viene tagliato, arrangiato e portato allo stato attuale. Quello che nasce è un inno all'amore, di chi si è innamorato due volte nella vita e ne racconta l'entusiasmo e l'emozione con un ritmo sudamericano, ironico, travolgente e mai scontato. Altra ballata dal sapore latino si ritrova in 'Che ci importa', in cui l'autore mostra la sua vena da 'messicano retrò' come lo ha definito il suo amico Alex.
Di intonazione diversa è il singolo che dà il titolo all'album, 'Ufficialmente pazzi', in cui il pianoforte e l'intensa voce del cantautore riducono le sonorità all'essenziale. La riflessione su questo tema nasce da una poesia regalata al cantautore da Helena, una cara amica, che ha vissuto l'esperienza molto drammatica e dolorosa del manicomio. Pallante ci chiarisce la motivazione di questo titolo e l'importanza del brano in apertura: *"perché fosse chiaro che l'energia vitale di questo disco è rappresentata proprio da questa canzone e da questo concetto. Il genere umano sembra folle, impazzito. L'uomo è l'unico essere vivente sulla terra che si autodistrugge e distrugge il mondo bellissimo nel quale potrebbe vivere"* .
Tra il concetto di normalità e quello di follia, anche lo stesso Pallante si è sentito spesso anormale per il solo fatto di essere vegano. Etica e approccio scientifico sono indispensabili, per lui che di professione è farmacista, per parlare seriamente del movimento filosofico del veganesimo. Il suo impegno sul fronte dell'antispecismo gli è valsa la prima certificazione al mondo di un disco con il marchio 'Vegan ok'. Gli abbiamo chiesto cosa significa. *"Io non sono un cantautore vegano"* – e spiega – *"io sono vegano, ho una alimentazione e un comportamento del tutto vegano quindi tutto quello che faccio è legato a questo se realmente rispetto il mio pensiero"*. Che Pallante è un vegano convinto e coerente lo dimostra anche la scelta di stampare la copertina dell'album su carta riciclata e certificata e di utilizzare prossimamente uno specifico tipo di vinile senza traccia di albumina. L'album è stato autoprodotto dallo stesso

Pallante che ha richiesto l'ausilio di Manuel De Carli per illustrare con i suoi disegni i testi delle sue canzoni in un libretto di 24 pagine. Da questo lungo confronto è nato l'uomo stilizzato che ricorre per tutto l'album e ha come modello le opere dello scultore e pittore svizzero Alberto Giacometti. *"Un omino ridotto all'osso, quasi un segno unico che mi rappresenta"* – è questa l'affermazione che ci fa capire quanto sia importante per Paolo l'espressione sia verbale che visuale –. Una contaminazione che rispecchia l'eclettismo di questo musicista, bravo con la chitarra e abile con la parola, che cresce tra la musica classica e sogna di essere Wes Montgomery.

Silvia Mattina

L'album

Paolo Pallante è cantautore, musicista, farmacista, Ambasciatore di Associazione Vegani Italiani Onlus e responsabile del progetto Farmacie VeganOK. Perfetto equilibrio tra swing, canzone popolare e ballata rendono questo disco unico e favoloso. Uscito da poche settimane, Ufficialmente pazzi (certificato VeganOK), sta raccogliendo recensioni più che positive. Un disco che merita di essere ascoltato.

Tracklist
1.Ufficialmente pazzi
2.Io sono il massimo
3.Andiamo in pace
4.King, un nome da re
5.Sono le parole
6.Tutto quello che resta (del perduto amor)
7.Liegoista
8.La Caroppa e Carmelo casalingo
9.Fino alle ossa
10.Per sempre
11.Che ci importa
12.A night in Manduria

Basta pasticci nella dieta!

Per curare gli squilibri psicologici e fisici arriva SpuntiNO, la compressa che dona un senso di sazietà e blocca gli impulsi della fame nervosa

Una pillola contro la fame nervosa, ma non pensate a un farmaco anoressizante. Si tratta invece di una compressa tutta naturale, orodispersibile che riduce lo stress e lo stimolo della fame. Un prodotto che nasce da una idea di tre giovani studenti udinesi, Alessio Mazzetto, Alberto Agnoletti e Alessandra Motisi.
Nel 2013, il loro progetto prende forma tra i banchi di chimica e biologia dell'istituto Isis A. Malignani di Udine, sotto la guida dei docenti Eliana Ginevra e Giuseppe Motisi, e nel 2014 partecipa all'Intel Isef (*International Science and Engineering Fair*) di Los Angeles.
L'intuizione nasce durante la partecipazione dei tre ragazzi alla conferenza sui disturbi del comportamento alimentare legati all'obesità, quali la binge eating disorder e la night eating syndrome.
Entrambe le patologie entrano strettamente a contatto con lo studio e la cura della sindrome metabolica e implicano nel soggetto atteggiamenti di disinibizione alimentare. Il disturbo è caratterizzato da episodi ricorrenti in cui l'individuo mangia compulsivamente quantità elevate di cibo, per trovarvi una temporanea soddisfazione. Nei soggetti con disturbo da alimentazione incontrollata vi è una generale alterazione del sistema nervoso centrale, dovuto a cambiamenti di umore quali rabbia, ansia, noia che costituiscono una forte spinta verso l'irrefrenabile assunzione di cibo.
Per combattere l'aumento di peso e ritrovare il

controllo di sè, la soluzione più comune è intraprendere una dieta restrittiva. L'effetto della dieta fa entrare il soggetto in un circolo vizioso: avverte la privazione fisicamente con ansia e rabbia e quindi si rifugia nell'abbuffata.
Una delle soluzioni a questa malattia arriva proprio dalla compressa SpuntiNO, il merito di questi ragazzi è quello di aver creato una composizione naturale e piacevole al gusto, ma che allo stesso non va a intaccare il cervello, creando ulteriori dipendenze.
Il principio attivo presente in SpuntiNO è la griffonia simplicifolia**,** il cui estratto secco contiene l'amminoacido 5-idrossitriptofano (HTP) che aumenta la produzione della serotonina. Quest'ultimo neurotrasmettitore è il principale responsabile dei processi biologici e neurologici, quali rabbia e appetito, e la sua assenza conduce spesso al consumo di alcuni psicofarmaci antidepressivi (Dropaxin e Prozac). La sospensione del trattamento da psicofarmaci indurebbe il soggetto a sintomi di astinenza (a livello gastrointestinale e neurologico), mentre numerosi studi scientifici internazionali hanno dimostrato che l'estratto di griffonia simplicifolia, adeguatamente assorbito, stimola ed aumenta la sensazione di sazietà portando, in soggetti in sovrappeso, al calo ponderale. Oltre la griffonia, gli studenti hanno analizzato nel laboratorio dell'istituto I.S.I.S diversi tipi di piante, alla ricerca di proprietà antiossidanti e dall'alto valore energetico. Il risultato è un mix di erbe officinali: theobroma cacao, radice di rhodiola rosea e di ashwaganda. Gli effetti di queste piante sono già note e largamente impiegate nell'ambiente fisioterapico per la cura delle più svariate patologie.
L'iniziativa, tutta nostrana, ha ora l'obiettivo di far riconoscere SpuntiNo in tutto il mondo, dove secondo i dati dell'OMS, 1,9 miliardi di adulti sono in sovrappeso e di questi oltre 600 milioni sono obesi.
Nell'attesa di questo ambizioso progetto, i tre giovani si godono gli ottimi risultati del test confermati da una seconda sperimentazione effettuata all'Università degli studi di Pavia.

Silvia Mattina

Il pulmino contadino

Partendo dai principi che animano i Gruppi di acquisto solidale una rete maremmana di produttori e consumatori si coordina per fare la spesa settimanale, con consegna a casa (o quasi)

Tra le 'idee innovative' e 'buone pratiche' per Expo 2015 merita di essere messo in evidenza il progetto Pulmino Contadino, risultato tra i vincitori del concorso "Nutrire il pianeta, Energia per la vita", bandito dalla Regione Toscana per selezionare idee innovative applicabili e buone pratiche del settore agricolo e agroalimentare. Il progetto scelto tra le 20 migliori proposte (10 buone pratiche e 10 idee innovative), sarà portato a Milano e riceverà un premio in denaro di 5000 euro. L'idea è nata nel gennaio 2012 da una rete di economia solidale di produttori e consumatori costituitasi in associazione di promozione sociale denominata appunto 'Pulmino Contadino'.

Rappresentante della realtà associativa di Massa Marittima, nell'alta Maremma, è il docente Sauro Pareschi, che ha aderito per dare il suo supporto alla diffusione dei prodotti cosiddetti 'puliti'.

Ispirandosi a una realtà già consolidata in Svizzera, si è cercato di portare l'iniziativa in Maremma, consapevoli dei limiti legati all'urbanistica e alla scarsa densità di popolazione. La start-up ha incluso diversi ostacoli gestionali, era necessario stabilire a chi rivolgersi, se coinvolgere i gruppi di acquisto popolare, come scegliere i produttori, la necessità o meno di avere un magazzino.

La tranquillità di mettersi a tavola conoscendo cosa si mangia non solo migliora la salute, ma il rapporto con l'ambiente e con la comunità.

L' idea di scambiare beni e servizi, di intrecciare valori ed esperienze è sicuramente la base di questo progetto collettivo che funziona: le migliori sinergie nascono proprio da relazioni ambiziose.

La particolarità che caratterizza il progetto Pulmino Contadino è che, comodamente da casa, attraverso il sito internet www.pulminocontadino.it, si possono ordinare prodotti del proprio territorio, sapendone la provenienza (occorre registrarsi e accedere diventando socio sostenitore dell'iniziativa). L'associazione mette a disposizione un pulmino per il servizio collettivo di consegne a domicilio, anche nei punti più isolati del territorio toscano. L'ordine ha una cadenza settimanale via web a partire da un listino costantemente aggiornato con i prodotti disponibili. I singoli ordini sono poi raggruppati per punti di consegna.Tra tradizione e innovazione il pulmino contadino rappresenta una formula di associazionismo solidale volta non solo al mangiar bene, ma anche a valorizzare l'ambiente, la natura e i rapporti umani.

MICHELA ZANARELLA

Lo 'skate' insegnato ai bambini

Bunker skatepark, nel cuore di Montesacro, è l'unica scuola a Roma dedicata all'insegnamento dello skateboard per i giovani dai 4 ai 14 anni. Non solo sport, ma vera filosofia affiancata a presentazioni di libri, incontri ed esibizioni

In Italia, la carenza di piste attrezzate è purtroppo una triste realtà per gli appassionati dello skateboard che sono costretti a praticarlo principalmente in strada, adeguando l'assetto urbano alle proprie esigenze anche a rischio di sanzioni da parte dei vigili urbani.

La Bunker Skate School (in Viale Kant 205, a Roma) è l'unica struttura in grado di preparare bambini e adolescenti al contatto con lo skate e alla sua filosofia. Il metodo di insegnamento, di Nicolò Mattia Cimini e di Stefano Saccomanni, consiste nel trasmettere i fondamenti dello snowboard insieme allo skateboard. L'approccio, messo in campo dai due istruttori, è di tipo olistico: il processo di apprendimento dell'allievo procede secondo una sapiente progressione, step by step, da semplici movimenti si arriva a padroneggiare tecniche più complesse.

Dopo aver preso fiducia del proprio corpo, il giovane inizia a interagire con la struttura e quindi inizia a testare la propria sensibilità a contatto con le discese e i bump, termine inglese per indicare un dosso, e con rampe in legno di difficoltà differenti.

Il Bunker Skate Parker copre una vasta area di 1000 mq, dei quali la maggior parte sono destinati all'area street caratterizzata da strutture che cercano di simulare ostacoli e architetture del contesto urbano, i metri quadri che rimangono sono suddivisi tra l'area mini half-pipe e quella vert-half pipe. L'half-pipe (termine inglese che significa 'mezzo tubo') è una rampa a sezione semicircolare destinato a diversi tipi di sport: snowboard, sci freestyle, Bmx freestyle e pattinaggio estremo. La particolarità di questo skate parker sta nella duplice natura dell'offerta, sia in termini di didattica (unica ad avvicinare i giovani allo skate) sia di aggiornamenti strutturali, come la half-pipe vert una rampa in legno (l'unica nella capitale e la terza in Italia dopo quella di Molfetta e il Park di Zattoni di Ravenna). Il variegato mondo di questo park è gestito dall'associazione Enjoy More che svolge quotidianamente un grande lavoro nel fornire un servizio educativo di socializzazione, con particolare attenzione ai più piccoli. Il park diventa un momento di aggregazione e di confronto tra diverse culture e tra le genera-

zioni, i giovani apprendono con lo svago e il gioco li rende davvero liberi in tutta sicurezza. L'associazione cerca di avvicinare i genitori ai bambini organizzando spesso situazioni ed eventi in cui lo skate è il tema principale come ad esempio il KidZ Project.
Il Bunker infonde fiducia e sicurezza ai giovani aiutandoli a trovare la propria espressione, affinché mente e corpo si immergano completamente nella filosofia dello skate.

SILVIA MATTINA

Bunker Skate School

Tra rampe, salti e divertimento, l'associazione Enjoy More vi aspetta dal martedì al venerdì dalle ore 15:00 alle 19:00 (orario estivo 16:00 – 20:00), sabato e domenica dalle ore 11:00 alle ore 13:00 (esclusi i mesi di giugno, luglio e agosto).

Bolt: il mini skateboard elettrico ideato da un italiano

È il più piccolo veicolo elettrico al mondo ed è stato progettato da Lorenzo Cella, un ragazzo di 21 anni proveniente da Bergamo nonché studente in Ingegneria Robotica al Politecnico di Milano. Bolt è lungo 60 cm, largo 25 cm e spesso 10 cm. Il suo peso è pari a 24 chili. Abbiamo quindi davanti il veicolo elettrico più piccolo del mondo: infatti può essere trasportato senza fatica. Il cuore di un motore da 2000 W con una batteria da 5000 mAh e consente allo skateboard di percorrere 10 km con una velocità massima di 21 km/h. Come se ciò non bastasse, questo skateboard del tutto insolito sarebbe anche in grado di spingere una persona in salita. Il tutto in un pacchetto

molto sobrio coperto da una tavola di legno. Per il momento ne esiste un solo esemplare, ma il progetto è stato presentato sulla piattaforma di crownfunding Indiegogo (il totale da raggiungere è di 50.000 dollari). Pensateci se desiderate avere le ali ai piedi.

Vivere green / In aumento il numero degli iscritti agli istituti agrari

I giovani tornano alla terra

Meglio un agriturismo che un posto in banca: la pensano così, secondo Coldiretti, il 50 per cento degli under 35 italiani

Aumentano le imprese agricole "junior" (+4,2%), gli occupati (+10,1%) e gli iscritti agli istituti agrari (+11%). Insomma: i giovani stanno tornando alla terra. A dirlo sono i numeri di un'indagine di Coldiretti/Swg, da cui emerge che, per la prima volta da almeno dieci anni, aumentano le imprese gestite da giovani . In generale, tra tutti gli italiani il 28% scambierebbe il proprio lavoro con quello dell'agricoltore. Il motivo? Una vita più sana (lo dice un cittadino su due) e più libertà (17%). "La campagna offre la possibilità di vivere bene con la giusta attenzione al reddito", dice Vittorio Sangiorgio, responsabile Giovani imprese di Coldiretti. Alla base di questa inversione di tendenza ci sono le caratteristiche anticicliche del settore in tempi di crisi e la legge di orientamento 228/2001, fortemente sostenuta da Coldiretti, che ha rivoluzionato l'impresa nelle campagne, aprendo nuove opportunità occupazionali. Se si considera la formazione degli agricoltori under 30 emerge che una percentuale alta (36,5%) ha una scolarità elevata segno che il ritorno alla terra è anche caratterizzato da una forte componente di innovazione.

Studio odontoiatrico

POLETTINI

Paradontologia e patologia orale
Chirurgia - Conservativa - Endodonzia
Protesi - Ortognatodonzia

Proteggi il suo sorriso con un controllo periodico

ROMA, Via Quintilio Varo 68 - tel. 06.71544526

continua a leggerci
su www.periodicoitalianomagazine.it
TROVACI CON IL QRCODE