IL MAGAZINE PER CHI È ORGOGLIOSO DI ESSERE, O SENTIRSI, PUGLIESE

AMAZING Puglia

N. 2 - APRILE/GIUGNO 2018 - € 5

www.amazingpuglia.com

DONNE CHE CAMBIANO IN MEGLIO LA PUGLIA

Marina Mastromauro
Assunta De Cillis
Mariarita Costanza
Luciana Delle Donne
Tiziana Piliego

SPECIALE FASHION
14 PAGINE DEDICATE ALLA PUGLIA CHE VA DI MODA

MURGIA VALLEY
Un altro miracolo

TURISMO
Puglia modello Dubai e Minorca?

UNIBA
La rivoluzione di Uricchio e Di Sciascio

BUSINESS
Le Start-Up più innovative

GRANDI MOSTRE
Mirò e World Press Photo

9 788890 670947

ROMPI I TUOI SCHEMI, SCEGLI UN'AUTO CHE NON C'ERA.

SCOPRILA SU BMW.IT/X2 E NELLA CONCESSIONARIA BMW EMMEAUTO.

Emmeauto

Concessionaria BMW
Superstrada Lecce-Brindisi, 11 - Lecce - Tel. 0832 398144
Via E. Fermi, 25 bis - Brindisi - Tel. 0831 546686
Viale Unità d'Italia, 255 - Taranto - Tel. 099 7729058
www.emmeauto.bmw.it

Gamma BMW X2: Consumi ciclo misto (litri/100 Km) min 4,5 (4,5) - max 5,8 (5,8); Emissioni CO_2 (g/km): min 119 (118) - max 137 (139).

Consiglio Regionale della Puglia

TECA DEL MEDITERRANEO
Biblioteca Multimediale e
Centro di Documentazione

workshop
13 Aprile
2018
Hotel EXCELSIOR
Via Giulio Petroni 15 - BARI

LA BELLEZZA
abita in biblioteca

architettura patrimoni comunità

In collaborazione con

AIB
SEZIONE PUGLIA

con il patrocinio di

AIE
Associazione
Italiana Editori

EDITRICE BIBLIOGRAFICA

Accesso libero e gratuito previa iscrizione
Consulta il programma e gli eventi collaterali su http://biblioteca.consiglio.puglia.it

amazingpuglia.com

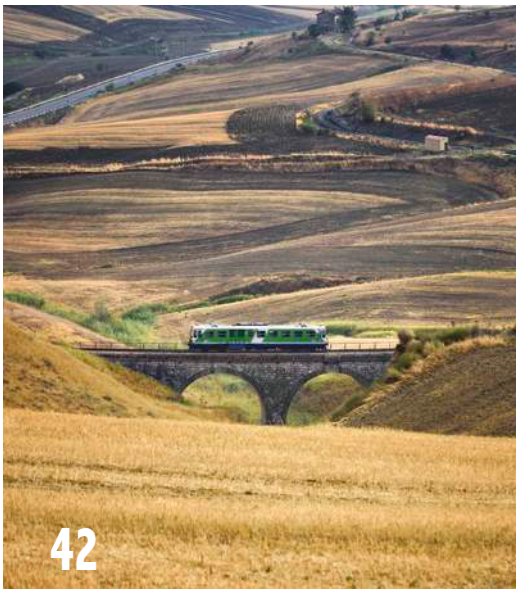
IL PIACERE DI SENTIRSI LIBERI

THE PLEASURE TO BE FREE

IDEA VERDE
CENTRO NAUTICO
top class

VIA MONTAGNA
MESAGNE | PUGLIA | ITALIA

NAUTICAIDEAVERDE.IT



CONTI

Aprile-Giugno.18

7. innanzitutto
Miracolo Murgiano.

13. una vita a colori
di Valentina D'Andrea.

14. this is Puglia
di Domenico Summa.

26. eventi
Eataly e Feltrinelli Bari.

30. idee
Lettera ai giovani pugliesi

MIRACOLO PUGLIESE

36. Murgia Valley
La nostra piccola Silicon Valley raccontata da Antonio Prota e Flavio Albano.

42. la mia Murgia
di Pietro Amendolara.

COVER STORY

49. donne che cambiano (in meglio) la Puglia
Life is Woman
Luciana Delle Donne
Marina Mastromauro
Mariarita Costanza
Assunta De Cillis

UNIVERSITÁ

69. unibà revolution
Antonio Felice Uricchio
Eugenio Di Sciascio

ECONOMIA

74. giuseppe marinò
"Ilva, Zes, Tap: basta litigare su tutto!". E poi: Sergio Fontana e la sua Farmalabor, BioLevante, ChemGas, Soavegel, DTA.

START-UP

95. MuumLab
il business angel pugliese.

118

144

154

CONTENUTI

E poi: Psycoboard, Vinoled, Kjaro, Informabio, Impact hub Bari.

TURISMO

102. Puglia 2.0
modello Dubai e Minorca.

SPECIALE FASHION

109. la Puglia che va di moda
le influencer senza volto, camiceria Mazzarelli, Apulian Fashion Makers, Puglia Outlet Village "Land of Fashion", Ivana Pantaleo, Sartoria Latorre.

INFORMAZIONE

118. giuseppe de tommaso
In giro vedo tanto egoismo e pochi ideali.

122. citynews
i leader del web

PUGLIESI NEL MONDO

125. francesco attolini, giuseppe oliva, marco fedele

EVENTI

131. world press photo, mirò a monopoli, wine selection, il polo a Savelletri

PASSIONI

137. lifestyle e hobby
shopping, cene d'autore, libri, vini, ristoranti, food, week-end, musica

158. art attack
l'altra faccia del tempo

160. infine

SAN MARZANO

WINE, SHARING, BEAUTY

www.cantinesanmarzano.com

Nel territorio che unisce Puglia e Basilicata sta accadendo qualcosa di meraviglioso, che Antonio Prota e Flavio Albano hanno raccontato nel bel libro "Murgia Valley". ***Di Fabio Mollica***

Miracolo Murgiano

Da qualche mese sentivo il desiderio di leggere un bel libro di economia. Avevo selezionato diversi autori nazionali e internazionali e alcuni loro volumi, ma ho rimandato l'acquisto per smaltire gli ultimi titoli che attendevano il loro turno sul mio coffe-table. Poi, come spesso accade, dopo l'uscita del primo numero di Amazing Puglia è stato il libro a trovarmi, grazie all'iniziativa di Flavio Roberto Albano, autore con Antonio Prota dell'ottimo "Murgia Valley, l'evoluzione della specie": 200 pagine, edite dalla barese "Les Flaneurs", che raccontano storie e suggerimenti per creare aziende al Sud.

È un libro che infonde ottimismo, che spiega ai giovani che "si può fare" qualcosa di grande anche nella loro terra, senza necessariamente dover emigrare. Certo, sarà più difficile, ma alla fine se uno è bravo emerge. A Gravina come a Milano, ad Altamura come a Palo Alto. Perché, come scrive Paolo Verri nella prefazione del libro, «se le città possono morire, vuol dire che possono anche cambiare. Bilbao non è sempre stata il Guggenheim, Belfast non ha sempre avuto la movida». E la Murgia, intesa come quella striscia di terra che ingloba la fascia centrale della Puglia che si estende fino alla Basilicata e che va a lambire le province di Bari, Barletta-Andria-Trani, Taranto e Brindisi, in questi anni sta cambiando, sta innovando, cresce e offre molti spunti interessanti. Nella "Murgia Valley" sono nate aziende ultramoderne divenute case-history di livello nazionale ed internazionale (Prota e Albano ce ne parlano più diffusamente nelle prossime pagine), ma quel che più mi ha colpito è che questa crescita sta avvenendo nell'assoluto rispetto delle tradizioni e dell'ambiente, creando quello che Lester R. Brown, fondatore del Worldwatch Institute,

ha chiamato "mercato onesto", un mercato in cui nessuno alla fine dovrà pagare il conto economico e socio ambientale di altri». Sì, sto pensando all'Ilva di Taranto, alle centrali elettriche di Brindisi e agli altri megaimpianti che tra pochi anni ci lasceranno solo cattedrali nel deserto da bonificare a costi esorbitanti. "Murgia Valley" ci insegna che un altro sviluppo e un'altra economia sono possibili, ma bisogna lasciarsi alle spalle il carbone e i metalli pesanti, i fumi e le ciminiere, e svoltare verso la "crescita immateriale, artistica, culturale e spirituale della società". E invece in Italia si continua a fare altro, come racconta nel libro Marco Landi (presidente di Apple nel 1996/97 e oggi convinto investitore nella Murgia Valley): «Si spendono miliardi per recuperare fabbriche inquinanti che danno si diversi posti di lavoro, ma che hanno come contraltare la devastazione della popolazione e del territorio. Si spendono risorse in sistemi di sviluppo obsoleti e destinati all'obsolescenza senza prevedere un'adeguata riconversione di menti, processi e prassi delle popolazioni».

Prota e Albano raccontano una terra che è resuscitata, dopo il boom del mobile imbottito negli anni '80 e '90 ed il successivo declino dei divani *made in Italy* uccisi nei primi anni del nuovo millennio dalla produzione *made in China*. Fallimenti e successi sono la matrice comune a tutte le aziende raccontate nel libro, "l'insuccesso come leva al miglioramento", perché "fallire non vuol dire altro che ripartire", solo che lo fai conoscendo il problema che ti ha messo in ginocchio.

C'è poi un'altra matrice comune: la condivisione. Dei sogni, degli obiettivi, della crescita. Perché siamo nell'era della sharing economomy, ma ancora molti imprenditori hanno paura di essere copiati, sono invidiosi dei successi altrui, non fanno squadra. Invece nella Silicon Valley come nella Murgia Valley il segreto sta proprio nel giocare di squadra, mettendo le proprie conoscenze a disposizione di chi ti sta accanto. È così che nasce la contaminazione. È così che ci si evolve. Che si cresce insieme.

*****

«Davvero una bellissima rivista: per estetica e contenuti sembra un magazine nord europeo, invece è tutto pugliese e parla di Puglia!».

Dopo l'uscita del primo numero di Amazing Puglia, abbiamo ricevuto una pioggia di complimenti e commenti positivi. Quello di Giancarlo Piccirillo, ex direttore di Puglia Promozione, è quello che più ci ha fatto piacere, perché va al cuore di ciò che volevamo realizzare: il più bel magazine mai pubblicato *in* e *sulla* Puglia. Qualcosa di mai visto, che attirasse l'attenzione, che facesse esclamare "*wow*!", che fosse conservato gelosamente come un bel libro.

Il merito però non è tutto nostro: per fare qualcosa di eccezionale abbiamo preso spunto a mani basse dai nostri magazine internazionali preferiti: The New York Times Magazine, GQ Australia, Time, New York Magazine, Esquire Middle East, Monocle, The Good Life, The Observer Magazine. *Pensare globalmente, agire localmente*: ecco, è esattamente ciò che abbiamo fatto.

Nella Silicon Valley come nella Murgia il segreto sta nel giocare di squadra, mettendo le proprie conoscenze a disposizione di chi ti sta accanto. È così che ci si evolve. E si cresce insieme

Sul numero 1 del magazine, per colpa di un refuso, è saltata la firma alle foto del fotografo Alessandro Colazzo a corredo dell'articolo su Renzo Buttazzo. Ce ne scusiamo con l'autore.

Però mi piace pensare e dire che una parte del merito per aver dato vita ad un magazine bello e interessante è nostra, ma una parte non secondaria è vostra, della Puglia, dei pugliesi. Se non fossimo bella gente, se non avessimo i posti magnifici che il mondo e noi stessi abbiamo finalmente scoperto (o riscoperto), questo *mook* non sarebbe così sexy. Insomma *Amazing Puglia* non è bello "perché lo faccio io", come dice nel famoso e storico spot uno dei produttori del pane di Altamura. È bello perché c'è la Puglia dentro. Perché ci siete voi.

Non si tratta di falsa modestia. Davvero. Volete una dimostrazione? Allora andate a leggervi le interviste e gli articoli su Assunta De Cillis (Cantine Due Palme), Marina Mastromauro (Granoro), Sergio Fontana (Farmalabor), sull'Università ed il Politecnico di Bari, Giuseppe De Tommaso e la "sua" Gazzetta del Mezzogiorno, sulle donne brindisine guarite dal cancro che si sono fatte fotografare per dar vita ad una mostra. Leggete queste storie, emozionatevi come è successo a noi. E poi fateci sapere se abbiamo ragione.

Fabio Mollica

Foto di Pietro Amendolara

EDITOR'S
LETTER

THE MURGIANO MIRACLE

It has been a few months that I felt the desire to read a nice book on economics. I had selected a variety of national and international authors and some of their works but, eventually, I procrastinated such purchase in order to finish the books that were patiently waiting their turn to be read on my coffee-table. Then, as it often happens, after the release of the first issue of Amazing Puglia, it was the right book to find me, thanks to Flavio Roberto Albano's initiative, author of the great "Murgia Valley, the evolution of the species" co-written with Antonio Prota: 200 pages, with "Les Flaneurs" as editor, that narrates stories and advice to create agencies in the South.

It is a book that spreads optimism, a book that explains to the young that something great "can be done", even in their own land, without emigrating necessarily. It would be, indeed, very difficult and challenging, but if someone is good at what it does he will emerge, eventually. In Gravina as in Milan, in Altamura as is Palo Alto. Because, as Paolo Verry writes in the book's preface: "if cities can die, they can also change. Bilbao has not always been the Guggenheim, Belfast has not always been a place to party". And the Murgia (which is that strip of land that includes that of Puglia which extends to the Basilica and goes on lapping upon the provinces of Bari, Barletta-Andria-Trani, Taranto, and Brindisi), has been constantly changing through these years, it has brought change, it is growing and offering many interesting concepts and ideas. In the "Murgia Valley" some ultra-modern companies have been born and become case-history on the national and international level (Prota and Albano will talk about this topic more in depth in the following pages); but what strikes me the most is that this growth is happening alongside the total respect of the environment and traditions, creating what Lester R. Brown, founder of Worldwatch Institute, has called the "Honest Market", a market in which nobody will have to pay for the economic and socio-environmental cost of others. Yes, I am thinking of the Ilva of Taranto, the power plants in Brindisi and the other mega-plants that in a few years are going to leave us with cathedrals in the desert to remediate at exorbitant economic costs.

"Murgia Valley" teaches us that another kind of development and economy is possible, but it is necessary to leave the coal behind, along with the heavy metals, the fumes, and the smokestacks, and to look forward the "immaterial, artistic, cultural and spiritual growth of society." Instead, in Italy something else keeps been done, as explained in the book by Marco Landi (president of Apple in 1996/97 and now committed investor in the Murgia Valley): "billions keep been invested in retrieving polluting factories that guarantee many workplaces, but on the other side contribute to the devastation of the population and territory. Many resources have been spent in obsolete development systems destined, eventually, to decline, without the prognostication of an adequate reconversion of projects, processes, and routines of the peoples."

Prota and Albano tell of a land that has resuscitated, after the boom of the upholstered furniture in the eighties and nineties, and the following decline of the made in Italy sofas annihilated by the production made in China in the first years of the new millennium. Failings and successes are the common matrix of every single company acknowledged in the book. "failure as the leverage for improvement", because "failing means nothing more than starting again", only that you act now conscious of what made you fail the last time. Furthermore, there is another common matrix: sharing. Sharing dreams, goals, development. Because we live in the era of the sharing economy, but still many entrepreneurs are afraid to be plagiarised, they act as envious and jealous of others' successes, they do not team up. Instead, in the Silicon Valley as in the Murgia Valley, the secret stands literally in the team play, making their own knowledge available to whom stands next to them. This is how contamination is born. This is how we evolve. How we grow and develop together.

*****

"Definitely a beautiful magazine: the aesthetic and the contents make it look like a North-European magazine, whereas it is all Pugliese and talks about Puglia". After the release of the first issue of Amazing Puglia, we have received numerous compliments and positive comments. That of Giancarlo Piccirillo, ex-director of Puglia Promozione, is the one that we appreciated the most because it goes right to the heart of what we wanted to create: the most beautiful magazine ever published in and about Puglia. Something that has never been seen, something that would have to draw attention, something that would make people go "wow!", something that would have to be jealously kept as a loved book. The merit is not all ours though: in order to make something exceptional we have been inspired by our favourite international magazines: The New York Times Magazine, GQ Australia, Time, New York Magazine, Esquire Middle East, Monocle, The Good Life, The Observer Magazine. Thinking globally, acting locally: that is exactly what we have done.

But I like to think that part of the merit to have given birth to a such a beautiful and interesting magazine is ours, but a secondary part is yours, of Puglia, of Pugliesi. If we were not good people, if we did not have those gorgeous places that the world and ourselves have finally discovered (or re-discovered), this mook would not be so sexy. Hence, Amazing Puglia is not beautiful because "I do it myself", as one of the producers of Altamura's bread says in the famous and historic tv commercial. It is beautiful because Puglia is in it. Because you are in it.

It is not fake modesty. Really. Would you like a demonstration? Then, go on and read the interviews and articles on Assunta De Cillis (Cantine Due Palme), Marina Mastromauro (Granoro), Sergio Fontana (Farmalabor), on the University and Polytechnic of Bari, on the Brindisine women healed from cancer who have been photographed for an exhibition. Read these stories, be touched and feel emotional, as it has happened to us. And, then, let us know if we were right.

FABIO MOLLICA
Editor in Chief

MUSA
BIRRA
MUSA
la ROSSA
ISPIRAZIONE ARTIGIANALE PER UNA BIRRA D'ECCELLENZA PUGLIESE
www.birramusa.it

AMAZING Puglia

amazingpuglia.com

MAGAZINE TRIMESTRALE. PROSSIMA USCITA: 1 LUGLIO 2018

Editore - Publisher
Next di Fabio Mollica sas
Via Rosmini 21 - 72100 Brindisi
info@nextbook.it
Tel. 347.7290074

Direttore Responsabile - Editor in Chief
Fabio Mollica
pr@nextbook.it

Complici di questo numero / Contributors of this issue
Oronzo Martucci, Valentina D'Andrea, Domenico Summa, Michele Caruso, Antonio Prota e Flavio Albano, Pietro Amendolara, Michele Grande, Amedeo Confessore, Filippo Motole, Roberto Romeo Valerio Palasciano, Romina Giurgola, Salvatore Vetrugno, Pamela Spinelli, Gioia Perrone, Angelica Sicilia

Stampa
Locopress, Mesagne (Brindisi)

Traduzioni
Marta Lioce

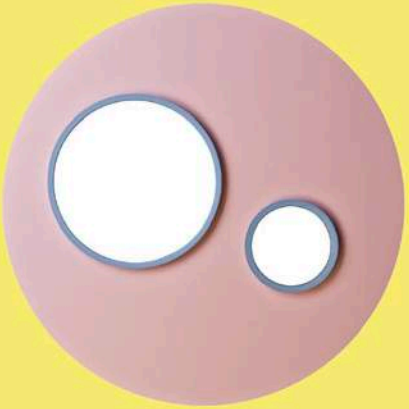
Pubblicità
Tel. 347 7290074

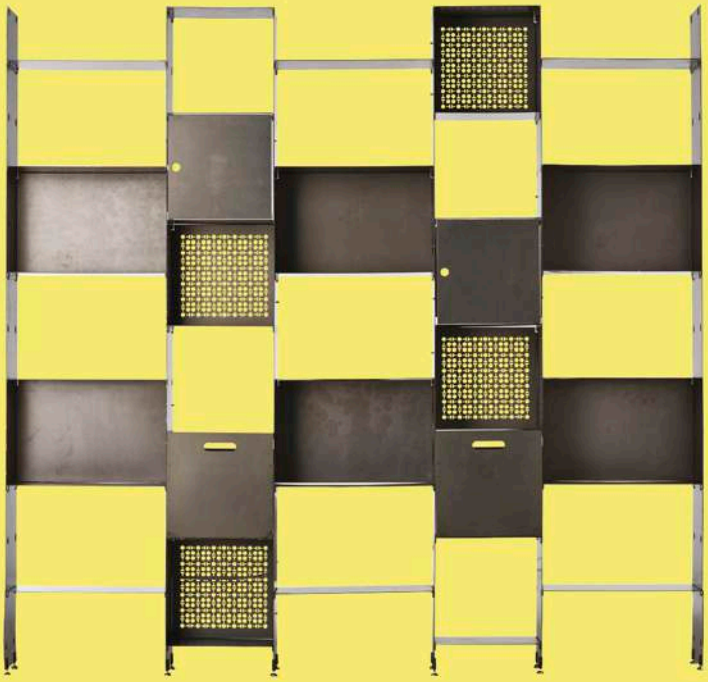
Distribuzione
Amazing Puglia lo trovate nelle librerie pugliesi.
Viene distribuito a circa 500 aziende associate a Confindustria.
Complimentary copies del magazine sono inoltre diffuse
in hotel e resort pugliesi a 4 e 5 stelle.

Pugliesi all'estero
I pugliesi emigrati all'estero possono richiedere copia gratuita del magazine in formato pdf scrivendo all'indirizzo:
pr@nextbook.it

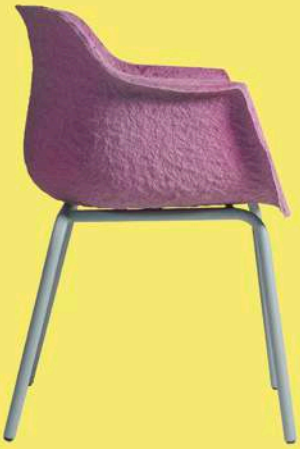
Amazing Puglia n. 2 - Aprile/Giugno 2018
In attesa di registrazione al registro stampa del tribunale di Brindisi

OFFICINE TAMBORRINO





PRODUCIAMO
OGGETTI DI CUI
INNAMORARSI



www.officinetamborrino.com

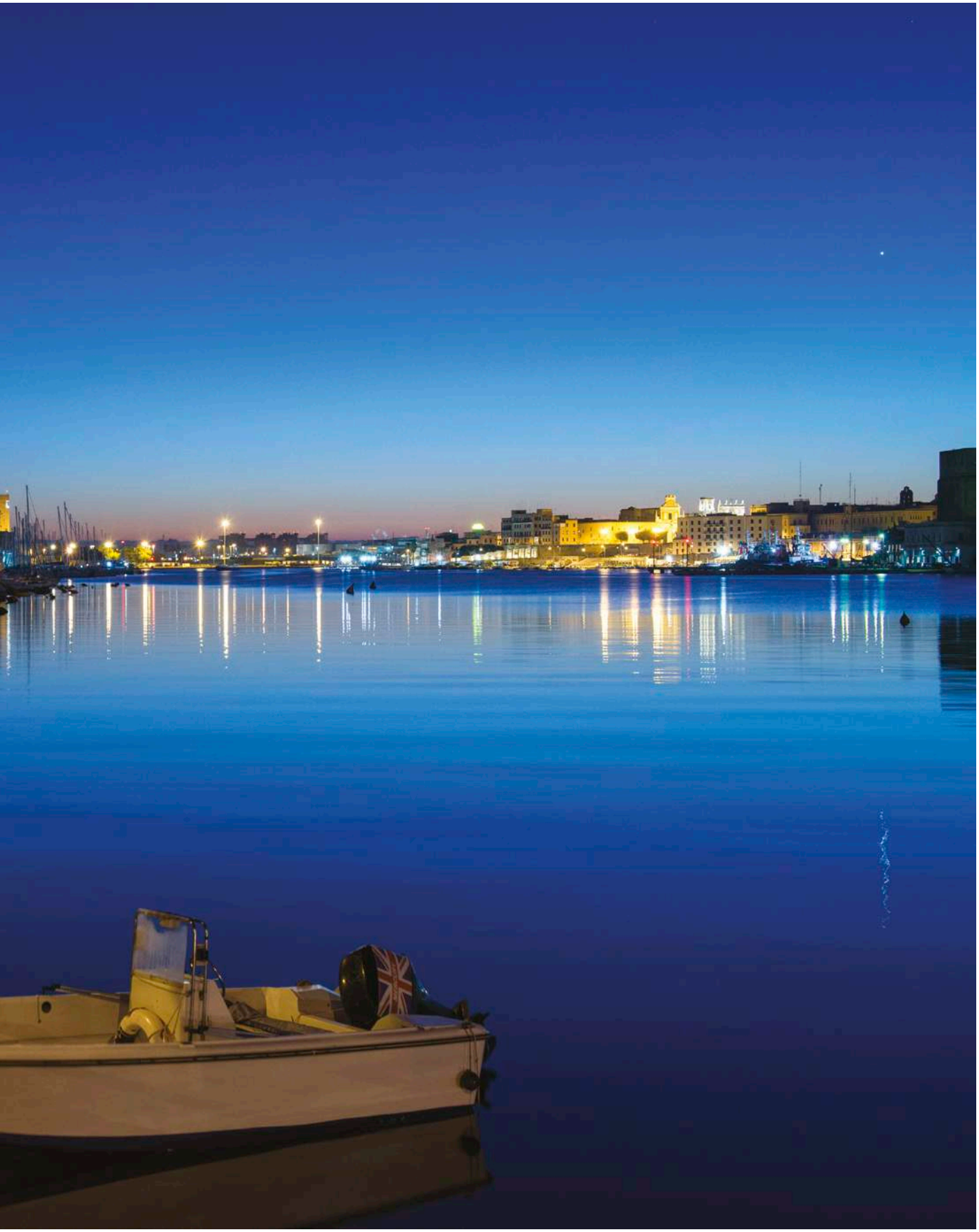
di Valentina D'Andrea

Adoro le donne che si ispirano alla vita,
che suscitano primavere e germogli spontanei...

BELLEZZA

Talvolta dovremmo sforzarci di guardare con occhi nuovi le cose a cui siamo abituati. Ci apparirebbero in maniera diversa. Incantevoli e mozzafiato. L'abitudine ci fa dimenticare la bellezza che abbiamo intorno a noi: che sia il porto di Brindisi all'alba (come in questa foto), o il lungomare di Bari al tramonto, o piazza Duomo a Lecce deserta di notte, non fa alcuna differenza. La bellezza non ci abbandona mai.

Sometimes we should try to look with new eyes the things we are used to see. They would appear differently. Enchanting and breathtaking. The habit makes us forget the beauty that we have around us: whether the port of Brindisi at dusk (as in this photo), or the seafront of Bari at dawn, or the desrt Piazza Duomo in Lecce at deep night, does not no difference. Beauty never leaves us.



FELICITÁ

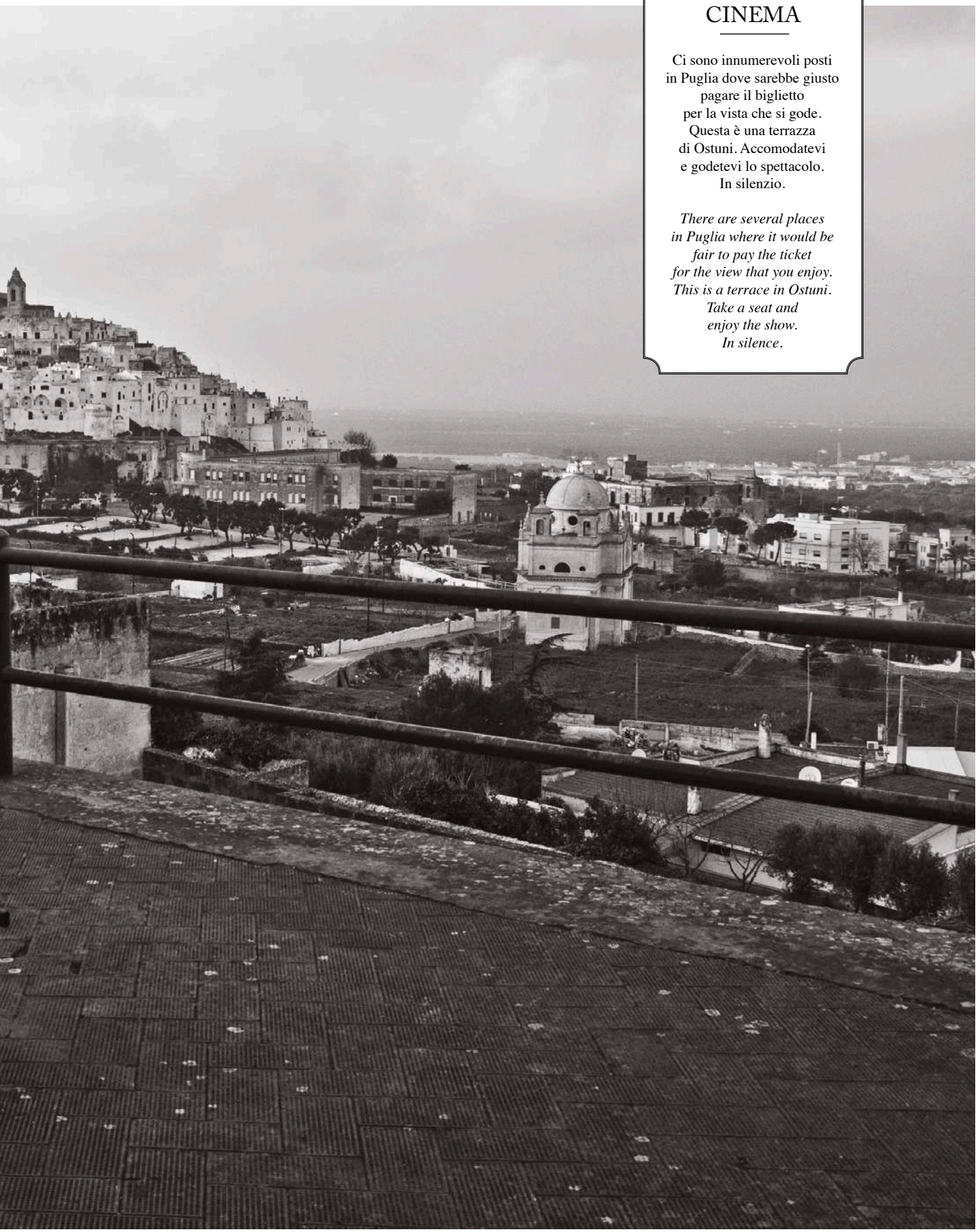
Quando si è in vacanza si è quasi sempre contenti. Ecco perchè i turisti fanno bene ai luoghi in cui arrivano. Non è solo questione di soldi. Sono portatori sani di sorrisi, gioia di vivere, gentilezza, arricchimento culturale e umano. Dove arrivano i turisti arriva la felicità.

When we are on holiday we are always happy. This is why tourists are so important for the touristic destinations. It is not just a question of money. They are healthy carriers of smiles, joy of life, kindness, cultural and human enrichment. Where tourists arrive, happiness comes.

GIOVINEZZA

Quant'è bella giovinezza
che si fugge tuttavia!
Chi vuole esser lieto sia,
di doman non c'è certezza...
Ciascun apra ben gli orecchi,
di doman nessun si paschi,
oggi sìan, giovani e vecchi,
lieti ognun, femmine e
maschi.
Ogni tristo pensier caschi:
facciam festa tuttavia.
Chi vuol esser lieto, sia:
di doman non c'è certezza.
Ciascun suoni, balli e canti,
arda di dolcezza il core:
non fatica, non dolore!
Ciò che ha esser, convien sia.
Chi vuole esser lieto, sia:
di doman non c'è certezza.

Lorenzo De' Medici,
Canzona di Bacco



CINEMA

Ci sono innumerevoli posti
in Puglia dove sarebbe giusto
pagare il biglietto
per la vista che si gode.
Questa è una terrazza
di Ostuni. Accomodatevi
e godetevi lo spettacolo.
In silenzio.

There are several places
in Puglia where it would be
fair to pay the ticket
for the view that you enjoy.
This is a terrace in Ostuni.
Take a seat and
enjoy the show.
In silence.

ABBANDONO

Monteruga è un borgo abbandonato tra San Pancrazio Salentino e Torre Lapillo. Gli uomini lo hanno abbandonato a metà degli anni 80. La sua bellezza è struggente ancora oggi, anche se cade a pezzi. Figuriamoci se tornasse a nuova vita.

Monteruga is an abandoned village between San Pancrazio Salentino and Torre Lapillo. His beauty is melting even today. Imagine if it came back to new life.

CUORE

Ogni ruga racconta una storia.
Ogni capello bianco
è uno scrigno di saggezza.
Ogni sguardo infonde gioia.
Ogni parola viene dal cuore.
Ogni sorriso
ti apre il cuore.

Every wrinkle tells a story.
Every white hair
it's a casket of wisdom.
Every glance infuses joy.
Every word comes
from the heart.
Every smile
opens your heart.

DA EATALY PER LA CENA "LA PUGLIA NEL PIATTO"

Anche quest'anno Eataly ha voluto celebrare la nuova edizione del libro Puglia, edito dalla Next e curato da Fabio Mollica (direttore di questo magazine) con una stupenda cena-evento. I circa 60 ospiti presenti hanno potuto degustare i piatti degli chef Lucio Matteo Vergine (Eataly), Daniele Caldarulo (Black and White di Bari) e Gianfranco Palmisano (Gaonas di Martina Franca): sei portate che hanno incantato i palati dei presenti, scatenando la standing ovation finale. I piatti erano accompagnati dagli ottimi vini delle Tenute Rubino di Brindisi. Appuntamento all'anno prossimo, per un'altra stupenda serata all'insegna della cucina pugliese.

1 Lo staff di Eataly: a sinistra il direttore dello store, Michele Montemurro, e la responsabile eventi, Madia Svezia.
2 "Ciceri e tria d'amare", piatto dello chef Lucio Matteo Vergine con i tortelloni del pastificio Cardone di Fasano.
3 Enzo Cardone, titolare del Pastificio Cardone.
4 Luca Petrelli, enologo delle Tenute Rubino di Brindisi, partner dell'evento.
5 Un momento della serata.
6 Il risotto alla rapa rossa preparato da Daniele Caldarulo.

1 Da sinistra Michele Montemurro, gli chef Daniele Caldarulo, Lucio Matteo Vergine e Gianfranco Palmisano, Fabio Mollica.
2 Amalia e Nicola Pantaleo, dell'oleificio Pantaleo di Fasano.
3 Gli sponsor del libro "Puglia": da sinistra Enzo Cardone (Pastificio Cardone), Francesco Pomarico (Gruppo Megamark), l'autore del libro Fabio Mollica, Nicola Pantaleo (oleificio Pantaleo) e Giuseppe Tunzi (Commerciale Ocsa).
4 Il libro Puglia e il nostro magazine.
5 Il dolce preparato da Daniele Caldarulo: un omaggio alla Puglia!
6 Il carciofo secondo Gianfranco Palmisano.

1 Michele De Feudis (Gazzetta del Mezzogiorno) e il direttore di Amazing Puglia, Fabio Mollica. **2-3** Fulvio Filo Schiavoni, presidente della Cantina Produttori Vini di Manduria, nonché volto di copertina del primo numero del magazine. A destra il Lirica, uno dei grandi Primitivi imbottigliati dal CPV. **4** Nicola Maldarizzi (Gruppo Maldarizzi). **5** Il direttore commerciale dell'Apulian Fashion Makers, Giuseppe Cirasino.

ALLA FELTRINELLI BARI, BUONA LA PRIMA PER "AMAZING PUGLIA"

Il 9 marzo Amazing Puglia è stato presentato alla libreria Feltrinelli di Bari. Per tenere fede allo spirito del magazine, abbiamo voluto una presentazione innovativa, un talk moderato dal giornalista Michele De Feudis (Gazzetta del Mezzogiorno) con ospiti i protagonisti del primo e del secondo numero del magazine. Perché ci piace pensare che se questo trimestrale è bello e interessante, il merito è in parte nostro e in parte dei personaggi che raccontiamo in queste pagine. A giudicare dalle presenze di pubblico e dagli applausi, il format sembra essere piaciuto, e allora abbiamo deciso di replicarlo. Ad aprile sono in programma altri tre talk nelle librerie Feltrinelli di Bari, Lecce e Brindisi. Per conoscere le date, seguite la nostra pagina facebook oppure il sito *amazingpuglia.com*. Le foto sono di Giovanni Miali.

1 Antonio Prota e Flavio Albano, autori del libro Murgia Valley.
2 Silvio Maselli, assessore alla Cultura del Comune di Bari.
4 L'intervento del rettore del Politecnico di Bari, Eugenio Di Sciascio.
5 Buon vino e buone letture in mostra.
6 La stilista Ivana Pantaleo.
7 Lo stilista Francesco Rasola.
8 L'intervento di Roberto Laera, fondatore di Italian Network.

Lettera ai giovani pugliesi.

C'è una mancanza di fiducia in noi, ma c'è soprattutto una mancanza di fiducia di noi giovani in noi stessi. Se penseremo che non ci siano più speranze, agiremo come se non ci fossero più speranze. Non venga mai meno il desiderio, la voglia di crescere. Lottiamo sempre contro la nostra stessa rassegnazione. Restiamo ottimisti, restiamo giovani.

QUANDO SOFFIA IL VENTO DEL CAMBIAMENTO, ALCUNI costruiscono muri ed altri, più audaci, vele per navigare lontano. Molti anni fa chiesero al grande esploratore britannico George Mallory, che avrebbe perso la vita sull'Everest, perché volesse scalarlo. E lui rispose: "Perché è là!". Scrivo questo frammento, intingendo la piuma nell'arcobaleno. E lo faccio per parlare ai baluardi di speranza che serbiamo in ognuno di noi, per parlare alla parte di noi che crede nella possibilità, nella capacità di superare anche i problemi più ardui che affrontiamo non solo come individui, ma come società intera. Alla parte di noi che afferma che possiamo fare la differenza. È un invito, una preghiera ad essere audaci, a lottare contro la propria rassegnazione, ad avere coraggio, il coraggio di osare. Quando mi chiedono come mai un ragazzo di 28 anni, da un piccolo paesino della Puglia, stia riuscendo a fare un certo percorso di vita e di carriera, rispondo sempre: "Grazie al coraggio e grazie allo studio". Non lo studio fine a sé stesso, ma lo studio che si fa idea, l'idea che diventa progetto, il progetto che si trasforma in realtà. Credo davvero che la passione e lo studio possano portare molto lontano nella vita. Durante le vacanze di Natale, trascorrendo dei giorni in famiglia e passeggiando tra le stradine del mio piccolo paesino d'origine, Rignano Garganico, il più piccolo del Promontorio garganico, ho pensato: "Andiamo via da questi luoghi da adolescenti, facciamo grandi progetti, grandi sogni; alcuni di noi fanno poi carriera, mettono in piedi aziende, viaggiano per il mondo in lungo ed in largo, ma si finisce per fare sempre poco per la nostra bellissima terra natale". Perché la Puglia è tutta bella, anche se contiene molte terre e molte Puglie al suo interno.

di
Michele
Caruso

È solo non rescindendo mai completamente il cordone ombelicale con la nostra terra, è solo grazie ad uno scambio costante di culture, di esperienze, di competenze, di informazioni, che potremo contribuire a farla germogliare.

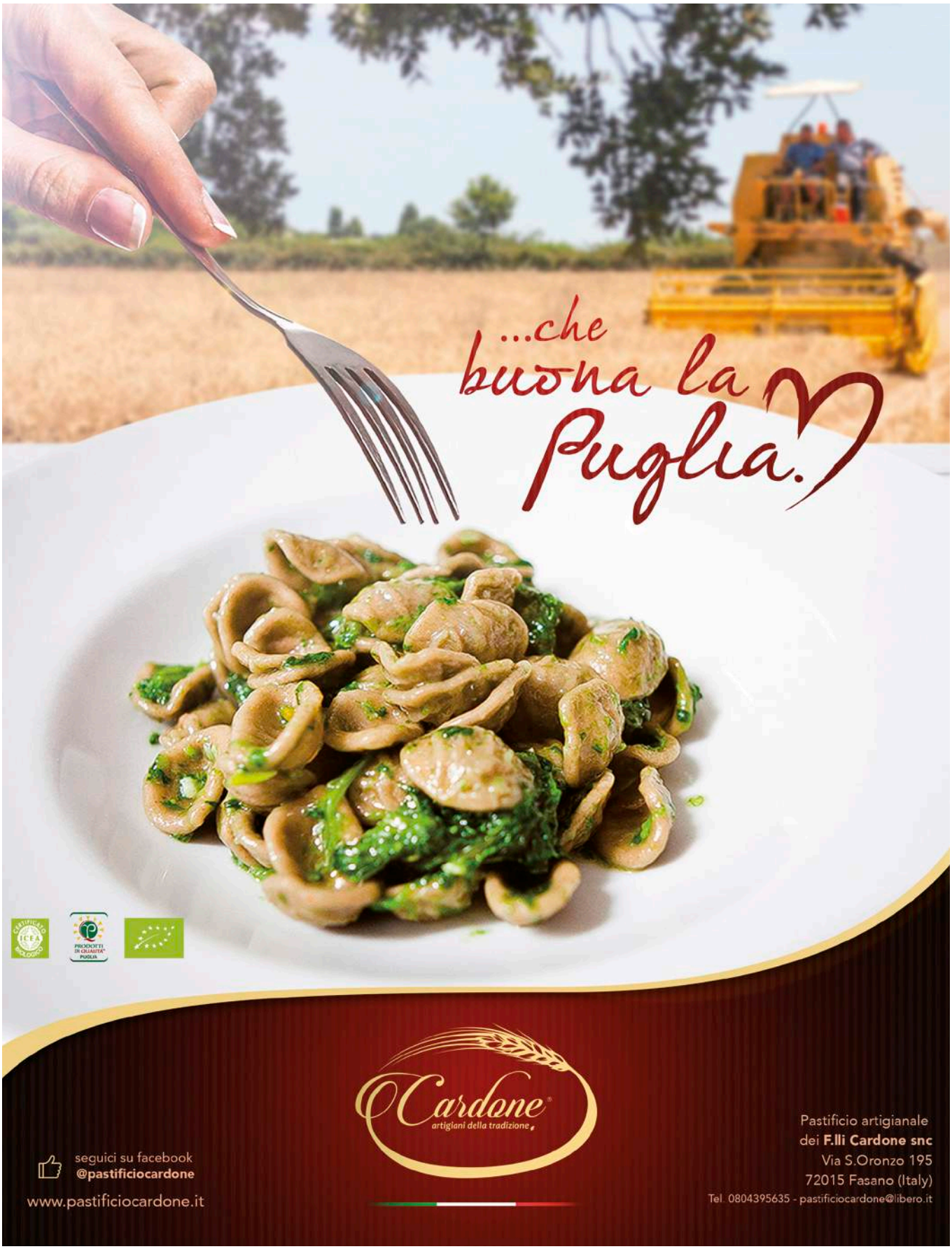
LA PUGLIA HA SAPUTO PUNTARE SUI suoi prodotti iconici più di altre regioni italiane. Solo per citare alcuni dati, il turismo estivo tra il 2016 ed il 2017 è aumentato in Puglia di oltre il 23%. Eppure abbiamo ancora un'altissima percentuale di recensioni negative su Booking.com. Dobbiamo migliorare nei servizi, puntare su un turismo di qualità. Io non credo che la Puglia oggi abbia bisogno di un turismo di massa, ma di sicuro ha bisogno di un turismo di qualità.
L'onda dell'innovazione digitale sta investendo tutti, il rischio è quello di credere che non coinvolgerà pienamente anche noi: dall'agricoltore al pescatore, al singolo cittadino. La Puglia oggi è chiamata, a mio avviso, a reinventare il concetto di lusso e di luxury lifestyle. "Bella vita" e "lusso" sono tra le principali parole di ricerca correlate alla parola "Puglia" su Google. Un nuovo concetto di lusso fatto di cibo buono, di spiagge meravigliose, di semplicità, genuinità, dignità. Nel pieno rispetto del *genius loci*, lo spirito nei nostri luoghi che, come un poeta di un tempo che fu, ci richiama a sé per ridisegnare insieme il futuro.
Impariamo ad accendere i riflettori sul bene: sono convinto che quando la comunicazione accenda i suoi riflettori sul bene, contribuisca a migliorare il mondo. E lo stesso temo avvenga al contrario anche quando li punti verso il male. In un mondo in cui tutti parlano di problemi, qualcuno continua a parlare di speranza, delle infinite opportunità che abbiamo dinanzi. Questo sì che è qualcosa di veramente dirompente. Questo è ciò che dobbiamo continuare a fare noi giovani. Ed anche se faranno di tutto per spegnere la nostra luce, noi non gliela lasceremo spegnere, continueremo a brillare di quella luce che abbiamo dentro. Quando inizieremo a credere nel potenziale che abbiamo in ognuno di noi, ma anche nel potenziale di chi ci sta accanto, nella sua libera iniziativa, allora sarà un giorno migliore per tutti. La metamorfosi del mondo avviene in silenzio: se ti poni in posizione di rabbia sempre e comunque, ti poni in una posizione di debolezza, di ammissione di inferiorità rispetto al sistema. È la posizione dell'audacia, del coraggio, della regalità e nobiltà d'animo quella necessaria per cambiare il mondo. I sogni non diventano realtà per caso, per fortuna. La teoria di dover avere fortuna è quella che sostiene chi non sa come si costruisce ed ha bisogno di distruggerti. Perché per costruire devi mettercela tutta, devi mettere in discussione la tua identità, le tue certezze, le tue abitudini di sempre.

C'È UNA MANCANZA DI FIDUCIA IN noi giovani, ma c'è soprattutto una mancanza di fiducia di noi giovani in noi stessi. Se penseremo che non ci siano più speranze, agiremo come se non ci fossero più speranze. Non venga mai meno il desiderio, la voglia di crescere. Lottiamo sempre contro la nostra stessa rassegnazione.
Restiamo ottimisti, restiamo giovani. La più straordinaria delle esperienze umane passa attraverso il cambiamento di noi stessi, della nostra mentalità, del nostro modo di vedere il mondo e di percepirci: "Cambiare noi stessi è il punto archimedeo per cambiare il mondo". Quando sono all'estero, vedo sempre apprezzate la nostra genialità, la nostra sensibilità mediterranea, la nostra fantasia. Fattori chiave per la costruzione di una Europa più unita, di una Italia più unita. L'Italia è uno dei pochissimi Paesi industriali al mondo a poter vantare una cultura non specialistica. Forse la nostra funzione, il nostro vero valore aggiunto rispetto agli altri Paesi del mondo, è quella di mettere insieme, di unire mondi diversi. Impariamo a richiamare sempre più fondi dall'estero, sull'esempio del

> La Puglia oggi è solo decima per numero di start-up, ed occupa l'ultimo posto in classifica per numero di startup ogni 100mila abitanti. Dobbiamo tornare ad avere visioni sul futuro, fare progetti a 10 mesi, 10 anni, 10 secoli!

> In un mondo in cui tutti parlano di problemi, qualcuno continua a parlare di speranza, delle infinite opportunità che abbiamo dinanzi. Questo si che è qualcosa di veramente dirompente.

Michele Caruso, 28 anni, di Rignano Garganico (FG). Vive tra Milano e l'estero. Ha due lauree: Ingegneria Gestionale e Management a Parigi. Ha lavorato in Accenture ed Ernst&Young. Da un anno è a capo del dipartimento di Digital Intelligence in DOING. Lavora su tematiche legate all'Intelligenza Artificiale applicata alle strategie di marketing e di comunicazione. È membro dell'Association du Droit des Robots di Parigi che diciplina i rapporti tra uomo e macchina. Nel tempo libero, si occupa di growth hacking e di microcredito.


...che
buona la
Puglia.
Cardone
artigiani della tradizione
seguici su facebook
@pastificiocardone
www.pastificiocardone.it
Pastificio artigianale
dei F.lli Cardone snc
Via S.Oronzo 195
72015 Fasano (Italy)
Tel. 0804395635 - pastificiocardone@libero.it

Portogallo che sta diventando una porta sull'Europa per gli investitori stranieri. Facciamo in modo che questi investimenti siano guidati sempre da etica-dignità-e-morale. Ma dobbiamo avere la capacità di credere nell'innovazione e nel progresso come possibili: la Puglia oggi è solo decima in Italia per numero di startup, ed occupa l'ultimo posto in classifica per numero di startup ogni 100 mila abitanti.
Dobbiamo tornare ad avere visioni sul futuro, fare progetti a 10 mesi, 10 anni, 10 secoli. Mi ha sempre stupito il progetto "10x" di Dubai: la voglia di crescere 10 volte tanto in pochissimi anni.
La Puglia è un bacino straordinario di opportunità. Ci sono luoghi nel mondo che, con molto meno, hanno fatto grandi cose. Abbiamo il sole, il vento, terreni fertili, posti magnifici. Quello che manca è la capacità di collaborare, di guardare con approccio costruttivo alle cose, di crederci fino in fondo, di avere fiducia nelle nostre possibilità. Troppo spesso all'estero si sente dire che il Mezzogiorno somiglia ad una trappola, fitta di ragnatele e di compromessi. Questo rischio si somma ai rischi più noti dell'intero sistema Italia: gli angoli scarsamente illuminati della vita pubblica, il sistema mafioso, il sistema di tangenti, le sacche di ignoranza e di incompetenza, che scoraggiano profondamente sia gli italiani all'estero a rientrare, sia le imprese estere ad investire al Sud. Ma il mare in tempesta non ci deve distogliere dal tracciare le nostre rotte. La Puglia e l'Italia hanno bisogno di farsi mondo, di connettersi, di digitalizzarsi, di investire nei settori dell'industria e dei servizi, di aprirsi al mercato, di creare struttura per la ricerca e lo sviluppo, affinché l'Università diventi un ponte con la vita e con il tessuto sociale.

È USANZA ABITUALE QUELLA DI piangerci addosso, di dire che non si può fare nulla, che andrà sempre così, che non si andrà mai da nessuna parte. E poi, quotidianamente, non facciamo altro che soffocare ogni forma di progresso, di sviluppo. Ci domandiamo quale sia il segreto del successo, teorizzando le cose più assurde e a volte le più cattive, senza sapere che tutto ciò che occorre è darsi da fare in ogni ambito. Nel mio piccolo so qualcosa di quanto tremi l'Italia, quando si cerca di cambiarla, quando si toccano le antiche tradizioni e si dimostra che un nuovo modo di vedere le cose è possibile. Dobbiamo tornare ad avere coraggio. Ma se lasciamo arrugginire i nostri sogni, tutto perde di sapore. Se ci appiattiamo ad una mentalità mediocre, alla ricerca del favoritismo, della raccomandazione facile, del cullarsi troppo sullo stato sociale cercando di imbrogliare il sistema e di ottenere le cose senza meriti né sforzi, i nostri sogni arrugginiscono. Il più grande rammarico che ho per la mia generazione, è la mancanza di ambizione. Rimettiamo al servizio della società l'empatia, la comprensione, la compassione, il nostro senso di responsabilità nei confronti del bene comune, l'audacia, la speranza, il coraggio.

> Quando inizieremo
> a credere nel potenziale
> che abbiamo in ognuno
> di noi, ma anche
> nel potenziale
> di chi ci sta accanto,
> nella sua libera iniziativa,
> allora sarà un giorno
> migliore per tutti.

> Dobbiamo tornare
> ad avere coraggio.
> Se lasciamo appassire
> i nostri sogni, tutto
> perde di sapore.
> Se ci appiattiamo ad una
> mentalità mediocre,
> alla ricerca del favore,
> alla raccomandazione
> facile, i nostri sogni
> si arruginiscono.

Si narra che Marco Aurelio, in una concitata fase del suo Impero, mentre imperversava la crisi economica ed i Germani erano alle porte, dovendo tenere un discorso al suo popolo, scese in piazza e disse solo: "Domani Roma ha bisogno di voi!". Io credo che oggi, domani, e dopodomani la Puglia, l'Italia, l'Europa hanno bisogno di noi. Ha bisogno di tornare a correre. Perché, come dice Camilleri, "la cosa che mi preoccupa più di tutto oggi è la perdita della speranza, la gente rassegnata al non lavoro. Dobbiamo ritrovare la forza di un tempo, dobbiamo ritrovare l'energia di un tempo."

murgia VALLEY

Il libro di Antonio Prota e Flavio Albano racconta cosa sta accadendo nel territorio tra Puglia e Basilicata, dove sta nascendo una piccola Silicon italiana. Un volume ricco di storie e suggerimenti per creare aziende al Sud.

Testo di Antonio Prota e Flavio Albano

Mariarita Costanza e Nicola Lavenuta, fondatori di Macnil Gruppo Zucchetti. Nel 2016 hanno sottoscritto un contratto di programma con la Regione Puglia per finanziare la nuova sede di Gravina. Ci saranno palestra, asilo nido, ludoteca, orto e ristorante. Per permettere ai loro dipendenti, per il 50% donne, di vivere l'azienda e creare le loro famiglie all'interno di una comunità allargata, affinché la stessa non diventi un ostacolo alla realizzazione lavorativa.

Murgia Valley è un testo appena uscito, edito da *Les Flaneurs*, che parla di imprenditoria nel mondo tecnologico; e lo fa ipotizzando la nascita di una Valley al Sud di Italia, tra Basilicata e Puglia. Una Valley tecnologica proprio come quella californiana dove è nato Jobs, o Gates, o HP, dove è nata Google e tutti gli altri, dove i garage hanno dato vita al mondo tech di oggi. La dedica iniziale recita: "Ai giovani della Puglia, perché possano vivere questa Terra meravigliosa, perché possano costruire il futuro di tutti qui". La prefazione appassionata di Paolo Verri, direttamente da Matera 2019, ha dato linfa vitale ad un progetto che è sempre stato nel cuore di ognuno dei suoi creatori: un sogno.

Ogni storia parte da un sogno, dalla volontà di uomini e donne di realizzare qualcosa nella vita, di progettare e costruire qualcosa per sé, per la propria famiglia, per la propria società. Ognuno di noi si ritrova in una storia, più o meno bella, nel tentativo di fare tutto quando detto prima, ci si ritrova all'opera, a lottare, a cambiare ogni programma per cercare di perseguire un obiettivo. Questa storia parte proprio da qui, cerca di raccontare una visione, un'opportunità, un progetto di condivisione e di amore verso un territorio e verso una comunità, quando ci si ritrova in compagnia a solcare i mari delle difficoltà che sempre si palesano agli avventori del bene comune, dell'innovazione senza precedenti.

Questa storia ha tutti gli ingredienti per strutturare un piatto di successo e trasferire a tutti i lettori il segreto del piatto, il suo DNA. Il racconto di una rete capace di adattarsi attraverso le collaborazioni per favorire l'affermarsi dell'economia della conoscenza. Una sfida incredibile: passare dal vicinato dell'agricoltura al vicinato digitale, tramutare la memoria del passato in memoria del futuro.

La trasformazione di un territorio da rurale a tecnologico con la forza propulsiva del fattore umano da sempre motore di crescita e di evoluzione, che qui al Meridione, fa da sempre la vera differenza. L'obiettivo è raccontare che è possibile, in tempi di crisi nera e spread avere un sogno imprenditoriale, perseguire le proprie aspirazioni per creare una creatura economica che faccia del bene.

Nel libro si parla spesso di energia, perché è tanta quella che serve per creare qualcosa da zero, è infinita quella che serve per diventare innovatori.

"Non si percorrono strade nuove con la paura di sbagliare…" recita Bonzio nel suo Italiani di Frontiera, altro libro imperniato su tematiche simili che ci ha fatto scoprire la potenza degli italiani in Silicon Valley. Parleremo spesso di fallimento, perché l'energia di prima può non bastare per percorrere le strade e le insidie del mercato, specialmente quando lo si fa da innovatori oltre che da imprenditori.

Si parla di terra, intesa non solo come matrice naturale della vita, linea d'orizzonte del creato, ma soprattutto come simbolo di appartenenza, di origine, di attitudine socio-culturale.

Guardando oltreoceano, alle altre Valley, il primo insegnamento assolutamente positivo che subito emerge osservando la Silicon, ad esempio, riguarda il valore della "condivisione", è questo che rende forte quell'agglomerato industriale, è questo che avviene tutti i giorni: la contaminazione. La circolazione di idee e dei talenti fa crescere l'ecosistema e se cresce l'ecosistema crescono tutti. Il che è assolutamente contrario a vecchi retaggi, ancora presenti, in cui se si andava a fondo, tutti dovevano andare a fondo. Il modo peggiore per chiudere una partita è uscirne tutti perdenti, una sola perdita è sempre meglio di due perdite ma questi atteggiamenti sono ancora figli di una certa ignoranza imprenditoriale che fortunatamente sta debellandosi.

Ed è proprio questo il punto, formarsi per formare e far crescere tutta la comunità, partire dall'erudizione dei nostri giovani, per mandarli sì in giro per il mondo ad accrescere le loro competenze, ma con il fine ultimo di riportarli qui, dove molti di loro vorrebbero restare.

Al Sud sono stanchi di contare i giovani che vanno via, sono stanchi di fare la conta di ciò che manca, bisogna iniziare a capire ciò che serve per ridare la spinta propulsiva a qualcosa che oggi possiamo dire che è in moto.

La questione spesso risiede nell'approccio caratteriale che ognuno di noi ha con le cose, c'è chi davanti a mondi nuovi, a difficoltà fa subito un passo indietro e chi si esalta e si entusiasma. Vittorio Storaro, tre volte premio Oscar registrò sul territorio murgiano, oggetto del nostro racconto, veri e propri tumulti di creatività che vanno ad influenzare l'atteggiamento di tutta la comunità da sempre.

In Italia spesso le competenze sono un surplus, l'imprenditore medio ha sì voglia di fare, non ha paura di nulla e per questo va avanti, ma non ha le competenze necessarie ad affrontare i mercati internazionali in un momento in cui non può non farlo.

In secondo luogo in un sistema in cui c'è corruzione e non certezza della pena non c'è crescita perché l'illegalità, la criminalità minano profondamente le intenzioni delle persone capaci e oneste che non vogliono rischiare la vita per dar vita al loro progetto. Tuttavia gran parte di queste dinamiche stanno cambiando, molte zone non hanno di questi problemi,

Roberto Calculli, fondatore di Digital Box. Nella foto accanto la nuova sede (in costruzione) della Macnil.

anche grazie a chi decide di restare e combattere perché qui c'è un valore da non sottovalutare, c'è un potenziale da non abbandonare.

L'Italia non è di certo la California in cui c'è un ecosistema irreplicabile, ma può essere il posto giusto dove investire, ci sono capacità, professionisti ed un'immensa creatività. Non è auto-celebrazione. Parliamo di zone che hanno passato momenti storici di abbandono e arretratezza che oggi però sono al giro di boa e sono pronte al riscatto.

Abbiamo, in Italia, materia prima, ovvero cervelli di prima qualità, forti di una profonda formazione teorica che sconta sì un gap con la realtà, ma che permette una visione più ampia e lungimirante, un'apertura alla creatività molto più incondizionata che in altri territori. In Italia nei licei si studia filosofia, matematica che sono fondamentali per il pensiero strategico, per l'apertura diametrale del pensiero evolutivo personale.
Hanna Arendt diceva di "impartire un'educazione sufficientemente tradizionale per permettere ai figli di essere rivoluzionari" forse perché è quello l'innesco necessario, la cultura di base fondamentale affinché si possa giungere all'evoluzione strutturata.
È forse questo che si osserva se ampliamo il focus e iniziamo ad inglobare l'ambito di business nella presente analisi: voglia di strutturare la crescita e renderla trasversale, genuina e sostenibile al fine di costruire insieme il concetto di comunità.
Murgia Valley ha in seno un mix di questi valori, porta avanti la storia di questi luoghi, le influenze importanti e la multiculturalità che li ha sempre interessati, certi

che la contaminazione e la collaborazione siano elementi fondanti su cui erigere la struttura che sta facendo innovazione al Sud.
La missione consiste nel creare un ecosistema nel territorio murgiano per condividere e divulgare tra storia e innovazione la cultura digitale, nuova impronta evolutiva dell'uomo globale.
Il viaggio di ricerca fatto tra le Valley nel mondo ci ha portato un primo grande valore: la formazione. Tutto parte e passa dalla formazione lungimirante e appassionata che impartiamo ai nostri giovani. Solo investendo in essa si crea sviluppo e passione per lo sviluppo della propria società.

"I contadini dell'inizio '900 piantavano ulivi e fichi di cui non avrebbero mai visto i frutti pensando alle generazioni successive senza esservi costretti dal alcun regolamento ma semplicemente perché i loro genitori e i loro nonni avevano fatto lo stesso" (Latouche S., "La scommessa della decrescita", Feltrinelli, 2009).
Questo è appartenere ad una terra, sentirsi parte di essa, integrarsi con un eco-sistema fatto di persone, di attività economiche, di vite, di sogni, di speranze per i figli di quella stessa comunità, la cui responsabilità diventa della collettività e attraverso la formazione e la ricerca creare e diffondere consapevolezza e professionalità di ciò che si fa.
La speranza e la tenacia di un nocciolo di imprenditori appartenenti ad una "terra" sono al centro di questo viaggio che attraverso la chiave della cultura locale osserverà lo sviluppo e la crescita di questa esperienza economica ormai globale, certi che questi esempi, questi approcci gestionali possano gettare le basi per la vera rivoluzione-evoluzione culturale affidata alle mani dei figli della comunità.
Una crescita che è fatta di innovazione tecnologica, ricerca stilistica e consapevolezza ambientale come i protagonisti raccontano: «La Valley è uno stato mentale, è pura positività che non appartiene e non ha un perimetro geografico, non ha confini o etnie, è il desiderio e la voglia di non fermarsi mai, di emozionarsi quotidianamente, una ricerca continua di crescita sostenibile» (Salvatore Pepe).
Oppure: «Ho studiato la figura di Cesare il condottiero solitario e sottolineo che questa figura non esiste più. L'imprenditore di oggi deve essere più sullo stile Gesù con rispettivi discepoli: la Chiesa è ancora in piedi, l'impero Romano è caduto tragicamente anni e anni fa. Il segreto è la contaminazione, la collaborazione, alzare l'asticella oltre il proprio sguardo tutti insieme, condividere un progetto che sia di un popolo per un benessere che deve essere diffuso. Nessuna cultura può vivere se vuole essere esclusiva, diceva Gandhi» (Roberto Calculli).
O ancora: «La nostra capacità di immaginare, di andare oltre, di costruire nuove soluzioni e visioni impossibili o che sembrino tali senza mai arrendersi di fronte alle difficoltà della vita. Trasferire questa capacità è fondamentale per le generazioni future e ci permette di progredire e realizzare quello che prima sembrava un'illusione. Possiamo fare cose straordinarie che potrebbero apparire anche irrazionali allo scopo di realizzare ciò che vogliamo» (Nicola Lavenuta e Mariarita Costanza).
E infine: «Ho deciso di supportare i giovani e le imprese del Sud Italia per innovarsi e crescere, mi piace dare struttura a nuove aziende e idee di business, avviarle, vederle crescere, aiutarle a fare i primi passi ma anche quelli successivi. L'idea di contribuire a creare innovazione, sviluppo e occupazione mi appassiona sempre» (Enzo Tucci).

Lester R. Brown, fondatore del Worldwatch Institute sosteneva che "la soluzione per ristrutturare l'economia passa dalla creazione di un mercato onesto, in cui nessuno alla fine dovrà pagare il conto economico e socio-ambientale di altri". Sono queste la basi della Murgia Valley, sono questi i valori che i nonni murgiani hanno insegnato ai loro nipoti e che oggi assurgono a modello di sviluppo e di rinascita.
Parlare di Murgia non è assolutamente semplice proprio perché non è semplice delimitarne i confini, non è delimitabile un'appartenenza o un modo di vivere.
In sostanza l'intera conformazione geo-morfologica riprende un po' le caratteristiche del suo popolo, testardo, infaticabile, dedito al lavoro, solido come la pietra ma ricco di venature dedite al

"I CONTADINI PIANTAVANO ULIVI E FICHI, DI CUI NON AVREBBERO MAI VISTO I FRUTTI, PENSANDO ALLE GENERAZIONI SUCCESSIVE, SENZA ESSERVI COSTRETTI DA ALCUN REGOLAMENTO, MA SEMPLICEMENTE PERCHÈ I LORO GENITORI E I LORO NONNI AVEVANO FATTO LO STESSO"

Nella foto a sinistra Antonio Prota, Marco Landi (già presidente di Apple, ora con Atlantis Ventures investe in aziende interessanti), Flavio Albano e Saverio Merlo (anche lui investitore). A destra Salvatore Pepe, fondatore di Mosaico Digitale, vincitore del premio Red Dot Award 2016.

trasporto dell'acqua della vita. Donne e uomini che hanno attraversato la storia, le pesti, le carestie, le conquiste, coltivando la terra, pascolando, rifugiandosi nelle grotte. Un popolo che ha dovuto incanalare l'acqua, lavorare la dura pietra per crearsi ripari. Una terra bella, affascinante, fertile ma da spietrare con il sudore della fronte, a ricordare che ogni premio, ogni progetto importante proviene da un profondo e appassionato lavoro.
Bisogna partire dal livello locale per cambiare la società nel globale. I bisogni stessi, sia economici che reali, si costruiscono a livello culturale.
Se si vivesse una vita più "vera", più connessa alle pulsioni del pianeta, della natura, senza dimenticare il progresso, si tornerebbe a perseguire fini artistici, di crescita sociale, che sono sempre stati i punti chiave delle società più evolute. Abbandonando la crescita ad ogni costo e la gara per la ricchezza resterebbe più spazio che mai per ogni specie di cultura intellettuale e per ogni progresso morale e sociale. È proprio qui sta la differenza: sostituire la ricerca della crescita della produttività pesante con la crescita immateriale, artistica, spirituale delle società così da arricchire il mondo e farne un posto migliore. Sarebbe auspicabile spostare la nostra specializzazione da produzione di massa inquinante a produzione leggera e a fertilità ripetuta auto-stimolante. Innovare i vecchi processi produttivi per vivere meglio, darci una speranza di vita salubre ed in linea con le pulsioni della natura. Ridare valore a ciò che veramente può contribuire al miglioramento della qualità della vita a lungo termine.
Possiamo affermare che bisogna partire dalla volontà del singolo di attuare un cambiamento perché - mai come ora - la felicità dell'uomo non consiste nel vivere meglio ma nel vivere bene, semplicemente bene.

Le storie che abbiamo raccontato sono piccoli romanzi, pochi numeri ma molto cuore. Storie uniche. Storie di soccorso agli ultimi. Come Amedeo Peter Giannini che gettò le basi della Bank of America all'indomani del terremoto del 1906 a San Francisco facendo credito a tutti su un tavolo improvvisato fatto di assi di legno, per strada, il primo a servirsi della pubblicità, il primo a finanziare la vendita a rate delle automobili, ma soprattutto il primo a concepire la banca come un bene di largo consumo, un servizio per tutti.
Parliamo sempre di visionari che si sono messi in gioco, hanno rischiato per una visione di benessere sociale oltre che economico, innovatori quasi involontari perché portati al progresso dalla loro natura che semplicemente non si è posta limiti. Suo padre e sua madre emigrano a San Jose in California, da Favale di Malvaro, un piccolo comune ligure che oggi conta meno di 500 anime (Donadio G., Startupitalia.eu, 11 dicembre 2016). La corsa all'oro californiana (il California Gold Rush) offre speranza a molti giovani spiantati come suo padre, Luigi, che costruisce una piccola fortuna che gli permette di comprare un appezzamento di terra, 16 ettari per coltivare frutta e verdura nel 1872. Sembrerebbe un posto ideale per Giannini, un posto dove trascorrere la propria infanzia, ma la scomparsa del padre, una morte violenta, ucciso a seguito di una lite con un suo bracciante, rovina i piani della famiglia. Parliamo del Giannini banchiere che finanziò il Golden Gate Bridge, Hewlett e Packard, Walt Disney e tanti altri, tra cui anche la Fiat nel dopoguerra.

"INVESTITE MILIARDI PER RECUPERARE FABBRICHE INQUINANTI CHE DANNO DIVERSI POSTI DI LAVORO, MA CHE HANNO COME CONTRALTARE LA DEVASTAZIONE DELLA POPOLAZIONE E DEL TERRITORIO"

Da questi luoghi di sole, di terra e di cibo, da questo concetto di "casa" di provenienza, in completa contrapposizione con le tendenze odierne di evasione esterofila, un gruppo di persone, amici di lunga data, ognuno con le sue qualità, ognuno con il suo percorso, ha deciso di restare, ha deciso di puntare proprio su quella terra defraudata, depredata delle sue nobili qualità.
Parliamo di un meridione vituperato, oltraggiato e offeso, parliamo di un Sud in una terra in cui Sud non è solo un punto cardinale, è un'offesa. Siamo in una zona difficile, l'Italia è diventata un posto difficile, in cui venire al mondo, crescere e realizzarsi più che difficile è un'impresa, è coraggioso. È coraggioso restare dove si nasce. È valoroso.
Ognuno cerca di salvarsi, di costruirsi un futuro, a volte mettendo da parte i sogni, in questi anni di "crisi" i sogni si sono persi, sono rimasti lontani, così come si sono allontanati i figli dalle madri, da quella terra baciata dal sole e dal mare, in un costante e continuo moto di sopravvivenza il popolo, la persona non ha più casa, solo origine. Il tempo di oggi è il tempo dell'immigrazione violenta dal Sud di qualcun altro nel nostro Sud, perché si è sempre il Sud di qualcuno e sempre si cerca di fuggire se le cose non vanno, il coraggio è di chi lotta e di chi combatte, allo stesso modo non si può definire co-

dardo chi invece cerca un futuro migliore lontano da una terra che non è più nelle mani del suo popolo. In questo sogno di una Terra, di un Sud, di un territorio fatto di persone, cultura, valori, campagna, grano, tufo, mare, ulivi e animi che questi imprenditori visionari hanno deciso di credere ed investire, a volte a costo della vita, perché essere imprenditori spesso significa essere spericolati, rischiare tutto per creare un germoglio, creare un ecosistema vitale, dinamico e aperto, in grado di reagire, regolarsi e vivere.

Foto Pietro Amendolara

"QUESTO È IL SUD CHE CONDIVIDE, CHE ACCOGLIE, CHE OSPITA E CHE NON DICE MAI DI NO, UNA TERRA INVASA, OCCUPATA, CHE CONTINUA AD APRIRE LE SUE PORTE, PERCHÈ SOLO IL BENE CI SALVERÁ"

Saltando di intervista in intervista, tra un paese e l'altro, armati di agenda e fotocamera, siamo partiti in un'avventura densa e quasi ascetica che ha attraversato i mesi e le stagioni che oggi dentro di noi segna alcuni punti fermi che mai avremmo pensato di trovare nelle terre di Murgia, nel Meridione più profondo, nel Mezzogiorno d'Italia. Abbiamo incontrato Mr. Marco Landi, ex presidente di Apple investitore di Murgia, abbiamo incontrato il professor Giuseppe Pirlo, appassionato professore dell'Università di Bari, murgiani investitori ai Caraibi. La cosa importante è e resterà non celebrare la convinzione o la tenacia, e perché no, in alcuni casi, la fortuna dei protagonisti di questa storia. Noi celebriamo ed osserviamo in maniera critica il loro atteggiamento, il loro approccio al mondo digitale, all'innovazione, all'essere imprenditori, alla propositività e positività con cui hanno affrontato la loro vita lavorativa. Nella scrittura di questo libro siamo cambiati e, anche grazie a questo testo, le nostre idee si sono modificate arricchendosi di nuovi spunti di riflessione che ci consento di intendere oggi il territorio come il risultato di un processo di costruzione identitaria in continua evoluzione. Questa la chiave di lettura: l'evoluzione della specie rurale. Quello che il nostro testo si propone di sortire è un semplice risveglio di coscienze, una goccia di speranza che deve instillarsi nella mente dei nostri giovani del Sud, che abitano queste terre assolate, che troppo spesso non credono abbastanza nei loro sogni e nei loro territori. Siamo certi che a queste storie se ne stanno aggiungendo altre. La sfida della Valley intesa come condivisione è iniziata e sarà vinta, perché la pietra della Murgia è più dura del silicio.

LA SCHEDA

Murgia Valley: alcuni casi di successo

MOSAICO DIGITALE
Fondatore Salvatore Pepe
Affianca alla tradizionale tecnica mosaicista un innovativo sistema basato sulle più moderne tecnologie digitali, rendendo così possibile la realizzazione di un numero infinito di soluzioni nella forma e nella scansione cromatica.
Il mosaico è una forma decorativa millenaria: volevamo proporla però in modo moderno e creativo, attraverso materiali leggeri e facili da posare.
mosaicodigitale.it

THE DIGITAL BOX
Fondatore Roberto Calculli.
Propone un sistema integrato di soluzioni che permettono la creazione, distribuzione e misurazione di contenuti digitali personalizzati progettati specificamente per i dispositivi mobili. Una suite completa di strumenti che consentono alle aziende, di ogni dimensione e tipologia, di coinvolgere, in modo rapido ed economico, i clienti offrendo esperienze di coinvolgimento grazie a messaggi di azione diretti e orientati ai risultati. Sedi in Italia (Puglia e Toscana), Spagna (Barcellona) e USA (Palo Alto, Silicon Valley). È stata fondata nel 2013. Conta più di 10.000 clienti attivi.
thedigitalbox.net

MACNIL GRUPPO ZUCCHETTI
Fondatori Mariarita Costanza e Nicola Lavenuta.
Azienda di informatica, elettronica e telecomunicazioni, specializzata nello sviluppo di Progetti M2M e IoT (Internet of Things). Progetta sistemi integrati per le Smart City e sistemi di telecontrollo nei settori automotive, telematics e telemedicina. Sviluppa piattaforme di Digital Mobile Marketing per creare, pubblicare e misurare landing page per smartphone e social network.
Tutte le piattaforme sono in cloud e sono fruibili in modalità SaaS (Software as a Service) con accesso da remoto attraverso browser e apps.
macnil.it

SCEGLIERE SALUTE
Fondatori Giuseppe Lorusso e Angelo Marvulli
Nato per recensire e condividere informazioni su centri sanitari e specialisti, il sito offre un nuovo servizio, facile e veloce, di prenotazione online di prestazioni sanitarie.
sceglieresalute.it

“Solo guardando
con occhi diversi la nostra terra
saremo in grado di cambiarla”

Un passato offuscato

La mia Murgia

TESTI E FOTO DI PIETRO AMENDOLARA

La via che collega i comuni più interni del “Parco Nazionale dell’Alta Murgia”, Altamura, Gravina, Poggiorsini è per me sinonimo di meraviglia. La percezione spazio temporale è completamente alterata rispetto ai ritmi frenetici imposti dalla città.
La peculiarità della dorsale murgiana è l’essere punteggiata dagli iconemi dell’architettura rurale: ruderi, jazzi, masserie caselli ferroviari e dimore segnate dal tempo, che lasciano immaginare scene di vita campestre.
I padroni riconosciuti degli scenari murgiani sono i castelli, ma solo salendo sul colle del “Garagnone”, si comprende come nonostante la lontananza, il celebre “Castel del Monte” insieme al meno noto “Castello di Gravina”, entrino in contatto con l’appennino lucano e il rudere del “Castello di Monteserico”.
A far da sfondo a tutti questi soggetti è un mosaico scomposto di terreno, calcare, praterie e campi coltivati che a seconda delle stagioni si manifestano nelle loro sfaccettature, o si nascondono sotto il manto nevoso, o si lasciano intravedere sotto il velo della nebbia.
Se per l’osservatore comune il fluire del tempo viene segnato dallo scorrere delle stagioni, in questi luoghi “basterà” fermarsi in un giorno qualunque e capire che non è proprio così e che la natura è capace di stupirci.
Nell’ora muta delle fate, le nuvole di un cielo sereno si macchiano di rosa e preannunciano il tramonto, momento in cui il rosso intenso del cielo, si riflette sui colli.
In cima a questi colli all’alba si scorge la “valle bradanica”, punto di contatto tra Puglia e Basilicata, che illuminata diffusamente dai deboli raggi di sole, lascia intravedere la dorsale appenninica, interrotta dal lago “Serra di Corvo”.
Queste sono le emozioni vissute della mia terra. Catturate per invitarvi a viverla.

Il casello della ferrovia.

Fugaci riflessi

Torno a Sud

The path that binds the most internal towns of "Parco Nazionale dell'Alta Murgia", Altamura, Gravina, Poggiorsini is for me a synonym of magnificence. The perception of space and time is completely altered compared to the ectic rythms imposed by the city. The peculiarity of the dorsale murgiana is being completely embraced and characterized by the rural architecture: places signed by the time, that leave us with the imagination of scenes of the country life. The owners of such landscapes are the castles; nevertheless, only on the hill "Garagnone" you can realize how, despite the distance, the famous "Castel del Monte" with the less famous "Castello di Gravina" touch the appennino lucano and the "Castle of Monteserico".

As a beautiful background to these landscapes, there is a mosaic of soil, limestone, prairies, and fields which, depending on the season, show their many facets or hide under the snow or the mist. Whilst to the average observer the becoming of time is dictated by the cycle of the seasons, in theese places you only need to rest during a random day to understand that it is not quite like that, and that nature is always able to surprise us. In the silenced hour of the fairies, the clouds of a calm sky become pink and announce the twilight, a moment when the intense red of the sky reflects itself on the hills.

At dawn, at the top of these hills, you can see the "valle bradanica", that marks the contact point between Puglia and Basilicata, which, irradiated by weak sun shines, let us glimpse the dorsale appenninica, interrupted by the lake "Serra di Corvo".

These are the emotions that can be lived in my land, captured to invite you to live them too.

PIETRO AMENDOLARA

Fotografo di paesaggi

Nativo di Bitonto, come figlio adottivo vive a Gravina in Puglia, cuore pulsante del Parco Nazionale dell'Alta Murgia.
In questa città è cresciuto e si dedica con passione ad attività sociali, culturali e artistiche.
Girare per le vie per scoprire angoli di tempi lontani, attraversare campi per scorgere i colori della natura, soffermarsi a cogliere i sentimenti della gente, osservare il cielo per inebriarsi del calore del sole, fermare la luce del crepuscolo, attendere l'arrivo della luna che avvolge le case nell'ombra e nel mistero: questo è il senso magico della sua vita.
Nell'incantesimo suggestivo e mitico continua a fissare con genuinità e ingenuità il mondo che lo circonda. E di questo mondo esalta la storia, la natura i favolosi paesaggi e coglie e contempla, facendole proprie, le passioni e i sentimenti della gente semplice nelle sue fatiche quotidiane.
Pietro ha un obiettivo: trasmettere con sapienza ed efficacia i contenuti di questa terra tanto amata quanto bistrattata e dimenticata.
Iscritto dal 2014 alla UIF (Unione Italiana Fotoamatori) ha conseguito i titoli di Benemerito della fotografia e membro della Commissione Artistica.
Il suo pensiero: "Solo guardando con occhi diversi la Nostra Terra saremo in grado di cambiarla".
Sue fotografie, esposte in musei, enti, associazioni di Puglia, sono state pubblicate su siti web, riviste e libri, come il web-magazine francese "madamefigaro.jp", o i libri "Riflessioni dalla Puglia" (V e VI vol., ed. Gruppo l'Espresso).
Vincitore di concorsi fotografici, regionali e nazionali, a giugno 2016 e 2017 viene premiato a Plovdiv in Bulgaria (Città europea della cultura 2019) al "Third International Photo Salon".
Sua la foto "Ponte acquedotto Orsini" pubblicata dal "Corriere della Sera" e acquistata dal Gruppo Mercedes per promuovere la Puglia sulla rivista SETRA-World, distribuita in tutto il mondo.

Sere nate invernali

Il cacciabombardiere

21 Archi

PUGLIA
OUTLETVILLAGE

OVER 90 STORES DISCOUNTS UP TO 70%

LAND OF SUN AND SHOPPING.

At the heart of the Mediterranean, just a short distance from Bari and the wonders of the Adriatic coast, set in a landscape of olive groves and on the border with the Murgia region, there is a place where the search for a place to enjoy the sun turns into an unforgettable journey, a place offering excellent hospitality and shopping. Discover the area with a visit to Puglia Outlet Village: over **90 flagship stores**, with the trendiest brands and **discounts up to 70% all year round**.

OUR BRANDS: ADIDAS - REEBOOK, BORBONESE, BROOKS BROTHERS, CALVIN KLEIN JEANS, CALZEDONIA - INTIMISSIMI, DENNY ROSE, HARMONT AND BLAINE, HARMONT AND BLAINE JUNIOR, ENRICO COVERI, FRATELLI ROSSETTI, FREDDY, GAS FACTORY OUTLET, GATTINONI, GUESS, K-WAY, LEVI STRAUSS & CO., LINDT MAITRE CHOCOLATIER, LIU-JO UOMO, MANILA GRACE, MARINA MILITARE, MELTIN'POT, NIKE FACTORY STORE, REBEL QUEEN BY LIU-JO, TIMBERLAND FACTORY STORE, TRUSSARDI JEANS, UNITED COLORS OF BENETTON, VANS **AND MANY MORE.**

OPENING HOURS Every day 10 a.m. - 8 p.m.
From April to September 10 a.m. - 9 p.m.
INFOLINE Tel. +39 080 3370211 • **BOOKING ONLINE** pugliaoutlet.it
SS16 BIS - EXIT > MOLFETTA Z.I. OR BISCEGLIE SUD • **PUGLIAOUTLET.IT**

LAND *of* FASHION

FRANCIACORTAOUTLET **VALDICHIANA**OUTLET **MANTOVA**OUTLET **PALMANOVA**OUTLET **PUGLIA**OUTLET

SCARDICCHIO S FOTOGRAFIA
Via Appia, 284 - Brindisi Tel 0831 542857

Donne che cambiano (in meglio) la Puglia

TIZIANA PILIEGO
Life is Woman

LUCIANA DELLE DONNE
Made in Carcere

MARINA MASTROMAURO
Pastificio Granoro

MARIARITA COSTANZA
Macnil-Gt Alarm

ASSUNTA DE CILLIS
Cantine Due Palme

LIFE IS WOMAN

FOTOGRAFIE DI LUIGI CATALDO

Venti brindisine diventano modelle per la mostra
“Volti di donne che hanno sconfitto il cancro”.
Una iniziativa nata dall’idea del fotografo
Luigi Cataldo e dall’attivismo dell’associazione
“Cuore di Donna”. Il risultato?
Facce sorridenti, belle, sfrontate, forti.
E senza fotoritocchi.

"Life is woman - Volti di donne che hanno sconfitto il cancro". È questo il titolo di una interessante mostra fotografica che si è svolta a Brindisi a marzo nelle sale di palazzo Granafei-Nervegna. La mostra, promossa dall'Associazione nazionale Cuore di donna, attiva da due anni anche a Brindisi, e dal fotografo brindisino Luigi Cataldo, ritrae i volti di 20 donne brindisine e leccesi che hanno sconfitto un tumore e che si sono messe in gioco per dimostrare che da quello che un tempo era un male ritenuto incurabile, sul quale c'era quasi un veto, anche solo nel chiamarlo col proprio nome, oggi si può guarire.

Niente modelle dunque, niente ritocchi, semplicemente i visi di queste donne di tutte le età, donne coraggiose, sfrontate, forti e belle anche dopo una malattia.

Il progetto nasce dall'idea di Luigi Cataldo, al quale il cancro ha portato via un affetto grande. "Ho deciso di dare una testimonianza, di rendermi utile per una causa importante, di mettermi in gioco, ma come? Con la cosa che mi ossessiona di più, con la cosa che mi rende libero, con la cosa che per me è linfa: la fotografia. Volevo trasmettere speranza e serenità". Poi Luigi incontra Tiziana Piliego, la referente di Cuore di donna per Brindisi. Le propone il suo progetto. È in quel momento che tutto nasce. Inizia il reclutamento delle donne, un'impresa non proprio facile. Non sono tante quelle disposte a farsi fotografare, a raccontare con i loro sorrisi di avere avuto un cancro ma di essere ancora vive e più forti di prima. Qualcuna lo fa, sono per prime le volontarie dell'associazione a metterci la faccia. Lo fa anche Manuela Caloro psiconcologa dell'ospedale Perrino di Brindisi che 8 anni fa ha sconfitto uno dei tumori più aggressivi e che ora è diventata mamma di uno splendido bambino.
Eppure le foto sono ancora poche, non abbastanza per pensare ad una mostra. Luigi pensa di desistere, ma è sua moglie, ancora una volta una donna, a dare la sterzata decisiva. Invia un messaggio alle sue amiche, un passaparola contagioso che in pochi giorni si trasforma in altri scatti, altri visi di donne vincenti. La mostra si farà, ora ci sono i numeri. Inizia il lavoro di post produzione e stampa, locandine, manifesti, scelta della location ricerca di sponsor. Già gli sponsor... e qui entra in campo Tiziana. Contatta alcune aziende del territorio, illustra il progetto. Piace ad una di queste che in pochi giorni decide di sostenerlo. La Lyondellbasell che ha anche uno stabilimento a Brindisi e che negli ultimi anni investe in prevenzione con progetti su tutto il territorio nazionale decide di sostenere questa mostra. Il progetto prende forma. L'emozione è incontenibile, la condivisione sui social inaspettata. "Quando è nato il Gruppo operativo di Cuore di donna a Brindisi - racconta Tiziana Piliego - non avrei mai immaginato in così poco tempo di poter dar vita ad una mostra così bella. Ho avuto il cancro quasi tre anni fa, ma l'ho considerato come un'opportunità

per poter fare qualcosa per gli altri. Ho fondato il gruppo subito dopo il mio intervento, non avevo ancora iniziato le terapie e da quel giorno ho lavorato e ancora lo faccio per insegnare alle donne ad amarsi, a dedicare una giornata all'anno a sé stesse. Sottoporsi regolarmente agli esami senologici e ginecologici, rappresenta un'arma importante per battere la malattia sul tempo, evitando interventi mutilanti e terapie aggressive".

Cuore di donna è impegnata sul territorio con campagne gratuite di visite ed ecografie senologiche riservate alle giovani donne, con iniziative pubbliche di divulgazione della diagnosi precoce e della prevenzione. Con progetti gratuiti come "RipartiAmo dal mare - donne in barca per sconfiggere il tumore", avviato pochi mesi fa in collaborazione con il gruppo Sportivo dei Vigili del Fuoco di Brindisi. Donne operate al seno che riprendono in mano la vita grazie allo sport. E ancora con giornate informative nelle scuole superiori. Ed ora questa mostra fotografica, la prima personale per Luigi Cataldo. Una mostra insolita nella quale la malattia viene sbattuta in faccia, ma col sorriso di chi ce l'ha fatta e non ha vergogna di dire "Ho avuto un cancro". Una copia delle foto sarà donata da Cuore di donna al costruendo day hospital oncologico del Perrino di Brindisi. Andranno ad abbellire un reparto che bello non è, andranno ad infondere coraggio a chi frequenterà quelle stanze, quei sorrisi scalderanno il cuore e doneranno speranza perché di cancro si può anche vivere. Nel frattempo la mostra diventerà itinerante. La prossima esposizione è prevista il 21 e 22 aprile presso le cantine Risveglio Agricolo di Brindisi dove Cuore di donna ha organizzato un convegno sui temi della rinascita dopo il cancro e dove si terrà l'assemblea annuale con delegate che arriveranno da tutte le parti d'Italia in cui l'associazione opera. L'8 luglio le foto, varcheranno i confini regionali per raggiungere la Lombardia in Val Cavallina, dove ogni anno si svolge il raduno nazionale di Cuore di donna al quale, da due anni partecipano come sostenitori, la campionessa di sci alpino Lara Magoni e Valerio Staffelli. "Life is woman" sarà anche esposta nella sede della Lyondellbasell, in una data ancora da definire. E per allargare ancora i confini e raggiungere quanta più gente possibile, alla mostra è dedicato anche un sito web nel quale si può consultare il catalogo, ammirare le foto e leggere le storie delle donne ritratte. Un sito che sarà anche tradotto in inglese. Un sogno che diventa realtà frutto del lavoro di persone che vogliono regalare speranza a chi l'ha perduta, sorrisi a chi non ne ha più perché, come dice Cataldo:

"In ogni ritratto c'è un po' di storia, c'è un po' di vita, c'è un po' di speranza, un po' di emozione".

“MADE IN CARCERE” DÁ LAVORO A 16 DONNE
E ORA ANCHE AD UN GRUPPO DI MINORENNI.
IN 10 ANNI È DIVENUTO UN BRAND
NOTO A LIVELLO NAZIONALE,
CHE FATTURA 400 MILA EURO.
MA PER LA FONDATRICE LUCIANA DELLE DONNE,
IL DATO CHE CONTA È SOLO UNO:
«L’80% DEI DETENUTI CHE LAVORANO IN CARCERE,
UNA VOLTA USCITI NON DELINQUONO PIÙ».

L’ANGELO DELLE DETENUTE

THE ANGEL OF THE INMATES

“MADE IN PRISON” GIVES JOBS TO 16 WOMEN
AND NOW TO A GROUP OF MINORS.
IN TEN YEARS IT HAS BECOME A BRAND
INTERNATIONALLY KNOWN,
THAT MAKES 400 THOUSAND EUROS PER YEAR.
HOWEVER, THE DATA THAT REALLY MATTERS TO THE
FOUNDER LUCIANA DELLE DONNE IS ONLY ONE:
“80% OF THE INMATES WHO WORK IN PRISON DO N0T
COMMIT CRIME ANYMORE ONCE THEY ARE FREED”

amazingpuglia.com

Una persona che lascia un lavoro e uno stipendio da top-manager per mettere su famiglia e dedicarsi al sociale, o è pazza o ha qualcosa di speciale. Luciana Delle Donne è un po' folle e molto speciale: nel 2004 lasciò Milano e il mondo bancario, dopo aver creato la banca multicanale e con una proposta per andare a Londra (a guadagnare ancor di più), per tornarsene a Lecce, dove di lì a poco diede vita all'Officina Creativa e al marchio Made in Carcere, che oggi compie 10 anni ha dato lavoro e speranza a più di un centinaio di donne detenute. Il brand inventato dalla Delle Donne oggi realizza anche gadget personalizzati per le aziende, ha uno store online e 10 temporary store sparsi per l'Italia. Si è conquistato visibilità a livello nazionale grazie ad un diffuso lavoro di contaminazione, "perché solo se contaminiamo fuori riusciamo a cambiare le cose dentro". I numeri del brand sono importanti, ma ancor più importante è un dato statistico: «L'80% delle persone che lavorano in carcere non tornano in carcere. Mentre l'80% di quel 20% che non lavora torna a delinquere». Ecco perché la strada intrapresa non si lascia, anzi, bisogna ampliarla, e a marzo, nel carcere di Borgo San Nicola, è nata la Mason di Made in Carcere: uno spazio che oltre al laboratorio per cucire sei ore di lavoro, potranno studiare per altre quattro ore». Un ulteriore passo avanti che fa brillare gli occhi di Luciana Delle Donne.

Come si fa a cambiare vita come ha fatto lei?

«È come se avessi messo un altro paio di occhiali. Vedevo il mondo con una logica tridimensionale: i ricchi rincoglioniti, i poveri disperati, i giovani che non esistono come se fossero una generazione invisibile. Quando lavori in banca, con i numeri e i software, con gli ordini in automatico, non vedi la gente, non noti la folla. Ero troppo presa dal creare efficienza e innovazione. E questa è una cosa che mi sono portata dietro, perché se vuoi ottenere qualcosa devi fare in modo che le cose avvengano: ho sentito dire a centinaia di persone che hanno idee e progetti, ma poi nessuno fa niente. Ci vuole molta fatica e tenacia per fare le cose».

Perché il carcere?

«Ho visto giovani disperati che nessuno teneva in considerazione. Persone invisibili che camminavano. Ho iniziato da loro, dagli studenti. Ma ho capito subito che lì l'intervento deve essere istituzionale, non può partire con una logica da privato. Un giorno ho pensato alle donne in carcere, perché a Milano avevo visto dei capi creati da alcune detenute. Da lì è nata l'idea di produrre borse, sciarpe e quant'altro».

È stato facile iniziare?

«No, perché prima di me, nel carcere di Lecce, erano entrati i "professionisti della formazione", quelli che fanno un progetto, prendono i soldi e non tornano più. Io non volevo fare così. Ma loro avevano paura che lo facessi. Mi guardavano con diffidenza: ho spiegato che non ero una imprenditrice e che stavo facendo un esperimento. Ancora oggi dico loro: raddrizziamo insieme le cuciture storte della vostra vita».

Chi l'ha aiutata?

«All'inizio ho chiesto i tessuti a degli amici ed ho scoperto che erano contenti di liberare il magazzino dagli scarti e dalle rimanenze. Uno di loro, Luciano Barbetta, mi prestò anche alcune macchine, che poi comprai con i primi utili dell'azienda. Insomma, capii che si potevano usare le rimanenze di magazzino: facevo bingo sia dal punto di vista della tutela dell'ambiente che dell'inclusione sociale».

Oggi "Made in Carcere" ha 16 dipendenti detenute che lavorano 6 ore al giorno e percepiscono 700-800 euro. Made in Carcere fattura circa 400.000 euro l'anno ed è pronta a lanciare un nuovo progetto. Quale?

«Iniziamo a produrre, confezionare e vendere i biscotti dolci "Scappa-telle", che vengono prodotti nelle carceri minorili di Bari e Niside (Napoli)».

Lei è folle?

«Sono strana. Ho fatto una scelta di vita. Volevo provare la povertà, stare tra la gente in un certo modo. Quando lasciai la banca mi dissi: voglio pagare per lavorare!».

Cosa cercava Luciana Delle Donne?

«Volevo dimostrare che fare del bene fa bene: se lavoriamo per un benessere comune è molto più facile essere felici».

«Quando lavori in banca non vedi la gente, non noti la folla. Ero troppo presa dal creare efficienza e innovazione».

Someone who leaves a job and a top-manager salary to start a family and dedicate herself to social issues can be viewed as completely insane or as someone who is really special. Luciana Delle Donne is a bit insane and very special: in 2004 moved out from Milan and left the banking sector, after she had created the multichannel bank and given the opportunity to move to London (and gain way more money), to go back to Lecce, where shortly after she created the "Creative Workshop" and the brand "Made in Prison", which today it celebrates its 10th birthday and, more important, gave jobs and hopes to more than 100 women inmates. The brand conceived by Delle Donne, now creates personalized gadgets for the companies, it has an online store, and 10 temporary stores in Italy. The brand has received visibility on the national level thanks to a great work of contamination, "because only if we contaminate the outside we manage to change things inside". The numbers of the brand are important, but even more important is a statistic data: "80% of the people who work in prison do not go back in it. While 80% of that 20% that does not work, do not commit crime anymore once they are freed". This is why the path taken cannot be left anymore, in fact, it has to be expanded, and in March, in the prison of Borgo San Nicola, the Mason of Made in Prison is born: a place where the inmates not only have the opportunity to attend a workshop of 6 hours of sewing, but they can also study for other four hours". A further step forward that makes Luciana Delle Delle Donne's eyes shine bright.

How is it possible make life changing decisions as you did?

"It felt, somehow, as I started to wear another pair of glasses. I used to see the world with a three-dimensional logic: the rich as old assholes, the poor as desperate, the young as non-existent, almost as they were an invisible generation. When you work in the banking sector, with numbers and software, with automatic orders, you do not see the people; you do not notice the crowd. I was entirely caught in the circle of creating efficiency and innovation. And this was something that I took with me, because if you want to achieve something you need to make things happen: I heard a hundred people saying that they have ideas and projects, but eventually nobody does nothing. You need hard-work and perseverance to do things."

Why prison?

"I saw young desperate people whom nobody took in consideration. Invisible people walking. I started from them, from the students. But I soon understood that the intervention in that field had to be institutional; it could not start from the logic of a private. One day I thought of the women in prison, because I had seen some clothes created by some inmates in Milan. From there the initiative was born, to produce bags, scarfs, and many other things."

Was it easy to start?

"No it wasn't, because before me, in the prison of Lecce, the 'professionals of education' had arrived, those who come up with a project, take the money, and never come back. I didn't want to act that way. But they were afraid I would. They would look at me with mistrust: I explained I wasn't an entrepreneur and that I was making an experiment. Still now I tell them: let's fix together the crooked stiches of your life."

Who helped you?

"At the beginning I asked for the materials to some friends of mine, and I discovered that they were happy to get rid of the waste and the unused. One of them, Luciano Barbetta, even landed me some machines, that I later bought with the first surplus incomes of the company. Hence, I realized that we could use the storages' waste: it was a win both from the environmental perspective and for the social inclusion."

Today "Made in Prison" has 16 inmates employees who work hard 6 hours a day and gain 700-800 Euros. Made in Prison invoice about 400.000 Euros p/y and you are ready to launch a new project. What is it?

"We are starting to produce, package, and sell sweet biscuits called "Scappa-telle", which are produced in the juvenile halls of Bari and Niside (Napoli)".

Are you insane?

"I am weird. I made a life choice. I wanted to feel the poverty, to be within people in a certain way. When I left the bank I told myself: I want to pay to work!"

What was Luciana Delle Donne looking for?

"I wanted to demonstrate that making good acts feels good, is good: if we work for a common welfare it is much easier to be happy.

«I wanted to demonstrate that making good acts feels good, "is" good: if we work for a common welfare it is much easier to be happy».

TALE PADRE, TALE FIGLIA

Marina Mastromauro è dal 2006 al timone del pastificio Granoro. Da papà Attilio ha ereditato la caparbietà e (lo dice lei) la testa dura. Ma anche l'umiltà e la dedizione al lavoro.

PASSEGGI NEL CORRIDOIO DEGLI UFFICI DEL PASTIFICIO GRANORO, A CORATO, E TI SEMBRA DI CAMMINARE NELLA STORIA: LA FOTO DI ATTILIO MASTROMAURO ACCANTO AD ALDO MORO, IL GIORNO DELL'INAUGURAZIONE DEL PASTIFICIO; LA LETTERA CHE MADRE TERESA DI CALCUTTA SCRISSE ALL'IMPRENDITORE PUGLIESE; LA FOTO CON LUIGI VERONELLI, IL PRIMO E PIÙ IMPORTANTE GIORNALISTA ENOGASTRONOMICO ITALIANO. TESTIMONIANZE CHE SERVONO A RICORDARE E RIVIVERE LA LUNGA STORIA DELL'AZIENDA.

Al timone oggi ci sono le figlie del fondatore: Daniela sovrintende alla produzione, Marina è l'amministratore delegato della società fondata nel 1967 che esporta in 180 paesi, dà lavoro a 110 persone e nel 2017 ha fatturato 74 milioni di euro, registrando un +4% rispetto al bilancio precedente.
Numeri confortanti a prima vista, ma che celano una situazione complessa, perché se le vendite all'estero aumentano di un 7-8%, in Italia calano di circa il 3%. E c'è sempre l'incognita dei prezzi delle materie prime, che nell'ultimo periodo subiscono oscillazioni importanti.
«Sappiamo già che il 2018 sarà difficile - dice Marina Mastromauro - perché c'è una contrazione dei consumi della pasta secca che non è totalmente bilanciata dall'aumento dei consumi della pasta funzionale e ad alto valore aggiunto».
Fa specie sentire l'Ad di uno dei più importanti gruppi industriali italiani definirsi ancora "pastai", come se volesse conservare il lato romantico e artigianale del proprio lavoro. E in effetti tutto si fa più chiaro quando si inizia a parlare di papà Attilio, scomparso nel giugno 2015 all'età di 102 anni. È in quel momento che riaffiorano le radici, le emozioni e la passione.

Cosa le ha insegnato suo padre?
«Papà mi ha insegnato a capire come si produce la pasta di qualità. Come riconoscerla. Era un imprenditore visionario. Pensi che ancora oggi i tecnici di aziende che costruiscono macchinari per i pastifici mi dicono che stanno mettendo a punto alcune intuizioni che lui ebbe tanti anni fa. Era tenace ed estremamente paziente, era un uomo buono, mai invidioso, di grande intelligenza. Amava moltissimo il suo lavoro e non l'ho mai sentito parlare del suo lavoro in rapporto al denaro».

In effetti entrando nei vostri uffici si dimenticano le dimensioni dello stabilimento produttivo e viene in mente una sola parola: umiltà.
«Le dico una cosa. Papà aveva il Mercedes, ma lo comprò solo per la sicurezza, non certo per la popolarità del marchio.
Lo usava solo per i lunghi viaggi. Per venire da casa a lavoro preferiva la Fiat 500 Giardiniera».

Cosa pensa di aver ereditato da lui?
«La consuetudine di riflettere prima di parlare. Lui amava dire che era un "pensatore senza limiti". E poi sono anche caparbia e un po' testona».

Che orari di lavoro fa?
«Arrivo in azienda alle 10.30, perché la mattina cucino, tutti i giorni. Torno a casa verso le 14.30 e rientro in ufficio alle 16.30, per uscirne verso le 21, a volte anche più tardi».

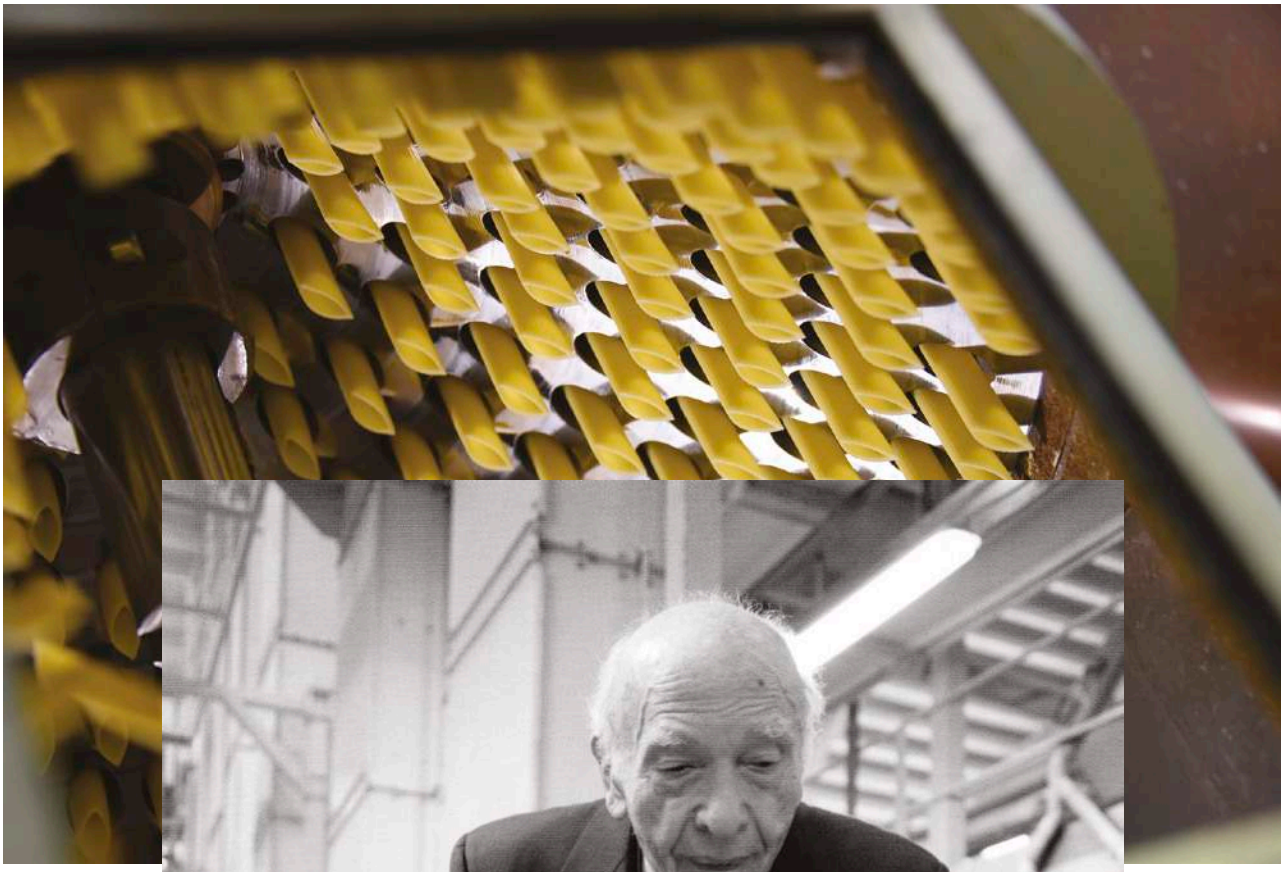
Con che stile pensa di portare avanti l'azienda?
«Stile? Non so se ho uno stile. Sicuramente la mia vita è qui. Lavoro molto in equipe, incontro continuamente i miei collaboratori, sia i tecnici che quelli che si occupano del marketing».

Cosa vorrebbe migliorare?
«Vorrei raddrizzare qualche testa! Ma mi rendo conto di essere un po' troppo super-critica. Per altre cose che vorrei migliorare, parlo di tecnologie e macchinari, ci vogliono i soldini. Dunque un passo alla volta. Anche se devo dire che dal 2006, anno in cui sono diventata amministratore delegato, abbiamo già investito 50 milioni di euro per dotarci di un magazzino automatizzato e per modernizzare i reparti produzione e confezionamento».

E siete stati i primi a credere nel marchio Prodotti di Puglia.
«Il nostro marchio "Dedicato" è stata una scelta venuta dal cuore. In vari incontri con la facoltà di Agraria dell'Università di Bari si parlava di come valorizzare il grano pugliese, ma erano tempi in cui di filiera ancora non parlava nessuno. Allora decidemmo di intraprendere un percorso, che nel 2012 ci portò a presentare questo progetto al Salone del Gusto di Torino, È stato ed è un cammino difficile, ma ci sta dando ottimi risultati. La speranza resta sempre quella di non dovere comprare grano di qualità all'estero».

Qual è il lato più difficile del suo lavoro?
«I rapporti con le pubbliche amministrazioni, perché a volte ci fanno ritardare i progetti in maniera spaventosa. E poi le montagne russe del mercato, a cui non ci si abitua mai»

A chi chiede consigli?
«Ai miei collaboratori, perché insieme a me vivono l'azienda. Nel bene e nel male».



ESSERE MAC

Sì, la sua foto l'avete già vista.
Nelle pagine precedenti. Lei è uno dei miracoli
della Murgia Valley, forse il più importante.
Mariarita Costanza è la cofondatrice
della Macnil di Gravina di Puglia.
Ed è una donna da conoscere

Mariarita Costanza, fondatrice della prima azienda informatica del Gruppo Zucchetti nel Sud Italia, è considerata da Digitalic (DigiWomen17) la donna più influente nel mondo dell'innovazione digitale in Italia. Ingegnere elettronico, madre di due bambini, e dal 2000 a capo dell'azienda Macnil a Gravina in Puglia, è diventata un simbolo di come sia possibile fare impresa nel Mezzogiorno, trasformando un piccolo centro rurale in un polo tecnologico all'avanguardia, o come direbbe Mariarita, nella "Murgia Valley".

L'imprenditrice ha ricevuto in questi anni numerosi premi e riconoscimenti: dal Salone Internazionale dell'Imprenditoria Femminile di Torino, al Premio Smart City di Smau, dall'Open Summit di Startup Italia a Ingenio al Femminile, ed è stata protagonista come investitrice della prima edizione del business format di Italia Uno "Shark Tank", dedicato al mondo delle startup e dell'innovazione. Prossimamente sarà impegnata nel nuovo format "B Heroes", che andrà in onda su canale Nove.

«La sfida principale è stata quella di non fuggire al Nord o all'estero per lavorare nelle multinazionali, ma provare a costruire una nuova realtà produttiva in Puglia, creando opportunità di lavoro e fondando la Macnil, società che produce e sviluppa dispositivi di rilevazione satellitare e fleet management, dall'anno scorso prima azienda del Sud del Gruppo Zucchetti. Questo risultato è stato possibile anche facendo network con le spin-off del Politecnico di Bari, con alcuni centri di ricerca e divenendo partner di Telecom Italia prima e di Poste Mobile poi"».

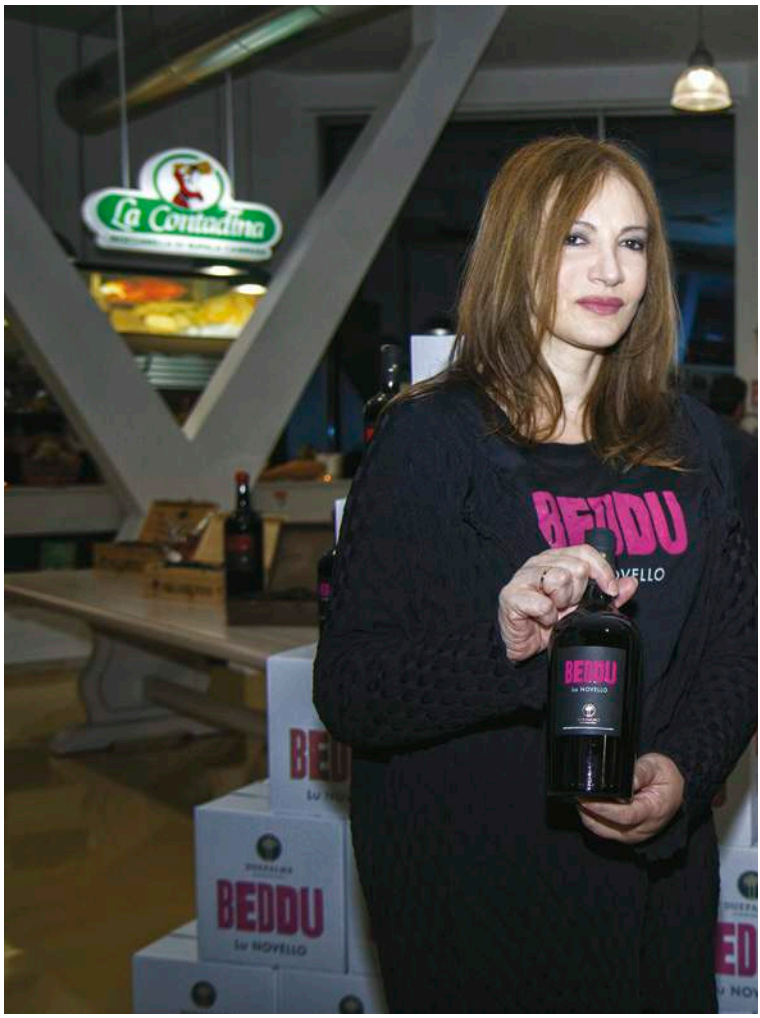
Facendo rete con le altre aziende tecnologiche del territorio, startup e Università, è nata l'idea di costruire una piccola "Silicon Valley"pugliese, e trasformare quello che anni fa era definito il "distretto del mobile imbottito", un territorio prettamente agricolo e scarsamente ricettivo, privo di infrastutture tecnologiche, in un polo informatico e tecnologico all'avanguardia. Appunto, dal mobile al *mobile*. Quella di Mariarita e della Macnil è tra le storie di successo raccontate dai giornalisti Stella e Rizzo nel libro "Se muore il Sud" (Feltrinelli) e nel 2017 nel nuovo libro di Salvatore Rossi "Che cosa sa fare l'Italia" (Laterza).

Ma di una cosa siamo certi. Di Mariarita Costanza, il lato Mac della Macnil, sentiremo ancora parlare. A lungo. E bene.

amazingpuglia.com

ASSUNTA OLTRE IL MURO

La De Cillis, direttore generale della Cantine Due Palme, racconta come la cooperativa fondata da Angelo Maci è passata in 18 anni da zero a quasi 14 milioni di bottiglie. E ricorda soddisfazioni, sfide e critiche.



Conosco Assunta De Cillis da un bel po' di anni, ma la nostra conoscenza è sempre stata superficiale, mai andati oltre la corteccia e le pure formalità del rapporto giornalista-manager. Ho sempre pensato però che non fosse solo la "moglie del capo", bella e determinata. Che insomma non si trovasse lì per caso, o per amore, ma che avesse un ruolo importante, forse fondamentale nella incredibile crescita delle Cantine Due Palme, la cooperativa fondata da Angelo Maci, enologo-presidente di un'azienda che nel 2017 ha fatturato 30 milioni di euro e sfornato 12 milioni di bottiglie, dando lavoro ad 80 persone (120 in tempo di vendemmia). Questa intervista è servita ad oltrepassare il muro del formalismo e svela il lato umano dell'avvocato De Cillis, direttore generale della cantina. Un lato che in pochi conoscono, perché quando si diventa grandi nei numeri, per forza di cose sei portato (o portata), anche involontariamente, a distaccarti da tutto ciò che ruota intorno a te.

Quando è iniziata la sua avventura imprenditoriale accanto ad Angelo Maci?

«Mi chiese di entrare in azienda nel '96. All'epoca non esisteva nulla di tutto ciò che vedete qui oggi. La cooperativa fatturava 500 milioni di lire, tutte derivanti dalla vendita di vino sfuso. C'erano solo due dipendenti. Siamo cresciuti ogni anno. Nel 2000 abbiamo raggiunto il miliardo di lire e comprammo un impianto di imbottigliamento rudimentale da una cantina che aveva chiuso. Oggi da qui escono 65.000 bottiglie al giorno».

Come siete cresciuti?

«Grazie al passaggio alla bottiglia, alle fiere. La prima in assoluto fu il Vinisud a Montpellier, dove conoscemmo il nostro primo importatore olandese. Oggi lui è diventato una potenza. Ma anche noi qualche passo avanti lo abbiamo fatto. E poi iniziai a partecipare a tutti i concorsi, era un modo per far parlare di noi. Ma non era facile, perché noi eravamo una cooperativa e dunque ci vedevano come quelli che producevano vino di bassa qualità. E la concorrenza era quella dei Taurino, dei Candido, dei Leone De Castris, insomma i grandi nomi della storia enologica pugliese».

Oggi non si fa più caso al fatto che siete una cooperativa.

«Perché abbiamo ragionato e lavorato con spirito imprenditoriale. Abbiamo trasformato l'handicap in risorsa. Abbiamo messo insieme i piccoli agricoltori, li abbiamo aiutati fornendo loro le attrezzature o la tecnologia che non avevamo. Angelo li seguiva in campagna, incentivandoli a dare sempre il meglio. Abbiamo fatto leva sullo spirito mutualistico. Non è un caso se oggi contiamo mille soci».

Trovo bellissima la frase su uno dei vostri manifesti pubblicitari con l'onnipresente presidente: "Abbiamo ridato dignità ad un territorio".

«Poteva apparire un messaggio presuntuoso, ma il messaggio era questo: siamo sempre stati un territorio vocato alla viticoltura ma

ce ne stavamo dimenticando. I giovani, e anche molti anziani, abbandonavano le campagne, il fotovoltaico sostituiva i vigneti. Noi abbiamo contribuito ad incentivare la prosecuzione di queste tradizioni. E oggi siamo orgogliosi di avere tanti ragazzi che hanno acquistato terreni e stanno impiantando nuovi vigneti».

Come è partito il 2018?

«Alla grande. Siamo già a 7 milioni di bottiglie, ben 2 milioni 300 mila in più rispetto al 2017. Se continua così dovremmo arrivare a 14 milioni di bottiglie».

Dove state crescendo?

«All'estero la crescita è continua. Abbiamo iniziato ad esportare anche in Vietnam e abbiamo numeri crescenti in Giappone. In Italia cresciamo molto nella Gdo con etichette private. E continuiamo a ridurre sempre più la vendita di vino sfuso».

Angelo Maci è sempre in prima linea, non solo nelle pubblicità aziendali. Lei invece sempre un passo indietro. Perché?

«Non amo espormi, e poi credo che sia giusto che ad apparire sia il presidente e fondatore della cooperativa».

Che rapporto avete?

«Ha sempre creduto in me e mi ha sempre dato ampia libertà. Non mi impone mai una strategia diversa dalla mia. Ed è così che ho potuto dimostrare ciò che sapevo fare. E mi creda, all'inizio nemmeno io sapevo cosa potevo fare».

Una donna in un mondo di uomini. Immaginiamo che i primi anni siano stati durissimi.

«Sì, è stato complicato. Ero giovane e bella, ero la compagna del presidente. Era naturale che mi si guardasse con sospetto, almeno qui. All'estero invece c'erano già tante donne a lavorare in questo settore, e dunque era più facile. Anche se pure lì ho fatto una gavetta dura, soprattutto in mercati difficile come la Gran Bretagna e il Canada».

Come ha vinto i dubbi degli uomini?

«Ho fatto dimenticare di essere una donna, dando precedenza al ruolo che avevo in azienda. Mi sono messa alla pari con chi avevo accanto. A tre anni dal mio arrivo, durante un'assemblea dei soci, un socio si alzò e chiese scusa per non aver creduto in me, facendomi i complimenti per ciò ste stavamo facendo. Fu un gesto coraggioso da parte sua e un momento indimenticabile per me».

Siete ammirati ma anche invidiati. Vi fanno male le critiche e le insinuazioni?

«Io apprezzo l'operato di tutti e vorrei che gli altri facessero altrettanto. Una delle piaghe della nostra realtà è che non riusciamo a comprendere che siamo o potremmo essere un territorio importante al pari di Montalcino o Bolgheri. Se nel mondo si parla di Salento, di Primitivo, di Negroamaro si parla di tutti noi, di un intero territorio, non di Maci o di Due Palme o di qualsiasi altra azienda».

La sua soddisfazione più grande?

«Vedere quanto e come siamo cresciuti in 20 anni. Quante persone oggi lavorano qui, quanto ci credono. E mi emoziono ogni volta che ci mandano foto delle nostre bottiglie nei ristoranti o nei negozi di tutto il mondo. E infine sono soddisfatta perché ho mantenuto la promessa fatta al presidente. Nel 2000, quando nacque il Selvarossa e scelsi questo nome all'alternativa che era "Magnifico 2000", dissi ad Angelo: ti prometto che diventerà uno dei vini più famosi, al pari del Patriglione. E in effetti è tutt'ora tra i più conosciuti e richiesti».

Immagino che sia anche il suo vino preferito?

«Dal punto di vista affettivo si. Come vino preferisco il 1943, dedicato al presidente. È un blend di Primitivo e Aglianico. Un vino di grande qualità e personalità». *(F.M.)*

MUSEO
DELLA CIVILTÀ
DEL VINO PRIMITIVO
Custodiamo il passato per renderlo vino ogni giorno
MUSEO
DELLA CIVILTÀ
DEL VINO PRIMITIVO
APERTO TUTTI I GIORNI, PRENOTA LA TUA VISITA
Via Fabio Massimo, 19 - 74024 Manduria (TA) - Tel. 099 9735332
info@museodelprimitivo.it - www.museodelprimitivo.it
1932
PRODUTTORI DI MANDURIA

UniBà revolution

Conti rimessi a posto. Nuovi corsi. Boom di iscrizioni. Collaborazioni con le aziende. Lancio di spin-off e start-up. Studenti dall'estero. L'Università e il Politecnico di Bari sono diventati un polo d'eccellenza. Merito della svolta impressa da due uomini: il magnifico rettore Antonio Felice Uricchio e il rettore del Politecnico Eugenio Di Sciascio.

NUOVI CORSI, CLIMA COLLLABORATIVO, GRANDE APERtura all'internazionalizzazione, taglio del debito e ritorno ad un utile di bilancio: la sensazione è che l'Università di Bari stia attraversando una fase di incredibile rilancio. Per stare al passo coi tempi si buttano via le zavorre del passato (i debiti milionari e le baronie) per far posto ad un Ateneo ed un Politecnico moderni, ambiziosi e attrattivi. Un polo universitario di eccellenza. Pugliese ma che guarda al mondo, neanche più al solo Mediterraneo. E i protagonisti di questa rivoluzione sono due: il magnifico rettore Antonio Felice Auricchio ed il rettore del Politecnico Eugenio Di Sciascio.

Auricchio è il magnifico rettore che non ti aspetti: disponibile, aperto al dialogo, fonte inesauribile di idee e nuovi progetti. E in cinque anni ha reso l'Ateneo molto simile a lui. La rivoluzione è partita nel novembre del 2013, con l'approvazione del piano di rientro e rilancio. Le casse dell'Università erano in profondo rosso: sotto di 32 milioni di euro (ma scavando a fondo ci si accorse che la voragine era di quasi 60 milioni). Grazie alla razionalizzazione della spesa, all'efficientamento della gestione immobiliare, al taglio del numero dei capi-area e dei consumi, al recupero dell'evasione delle tasse universitarie (cinque milioni di euro) il disavanzo è stato azzerato e oggi i conti sono in ordine e si registra addirittura un utile d'esercizio di circa 21 milioni. Un altro macigno che minava la stabilità del bilancio, le retribuzioni non dovute pagate a personale negli anni dal 2001 al 2012, è stato di recente eliminato, o quanto meno reso più digeribile, visto che il Ministero delle Finanze ha accettato un accordo che gli farà recuperare 11 milioni in rate da 500mila euro l'anno. Un protocollo d'intesa è stato invece firmato a dicembre con il comando regionale della Guardia di finanza, che per 24 mesi collaborerà con l'Università per effettuare verifiche sulle dichiarazioni dei redditi dichiarati dalle famiglie degli studenti ed evitare che vengano erogate riduzioni delle tasse o altri benefici nei casi non dovuti.

Contestualmente all'intervento sui conti, si è pensato di rinnovare l'offerta formativa, che oggi offre cinque corsi in lingua inglese. «Sull'internazionalizzazione stiamo puntando molto», spiega Uricchio, «I nostri studenti parlano la lingua fluida della cultura e della scienza, una lingua essenziale e senza fronzoli, che smonta le contrapposizioni "noi/loro", i luoghi comuni del diverso, gli scontri tra le civiltà». Il risultato è che oggi Uniba conta più di 800 studenti stranieri, un risultato eccezionale, raggiunto anche grazie alle borse di studio e all'aiuto della Regione.

Ma non ci sono solo i corsi in lingua ingle-

STIAMO PORTANDO AVANTI UNA IDEA DI CAMPUS URBANO. GUARDIAMO AL MODELLO CHICAGO

se ad arricchire l'offerta formativa dell'ateneo barese. Ci sono tante aspettative anche per le ultime novità, come per esempio l'indirizzo in Nutroceutica a Farmacia, o Bio Ingegneria al Politecnico. «L'Università di Bari si apre alla modernità», dice orgoglioso Uricchio, e pensa al successo che sta riscontrando la nuova Casa degli

studenti, il palazzo Ex-Poste trasformato in una sorta di co-living che resta aperto fino a mezzanotte a disposizione dei ragazzi. «Stiamo portando avanti una idea di campus urbano, imitando il modello Chicago, fatte le dovute proporzioni, ovviamente». E così, in collaborazione col

IL BA.LAB, LABORATORIO DI CONTAMINAZIONE, HA INCUBATO 42 IDEE IMPRENDITORIALI. DODICI DI QUESTE GIÁ FATTURANO. SONO DIVENTATE AZIENDE A TUTTE GLI EFFETTI

Comune di Bari, le aree attigue all'ateneo vengono a poco a poco trasformate e ripensate. Una rigenerazione urbana che mette al centro i luoghi della cultura.
All'interno dello Student Center c'è un altro gioiello, il Ba.Lab, costola del progetto FutureLab: nasce da una call di Smart Puglia ed è un laboratorio di contaminazione riservato ai ragazzi che vogliono presentare idee imprenditoriali.
Di idee ne sono arrivate ben 150 e ne sono state selezionate 42, 12 di queste si sono trasformate in aziende che già fatturano.
Nel Ba.Lab sono state poste le premesse per dare gambe e struttura a queste idee, affinché si trasformassero in startup. Il Ba.Lab insomma è uno spazio di opportunità in cui i sogni possono trasformarsi in sfide imprenditoriali. E già si contano i primi nomi di startup nate nel contamintion-lab: Energy by Oscar, StarWork, Puglia Off, TouPlay. Insomma il Ba.Lab è davvero il luogo delle possibilità, lo spazio aperto alle visioni del futuro.
Ed è anche un laboratorio in movimento, nel senso che va a cercare le idee: sono state già effettuate delle *conference ideas* a Barletta e Taranto, ma altri comuni si sono fatti avanti per ospitare l'evento.
Grazie a tutte queste novità, il numero delle iscrizioni, che fino a qualche anno fa era in calo, è tornato ad aumentare. Quest'anno gli studenti sono 45.000. Ma la cosa forse ancora più importante è che Uniba è diventata attrattiva anche nei confronti dei docenti, e sono già diverse le chiamate dirette di professori di fama internazionale che hanno portato nuova linfa tra il personale accademico.
L'Università barese è in buone mani. È un successo per Uricchio, ma anche per tutto il territorio pugliese.
Perché una università forte e prestigiosa garantisce un futuro migliore ai nostri ragazzi.

Di Sciascio punta alla Cina. E spera in un Politecnico della Puglia

IL POLIBA ALL'AVANGUARDIA ANCHE NELLE COLLABORAZIONI CON LE AZIENDE

Eugenio Di Sciascio, 55 anni, professore ordinario di Sistemi Informativi, è rettore del Politecnico di Bari dall'1 ottobre 2013.

Come giudica l'offerta formativa universitaria pugliese?

«L'offerta di corsi di laurea in Puglia copre un ampio ventaglio di aree di studio. Il Politecnico di Bari, in particolare, ha conservato i classici percorsi formativi delle due macro aree di ingegneria e di architettura, inserendone di nuovi che rispondessero alle esigenze sempre nuove del mercato del lavoro e delle nuove professioni e aggiornandoli anche con riferimento alla cosiddetta quarta rivoluzione industriale, la trasformazione digitale già in corso ma che ci riserverà, sia a livello di industria, sia di semplici cittadini, molte novità. Negli ultimi anni, abbiamo fatto un grande lavoro di razionalizzazione di tutti i corsi di laurea, dei curricula, delle lauree magistrali, anche in lingua inglese, innovando dove vi era più richiesta dal mercato del lavoro. Le ultima iniziative sono un corso di laurea triennale professionalizzante in Costruzioni e Gestione Ambientale e Territoriale, che ha tutte le caratteristiche richieste dal ministero dell'Università e della Ricerca, nei più recenti indirizzi in materia di formazione post diploma per accelerare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro, ma anche il corso magistrale in industrial design, il corso di Automation Engineering con i nuovi curricula orientati alla robotica e ai sistemi cyber-fisici, i curricula industria 4.0 dei corsi di laurea magistrali in meccanica e gestionale. Tutti temi sui quali uniamo una formazione all'avanguardia, con attività di ricerca di grande impatto. Il nostro unico obiettivo è dare prospettive concrete ai giovani che scelgono il Politecnico e credo che sia questa l'unica strada da seguire, per l'università pubblica nel terzo millennio».

Il Politecnico di Bari è tra i pochi poli universitari del Mezzogiorno che brilla per credibilità e importanza del titolo i laurea: a cosa è dovuto ciò?

«Un aspetto, ritengo, sia quello che le ho appena descritto. Un altro, che è strettamente connesso al primo, è rappresentato dalla qualità della nostra ricerca scientifica e dalla capacità di trasformarla in innovazione tecnologica, che è fondamentale per la competitività delle imprese. Questo significa che, oltre ai due obiettivi fondamentali di una istituzione accademica, ossia la didattica e la

ricerca, riusciamo a realizzare bene anche la cosiddetta terza missione, che oggi è fondamentale, ovvero contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico della società. Il Politecnico di Bari fonda la sua credibilità su tutto questo, nei confronti degli studenti e delle loro famiglie, del mondo produttivo, delle istituzioni e della politica. È necessario rafforzare un ecosistema dell'innovazione a cui partecipino università, imprese, istituzioni enti di ricerca».

Cosa dicono le statistiche delle iscrizioni e delle immatricolazioni del primo anno? Siete in crescita? Riuscite ad attrarre studenti da altre Regioni?

«Dopo la crescita del 17% delle immatricolazioni dello scorso anno, quest'anno abbiamo registrato un ulteriore aumento del 10% per le immatricolazioni alle lauree di primo livello, mentre non sono ancora chiuse quelle per le magistrali. Certamente riusciamo ad attrarre studenti da altre regioni e, soprattutto, sono in grande crescita le domande di immatricolazione di studenti stranieri. I numeri delle immatricolazioni, però, non devono ingannare, perché siamo ormai alla saturazione della maggior parte dei corsi di laurea, che sono tutti a numero programmato, definito sulla base dei docenti disponibili, in accordo con i regolamenti ministeriali. Senza nuove risorse, non potremo crescere ulteriormente e, paradossalmente, questo avverrà proprio nelle aree a maggiore domanda».

Avete avviato o pensate di avviare progetti di collaborazione con atenei esteri, come già accade tra il Politecnico di Milano e i cinesi?

«Proprio nei giorni scorsi abbiamo accolto il primo gruppo di studenti cinesi, provenienti dalle migliori università della Cina, nell'ambito di un progetto di reciproco scambio di studenti e docenti con il quale abbiamo ampliato le possibilità già offerte dal programma Erasmus ed Erasmus Plus, all'interno e oltre i confini dell'Unione Europea. In Cina, poi, abbiamo avviato due importanti progetti, per la realizzazione di un campus tecnologico e di un dottorato congiunto. Ma non c'è solo la Cina, ovviamente. Lavoriamo con moltissime istituzioni internazionali, sia con scambi di docenti e ricercatori, sia con le lauree a doppio titolo, i cosiddetti "*double degree*", sia ancora cercando di importare modelli di successo, come avviene con il Technion Institute of Technology, di Haifa, per quanto riguarda il trasferimento tecnologico e le startup».

È NECESSARIO RAFFORZARE UN ECOSISTEMA DELL'INNOVAZIONE A CUI PARTECIPINO UNIVERSITÁ, IMPRESE, ISTITUZIONI ED ENTI DI RICERCA

Ci fornisce qualche dato relativo alla collaborazione con le aziende locali? Quante e quali sono, quanti laureati hanno assunto...

«Abbiamo collaborazioni con piccole e medie imprese locali, grandi industrie e anche multinazionali di vari settori. Nell'ultimo triennio abbiamo raccolto circa 12 milioni di euro dai vari accordi di collaborazione con le imprese tra le quali cito, ad esempio, realtà come Bosch, Getrag, General Electric Avio Aero, Telecom Italia, Exprivia, Enea, Nuovo Pignone, Ansaldo, Mermec, Fincons, Thorlabs, Arol, Casillo e tantissime altre. Dall'informatica alla meccatronica, dalla lavorazione del grano alla sensoristica di precisione, ci sono la maggior parte delle aziende presenti sul territorio. Altre, che non hanno stabilimenti in Puglia, sono venute qui proprio perché c'è il Politecnico, com'è accaduto con Arol, un'azienda piemontese specializzata in sistemi di chiusura, capsule e packaging o Thorlabs, una multinazionale con cui abbiamo istituito un laboratorio pubblico-privato. Il modello che preferiamo, e che stiamo incentivando, è proprio quello dei laboratori pubblico-privato, ospitati all'interno delle stretture del PoliBa e nei quali lavorano, fianco a fianco, nostri ricercatori e personale delle imprese, su progetti di comune interesse, giungendo fino alla prototipazione, e talvolta alla produzione, con mutuo beneficio per entrambi i partner. Soprattutto, il beneficio è per i giovani che hanno l'opportunità di misurarsi, già durante gli studi o immediatamente dopo la laurea, con problematiche industriali ed essere assunti, molto spesso, direttamente dalle aziende. Quest'anno abbiamo 30 accordi di ricerca e trasferimento tecnologico con aziende ed enti; 12 brevetti, nazionali e internazionali; 15 borse di dottorato di ricerca industriale oltre a quelle già normalmente finanziate in dottorati standard. Nel solo 2017, il nostro ufficio Placement, che quest'anno ha anche erogato la prima *soft skills academy,* sulle competenze emotive, ha attivato 44 accordi di tirocini in tutte le regione italiane, 28 dei quali in Puglia».

Spin-off di cui è particolarmente fiero?

«Ce ne sono diversi, ma preferisco non citarne nessuno, per par condicio. Mi limito a dire che cominciano ad esserci realtà che hanno stabilità e prodotti, assumono e producono innovazione per il nostro territorio.

Si arriverà alla costituzione di un Politecnico della Puglia con Unisalento?

«Lo spero, anzi è un'idea affascinante che vorremmo concretizzare presto. Le dimensioni, insieme alla qualità, sono un elemento importante per lo sviluppo di tutto il territorio e il Politecnico di Bari ha le carte in regola per proporsi come motore di un progetto più ampio. Con l'Università del Salento c'è collaborazione in molti settori scientifici e nella didattica e sono molto fiducioso che si possa interloquire con tutti i soggetti interessati ad una strategia di sinergia, che metta a sistema le eccellenze di Puglia. Oggi più che mai è necessario mettere a sistema le forze e le eccellenze. Piccolo, nel mondo delle grandi aggregazioni e della "big science", e pur con tutti i nostri successi, non è più bello».

“Ilva, Zes, Tap: basta litigare su tutto. A volte mi chiedo se siamo una Regione„

Il presidente di Confindustria Brindisi, Giuseppe Marinò, critica i localismi e lancia una proposta per riaprire i capannoni chiusi dalla crisi: “Consentiamo il trasferimento di quote-lavoro dalle fabbriche del Nord».

Presidente di Confindustria Brindisi, vice presidente vicario di Confindustria Puglia e invitato permanente nel Comitato tecnico "Energia e Mercato" di Confindustria Nazionale, amministratore delegato della Leucci Costruzioni Spa, Giuseppe Marinò è anche vicepresidente della New Basket Brindisi, società che milita nel massimo campionato di basket.

MEZZOGIORNO

INCENTIVI

Presidente, a livello nazionale si registrano dati confortanti: l'economia italiana è ripartita. Conferma?
Lo dicono i dati e le statistiche, ma purtroppo abbiamo un'Italia che viaggia a due velocità. Negli ultimi tre anni il Paese ha sicuramente fatto registrare una inversione di tendenza: la locomotiva che camminava a marcia indietro si è finalmente fermata ed ha cominciato a muoversi in avanti, ma c'è un Nord, in particolare il Nord-Est, che va veloce, superando i valori del Pil, e un Sud che va piano, molto piano.

Chi è stato il protagonista assoluto di questa inversione di tendenza?
Intanto sono cambiati gli indicatori internazionali e l'economia mondiale, ma mi lasci dire che buona parte del merito è stato di noi imprenditori. Di tutte quelle aziende che volevano ripartire. È venuto fuori il meglio di ciò che siamo, lo spirito di persone che non sono disposte ad arrendersi.

Cosa suggerisce per ridurre il gap Nord-Sud?
In Confindustria ho proposto di avvicinare i bisogni degli uni alle esigenze degli altri. Mi spiego meglio: il Sud ha esubero di posti di lavoro, mentre al Nord non trovano operai specializzati, e a volte li "importano" dai paesi dell'Est Europa. Facciamo allora in modo che questa domanda e questa offerta si incontrino.

Sta pensando a nuovi incentivi per delocalizzare aziende al Sud, magari per costruire altre cattedrali nel deserto, prendere fondi statali e poi scappare via?
Assolutamente no! Propongo di trovare strumenti incentivanti per consentire alle imprese del Nord Est di trasferire quote di lavoro negli stabilimenti del Sud dismessi o in crisi. Rimettiamo in moto le macchine già esistenti e ferme! Un po come quando, in riferimento all'edilizia, si dice che non bisogna più costruire nuovi palazzi ma recuperare l'esistente.

Sarebbe anche un bel segnale della politica verso il Mezzogiorno, visto che di Mezzogiorno si è tanto parlato nell'ultima campagna elettorale...
Esatto, sarebbe un grande segnale per il Mezzogiorno.
Vede, anche nel Nord Est la crisi ha colpito duro, c'erano intere strade di capannoni chiusi. Ce ne sono ancora, ma molti hanno riaperto i cancelli. Ecco, siccome qui al Sud la crisi ha lasciato solchi più profondi ed effetti devastanti, facendo scomaprire non alcune attività, ma interi settori, allora qui più che altrove va dato un segnale forte.

Cosa si aspetta dal 2018?
Innanzitutto che si risolvano le questioni importanti che ci trasciniamo dietro da ormai troppo tempo e delle quali si è tanto parlato nel corso del 2017. La prima ovviamente è l'Ilva, su cui nutro ancora enormi preoccupazioni. Quello tra istituzioni locali e governo è un tira e molla che non porta da nessuna parte.

ILVA-TAP-ZES

BARI-BRINDISI

La seconda?
La battaglia ideologica sulla Tap. Diamo dimostrazione che non sappiamo prendere atto che ci sono opere strategiche che vanno realizzate e che non si può sempre rimettere tutto in discussione. Abbiamo visto immagini davvero brutte: i cordoni di polizia, le recinzioni metalliche a difesa di un cantiere e di chi ci lavora. Un territorio che non dà certezze fa scappar via investitori e opportunità. E vuole un altro esempio?

Prego...
Le Zone economiche speciali: anche lì siamo stati bravi a dividerci, a parteggiare per una parte o per l'altra, a tentare di far vincere i localismi perdendo di vista il macro-obiettivo. Con il risultato che anche in questo caso registriamo ritardi. Tutto ciò nuoce ai pugliesi. Tanto che a volte mi chiedo se siamo davvero una regione unica o un agglomerato di territori pronti a darsi battaglia.

I problemi sono chiari, ci dà qualche soluzione?
Servono procedure snelle e veloci per realizzare le infrastrutture e consentire a chi vuole investire di poterlo fare in tempi rapidi e certi. E poi bisogna saper sfruttare i fondi europei, fin quando ci saranno. Se finora sono stati spesi principalmente nel Nord della regione un corto circuito deve esserci stato. E guardi che non faccio parte del partito che sostiene che i baresi sono baricentrici e si prendono tutto. I baresi sono solo più bravi, e li ammiro per questo. Anziché criticarli, qualcuno dovrebbe imitarli e prendere esempio.

Da presidente di Confindustria Brindisi come vede la realtà brindisina e il declino della sua realtà industriale?
Brindisi non sarebbe mai stata ciò che è senza il suo porto. La città ha vissuto i momenti più belli della sua storia intorno ad esso e da anni sostengo che la sua salvezza passa necessariamente da un rilancio dello scalo portuale. Servono dunque decisioni strategiche, come un nuovo sistema di alimentazione delle navi moderne, la stazione di rifornimento di gas liquefatto a cui Ugo Patroni Griffi ha già fatto riferimento nelle scorse settimane. Realizzarla significherebbe riportare in città gran parte del traffico passeggeri che è andata persa negli anni. È una occasione da cogliere, senza se e senza ma.

“Non voglio persone che lavorino per me ma con me”

Sergio Fontana è il fondatore
e l’amministratore unico della **Farmalabor**,
azienda farmaceutica gioiello
che ha sede a Canosa.
Dove non si timbrano cartellini.
E non sono ammessi yes-men.

> Le mie figlie studiano a Milano. Spero che il Sud dia loro l'opportunità di ritornare qui.

Si fa fatica a pensare che Farmalabor, la creatura di Sergio Fontana, sia nata in una stanza di 40 metri quadrati a Canosa, mentre oggi rappresenta una delle più importanti ed innovative aziende italiane del settore farmaceutico, con un centro ricerche che lancia senza fiato e progetti di crescita ed espansione che disegnano un futuro ambizioso e avvincente, destinato a svilupparsi anche all'estero. Ma dopo aver trascorso un'ora con il fondatore dell'azienda tutto si fa più chiaro e capisci perché questa piccola realtà pugliese è diventata così grande e perché lo diventerà ancor di più.
Farmalabor è nata nel 2001 e nel 2018 si ritrova ad essere azienda leader nella distribuzione di materie prime ad uso farmaceutico, cosmetico e alimentare. Ha più di 100 dipendenti, un ufficio commerciale a Milano e due siti di produzione, uno dedicato alla manipolazione e allo stoccaggio delle materie prime ad uso cosmetico, alimentare ed erboristico, l'altro destinato allo stoccaggio e alla ripartizione dei principi attivi farmaceutici (ormoni, sostanze psicotrope, antibiotici e multipurpose). Dal 2015 ha un magazzino in Serbia, ma non si è trattato di delocalizzazione, «la produzione di Farmalabor è e resterà tutta qui, per nostra scelta e perché il Made in Italy è visto come una assoluta eccellenza anche nel nostro settore, al pari del food e del fashion. Eccelliamo nella produzione ma anche nella filiera dei controlli».
I competitors di Fontana hanno stabilimenti a Firenze e Milano, ma l'azienda di Canosa vanta il più alto numero di principi attivi autorizzati dall'Aifad e lavora circa 4000 materie prime. Nella catena del farmaco Farmalabor è andata ad occupare una nicchia di mercato, quella del medicinale personalizzato nel dosaggio e nelle forme, oppure dei farmaci usati per curare malattie rare che affliggono un basso numero di pazienti. Sono i numeri che alle grandi multinazionali non interessano, ma che hanno portato a Fontana clienti con nomi blasonati come il Gaslini di Genova, l'Istituto Tumori di Milano, il Meyer di Firenze. I prodotti Farmalabor finiscono inoltre in circa 9000 farmacie e ad un migliaio di aziende alimentari, cosmetiche, produttrici di integratori.
È proprio nel settore degli integratori alimentari che si è sviluppata un'altra nicchia molto interessante, che sta diventando il core-business dell'azienda canosina: «Per ora fatturiamo solo due milioni di euro sui 14 totali, ma sono quelli che hanno la maggiore redditività».
Visitare il centro ricerche di Canosa, che esternamente è ancora un cantiere in fase di ultimazione, dà la sensazione di trovarsi in uno dei più prestigiosi centri americani o nord Europei. Poi ti volti e vedi un vigneto sperimentale di Nero di Troia, e ti ricordi di essere in Puglia. Entri e trovi altre tracce della storia di questa terra, una teca con dei vasi meravigliosi. Quelli che Fontana presenta come "la mia unica eredità". Entri nelle sale in cui ci sono i computer e ti si apre il cuore, perché sono piene di ragazze e ragazzi, qualcuno distaccato dal Politecnico per effettuare dei progetti di ricerca, "e se andranno bene li prenderemo", dice Fontana, e dal tono di voce capisci che non è una presa in giro ma una promessa.
Sono quasi le 17 e Fonatana è in piedi già

da 13 ore, eppure è fresco e lucido come se si fosse appena alzato. Ogni giorno si sveglia alle 4-4.30, fa colazione, risponde alle mail, legge due quotidiani. Alle 7.35 è già in azienda. Stacca alle 20. «Sono sempre l'ultimo ad andar via». Anche i suoi collaboratori non hanno orari, ma in un senso diverso: nessuno timbra il cartellino: «Non ho bisogno di gente di quel tipo. La maggior parte dei dipendenti è diplomata o laureata. Mi interessa che i loro cervelli siano sempre in funzione, magari anche mentre fanno la doccia. Ho bisogno delle loro idee, non delle loro otto ore al giorno». La sede del centro ricerche è straordinariamente bella. Coniuga storia e tecnologia, pietra e ferro, visione e concretezza, innovazione e conoscenza. «Perché dalla conoscenza parte l'innovazione. E anche Leonardo Da Vinci non avrebbe inventato nulla se fosse rimasto chiuso in una stanza. Dalla conoscenza scattano l'innovazione, il miglioramento, l'evoluzione».

Fontana è ottimista e sa di essere sulla buona strada. Anche perché siamo seduti su un giacimento d'oro: «Nel Sud c'è disoccupazione, certo, ma questo vuol dire che possiamo scegliere le persone migliori sul mercato. Abbiamo un sacco di eccellenze a spasso. Bisogna solo riuscirle ad intercettare e stimolare». Sul come dare l'esempio, anche lì ha le idee chiare. «La miglior forma d'autorità è l'esempio. Se fai bene, il bene porta a fare bene. Se raccolgo una carta da terra i miei collaboratori faranno altrettanto. Il bello e il buono vengono emulati». Difficile pensare che possa arrabbiarsi o litigare con i suoi ragazzi: «Non impongo mai il mio punto di vista, amo il confronto e ogni lunedì alle 12 nella riunione con i vari responsabili di settore ognuno può dire ciò che vuole. Non voglio yes-men, non voglio stupidi perché altrimenti tutte le responsabilità ricadrebbero su di me. Non voglio persone che lavorano per me ma con me, e che siano soddisfatte e in grado di pagare le loro auto e le loro case».

Fai un cenno alla sostenibilità delle aziende e apri un altro capitolo: «Ci siamo certificati fin dai primi anni di vita, per offrire garanzie ai nostri clienti, che nel 2001 ci vedevano ancora in un certo modo: venivamo pur sempre dal Sud... Oggi sono particolarmente orgoglioso di una delle nostre due certificazioni volontarie, la ISO 14001, che si riferisce all'ambiente. Sono fermamente convinto che anche le aziende farmaceutiche non devono inquinare. Non possono essere ammessi scambi lavoro/salute».

Farmalabor sta puntando molto sull'internazionalizzazione. Il suo fatturato oggi si sviluppa per l'80% in Italia e per il 20% all'estero, ma la seconda voce è destinata a crescere, anche se i mercati esteri richiedono investimenti, know-how e tanta pazienza.

Fontana è figlio di farmacisti ma non ha voluto fare il farmacista. Ha preferito disegnare il suo futuro, scegliere il suo giocattolo. E allora ti viene spontaneo chiedergli se i suoi figli entreranno in azienda o faranno come papà: «Non lo so. Le mie figlie hanno 20 e 21 anni e per ora studiano a Milano, Economia e Management. Io spero solo che il Sud conceda loro l'opportunità di ritornare a casa». Se lo desidereranno. E per fare quello che vorranno.

L'azienda della famiglia Cassetta ha chiuso il 2017 con un fatturato in aumento del 20% ed il varo di un piano di investimenti di oltre 4 milioni di euro in nuovi impianti tecnologici

BioLevante non conosce crisi

Per la BioLevante quello che potrebbe essere ricordato l'ultimo anno della più dura recessione economica del dopo-guerra è stato un anno da incornicare: il fatturato ha toccato quota 87 milioni di euro, in crescita del 20% rispetto ai 12 mesi precedenti, e l'azienda ha approvato un piano di investimenti di oltre 4 milioni di euro per nuovo impianto di stoccaggio e movimentazione dei prodotti completamente automatizzato, e per un nuovo impianto di imbottigliamento che consentirà di portare la capacità produttiva giornaliera fino a 300.000 litri di olio.
Dietro questi numeri c'è la forza di una famiglia che ad Andria produce olio dal 1902, la famiglia Cazzetta. Al timone dell'impresa c'è Riccardo, che ci tiene a sottolineare l'attenzione rivolta agli investimenti tecnologici, alla sicurezza e alla green economy: «Non produciamo solo olio biologico, ma lo facciamo in maniera quanto più biologica possibile anche dal punto di vista del consumo di energia, grazie al tetto fotovoltaico che copre il quartier generale dell'azienda, fornendo buona parte dell'energia che consumiamo».
BioLevante è all'avanguardia anche sul versante dei controlli. Non solo tutti i suoi prodotti sono certificati, ma l'azienda ha di recente siglato un accordo con l'Agenzia delle Dogane di Puglia, Basilicata e Molise per utilizzare in convenzione il laboratorio chimico del porto di Bari, che è specializzato in analisi su olii e grassi animali e vegetali, ed è riconosciuto dal Consiglio Olivicolo Internazionale. In virtù di questo accordo le analisi dell'olio saranno effettuate da un panel di otto assaggiatori che attesteranno le qualità organolettiche dei prodotti.
La BioLevante è una delle poche aziende del settore oleario che può vantarsi di avere la filiera completa: 150 ettari di vigneto che consentono di produrre una vastissima gamma di olii, dal Dop al biologico ai blend più richiesti dal mercato. Le vendite all'estero rappresentano più del 60% del totale. In Italia la presenza della società andriese è più massiccia al Nord che al Sud. Le bottiglie BioLevante si trovano un po' in tutte le grandi catene, da Eurospin a Penny a Lidl. Una buona fetta di fatturato proviene inoltre dal settore della ristorazione collettiva, mentre la vendita diretta di olio è davvero irrilevante.
I dipendenti sono soltanto una ventina, perché l'azienda è fortemente automatizzata, e proprio per questo è tra quelle che in Italia hanno un altissimo rapporto dipendenti/fatturato.
Malgrado la forte presenza nella Gdo, BioLevante tiene alta l'asticella dei prezzi: «Le aziende sono tante, c'è chi punta verso il basso e chi, come noi, tenta di tenere alta l'attenzione verso la qualità. E non si può garantire quest'ultima riducendo i prezzi», spiega Riccardo Cassetta. E a proposito di qualità, anche l'ultimo prodotto della BIoLevante, il CremOlio, sta dando grandi soddisfazioni. È una crema di olio extra vergine ottenuta da olive Coratina e trasformata in crema grazie ad un estratto di olive e foglie. È l'alternativa al burro per i vegani ed è ricco di polifenoli. Sta piacendo molto all'estero, in particolare in canada, Australia, Olanda, Giappone. E anche in Italia.

www.nettunohotel.it

NETTUNO HOTEL

NETTUNO HOTEL

★★★★

BRINDISI - Viale Arno, 51 (Z.I.) - tel. +39 0831 550194 - fax +39 0831 550198

Il Petrolchimico che non ti aspetti

La Chemgas è un fiore all'occhiello dell'area industriale brindisina. Un impianto ipertecnologico gestito da una squadra affiatata guidata dall'ingegnere Guido Bechi. Che in 10 anni ha raddoppiato la produzione

Entri nel Petrolchimico di Brindisi e immagini di ritrovarti in un'area inquinata, sporca e puzzolente. E invece finisci all'interno di un'azienda ipertecnologica, con piazzali e impianti più puliti di una casa, una sfilza di certificazioni tra le quali spiccano quelle ambientali, controlli di sicurezza e qualità ai massimi livelli. È la Chemgas, società che produce gas tecnici (ossigeno, azoto e argon) per usi industriali, medicinali e alimentari. Li usiamo per l'assistenza respiratoria come per la conservazione criogenica di sangue e tessuti, per surgelare gli alimenti o per prolungare la scadenza dei prodotti che mangiamo, per depurare le acque reflue e per produrre componenti elettronici. Il 50% della Chemgas è posseduto dalla Sapio, gli altri due soci di minoranza, con quote del 25%, sono Rivoira e Siad. I clienti sono gruppi come Versalis, Sanofi Aventis, la Raffineria di Taranto, Nestlè.

Guido Bechi è direttore di stabilimento, amministratore delegato e presidente del CdA della Chemgas.

I soci dell'azienda hanno affidato l'impianto all'ingegner Guido Bechi, fiorentino di 70 anni, che era direttore generale in un'altra multinazionale del settore: «Giunto a fine incarico, sono venuto qui, passando da un ufficio con la moquette azzurra ad una stanza disadorna. Ma conta quello che fai, non come ti presenti». E Bechi ha fatto molto: ha rivoluzionato la pianta organica e fatto spostamenti di personale che hanno saputo valorizzare le risorse umane già presenti e quelle entrate dopo. I dipendenti oggi sono 32 e Bechi ci tiene a presentare tutti i suoi collaboratori riservando parole di elogio ad ognuno di loro. I risultati parlano chiaro: in dieci anni la produzione è passata da 28 a 53 milioni di metri cubi tecnici, mentre il fatturato è salito a 16 milioni e mezzo. Resta un grande cruccio: «Il mondo si è evoluto ma a Brindisi è rimasta l'immagine di un polo petrolchimico che uccide. Oggi però è impensabile parlare e ragionare in questi termini. Gli impianti non potrebbero mai inquinare come accadeva un tempo». In effetti basterebbe entrarci per capire che molto è cambiato.

Bechi vive a Brindisi dalla domenica sera al venerdì pomeriggio, nei fine settimana raggiunge moglie, figlie e nipoti a Livorno. La Chemgas è partecipata da aziende che non hanno sede in città, eppure sponsorizza diverse società sportive (tra le quali una squadra di calcetto composta da persone non vedenti) e ha adottato il Monumento ai Caduti di piazza Santa Teresa, che provvederà a ripulire e rimettere a nuovo, ristrutturando anche il giardino circostante e installando un impianto di illimunazione artistica. Perché un'azienda che non ha radici nel territorio decide di investire questi soldi? «È una forma mentis che ho acquisito nella mia vecchia azienda, che in ogni città in cui aveva uno stabilimento cercava di lasciare una traccia positiva della sua presenza. Non si lavora solo per lo stipendio. È nostro dovere lasciare una impronta nella società civile».

Soave e Soavegel sono cresciute negli anni della recessione, anche grazie all'accorta politica finanziaria. «Non è un caso che il primo utile sia stato distribuito solo con l'ultimo bilancio»

I Bianco congelano la crisi

Due grandi aziende, un'unica famiglia, quella dei Bianco, che ha dato vita ai marchi Soave (specialità lattiero casearie e pasta fresca pugliese) e Soavegel (prodotti surgelati di qualità). È una storia di successo moderna ma lunga 80 anni, perché il marchio Soave nasce nel 1935. L'azienda fu fondata da Domenico Bianco, che iniziò la propria attività di "pastaio" aprendo il primo stabilimento a Francavilla Fontana. Nel 1975 il figlio Leonardo, che nel frattempo aveva ricevuto dal padre le redini dell'azienda, iniziò un'importante e difficile conversione delle attività. È il periodo in cui si celebra la rinascita dell'alimentazione intelligente. Inizia quindi l'incessante ricerca e attenzione rivolta ai prodotti gastronomici surgelati, quelli che hanno invaso i nostri frigoriferi.

Oggi al timone delle aziende c'è la terza generazione dei Bianco: Mimmo è amministratore e presidente della Soave (15 milioni di fatturato), il fratello Massimo presiede e amministra Soavegel (che di milioni ne fattura 30) e Nicola, il terzo fratello, è vicepresidente di entrambe.

«L'obiettivo è unico», dice Mimmo Bianco, che è anche presidente del Consorzio Asi di Brindisi, «promuovere la Puglia e proporre i suoi prodotti, anche in un settore in cui sembrerebbe difficile farlo».

È così Soavegel si è molto orientata al finger-food e allo street-food, proponendo i panzerotti pugliesi, le bombette, oppure le crpes integrali con mozzarella e cime di rape. «Orientiamo anche i prodotti più industriali verso un concetto di "pugliesità"».

C'è un altra sfida su cui le aziende di famiglia sono impegnate, ed è quello del sempre minor utilizzo di additivi e conservanti: «Meglio un prodotto un po' più brutto ma sano e buono», dice Leonardo, che diventa un fiume in piena quando racconta i primi anni di lavoro del nonno («ogni settimana girava la Puglia in calesse per vendere i suoi prodotti») e di papà Leonardo, che quando a scuola qualcosa andava storto, per punizione portava il figlio in azienda per una settimana ad oliare i formaggi, «ma non era un negriero, è stata una persona giusta. Di quei genitori che magari non ti dice mai "bravo", però quando parla con qualcuno è il primo ad elogiare i figli. E noi poi lo veniamo a sapere...».

Come molte altre aziende illuminate del territorio, anche il gruppo Bianco ha deciso di sfruttare le opportunità di Industria 4.0: «Stiamo cercando di implementare l'innovazione nelle linee di confezionamento, mitigandone l'impatto sociale. Nel senso che vogliamo farlo mantenendo gli attuali posti di lavoro».

I dipendenti sono 115, a questi si aggiungono la rete vendita e i trasportatori.

Difficile a crederci, ma Soave e Soavegel si sono sviluppate tanto proprio negli anni della crisi più profonda. Come è accaduto? Grazie alle scelte fatte in passato: «È vero, siamo cresciuti proprio mentre gli altri crollavano. Perché noi nel corso degli anni buoni abbiamo reso autonome e solide le nostre aziende. E così, quando è arrivata la recessione, ci siamo ritrovati "il grano in fienile". Non è un caso se il primo utile delle aziende lo abbiamo distribuito soltanto quest'anno, mentre negli esercizi precedenti abbiamo preferito patrimonializzare e reinvestire».

Dta, eccellenza pugliese tra aeronautica e aerospazio

LA SIGLA DTA, ACRONIMO DI Distretto tecnologico aerospaziale pugliese, è ignota al grande pubblico e a tanti politici e amministratori pubblici. Eppure grazie al Dta sono state realizzate iniziative di successo nel campo della ricerca industriale applicata e dell'innovazione di prodotto sviluppate in Puglia a partire dal 2009. Iniziative di successo nate grazie all'intuizione di Giuseppe Acierno che del Dta è stato presidente sin dalla costituzione e che ha lavorato senza apparire, tessendo giorno dopo giorno relazioni e convincendo il sistema scientifico e i grandi player industriali italiani del settore aerospaziale e aeronautico, alcuni dei quali da tempo erano impegnati in Puglia, che si doveva intraprendere il percorso della ricerca industriale applicata per porre qui in Puglia le basi di nuove attività capaci di offrire opportunità di lavoro a tanti giovani ingegneri e tecnici laureati attratti dallo spazio.

Nel Dta sono riuniti 7 soci in rappresentanza di centri di ricerca (Enea, Cnr e Cetma) e università pugliesi e 12 imprese. Le attività si sviluppano in particolare sull'asse Brindisi-Grottaglie-Taranto, con nuclei forti nelle province di Foggia e Bari. Nel capoluogo regionale sono molto attive aziende del settore aerospaziale. Qualche iniziativa è stata avviata anche in provincia di Lecce.

I numeri. Il Dta ha ottenuto il finanziamento di 15 progetti di ricerca industriale, per un budget di 150 milioni di euro. Attualmente i progetti in fase di attuazione sono 11 per un valore di 52 milioni e coinvolgono 450 ricercatori e dipendenti. I progetti di formazione post diploma o post laurea gestiti sono stati 13, con 130 partecipanti. Le imprese coinvolte nei progetti di ricerca e di formazione sono state 36. Di pari passo è stata sviluppata l'attività di orientamento nella quale sono state coinvolte 500 scuole con oltre 10.000 studenti. Attualmente il Dta sta coordinando il progetto "Destinazione futuro. Una vita nello spazio" al quale hanno aderito circa 3.000 studenti di 128 classi di 50 scuole di tutta la Puglia con l'obiettivo di avvicinare i giovani allo spazio. Il progetto si concluderà il 23 maggio a Brindisi con una iniziativa alla quale parteciperà l'astronauta francese Jean Francois Clervoy. Il tema del progetto ha l'obiettivo di raccontare come un astronauta vive nello spazio, cosa mangia, quale dieta segue, se e come svolge attività fisica.

Il percorso che collega ricerca industriale, applicazione dei risultati della ricerca, formazione di eccellenza e orientamento scolastico mostra l'intenzione del Dta di essere un elemento di propulsione del sistema pugliese facendo crescere il prodotto interno lordo e il lavoro senza dimenticare i giovani, con l'obiettivo di offrire agli stessi stimoli e occasioni di riflessione sullo spazio, così lontano eppure così vicino alla vita di ogni giorno.

I progetti di ricerca già completati o ancora in corso hanno riguardato in modo particolare l'utilizzo di materiali e strutture in composito da utilizzare nella realizzazione dei nuovi velivoli e le nuove tecniche nei processo di riparazione delle strutture in composito. Attualmente a Brindisi, presso la sede di Ge Avio, è in fase di sviluppo un nuovo motore aeronautico. A Grottaglie, nell'area dell'aeroporto, invece l'attività del Dta è legata alle potenzialità che emergono dall'utiliz-

Il presidente Giuseppe Acierno: «Funziona il rapporto tra pubblico e privato». Progetti per 150 milioni di euro. Lavoro per 450 laureati in ingegneria, fisica, matematica. Formazione nelle aziende e orientamento nelle scuole, per avvicinare i giovani alle materie scientifiche e allo spazio.

di Oronzo Martucci

zo dei droni e dei satelliti. A febbraio la società Leonardo ha sperimentato il primo volo del Solo, un elicottero a pilotaggio remoto.
È stato appena sottoscritto un protocollo di intesa per rafforzare la collaborazione, già in corso, tra Dta e società aeroporti di Puglia in iniziative da realizzare nello scalo di Grottaglie. Il Dta è impegnato nella realizzazione di un Centro europeo per la ricerca e la sperimentazione di nuovi prodotti aeronautici pilotati da remoto nella prospettiva dell'uso degli stessi velivoli per offrire servizi alla Pubblica amministrazione, alle imprese e ai cittadini. Tra le ipotesi di impiego: il monitoraggio dei fumi dell'Ilva e dello sviluppo della xylella, con la possibilità di elaborare i dati raccolti attraverso l'uso di satelliti, così da allungare la filiera dei servizi e il coinvolgimento di imprese del settore informatico. Una sperimentazione relativa all'utilizzo dei satelliti in agricoltura è già stata sperimentata da un socio del DTA, Planetek di Bari, che monitora a San Pietro Vernotico, i vigneti dell'azienda agricola Tormaresca. L'agricoltura di precisione ormai è un tutt'uno con l'utilizzo dei satelliti e la Puglia è all'avanguardia nel settore. Tra i soci del Dta l'azienda Sitael ha reso centrale la ricerca per la realizzazione di piccoli satelliti di nuova generazione a propulsione elettrica e per la progettazione e prototipizzazione di sensori per l'esplorazione planetaria e l'osservazione della Terra.
Il Lavoro del Dta può sfuggire al pubblico generalista, ma non agli esperti e a chi valuta il valore delle iniziative di ricerca industriale. Nel luglio del 2015, a Bruxelles, la DG Enterprise con la pubblicazione del RIM (Regional Innovation Monitor) ha riconosciuto il Distretto tecnologico aerospaziale pugliese come uno dei 7 casi di successo selezionati dall'Unione europea quale "attuatore di nuovi modelli di politica industriale e di gestione dell'innovazione che negli anni recenti, in controtendenza ad una crisi generalizzata, ha visto crescere i principali indicatori economici ed occupazionali". Per il presidente Acierno si è trattato di "un riconoscimento importante che ha premiato la Puglia, la sua dinamicità e modernità nelle politiche dell'innovazione messe in campo dall'amministrazione regionale, il protagonismo dei partner pubblici e privati del distretto ed il suo innovativo modello di governance". Un altro riconoscimento era venuto nel 2013 nell'ambito di un report curato da Banca d'Italia, Istat, Confindustria, Unioncamere e altri soggetti istituzionali, con il quale il Dta era stato riconosciuto come uno dei 5 distretti anti crisi italiani, unico nel Sud Italia.
"Una delle caratteristiche del settore aerospaziale è quello di aver sempre vissuto in un mercato globale; solo durante i periodi bellici le produzioni si sono concentrate sui fabbisogni nazionali", evidenzia Acierno. "Grazie alla crescita economica di regioni dell'Estremo Oriente e dell'Africa e con un numero sempre crescente di passeggeri che richiedono servizi di trasporto aereo, le produzioni, le tecnologie e le persone sono divenute estremamente mobili, i vantaggi di localizzazione territoriale mutano velocemente. La partita dello sviluppo si gioca nei territori, sono questi a competere con le proprie infrastrutture, con il proprio capitale umano e con la propensione all'innovazione e al cambiamento. In questo contesto nasce il Dta, per accompagnare processi e dinamiche di innovazione e cambiamento e calarle nella dimensione pugliese e nazionale", aggiunge.
"Il nostro lavoro va avanti da circa 10 anni, durante i quali abbiamo usato con costanza e determinazione le leve della ricerca, dello sviluppo tecnologico, dell'alta formazione e della formazione continua, dei servizi e dello sviluppo delle infrastrutture attraversando anche fasi critiche dovute alla riorganizzazione di Leonardo e del sistema industriale nazionale", ricorda Acierno. "Con il supporto dei nostri soci abbiamo guadagnato reputazione ed autorevolezza divenendo il distretto più dinamico ed innovativo nel sistema nazionale e oramai nodo di una rete europea costruita faticosamente giorno dopo giorno. Tutto ciò ha permesso alla Puglia di crescere in termini di addetti, imprese, infrastrutture, fatturato, export, capitale umano e ricchezza generata dal settore tenendo vivo il fatto che da sempre esiste una correlazione tra crescita del traffico e crescita del Pil. Se entro il 2035 il traffico globale raddoppierà, come emerge dalle previsioni, non ci resta che rafforzare il sistema creato in questi anni, aumentare la nostra propensione a collaborare e fare squadra continuando a vincere la scommessa dello sviluppo e della crescita", conclude il presidente del Dta.

Il Distretto tecnologico aerospaziale è una società consortile a responsabilità limitata, con sede legale e amministrativa presso la Cittadella della Ricerca di Brindisi.
I soci privati detengono il 46 per cento del valore delle partecipazioni, così distribuite: Leonardo Spa, 24%; Salver Spa 1%; Ge Avio Srl 12%; Cetma (Centro di progettazione, design e tecnologie dei materiali) 1%; Optel (Consorzio nazionale di ricerca per le tecnologie optoelettriche), 0,5%; Enginsoft Spa, 1%; Ias (International aviation supply srl), 1%; Planetek Italia srl, 1%; Sitael Spa, 1%, Cdm (Costruzione motori diesel) Spa, 1%; De.Ma Spa, 1%; Gse srl, 1%; Blackshape, 0,5%.
I soggetti pubblici detengono il 54 per cento delle partecipazioni, così suddivise: UniSalento, 11%; UniBari, 11%; Politecnico di Bari, 11%; Cnr 10,5%; Enea, 10,5%.
Il Dta è nato per sostenere iniziative idonee allo sviluppo, nella regione Puglia, di un Distretto Tecnologico Aereospaziale.
La società è stata costituita il 20 luglio 2009.
La scadenza è fissata all'1 dicembre 2050.
Il presidente è il dottor Giuseppe Acierno (foto a sinistra).

"SPACE CYBERSECURITY FOR MOBILITY": A MAGGIO WORKSHOP INTERNAZIONALE A OSTUNI

Su iniziativa del Distretto tecnologico aerospaziale pugliese si svolgerà nei giorni 24 e 25 maggio al Grand Hotel Rosa Marina di Ostuni il Global Space Economic Workshop sul tema "Space Cybersecurity for Mobility". Si tratterà di una occasione nel corso della quale rappresentanti di agenzie pubbliche e di aziende private italiane ed internazionali si confronteranno sul tema della sicurezza informatica nello spazio.
Nella giornata del 24 maggio, tra i rappresentanti istituzionali è prevista la partecipazione di Simonetta di Pippo (Direttore di Unoosa, Ufficio Nazioni Unite per gli affari nello spazio), Jan Woerner (direttore generale di Esa, Agenzia spaziale europea), Roberto Battiston (presidente dell'Agenzia spaziale Italiana, Asi) e di un esponente del Ministero dei Trasporti. Il confronto istituzionale sarà coordinato da Luca de Biase del Sole 24 Ore.
Sono stati previsti vari temi di discussione per presentare opportunità e sfide legate ai diversi settori industriali. Alla discussione sulle prospettive dell'Aviazione e dei trasporti marittimi parteciperanno tra gli altri un rappresentante della Rolls Royce, l'amministratore delegato di Leonardo Spa Alessandro Profumo e l'amministratore delegato di Boeing Antonio de Palmas. Coordineranno il tavolo Gwynne Shotwell, presidente e Ceo della società aerospaziale statunitense Space X, l'astronauta francese Jean Francois Clervoy e l'amministratore delegato di Virgin Orbit Dan Hart.
Su Automotive e Railway si confronteranno tra gli altri Renato Mazzoncini (Amministratore delegato delle Ferrovie dello Stato Italiane); Enrico Pisino, responsabile ricerca e innovazione di Fca; l'astronauta italiano Paolo Nespoli; il generale Carlo Magrassi, segretario generale della Difesa.
Nella mattinata del 25 il confronto sarà tutto al femminile tra rappresentanti di primo piano di aziende dell'aerospazio. Il tema: Space for ispiration and women leadership. Tra i partecipanti il presidente di Enav, Roberta Neri.

Soluzioni strutturali per
la logistica e l'architettura
scaffsystem®
Progettiamo e realizziamo
sistemi di immagazzinaggio
per l'ottimizzazione dello spazio
e la gestione delle merci.
Con il nostro sistema costruttivo
in acciaio proponiamo soluzioni
per l'edilizia in ambito industriale
e residenziale.
www.scaffsystem.it
RINA
ISO 9001:2008
Certificato n. 9369/03/S
CE
EN 1090-1:2009/A1:2011
Certificato di conformità
N. 0474-CPR-1119

Start-Up

Giovani imprese per una Puglia migliore

MUUM LAB, il business angel pugliese

Si chiama Muum Lab ed è una piattaforma di equity crowd-founding, l'unica nel Sud Italia e l'unica accreditata con Carta Si per il sistema di e-payment. A dirigerne il timone c'è il leccese Antonio Quarta, da 23 anni nel mondo della finanza agevolata. Nella compagine societaria figurano anche la Bcc San Marzano di San Giuseppe, Interfidi, Finindndustria, Soft Lab (che ne è partner tecnologico) e altri investitori privati.
L'obiettivo della piattaforma è presto spiegato: «Vogliamo creare un club-deal che permetta alle start-up che si approcciano a questo strumento di trovare una platea di investitori disponibili a partecipare ai loro aumenti di capitale».
Quarta e i suoi soci si stanno dotando di un comitato scientifico per la valutazione dei progetti: «È facile dire dei sì a chi ha una idea, per poi magari vederla naufragare, ma è molto difficile dire un no, perché quest'ultimo deve essere motivato: spesso è impossibile far capire ad un imprenditore o aspirante tale che il suo progetto non funzionerà, per lui quel progetto è come un figlio».

Antonio Quarta, CEO del Muum Lab, piattaforma di equity crowdfounding per le start-up

www.muumlab.com

In Italia ci sono al momento poco più di una ventina di piattaforme di equity crowdfounding autorizzate. Un numero talmente basso che riconosce alla presenza di Muum Lab a Lecce una importanza ancora maggiore. Peraltro dallo scorso gennaio anche le Pmi possono accedere all'equity crowdfounding, «e questa è una opportunità in più per il territorio», spiega Quarta, «perché così potremo investire anche su aziende che hanno già alle spalle una storia e vogliono crescere aprendosi al mercato».
L'obiettivo dichiarato è quello di creare in Puglia una filiera della finanza che aiuti le aziende con bilancio fino a 4 milioni di euro attraverso gli strumenti dell'equity crowdfounding, le leggi agevolate e il debito bancario, e con i minibond quelle che superano la soglia dei 4 milioni di euro. La presenza di investitori esterni porta altri benefici all'economia: «Queste operazioni infatti obbligano le aziende alla pubblicazione e alla certificazione dei bilanci, alla diramazione periodica di semestrali e informative su nuove iniziative». Si tratta di una svolta epocale, in un territorio in cui si è sempre stati abituati a svelare il meno possibile del proprio fatturato. «E invece gli imprenditori devono capire che la loro azienda è come una casa o un gioiello: si potrà rivendere bene e sempre, a patto che il suo valore sia verificabile in ogni istante».
Muum Lab ha già avviato collaborazioni con le Università pugliesi e le loro spin-off, che spesso si rivelano molto interessanti. Antonio Quarta è fiducioso e sogna ad occhi aperti: «Fino ad ora i nostri stratupper e le nostre piccole e medie imprese sono state costrette ad andare a Milano o a Londra per avere credito. Noi stiamo cercando di colmare questo gap e questa assenza sul nostro territorio».

01 PSYCOBOARD, TARANTO

www.psycoboard.com

I tarantini Cristian Gentile e Fabio D'Aniello hanno creato uno skateboard elettrico in fibra di carbonio. Raggiunge i 40 chilometri orari, è impermeabile e può essere usato su ogni superficie. Il motore si ricarica frenando e in discesa.

Psykoboard è una startup innovativa creata da Cristian Gentile e Fabio D'Aniello, due quarantenni tarantini con l'idea di semplificare la mobilità quotidiana, rispettando l'ambiente e portando il design italiano nel mondo. Ed è così che è nato lo Psykoboard, uno skateboard che si distingue da tutti gli altri skate. La tavola è stata disegnata dal famoso designer Werther Castelletti (Roberto Ricci Design) ed è costruita totalmente a mano con un tipo di lavorazione usata nell'ingegneria aerospaziale, il cosiddetto sistema "autoclave". È fatta interamente in fibra di carbonio affinché possa essere leggera, resistente e persistente al tempo stesso. I motori e le parti elettriche sono invece forniti dalla "Landwheel" e assicurano alte prestazioni.
Lo skate Psykoboard è stato progettato per essere sfruttato tutti i giorni, per mobilità urbana, per recarsi a lavoro, viaggiare e per il tempo libero. Raggiunge la velocità di 40 chilometri all'ora. Può essere utilizzato anche quando piove, o in presenza di pozzanghere, visto che ha il para schizzi integrato. Il sistema elettronico e i motori elettrici sono completamente impermeabilizzati, il motore è alloggiato all'interno delle ruote, usa un sistema di raffreddamento ed ha la frenata autorigenerativa per ricaricare la batteria Li-Poly. Il motore infatti si ricarica automaticamente quando è in discesa e quando si frena. Non avendo viti passanti, svitando i truck e girando la tavola, lo skate può diventare uno snowskate o un wakeskate. È quindi un prodotto sportivo a 360 gradi che può essere utilizzato su ogni superficie e in qualunque momento dell'anno.
Lo skate in fibra di carbonio costa 500 euro, quello elettrico completo di kit motore e batteria parte da 999 euro. Psycoboard dà già lavoro a sei persone.

02
VINOLED, LECCE

www.vinoled.com

Fondata da Vanessa Coppola e Raffaella Ferreri, l'azienda produce la borsa hi-tech LON, che ha una luce all'interno, ricarica gli smartphone, lancia messaggi di aiuto ed è dotata di gps per localizzarla in caso di furto o smarrimento.

La VinOled di Lecce realizza borse hi-tech & luxury dotate di luce OLED (Led organico) e carica batterie interni. È un prodotto Made in Puglia innovativo nel design e nella funzionalità: è fatta con pelli pregiate e all'interno nasconde soluzioni a bisogni frequenti, come per esempio trovare un oggetto in condizioni di scarsa luminosità, oppure avere una fonte di ricarica wireless per il proprio smartphone ed altri device di vario tipo, o infine un pulsante Sos per inviare una richiesta di aiuto.

Tutto parte proprio da qui, da Vanessa che una notte di qualche anno fa, quando ancora studiava all'Università, all'uscita da una discoteca viene inseguita e non riesce a trovare le chiavi in borsa a causa del buio. E così che arriva l'idea di inserire una luce nella sua borsa. Da lì nasce anche il sogno, che la porta a rinunciare ad un contratto a tempo indeterminato.

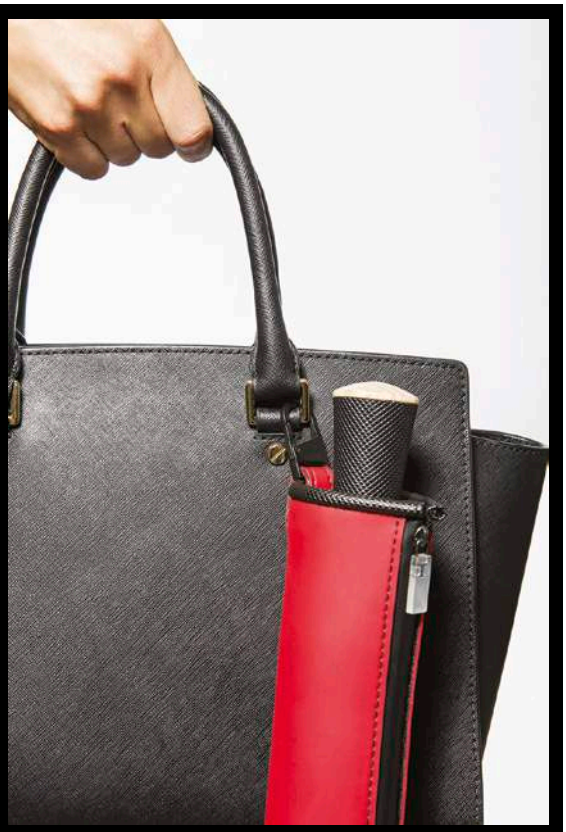
«Ho ascoltato il mio cuore», dice Vanessa Coppola, cofondatrice dell'azienda con Raffaella Ferreri.

A differenza dei competitor, VinOled è l'unica realtà ad utilizzare la tecnologia OLED, che permette di avere prodotti ad elevate prestazioni di luminosità e ridotto impatto ambientale, altamente flessibili, leggeri e di ridotte dimensioni.

03 KJARO, LECCE

www.kjaro.it

È l'ombrello che non sgocciola. Lo ha inventato un salentino, anche se il laboratorio si trova in Abruzzo. L'avventura è partita grazie ai 90.000 euro raccolti da Angelo Vadruccio su Kickstarter, la piattaforma di crowdfunding.



Kjaro è *the next umbrella*, ovvero la più innovativa soluzione al mondo per risolvere i problemi in caso di pioggia. Con Kjaro l'ombrello bagnato non sgocciolerà, potrà essere indossato o riposto in borsa. Il punto di forza è la sua custodia impermeabile, brevettata, al cui interno è incorporato un piccolo "serbatoio". Le gocce, rilasciate dall'ombrello bagnato, vengono raccolte all'interno del serbatoio che poi potrà essere svuotato attraverso la ghiera apri/chiudi posta alla base della custodia.

Kjaro ha inoltre introdotto nel settore dell'ombrello pieghevole altri piccoli ma importanti dettagli tra cui: un tessuto innovativo altamente resistente all'acqua; la termosaldatura; la riparazione ed il riciclaggio dei materiali; l'ampio laccetto che si chiude velocemente grazie a delle calamite; la dotazione di ganci e tracolle che permettono di "indossare l'ombrello bagnato senza bagnarsi".

L'idea nasce nelle metropolitane milanesi dal suo fondatore, Angelo Vadruccio, 52enne di Surano (Lecce), per poi diventare una società ed un laboratorio artigianale in Abruzzo, dove il prodotto viene interamente realizzato. Il percorso di Kjaro è quelo classico di quasi tutte le start-up: avuta l'idea, Vadruccio la lancia sulla piattaforma di crowdfunding Kickstarter: il progetto raggiunge l'obiettivo di finanziamento e convince oltre 1.000 sostenitori che investono 90.000 euro.

Il prodotto è personalizzabile nei colori e nei tessuti: oltre ad una versione "basic" possono infatti essere sviluppate varianti con qualunque materiale, tra cui pelle e swarovsky.

L'ombrello si può acquistare online dal sito aziendale. la versione basic costa 25 euro, il l kit completo di custodia arriva a 71 euro.

04
INFORMABIO, BARI

www.infomabio.it

Mirella Giannuzzi scommette tutto sulla buona alimentazione che ormai per molti è diventata uno stile di vita. E crea un team di professionisti che offrono preziose consulenze ai cittadini e alle aziende.

In alto Mirella Giannuzzi, fondatrice di Informabio. Qui sopra la homepage del sito web

InformaBio è nato per condividere, spinto da una grande forza motrice: l'amore per l'autentico. L'autenticità è un valore in disuso, ricercato, ambito, apprezzato. Cosa significa vivere in maniera autentica? Certamente esigere il meglio, vivere nel rispetto di se stessi, degli altri, di quello che si desidera, che si sente, che si ama. A volte non lo sappiamo più neanche noi cosa vorremmo realmente. Siamo presi da mille cose in realtà poco importanti e ci dimentichiamo della cosa più importante, noi stessi. Non possiamo occuparci della casa, della famiglia, del lavoro, se non stiamo bene noi per primi. Sappiamo sempre cosa è bene per gli altri e poco cosa è bene per noi.

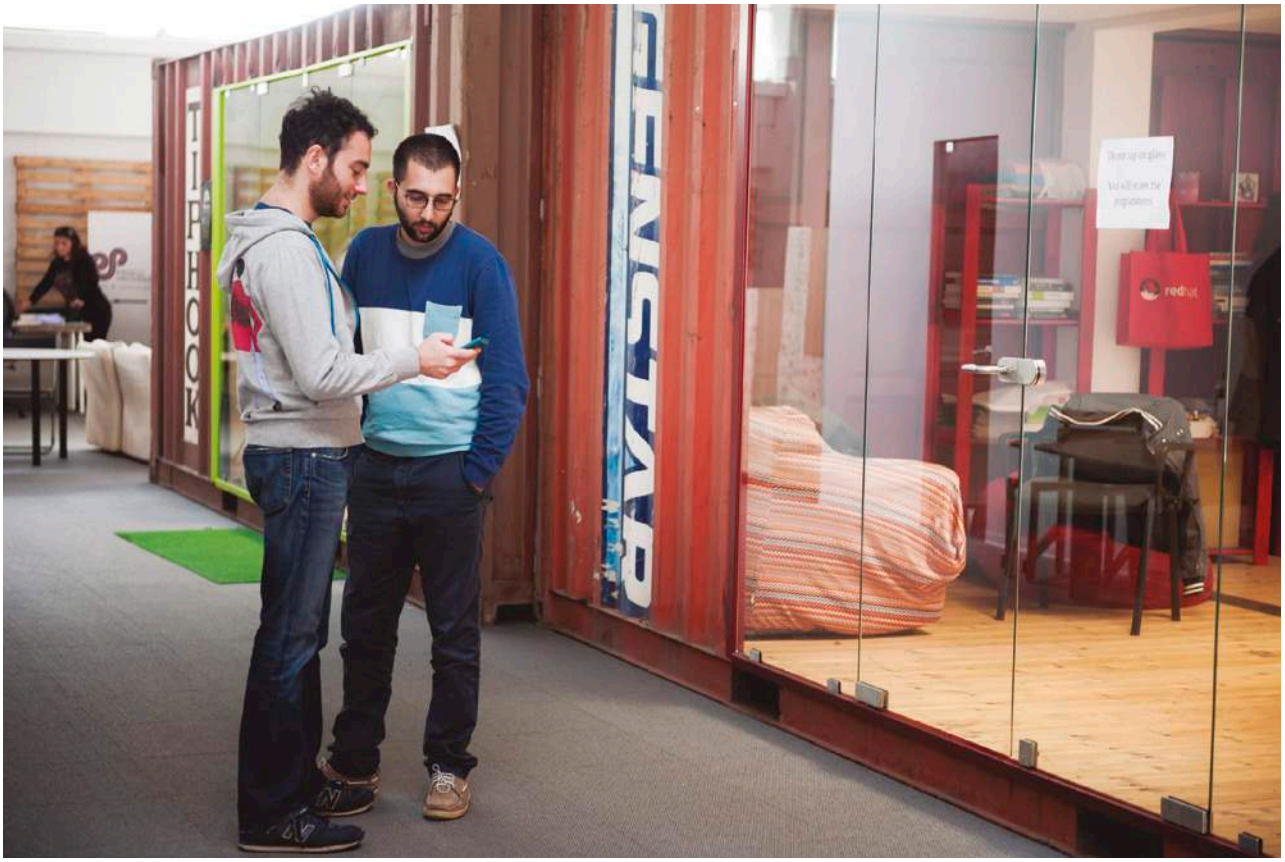
Autentico è un cibo, un rapporto, un emozione. Tutto questo è Nutrimento per l'organismo, per un corpo che vive dando onore al suo infinito valore.

Ci siamo mai resi conto di quanto siamo in grado di fare con il nostro corpo? L'alimentazione ha il potere di trasformarlo, nel bene o nel male dipende solo da noi! Cosa mai potremmo pretendere dal nostro corpo se lo alimentiamo con dei surrogati di cibo? Vogliamo pensare che sia filosofia, moda, o chissà cos'altro, ma ciò che è certo è che dosi quotidiane di sostanze tossiche quali pesticidi, non fanno affatto bene all'organismo, anzi…insieme ad abitudini errate poi… Non sarà proprio un caso che un terzo delle malattie è causato da una scorretta alimentazione.

È necessario partire dal cibo, la nostra prima fonte di Nutrimento, la benzina della nostra auto. Molto probabilmente con revisione, tagliando, manutenzione ci prendiamo più cura della nostra auto che del nostro corpo.

InformaBio ha selezionato e scelto la qualità da più punti di vista, frutto di anni di ricerca ed esperienza nel settore. La sua fondatrice Mirella Giannuzzi ha creato un team eterogeneo di professionisti che si mette a disposizione con amore e professionalità, ingredienti fondamentali per il benessere. «Perché di una cosa sono certa: si può stare bene, occorre volerlo, avere le informazioni giuste, professionisti esperti a cui affidarsi e la determinazione di chi vuole andare là fuori e ritrovare la felicità e godersi sul serio la vita».

Del team Informabio fanno già parte l'oncologo Claudio Pagliara, il fitoterapeuta Giovanni Occhionero, l'omeopata e omotossicologo Bartolomeo Allegrini, lo chef Umberto Vezzoli, il giornalista Antonio Galizia e la Cccb, società di certificazione e controllo dei prodotti agroalimentari.


redhot

05
IMPACT HUB, BARI

www.bari.impacthub.net

Lo spazio di co-working della Fiera del Levante è la casa ideale delle nuove aziende, innovative e non, ed è stato a suo tempo una start-up. Oggi può dirsi un caso di successo, imprenditoriale ma anche sociale.

Impact Hub Bari è lo spazio di coworking ideale per gli innovatori sociali e le start.up. Copre 1600 metri quadrati in un padiglione situato all'interno della Fiera del Levante ed è stato a suo tempo una start-up.
Oggi, a quasi sei anni dalla sua apertura, conta circa 150 aziende coworker che ne utilizzano gli spazi. Una community che cresce ogni giorno e in cui sono nate collaborazioni professionali, amicizie e perfino amori.
Nell'Hub è facile entrare in contatto con altri imprenditori, liberi professionisti, creativi, esperti d'informatica, persone unite dal desiderio di avere un impatto positivo sulla città e sul mondo. Impact Hub Bari fa parte di una rete internazionale di bellissimi spazi fisici dove si può accedere a risorse, lasciarsi ispirare dal lavoro di altri, avere idee innovative, sviluppare relazioni utili e individuare opportunità di mercato. Tra i punti di forza della struttura ci sono anche l'adattabilità alle singole esigenze, l'ampio parcheggio interno al quartiere fieristico, il servizio di hosting costante e la possibilità di usare i canali di comunicazione esterni ed interni. Lavorare nell'Hub significa essere aperti al dialogo e alla contaminazione. Condividere il frigo solidale, in cui ognuno lascia ciò che vuole, che si tratti di vino o specialità locali poco importa. Significa poter pranzare insieme ad altri coworker usando l'attrezzatissima cucina interna (una volta al mese un coworker prepara il pranzo per tutti). Oppure partecipare all'experts corner, il talk che si tiene due volte al mese e che serve per conoscere i vari ospiti, o usufruire di consulenze gratuite. E ovviamente non mancano le sale riunioni, la sala eventi e l'angolo relax, con divani e tavolo da ping pong.
Impact Hub Bari è aperto dal lunedì al venerdì, dalle 8.30 alle 20.30, e i prezzi per entrare a far parte della grande rete di aziende che lo usano partono da 25 euro al mese.

Impact Hub Bari è nato grazie all'iniziativa dei quattro co-founder: Diego Antonacci, Monica Del Vecchio, Giusy Ottonelli, Giuseppe Antonacci. A sei anni dall'apertura la struttura dà lavoro ad una ventina di persone.

Castellana (foto di Daniela Mele)

PUGLIA 2.0 MODELLO DUBAI O MINORCA

Cosa fare per restare al top nel settore turistico

L'amministratore delegato di Nicolaus Tour, il principale tour operator pugliese e uno dei più importanti in Italia, detta le linee guida: più posti letto di alta qualità, un maggior numero di attrazioni per il turista, meno burocrazia e tempi certi per gli investitori.

INTERVISTA DI **Oronzo Martucci** CON **Giuseppe Pagliara**

LE AZIENDE TURISTICHE DEVONO funzionare come le grandi fabbriche, animate da artigiani e artisti al posto degli operai": Giuseppe Pagliara, amministratore delegato di Nicolaus Tour, azienda leader nel mercato pugliese e meridionale e con interessi in Spagna e Grecia, non ha dubbi sulla necessità che la Puglia guardi al futuro con un approccio industriale, "per superare i luoghi comuni che non aiutano le aziende a crescere e a consolidarsi nel mercato delle vacanze".

Pagliara, cosa deve fare la Puglia per consolidare la sua presenza nel settore turistico e per evitare di perdere le fette di mercato che ha conquistato negli ultimi anni?

"Il turista vuole essere coinvolto nella scoperta di nuove esperienze di vita durante le vacanze. Ma dobbiamo evitare di far passare messaggi secondo i quali il turista che viene il Puglia attratto dal mare sia di serie B e che il top sia rappresentato dai viaggiatori che cercano i centri storici, i piccoli borghi e cose di queste genere".

SE LA PUGLIA VUOLE CRESCERE VERAMENTE SERVONO STRUTTURE CON CENTINAIA DI POSTI LETTO DI LUSSO E INVESTIMENTI DI GRANDI CATENE TURISTICHE INTERNAZIONALI

I centri storici non sono un'attrattiva?

"Lo sono. Ma da soli non permettono alcuna crescita. L'offerta deve essere integrata, sapendo che ormai si lavora su diversi turismi. Se la Puglia vuole crescere veramente deve muoversi in direzione della creazione di strutture con centinaia di posti letto di lusso, così da permettere investimenti di 4 o 5 catene turistiche internazionali che si muovono sul mercato globale e sono nelle condizioni di trasformare in brand una destinazione. Anche a questo mi riferisco quando evidenzio la necessità di realizzare grandi fabbriche turistiche nelle quali chi opera deve saperlo fare con arte".

La Puglia non ha queste caratteristiche?

"Mi pare che sia ancora lontana dall'essere un brand turistico sul mercato internazionale, pur riconoscendo gli sforzi che sono stati effettuati per garantire la destagionalizzazione e attraverso gli investimenti sulle infrastrutture, a cominciare dagli aeroporti. Ci sono disagi, ritardi e difficoltà in alcuni casi. E bisogna fare molto ma molto di può sul piano della promozione e delle infrastrutture capaci di accorciare le distanze.".

A cosa si riferisce quando parla di ritardi e difficoltà?

"Alla impossibilità per i grandi investitori di capire come e in quali termini e tempi è possibile effettuare e completare un investimento. La burocrazia continua a essere un ostacolo insormontabile. Ci sono mille competenze e complicazioni che non danno certezze. Operare nel rispetto della legge è spesso impossibile. Tale situazione allontana gli investitori che possono creare in Puglia quelle strutture turistiche legate alle catene internazionali che fanno la differenza, così da dare vita a numeri da grande industria turistica".

Il rispetto delle regole, sia in termini paesaggistici che ambientali, è fondamentale per preservare i luoghi e garantire ai turisti di vivere le esperienze caratterizzanti del territorio.

"Chi effettua grandi investimenti ha interesse a preservare il paesaggio, perché il cliente di un resort di lusso pretende il rispetto dell'ambiente. Però una volta che è stato deciso che non bisogna costruire discoteche sul mare e che bisogna operare nel rispetto delle regole, deve essere chiaro cosa si può fare e cosa non si può fare. Un imprenditore non può essere lasciato ogni volta alla mercé di un funzionario pubblico, il quale deve interpretare una norma e diventa l'unico vero decisore. Spesso in senso negativo".

Qual è il modello su cui lavorare per costruire il brand Puglia?

"Piaccia o non piaccia un modello è quello realizzato a Dubai, dove tutto è scenografico e il turista può scegliere come trascorrere le sue giornate tra mare, hotel di lusso, parchi acquatici, attività sportive, attrazioni culturali e mostre d'arte che si moltiplicano giorno dopo giorno. Anche Minorca, con le sue bellissime spiagge, il rispetto dell'ambiente e e i suoi siti archeologici, può essere un modello. A Minorca arrivano numerosi charter al giorno, perché ci sono migliaia di posti letto da riempire. In Puglia, lo ripeto, servono più posti letto di qualità per essere attrattivi e concorrenziali rispetto ad altre mete. Evitiamo di pensare che la nostra regione sia l'ombelico del mondo. Thomas Cook Group, un tour operator britannico che ha un fatturato di 8 miliardi di sterline, alla Borsa del turismo di Berlino, nel marzo scorso, ha confermato l'intenzione di tenere la Puglia fuori dalle sue destinazioni".

C'è in Puglia un'area dove è possibile porre le basi per un modello tipo Minorca?

Giuseppe Pagliara, amministratore delegato di Nicolaus Tour

"L'area della valle d'Itria si avvicina al modello Minorca e infatti proprio a ridosso della Valle d'Itria sono nate le strutture di qualità come Masseria San Domenico, Borgo Egnazia e Torre Coccaro che hanno permesso alla Puglia di cominciare ad affermarsi come destinazione internazionale. E lì che sono arrivati i rampolli della grandi famiglie americane e indiane per sposarsi, e lì che si effettuano investimenti sul turismo di qualità che garantiscono occasioni di lavoro e rispetto del territorio. Voglio anche sfatare l'idea che quei resort siano destinati a coppie in cerca di privacy e basta".

Non è così?

"I resort di lusso, come accade a Dubai e come accade anche a Borgo Egnazia, sono destinazioni per le famiglie, non solo per le coppie. Ci sono i genitori e ci sono i figli al seguito. Bisogna saper proporre alle famiglie ciò che chiedono. Bisogna saper legare il mare a tutto ciò che il territorio può offrire e deve offrire in termine di cultura, spettacoli, enogastronomia e turismo esperienziale. L'eccellenza della destinazione è direttamente proporzionale alla qualità delle presenze. E per offrire qualità sono necessari professionisti dell'accoglienza e occasioni di formazione per quei professionisti".

Esiste la formazione per le figure di eccellenza, per quelle figure che, come lei dice, sono artigiani e artisti capaci di fare la differenza in un'azienda turistica?

"Purtroppo le figure di eccellenza bisogna spesso cercarle fuori, sul territorio non sempre ci sono risorse professionali adeguate. Spesso bisogna convincere chi è nato in Puglia e opera fuori, anche all'estero, in strutture di eccellenza, a tornare a casa. E non è facile. Chi si è ben inserito in alcuni contesti professionali e si è abituato a un nuovo stile di vita, sul piano economico e sociale, non sempre è disposto a tornare a casa".

Sta dando ragione a Flavio Briatore a proposito della mancanza di figure professionali di eccellenza su cui puntare per far crescere la qualità del turismo in Puglia?

"Briatore è un provocatore: esprime in modo sbagliato verità inconfutabili. Nell'era della digitalizzazione e di industria 4.0 anche il turismo ha bisogno di figure capaci di operare con le stesse competenze nel settore del marketing".

Oronzo Martucci

hmc.it

Marketing CCB 04/2017 | Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Non costituisce offerta o invito alla conclusione di un contratto per la prestazione del servizio di gestione di portafogli. GP Benchmark è un servizio di investimento prestato da Cassa Centrale Banca - Credito Cooperativo del Nord Est S.p.A. L'informativa e le condizioni contrattuali complete sono a disposizione presso la sede di Cassa Centrale Banca e gli sportelli delle banche che commercializzano il servizio.

Investi nelle aziende italiane e ottieni un vantaggio fiscale con il Piano Individuale di Risparmio.

GP Benchmark PIR

Servizio di investimento commercializzato da:

BCC CREDITO COOPERATIVO San Marzano di San Giuseppe

#bccsanmarzano bccsanmarzano.it

Gestioni Patrimoniali

www.cassacentrale.it

Cassa Centrale Banca Credito Cooperativo del Nord Est

L'AURORA DELLA PUGLIA DI MEZZO

UNA SFIDA PER LA CLASSE DIRIGENTE

La sub regione Jonico-Salentina e la Terra di Bari sono unite e spesso divise da una Terra di mezzo, la costa dei trulli, una provincia introvabile all'interno della quale vi sono città e culture con tradizioni omogenee che sopravvivono alla riforma amministrativa del 1923 e del 1927 con la quale l'antica Terra d'Otranto fu divisa nelle Province di Lecce, di Taranto e di Brindisi.

La storia e le radici sono più forti della burocrazia. Ma con essa devono confrontarsi al fine di utilizzare tutti gli strumenti e le risorse che lo Stato e la Regione assegnano al territorio. La storia e le radici ricordano a tutti quotidianamente che esiste un popolo di mezzo, il quale vive all'interno di un'area geografica che contiene i Comuni brindisini e baresi della sponda adriatica e quelli tarantini (e in parte leccesi) della costa jonica. Il fulcro di tale area è la Valle d'Itria, nella quale esiste un sistema industriale e turistico vivace, a volte ricco, sempre alla ricerca di nuovi spazi nel mercato globale.

Questa provincia introvabile è una cerniera ma anche una ferita che separa la provincia di Lecce dalla Terra di Bari. Se prevarrà la ferita, con le sue naturali patologie, Salento leccese e Terra di Bari non si salderanno mai e avranno anche sul piano politico rappresentanze istituzionali (nazionali e regionali) che si scontreranno per far prevalere gli interessi di una realtà geografica sull'altra. Se si affermerà il ruolo di cerniera, emergeranno spazi nuovi per la classe dirigente che opera nella Terra di mezzo. Imprenditori, professionisti, intellettuali, politici, amministratori pubblici (la classe dirigente nelle sue diverse espressioni) hanno interesse a lavorare per l'affermazione della Terra di mezzo, per fare in modo che la ferita possa essere cancellata attraverso un'operazione di ricostruzione del tessuto economico e culturale.

L'incertezza del ruolo delle Province dopo la recente riforma rende ancor più necessaria una operazione che dia identità alla terra di mezzo, alla Costa dei Trulli, che deve avere come riferimento le città turisticamente rilevanti della costa adriatica (Carovigno, Ostuni, Fasano, Monopoli) e quelle che compongono ufficialmente la valle d'Itria (Martina Franca, Cisternino e Locorotondo) e le altre che ne fanno parte a pieno titolo come Ceglie Messapica e ancora di più Alberobello. Senza dimenticare che il pil del turismo è un valore aggiunto dei territori ma che senza l'economia agro-alimentare, manifatturiera e dei servizi di quest'area non è possibile immaginare un modello di sviluppo integrato e sostenibile.

La sfida è già stata avviata con la presentazione di alcuni interventi di programmazione regionale (area vasta della Valle d'Itria). Ma serve altro ancora, bisogna insistere lungo questa strada: per evitare che dalla contrapposizione che a volte emerge tra Grande Salento e Grande Nord (Bari e Foggia) la Costa dei trulli subisca ulteriori danni. Per emergere la Costa dei trulli deve farsi vedere e abbandonare la strada del silenzio.

Anche la politica dei sistemi turistici locali va in questa direzione. Così è possibile promuovere insieme le bellezze naturali, artistiche e architettoniche, i trulli, i castelli e la loro storia, la gastronomia di qualità, il mare. Così è possibile unire le città, farle sentire più vicine e quindi più forti. Bisogna convincere gli abitanti di queste città e i loro rappresentanti istituzionali che hanno interesse a fare fronte comune, a costruire una rete, a collaborare, a scambiarsi informazioni, a concorrere insieme alla costruzione di una nuovo modello di sviluppo economico e sociale.

Per un turista in vacanza sulla costa adriatica, Carovigno, Ostuni, Fasano, Monopoli sono molto più vicine a Taranto di quanto non lo siano per ostunesi, fasanesi e monopolitani. Vendere il mare (il mare di una sola città) è diventato difficile, impossibile nei periodi di bassa stagione. Promuovere una eccellenza (un albergo, un marchio, un prodotto materiale o immateriale) è fallimentare se la si lega alle sorti di un solo Comune, di un piccolo territorio. Una eccellenza muore nel contesto municipale, una eccellenza cresce e si fortifica in un contesto più ampio, costruito attorno alle esperienze che arricchiscono la cultura dei territori.

I circuiti del turismo religioso, congressuale, del golf, della nautica da diporto, della gastronomia possono essere pubblicizzati e valorizzati attraverso la definizione di una proposta organica. Anche per i golfisti e i congressisti Castellaneta Marina e Fasano (per citare 2 Comuni nei quali sono presenti campi da golf e alberghi a 4 e 5 stelle lusso con annessi centri congressi) sono più vicine di quanto non lo siano per gli abitanti della costa jonica e di quella adriatica.

Le terre poste tra Bari, Brindisi, Lecce e Taranto devono tornare ad avere un humus comune. Ripensare al ruolo che hanno avuto le famiglie nobili è fondamentale. Capire perché i principi Dentice di Frasso avessero 2 castelli a Carovigno e San Vito, a 6 chilometri di distanza, aiuta carovignesi e sanvitesi a conoscere le radici e a programmare insieme il loro futuro. "Riportare in vita" i principi Imperiali che regnarono a Francavilla Fontana, Avetrana, Manduria, Latiano, Villa Castelli e Oria, o i duchi di Ceglie Messapica e Martina Franca permette di trovare risposte a molte domande sui problemi attuali e di indicare la strada per un nuovo modello di sviluppo. Studiare la composizione delle province ecclesiastiche (le diocesi) è utile almeno quanto studiare le province amministrative. Anche perché le prime hanno una vita e una storia più lunghe delle province amministrative ora in fase di marginalizzazione.

Ripercorrere queste strade è essenziale. La classe politica (spesso preoccupata per motivi elettorali solo delle iniziative a breve termine) ha bisogno di contributi rigorosi per compiere scelte oculate, produttive e innovative per il medio e lungo termine. Gli imprenditori vogliono capire e conoscere tutte le opportunità offerte dal territorio prima di assumere su di sé le conseguenze delle scelte economiche. Gli intellettuali e i professionisti devono tornare a essere classe dirigente, a produrre cultura e sviluppo, a lavorare per costruire anche occasioni per far crescere l'economia, a sentirsi parte essenziale di un sistema che ora è invisibile.

Gli intellettuali, i professionisti e gli imprenditori che in questa zona sono nati e vivono o che hanno scoperto la Puglia di mezzo e qui trascorrono i loro momenti più belli possono dare un grande contributo alla costruzione di un nuovo modello di sviluppo e alla individuazione di nuovi settori produttivi, di nuove occasioni di ricchezza per le popolazioni locali e per chi qui vorrà investire.

Senza stereotipi, senza presunzione, con intelligenza: vale la pena di tentare.

L'Aurora arriva ogni giorno, naturalmente. Naturalmente, guardiamo con essa al nostro futuro.

ORONZO MARTUCCI

Utile netto di 2,6 milioni per la BCC San Marzano

Esaminato dal CdA i risultati d'esercizio 2017 della banca: forte incremento degli impieghi e patrimonio netto che sale a 51 milioni

Bilancio positivo per la BCC San Marzano, che ha chiuso il 2017 con un utile netto di 2,6 milioni di euro, un incremento della raccolta e degli impieghi e un ulteriore miglioramento della qualità del credito. I risultati d'esercizio sono stati esaminati dal consiglio di amministrazione della banca con numeri che confermano l'importante trend di crescita dell'istituto di credito pugliese, riconosciuto anche nel 2017 da Altroconsumo tra le prime 29 banche in Italia per affidabilità.
Insieme all'utile, per cui all'assemblea dei soci sarà proposta la distribuzione di un dividendo del 2,5% sul capitale versato, si rafforza il patrimonio netto, che sale a 52,180 milioni di euro (+5,53% rispetto all'esercizio precedente). Significativa è anche la solidità patrimoniale, come dimostra il CET1 - l'indicatore per eccellenza dello stato di salute della banca - che al 31/12 si attesta al 21,85%, tra i migliori del settore bancario italiano.
Risultati apprezzabili si registrano anche sul fronte dell'operatività. La raccolta complessiva si attesta a 543,264 milioni di euro in aumento del 4,48% rispetto all'esercizio precedente. Sul fronte degli impieghi si consolida l'azione mirata al sostegno delle famiglie e delle imprese del territorio, grazie all'apporto dei finanziamenti concessi, in crescita del 9,55% rispetto al 2016 raggiungendo quota 233,534 milioni di euro.
L'ulteriore miglioramento della qualità del credito è evidente nella copertura delle sofferenze che si attesta al 69,27%, tra i valori più elevati nel sistema bancario nazionale. Positiva è la progressiva riduzione dei costi operativi che scendono di circa l'1% rispetto al 2016, frutto di un efficace processo di efficientamento e razionalizzazione complessiva della struttura.

"Sono numeri eccezionali - ha commentato il presidente Francesco Cavallo - in quanto vanno inseriti nel contesto economico e finanziario estremamente complesso che continua a vivere il sistema Italia, ed in particolare la nostra provincia. Come BCC ci stiamo preparando ad una profonda trasformazione di cui vogliamo essere protagonisti, valorizzando il patrimonio di conoscenza della realtà locale e la natura banca di prossimità nel segno della sana e prudente gestione che ci ha sempre contraddistinto. Puntiamo sempre più su servizi innovativi e consulenza".
La BCC San Marzano continua dunque ad essere un punto di riferimento nel Mezzogiorno con 10 filiali, un centro direzionale all'avanguardia, 107 dipendenti, 2554 soci e circa 25.000 clienti. Soddisfazione è stata espressa anche dal direttore generale Emanuele Di Palma (in foto) secondo cui "Le riforme in atto spingono tutti a ripensare il modello di business con un forte orientamento all'innovazione. Oggi dobbiamo prendere coscienza che molti schemi sono superati e dobbiamo intervenire per cambiarli, dando anche alle banche di piccole dimensioni la possibilità di affrontare il mercato ad armi pari con i grandi gruppi. Per questo proseguiremo con gli investimenti in Innovazione e Fintech, uno dei principali ambiti di crescita e sviluppo del nostro istituto di credito, operando secondo i principi ispiratori del Credito Cooperativo con la garanzia di far parte di un gruppo industriale solido, efficiente ed innovativo. L'obiettivo è quello di sviluppare una banca sempre più tecnologica e vicina alle esigenze dei nostri clienti, con una struttura in grado di competere a livello nazionale".

SPECIALE

La Puglia che va di Moda

LE INFLUENCER SENZA VOLTO

CAMICERIA MAZZARELLI

APULIAN FASHION MAKERS

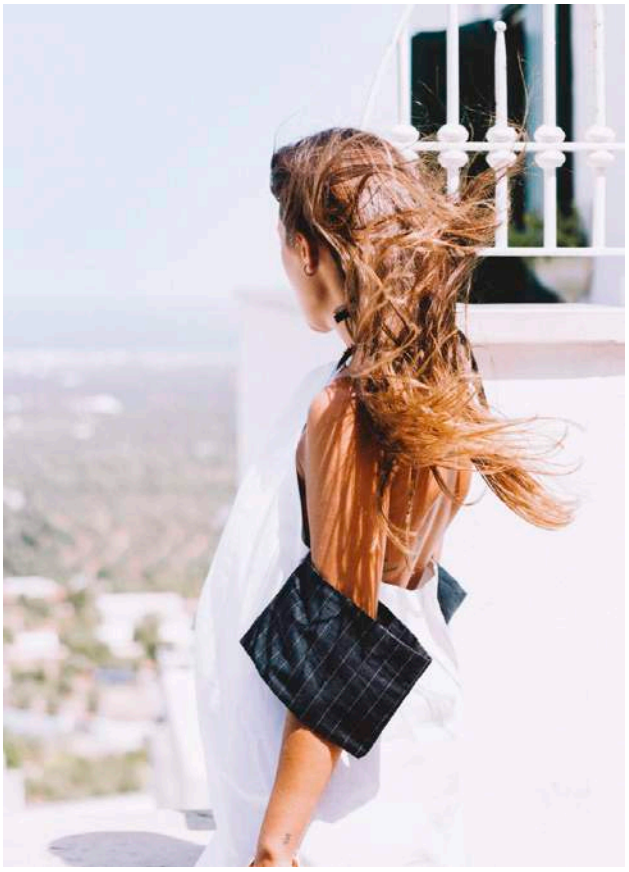
PUGLIA OUTLET VILLAGE LAND OF FASHION

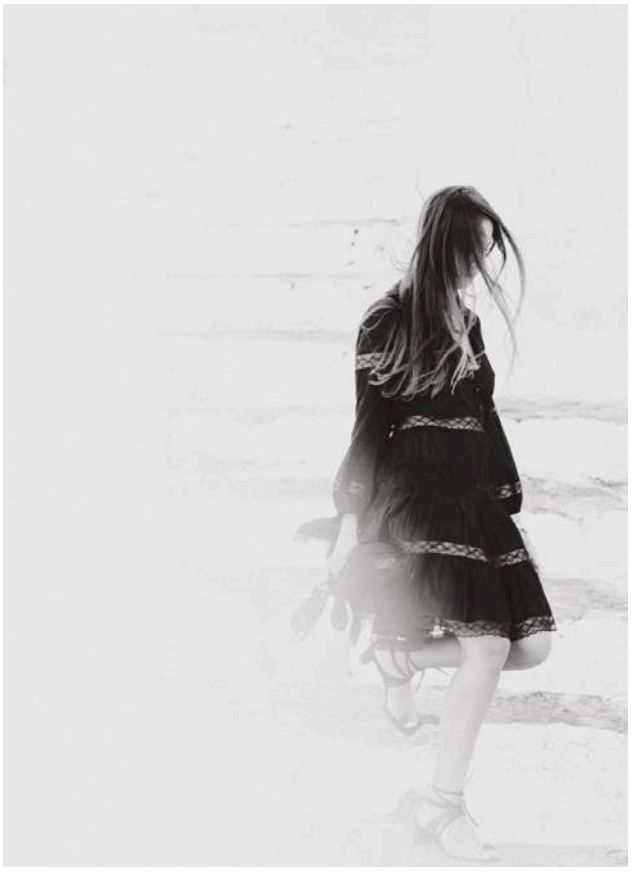
IVANA PANTALEO

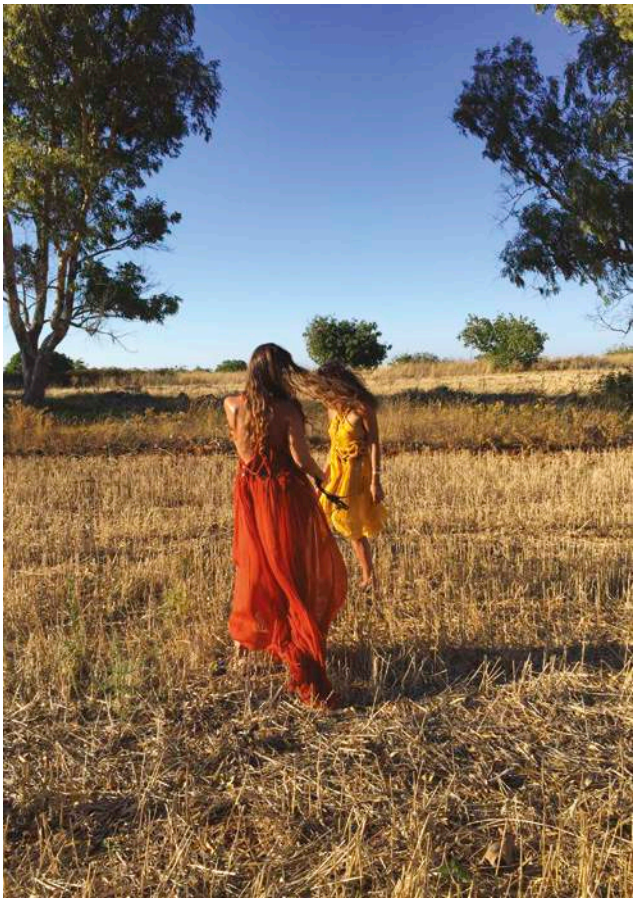
SARTORIA LATORRE

LE INFLUENCER Senza Volto

Simona Carlucci, ostunese, e Annacarla Dall'Avo, aretina, sono due fashion-blogger che, nel mondo dell'apparenza e dell'immagine, hanno deciso di non apparire. Su Instagram hanno già 64.000 followers. E si sono lanciate in una nuova avventura: i bracciali e l'anello One.







> NON CI SERVE APPARIRE. I NOSTRI FOLLOWERS CI AMANO PER COME SIAMO

Simona Carlucci è una ventottenne ostunese che vive a Milano. È una influencer. Insieme alla sua amica Annacarla Dall'Avo, di Arezzo, conosciuta negli anni dell'Università, ha aperto la pagina Instagram "*Annacarla e Simona*". Tutto è partito per gioco, poi il gioco è diventato serio. E oggi, con 64.000 followers, si è trasformato (quasi) in lavoro. A distinguere le due ragazze da tutte le altre influencer che ormai spopolano sui social, la decisione di non apparire, o meglio, di non mostrare il proprio volto. In un mondo in cui l'apparenza e la presenza sono tutto, si è trattato di una scelta coraggiosa e in controtendenza. Che sta pagando. E allora eccovi la storia delle "*fashion-blogger without a face*".

Com'è nata l'idea della pagina instagram?

Siamo sempre state amanti della moda, dei viaggi e del lifestyle in generale e quindi ci siamo dette "perchè non creare qualcosa di nostro dove poter condividere quello che siamo con altre persone?!". Da qui l'idea di creare anche il blog *annacarlaesimona.com*, per potere avere un rapporto più stretto con le persone che ci seguivano e rendere il nostro progetto più professionale.

Abbiamo pensato di utilizzare il blog non solo per condividere le nostre foto ma anche per farci conoscere meglio, per parlare più di noi, delle nostre passioni, della nostra amicizia e di chi siamo veramente. L'idea del blog è nata anche pensando al futuro, alla possibilità di utilizzare questo sito come piattaforma per la vendita di un nostro prodotto, ed é quello che sta accadendo adesso.

Perché avete scelto di non apparire?

La scelta di non mostrare il volto è stata un po' una mossa strategica e un po' una questione di privacy. È senz'altro controcorrente, soprattutto se si parla di un mondo, la moda e i social, in cui tutto si basa sull'immagine e la vista é senz'altro il senso principale di cui abbiamo bisogno. Ma abbiamo deciso di dar vita a questo progetto e di farlo senza faccia perché per noi la moda non deve avere per forza un volto. Vogliamo essere più una rivista da sfogliare che delle blogger da seguire.

Pro e contro di questa scelta?

Sicuramente ci sono moltissimi contro. La gente non sa come siamo, non siamo riconoscibili a differenza delle altre. Ci precludiamo molto il poter collaborare con aziende di cosmesi. Ma ti dirò che tutti i nostri seguaci non fanno altro che ricordarci l'unicità del nostro progetto e della nostra pagina, ci basta questo per proseguire in questa direzione. Loro ci amano per come siamo.

Chi vi fa le foto?

Annacarla a Simona e viceversa, fidanzati, e tantissimi amici. Quando riusciamo, preferiamo farci fotografare da amici appassionati di fotografia così da poterli taggare/menzionare nelle nostre foto e dare loro visibilità.

Come guadagnate?

Guadagniamo quando un brand, piccolo o grande che sia, ci sceglie come "testimonial" se così possiamo definirci. In pratica il brand ci sceglie come mezzo per ottenere visibilità tra la fascia di persone che lo stesso individua come segmento "ideale" al quale indirizzare il proprio prodotto/servizio.

Non si tratta quindi di semplice visibilà ma di una visibilità ben "studiata e mirata" e allo stesso tempo meno costosa di quella che è stata fino ad oggi ottenuta con un vero e proprio testimonial. Ma non per questo è una visibilità meno performante, anzi!

E perché un brand sceglie voi?

Di certo non perché siamo le piu famose e conosciute o nemmeno perche siamo le piu belle dato che nemmeno ci vedono il viso! Il brand, dopo un'attenta analisi su strategia, costi, obiettivi... ci sceglie perché con il nostro stile siamo state capaci di attirare esattamente quell'insieme di persone al quale loro vogliono indirizzare il proprio prodotto/servizio. E quando veniamo selezionate e preferite da un brand veniamo pagate per indossare nelle nostre foto o nelle nostre storie un capo che ci viene regalato dal brand. È molto semplice per i brand e per noi!

Potreste vivere solo di questo?

Al momento no, non potremmo vivere solo di questo! Questo attualmente non è un lavoro per noi... è qualcosa che ci piace fare e che ci regala ogni tanto qualche piacevole sorpresa. Forse un giorno potrebbe accadere.

Perché su Facebook la vostra pagina non ha lo stesso numero di fan di Instagram?

Forse perchè non l'abbiamo mai seguita come si deve. O forse perche non è la piattaforma ideale per un concept moda come il nostro o per pagine di moda in generale. Instagram è la piattaforma perfetta. E anzi nel rispondere a questa domanda mi chiedo: «Come mai abbiamo ancora Facebook»?

> HO GLI STESSI SOGNI
> DI QUANDO ERO BIMBA.
> SOGNAVO DI ESSERE FELICE

Avete iniziato a vendere dei braccialetti, i vostri braccialetti. Com'è nata l'idea?
Annacarla: Mio padre ha un'azienda orafa ad Arezzo, dove adesso lavoro da circa sei mesi. Dopo otto anni passati tra studio e lavoro a Milano, Parigi e Londra sono tornata qui, nella mia città natale in cui finalmente dopo un bel bagaglio di esperienze apprezzo la grande possibilità di lavorare nella mia azienda. Proprio da questo mio legame con il mondo del "gioiello" è nata insieme a Simona l'idea di iniziare a vendere tramite il nostro sito un prodotto orafo. *One* è infatti un bracciale in oro 18 carati disponibile in 3 varianti di colore: oro giallo, oro rosa e oro bianco, sia per donna che per uomo. È un prodotto facile, da tutti i giorni, minimal e soprattutto leggero e per questo accessibile a tutti. Crediamo molto in questo progetto e speriamo che anche il pubblico ci creda come noi.

Aggiungerete altri oggetti alla collezione?
Si, gli anelli *One*. Stesso concept del bracciale ma nel formato anello. Li abbiamo lanciati a febbario e siamo molto entusiaste! Le persone che ci seguono sembra che aspettassero da tempo questo momento, infatti spesso ci chiedevano quando mai avremmo lanciato gli anelli poichè noi già da tempo ne indossavamo i primi prototipi.
Siete voi a cercare le aziende o sono loro che vi cercano?
Sono loro a cercare noi. È questo il lato interessante e gratificante! Oggi esistono migliaia di ragazze, ragazzi, persone in generale di ogni età e di ogni tipo in cerca dei brand, per essere pagati o per ricevere in regalo un prodotto in cambio di visibilità. Penso che i brand, dai più conosciuti ai meno, siano "sovrastati" da richieste di ogni tipo da parte di individui che cercano più o meno "disperatamente" la collaborazione con loro e sinceramente con un così ampio portafoglio di scelta credo che i brand sappiano ben scegliere da soli. E quando scelgono e dall'altra parte si è d'accordo con la proposta, la cosa funziona, e si possono ottenere ottimi risultati! Ad esempio noi, come AnnacarlaeSimona Abbiamo avuto negli ultimi sei mesi ripetute collaborazioni con un brand di scarpe piuttosto famoso di cui preferiamo non fare il nome per privacy e oltre essere stato un grande traguardo ci ha dimostrato come una buona collaborazione possa creare una vera partership. Speriamo che possa continuare!
Quali sono i vostri brand preferiti?
Annacarla: Dipende. Per me non esiste un brand preferito in quanto penso che ogni brand in qualche modo viva sempre una "stagione" più o meno brillante e accattivante a livello di stile. E così diventa e rimane il mio preferito sempre per un arco di tempo "circostritto". Un brand diventa il mio preferito magari perchè c'è un nuovo stilista che mi piace (per esempio Balenciaga, adesso), o perchè ha introdotto un'idea di grande appeal sul mercato (ad esempio Gucci fino a un anno fa). Poi è chiaro che c'è senz'altro qualche brand che nonostante la collezione piu o meno bella rimane sempre tra i preferiti. D'istinto ti direi: Chanel, Louis Vuitton e Prada.
Simona: Al momento non ho dei brand preferiti. Cerco ogni giorno di interpretare come mi sento, il mio stile, attraverso pezzi firmati e non, nuovi e vintage. Di sicuro posso posso confermare la mia passione per Chanel, Burberry e Céline, ma in questo ultimo periodo sono attratta e assidua frequentatrice di negozi vintage a Roma. Sono pazzeschi!
Quando eriavate piccole cosa sognavate di fare da grande?
Annacarla: Sognavo di essere felice. Non mi sono mai vista in un ruolo preciso o cono un lavoro preciso. Ho sempre sognato che qualunque cosa avrei fatto nella vita avrei voluto mi rendesse semplicemente felice.
Simona: Ho sempre sognato di fare parte del mondo della moda! Ricordo ancora che invece dei soliti fumetti o libri per bambini, io compravo Vogue ed ero costantemente a disegnare figurini e guardare sfilate in tv.
E oggi quali sono i vostri sogni?
Annacarla: Gli stessi di quando ero piccola.
Simona: Oggi ho tanti sogni, che prescindono dalla moda, ma che sicuramente non la escludono.
Simona, potresti fare questo lavoro in Puglia?
Certamente. Si può fare l'influencer da qualsiasi parte del mondo. Certo che per essere sempre attuali e dare continui stimoli e informazioni alle persone che seguono la pagina, si dovrebbe viaggiare spesso per non diventare mai banali e noiosi. Quindi chissà, magari un domani potrò tornare a vivere in Puglia...

MAZZARELLI

La camicia, metafora di stile ed eleganza

«Mai pensato a delocalizzare», dice Domenico Mazzarelli: «Quel sistema non ci appartiene. Noi restiamo in Puglia».

La camicia come metafora di eleganza e stile. Lo stile Mazzarelli, camiceria la cui storia inizia nel 1960 a Castellana Grotte, con Marino Mazzarelli. La storia di una famiglia che ha sempre pensato che la passione fosse un valore da condividere. Ed è quello che accade ormai da tre generazioni. Un cammino lungo ed avvincente, che ha portato il marchio barese ad espandersi in Europa e negli Stati Uniti. Oggi l'azienda è nelle mani di Domenico Mazzarelli, figlio di Marino, e dà lavoro a 26 collaboratori, tra i quali figura Monica, la figlia maggiore di Domenico.

Cosa hanno di speciale le camicie da uomo Mazzarelli?
«Il nostro processo produttivo è sartoriale e artigianale, ed è sottoposto a controllo di qualità interno. Ogni giorno produciamo un numero limitato di capi. Alla quantità abbiamo sempre anteposto la qualità».

La soddisfazione più grande?
«L'incontro in udienza privata con papa Benedetto XVI e la consegna di tre camicie realizzate su misura per il pontefice e interamente cucite a mano».

Cosa distingue una camicia italiana da quelle dei londinesi o dei parigini?
«A Londra regna la camicia classica, i londinesi adorano i tessuti poplins, le righe e i disegni audaci. Usano molto i doppi polsi e polsi bianchi in contrasto con il resto della camicia. I parigini invece apprezzano i colli non eccessivamente aperti, spesso indossano tessuti monocolore più tenui rispetto alle tonalità vendute in Italia. A New York la camicia è spesso button down e i tessuti più apprezzati sono oxford e pin point, la camicia casual è molto diffusa, soprattutto a quadri e righe colorate. Noi italiani adoriamo i colli aperti e una vestibilità aderente, prediligiamo bianchi e celesti tinta unita per lavorare e camicie colorate, con effetto washed, per il tempo libero».

La camicia in Puglia ha una lunga tradizione vero?
«Certo, è sempre stata un dono d'amore, le fanciulle le ricamavano e poi le donavano agli sposi come regalo di nozze».

Ha mai pensato di delocalizzare e produrre le sue camicie in Paesi dove il costo del lavoro è più basso?
«La nostra realtà è lontana da questi meccanismi, amiamo la nostra terra ed è qui che vogliamo lavorare, convinti che i valori e la qualità premino sempre. Organizziamo corsi di formazione aperti a giovani ragazze per promuovere il lavoro artigianale e creare una continuità tra passato, presente e futuro».

AMIAMO LA NOSTRA TERRA, ED È QUI CHE VOGLIAMO LAVORARE, CONVINTI CHE I VALORI E LA QUALITÁ PAGHINO SEMPRE.

APULIA FASHION MAKERS

DIAMO UN SENSO AL MADE IN ITALY

APULIA FASHION MAKERS

Unire le forze per diventare la "sartoria d'Europa"

L'associazione presieduta da Vittorio Peretto mette insieme 100 aziende pugliesi. Promuove il sistema pugliese e cerca nuovi partner commerciali.

L'associazione Apulia Fashion Makers è costituita da un gruppo di aziende pugliesi operanti nel settore tessile-abbigliamento-calzaturiero che per scelta persegue e pratica il vero Made in Italy. L'Associazione raggruppa attualmente oltre 100 aziende, e più del 50% di esse produce per conto terzi (abbigliamento leggero, capispalla, maglieria, classico e sportivo, uomo, donna, bambino, sposa, intimo e mare) e per marchi prestigiosi come Dolce & Gabbana, D & G, Prada, Valentino, Armani, Marni ed altri. Tra gli associati ci sono anche produttori con marchi propri, e poi studi di modellistica, stilisti, orafi, calzaturifici, sale taglio, specialisti di software, macchine e attrezzature del settore, scuole di formazione, licenziatari e società specializzate nella logistica, aziende che si occupano di consulenza finanziaria, comunicazione e marketing ed ancora rivenditori di filato ed accessori.

Diverse le finalità della rete d'imprese: è un sistema di aziende che si propone di diventare una rete di saperi, di rapporti e di scambi in grado di sviluppare un progetto condiviso di successo per il futuro; è una piattaforma in grado di proiettare il comparto tessile pugliese su scala sovra-locale agendo su tre leve: formazione, innovazione e internazionalizzazione; ha come criterio fondamentale per le proprie attività l'innovazione culturale organizzativa e tecnologica tesa a favorire una imprenditorialità di peculiare valore con efficacia sul mercato locale, nazionale ed internazionale. Promuove un nuovo modello di sviluppo orientato alla qualità in cui si fondono tradizione, territorio, innovazione tecnologica, ricerca, design.

Apulia Fashion Makers ha l'impegno prioritario di tutelare, stimolare, valorizzare, sviluppare il potenziale creativo, economico e culturale delle aziende della filiera T.A.C. della Puglia in tutti i suoi ambiti. Per il raggiungimento dei suoi scopi AFM punta a promuovere la realizzazione di manifestazioni fieristiche e promozionali in Italia e all'estero, a favorire la creazione di reti di imprese innovative che sviluppino prodotti e servizi del settore moda, provvede all'informazione, consulenza ed assistenza alle aziende associate in tutti i campi di interesse generale e settoriale, promuove la formazione e la cultura imprenditoriale e professionale mediante attività di formazione continua e di promozione nei diversi ambiti culturali, professionali e disciplinari contemplati dalla propria attività attraverso l'attivazione di corsi, seminari, convegni, mostre, pubblicazioni e stage.

L'associazione è presieduta da **Vittorio Peretto**, che si dimostra soddisfatto dei risultati fin qui raggiunti: «L'obiettivo principale era quello di creare interesse verso il vero Made in Italy. Purtroppo oggi abbiamo sul mercato almeno dieci tipi di Made in Italy, che sicuramente non tutelano la filiera, il Pil ed i posti di lavoro. Sono orgoglioso di affermare che la nostra associazione riesce a tutelare il lavoro di almeno 4.000 persone ed è la somma dei dipendenti dei nostri associati».
Peretto ha un sogno, ambizioso e suggestivo, «che la Puglia diventi la sartoria d'Europa. Abbiamo grandi potenzialità ed una bella filiera». Per arrivarci, però, bisogna continuare ad investire, soprattutto sulla formazione: «Dobbiamo plasmare nuove figure sia nell'ambito produttivo che del management. L'accordo con il Politecnico del Made in Italy è finalizzato proprio a rafforzare la conoscenza nel settore».
L'Apulia Fashion Makers ha recentemente partecipato al Première Vision di Parigi, fiera di riferimento per gli addetti al settore. Il sales manager dell'associazione, **Giuseppe Cirasino** (foto sopra), ne traccia un bilancio: «Diversi buyer nazionali e internazionali sono venuti a trovarci nuovamente, confermando che l'interesse nei nostri confronti è sempre più vivo. Rispetto alla passata edizione, oltre agli importanti contatti commerciali, abbiamo cercato di allargare il cerchio ai contatti istituzionali. Abbiamo gettato le basi per organizzare un'importante conferenza stampa prevista per la prossima edizione all'interno del Salone, per far conoscere meglio ai visitatori le potenzialità di questa filiera "Made in Puglia". E stiamo chiudendo accordi con l'ICE Francia per avere da loro un supporto tecnico-logistico in Francia». Sull'importanza dell'Apulia Fashion Makers Cirasino non ha dubbi: «AFM ha sostanzialmente due compiti per ora, magari tra poco diventeranno quattro o cinque: promuovere il sistema moda pugliese e cercare nuovi partners commerciali. Una cosa tira l'altra. La promozione aumenta i contatti commerciali e i contatti commerciali aumentano la promozione».

www.apuliafashionmakers.com

SHOPPING DI QUALITÀ

Al Sud la Land of Fashion è il Puglia Outlet Village

Il centro commerciale di Molfetta fa registrare un +30% di presenze rispetto allo scorso anno. Merito dei 90 negozi, ma anche del ricco programma di eventi. Che quest'anno concederà il bis.

«Il "Puglia Outlet Village" nel 2015 si è trasformato nella *Land of Fashion* più importante del territorio, una delle più interessanti realtà commerciali dell'intero sud Italia». **Massimiliano Peron**, Multi Outlet Management Italy, presenta così il Village a nord di Bari inaugurato nel 2005, che oggi si propone al pubblico con oltre 90 store dei brand di moda più conosciuti. La *Land of Fashion* è situata a Molfetta, a pochi chilometri da Bari e dalle meraviglie delle coste adriatiche, al confine con i luoghi magici della Murgia. Puglia Outlet Village è oggi tra le più importanti mete di shopping e cultura appartenenti al gruppo statunitense Blackstone e gestito da Multi Outlet Management Italy, sede italiana dell'olandese Multi Corporation.
«Nel suo caratteristico stile architettonico mediterraneo - spiega il manager Peron -, il Village pugliese ha uno dei suoi punti di forza nella posizione strategica e facile da raggiungere, a ridosso della statale 16 e dell'autostrada A14. Questo è uno dei tanti motivi per cui s'impone come una delle mete più ambite da parte di visitatori e turisti alla ricerca di un'esperienza di shopping esclusiva nel suo genere, oltre che molto conveniente».
L'elegante galleria di boutique, insieme agli ampi e verdi spazi relax all'aperto, fanno del Puglia Outlet Village un luogo unico, in cui è possibile vivere una vera e propria *shopping experience* in un ambiente completamente integrato nel territorio, in cui spiccano brand prestigiosi come Adidas-Reebok, Borbonese, Brooks Brothers, Calvin Klein, Fratelli Rossetti, Guess, K-Way, Levi's, Liu Jo Uomo, Manila Grace, Nike Factory Store, Trussardi Jeans.
«Il nuovo corso avviato dal nostro network tre anni fa - prosegue Peron - ha cambiato radicalmente la visione del Puglia Outlet Village. Abbiamo creato una costante collaborazione con le istituzioni, gli enti e le realtà di ogni genere più rilevanti del territorio. Questa strategia ha senza dubbio valorizzato il Village, regolarmente impegnato a rafforzare il proprio rapporto con i clienti più attenti, coccolandoli anche attraverso servizi di ristorazione con prodotti tipici pugliesi. I numeri parlano chiaro - conclude Massimiliano Peron -, premiandoci con un +30% su base annua di visitatori che frequentano e vivono con gioia la *Land of Fashion* sul mare Adriatico».
Il Puglia Outlet Village è diventato così una realtà commerciale di livello assoluto, caratterizzandosi sul mercato anche come struttura promotrice e organizzatrice di manifestazioni di carattere artistico e culturale. Mostre d'arte, concerti e tanti altri eventi permettono di offrire ai propri clienti un giusto mix di relax e cultura durante lo shopping. Il Village di Molfetta ha ospitato solo la scorsa estate eventi che hanno richiamato decine di migliaia di visitatori, come i concerti di Goran Bregovic, Tony Hadley e Paola Turci, le esposizioni di Marco Lodola e di Andy Wahrol, gli appuntamenti come la Village Night, caratterizzata dalla magia del buon vino e dalla degustazione di prodotti tipici, e tanto altro ancora.
Insieme con Valdichiana, Franciacorta, Palmanova e Mantova, il Puglia Outlet Village fa parte della grande famiglia *Land of Fashion*, un network di cinque strutture collocate su tutto il territorio nazionale.

Puglia Outlet Village è aperto 7 giorni su 7, dalle ore 10 alle 21, festivi compresi. Il Village, inoltre, offre un Centro Informazioni Turistiche e i servizi di Ricarica elettrica auto, sartoria espresso, baby parking, noleggio passeggini, wi-fi gratuito, oltre ad una selezione di ristoranti, caffè, specialità gastronomiche, con un ricco calendario di appuntamenti ed eventi consultabile sul sito ***pugliaoutlet.it*** o sulla pagina Facebook ufficiale Puglia Outlet Village.
Contatti: info@pugliaoutlet.it
tel. 080.3370211.

Levi's

PUGLIA
OUTLETVILLAGE
LAND of FASHION
KIKO

NANAAEEL BY NANAALEO

Ivana Pantaleo, l'eco-stilista

Barese, poliedrica, ambientalista.
Punta ad una moda sostenibile. E vuole sfruttare
nel settore tessile gli scarti dell'agricoltura.

È laureata in scienze Umanistiche, diplomata al Ciams di Roma come stilista e insegnante di modellismo e sartoria, diplomata presso il centro Mi Zai Shiatsu di Bari, scrive per il teatro, fa anche l'attrice, è operatrice olistica. Già così quella di Ivana Pantaleo, barese, può essere a ragione definita una personalità poliedrica. Ma aggiungiamoci l'ultima perla: si definisce eco-stilista, e in quanto tale è l'ideatrice del brand Nanaeel by Nanaaleo, «che nasce affinché l'abito possa essere segno di consapevolezza oltre che specchio di bellezza, gioia di vivere, salute e armonia».
Di certo non poteva scegliere un nome semplice: «Nanaeel è il nome dell'Angelo custode che protegge i nati nel mio giorno. È a lui che devo quello che sto facendo, lui è la mia ispirazione. Nanaaleo è il nome con cui dicevo di chiamarmi quando avevo un anno di età, perché sia sempre vivo il bambino che è in ognuno di noi».
Crede fermamente che «uno stilista ha una grande responsabilità e il suo lavoro dovrebbe essere davvero utile e funzionale, come in alcuni momenti della nostra storia è accaduto», da qui l'idea degli abiti Bio, che nasce già nel 2011, quando nessuno parlava di moda etica.
Alla sua "missione" crede fermamente: «La filiera tessile è altamente inquinante, quindi bisogna eliminare i materiali tossici utilizzati durante le lavorazioni. Del resto, se oggi vogliamo mangiare salubre non vedo perché non dovremmo vestire bene e in maniera ecocompatibile».
Ama parlare di "moda agricola" e dunque il suo progetto non poteva che nascere in Puglia: «Il lino che utilizzo è coltivato a Putignano in un'azienda totalmente green. Stesso discorso per la canapa». Ha lanciato il progetto "Filo di lino - Saluti e bachi": «Si lascia vivere la farfalla e si utilizza solo il bozzolo».
Il design, le sfilate, il glamour delle serate mondane vengono dopo tutto questo: «Per me la filiera etica e sostenibile hanno più importanza». Ecco perché vuole costruire un laboratorio di tinture vegetali che ricicla gli scarti del settore agroalimentare: «Se le foglie di ulivo per il contadino sono un problema, per me sono una risorsa, ma per poterle sfruttare ho bisogno di una struttura ad hoc».
Il suo è un percorso difficile, che parte dall'alta moda e prova a fare il salto verso una linea più industriale ed economica. «Tutto sommato sono soddisfatta, ma avrei potuto ottenere molto di più se ci fosse stato un maggiore sostegno istituzionale. Mi riferisco ai bandi regionali, che hanno sostenuto molto le start-up digitali e meno quelle analogiche». Ma non si perde d'animo, e progetta il suo temporary store a Bari, le prossime fiere e i prossimi eventi.

www.nanaaleo.com

In alto un abito Nanaeel by Nanaaleo. Qui sopra Ivana Pantaleo (foto di Paolo Palmieri).

1932
PRODUTTORI DI MANDURIA
ELEGIA
PRIMITIVO DI MANDURIA
RISERVA
SONETTO
PRIMITIVO DI MANDURIA
RISERVA
ABATEMASI
NEGROAMARO
INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA
poesia dei sensi
WWW.CPVINI.COM

SARTORIA
LATORRE
SARTORIA
LATORRE

SARTORIA LATORRE

La giacca che fa impazzire i giapponesi

L'azienda di Locorotondo si espande in Asia e mira agli Usa. Mentre amplia la sede storica. Tra ulivi e muretti a secco.

Michele Latorre, il fondatore dell'azienda, oggi ha 75 anni, e come tanti altri imprenditori pugliesi della sua età, ogni giorno è in sartoria accanto ai figli. «A volte arriva prima di noi e va via più tardi», racconta Alberto, che ha 45 anni e vive nella sartoria da quando ne aveva 14. «Sono legato mani e piedi a questo lavoro. Volutamente. A nessuno dei quattro figli è stato imposto di lavorare in azienda. È stata una nostra scelta. È un lavoro che viene dall'anima. Ti viene cucito addosso». Alberto crea il prodotto e segue la parte commerciale. Suo fratello Vito, 47 anni, è il modellista capo; Luciano, 38, è l'amministratore dell'azienda; Alessio, 30, si occupa di qualità e produzione. Accanto a loro, nel capannone situato nelle campagne di Locorotondo, ci sono un centinaio di collaboratori. Nessun negozio monomarca, ma circa 400 clienti in tutto il mondo, che nel 2017 hanno generato un fatturato di 12 milioni di euro, costituito per il 60% da produzione a proprio marchio e per la restante parte da produzioni conto terzi per i brand più famosi della moda italiana. Le vendite più consistenti avvengono in Giappone («il nostro mercato più qualificante») e Belgio. Ma crescono bene la Russia e il Medio Oriente. I prossimi obiettivi sono l'espansione negli Stati Uniti e in Asia, in particolare ad Hong Kong.

Il catalogo è ricco e variegato, ma resta ancorato ai capispalla: giacche e cappotti, null'altro. «Per ora ci teniamo ad essere specializzati in quello che è sempre stato il nostro dna, se poi il mercato ci richiederà anche altro, valuteremo, e magari allora avremo bisogno di un nostro negozio», dice Alberto. Intanto si pensa ad ampliare ciò che già esiste: la sede attuale infatti passerà presto da 1500 a 3000 metri quadrati. Sempre lì, tra gli ulivi e i muretti a secco. «Perché siamo molto legati a questo luogo. Ed è qui che vogliamo restare».

“Sono Pessimista. In Giro Vedo Tanto Egoismo. E Pochi Ideali”

Dialogo con
Giuseppe De Tommaso

Direttore della
Gazzetta del Mezzogiorno

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO
Dalla Fiera di Bari Bodrato risponde a Pininfarina
«Partiamo dal Sud»
Le grandi imprese facciano la loro parte
Situazione esplosiva ai nostri confini
«Italia, aiutaci» appello da Zara
Avanzano i serbi, crolla la Croazia
Cossiga vuol graziare il partigiano-assassino
Di troppe parole il calcio muore
ENCICLOPEDIA ITALIANA

ALLE 11.30 DEL MATTINO LA REDAZIONE DELLA GAZZETTA DEL Mezzogiorno è ancora deserta. Solo un paio di desk sono occupati dai giornalisti, per il resto il megasalone è una distesa di computer spenti. Su ogni scrivania una copia della Gazzetta, una del Corriere e una di Repubblica attendono di essere sfogliate. Il direttore Giuseppe De Tommaso, invece, è già nel suo ufficio. Come ogni mattina è arrivato per primo, o tra i primi. E se ne andrà verso le 23, quando il giornale sarà ormai chiuso. Un po' di anni fa si diceva che la carta stampata sarebbe morta. Non è andata proprio così, fortunatamente. La stampa è entrata in un tunnel ma ha saputo trovare la strada per uscirne. Ridimensionata e cambiata, certo, ma chi è nato con i giornali e i libri di carta non morirà con il tablet o lo smartphone in mano. Magari li usa entrambi, ma resterà sempre legato ai primi. Il rapporto tra carta e web è uno degli argomenti che abbiamo affrontato con il direttore, persona schietta e piacevole, di indubbio spessore culturale e di ampie vedute, caratteristiche queste ultime che quasi sempre vanno a braccetto.

Come se la passa la Gazzetta?
Bene, rispetto alla crisi complessiva dei giornali. Abbiamo avuto una contrazione più modesta rispetto a molte altre testate. La nostra peraltro è una crisi strana: diminuiscono le copie vendute ma aumentano i lettori. Probabilmente perché l'informazione scritta costituisce sempre più il palinsesto dell'informazione televisiva e online, che ogni giorno prendono spunto o "saccheggiano" i quotidiani.

Come sta cambiando il giornale?
La prospettiva è quella di rafforzarci sul web, che sarà sempre più lo strumento per dare le notizie, e concentrare approfondimenti, inchieste e dibattitti sull'edizione cartacea. La linea che stiamo seguendo è questa: i fatti sul web, i problemi sulla carta. Certo, non è un cambiamento che si può realizzare in due giorni, anche perché i lettori sono conservatori e i cambiamenti traumatici possono disorientarli. Procediamo in maniera graduale.

La concorrenza online vi sottrae anche pubblicità?
Negli ultimi due anni la raccolta pubblicitaria va meglio. Abbiamo accusato perdite sulla pubblicità legale. Ma i segnali ora sono confortanti, e a novembre abbiamo fatto due assunzioni in redazione, cosa che non accadeva da 6-7 anni.

Qual è il vostro punto di forza?
Il nostro nome. È il nostro brand. Ce ne siamo accorti durante gli eventi organizzati per i 130 anni della Gazzetta. La risposta in tutte le città sedi delle nostre redazioni è stata eccezionale, calorosa, partecipata. E poi direi la territorialità: assicuriamo ai nostri lettori un certo numero di pagine dedicate all'informazione nazionale e poi una informazione locale completa, e anche questa sempre più orientata all'approfondimento. Più commenti, più analisi, più opinioni.

Come vede la Puglia di oggi?
Continuiamo ad essere metà Nord e metà Sud. Una parte della regione non sfigurerebbe nelle classifiche di ricchezza del Nord, un'altra parte è rimasta improduttiva, ancora vicina al clichè del Meridione assistito. Credo serva una maggiore attenzione alla "cultura del fare" da parte delle classi politiche.

"Continuiamo ad essere metà Nord e metà Sud. Una parte della regione corre, l'altrà non si distacca dal cliché del Meridione assistito"

E Bari invece?
Siamo una città atipica, fenicia, il cui archetipo può ricondursi ai grandi esploratori del Mediterraneo. Ha un animus imprenditoriale forte, pur non esprimendo il capoluogo grandi nomi che svettano a livello nazionale. Resta una idea di borghesia fondata sul censo. Andrebbe estesa alla cultura e all'eticità.

Che vuol dire essere direttore della Gazzetta?
È un'avventura affascinante. Una sfida. Ogni giorno è una scoperta. Ogni giorno imparo, anche alla mia età. E soprattutto posso continuare a soddisfare la curiosità tipica del

«La Gazzetta è una finestra sulla realtà circostante. Ed io ho il privilegio di poterla aprire ogni giorno". Giuseppe De Tommaso (61 anni) dirige la Gazzetta del Mezzogiorno dal maggio 2008.

giornalista. È una finestra sulla realtà circostante, e io ho il privilegio di poterla aprire ogni giorno.

Dove vi collocate politicamente?

Per carità! Diciamo che ho idee che non condivido, citando Altan, o Woody Allen.

Ritiene di avere una missione da compiere?

No. Non sono così legato al lato romantico del nostro lavoro. Resto con i piedi per terra. La retorica è un brutto vizio da cui dobbiamo guardarci. L'unica cosa certa è che questo lavoro non si può fare senza passione.

La preoccupa il fatto che i giovani non leggono, in generale, e soprattutto non leggono i quotidiani?

Certo! E la colpa è della scuola e delle famiglie, che poi sono frutto della scuola. Mi viene in mente un'altra frase famosa, di Leo Longanesi: "Tutto ciò che non so l'ho imparato a scuola". Anche l'immaturità della classe politica è figlia di una scuola insufficiente.

Su certe cose sembra aperto al futuro, su altre dà la sensazione di essere un iper-pessimista che non vede un bel futuro.

In effetti è così, non lo nascondo. Dobbiamo capire che se non svoltiamo ci aspettano la Grecia e il Venezuela. A volte penso che il Sud peggiore abbia meridionalizzato l'Italia. In giro vedo tanto egoismo. E nessun grande ideale.

Il gruppo Citynews ha raggiunto Corriere e Repubblica nelle classifiche dei lettori digitali. E in Puglia, con i suoi quattro quotidiani online BariToday, LeccePrima, FoggiaToday e BrindisiReport, domina il mercato delle news di prossimità.

WEB LEADER

CITYNEWS È IL PRIMO GRUPPO editoriale italiano nel settore delle news locali online. È proprietario di 45 testate che offrono notizie di prossimità e in Puglia la sua presenza è dominante: LeccePrima.it, BrindisiReport.it e FoggiaToday.it sono di gran lunga i leader dell'informazione online nelle rispettive province, mentre il quarto quotidiano regionale del gruppo, BariToday.it, cresce a ritmi spaventosi e inizia a rubare spazio, lettori e pubblicità alla concorrenza.
I numeri spiegano meglio le proporzioni di questo successo: LeccePrima registra 840.000 utenti unici al mese (28.000 al giorno), FoggiaToday 721.000 (24.000 al giorno), BariToday 573.000 (19.000 nel giorno medio) e BrindisiReport 472.000 (quasi 16.000 al giorno). Come accade ormai per tutti gli organi di informazione, una parte importante del traffico arriva dalle fanpage di facebook. E anche qui le testate di Citynews si distinguono per l'incredibili numero di followers: BariToday ne ha 195.000, LeccePrima 160.000, FoggiaToday 151.000, BrindisiReport 67.000.
Come si spiega questo successo? Alla base di tutto c'è l'idea vincente dei fondatori di Citynews, **Fernando Diana** e **Luca Nani,** che nel 2010 crearono l'azienda sicuri del fatto che le news locali locale avrebbe fatto registrare il boom nell'online. Poi l'autorevolezza delle redazioni, che grazie al lavoro dei circa 120 giornalisti e videomaker garantiscono una informazione tempestiva, accurata e obiettiva. Infine la rete vendita, che si muove su due binari (nazionale e locale) e che nel 2017 ha generato quasi otto milioni di ricavi.
«La nostra crescita è destinata ad aumentare nel 2018, con l'acquisizione di sei nuove testate provinciali», dichiara **Walter Bonanno**, direttore generale del gruppo. Le novità sono previste soprattutto in Sardegna, Lombardia e Calabria, mentre nel 2017 il network si è ampliato con QuiComo, FrosinoneToday e CasertaNews, oltre che con il lancio del sito EuropaToday.
Le strategie aziendali prevedono inoltre nuovi investimenti in formazione e sulla rete vendita, e una attenzione sempre maggiore al mobile, che è diventato e sarà sempre di più la primaria fonte di informazione per tutti i cittadini. Tutte le testate del gruppo stanno inoltre aumentando la pubblicazione dei video, grazie all'ingresso nelle redazioni di videomakers e all'accordo di collaborazione

Fernando Diana e Luca Lani, fondatori di Citynews. Nella foto sotto il direttore generale Walter Bonanno

recentemente siglato con Mediaset, che consente a Citynews di condividere sulle proprie testate i contenuti generati dalle reti del biscione.
I riultati stanno arrivando e riconoscono che la strada intrapresa è quella giusta. I dati relativi al mese di gennaio pubblicati pochi giorni fa da *comScore* ridisegnano la classifica italiana del segmento News/Information. Nell ranking di audience solo Mobile Web & App vede, infatti, il Gruppo Editoriale Citynews conquista per la prima volta il secondo posto con 15,2 milioni di utenti unici, sopravanzando il Corriere della Sera di 1 milione di lettori e attestandosi ormai a poca distanza dal primo posto occupato da La Repubblica.
"È un risultato molto importante - dice Luca Lani - se consideriamo che la fruizione di contenuti digitali in generale e dell'informazione in particolare, avviene ormai prevalentemente da device mobili. I dati comScore dicono che, in Italia, la Total Digital Population (l'insieme di lettori da desktop e da mobile) del segmento News è di quasi 39 milioni di persone di cui ben 31,3 milioni solo da mobile web e App. Questo vuol dire che oltre l'80% del consumo di informazione avviene da smartphone e tablet". Il prossimo obiettivo dunque è già individuabile: "Fino a pochissimi anni fa esisteva un enorme gap, in termini di audience, tra il nostro e gli storici gruppi editoriali italiani. Se pensiamo che questo divario, ritenuto incolmabile da molti addetti ai lavori, è stato quasi azzerato in così poco tempo, è plausibile pronosticare, nel medio termine, una nostra ulteriore e definitiva scalata alla classifica".

"Fino a pochissimi anni fa esisteva un gap enorme, in termini di audience, tra noi e gli storici gruppi editoriali italiani. Quel divario è stato quasi azzerato, e nel medio termine è plausibile pronosticare una nostra ulteriore e definitiva scalata alla classifica".

BARITODAY.IT

BRINDISIREPORT.IT

FOGGIATODAY.IT

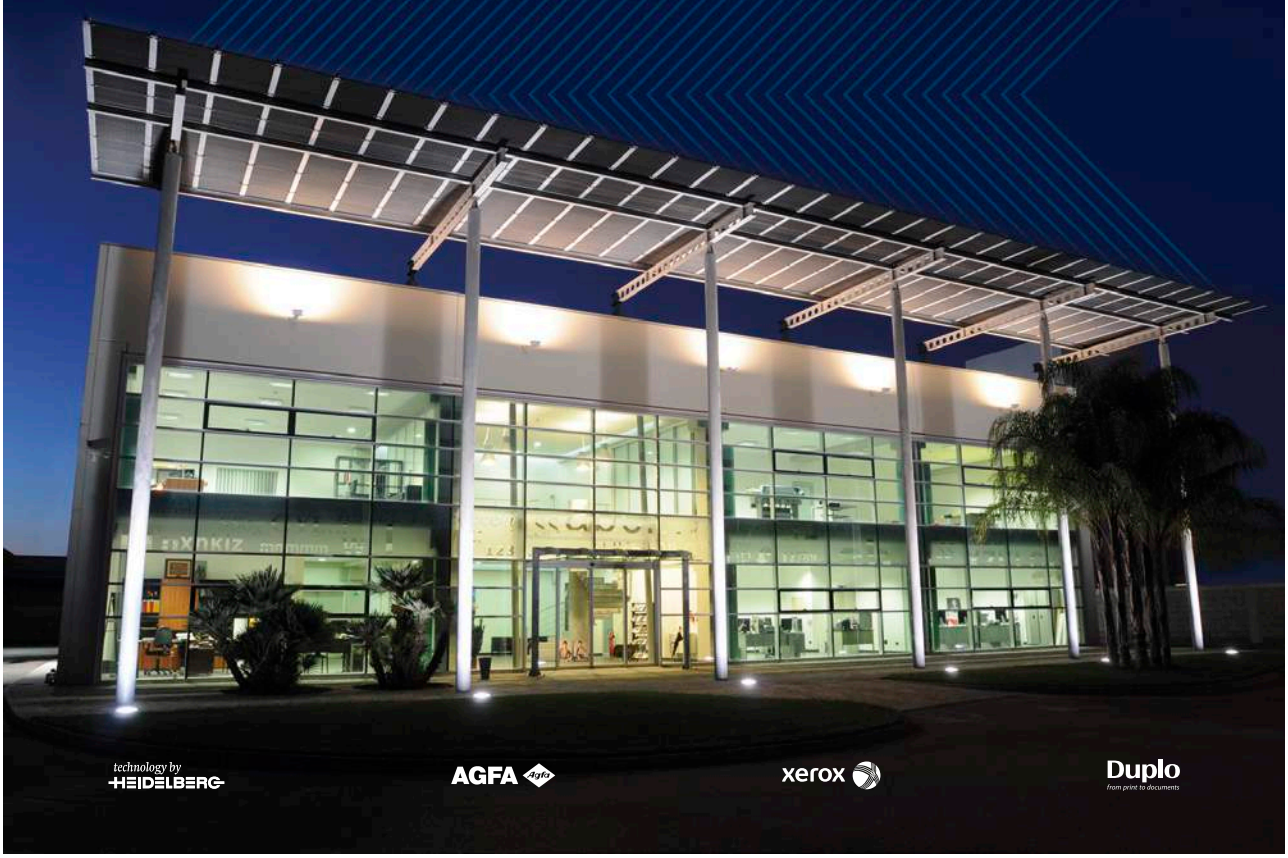
LECCEPRIMA.IT

LOCOPRESS
INDUSTRIA GRAFICA

EDITORIA • STAMPA • PACKAGING • PROMOTIONAL • UV SPOT

MESAGNE Z.I. (BR) • WWW.LOCOPRESS.IT

STAMPA E ARTE GRAFICA
40
ANNI



technology by HEIDELBERG
AGFA
xerox
Duplo
from print to documents

Pugliesi *nel* Mondo

Storie
di nostri
concittadini
che vivono
e lavorano
fuori regione
o all'estero.

FRANCESCO ATTOLINI

Nato a Bari.
Professione: Artista.
San Pietroburgo

FRANCESCO ATTOLINI, BARESE, È artista, gallerista, art director. Vive e lavora a San Pietroburgo, dove negli ultimi otto anni ha organizzato più di 500 eventi e mostre d'arte, collaborando con i più importanti brand della ristorazione, dell'arte e della comunicazione. Come artista ha partecipato alla Biennale di Venezia, di Mosca, di Santiago del Cile e di Firenze. Le sue opere sono presenti in numerose collezioni private e pubbliche, e sono state esposte in alcuni dei musei tra i più frequentati al mondo, come la Triennale di Milano e il Lu.C.C.A Museum.

Attolini usa l'arte come strumento di marketing per lo sviluppo ed il posizionamento sul mercato russo dei più importanti brand della moda e della ristorazione (Tatiana Parfionova, Valentin Yudashkin, Global Point Family e Ginza Project). Da un anno ha la sua galleria, Metropolis: «Un posto speciale dove ho incanalato tutte le mie esperienze passate di "creativo" e di "manager". Credo che il carattere e l'anima russa contemporanea siano ben rappresentate e valorizzate nella galleria, che si presenta geometricamente minimalista, come una grande scatola che bisogna riempire di risposte e significati, perché è proprio questo che gli artisti della mia squadra devono fare, devono dare risposte, significati e trovare nuove soluzioni. Dentro Metropolis non ci sono solo le 16 mostre già realizzate con più di 80 artisti in mostra (un vero record per una galleria cosi giovane, nata a giugno 2017), ma anche tutti gli artisti che hanno voluto continuare con Attolini il percorso iniziato nove anni prima con il Che Bar and Gallery, poi con l'OIOIOI passando per la Rizzordi Foundation.

«Il nostro catalogo generale sarà uno dei più completi ed esaustivi del panorama internazionale russo e presenterà non solo giovani nomi o maestri dell'arte russa ma anche nomi affermati dell'arte internazionale e nomi importanti dell'arte moderna.

Perché te ne sei andato?

Perché sentivo che in Italia avevo già dato tutto il possibile e avevo bisogno di un altro tipo di crescita che dai noi non avrei mai potuto ottenere. E comunque è stata una scelta di vita: ho corteggiato San Pietroburgo negli anni, prima di farle la proposta di matrimonio. Il primo incontro è stato meraviglioso, sorprendente, mi ha lasciato senza parole. Arrivai come turista nell'agosto del 2005 è me ne innamorai perdutamente al primo sguardo. L'atmosfera, l'architettura, le persone… mi sentivo a casa, così, mentre l'aereo decollava in direzione Milano, nella mia testa c'era solo un pensiero, come progettare il mio futuro e come poter tornare a vivere e lavorare in una città che mi aveva stregato.

Sentivo che la mia anima di artista e quella di manager qui sarebbero cresciute ancora di più che a Milano. La ciliegina sulla torta è stata ricevere un premio per l'arte contemporanea denominato "Master Class", presieduto dalla direttrice Tamara Semeonova e dal direttore dell'Ermitage Mikhail Piotrovski. In giuria c'erano tantissimi artisti russi che in quel momento erano sulla cresta dell'onda: Georgi Guranov, Irena Kuksenaite, Vlad Monroe e tanti altri. È stata un'emozione unica che poi si è ripetuta nel giugno 2008 a distanza di un anno con la vittoria, grazie ad un video dal titolo "Gli angeli di San Pietroburgo" che è stato mandato in loop nel corso di tutta la durata del premio.

Nel giugno 2009 all'apice della mia carriera a Milano sia artistica che manageriale ma in un momento di crisi nazionale molto forte, ho deciso di trasferirmi. Il 15 giugno del 2009 ho comprato un biglietto per San Pietroburgo solo andata. Mettendo all'asta tutto ciò che avevo in casa, rinunciando alla mia nazione ma sicuro che questa sarebbe stata l'avventura più bella della mia vita, e cosi è stato.

Cosa hai trovato di meglio?

Non credo che San Pietroburgo sia migliore o peggiore di Bari o di Milano, credo che la differenza sostanziale stia nella cultura del sistema. In Italia nel mondo dell'arte, ma non solo, non vige un sistema meritocratico. Io non sono un cervello in fuga, io sono un prodotto della crisi del 2009 e della mafiocrazia (neologismo) che ha creato quella che oggi viene definita mediocrazia. La Russia è tostissima. Lavorare qui è complicatissimo e non solo a causa della lingua e della burocrazia, questo per dirti che io non sono fuggito in un posto dove avevo la certezza matematica di realizzarmi, anzi.

Cosa ti manca?

I miei genitori in primis, gli amici e i polpi crudi!

La tua giornata ideale a Pietroburgo?

La mia giornata ideale a San Pietroburgo è passarla con mia moglie e mio figlio, m'immagino una notte bianca, camminando per la strada Rossi fino alla Nevsky Prospekt, poi in Italiaskaja e ancora in Nevksy via Sadovaia e poi m'immagino di prendere un battello da Fontanka e di girare per tutta la notte per la Neva, assaporandone gli odori, i sapori e osservandone i riflessi, perché San Pietroburgo è acqua, vento e luce, è una festa non solo per i nostri occhi.

Segnalaci qualche locale in città.

Colazione alla Tea Lounge del Four Season dal mio amico Matteo Guida (exe-

"TORNEREREI SOLO A CINQUE CONDIZIONI. UNA DI QUESTE È IL BARI IN CHAMPIONS LEAGUE"

cutive brand chef) un posto meraviglioso in una piazza, la Sant'Isacco, che adoro. Pranzo al Mansarda da Luigi Barbato (direttore di sala), ristorante di alto livello aperto nel complesso disegnato da architetti italiani denominato "4 Corti", con una fantastica vista panoramica. La mia cena ideale è al Milanese dallo chef Marco Pennisi, che mette insieme le tradizioni italiane e le nuove tecnologie come pochi a San Pietroburgo. Per un bicchiere di vino con gli amici vado da Antonio Fresa al Jerome, un posto fantastico ed originale creato con amore e professionalità.

Cosa c'è da vedere a San Pietroburgo?

Quando invito i miei amici a San Pietroburgo consiglio sempre di camminare tanto e di visitare tutte le isole, perché reputo che ogni isola sia come una città diversa, con una precisa identità, anche le persone sembrano diverse. E poi un tour per musei, gallerie e i centri d'arte più in voga in città. Naturalmente l'Ermitage, il 20/21, il museo Russo, l'Etagi, Pushkinskaja 10 ed il Museo Faberge. Imperdibili i palazzi italiani. San Pietroburgo non la potrei immaginare senza il suo vestito italiano e le opere degli architetti italiani Rinaldi, Quarenghi, Trezzini, Rastrelli e Rossi. Senza di loro tutto sarebbe stato diverso, i colori, i sapori, ma anche le persone che sono pesantemente influenzate da quello che vedono intorno a loro. Per finire, credo che la cosa più bella che consiglierei di fare ad un turista è di appuntarsi ogni giorno tutto quello che vede e fa in un taccuino e fotografare i percorsi e le persone che incontra, è la cosa più importante che potrà fare nella terra degli Zar, e poi stampare tutte le immagini e creare un piccolo libro diario. La nostra memoria scompare, perdere il ricordo di San Pietroburgo è un delitto. È imperdonabile.

Torneresti in Puglia?

Perché no! Ho da porre però cinque condizioni: 1) voglio vivere in un trullo in estate e in una piccola casetta di pescatori in inverno; 2) come artista tornerei solo per una Top Gallery (Galleria Continua o Perrotin per esempio); 3) vorrei la direzione artistica ed organizzativa di un'istituzione artistica pugliese o museo; 4) mi piacerebbe insegnare all'Accademia di Belle Arti di Bari; 5) il Bari in Champions League.

Siamo sicuri che rimarrai in Russia.

GIUSEPPE OLIVA

Nato a Taranto.
Professione:
Fisioterapista.
Torino

HA 35 ANNI, È NATO A TARANTO E da tre anni vive a Torino. È laureato in Fisioterapia e fa il fisioterapista, ma in passato per sbarcare il lunario ha fatto il cameriere, l'addetto al call center, l'impiegato, l'istruttore di nuoto e fitness. È un appassionato di social media e nel 2016 ha creato il gruppo Facebook "Meridionali a Torino".

«Volevo dar vita ad un punto di incontro per quanti si erano trasferiti qui dal Sud, e la cosa più veloce e semplice da fare era quella di aprire una pagina Facebook. Ma francamente non mi sarei mai aspettato di raggiungere queste cifre».

Oggi la pagina ha 14mila fan ed è stata affiancata da "Meridionali al Nord" (8.000) e "Meridionali a Torino casa-lavoro" (17.000). Ma, soprattutto, grazie alla collaborazione di **Francesca Nigro** (di Francavilla Fontana), Domenico Mastrogiacomo (napoletano) e Anna Elia (catanese), è nata una associazione di promozione sociale e culturale che organizza incontri ed eventi: «Vorrei dar vita ad un cineforum, organizzare visite guidate, viaggi, incontri con gli autori».

Il successo di Oliva e dei suoi amici non è passato inosservato alla stessa Facebook, che a gennaio lo ha invitato a Londra per partecipare al "Communities Summit Europe": «Un evento che mi è servito ad imparare tante cose. Ci hanno insegnato ad usare al meglio i nuovi tools di Facebook. E soprattutto mi sono potuto confrontare con altre 15 community italiane, tra cui Puglia Experience di Fabio Dentamaro».

Ora però questa bella idea social ha bisogno di darsi una struttura per continuare a vivere e a crescere, «perché gestire le pagine porta via un sacco di tempo, richiede risorse umane, e soldi per realizzare i progetti, organizzare gli incontri e gli eventi».

Una mano, forse, potrebbe arrivare proprio da Zuckerberg: «Parteciperemo al bando indetto da Facebook che mette a disposizione 10 milioni di dollari per le community». E noi ovviamente tifiamo per loro, perché tenere in vita legami di comunità è importante.

LA PAGINA FACEBOOK "MERIDIONALI A TORINO" CONTA 14.000 FAN. "MERIDIONALI AL NORD" 8000

MARCO FEDELE

Nato a Taranto.
Professione:
Imprenditore.
Londra

MARCO FEDELE, 43 ANNI, VIVE A Londra da 6 anni, ma prima di arrivare nella capitale inglese ha trascorso quattro anni nella splendida Sydney, in Australia. «Come qualità di vita Sydney è imbattibile, per il clima e la gente sempre sorridente. Ma dal punto di vista del lavoro Londra è tra le città più importanti al mondo, un carro armato, non c'è crisi o Brexit che tenga». Possiamo definirlo ambasciatore dei prodotti pugliesi: «Da più di 10 anni vendo, promuovo e divulgo la nostra meravigliosa cultura enogastronomica». La sua compagna, Emanuela Piccinno, è una sommelier salentina, insieme hanno un bimbo di un anno e mezzo.
Marco già a Sydney lavorava per un'azienda australiana che importava e distribuiva vini pugliesi. «Quando sei anni fa sono arrivato a Londra ho continuato a lavorare nel mondo del vino. Come "hobby" però ho aperto, col mio caro amico Gianluca D'Aversa, proprietario dei ristoranti "La Pizzica Restaurant" e "La Pizzica Delicatessen" qui a Londra, un piccolo business di importazione di cibo esclusivamente pugliese». I prodotti selezionati sono quelli del Salumificio artigianale (Martina Franca), del pastificio Caroli (Martina Franca), del salumificio bio Fattibene (Bovino), del Molino Bongermino (Laterza), dell'azienda casearea "In Masseria" (Grottaglie) e del caseificio Madonna dell'Arco (Martina Franca).
«Sono emigrato perché ero stanco del modo di reagire di noi italiani ai problemi. Il lamentarsi senza far nulla mi infastidiva molto e, nonostante avessi in Italia il tanto ambito posto fisso, ho deciso di vivere la mia vita e non farmi influenzare dalla negatività italiana. In più, credo concretamente di poter aiutare il mio Paese e la mia amata regione facendo quello che faccio adesso».

QUATTRO ANNI A SYDNEY E DA SEI A LONDRA, «MA SEMPRE VENDENDO PRODOTTI PUGLIESI»

Per te

OCSA food

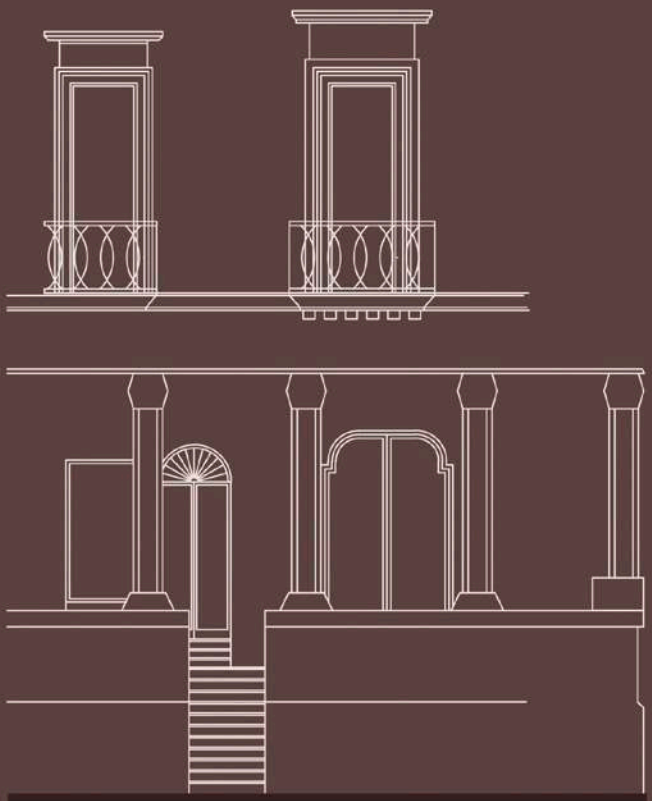
"Per Te" fornisce prodotti che abbracciano una vasta gamma di categorie merciologiche come infornati, salumi e formaggi.
Si tratta di confezioni dalla grammatura ridotta ideali per chi è alla ricerca di una facile fruizione.

"Per Te" provides products that includes a wide selection of product categories such as baked food, cold cuts and cheese. It is about lowered weight packaging that are ideal for people who search for an easy fruition.

WWW.OCSASRL.IT - INFO@OCSASRL.IT

+39 080 4550420

dimora
NETTARE



DAY
ROOMS

CENTRO
BENESSERE

EVENTI
MEMBER CLUB

BAR
NETTARE

www.dimoranettare.it

PROSSIMA APERTURA
BRINDISI
centro storico

+39 348 60 35 144 +39 0831 15 92 427

Eventi

MOSTRE, CONCERTI, CONFERENZE, SPETTACOLI, FESTIVAL

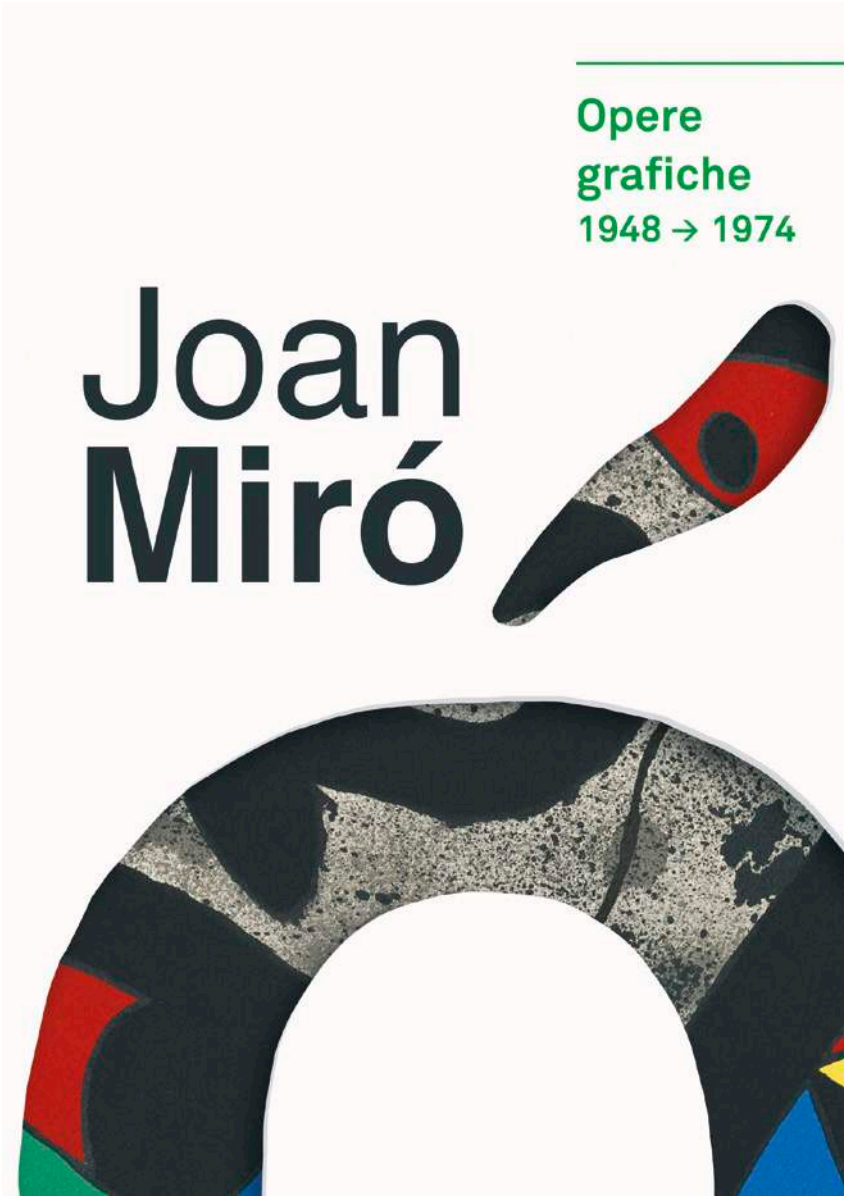
"Boko Haram Strapped Suicide Bombs to Them. Somehow These Teenage Girls Survived.", Adam Ferguson, NYT

WORLD PRESS PHOTO

A Bari il meglio della fotografia mondiale

Dal 27 aprile al 27 maggio, nello Spazio Murat, sarà possibile ammirare gli scatti che hanno immortalato gli eventi più importanti del 2017.

Torna a Bari il World Press Photo, il più grande concorso di fotogiornalismo al mondo. Allestita in un centinaio di sedi in 45 Paesi, l'esposizione sarà ospitata per il quinto anno consecutivo, dal 27 aprile al 27 maggio, nello Spazio Murat, grazie all'impegno di CIME di Vito Cramarossa.
Nelle scorse settimane la fondazione olandese ha annunciato i candidati della 61esima edizione del WPP. I vincitori saranno annunciati il prossimo 12 aprile in un'apposita cerimonia ad Amsterdam.
Sono 5 i reporter finalisti per 6 foto: Ivor Prickett (Panos Pictures, per il New York Times) partecipa con due scatti, entrambi sulla battaglia di Mosul; Patrick Brown (Panos Pictures, per Unicef con una foto sulla crisi dei Rohingya); Adam Ferguson (New York Times, con il ritratto di una sopravvissuta a Boko Haram); Toby Melville (Reuters) con una foto dopo l'attentato sul ponte di Westminster a Londra; e Ronaldo Schemidt (AFP) con la foto di un ragazzo che prende fuoco durante le proteste contro Nicolas Maduro in Venezuela.
Come sempre la maggior parte delle immagini in mostra raccontano soprattutto le grandi notizie dell'anno passato.
I visitatori dell'evento barese potranno ammirare le 150 immagini vincitrici del più prestigioso concorso di fotografia, nato ad Amsterdam nel 1955, e selezionate da una giuria internazionale presieduta da Magdalena Herrera, direttrice della fotografia a Geo France. Durante la mostra arriveranno nel capoluogo pugliese fotoreporter di fama internazionale.
In contemporanea alla grande esposizione internazionale CIME organizza, in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti Puglia, la seconda edizione della masterclass in fotogiornalismo diretta dal fotoreporter pluripremiato iraniano Manoocher Deghati (membro giuria WPP): si tratta di 10 lezioni che si terranno ogni sabato, dalle 11 alle 13, dal 10 marzo al 13 maggio 2018 a Bari nella sede dell'Ordine.
Informazioni: info@worldpressphoto-bari.it



OPERE GRAFICHE 1948-1974

Mirò al Castello di Monopoli

In mostra fino al 15 luglio 90 opere appartenenti a quattro serie complete

Un itinerario nella creatività di Miró e nell'estrema poeticità della sua arte surrealista. Le splendide sale del Castello Carlo V di Monopoli ospiteranno dal 24 marzo al 15 luglio 2018 la grande mostra "Joan Miró. Opere Grafiche 1948-1974", confermandosi importante contenitore culturale della città pugliese.
La mostra, rappresentativa della creatività di uno dei più grandi e influenti artisti del Novecento, è dedicata alla scoperta del meraviglioso mondo di Miró attraverso un'antologia di circa 90 opere grafiche, appartenenti a quattro serie complete. Nelle creazioni del maestro catalano le forme, i colori e lo straordinario alfabeto di segni sono il risultato della sua incredibile capacità di rinnovarsi alla luce di una visione globale dell'arte, vissuta con curiosità e versatilità. Gli sfondi neutri vengono "macchiati" da colori brillanti, come blu, rosso, verde, giallo e nero, in una precisa alternanza tra corpi informi e linee curve, per dare vita alle sue visioni oniriche.
La mostra è promossa dal comune di Monopoli e organizzata dalla società Sistema Museo. Le quattro serie in mostra sono Parler Seul (1948-50), Ubu Roi (1966), Le Lézard aux Plumes d'Or (1971) e Les Pénalités de l'Enfer ou les Nouvelles-Hebrides (1974). Quattro capolavori realizzati tra il 1948 e il 1974 che raccontano il "sogno poetico" di Miró, quella sua capacità di oggettivare le immagini della fantasia e di esprimerle attraverso un linguaggio assolutamente personale. "Niente semplificazioni né astrazioni. In questo momento io non mi interesso che alla calligrafia di un albero o di un tetto", scriveva Miró. Un linguaggio surrealista composto da colori e segni, una vera "baraonda cromatica" che incanta lo sguardo dell'osservatore. Sperimentatore di tecniche e materiali, Miró - come Chagall, Picasso, Braque - si rivolse alla litografia affascinato dalle sue molteplici potenzialità in termini di espressione artistica.
La prestigiosa esposizione di Monopoli è un'occasione unica per scoprire e ammirare il percorso creativo di Miró e quei particolari aspetti del suo mondo, dal quale lasciarsi incantare. La mostra accompagnerà il visitatore alla scoperta dell'alternanza armoniosa di segni, di immagini vibranti di colori e di versi, per sorprendersi di inattese visioni e libertà espressiva. Un viaggio dai segni alla parola, dal colore alla rappresentazione. Miró dialogò con l'opera di alcuni dei principali esponenti del mondo letterario del Dopoguerra. La serie di litografie Parler Seul racconta l'omonimo poema scritto da Tristan Tzara durante la degenza nell'ospedale psichiatrico di Saint-Alban nel 1945. Tzara, poeta rumeno, fu uno dei fondatori del movimento Dada e grande ispiratore e animatore del movimento surrealista. In Parler Seul Miró non volle "illustrare" il testo, ma preferì far dialogare le sue litografie con le parole di Tzara, giungendo ad una rara ed esemplare simbiosi tra scrittura e immagini. Il ritmo e l'ordine sono determinati da un lato dall'alternarsi di illustrazioni al testo e dall'altro da sequenze dinamiche di immagini, tanto che versi e disegni sembrano provenire da un'unica mano. La serie Ubu Roi è una raccolta del 1966 composta da coloratissime e corpose litografie: Ubu è un personaggio grottesco le cui funzioni viscerali dominano su quelle intellettuali e rappresenta la caricatura di ogni abiezione umana. Una serie ispirata dall'opera teatrale omonima di Alfred Jarry del 1896. In tanti l'hanno rappresentata in diverso modo, da Pablo Picasso a

Salvador Dalí da Jacques Prévert a Max Ernst.
Le Lézard aux Plumes d'Or, realizzata nel 1971, rappresenta la fusione compiuta tra immagine e testo poetico dal grande artista catalano, in una equilibrata coesistenza di grafismo e immagini. La poesia surrealista diventa immagine e l'immagine è testo poetico: l'attività di illustratore ha sempre rappresentato un momento fondamentale nel percorso artistico di Miró, facendone un protagonista assoluto della storia del libro d'artista. Le parole si liberano del "buon comporre" e prendono vita: il segno diventa disegno in una vera baraonda cromatica.

Il ciclo Les Pénalités de l'Enfer ou les Nouvelles-Hebrides prende il nome da una nota opera del poeta francese surrealista Robert Desnos. Miró e Desnos avevano immaginato una collaborazione già nel 1922 ma le vicissitudini storiche e l'internamento di Desnos nel campo di concentramento di Terezin dove trovò morte nel 1945 impedirono la realizzazione del progetto. Fu la moglie del poeta a fornire a Miró le poesie e l'artista spagnolo, con questo ciclo, rese omaggio all'amico scomparso. Le opere lavorano su suggestive giustapposizioni di grafemi, forme e contrasti cromatici. Il particolare formato delle tavole permette inoltre a Miró di impostare le sue opere in un'ambivalenza di vertigine espressiva e forma narrativa.

Fino al 15 luglio 2018
Monopoli, Castello Carlo V
Biglietto intero € 6
www.mostrepuglia.it

A CASTELLO MONACI (SALICE SALENTINO) IL 4 MAGGIO

La Wine Selection di VinoWay

Giornata dedicata ai vini italiani, con convegno e degustazioni

Venerdì 4 Maggio presso la splendida location di Castello Monaci, a Salice Salentino (Le), si terrà il primo appuntamento ufficiale dell'anno di Vinoway con la sua Wine Selection.
Si tratta di una manifestazione ideata e organizzata da Davide Gangi, presidente dell'associazione culturale e di promozione Vinoway Italia, con l'intento di dare risalto ai migliori vini bianchi e rossi d'Italia, selezionati dagli autori e dagli attenti degustatori del magazine online Vinoway.com
Gli organizzatori hanno selezionato per ogni azienda un solo vino, bianco o rosso, che abbia ottenuto un punteggio non inferiore agli 88 punti nelle degustazioni professionali, quindi solo vini di ottima manifattura che regalano sensazioni organolettiche di altissimo pregio.
Tra le selezioni saranno presenti anche vini "artigianali" prodotti da aziende a conduzione familiare.
Vinoway.com a partire dalla fine di maggio renderà pubblica la selezione che troverete in una sezione dedicata alla Wine Selection 2018.
La giornata del 4 maggio si aprirà alle ore 10 con un convegno sul mercato del vino in Italia. Alle ore 13 è previsto un pranzo a bordo piscina (riservato, solo su invito); alle 15 una masterclass con la degustazione di 12 vini bianchi e rossi;

dalle 16 alle 23 sarà possibile degustare le etichette presenti ai banchi di assaggio e le specialità preparate da chef pugliesi con prodotti tipici del territorio.
Il servizio sarà curato dagli attenti Sommelier AIS Puglia. L'evento sarà aperto al pubblico con quota di partecipazione.

Per informazioni:
vinoway.com

A Savelletri (Fasano) un evento esclusivo tra sport e glamour

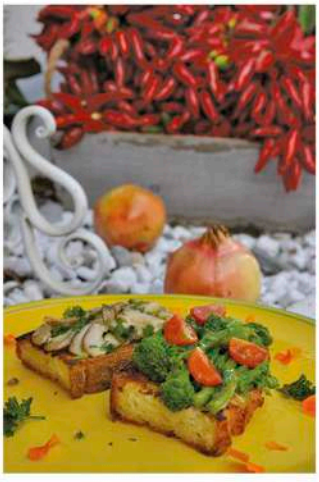
IL POLO DEGLI ULIVI

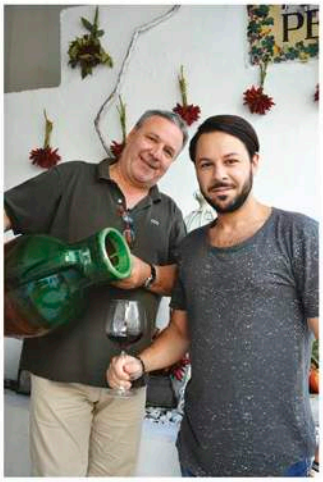
Dal 31 maggio al 3 giugno: sport, eleganza, raffinatezza, tra gli ulivi secolari

Dal 31 maggio al 3 giugno, lo straordinario scenario della Piana degli Ulivi Secolari, prossimo patrimonio Unesco, ospiterà l'esclusivo evento "Il Polo degli Ulivi". Tra la contemporaneità dei resort del lusso e i colori intensi - il rosso caldo della terra, il verde argento delle chiome degli ulivi monumentali, il bianco mandorla della calce delle masserie - che hanno reso questo luogo rinomato in tutto il mondo, prenderà vita una manifestazione unica, che unisce un torneo di polo e un concorso di eleganza di attacchi, discipline equestri notoriamente capaci di inserirsi nel contesto naturale senza apportare stravolgimenti, ma anzi sposandosi con esso in modo armonico. Eleganza, adrenalina, passione e alto lifestyle saranno protagonisti di una quattro giorni ricca di appuntamenti sportivi, ma anche enogastronomici, culturali e sociali.
A promuovere l'evento, curandone l'intera organizzazione, è l'associazione sportiva dilettantistica "A.S.D. Horse Club Piana degli Ulivi". Per il secondo anno consecutivo si profila dunque un'occasione assolutamente imperdibile, da vivere tra i maestosi ulivi secolari pugliesi, a pochi passi dal mare.
Il torneo di polo vedrà confrontarsi le squadre con classe e spirito competitivo, con il contorno elegante degli attacchi. La spettacolarità delle due discipline si combinerà alla valorizzazione delle peculiarità paesaggistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio di Fasano, ma anche al glamour e all'allure che contraddistinguono simili manifestazioni. Non a caso, tra le mise degli ospiti saranno premiati gli outfit più eleganti e i cappelli più originali. Raffinatezza ed eccellenza caratterizzeranno "Il Polo degli Ulivi": l'appuntamento è dal 31 maggio al 3 giugno in contrada Coccaro, Fasano (Brindisi), per vivere un evento emozionante, circondati da natura, lusso, comodità e piacere. Insomma, qualcosa di memorabile.

Angelica Sicilia

OSTERIA DEL TEMPO PERSO





Centro storico di Ostuni
Via G. Tanzarella Vitale, 47 - Tel. 0831 303320 - 0831304819
osteriadeltempoperso.com

Passioni

Shopping, Moda, Design, Ristoranti, Vini, Libri, Week-End

DAFDESIGN

Le borse di Fernando Pezzuto tra ricerca, amore, artigianalità

di Gioia Perrone

Da tempo in Puglia e in Italia si sente parlare di dafdesign, brand in cui il designer Fernando Pezzuto, dagli anni 90', ha saputo immettere tutta la sua carica creativa ed espressiva in produzioni e capsule totalmente artigianali, innovative, con una ossessiva attenzione alla ricerca di tessuti, con un amore incondizionato per il vintage e le stoffe introvabili. Un mondo ispirato fortemente al suo territorio di provenienza, il Salento, la Puglia, come a tutta l'area mediterranea e agli elementi più intimi delle sue tradizioni e delle sue forme.
Quando sono arrivata per la prima volta nel suo grande laboratorio, è stata un'emozione davvero forte: uno stabile immerso nelle campagne leccesi, un ex-tabacchificio zeppo di stoffe, colori e borse di ogni specie, tra grano, ulivi e fichi d'india, la soglia di un mondo colmo di storie e ricerca, soprattutto un luogo umano, di quotidiani gesti di cura e passione.
Il grande tavolo del taglio, le mani esperte delle sarte, l'entusiasmo di Fernando che davanti ad un caffè mi ha raccontato della sua famiglia, dei mercati, della figura di suo padre, delle sue scelte e l'emozione e la fatica di portarle avanti, delle esperienze milanesi e del suo primo piccolo negozio quasi vent'anni fa.

Non potevo non tornare e non raccontare di questo designer totalmente autodidatta, così intuitivo e magnetico che credo si ispiri più a tutto ciò che si può portare dentro una borsa, il bagaglio di radici, legami atavici e ricordi famigliari, in un continuo e lungo dialogo con il mondo femminile.
La vita semplice, onirica, intuitiva, piena di intrecci umani, ma anche fatta di lavoro duro fin dalla prima giovinezza, ha inciso ineluttabilmente sul suo approccio con il mondo e con la creatività.
"La prima borsa nasce nel '99:

Uno dei nuovi modelli "dafdesign" (ph Ilenia Tesoro)

«Feci uno schizzo su carta quasi per gioco, poi tagliai un vecchio tessuto pakistano che avevo a casa, ci aggiunsi la cerniera a fiori di una gonna di mia madre; come tracolla utilizzai un accessorio della macchina da cucire Singer, ci aggiunsi due, tre spille di mia sorella e via. La conservo ancora. È il prototipo, l'inizio di ogni cosa. E anche a distanza di tempo, devo ammettere che è attualissima, da quella borsa sono passati sedici anni, mille altri schizzi e altrettante borse, una miriade di tessuti, e una quantità di estimatrici e contatti grazie ai quali le borse Dafdesign oggi sono apprezzate in tutta Europa».
Dal Salento e dai suoi elementi naturali ed architettonici nascono le principali ispirazioni di Fernando, che le sintetizza in una ricerca continua di tessuti e forme. Ogni borsa è realizzata a mano e ogni pezzo è impreziosito da particolari unici che riflettono tutta la cura e la maestria della tradizione made in Italy. Il fulcro del mondo dafdesign è la sua chiusura a scatto, su cui molte idee si sviluppano. L'azienda ha da poco presentato a Milano, in occasione della fiera "Super", un nuovo tassello del progetto, la chiusura-simbolo con i pomelli incisi si staccherà dalle borse e vivrà di vita propria, come elemento di design-accessorio che riserverà nuove e raffinate evoluzioni, nasceranno "Le daf". Piccole come gioielli o larghe e comode per tutto il giorno, queste borse artigianali sanno accompagnare alla perfezione la vita quotidiana e si armonizzano a tutti i tipi di stagioni ed età, esaltando in chi le indossa gli elementi di freschezza e unicità. Anche per la primavera-estate, Fernando ha riservato sorprese, una nuova collezione che è una trance liberatoria di colore, di recente presentata ad Homi. Grande varietà e materiali, dal canvas naturale al cuoio, ciò che le accomuna è l'idea di una donna forte e indipendente, di una naturale eleganza, consapevole ed aperta a ciò che di più bello custodiscono le tradizioni, ma anche pronta a giocare e fare sue le contaminazioni mediterranee in cui il brand si immerge con grande armonia.

Cene d'Autore

Quattro duetti da non perdere al Stammibene

L' executive chef Antonio Scalera duetta ai fornelli con quattro astri della cucina pugliese: Maria Cicorella, Stefano D'Onghia, Domingo Schingaro e Riccardo Barbera.

AL VIA DUETTI, LA PRIMA RASSEGNA DI cene d'autore a quattro mani promossa da Stammibene, il freschissimo mercato con cucina che ha aperto i battenti nello scorso settembre a Bari, a pochi passi dalla stazione centrale e dall'università. Antonio Scalera, executive chef di Stammibene (nella foto sotto), duetterà ai fornelli nei prossimi mesi con 4 astri della cucina pugliese: Maria Cicorella, chef stellata del Ristorante Pashà ha aperto le danze culinarie il 28 marzo; a seguire i duetti con gli chef Stefano D'Onghia di Botteghe Antiche (18 aprile), Domingo Schingaro di Borgo Egnazia (23 maggio) e Riccardo Barbera della omonima Masseria Barbera (13 giugno).
In uno scenario di contest mediatici tra chef-primedonne, Stammibene e la Puglia gastronomica scendono in campo per fare rete ai fornelli, in nome della genuinità del cibo e delle relazioni che nascono in cucina e si rafforzano intorno alla tavola.

Ogni cena verterà sui cavalli di battaglia degli chef duettanti, valorizzando le primizie stagionali e gli alimenti che il mare e la terra pugliesi offrono. I menu delle serate saranno resi noti a ridosso di ogni appuntamento. Inoltre, durante ciascuna cena, sarà possibile seguire sul canale facebook di Stammibene una ricetta preparata in diretta dagli chef, in nome della trasparenza e della piena condivisione dei valori alimentari portanti della rassegna.

Per maggiori informazioni e prenotazioni:
info@stammi-bene.it
080 8641967

CENE D'AUTORE A 4 MANI
Antonio Scalera con
28 MAR
Maria Cicorella
/ Pashà
Stefano D'Onghia
18 APR
Botteghe Antiche \
Duetti
che faccio, lascio?
23 MAG
Domingo Schingaro
/ Borgo Egnazia
Riccardo Barbera
13 GIU
Masseria Barbera \
BARI, VIA NICOLAI 31
stammi-bene.it
Stammibene
MERCATO CON CUCINA
INFO e PRENOTAZIONI:
080 8641967

I contraccolpi di Angelo Roma: possiamo liberarci da tutto e da tutti, ma nessuno può liberarsi della propria storia.

L'ultimo romanzo dello scrittore brindisino parte da Bergamo, passa da Cisternino e prosegue nei teatri italiani.
In questa intervista con **Salvatore Vetrugno**, l'autore parla di letteratura, amore, professori, Puglia, Brindisi e brindisini.

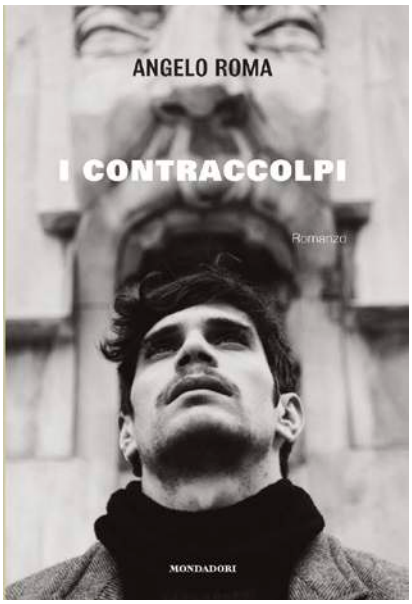
ANGELO ROMA (Brindisi, 1969), è scrittore, giornalista, docente universitario di Scrittura creativa e Antropologia della narrazione, ghostwriter e storyteller aziendale. Ha scritto anche "Ancora più vita" (Mondadori, 2015), "L'angelo ribelle" (Marco Tropea, 2010), "Confessioni di un egoista" (Marco Tropea, 2008, con postfazione di Moni Ovadia).

FISICAMENTE SONO I COLPI DI RItorno di un corpo al momento dell'urto; in senso figurato significano "conseguenze", "ripercussioni". Sono soprattutto questi ultimi con cui deve fare i conti il protagonista del libro "I contraccolpi" edito da Mondadori e scritto da Angelo Roma, brindisino residente a Bergamo, giornalista, scrittore, docente universitario. Un romanzo, ambientato tra la fine degli anni Cinquanta e gli anni Settanta, in cui seguiamo l'evoluzione del protagonista, dall'infanzia alla maturità e all'età adulta attraverso il racconto delle sue emozioni, dei suoi progetti, delle sue ascese e cadute. Marcello Barocchi, dopo un'infanzia e un'adolescenza negata in nome di un'educazione oppressiva, a diciotto anni prende in mano la sua vita e, contro il volere della sua famiglia che lo vorrebbe un giorno alla guida della farmacia gestita dal padre Camillo, decide di intraprende la carriera di attore. Nulla di più lontano rispetto a quanto imposto dalla società borghese di quel periodo in Italia.

Angelo Roma il tuo ultimo romanzo ci narra la storia di una scelta coraggiosa, quella del protagonista, di seguire il proprio sogno contro tutto e tutti. Una scelta legata però anche allo studio, alla disciplina e a una spiccata forza di volontà, fondamentali per il raggiungimento del successo.

Quella di Marcello è la storia di una liberazione vera, autentica, da tutto e da tutti tranne che dal vissuto adolescenziale. Nessuno può liberarsi dalla propria storia. Non solo dagli aspetti drammatici o di maggiore complessità psicologica. È sufficiente ripensare a un giocattolo dell'infanzia, a un capo di abbigliamento a noi particolarmente caro perché magari indossato da un personaggio letterario o cinematografico che avevamo idealizzato. È sufficiente sentire in tarda età un odore intenso degli anni spensierati per fare accendere i nostri occhi di luce e di lacrime come un tempo. Marcello Barocchi, il protagonista del romanzo, vive un'adolescenza parecchio complicata. E lo fa con i modi e un'accettazione delle regole innaturali per un ragazzino. Però, ha occhi profondissimi. È come se tutto ciò che vive ed a cui vorrebbe ribellarsi si concentrasse nell'intensità di uno sguardo capace di bucare l'animo umano, offrendo verità e speranza a tutti. Nel mio precedente romanzo "Ancora più vita" (Mondadori), ho raccontato la storia di un bambino orfano e poverissimo economicamente, salvato dall'amore e dalla ricchezza di sentimenti di una meravigliosa famiglia allargata. Qui si racconta l'esatto contrario. C'è una ricchezza economica debordante, ci sono ambienti altolocati, ipocriti. Ci sono cene raffinate, ci sono gioielli, pellicce, assegni di dubbia provenienza. Un'apparenza collettiva che fagocita ogni possibilità di amore. L'amore è anzitutto gratuità psicologica. Ricerca dell'altro quale inesauribile, egoistica opportunità di crescita per sé. Ogni relazione che ha alla base una speculazione per ottenere un tornaconto personale è morta in partenza. Marcello scrive una poesia al padre, nel cui ultimo verso dice testualmente: "È quello presente il tempo in cui si deve amare / è il non mostrarsi nudi / che dovrebbe fare arrossire".

Due le figure che tracciano indissolubilmente il carattere Marcello Barocchi. Sua madre Lia e suo padre Camillo. Parlaci di questi due personaggi anche in ragione della loro "redenzione" nei confronti di un figlio mai amato.



"È quello presente il tempo in cui si deve amare, è il non mostrarsi nudi che dovrebbe far arrossire"

Per descrivere i genitori di Marcello ho attinto dalla fantasia della quotidianità. La mia risposta non vuole essere un ossimoro, ma credo sia proprio così. Non mi sono ispirato a delle persone specifiche, ma ad una complessiva degenerazione del pensiero sociale contemporaneo che mi pare essere drammaticamente in atto in Occidente. E ho inteso farlo raccontando una storia ambientata negli anni Cinquanta proprio per mantenere il giusto distacco dal presente. Distacco che, ahimè, immagino che il lettore non troverà, essendo cambiato molto poco nelle trame sociali che incentivano la furbizia e omologano gli esseri umani, rifuggendo con terrore lo scandalo evangelico della diversità e di una vera accoglienza umana non soggetta a baratto. Lia è una donna intelligentissima ed estremamente sensibile. La sensibilità è sentimento assai diverso dalla bontà. A volte, la sensibilità può aiutare ad essere ancora più cinici e spietati nel perseguimento dei propri progetti di vita. Riuscire a sbirciare nelle pieghe delle ferite altrui ha a che fare con la sensibilità; decidere se allargare o curare quelle ferite ha a che fare con la bontà. Lia è sempre un passo avanti a tutti, percepisce i disagi e i possibili inciampi prima e con maggiore lucidità di tutti. È una donna che, a sua volta, ha vissuto un'adolescenza da figlia ripudiata e cacciata di casa, accusata di voler andare all'università, anziché trovarsi un lavoro e portare soldi a casa. Suo marito Camillo è invece un uomo che non ha mai fatto lo sviluppo. Non ha mai dovuto combattere per ottenere ciò che ha. Figlio di un facoltoso farmacista, ha ereditato farmacia, soldi e appartenenza ad un'élite sociale che gli consente di vivere facendo comodamente i propri comodi. Per Camillo l'unica cosa che conta nella vita è il proprio appagamento pieno di diversivi familiari, anche sessuali, e altri vizi di assai dubbia moralità.

Fondamentale per la formazione di Marcello è l'incontro con il professor Roberto Corti che oltre ad essere un insegnante di ripetizioni è soprattutto un maestro di vita. È capitato anche a te di avere professori che, oltre al nozionismo della loro materia, fossero fonte di altre ispirazioni?

Roberto Corti è, dal mio punto di vista autorale, la figura più alta, più carica di valori e idealità del romanzo. Sarà lui a salvare in parte Marcello, insegnandogli la cosa più importante della vita, cioè, che nessuna scelta è sbagliata se si segue il cuore. Spalle larghe e cuore grande, questi i due ingredienti indispensabile perché ogni essere umano possa vivere pienamente la propria misteriosa, meravigliosa, miracolosa unicità. Io ho vissuto a Brindisi sino a quattordici anni e proprio a Brindisi ho avuto i miei due Roberto Corti. Due bravissimi insegnanti e, soprattutto, due persone meravigliose. La mia insegnante di matematica del Liceo Scientifico Maria Rosaria Carcaterra e il mio insegnante di educazione fisica della scuola media Tonino Bray. Alla prima devo la scoperta della "libera scelta" quale valore assoluto dell'identità. Al prof. Bray devo il rispetto dell'antagonista, che non è mai un nemico, e l'insegnamento di quanto dietro ogni sconfitta, se vissuta con determinazione e senza vittimismo, si nasconda la vittoria più importante.

A un certo punto il protagonista dichiara

"Sono sacre le parole. Anche la punteggiatura è sacra... con la scrittura si può far splendere un cassonetto dell'immondizia e distruggere la Pietà di Michelangelo". In qualità anche di docente di Scrittura creativa e Antropologia della narrazione puoi approfondire questo rapporto tra sacralità e scrittura?

Partiamo da un punto fondamentale per capire di cosa stiamo parlando: la letteratura è una cosa concreta. In quanto cosa concreta, è utile alla nostra vita almeno quanto lo sono la farina e il tetto sotto cui dormiamo. Mi turba profondamente sentire spesso dire che l'arte in generale, così come la filosofia, siano le cose della vita più utili fra quelle inutili. In altre parole, Dante, Shakespeare, Tolstoj, Babel', Steinbeck, Borges, Mann, Kafka, Sartre, Kant sarebbero da gustare a pancia piena. Niente cibo, niente filosofia. Niente cibo, niente poesia e letteratura. L'immaterialità della letteratura non esiste. Se la letteratura non tocca il lettore, non ne infiamma le passioni, non ne fulmina la coscienza, non ne riempie la pancia, non lo sporca con la terra bagnata da un acquazzone, se non lo trasporta fisicamente dentro il narrato, allora non è letteratura. L'arte, compresa l'arte della letteratura, è ciò che dà senso e bellezza alla nostra vita. Cosa c'è di più concreto, necessario, indispensabile? Cosa c'è di più urgente nel bilancio individuale di una vita, che essere riusciti a viverla avendo saputo dare senso e bellezza al proprio passaggio. Essendo riusciti a trattenere nei propri pensieri quei cinque, sei momenti cruciali, intensi, meravigliosi, che ci danno la giusta misura di quanto sia valsa la pena esserci, pur con tutti i sacrifici, i dolori e le delusioni che esserci comporta.

La letteratura è il gioco più lieve e insieme serio che esista. La letteratura è un atto fisico di grande godimento mentale e muscolare, ma è anche un immenso atto di responsabilità. Il lettore, al pari della storia che si racconta, è sacro. Un'opera della letteratura può incidere profondamente sulla vita di una persona. Può deviarne le scelte esistenziali più importanti, può e deve fare emergere rimorsi, dolori, orgogli, rabbia, attitudini e sogni addormentati dall'oblio. Un verso della letteratura può aiutare una persona a vivere e morire più serenamente.

Giunto a Cisternino per incontrare un vecchio attore il protagonista non può fare a meno di assaggiare "gnummareddi" e "bombette". Cosa invece non può mancare sulla tua tavola ogni volta che torni in Puglia?

Orecchiette alla crudaiola, acqua sala, pasta con la ricotta e, soprattutto, panzerotti fritti dei miei fantastici amici ostunesi della pizzeria "Da Torino". E per dolce mettiamoci pure un bel pasticciotto leccese. Detto questo, ciò che amo di più quando vengo in Puglia è riscoprire odori e sapori che, così come accade nei romanzi di qualità, mi offrono immagini. I miei nonni, le tavolate lunghe e spensierate della domenica con gli zii e i cugini, le liturgie di un modo di essere famiglia che è ormai scomparso, affossato dalla frenesia cinica e individualista della nostra contemporaneità.

"Brindisi è una città "potenzialmente" stupenda. Partendo da questo "potenzialmente", credo sarebbero quanto mai opportune profonde riflessioni e autocritiche da parte di chi ha amministrato, così come di tutti quei brindisini che continuano a scuotere la testa con vittimismo, dicendo che "tanto non cambia niente", convinti che la colpa sia sempre degli altri"

Alle tue tante attività aggiungi anche quella di ghostwriter. Come cambia il tuo approccio alla scrittura quando devi scrivere per altri?

È una palestra fondamentale perché, rispetto alla letteratura dove gestisco io i miei tempi creativi, scrivere per altri mi obbliga a mantenere alto il livello di qualità di scrittura in tempi ridotti, a volte ridottissimi. Per il resto, la grande differenza è che quando si scrive per altri è fondamentale sapere chi leggerà ciò che scrivi. Più si conoscono le caratteristiche dei potenziali lettori, più efficace è il messaggio. In letteratura, invece, vale l'opposto. Ogni verso della letteratura si scrive per l'umanità intera.

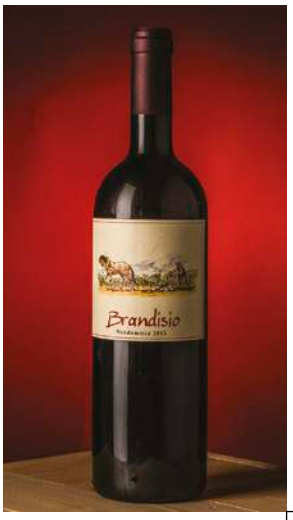
Questo è il tuo sesto romanzo, il secondo edito da Mondadori. Hai pubblicato saggi e poesie. Collabori con varie riviste. In quale di queste forma di scrittura ti trovi meglio e quali altre desideri sperimentare?

L'unica vera urgenza espressiva di cui non potrei fare a meno la provo per la letteratura. Il resto è solo lavoro, a volte molto interessante e appagante. La sperimentazione fine a se stessa non mi ha mai interessato. Quando si scrive un romanzo con ambizioni letterarie, l'unica cosa che conta è la storia. La forma ha il dovere assoluto, sacro, di mettersi al servizio della verità di quella storia.

Hai lasciato Brindisi a metà degli anni Ottanta per trasferirti prima a Milano dove hai completato gli studi e poi a Bergamo. Che ricordi hai di questa città e come la vivi oggi quando ci ritorni per lavoro o per vacanza?

Brindisi è una città "potenzialmente" stupenda. Partendo da questo "potenzialmente", credo sarebbero quanto mai opportune profonde riflessioni e autocritiche da parte di chi ha amministrato, così come di tutti quei brindisini che continuano a scuotere la testa con vittimismo, dicendo che "tanto non cambia niente", convinti che la colpa sia sempre degli altri.

Le prime degustazioni dell'anno: i rosati Aka e Metiusco, il Brandisio di Tombolini, il 1943, Johe e Falavetta



BRANDISIO 2012

Voto 87 (14/20/38/15)

Un Primitivo eccezionale, a nostro avviso la migliore annata dei rossi di Oreste Tombolini, nei cui vini non filtrati non c'è traccia di sostanze chimiche e zuccheri residui. È un vino potente dal carattere deciso, e dall'accentuata nota balsamica. Corposo e opulento. Con un bouquet eccezionale e sentori di ciliegia matura. Un grande vino, anche da meditazione. Il voto finale non tragga in inganno, perché è influenzato da una etichetta troppo vintage e da un prezzo elevato ma giustificato.

€ 38.

AKA 2017

Voto 97 (20/18/39/20)

Un rosato da uve Primitivo che rivela una crescita sorprendente. Ce ne siamo innamorati fin dalla sua uscita, per l'etichetta che troviamo stupenda. L'ultima annata è ottima: bellissimo colore, profumi intensi, grande boccata. Probabilmente tra un mese, con qualche settimana di affinamento in più in bottiglia, lo troveremo anche migliorato. La ciliegina sulla torta è giunta da Verona nei giorni scorsi: il premio Etichetta Oro nella categoria rosati del conroso Packaging del Vinitaly 2018.

€ 7.

METIUSCO ROSATO 2017

Voto 95 (17/20/39/19)

Quest'annata del rosato di Ninì Palamà l'abbiamo trovata eccezionale, probabilmente allo stesso livello dell'anno in cui si aggiudicò il premio di miglior rosato d'Italia al Vinitaly. L'abbiamo bevuto a pochi giorni dall'imbottigliamento, quindi siamo curiosi di riassaggiarlo a breve termine per capire se le premesse sono state mantenute. Profumi delicatissimi, boccata superba. Il Metiusco è tornato sul podio dei grandi rosati pugliesi?

€ 9.

1943

Voto 91 (18/18/38/17)

Non un vino facile questo blend di Primitivo e Aglianico. Anzi, è un rosso complesso, strutturato, anche spigoloso, e di 15°. Ma è una sfida (coraggiosa) vinta, che ci piace proprio perché esce completamente dallo stile dei vini di Angelo Maci e invade terreni che fino a poco tempo fa erano inesplorati dalla cantina di Cellino San Marco. Una bottiglia importante, con etichetta all'altezza, bouquet intenso e palato trionfale. Non è certo un vino da tutti i giorni.

€ 32,50.

JOHE 2015

Voto 89 (19/16/36/18)

Se scegliete i vini della Tenuta Viglione di Giovanni Zullo (Gioia del Colle) cadete sempre in piedi. Il Johe è un blend paritario di uve Primitivo e Aleatico. Un rosso verace e intenso, che si presenta con una etichetta minimalista ma ben riconoscibile. Profumi un po' scarsi ma boccata persistente e piena. E un prezzo che riteniamo ottimo per un vino di questo livello.

€ 9.

FALAVETTA 2017

Voto 88 (17/16/37/18)

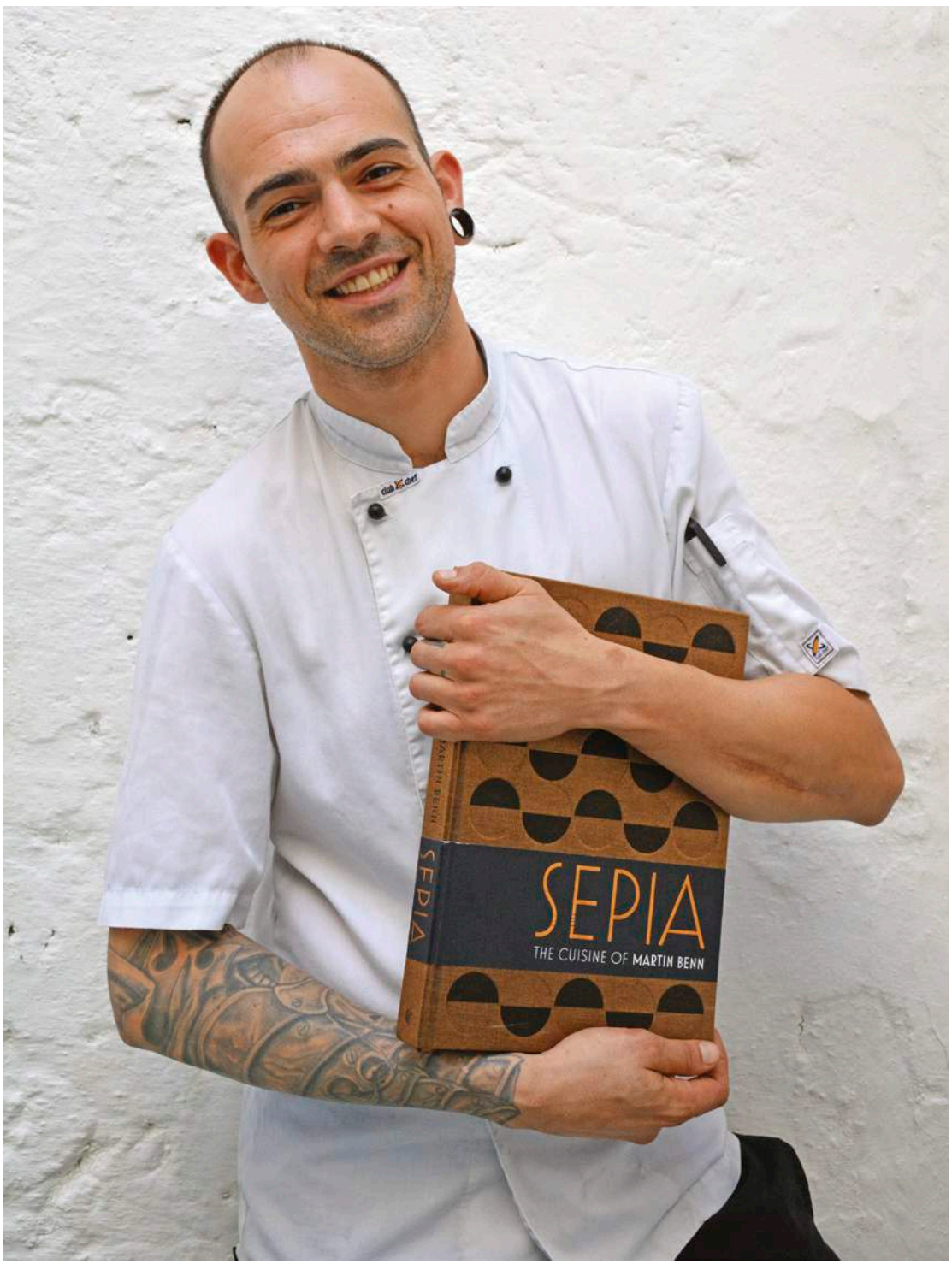
Morbido, fine, armonico, fresco. Il bianco delle Tenute Luspada, ottenuto da uve Malvasia Bianca, ci è piaciuto, e riteniamo che abbia anche buoni margini di crescita. Il nome è quello dell'uccello migratore (noto anche come beccafico) che vive e nidifica da maggio a settembre nell'oasi del Cillarese di Brindisi, situata proprio a ridosso dei vigneti in cui questo vino nasce.

€ 8.

I NOSTRI VOTI sono la somma di quattro voti che diamo ad altrettante voci: **1) Immagine** (come si presentano la bottiglia, l'etichetta ed il colore del vino); **2) Olfatto** (giudizio sui profumi del vino); **3) Gusto** (le sensazioni che regala al palato); **4) Rapporto Qualità/prezzo**. Al gusto diamo un massimo di 40 punti, alle altre tre voci un massimo di 20 punti.

Base Puglia, un tocco di Sydney, profumo di Montepulciano. Segnatevi questo nome: Pentole e Provette.

Profumi incredibili, sapori straordinari, ambiente trendy, piatti moderni: nel piccolo ristorante di Luca Trabalzini e Rossella Mileti, a Fasano, abbiamo cenato in maniera sublime. Con un servizio eccellente ed un prezzo incredibile!
di Romina Giurgola



LUCA TRABALZINI
Pentole e Provette, via Musco 37, Fasano (Brindisi), tel. 080 2461769. Chiuso il martedì. Aperto solo a cena (la domenica anche a pranzo). Il nostro consiglio: menù degustazione "Anarchia dello chef" a 25 €.

I NOSTRI VOTI

Ambiente	❁❁❁❁
Servizio	❁❁❁❁
Cucina	❁❁❁❁❁
Prezzo	❁❁❁❁❁

❁❁ Sufficiente / ❁❁❁ Discreto
❁❁❁❁ Buono / ❁❁❁❁❁ Ottimo

CHE LUCA TRABALZINI AVESSE qualcosa di speciale ce ne eravamo accorti subito, il giorno in cui siamo andati a trovarlo per la recensione sul libro "Puglia". Simpatico, frizzante, sempre sorridente: il classico ragazzo che ti dà l'impressione di avere una marcia in più. Poi abbiamo visto i libri di cucina che conserva sul pianoforte presente nel ristorante, e tutto è stato chiaro. La sua esperienza a Sydney lo ha portato a contatto con realtà incredibili, di quelle che ti conducono ad un altro livello. Ed è proprio a Sydney che questo ragazzo toscano con più tatuaggi che capelli ha incontrato il suo destino, la fasanese Rossella Mileti, anche lei in Australia per lavoro e per fare una esperienza di vita. L'idea del bistrot "Pentole e provette" nasce nella terra dei canguri, ma si realizza a Fasano, dove i due decidono di trasferirsi per mettere al mondo Leonardo, che oggi ha 1 anno ed è spesso presente nel locale.
L'influenza dell'esperienza australiana è evidente nel locale avviato dai due giovani: la si ritrova nell'arredamento della sala, nella tipologia dei piatti utilizzati, nella mega lavagna a muro su cui vengono scritti i piatti del giorno. La provenienza di Luca invece influisce sulla carta dei vini (circa 50 etichette) dove si ritrova tanta Puglia ma anche qualche chicca extra-regionale.
Il locale è molto carino, un bistrot moderno, con 25 posti all'interno e un piccolo giardino con altre 15 sedute. Ricercata la selezione musicale, che fa un'ottima compagnia. Ottimo il servizio in sala, che nella serata in cui siamo stati ospiti di Luca e Lella era curato da Federico, un ragazzo veloce e competente, cortese e sempre sorridente (come i proprietari) e soprattutto bravo nel presentare i piatti. Ecco, veniamo ai piatti.

Abbiamo iniziato con qualcosa di incredibilmente buono: due polpette di spuma di baccalà, panate nel panko e servite con gocce di maionese al peperoncino. Fino a quando non le metterete in bocca, non potrete capire la bontà che abbiamo avuto la fortuna di assaggiare.
I moscardini con crema di piselli all'acqua di mare e polvere di oliva nera sono stati l'unica portata che non ci ha entusiasmati: buona l'idea, carina la presentazione, ma forse il fatto di servirli freddi li azzoppa. O forse pensavamo ancora alla spuma di baccalà...

Abbiamo trovato invece eccezionali gli altri due antipasti: il tentacolo di polpo fritto con sedano rapa e purea di fagiolo rosso e (ancor più) il gamberone alla piastra con carciofi, aglio, olio e peperoncino, stracciatella e granella di pane alla paprika dolce: tanta Puglia negli ingredienti, ma tanta cucina internazionale negli abbinamenti e nella presentazione. Due piatti da applausi.
Il primo che abbiamo scelto sono state le pappardelle cacio, pepe e cozze con tarallo ai funghi porcini: un piatto delicato ma straordinariamente saporito.
Cucina fusion Puglia/Resto del mondo anche nel secondo, il salmone pan fried con rape alle due consistenze, aglio, olio e peperoncino, crema di burrata affumicata, bottarga di muggine e limone. Anche questo lo abbiamo trovato strepitoso.
Come del resto i dolci: la mezza sfera con lampone alle tre consistenze e cacao amaro; e l'apple crumble, una torta di mele sbriciolata dal gusto incantevole.
Per chiudere, limoncello e liquore alla liquirizia, entrambi fatti in casa, serviti nelle provette simil-ospedale.
Ricapitolando: pane della casa, antipasti, primo, secondo, dolce, liquori. Vi aspettereste un conto di almeno 50 euro, vero? Avete ragione: 50 euro in due!, perché il menù degustazione "Anarchia dello chef", che è quello che abbiamo provato, costa solo 25 euro. Naturalmente Luca gioca sulle porzioni, che non sono quelle delle classiche abbuffate pugliesi, ma provare così tanti piatti a quel prezzo è una figata! Tanto più che ti alzi da tavola con la sensazione di aver cenato in maniera sublime, senza subire contraccolpi al peso forma. E al portafogli.

A Matino per degustare gli insaccati di pesce preparati nella strana Offishina della famiglia Romano.

Sembrano capocollo e salami, ma si chiamano Thunnus, Spadino, Pescatorino, Pizzicata.
Rappresentano un modo nuovo di mangiare il pesce. E, quel che più importa, stanno piacendo molto.

DANILO ROMANO
Offishina, via Basento 13, Matino (Lecce), tel. 349 87 54 865. Aperto tutti i giorni a pranzo e cena.
Il nostro consiglio: il tagliere dei salumi, i primi del giorno, i rosoli della casa. € 30/40. *ristorante.offishina.it*

DELL'OFFISHINA DI MATINO
la prima cosa che ci è piaciuta è stata l'immagine esterna del locale e della sala: moderna, informale, friendly. La seconda cosa che ci ha colpiti è stato l'orto del giorno: un tavolo imbandito di pomodori pendula e verdure fresche, appena raccolte e pronte per finire in padella.
Poi è arrivato il tagliere degli insaccati di mare prodotti dalla famiglia Romano, e lì si è aperto un mondo nuovo, inesplorato e incredibilmente interessante.
Il tonno e il pesce spada stagionati e presentati come fossero dei salami o dei capocolli sono una idea strepitosa e consentono di scoprire nuovi sapori e dar vita a piatti originali. Anche la Pizzicata, il "salame spalmabile" a base di pesce azzurro, arricchito con pomodoro secco, peperoncino piccante e olio evo, si è rivelato una bontà inaspettata, per di più senza glutine e lattosio.
Insomma, la famiglia Romano è stata una bellissima scoperta ed il ristorante Offishina è davvero un posto piacevole. In cui si mangia bene e a prezzi ottimi (30-40 €).
Da non perdere: il tagliere di insaccati di pesce, il primo del giorno, il semifreddo alla "cupeta", i rosoli fatti in casa.

I NOSTRI VOTI

Ambiente	❁❁❁
Servizio	❁❁❁
Cucina	❁❁❁❁
Prezzo	❁❁❁❁

❁❁ Sufficiente / ❁❁❁ Discreto
❁❁❁❁ Buono / ❁❁❁❁❁ Ottimo

L'idea degli insaccati è stata di Danilo Romano, che ha coinvolto nell'impresa i fratelli Valerio e Pamela: «Volevo sfatare il mito che nel Salento non si producono salumi, ma ho pensato di farli in maniera diversa. Avevamo una cantina a 200 metri sul livello del mare ed è lì, in una gabbia che mi sono fatto costruire da papà, che ho cominciato a fare i primi "esperimenti"». Ogni giorno Danilo prendeva nota dei valori di umidità e temperatura, poi si è potuto permettere un macchinario per la stagionatura, e quando ha capito di essere arrivato alle giuste ricette, ha iniziato a commercializzare i prodotti.
È una produzione di nicchia, ovviamente, riservata all'alta ristorazione e ai market di fascia alta. I prodotti possono essere consumati entro 6 mesi ma si sta provando ad allungare la loro shelf life a 12 mesi. Costano in media 85 euro al chilogrammo, perché il procedimento è lungo e da un tonno di 10 chili ottieni solo quattro chili di filetti, però chi lo vende ha un margine di guadagno abbastanza alto.
Ora i fratelli Romano stanno pensando al prossimo passo: aprire degli Offishina Point in cui si pasteggi a base di panini, insalate e taglieri. Di mare, ovviamente.

Cardone, il piccolo pastificio pensa in grande.

«Un'azienda giovane legata agli autentici valori della tradizione pugliese e alla bellezza del territorio». Così Enzo e Gino presentano la loro creatura. Che cresce a ritmi sorprendenti. Anche all'estero.

«UN'AZIENDA GIOVANE LEGATA agli autentici valori della tradizione pugliese e alla bellezza del territorio». È così che Enzo e Gino Cardone amano definire la loro azienda, il Pastificio Cardone, che da trent'anni ha l'obiettivo di stupire e coccolare il suo consumatore, riportando i suoi valori all'interno di uno dei prodotti cardine della Dieta Mediterranea: la pasta.

Il legame con il territorio pugliese e la sua storica tradizione sono elementi imprescindibili che il Pastificio Cardone pone alla base del suo agire. E questo ha determinato i valori fondamentali che guidano il lavoro quotidiano nel pastificio a continua garanzia della sicurezza alimentare ed uno sviluppo economico sostenibile in armonia con l'ambiente e con la conservazione della tradizione più autentica.

Non a caso, l'azienda da ben dieci anni ha convertito l'intera produzione in biologico, puntando alla sostenibilità non solo ambientale, ma anche economica e culturale.

Elemento peculiare di questo cambiamento è stata la produzione di pasta con grano della varietà "Senatore Cappelli", che il Pastificio Cardone ha saputo riportare in auge in maniera sapiente, anche grazie alla collaborazione di numerose aziende del territorio pugliese che hanno creduto in questo progetto.

Il senso di responsabilità e la dedizione del Pastificio Cardone nei confronti della terra che lo ospita sono stati testimoniati dallo stretto rapporto che l'azienda ha con il Parco Naturale Regionale Dune Costiere "da Torre Canne a Torre San Leonardo", fregiandosi ormai da anni del suo marchio. Numerosi sono stati i progetti a tutela della biodiversità e a chiusura della filiera produttiva realizzati negli ultimi anni. E numerosi altri ce ne saranno a breve con il Parco, tra cui la realizzazione di posatoi per cicogne lungo i seminativi dell'area del Parco utili per attirare i flussi migratori di tali specie e permettergli di sostare all'interno dell'area naturale protetta, favorendo magari anche la deposizione.

In virtù di questo, negli ultimi mesi, l'azienda Cardone ha messo a punto la nuova strategia di vendita attraverso la creazione di nuove linee di prodotto

realizzate con monocultivar di altissima qualità, biologica, tutta pugliese e che riprende i sapori del passato, della pasta fatta in casa che le nonne preparavano per il pranzo della domenica, come da tradizione pugliese.

Questo nuovo progetto è stato portato avanti con il supporto di un gruppo di ragazzi pugliesi - a conferma della volontà dell'azienda di puntare e investire sui giovani - e prevede anche il restyling del sito web, una nuova strategia social e la realizzazione di uno spot promozionale dal forte carattere identitario, ironico e coinvolgente, capace di far sorridere e al tempo stesso emozionare.

Un modo di comunicare meno istituzionale e più diretto, emozionale, per cercare di entrare direttamente nel cuore del consumatore e coinvolgerlo interamente in quelli che sono i valori dell'azienda, che porta avanti ormai da molti anni.

Sono questi tutti elementi che hanno da sempre caratterizzato l'attività del Pastificio Cardone e saranno la base del suo futuro. Una sinergia forte tra passione, territorio e cura del dettaglio, con l'obiettivo di suscitare nel consumatore emozioni attraverso il ricordo di ciò che eravamo, delle tradizioni autentiche dei nostri nonni attraverso uno dei simboli della nostra tradizione culinaria: la pasta.

Valerio Palasciano

PASTIFICIO CARDONE, Fasano, via Sant'Oronzo 195, tel. 080 4395635. pastificiocardone.it

Bufala contro mucca, la guerra delle mozzarelle tra Campania e Puglia. Tra folklore e interessi economici.

Il “derby del latticino” raccontato bene da Pamela Spinelli, che ha sentito le ragioni dei due Consorzi in lotta.

Le mozzarelle prodotte dal caseificio Palazzo (marchio Murgella) di Putignano, uno dei più grossi produttori pugliesi di formaggi freschi di qualità (foto Caseificio Palazzo). Nell’altra pagina una mozzarella di bufala (Foto del Consorzio di tutela Mozzarella di Bufala Campana Dop).

LA GUERRA DELLA MOZZARELLA, il derby del latticino: mucche contro bufale. Puglia e Campania una contro l'altra per la mozzarella Dop. Due prodotti diversi, eppure così simili. A vederle potrebbero sembrare quasi uguali. Ma all'assaggio no, non ci si confonde.
La contesa nasce prima dalla richiesta - e poi dalla pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale - della proposta del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Maurizio Martina, di riconoscimento della denominazione di origine protetta alla Mozzarella di Gioia del Colle. Un fatto, questo, che ha fatto esultare i pugliesi ed infuriare i campani che il Dop ce l'hanno già da tempo e che, in tal modo, vedono insidiato il proprio primato.
In realtà, parliamo di due tipi di mozzarella completamente differenti: di latte di bufala quella campana, di latte vaccino quella pugliese. La guerra, dunque, non avrebbe motivo di esistere.
Ma vediamo intanto di capire le caratteristiche dell'una e dell'altra.

La mozzarella di bufala campana dop
La mozzarella di bufala campana dop è un prodotto unico che culmina in eccellenza per sapore e proprietà nutrizionali. Espressione di un territorio, lo racconta nell'essenza, riportandone la cifra più autentica, attraverso una storia che la proietta tra i prodotti del Made in Italy più celebrati nel mondo. Al punto tale che l'universo economico che le gira attorno è una delle principali voci del Prodotto interno lordo della Campania: 104 aziende di trasformazione, 1300 allevatori, 15mila dipendenti, una produzione cresciuta del 31% nel decennio 2006-2016 e del 7,5% soltanto nel primo semestre del 2017, fino a raggiungere i 600 milioni di euro di valore di mercato. Nel 2016 sono stati prodotti poco più di 44 milioni di chilogrammi di Mozzarella di Bufala Campana, di cui il 32% esportato principalmente in Francia, Germania, Gran Bretagna, Stati Uniti, Svizzera, Spagna.
A vigilare, valorizzare e promuovere la mozzarella di bufala campana Dop c'è un apposito Consorzio che è il primo per importanza dalla Toscana in giù ed il quarto in Italia dopo Parmigiano Reggiano, Grana Padano e Prosciutto di Parma.
Il disciplinare prevede esclusivamente l'utilizzo di latte di bufala intero fresco proveniente dagli allevamenti dell'area Dop, situati in 4 regioni: Campania, Lazio, Puglia e Molise: il 90% della produzione è tra Caserta e Salerno, seguite da Napoli, Benevento, Latina, Frosinone, Roma, Foggia e Venafro.
Il marchio Dop ha consentito di far conoscere il prodotto originale, il suo territorio e il sapore inconfondibile, ma soprattutto ha permesso al consumatore di distinguere mozzarelle non certificate dalla Mozzarella di Bufala Campana che è soggetta a tantissimi controlli, dall'allevamento della bufala fino alla vendita al consumatore.

La mozzarella di Gioia del Colle
I maestri casari pugliesi furono celebrati dall'Istituto Luce già nel dopoguerra. Un cortometraggio dell'epoca descrive l'attento lavoro dei casari baresi che da cento anni producono la mozzarella di Gioia del Colle. È la mozzarella regina della Puglia. La mozzarella dop di Gioia del Colle è biologica e viene realizzata con latte di mucche da pascolo che devono nutrirsi all'aria aperta almeno 150 giorni all'anno. Ma se per il pane la differenza la fa il lievito madre, per la mozzarella dop della Puglia è il "siero innesto" il punto di forza di una fermentazione naturale al cento per cento.

Nata nelle masserie dei brulli e siccitosi altopiani della Murgia barese e Tarantina, trova la sua massima espressione di tipicità e storicità nella zona di Gioia del Colle. Ed è da qui che, a partire dall'immediato dopoguerra, la mozzarella è partita alla conquista del mondo. Da allora, il prodotto si è diffuso ovunque e rappresenta oggi il formaggio più imitato e prodotto al mondo: la tecnologia è stata però spesso modificata, fino allo sviluppo delle moderne tecniche industriali di produzione. Per questa ragione oggi il mercato è invaso da mozzarelle vaccine di tutti i tipi, ma che nulla hanno a che vedere con il prodotto "originale": la mozzarella di Gioia del Colle ha infatti delle peculiarità che la distinguono nettamente dalle tante versioni "modernizzate" ed "innovate"; caratteristiche che state condensate nel disciplinare di produzione della istanza di Dop.

Il riconoscimento Dop
Dopo una trafila burocratica iniziata trent'anni fa, solo lo scorso anno la Mozzarella di Gioia del Colle ottiene il riconoscimento Denominazione Origine Protetta dal Ministero delle Politiche agricole. Ma il presidente del Consorzio di tutela mozzarella di bufala Campana Dop, Domenico Raimondo, non ci sta e conferma il ricorso. Anzi due: quello in atto per la conoscenza degli atti dell'iter e quello contro il via libera del ministero delle Politiche agricole alla nuova Mozzarella Dop di Gioia del Colle. "È una decisione che non possiamo accettare - dice - a tutela del prodotto, della nostra storia e di consumatori come la signora Maria che devono poter distinguere cosa acquistano. Nella dicitura della Dop andava scritto 'mozzarella di latte vaccino di Gioia del Colle', invece una dicitura scritta in piccolo sotto il logo sa di presa per i fondelli''.
"È una vittoria del territorio - sostiene, invece, Piero Laterza, presidente del Comitato promotore della mozzarella Dop di Gioia del Colle e presidente degli allevatori di Ara Puglia - che riconosce la storicità, la passione e la tipicità di quanti, da almeno un centinaio di anni allevano bovini da latte nei 16 Comuni previsti dalla denominazione, nell'area Alta Murgia barese-tarantina. Qui storicamente gli artigiani hanno fatto la differenza nella qualità della produzione casearia. E Gioia del Colle è stato tra i primi territori nella produzione e nell'export del nostro oro bianco".

Pamela Spinelli

C'è un luogo dove le giornate sono scandite dalle campane, e le anziane signore sorridono agli estranei. È Bovino

Nel comune situato sui Monti Dauni, racconta Michele Grande, i bambini corrono per le vie del borgo, giocano a pallone nelle piazze. Qui il tempo sembra essersi fermato. E si può ascoltare il respiro della storia...

MICHELE GRANDE è l'autore di questo articolo e delle foto che lo accompagnano. Fa la guida turistica a Bovino e, manco a dirlo, è innamorato della sua terra, quindi se decidete di andare a Bovino, chiamatelo: 333.2251692.

C'è una parte di Puglia dove le giornate sono ancora scandite dal suono delle campane, dove il sole scalda tiepido fino a ottobre inoltrato, dove le anziane signore che escono da casa ti salutano, abbozzando un sorriso anche se sei un volto completamente nuovo. C'è una parte di Puglia in cui potete ancora sentire i bambini correre per le vie del borgo, giocare a palla nelle piazze... Vi sto parlando di Bovino, piccola perla medioevale sui Monti Dauni.

È un racconto di luoghi e di memorie, di pietre, di case bianche di calce, di palazzi gentilizi, di vicoli e di chiese, che emergono dal silenzio dei secoli e diventano di nuovo vivi per accompagnare il visitatore alla scoperta della nostra terra. Ci appare così, come in un flash d'autore, Bovino (Fg), uno dei "borghi più belli d'Italia" e "bandiera arancione" del Touring Club Italiano, arroccata a 647 metri di altitudine, con le sue compatte e suggestive architetture che sanno di storia e di fede antica: il Castello Ducale, uno dei complessi storici più interessanti per la sua mole, la sua posizione dominante e la torre normanna, la monumentale Cattedrale, di stile romanico-pugliese e facciata del 1231, l'antichissima chiesa di San Pietro, il Rosario, San Francesco, l'Annunziata, il Carmine, Santa Maria delle Grazie che arricchiscono e impreziosiscono il caratteristico centro storico. Dignitoso ed elegante, con gli antichi rioni, gli scorci che digradano nella campagna circostante, i poggi, gli archi, le piazze, gli splendidi portali, i numerosi stemmi, il dedalo inestricabile di stradine, pavimentate con acciottolato, è lì, nella quiete delle antiche atmosfere, pronto a documentare lo scorrere della vita di ogni giorno, a raccontare il tempo passato che diventa memoria del presente e rimanda ad una storia plurimillenaria di antichi splendori, invasioni e dominazioni.

Bovino è lì per accompagnarti alla scoperta delle sue remote origini, con la visita al Museo Civico, che introduce alle radici del borgo attraverso testimonianze di diverse epoche e civiltà con una bellissima raccolta di stele antropomorfe del III millennio a.C., al Museo Diocesano, alla Biblioteca Vescovile, agli Archivi storici, che raccolgono oggetti, paramenti sacri, pergamene, incunaboli, codici manoscritti, segni visibili e inequivocabili di un nobile e illustre retaggio.

È lì per coinvolgere e immergere il visitatore nei luoghi e negli eventi, nel fascino dei falò di San Giuseppe, nel gioioso frastuono delle fanfare per la festa di San Celestino (seconda domenica di ottobre), nelle sagre, nelle mostre e negli spettacoli dell'estate bovinese, che trovano la massima e sublime espressione nella Festa Patronale del 29 agosto, con la tradizionale "cavalcata storica", in onore di Maria SS. di Valleverde. E se proprio non bastasse, appena usciti dal borgo antico, una visita alla Chiesa di Sant'Antonio, incastonata nella villa comunale, tra i più belli ed apprezzati parchi cittadini della provincia, luogo di ristoro e di riposanti passeggiate, tra fontane, alberi secolari e sinuosi vialetti. Un'occasione unica e stimolante per chi sa cogliere, accanto ai segni del tempo, la salubrità dell'aria, il respiro della storia, la serena bellezza dei luoghi. Ed è solo l'inizio della scoperta.

Bovino è un racconto di luoghi e memorie, di pietre, di case bianche di calce, palazzi gentilizi, vicoli e chiese che emergono dal silenzio dei secoli e tornano vivi

DORMIRE

Residenza Ducale
All'interno del castello. Camere arredate con mobili d'epoca, opere d'arte e artigianato, tessuti e complementi di pregio. Doppia: 75 €.
Tel. 0881.912015
residenzaducale.it

COSA FARE

Spa Le pietre del borgo
Cromo ed aromaterapia tra le rocce secolari del centro storico. E poi bagno turco, sauna finlandese o infrarossi, grotta del sale, doccia emozionale, vasca idromassaggio e pausa relax con frutta fresca, tè e tisane pregiate. Vasta gamma di trattamenti basati sulle discipline olistiche.
Tel. 0881 961541.

MANGIARE

Agriturismo Piana delle Mandrie, (Contrada Paduli) e ***Ristorante La Cantina*** (Centro storico) di Nicola Consiglio (389 789 7956). Tutto preparato con estrema cura e con ingredienti di primissima scelta e di produzione propria. Accoglienza e servizio ottimi. Prezzo: 25/30 €.

Antico Mulino Grasso.
Visita/dimostrazione con possibilità di prenotare un aperitivo con prodotti locali (tel. 346.1311899). Si trova a 40 metri dalla SP 110 Statale delle Puglie, in prossimità del Ponte di Bovino.

Daniela Mele, la ragazza che vuole fotografare tutti i comuni pugliesi. E poi quelli italiani...

Scatti coloratissimi, immagini mai banali, foto piene di vita: la giornalista e instagramer barese collaboratrice della rete Yallers ha lanciato la sua sfida personale, fotografare tutti i 258 comuni della regione.

BARI

DANIELA MELE

CORATO

FAETO

PESCHICI

GIOVINAZZO

DANIELA MELE, BARESE, GIORNALISTA E instagramer, è l'autrice delle foto magnifiche che vedete in questa pagina. CI ha incuriosito non solo per la bellezza dei suoi scatti ma anche per la sua originale sfida. Che nasce quasi per caso.

«Ero alla ricerca della mia identità lavorativa quando mi sono imbattuta nel magico mondo di Instagram. Sono sempre stata appassionata di social network ma quello dedicato alle immagini mi è sembrato sin da subito la mia collocazione naturale, provenendo dal mondo della fotografia. Ho acquistato dei corsi su Instagram e mi sono lanciata alla ricerca di una mia dimensione virtuale. Siccome il suggerimento di tutti gli instagramers era di cercare una propria nicchia, quando mi sono imbattuta in un annuncio di Giorgio Monticelli su Facebook ho capito di aver trovato il mio scopo. Come Presidente di Yallers APS cercava amministratori per gli account regionali che aveva appena aperto a nome dell'associazione, con l'intento di promuovere il territorio italiano. In pratica si trattava di gestire Yallers Puglia: un account che contava 43 followers a inizio giugno 2016».

Cosa dovevi fare?

«Bisognava ricercare foto di qualità che parlassero del territorio ma soprattutto di luoghi poco conosciuti della nostra bella regione. Ciò che da subito mi ha attratto è stata la voglia di fare gruppo e incontrarsi. Essendo un'associazione per la promozione sociale, Yallers organizza uscite fotografiche per soci e non denominate "photowalk" o "photoexperience"».

A giudicare dai numeri, stai avendo un grande successo!

«Mi sono lanciata, iniziando in sordina ma ottenendo sem-

pre più risultati e facendo crescere l'account e la popolarità dell'associazione in Puglia fino a raggiungere 25.000 followers. Ho potuto conoscere nuova gente ma soprattutto iniziare a esplorare con maggiore frequenza posti nuovi, per me sconosciuti, in Puglia. Ho deciso quindi di dare un senso anche al mio account personale (@daniela.mele.foto), lanciando una sfida con un hashtag associato: la #sfida258, ovvero visitare e fotografare tutti i 258 comuni pugliesi».

Quando hai iniziato?

«Dal gennaio 2017 ho iniziato a pubblicare le foto che scattavo durante le uscite, parlando dei luoghi visitati ma anche degli stati d'animo che accompagnavano gli scatti. Mi sono totalmente dedicata alla fotografia paesaggistica e ho scoperto di amarla profondamente. Saper immortalare luoghi con una prospettiva diversa, esaltare i bianchi e i blu della nostra amata terra e perdersi nei colori di un tramonto sono diventati il senso della mia vita. La sfida è piaciuta a tanti, molti mi hanno scritto nel corso di questi mesi per chiedermi a che punto della sfida fossi, incitandomi o consigliandomi sulla prossima meta di viaggio. Ho potuto vivere con tanti amici la scoperta di posti semi sconosciuti, grazie anche al racconto delle guide che ci hanno supportato nelle uscite fotografiche».

In molti ti staranno invidiando. Dove trova il tempo per girare tutti i Comuni?

«Sono mamma e moglie quindi la mia sfida procede nel weekend, appena ho la possibilità di muovermi. Al momento ho visitato e fotografato il 10% dei comuni pugliesi quindi la strada è ancora lunga, ma ci sarà da divertirsi. Nel frattempo grazie a Yallers ho potuto visitare anche le regioni vicine alla Puglia, in particolare Calabria e Basilicata. Sconfinando ho ideato una nuova sfida davvero complessa ma altrettanto stimolante: la #sfida7982 , visitare e fotografare i 7982 comuni italiani. Potrei non finirla mai ma questo è il bello. Mai porsi limiti.

RUVO

SAN VITO

TRANI

VICO DEL GARGANO

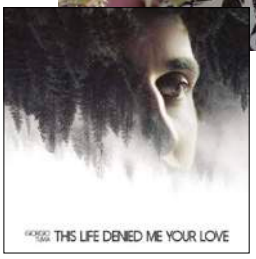
VILLA CASTELLI

ALBEROBELLO

Giorgio Tuma, il salentino timido e umile, autore di un capolavoro assoluto: "This life denied me your love"

«La sua arte - scrive Amedeo Confessore - intreccia splendidamente pop, ricerca e melodia.
E meriterebbe palcoscenici diversi, che solo la miopia di questi tempi moderni ancora gli nega.

L'ISTANTANEO SPOSTAMENTO DI MATERIA da un luogo a un altro dell'universo è l'essenziale veicolo per raggiungere i luoghi del cuore di cui ho disegnato la mappa sul mio personale taccuino emotivo. Il Pier 39 a San Francisco per iniziare, oppure Battery Park nella New York dei miei venti anni, che ho amato e che non tornerà mai più. Ancora St. John's Wood lungo la Northern Line underground di Londra o il pericolo costante dei vicoli intorno al porto di Marsiglia, quindi la vista del nudo porto di Brindisi, senza barche e senza umani.
Aggiungo infine, la strada statale 101 che da Lecce ti spinge in direzione Sud e che rimane una strada anonima per il 90% del suo tragitto, fino a quando non si approccia Gallipoli e improvvisamente si apre, regalando agli occhi lo specchio d'acqua che disegna il contorno urbano e ne definisce la stratosferica bellezza.
Sono questi i luoghi in cui la mia materia trasferita avverte il senso della lontananza e del distacco, dove per incanto i rumori cessano e il silenzio diventa corposo, lasciando spazio ai suoni che trovano nello specifico geografico la loro ragione di essere.
Ho cercato l'Italia ogni volta che l'ho lasciata, mi sono sforzato di ricordarne i profumi e le particolarità quando il quadro di vita che avevo di fronte mi sembrava sconfortante, in un gioco di bilanciamento dei desideri, mi sforzavo di ricreare le condizioni necessarie a ristabilire il trasporto necessario a traguardare il motivo della mia presenza così lontana dagli affetti.
Più tardi, nella vita da adulto, ho imparato che nel mondo e nel modo ristretto in cui viviamo, le aperture sono importanti, gli spazi essenziali e il potere del pensiero creativo diventa parte principale e necessaria.
Una volta, mentre osservavo con G. il mare della baia di Felloniche a pochi chilometri dalla fine della terra di Puglia conosciuta, mi è capitato di ascoltare la musica del cantautore salentino Giorgio Tuma.
In quel momento esatto, sono riuscito a unire i puntini dei luoghi desiderati, come in un gioco nel quale i suoni funzionavano da teletrasporto delle emozioni.
Non sono particolarmente attratto da quella che io definisco l'industrializzazione delle tradizioni, il falso senso di appartenenza al territorio sbandierato come unico vessillo per promuoverne la bellezza dei luoghi.
Quel giorno al mare, sotto l'effetto dei suoni di Tuma, il Salento mi appariva geograficamente come l'incrocio perfetto tra gli spazi sconfinati del Pacifico che si osservano mentre scendi da Los Angeles verso San Diego e l'immaginaria terra del pop perfetto che abbraccia Burt Bacharach, Nick Drake e le convulsioni psycho pop degli Stereolab.
Fermo al centro di questo incrocio immaginario, mi sentivo felice e finalmente a casa, in un Salento che si proponeva allo scenario internazionale con qualità, Amazing Puglia finalmente.
È il 2005, l'anno in cui esce il disco d'esordio di Giorgio Tuma e segna già la distanza in suono e concetto dalle proposte che in quel periodo venivano immesse nel mercato, di deriva leggermente tropicalista, Uncolored [Swing'n'Pop Around Rose], ha il grosso merito di fare da apripista e regalare fiducia al nostro uomo, che pochi anni dopo riesce a siglare un contratto discografico con la spagnola Elefant Records per la quale usciranno i tre album successivi, uno di transizione (My Vocalese Fun Fair), un quasi capolavoro (In The Morning We'll Meet), e un capolavoro assoluto (This Life Denied Me Your Love).
Molte delle produzioni di Giorgio Tuma sono state realizzate a Guagnano, presso i SUDEST studio di Stefano Manca, luogo simbolo delle realizzazioni di musica indipendente nel Salento (Matilde Davoli e Populus, oltre a Laetita Sadier degli Stereolab sono di casa), e centro propulsivo del ControNatura festival che si tiene ogni Estate durante il mese d'Agosto e rapidamente diventato il punto di riferimento di tutti gli appassionati di musica alternativa, dimostrando anche in questo caso come la produzione culturale di una regione non passa soltanto per la valorizzazione di quello che ha già in seno, ma anche e forse soprattutto, diversificando l'offerta per i turisti e i residenti.



HO AVUTO MODO DI CONOSCERE GIORGIO TUMA durante una trasmissione radiofonica presso gli studi di Ciccio Riccio, una delle più importanti stazioni radio del Meridione, dove era intervenuto per presentare il suo ultimo lavoro "This life denied me your love", e devo riconoscere che quello che più mi ha colpito dell'uomo ma ancor di più dell'artista, è stato il suo basso profilo, l'assoluta umiltà dell'approccio e la sua naturale timidezza, una serie di caratteristiche che onorano il criterio comportamentale di quello che al momento attuale (con Amerigo Verardi), è senza dubbio l'artista più internazionale presente in Puglia.
La sua arte, che intreccia splendidamente pop, ricerca e melodia, merita palcoscenici diversi che solo la miopia di questi tempi moderni ancora gli nega.
La bellezza per chi ha avuto modo di leggere queste parole è a portata di un click dalle piattaforme di streaming. Non lasciate che vi sfugga.

CANTINE RISVEGLIO

FESTEGGIA I 5 GRAPPOLI DELLA GUIDA BIBENDA 2018
PER IL SUSU' 2015

**NON ABBIAMO SCOPERTO IL SUSUMANIELLO,
LO ABBIAMO SOLO MIGLIORATO.**

E auguriamo ad "Amazing Puglia" di andare sempre più su.
Anzi, Susù

www.cantinerisveglio.it

L'ALTRA FACCIA DEL TEMPO. LA POTENZA SIMBOLICA DELLE MERAVIGLIE

Illustrazione **FILIPPO MOTOLE**
Testo **ROBERTO ROMEO**

Le altezze di un pino marittimo, sagoma familiare del paesaggio mediterraneo, di quelli che si curvano sui portali delle masserie o risalgono dai declivi delle spiagge. È uno dei segni della Puglia, più risalenti come le siepi di macchia, tenuti ad asciugare dal sole e dal vento salmastro di due mari opposti. Il dipinto di Filippo Motole è una cartografia del tempo, scandito in tutta la sua lentezza dalle ombre rassicuranti della natura, dai contrasti di un cielo di zucchero azzurro, dalla luna che rimescola il tempo senza fretta, circolarmente come i suoi segni, dal biplano che disegna traiettorie datate, e dalla caffettiera che effonde i suoi sbuffi e i suoi profumi. E il vecchio pino resta lì, testimone di una terra che contempla il tempo, una meridiana verticale che misura il sole dalla parte della lentezza. Perché una delle virtù della Puglia è proprio questa, la bellezza dei paesaggi, di stradine intricate, di bottegai solitari, di pietre sovrapposte, dei sapori tramandati, dei barocchi affacciati che disegnano forme rarefatte al tempo, lontane dagli animi ansiosi delle città.
La Puglia è ciò che sta dall'altra parte, è la terra nella quale le stagioni resistono con le loro "mezze" e il Sud mostra ancora la sua faccia meno contaminata, terra di fame e di magia che cura col violino e col tamburo. È la Puglia, terra di Bodini, caleidoscopio della diversità che ne confessa il fascino, come una fortezza che si protegge da tempi troppo social, come dice il poeta, «una mezzaluna nel sole di maggio, la tazza di caffè, le parole perdute, tra palazzi di tufo, in una grande pianura».
Il lavoro di Motole è esattamente questo, l'istantanea della Puglia che resiste al tempo e conserva nel recupero del passato una parte importante della sua forza. La Puglia è come quegli specchi conservati nelle vecchie e umide case baronali che portano sopra i segni del tempo, con gli angoli scalfiti e il dorso macchiato, ma che consegnano ugualmente una "luce troppo chiara". Come se il tempo non fosse riuscito a corrompere gli oggetti. Il segreto è tutto qui, nell'integrità delle cose che si traduce in originalità, negli spigoli miti e levigati della parola e delle persone, nelle tradizioni che si concedono alla scoperta e alle tendenze del mercato.
Il pino marittimo è uno dei simboli di questa terra, non un monumento sepolcrale e indolente, ma una sentinella su un mondo liquido che comunica vecchie preferenze e valori nuovi. Lui sta lì, tra il confine delle terre e l'azzardo del mare, a fare da contrappeso alle bellezze dei luoghi in vetrina sui migliori cataloghi viaggi: e mentre interroghi il perché della riscoperta, arrivano echi ancora più lontani, a bordo del biplano che atterra in Puglia dalle rotte della storia, come gli esempi di Mann, Kafka, Joyce e Proust, che nella vita hanno provato a disegnare una nuova geografia della terra e dell'anima. Come se la vita fosse parte illuminata di quell'immaginario nel quale un pino marittimo nella riserva di Torre Guaceto, con la luna a capolino, una moka fumante e un bimotore appeso a un filo, non è un semplice sempreverde della famiglia delle Pinacee.

Infine

"LA PRIMA VOLTA", NEGRAMARO

Parlami di quando mi hai visto per la prima volta. Ti ricordi a stento o rivivi tutto come fosse allora? Avevo l'aria stanca, appeso ad una luna storta, o forse ero attento a non perdermi negli occhi, nei tuoi occhi ancora. E ti ricordi il mondo, quanti giri su se stesso. Era lento il tempo o correva come un matto?
E adesso non c'è niente al mondo che possa somigliare in fondo a quello che eravamo, a quello che ora siamo, a come noi saremo un giorno.
Ti ricordi quando mi hai ucciso per la prima volta. Hai mirato al centro e hai colpito un po' per sbaglio e per sbaglio hai vinto. E tremava il mondo. Quanti giri su se stesso. Sta scadendo il tempo, o mi rimani ancora accanto?
E adesso non c'è niente al mondo, che possa somigliare in fondo a quello che eravamo, a quello che ora siamo, a come noi saremo un giorno.
Non ricordo quella volta, in cui ti ho visto ed eri un'altra, non ricordi quella volta, in cui mi hai tolto pure l'aria, non ricordo la tua faccia, quando hai fatto la mia smorfia, non ricordo la mia casa.
E adesso non c'è niente al mondo che possa somigliarci in fondo, a quello che eravamo, adesso non lo siamo e forse lo saremo un giorno, sì ma adesso non ha senso il mondo se con un gesto hai cancellato tutto, la storia che eravamo, i giorni che ora siamo e l'assenza che saremo un giorno.
Parlami di quando mi hai amato per la prima volta.

I NEGRAMARO SARANNO IN CONCERTO A LECCE, IL 13 LUGLIO 2018, ALLO STADIO DI VIA DEL MARE

RENAULT
Passion for life

Nuovo
Renault KOLEOS
Crossover by Renault

TI ASPETTIAMO PER UN TEST DRIVE

Affronta tutte le strade, anche quelle che sembrano impossibili, con la tecnologia ALL MODE 4x4 di Nuovo Renault KOLEOS. Provalo anche domenica con il sistema R-LINK 2 e l'apertura del bagagliaio mani libere.

DRIVE YOUR LIFE

CONCESSIONARIA RENAULT FIVE MOTORS
UNICA CONCESSIONARIA PER TARANTO E BRINDISI

Viale Unità d'Italia 601 - **TARANTO** Tel.099.7712845 | Via E.Fermi 5/D Z.I. - **BRINDISI** Tel.0831.1821023

fivemotors.it

PUGLIA
OUTLETVILLAGE

90 NEGOZI • SCONTI FINO AL 70%

TERRA DI SOLE E DI SHOPPING.

Nel cuore del Mediterraneo, a pochi chilometri da Bari e dalle meraviglie delle coste adriatiche, immerso in un panorama di ulivi e al confine con le terre della Murgia c'è il luogo dove la ricerca di un bagno di sole si trasforma in un viaggio indimenticabile, all'insegna dell'ospitalità e dello shopping. Scopritelo visitando il Puglia Outlet Village: oltre **90 negozi** dei brand più di tendenza e **sconti fino al 70% tutto l'anno.**

I NOSTRI BRAND: ADIDAS - REEBOOK, BORBONESE, BROOKS BROTHERS, CALVIN KLEIN JEANS, CALZEDONIA - INTIMISSIMI, DENNY ROSE, HARMONT AND BLAINE, HARMONT AND BLAINE JUNIOR, ENRICO COVERI, FRATELLI ROSSETTI, FREDDY, GAS FACTORY OUTLET, GATTINONI, GUESS, K-WAY, LEVI STRAUSS & CO., LINDT MAITRE CHOCOLATIER, LIU-JO UOMO, MANILA GRACE, MARINA MILITARE, MELTIN'POT, NIKE FACTORY STORE, REBEL QUEEN BY LIU-JO, TIMBERLAND FACTORY STORE, TRUSSARDI JEANS, UNITED COLORS OF BENETTON, VANS **E MOLTI ALTRI.**

ORARI DI APERTURA Tutti i giorni 10 - 20
da aprile a settembre 10 - 21
INFOLINE Tel. +39 080 3370211 • **BOOKING ONLINE** pugliaoutlet.it
SS16 BIS - USCITA > MOLFETTA Z.I. O BISCEGLIE SUD • **PUGLIAOUTLET.IT**

LAND *of* FASHION