

www.kalamagazine.com - Anno 4 - Numero 5 - ESTATE 2021

05

# kamala

DISTRIBUZIONE GRATUITA



GRANDI SPERANZE

GIULIA FRIGIERI | POPULOUS | RAPHAEL GUALAZZI | SERAFINO MURRI | FRANCESCO SANAPÒ





levelProject  
contract\_design



Leffe  
TRIPLE  
TRIPLE



# brunda



*non chiamatela  
solo pizza*

**BRUNDA PIZZERIA/BIRRERIA**

**PIAZZA DANTE, 8 - BRINDISI - ITALY**

**TEL. +39 320 891 8821**

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

# Novità



**Biscotti  
Ottimini "I Ripieni"  
alle nocciole**



**Golosa  
tentazione!**



[www.divella.it](http://www.divella.it)



*Passione Mediterranea*

# GRANDI SPERANZE

## **Avete provato a digitare “speranza” su Google in questo periodo?**

I primi risultati hanno tutti un chiaro riferimento al Ministro della Salute dell'attuale Governo italiano. Non potrebbe essere altrimenti. In fondo è stato protagonista di mesi complicati a livello globale e, tra virus e vaccinazioni, il suo nome è senza dubbio uno di quelli più chiacchierati, nel bene e nel male.

La Treccani spunta quasi alla fine della prima pagina del motore di ricerca con tutte le sfumature di significato e di utilizzo che il termine “speranza” porta con sé. Ma il cuore del sostantivo è sempre lo stesso. Indica attesa, indica desiderio.

Kamala, dopo un anno in cui ha parlato solo digitalmente, torna con il cartaceo e torna con **“Grandi Speranze”**. Il tema, di dickensiana memoria, è il respiro di sollievo che vogliamo dare tutti dopo aver attraversato inferno e limbo senza accompagnatori altisonanti, ma solo con paure e insicurezze.

**Le voci, che in questo numero si sono susseguite, hanno già rimesso insieme i cocci e hanno rivolto lo sguardo a un orizzonte nuovo.**

Il **“dopo”** che stiamo già vivendo non è senza passato, anzi. **Nutrire grandi speranze non significa far finta che non sia mai accaduto nulla, bensì iniziare a credere fermamente nel valore del tempo e degli attimi.**

Le mancanze provate tendono oggi a consolidare i legami più veri, ma diventano anche coraggio per intraprendere nuove strade e nuovi rapporti. Alla diffidenza con cui alcuni stanno rispondendo alla ripresa, c'è chi mette ancora avanti il **sogno**.

La musica e lo spettacolo, ma anche la ristorazione e le aziende che si sono reinventate, chiunque abbia subito la violenza dell'effetto covid sente forte **il bisogno di uscire dall'occhio del ciclone con un entusiasmo diverso, più consapevole. È l'entusiasmo della speranza.**

Tra queste pagine ce n'è tanta e ha forme che si incastrano l'una all'altra come un puzzle. Al risultato finale si può arrivare solo **con la collaborazione di tutti.**

**“E per un istante ritorna la voglia di vivere, / a un'altra velocità”** (F. Battiato)

**EN** *Have you tried typing “hope” on Google this time of year? The first results all have a clear reference to the Minister of Health of the current Italian Government. It could not be otherwise. After all, he has been the protagonist of complicated months at a global level and, between viruses and vaccinations, his name is undoubtedly one of the most talked about, for better or worse.*

*The Treccani appears almost at the end of the first page of the search engine with all the nuances of meaning and use that the term “hope” brings with it. But the heart of the noun is always the same. It means waiting, it means desire.*

*Kamala, after a year in which he spoke only digitally, returns with paper and returns with “Great Hopes”. The theme, of Dickensian memory, is the breath of relief that we want to give everyone after having crossed hell and limbo without high-sounding companions, but only with fears and insecurities.*

*The voices, which followed one another in this issue, have already put the pieces back together and have turned their gaze to a new horizon.*

*The “after” we are already living is not without the past, on the contrary. To have high hopes does not mean to pretend that nothing ever happened, but to begin to believe firmly in the value of time and moments. The shortcomings experienced today tend to consolidate the truest ties, but they also become courage to take new paths and new relationships. To the distrust with which some are responding to the recovery, there are those who still puts forward the dream.*

*The music and the show, but also the catering industry and the companies that have reinvented themselves, anyone who has suffered the violence of the covid effect feels a strong need to get out of the eye of the storm with a different enthusiasm, more conscious. It is the enthusiasm of hope.*

*Between these pages there is a lot and has shapes that fit together like a puzzle. The final result can only be achieved with the cooperation of all.*

*“And for an instant the will to live returns, / to another speed” (F. Battiato)*



2021

M  
E  
T  
R  
O  
P  
O  
L  
I  
T  
A  
N

www.metropolitanadv.it

Style

*essere è come fluttuare  
perché non c'è la che non esiste  
e che poi diventa reale*

  
**metropolitan**  
communication agency

## EDITORE

METROPOLITAN ADV

Via Monte Grappa, 59 - 73013 Galatina (LE)

Tel. 0836 21 01 02 - [www.metropolitanadv.it](http://www.metropolitanadv.it)

## LA REDAZIONE



DIRETTORE RESPONSABILE  
E CAPOREDATTORE  
VALENTINA CHITTANO

[valentina@metropolitanadv.it](mailto:valentina@metropolitanadv.it)



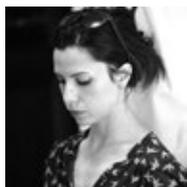
RESPONSABILE COMMERCIALE  
E RESPONSABILE ARTISTICO  
RAFFAELLA CALSO

[raffaella@metropolitanadv.it](mailto:raffaella@metropolitanadv.it)



WEB E GRAFICA  
ALESSANDRO CHITTANO

[web@metroadv.it](mailto:web@metroadv.it)



COPYWRITER, ACCOUNT  
DANIELA NATALE

[daniela@metroadv.it](mailto:daniela@metroadv.it)



SOCIAL MEDIA  
ILARIA ROLLO

[ilaria@metroadv.it](mailto:ilaria@metroadv.it)



FOTOGRAFO  
RAFFAELE LA GALLA

[photo@metroadv.it](mailto:photo@metroadv.it)

## AUTORIZZAZIONE

Iscritta al n. 4 del Registro della Stampa  
del Tribunale di Lecce l'11 aprile 2018.

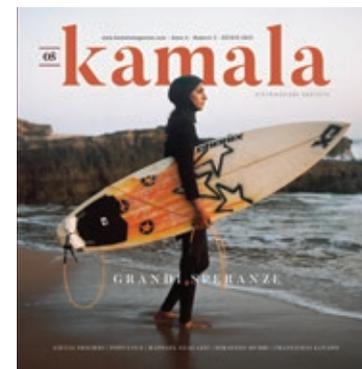
STAMPA Editrice Salentina, Galatina (LE)

COPIA OMAGGIO // Numero 5, Anno 4 - Estate 2021

© Metropolitan Adv - è espressamente vietata ogni  
riproduzione, anche parziale, in qualunque forma.

## KAMALA NUMERO 5 \_ ESTATE 2021

In Copertina: foto di **Giulia Frigieri**



## SOMMARIO

- 7 Editoriale
- 10 ARTE E FOTOGRAFIA | Giulia Frigieri
- 14 AZIENDE E TERRITORIO | La luce oltre il buio
- 16 INCONTRI E PERSONE | Impossible is nothing: il covid-19 e l'idea del futuro
- 18 AZIENDE E TERRITORIO | Avere le mani in pasta è un "vizio di famiglia"
- 20 INCONTRI E PERSONE | Quel profumo che sa di casa e ti porta in capo al mondo
- 24 AZIENDE E TERRITORIO | La bellezza che migliora la vita
- 26 AZIENDE E INNOVAZIONE | Le grandi firme a portata di click
- 28 AZIENDE E TERRITORIO | La svolta buona del packaging
- 30 AZIENDE E TERRITORIO | Il Salento ai nastri di ripartenza
- 32 SULLA VIA DEI VIAGGIATORI | Africa '70
- 36 AZIENDE E TERRITORIO | Smart Working: il lavoro si fa a misura d'uomo?
- 38 TECNOLOGIA E INNOVAZIONE | Credere nella sostenibilità non basta più
- 40 AZIENDE E TERRITORIO | Lo sviluppo del territorio parte dall'esperienza
- 42 PERSONE E MUSICA | Populous
- 44 AZIENDE E TERRITORIO | Sentirsi parte di un sogno che non smette di stupire
- 46 #TUTTOLANNODONNA | I colori oltre il boato
- 50 PERSONE E MUSICA | Raphael Gualazzi
- 52 TECNOLOGIA E INNOVAZIONE | A un passo dal mondo
- 54 INCONTRI E PERSONE | Cosa ci inventiamo oggi?
- 58 AZIENDE E TERRITORIO | La medicina come missione
- 60 TECNOLOGIA E INNOVAZIONE | Nuove dimensioni, nuove azioni
- 62 PERSONE E LETTERATURA | Ispirazioni in poesia e in prosa
- 64 INCONTRI E PERSONE | Arex e Vastatore, i babysitter digitali...
- 66 EMOZIONI E POESIA | Pezzi di cielo

## RINGRAZIAMENTI

Titti Stomeo, Serafino Murri, Stefano Caccavo, Daniele Manni, Alessia Rollo, Gioara Rizzo, Enrica Colazzo, Giulia Frigieri, Carlo Congedo, Cristiano Carriero e Alessandro Piemontese, Giuseppe Conoci, Gigi Stefanizzi, Luchadora, Populous, Raphael Gualazzi.



WRITTEN BY  
ALESSIA ROLLO

# GIULIA FRIGIERI

IDENTITÀ, RAPPRESENTAZIONE FEMMINILE E RELAZIONI INTERGENERAZIONALI

## FEMMINILE

ARTE E FOTOGRAFIA



**GIULIA FRIGIERI**  
FOTOGRAFA

ARTE & FOTOGRAFIA

**EN** *Giulia Frigieri's photography portrays different narratives, far from what is daily before our eyes. For several years he has been moving between the Mediterranean and the Middle East capturing a reality far from the mainstream narrative. "Surfing Iran" is a photographic series that talks about an identity in motion and tells the experience of a community of people who practice surfing in the South of Iran.*

**Giulia, osservando i tuoi progetti non si può fare a meno di osservare che spesso orienti il tuo sguardo e la macchina fotografica verso i giovani o il femminile. Hai sempre esplorato questi universi? Cosa cerchi nelle storie che racconti?**

Ho iniziato a fotografare quando ero all'università. Studiavo Antropologia e Media a Londra, ero affascinata da quello che studiavo, dai viaggi che immaginavo e dai miei coetanei che venivano da tutto il mondo. Ho iniziato quindi a fotografare l'intimità con i miei amici, come molti fotografi credo, e ho iniziato a viaggiare tra Medio Oriente e Nord Africa, in Marocco e in Libano nel 2013, in Turchia e Iran nel 2014, e così via.. Negli anni successivi ho iniziato anche a lavorare come insegnante d'inglese, un lavoro che mi ha permesso di vivere e mantenermi in posti diversi. Ora penso che è anche grazie a questo lavoro che mi sono avvicinata tanto agli adolescenti e alle nuove generazioni. Da un anno a questa parte l'impossibilità di viaggiare mi ha portato a concentrarmi su storie più vicine, in Italia e in Francia dove abito ora. Non potendo spostarmi in Medio Oriente ho iniziato così a documentare **le comunità musulmane in Italia**, i ragazzi di seconda generazione e a lavorare su **un'onesta rappresentazione che ancora fatica ad esserci in Italia**. Quindi sì, c'è sempre stato un interesse sia per il Medio Oriente sia per i "giovani" che si è sviluppato nel tempo e grazie alle scelte (lavorative e non ) che ho fatto. **Quello che cerco di fare attraverso la mia fotografia è portare alla luce delle narrative oneste, forti, e positive che facciano luce su situazioni spesso non raccontate, ignorate o illustrate superficialmente.**

**Raccontaci un po' di Surfing Iran, una serie fotografica che parla di una identità in movimento, di preconcetti ed epocali cambiamenti.**

**Come è nato questo progetto? Come hai conosciuto Shahla Yasini?**

Sono stata tre volte in **Iran**, la prima del 2014. Mi sono innamorata. Ovviamente, **l'Iran non ha nulla a che vedere con tutta la narrazione dei media mainstream**, è invece un posto bellissimo, con **persone incredibilmente ospitali** (esiste un codice di comportamento tra Iraniani chiamata TAROF per quanto riguarda l'ospitalità con una serie di vincoli e obblighi da rispettare!), **solari** con una grande **gioia di vivere**, nonostante

le gradi restrizioni imposte dal regime. **Cercavo dunque la possibilità di raccontarlo** per quello che era, di trovare narrazioni che mettessero in luce le sue **storie di resilienza**, di forza e di lotta, **soprattutto da parte di giovani donne**. Ed ecco che un'amica Iraniana mi disse di aver sentito che nel sud dell'Iran c'era una **comunità di persone che facevano surf**...negli anni successivi mi documentai e scopri che la surfista Irlandese Easkey Britton insieme alla film maker Marion Poizeau tra il 2013 e il 2014 avevano individuato un luogo possibile per fare surf nella spiaggia di Ramin, un golfo protetto nella zona di Chabahar e vi erano tornate più volte, successivamente anche invitando due atlete Iraniane, **Shahla Yasini**, Diver e guida sub e Mona Seraji, nota snowboardista, per insegnare loro a surfare. Marion aveva girato un documentario nel 2014, chiamato INTO THE SEA in cui raccontava questa storia. Mi ci vollero un po' di anni prima di arrivare a contattare Easkey e successivamente Shahla. Mi decisi a farlo nell'estate 2017, dopo alcuni anni dall'inizio del fenomeno e in un momento in cui si stava formando la prima Iranian surfing Association. **Scrissi a Shahla e dopo un paio di email eccomi di nuovo su un aereo per Tehran**, ovviamente in ansia, sperando di riuscire ad avere un visto turistico all'arrivo (è sempre un po' un rischio, diciamo).

***Il Mediterraneo e il Medioriente sembrano essere i territori in cui ti muovi più spesso. Cosa ti spinge a lavorare sempre in questi luoghi?***

Come dicevo prima, sono stufo di vedere sempre le solite narrazioni. **Sono stufo di vedere che il Medio Oriente appare nelle news internazionali solo quando succede qualcosa di brutto o di eclatante**. Sono però sollevata nel vedere che nonostante i media mainstream siano ancora indietro su molti punti di vista, per quanto riguarda i media indipendenti e la produzione di storie e narrative da parte di tanti fotografi arabi, magrebini, iraniani e da tutto il resto del mondo stiano emergendo. Tutto ciò è bellissimo. **Quello che a me interessa è la ricchezza di connessioni tra questi luoghi, le influenze che questi luoghi hanno l'uno sull'altro, e le sue nuove generazioni, in bilico tra un mondo che a loro sta troppo stretto e un futuro più incerto che mai**.

QUELLO CHE A ME INTERESSA È LA RICCHEZZA DI CONNESSIONI TRA QUESTI LUOGHI, LE INFLUENZE CHE QUESTI LUOGHI HANNO L'UNO SULL'ALTRO, E LE SUE NUOVE GENERAZIONI, IN BILICO TRA UN MONDO CHE A LORO STA TROPPO STRETTO E UN FUTURO PIÙ INCERTO CHE MAI.

***Il mondo della fotografia documentaria, del fotogiornalismo sta cambiando molto negli ultimi tempi. Cosa ne pensi a riguardo?***

***Credi che il tuo sguardo o la tua maniera di fotografare stiano cambiando con il tempo?***

Siamo costantemente bombardati di immagini, di video, di contenuti (parola che ancora stento a capire). Tutti abbiamo almeno uno schermo a portata di mano e con quello possiamo creare e mostrare tutto quello che vogliamo. **Il modo di raccontare storie è cambiato**, certo, e così il modo di fruirle, di guardarle. Io personalmente non mi sento attratta dall'avanzamento della tecnologia, anzi, la vedo come una cosa sempre più lontana dalla realtà. **Io sento invece un bisogno di tornare indietro**, di recuperare la stampa analogica, alla manipolazione fisica delle immagini, la teoria del "meno ma meglio". Chissà, non so se è proprio la scelta giusta da fare, ma per il momento non potrei descrivere il mio approccio alla fotografia in altro modo.

***Quale è stata la più grande lezione che hai avuto mentre lavoravi a un progetto fotografico o un incontro chiave nel tuo percorso fotografico?***

La più grande lezione che ho avuto è stata proprio in Iran, nell'ultimo viaggio che ho fatto nel 2019 e si può riassumere nel pensiero: **"quando una cosa non funziona, cambiala, non ti fissare!"**. In quell'ultimo viaggio ho decisamente perso delle opportunità perché ero un po' rigida su quello che volevo, -cosa che in quel momento non stava funzionando- e invece che insistere avrei dovuto seguire più il "flow" di quello che stava succedendo.. **lesson learned! Durante il lock-down hai lavorato con un gruppo di adolescenti e anche recentemente hai scelto di lavorare con un gruppo di giovani delle isole Eolie. Cosa ti ha colpito di più nelle loro storie? Raccontaci un po' la tua esperienza..**

Lavorare con gli adolescenti è bellissimo. Ascoltarli, far loro domande, conquistare la loro fiducia e diventare amici, è stupendo. I ragazzi hanno un'infinità di cose da dire, sono curiosi, hanno sentimenti così forti verso gli altri. In più gli adolescenti del 2020 sono molto più impegnati nell'informarsi sul climate-change di quanto non lo fosse la mia generazione a 15 anni.. chapeau! Sia per il progetto Quaranteens sia per il lavoro che ho fatto con gli adolescenti delle isole Eolie mi sono sorpresa nel vedere così tanta curiosità per il mondo, così tanta voglia di vivere. **Io cerco di ascoltarli non da adulta (quale spesso non mi sento!), ma da persona alla pari, entusiasmandomi e rattristandomi a seconda dei loro racconti insieme a loro.**

***Un sogno fotografico nel cassetto: cosa ti piacerebbe fare nei prossimi anni?***

Questa è un po' radicale, ma dal momento che non siamo in Francia posso dirlo.

Sogno di poter fotografare una donna francese musulmana con hijab per una copertina di un grande giornale francese come Vanity Fair e Maire Claire... questa sarebbe davvero una **conquista** in termini di rappresentazione che è ancora del tutto assente in Francia nei media Mainstream!

METIUSCO®  
ANNIVERSARIO  
1996 - 2021

25



PALAMÀ  
VINICOLA

CANTINA VINICOLA PALAMÀ - VIA ARMANDO DIAZ, 6 - CUTROFIANO (LE) - TEL. +39 0836 542865

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

WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# LUMINO, LA LUCE OLTRE IL BUIO

PER LA PRIMA VOLTA LE LUMINARIE SALENTINE DIVENTANO DAVVERO TRIDIMENSIONALI:  
IL PROGETTO DI LIGHTDESIGN DI LUIGI ABATERUSSO E MATTIA DE CAGNA

# DESIGN

AZIENDE E TERRITORIO

14



**LUIGI ABATERUSSO**  
FOUNDER E DESIGNER LUMINO  
**MATTIA DE CAGNA**  
CEO E FOUNDER LUMINO



**Lumino Creative Design**  
Via Momigliano, 5  
73013 Galatina  
Lecce

Tel. +39 327 352 8954  
info@luminocreativedesign.it

[luminocreativedesign.it](http://luminocreativedesign.it)

C'è chi ha affrontato questi mesi difficili lasciandosi travolgere dal timore e dall'incertezza. **E c'è chi si è rimboccato le maniche, provando a vedere** - nel momento difficile - **un'opportunità.**

**Lumino** è un progetto creativo che, nei mesi precedenti il primo lockdown, stava muovendo i primi passi nel settore del **lightdesign internazionale** e che si è trovato, all'improvviso, a doversi confrontare con il buio. Quasi un paradosso per **Luigi Abaterusso e Mattia De Cagna** che con Lumino avevano scelto di dare una **nuova lettura al concetto di luminaria**. Eppure proprio la fiducia nel mondo vitale e gioioso delle installazioni luminose di design ha permesso al progetto Lumino di alimentare ancora di più le ambizioni alla base del proprio concept. Nei mesi della pandemia il team ha potenziato la rete di contatti con i grandi nomi della moda Made in Italy, avviando importanti collaborazioni. *"Non è stato un anno facile per il nostro team"* - afferma il designer pugliese **Luigi Abaterusso** - *"perché sebbene il progetto fosse stato ideato nel 2019 e avesse già il sostegno di Mattia De Cagna (facente parte della famiglia de Cagna, da quattro generazioni leader nel settore delle luminarie salentine), il 2020 rappresentava per noi l'anno del lancio ufficiale del progetto. Ci siamo trovati spiazzati, come tutti gli imprenditori e le aziende del mondo del resto, chiamati a gestire una situazione nuova che all'improvviso mandava per aria i nostri piani".* Ma, nella difficoltà, il designer e il suo team hanno trovato nuova energia per investire con una convinzione ancora maggiore nel progetto: *"Lumino nasce di per sé come un progetto ambizioso, proponendosi come una strada d'avanguardia per dare alle luminarie un'altra chance, l'opportunità di una nuova interpretazione. **Il concept innovativo che è dietro Lumino fa sì che le stesse luminarie possano essere, oltre a un oggetto di arredo, anche un elemento dalla forte componente simbolica.** E da questo siamo partiti per "leggere" in maniera alternativa, letteralmente creativa, la situazione che si è presentata ai nostri occhi all'alba del 2020".*

**Non potendo rispettare il programma di lancio della prima collezione, i professionisti di Lumino hanno accelerato l'avvicinarsi al mondo B2B, potenziando la propria rete di contatti e sviluppando progetti specifici per gli ambiti dell'allestimento, della scenografia e delle installazioni di grandi dimensioni.** *"Il nostro gruppo realizza allestimenti, scenografie e installazioni partendo dal concetto della luminaria, ma spaziando verso l'avanguardia"* - dichiara **Mattia De Cagna** - *"Forti di un'esperienza decisamente solida nel settore, siamo in grado di fare la differenza con*

un servizio integrato: dalla prima consulenza, alla produzione dell'oggetto fino al montaggio dello stesso, Lumino garantisce qualità nel lavoro in ogni sua fase. Le nostre installazioni luminose possono essere acquistate o noleggiate temporaneamente e questo rappresenta un valore aggiunto per le aziende che vogliono allestire al meglio punti vendita, showroom, vetrine, set cinematografici e fotografici e ogni altro contesto di pregio".

La luce del futuro ha illuminato i giorni più scuri, preparando il terreno a una ripartenza all'insegna dello stupore, del fascino e della bellezza: "Ci piace pensare che, nel nostro piccolo, si sia riusciti a trasmettere sentimenti di ottimismo e vitalità a tutti gli imprenditori del territorio, purtroppo colpiti dalle conseguenze economiche dovute alla pandemia. Il nostro sforzo - nel vedere oltre la drammaticità del momento - vorremmo rappresentasse un segnale di fiducia per tutti. Non a caso i progetti di design firmati Lumino tendono a dare un'interpretazione nuova agli spazi attraverso strutture multimateriale, incisioni tridimensionali, forme insolite: gli oggetti non solo illuminano ma sono attraversati essi stessi dalla luce. Ogni installazione luminosa Lumino si caratterizza per la precisione, unicità e versatilità", conclude De Cagna. E versatile si è dimostrato anche l'intero team di Lumino, pronto a prendere il barlume in fondo al tunnel e farne luce intensa.

Quelli che ci aspettano saranno tempi di cui ancora sappiamo poco, ma **grazie agli esempi imprenditoriali di resilienza e successo ci auguriamo siano, in ogni caso, avvolti dalla luce dell'ottimismo.**

**EN** For the first time the Salento illuminations become three-dimensional. Lumino is the lightdesign project by Luigi Abaterusso and Mattia De Cagna that aims to give a new interpretation to spaces through multi-material structures, three-dimensional engravings and unusual shapes. The objects not only illuminate but are themselves crossed by light and are designed and made for private furniture but also for retail stores, showrooms, showcases, film and photographic sets and any other valuable context.



WRITTEN BY  
SERAFINO MURRI

# IMPOSSIBLE IS NOTHING: IL COVID-19 E L'IDEA DEL FUTURO

IL PIANETA PRENDE PAROLA E SI RIBELLA ALL'ANTROPOCENE, DIMOSTRANDO CHE LA NATURA PUÒ RIPRENDERSI IL MALTOLTO IN OGNI MOMENTO, SENZA CHIEDERE IL PERMESSO.

## CAMBIAMENTO INCONTRI E PERSONE

16



**SERAFINO MURRI**  
STUDIOSO DI CULTURE DIGITALI,  
CRITICO CINEMATOGRAFICO,  
SCENEGGIATORE E REGISTA

INCONTRI & PERSONE

**EN** *The planet speaks and rebels against the Anthropocene, demonstrating that Nature can take back the spoiled at any time, without asking permission. One day not too far away, the spiritual glaciation will end: but where its dissolved waters will take us, how our dinosaur body will react to the resurgence of life after a blathering hibernation under the digital surface, it's too early to say.*

Come Mohammed Ali nella vecchia pubblicità Adidas, **l'avvento del Coronavirus SARS-CoV-2, artefice della Pandemia Covid-19, sembra dirci che "Impossible is Nothing"**, nulla è impossibile: neanche la Catastrofe, che la vita digitalizzata sembrava escludere imponendo l'idea di un futuro gestito dall'Intelligenza Artificiale e i suoi algoritmi. Gli stessi algoritmi che tracciano le nostre azioni trasformandoci in dati sensibili, svenduti in pacchetti di profilazioni commerciali nel data mining, a beneficio del "GAFAM" (Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft), che dalla pandemia è uscito triplicando le sue già cospicue fortune. Benché sia solo una delle tante pandemie influenzali degli ultimi 50 anni, **questa è infatti la prima pandemia "global" della storia**: un processo che non infetta solo i corpi, ma penetra il sistema mediatico come "infodemia", **attenzione ossessiva e condivisa sul virus che mette tra parentesi tutto il resto**. La sua specificità è nell'aver gettato una luce improvvisa sulle **prospettive dell'Antropocene, l'era del dominio delle attività umane sulla Natura**. Un'era di sfruttamento e distruzione guidata da un "bispensiero" di orwelliana memoria, dove **l'etica scompare** lasciando il posto alla **sindrome ludopatica del giocatore che alza la posta del debito (nei confronti del pianeta devastato)** convinto di potersi fermare una volta ottenuta l'improbabile vittoria. È quella "normalità" perversa l'origine di tutto: **un sistema capitalistico che annaspa perché la forbice tra la ricchezza prodotta dalle tecnologie e le orde di persone che lavorano sulle materie prime che servono a realizzarle in condizioni schiavili e senza tutela, è ormai incolmabile**. Ogni pandemia ha stuzzicato il dormiente senso di responsabilità dei singoli: ma **nel clima di "post-verità" dei social media**, tra complottismi, negazionismi e trollizzazioni che sfornano ogni giorno "fake news", **tutto si complica**. Sorvolando sull'impreparazione dei governi alla ricerca del Graal del vaccino che curerà i sintomi ma non l'origine del male, lo scompiglio è stato generato da un fattore diverso dall'indice RT: la mancanza di un "untore". Per il più terribile dei virus che da 40 anni infesta il pianeta, l'HIV, la sessualità era sul banco degli imputati, e la scia di pregiudizi sulla comunità LGBTQ+ era il vaccino etico dei benpensanti: i 32 milioni di morti per AIDS sarebbero motivati dal "peccato contro natura". Il Covid-19 ha reso evidente nella sua "democraticità" che non si basa sulla "classe" (come nelle pandemie nei paesi economicamente depressi) o sulla diversità (come l'HIV), che

**siamo tutti complici di un “peccato contro Natura”** (con la maiuscola) **ben più letale:** quello, evidente nel comune nicodemismo digitale, per cui si professa sui social media la fede nell’impegno ambientalista e civile, ma nella vita privata si fa eccezione, giustificandosi con il cinismo individualista dell’ideologia capitalista. Il sistema è distruttivo e va cambiato, ma prima di tutto, c’è la sopravvivenza **“whatever it takes”** (per citare il Presidente del Consiglio Draghi). **L’uomo tocca con mano l’inesistenza di un passaporto verso un futuro pulito come un display, contrapposto a un mondo ridotto a un’enorme discarica come quello di Wall-E.** L’esodo collettivo nella digitalità, ultima illusione di continuità con il vecchio mondo, ci ha ibernati trasformandoci in immagini-meme vaganti nella virtualità della onlife, dove perdiamo con la consistenza corporea la nostra relazionalità reale, in quei luoghi e tempi in cui è **impossibile “mettersi in mutò” o “disconnettere” la webcam. Iperprotetti e incomunicanti nelle quotidiane overdose di comunicazione virtuale, rischiamo di perdere la connessione con il senso dell’esistenza** che prende forma nello sguardo e nei sensi degli altri, che ci colgono in modo spontaneo e imprevedibile. Un giorno non troppo lontano, la glaciazione spirituale finirà: ma dove ci porteranno le sue disciolte acque, come reagirà il nostro corpo di dinosauri riemerso alla vita dopo una blaterante ibernazione sotto la superficie digitale, è presto per dirlo. Certo, quando i ghiacci saranno sciolti, a nulla varrà aggrapparsi ai rottami del vecchio mondo trasportati dallo tsunami dell’impotenza globale.

**È il pianeta che prende parola, che si ribella all’Antropocene, dimostrando che la Natura può riprendersi il maltolto in ogni momento, senza chiedere il permesso.** Quali sono, dunque, le dickensiane **“great expectations”**? Che il “ritorno” alla vita non sia riprendere le pratiche dell’indifferenza, e induca una presa di coscienza nelle generazioni che stanno pagando il prezzo del folle

cinismo delle precedenti. Che i “nativi digitali”, per cui la vita virtuale non è “altra” da quella reale, possano immaginare un mondo nuovo, affrancandosi dalle spire del Dio Profitto che anima il disastro dell’Antropocene.

**Che come piccoli, resilienti Wall-E, non sognino, come Elon Musk, di colonizzare Marte, ma di restare sulla Terra, riscoprendone la possibile bellezza.** Pensando, ma in positivo, che **“Impossible is Nothing”**: perché il mondo (si) può cambiare.

IPERPROTETTI  
E INCOMUNICANTI  
NELLE QUOTIDIANE  
OVERDOSE  
DI COMUNICAZIONE  
VIRTUALE,  
RISCHIAMO  
DI PERDERE  
LA CONNESSIONE  
CON IL SENSO  
DELLE SOSTANZE.

FOTO TRATTE DAL DOCUMENTARIO “ANTROPOCENE, L'EPOCA UMANA”



WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

# AVERE LE MANI IN PASTA È UN “VIZIO DI FAMIGLIA”

PASTICCERIA NATALE DA PIÙ DI QUARANT'ANNI È SINONIMO DI ECCELLENZA. LA NUOVA GENERAZIONE COMPLETA UN'OPERA DI DEDIZIONE E PASSIONE CHE HA RADICI LONTANE E OGGI HA PIENA CONSAPEVOLEZZA DELL'IMPORTANZA DELLA QUALITÀ.

## RINNOVAMENTO AZIENDE E TERRITORIO



AGNESE, GIULIA E GABRIELE NATALE  
IMPREDITORI



**Si parte sempre da lì, dal sogno.** Perché senza un viaggio onirico immaginare in grande diventa difficile. **Ma per realizzare, per dare concretezza a quello a cui si aspira non basta la mente, serve il cuore, servono le mani.** Così la visione di **Fernando Natale** è partita nel **1978** da un piccolo laboratorio di pasticceria e gelateria a **San Cesario di Lecce**, si è arricchita di eleganza e bellezza grazie anche all'intervento della moglie **Michelina** ed è arrivata a oggi a essere **supportata, trasformata e ampliata da Agnese, Giulia e Gabriele**, i figli, che hanno contribuito a fare di Natale un brand riconosciuto per qualità e completezza.

Per una tradizione, come quella salentina, che ha tanto da dire nell'ambito culinario, investire nel settore pasticceria ha richiesto e richiede sempre inventiva e coraggio. *“E bisogna scegliere investimenti commisurati a quello che è poi il mercato - spiega **Gabriele Natale**, amministratore - **Formazione e comunicazione sono i cardini su cui abbiamo voluto puntare maggiormente**”.* Nulla è improvvisato, quindi, ma studiato nei dettagli per offrire il massimo di quello che si può realizzare. *“Bisogna conoscere la materia in sé e le caratteristiche delle materie prima - afferma **Giulia Natale**, pasticciera e*



P.zza Garibaldi, 17 - 73016 San Cesario di Lecce (LE)  
Tel.: +39.0832.202462

Via Trinchese, 7 - 73100 Lecce  
Tel.: +39.0832.256060

[WWW.NATALEPASTICCERIA.IT](http://WWW.NATALEPASTICCERIA.IT)

responsabile di produzione - *I più pensano che fare un gelato sia facile, ma noi non usiamo basi pronte, è una scelta consapevole. Pesiamo ogni ingrediente in termini di dosi e peculiarità per ottenere il meglio ogni volta*".

La storia di Natale è puntellata da **tappe importanti**, dall'**apertura a San Cesario** alla gestione della **sede di via Trinchese a Lecce**, fino ad approdare **fuori dai confini italiani** a far conoscere la qualità dei suoi prodotti. In questo cammino si è sviluppato nel tempo un servizio catering che oggi è una realtà più che mai attiva. *"Effettuiamo sia il servizio veloce, il take away per intenderci, - dichiara Agnese Natale, responsabile catering e banqueting - sia il catering puro, seguendo eventi e cerimonie di un certo valore, curando ogni tappa. Abbiamo una squadra capace di rendere indimenticabile ogni momento che merita di essere ricordato"*. Nella convinzione che il bar debba essere vissuto come un luogo in cui sostare, da vivere, che non rappresenti solo "caffè e cornetto", è nato poi **Spazio Natale** a San Cesario, **uno spazio fisico** di accoglienza per **iniziative pubbliche e private**. A questo luogo concreto fa da eco lo **shop sul web** al cui sviluppo ha contribuito anche il periodo di emergenza che ancora non si è diradato.

*"La pandemia è stata una tempesta - ammette Gabriele - dalla prima fase in cui forse non ci siamo resi conto di quello che realmente stesse accadendo fino alla **piena consapevolezza della necessità di agire in nuovi modi e forme**, forse c'è stato il vero cambio generazionale per Natale. Non abbiamo mai smesso di comunicarci e di essere presenti. La gente sa che può fidarsi di noi, della nostra storia e del nostro volere sempre di più da noi stessi in primis. E abbiamo piena fiducia nel post covid. Il nostro settore avrà un ulteriore sviluppo, ne siamo certi. **E la Puglia avrà il suo ritorno, soprattutto nelle tipicità. Noi ci faremo trovare pronti**"*.

**EN** *Pasticceria Natale for more than forty years is synonymous of excellence. The new generation has full confidence in the start-up period: the pastry industry will soon develop further and Puglia will be called to seize new growth opportunities.*

**"EFFETTUIAMO SIA IL SERVIZIO VELOCE, IL TAKE AWAY PER INTENDERCI, SIA IL CATERING PURO, SEGUENDO EVENTI E CERIMONIE DI UN CERTO VALORE, CURANDO OGNI TAPPA GRAZIE A UNA SQUADRA CAPACE DI RENDERE INDIMENTICABILE OGNI EVENTO CHE MERITA DI ESSERE RICORDATO"**.

19





FOTO FLAVIO&FRANK

WRITTEN BY  
TITTI STOMEO

# QUEL PROFUMO CHE SA DI CASA E TI PORTA IN CAPO AL MONDO

FRANCESCO SANAPO, SALENTINO DI NASCITA, MA FIORENTINO D'ADOZIONE, È TRA I PIÙ GRANDI CONOSCITORI DI CAFFÈ E COFFEE LOVERS ITALIANI.

## CAFFÈ

INCONTRI E PERSONE



**FRANCESCO SANAPO**  
IMPRENDITORE, COFFEE LOVER E  
FONDATORE DI DITTA ARTIGIANALE

**TRA I PREMI E I RICONOSCIMENTI**  
Miglior barista italiano (2010-2011-2013)  
2019 miglior assaggiatore di caffè  
2019 riconoscimento internazionale di "Outstanding Contribution To The Industry".

**EN** *For Francesco Sanapo coffee is intensity, energy, complexity and sweetness. Born in Salento, but Florentine by adoption, he is one of the greatest connoisseurs of Italian coffee and coffee lovers. With Artisan Company aspires to revolutionize the coffee industry by engaging ethically in the evolution of the entire coffee industry. He hopes that coffee will soon be given the right value and that, starting from people and small daily gestures, you can deliver to the future a better world.*

Figlio d'arte, Francesco Sanapo ha iniziato lavorando come barista gestendo alcuni locali, finché ha deciso di dedicarsi esclusivamente allo studio del caffè. Ma cosa si nasconde dietro i premi vinti, le tazzine di caffè e la sua esperienza come imprenditore e produttore nella filiera di una delle bevande più bevute al mondo?

**Ciao Francesco, raccontami chi sei e da dove nasce la tua passione maniacale per il caffè.**

Il caffè è stato sempre presente nella mia vita!

Mia madre è conosciuta nel mio piccolo paese d'origine, Specchia, per la sua **arte nella preparazione della moka** e mio padre è un grande protagonista del settore dell'ospitalità e della ristorazione. Sicuramente, non potevo non amare il caffè!

Per quanto mi riguarda, la passione sul lavoro e per il lavoro che si fa è ciò che tutte le persone si augurano: la mia nasce anche grazie allo studio. Per alimentare la passione c'è bisogno di conoscenza, di tanto studio e ricerca. Ho iniziato come aiutante barista ed è stata la prima opportunità che ho avuto in questo settore. La mia forte ambizione e la mia grande curiosità mi hanno portato sempre ad approfondire e a ricercare ciò che c'è dietro le cose. **Lo studio mi ha permesso di evolvermi e fare di un'umile professione, come quella del barista, un lavoro dignitoso, stimolante ed economicamente appagante.** Mi piacerebbe che questo concetto arrivasse, soprattutto, alle nuove generazioni.

Mi auguro che, oltre ad ispirare i miei figli, la mia esperienza possa essere d'esempio per chi leggerà queste mie parole.

**Nella tua bio ho letto dei tuoi numerosi viaggi all'estero alla scoperta di materie prime che non siano solo esclusive ma anche etiche.**

La mia ricerca non si è fermata solo allo studio della professione ma si è spinta sino **all'origine del caffè.**

Volevo vedere con i miei occhi dove nasce, cosa succede nelle attività agricole che lavorano la **materia prima**, conoscere criticità e difficoltà, andare alla **ricerca delle qualità più rare.**

Questo mi ha permesso di intraprendere **relazioni con piccoli produttori** e di lavorare con loro alla realizzazione di un caffè di qualità superiore, ma che fosse al tempo stesso sostenibile. I **viaggi**, la conoscenza dei protagonisti di questa filiera hanno acceso in me la voglia di essere il loro **portavoce con il consumatore.**

**Qual è il viaggio che ha cambiato la tua vita e che cosa hai portato con te in Italia di quell'esperienza?**

Credo che mai dimenticherò il mio primo viaggio alla scoperta di quei luoghi meravigliosi! La mia prima meta è stata Puerto Rico, a Jajuya Valley, nell'Hacienda San Pedro di Rebecca Atienza. Ricordo ancora **il momento in cui vidi le piante e il frutto del caffè.** E,



nel 2010, con il caffè di Rebecca Atienza, ho partecipato alla competizione italiana baristi, classificandomi al primo posto.

L'altro viaggio che mi ha segnato fortemente è stato l'ultimo, quello fatto in **Uganda**: lì ho visto con i miei occhi la vera povertà.

**Anche per questo ho preso una decisione: nel mio piccolo quello che ho fatto e continuerò a fare è pagare il giusto prezzo al piccolo produttore. La mission della mia azienda, infatti, è creare ricchezza contribuendo eticamente all'evoluzione dell'intera industria del caffè.**

22 **Sei andato in Uganda e con te sono partiti anche i fotografi salentini Flavio&Frank. Cosa ricordi di quel viaggio?**

Ho deciso di portare con me due professionisti di grande talento perché volevo catturare tutto quello che i miei occhi non riuscivano a vedere.

Il caffè doveva venir fuori non solo dal punto di vista meramente tecnico ma più emozionale, quasi artistico. Le foto di Flavio&Frank, infatti, sono un'opera d'arte perché valorizzano sia il prodotto che i suoi protagonisti. Con me porterò per sempre il ricordo di quei paesaggi unici e da togliere il fiato, la musica di quella terra meravigliosa, la sua cultura e, ovviamente, il suo caffè. Ci svegliavamo tutte le mattine all'alba per andare alla scoperta di una nuova piantagione o di una nuova storia da raccontare.

Lì abbiamo conosciuto un ex calciatore della nazionale ugandese e produttore di caffè, abbiamo avuto il piacere di chiacchierare con uno dei cantanti più blasonati del posto, abbiamo visto i gorilla di montagna e abbiamo navigato il lago Vittoria a bordo di una zattera fino all'inizio del fiume Nilo; ho passato delle notti insieme alla tribù dei Bakonzo, una delle più antiche d'Africa. Faccio quasi fatica a non credere che sia stato un sogno!

**È stata un'esperienza indimenticabile e, proprio per questo, stiamo lavorando per produrre un video documentario per far conoscere a quanta più gente possibile cosa si nasconde dietro una tazzina di caffè.**



**Hai vinto numerosi premi, ma quello che più ti ha emozionato ti è stato conferito nella tua città natale. Come mai?**

Avere un riconoscimento nella propria terra ha un gusto completamente diverso! Essere premiato nel mio paese e vedere gli occhi di mia madre e mio padre brillare non ha prezzo! **Sono molto legato alle mie origini** e sono convinto che è proprio grazie a queste radici che ho avuto la forza e l'ambizione per arrivare dove sono ora. Ovviamente, sono legato anche ai prestigiosi premi vinti in giro per il mondo. Ve lo dico a bassa voce e con le dita incrociate: spero che i premi non siano finiti.

**Hai 2 locali e stai per aprirne un terzo in un momento storico molto difficile. Cosa c'è di diverso in Ditta Artigianale rispetto agli altri bar e quale filosofia c'è nelle tue tazzine di caffè.**

Ditta Artigianale, che ha sede a Firenze, è più di semplice bar: io e il mio socio Patrick, abbiamo deciso di assumerci il compito di rivoluzionare il settore della caffetteria partendo anche da come si serve il caffè. Con le nostre caffetterie vogliamo sensibilizzare al concetto di valore reale del prodotto e far vivere il semplice gesto del "bere un caffè" a un livello esperienziale unico e insolito. La nostra azienda è anche una piccola torrefazione artigianale (vendiamo il nostro caffè in diversi Paesi del mondo) e presto diventerà anche Scuola del Caffè: con la nuova caffetteria riserveremo ben 200 mq alla formazione.

**Il tema di questo numero di Kamala è Grandi Speranze. Qual è la tua grande speranza?**

Quello che spero e mi auguro fortemente è che molto presto venga dato al caffè il valore che merita. Il rischio reale è che si perda sia la qualità del prodotto che la sua antica ritualità. Ognuno e ognuna di noi può contribuire a limitare i danni che già abbiamo creato al nostro pianeta; questo è un tema fondamentale che mi sta particolarmente a cuore. Personalmente credo che la nostra unica speranza oggi risieda nelle persone e nei piccoli gesti che quotidianamente decidiamo di fare.



## AFFIDATI A NOI PER LE TUE SPEDIZIONI lettere e pacchi in **24/48h**

- **SERVIZI POSTALI:** POSTA PRIORITARIA, RACCOMANDATA, TELEGRAMMA, MASSIVA, ASSICURATA ECC..
- **SPEDIZIONE PACCHI IN ITALIA 24/48h E IN TUTTO IL MONDO.**
- **STAMPA E IMBUSTAMENTO.**
- **VOLANTINAGGIO CLASSICO E TRACCIATO.**
- **PAGAMENTO BOLLETTINI, MAV E RAV, PAGOPA, F24.**
- **TARIFFE ECOMMERCE.**

**ZERODISTANZE - VIA MARCHE, 2 - GALATINA (LE)**  
TEL. +39 0836 211536 - [GALATINA@ZERODISTANZE.IT](mailto:GALATINA@ZERODISTANZE.IT)

WRITTEN BY  
TITTI STOMEIO

# LA BELLEZZA CHE MIGLIORA LA VITA

DAL BRASILE FINO AL SALENTO, JUÀ METTE IL SORRISO IN OGNI PARTICOLARE, FACENDO DEL SUO RE.MIX.ARE UN BRAND CHE È SINONIMO DI CONDIVISIONE.

## DETTAGLI

AZIENDE E TERRITORIO

24



**JUÀ**  
IMPRENDITRICE E FONDATRICE  
DI JUA PRIVATE PARTY  
CO-FONDATRICE DI RE.MIX.ARE

**EN** *Originally from Brazil, the founder of Juà Private Party - the first private party hall in southern Italy - loves to surround herself with beauty and style details. Starting from her passion for parties and for setting up, during the months of the pandemic Juà gives life to RE.MIX.ARE, an all-female project, which offers ceramic saucers with funny graphics, silver spoons engraved, linen napkins and pillows all hand-embroidered.*

Il filo rosso che lega i contenuti in questo numero di Kamala potrebbe essere anche il titolo della vita di Juà, una delle tre donne che hanno ideato il brand **Re.Mix.Are** e con cui abbiamo chiacchierato in un'assoluta mattina di febbraio a Taviano, paese del sud Salento. Nella sua sala eventi ci accoglie un sorriso gigantesco che ci mette subito a nostro agio. La location è come lei: **stili, stoffe, colori e oggetti di design sorprendentemente si sposano perfettamente uno con l'altro riflettendo subito l'anima di Juà.**

Originaria di un piccolo paese del **Brasile**, orfana di padre, cresce con la sorella e la madre. La sua non è una famiglia ricca e sua mamma, rimasta vedova molto giovane, cresce le due figlie insegnando loro ad essere indipendenti, **"cioè in grado di fare qualsiasi cosa da sole"**, come ci spiega.

*"Il gelato o la coca cola ce lo potevamo permettere una volta al mese"*, continua, "ma ogni domenica non poteva mancare la tavola imbandita, com'è nello spirito brasiliano". Ci racconta che la sua passione, diventata poi il suo lavoro, nasce dall'amore per la mise en place.

*"Sono stata affascinata dalla tavola apparecchiata bene fin da bambina; in casa non è mai mancato niente, ma non vivevamo nel lusso e le poche cose di valore che erano di mia nonna e che mia madre conservava, io le utilizzavo la domenica già per la colazione perché sono innamorata della cultura del bello. Ho sempre pensato che proprio chi non ha tanta bellezza intorno dovrebbe coltivarla di più. Perché **il bello cambia la tua giornata, il punto di vista sulla vita; ti dona la speranza che qualsiasi realtà tu viva il bello può rendere la tua vita migliore. Non il lusso. Non i soldi. Il bello.**"*

A 15 anni, Juà incontra Walter, un ragazzo salentino che si trova in vacanza a Rio, ed è subito amore.

A 17 anni rimane incinta di sua figlia Duanne ma, non avendo terminato il liceo, la madre le consiglia di restare in Brasile per finire gli studi e che *"se due persone sono destinate a stare insieme non c'è bisogno di affrettare i tempi"*. Così Juà resta nel suo paese fino all'età di 20 anni, quando poi si sposa e si trasferisce a Taviano.

**Juà è cresciuta in un universo femminile molto presente.**

Non ha mai smesso di analizzare, valutare **la figura della donna** che deve sempre essere consapevole anche del messaggio che vuole dare e di come vuole darlo. **Reagire con garbo anziché aggredire, accogliere con un sorriso anziché offendere.**

Durante i primi 10 anni nel Salento insegna danza, inizia a organizzare cene a tema e feste. A 32 anni, con tre figli ormai indipendenti, Juà decide che è pronta per la sua vita professionale e inizia a frequentare dei corsi a Milano per diventare wedding planner e

sposare in questo modo la sua passione per le feste e per l'allestimento. Inizia a lavorare nel mondo dei matrimoni e dopo qualche anno apre Juà Private Party, la sua sala per feste private, la prima nel sud Italia.

Nel 2019, Juà partecipa al reality di Angelo Garini, uno dei più importanti organizzatori di eventi d'Italia, e conosce Angela, una sua collega di Vasto, con la quale stringe una forte amicizia.

Durante la pandemia Angela contatta Juà perché ha un'idea: **realizzare una linea per la mise en place**. Partendo da quello che Angela ha immaginato, Juà propone di produrre una linea fresca, giovane, colorata e spiritosa che sia rivolta sia a chi ha un mood più classico ma che ha voglia di sdrammatizzare con un piattino divertente sia al target più giovane che, lo stesso piattino, lo può utilizzare anche come oggetto di design.

A Juà e Angela si unisce Duanne, figlia di Juà e graphic designer, che si occupa di tutte le grafiche dei **piattini in porcellana**. Così nasce **RE.Mix.Are**, questo progetto tutto al femminile, che propone piattini in porcellana con grafiche divertenti, cucchiaini in argento incisi, tovagliolini in lino e cuscini tutti ricamati a mano.

**RE.Mix.Are** significa mettere insieme tanti stili, tanti modi di pensare; è un messaggio importante che riporta sempre al concetto che ha della bellezza: *"la tavola bella non è un qualcosa di nicchia, la bellezza non è snob, è qualcosa che si deve ricercare tutti i giorni perché apparecchiare è un gesto di amore per te e per chi si siede con te"*.

Quindi la bellezza non è più pensata come una barriera che appartiene al mondo del lusso ma, grazie a RE.Mix.Are, il concetto di bellezza diventa accessibile a tutti.

**Questo brand non è solo creatività è anche sinonimo di qualità:** i tovagliolini sono in lino e le stoffe dei cuscini sono tessute a mano, i cucchiaini incisi sono in argento, ma è tutto vintage perché il brand è pensato anche come riciclo di ciò che è duraturo nel tempo.



VIA DANTE ALIGHIERI, 4  
73057 TAVIANO (LE)  
IG: RE.MIX.ARE

25



La ricamatrice è un'altra donna, è la mamma di Angela. Lavorare tra donne non è così scontato e neanche con la propria figlia. Qual è il segreto?

*"Lavorare tra donne non è difficile se trovi donne intelligenti perché chi è sicura di sé e non è presuntuosa non ha bisogno di parlare sempre delle proprie qualità o di appropriarsi delle qualità delle altre donne", dice Juà. "Per quanto riguarda mia figlia, io ho un grande rispetto per la sua professionalità; lei è una graphic designer molto brava e se non fosse così capace, io per prima non sarei stata in grado di sviluppare bene i miei progetti"*.

Il nostro viaggio nel favoloso mondo di Juà si conclude chiedendole qual è la sua grande speranza:

*"La mia grande speranza è che finalmente il cliente capisca l'importanza della qualità professionale, scegliendo di spendere i propri soldi per qualcosa per cui ne valga la pena"*.

WRITTEN BY  
DANIELA NATALE  
DAMIANO CONGEDO

# PIAZZA DI SPAGNA OUTLET, LE GRANDI FIRME A PORTATA DI CLIC

COME FARE DI UN ECOMMERCE UN CASO DI SUCCESSO.  
L'IMPORTANZA DELL'ONLINE POST-COVID.

# MODA

AZIENDE E INNOVAZIONE

26



**SERENA SPAGNA**  
IMPRENDITRICE E TITOLARE DI PIAZZA DI SPAGNA OUTLET

## PIAZZA DI SPAGNA OUTLET GRANDI FIRME

Zona industriale Sogliano Cavour (Lecce)  
Tel. +39 0836 543841

**EN** *The eCommerce and digital marketing project developed for Piazza di Spagna Outlet represents a successful case study, which starts from the local and aspires to the global. Investments in online advertising campaigns, brand strategy care and strengthening its presence on social media have made the project a winning example of online communication.*

È cresciuta tra abiti da favola e scarpe preziose come gioielli. Lo sfarzo degli ambienti rifletteva la sua innata passione per la bellezza e i dettagli ricercati.

I camerini erano luoghi che sapevano di divieto e magia, dove potersi nascondere a sognare un futuro ancora lontano, senza contorni precisi. **Quel futuro**, all'improvviso, però, **è arrivato, trasformando** in fretta la persona riflessa nello specchio dello store Piazza di Spagna Outlet, **da giovane donna spensierata a imprenditrice nel settore della moda. Lei è Serena Spagna, da quasi 10 anni a capo dell'azienda di famiglia, e la sua è una storia imprenditoriale di successo.**

Seguendo le orme lungimiranti e visionarie del proprio papà, Serena Spagna ha da subito visto nell'outlet Piazza di Spagna un potenziale dalle varie sfaccettature. La sede principale a Sogliano Cavour (LE) ha sempre avuto un respiro molto più ampio in termini di prospettive: **le dimensioni dello store, l'ampiezza della scelta dei prodotti e le grandi firme in vendita, hanno da sempre contraddistinto Piazza di Spagna Outlet, collocandolo tra gli outlet più rilevanti a livello provinciale.** E nelle restrizioni e nelle difficoltà generate dalla pandemia, Serena Spagna ha colto il momento per realizzare quel sogno che per anni era stato custodito in un cassetto: fare di Piazza di Spagna Outlet anche un **eCommerce di successo.**

VENDERE ABBIGLIAMENTO ONLINE:  
PIAZZA DI SPAGNA CON I "GRANDI" DEL SETTORE

Gli ultimi mesi del 2020 hanno visto la messa online dell'eCommerce Piazza di Spagna Outlet. Ma in un mondo agguerrito come quello del web, si sa, creare il "contenitore" senza investire nel buon "contenuto" rischia di far fallire qualsiasi progetto imprenditoriale. Serena Spagna ha coinvolto nel proprio team diversi **specialisti**, così da strutturare una **strategia completa** che tenesse conto degli investimenti, dei prodotti, dei servizi e della configurazione di tutti gli strumenti necessari al successo dell'eCommerce (come Google Merchant Center, Google Ads e Google Shopping).

In un contesto storico come il nostro attuale, infatti, **è fondamentale la conoscenza e il corretto utilizzo degli strumenti** di digital marketing a supporto dell'eCommerce, soprattutto per emergere nonostante le grandi piattaforme di commercio online. Non è sufficiente avere a catalogo un buon prodotto: esso deve essere mostrato a persone in target con il proprio business di riferimento, così da ottenere visite mirate e il maggior numero possibile di conversioni.

Anticipando i tempi di analisi rispetto ai competitor è stato possibile lavorare attentamente sull'ottimizzazione delle campagne acquisendo dati, individuando i prodotti da spingere e strutturando un utilizzo ad hoc di remarketing dinamico.

SOCIAL MEDIA E BRAND STRATEGY  
A SOSTEGNO DELL'ECOMMERCE

Soprattutto il mondo del fashion ha bisogno di aziende che lavorino con cura sulla propria immagine. Anche in questo senso Piazza di Spagna Outlet ha investito in un piano di comunicazione su misura, per il settore, per il canale e per il periodo storico. Il lancio dell'eCommerce è avvenuto sui più noti social network e, nelle settimane a seguire, è continuato lo sforzo per mantenere alta l'attenzione sul nuovo canale, supportando gli investimenti in ambito pubblicitario. La titolare "ci ha messo la faccia", mostrando ai suoi clienti - e potenziali tali - il lato umano e vivo dell'azienda, quello fatto di persone appassionate che scelgono con cura i prodotti da esporre tanto nello store quanto nella vetrina virtuale. E proprio all'immagine è stata riservata grande attenzione, in linea con l'approccio che da sempre Piazza di Spagna Outlet ha dimostrato. I servizi fotografici still life hanno permesso di mostrare i capi d'abbigliamento in vendita nella loro veste reale; anche gli shooting di indossato, relativi alle varie collezioni, vedono protagoniste persone "reali" che trasmettono quindi anche un messaggio di apertura alla naturalezza dei corpi femminili e maschili, qualunque siano le loro forme e le loro taglia.

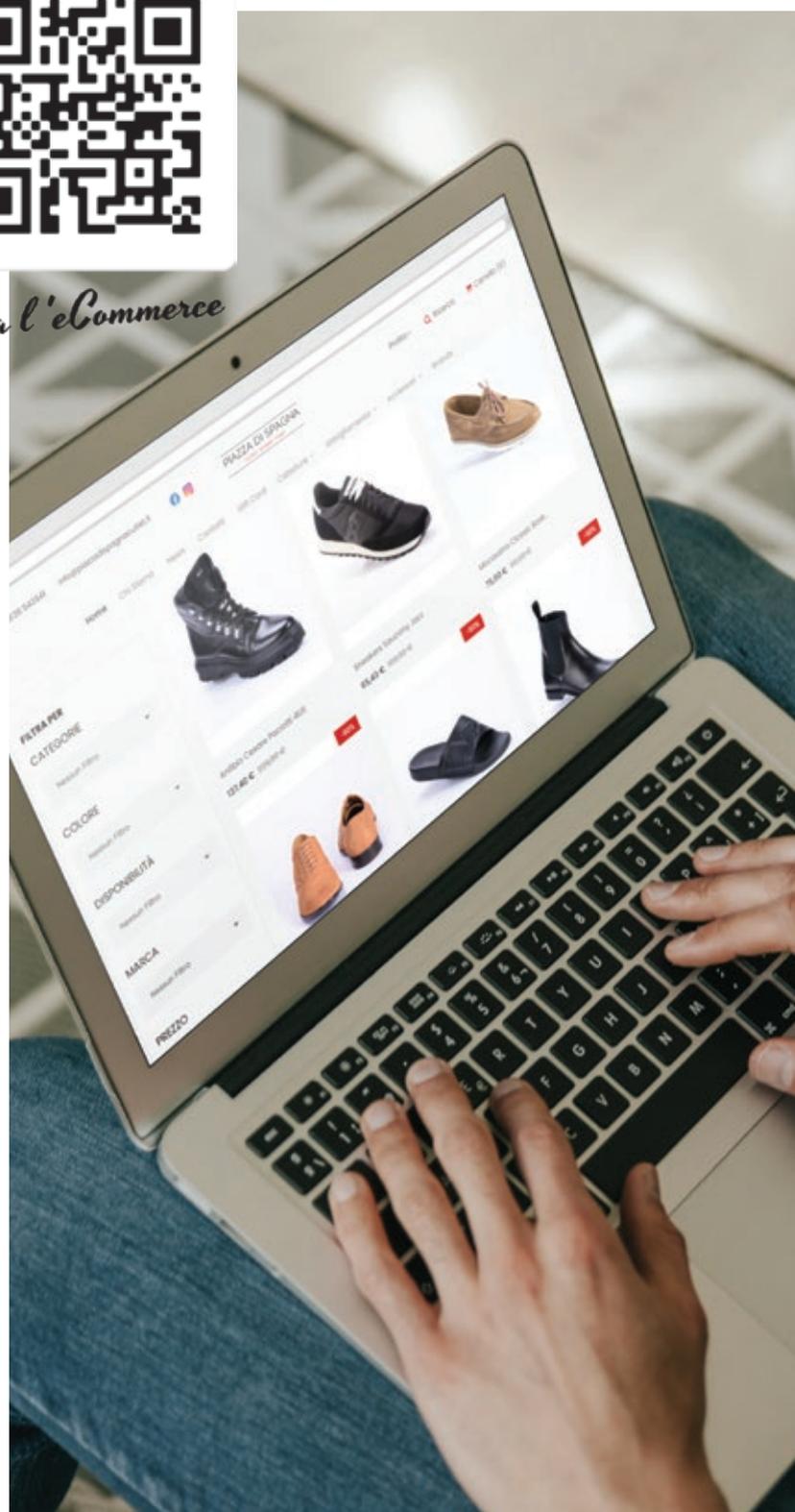
Completa la strategia l'investimento sul packaging personalizzato, veicolo anch'esso di business che trasforma l'acquisto virtuale in contatto materiale con l'azienda. Grazie allo spirito imprenditoriale di Serena Spagna e alla fiducia da lei riposta nel team di lavoro, in questi primi mesi di attività l'approccio ha consentito all'eCommerce di essere presente nelle ricerche e sostenere l'avviamento della pubblicità digitale. La strategia su misura, ottimizzata passo dopo passo, ha consentito allo store di emergere in un contesto in cui erano presenti numerosi competitor attivi, anche a livello nazionale.

Un case study di successo, che parte dal locale e aspira la globale, che lancia un messaggio fondamentale ancora di più di questi tempi: per un'azienda si fa presto a dire eCommerce e si fa ancora più presto a vedere in questo strumento l'occasione per abbattere i costi di una sede fisica, del personale e della logistica. Ma è vero il contrario, perché non solo molti aspetti della gestione del negozio reale si ritrovano in quello virtuale, ma è necessario considerare investimenti costanti per una buona strategia di marketing digitale.

[www.piazzadispannaoutlet.it](http://www.piazzadispannaoutlet.it)



*visita l'eCommerce*



WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# LA SVOLTA BUONA DEL PACKAGING

MAI COME IN QUESTO PERIODO STORICO IL PACKAGING SI RIVELA UNO STRUMENTO VERSATILE DALLE INNUMEREBILI POTENZIALITÀ. L'AUMENTO DELLE PIATTAFORME DI ECOMMERCE E LA CRESCENTE NECESSITÀ DI PRODOTTI MONOUSO HANNO ACCESSO I RIFLETTORI SUL COMPARTO DEL CONFEZIONAMENTO E DEGLI IMBALLAGGI, APRENDO A NUOVI E INTERESSANTI SCENARI.

## SOSTENIBILITÀ AZIENDE E TERRITORIO



**DANILO BARONE**  
HEAD OF LOGISTICS & IT DI GIMAPACKAGING  
**GREGORY PAPADIA**  
BUSINESS DEVELOPER

DA UN LATO SI LAVORA SULLA COMPONENTE VISUALE/EMOZIONALE DEL PROPRIO TAGET, DALL'ALTRO SI MANIFESTA UNA PROPRIA PRESA DI POSIZIONE RISPETTO ALLE TEMATICHE AMBIENTALI

[www.gimapackaging.com](http://www.gimapackaging.com)

**EN** «The future of packaging is fairly outlined and clear» says Danilo Barone, a young manager in charge of logistics and the IT division of Gimapackaging «The time is ripe to think of packaging as a business catalyst, functional and necessary for the development of your brand. Those who today choose to invest in packaging and its customization, preferring ecological materials, undertake a path that promises great satisfaction in the medium and long term».

Gli spunti di riflessione, dovuti al contesto storico ma anche a un'attenzione senza precedenti riservata al settore, portano alla ribalta nuove sensibilità da avere nei confronti del packaging e, conseguenti, nuove opportunità ad esso legate:

**1) Il packaging protagonista della brand strategy:** non più (o, meglio, non solo) contenitori funzionali al trasporto di prodotti o all'imballaggio degli stessi. **Il packaging personalizzato oggi è una vera e propria risorsa di business** che si integra perfettamente nella strategia di marketing di un'azienda. Come? Attraverso la diffusione del marchio. Dietro una apparente e semplice "firma", si nasconde la valorizzazione della mission aziendale, il potenziamento di un rapporto di fiducia tra brand e cliente, nonché la costruzione della brand awareness. Giorno dopo giorno il marchio "cresce" nella direzione che, tramite il packaging personalizzato, si sceglie di seguire: **curiosità, interesse, confidenza** e - infine - **scelta** sono alcune delle tappe che entrano a pieno titolo nel processo d'acquisto dell'utente finale, convertendolo di fatto in cliente.

**2) L'ecosostenibilità al centro delle scelte dei consumatori:** l'indagine "Packaging sicuro e sostenibile: le percezioni" promossa da CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi) e a cura di Ipsos ha analizzato il rapporto fra packaging e consumatori nei mesi clou della pandemia COVID-19. Dai dati emerge come la situazione di emergenza, a conti fatti, abbia accelerato un processo di cambiamento già in atto, che vedeva il Paese orientato a una maggiore attenzione verso la tipologia di imballaggi utilizzati per confezionare i prodotti di uso quotidiano.

Con riferimento ai dati dell'indagine, il 73% degli intervistati ha dichiarato di essere molto/abbastanza attento alla tipologia di imballaggio utilizzato per il confezionamento dei prodotti da acquistare; il 71% del campione ritiene che un prodotto si possa definire sostenibile quando la confezione del prodotto è riciclabile o a basso impatto ambientale e, in caso di prodotti confezionati con involucri o contenitori non riciclabili, il 47% degli intervistati ha affermato di acquistarlo mal volentieri. Le caratteristiche del packaging influenzano le scelte d'acquisto, le quali si orientano in base a: confezione realizzata con materiale compostabile o biodegradabile (37%), confezione realizzata con materiale riciclabile (36%), presenza di informazioni utili al conferimento (33%).

**3) Nuovi obblighi in materia di etichettatura:** il decreto legislativo

n. 116 del 2020 ha introdotto l'obbligo di etichettatura ambientale per gli imballaggi. Nonostante la successiva sospensione provvisoria dell'obbligo di etichettatura orientata a facilitare la raccolta, il riutilizzo, il recupero e il riciclaggio degli imballaggi (che sarà effettivo dal 1 gennaio 2022), fin da subito è stato valido il secondo periodo del comma 5 dell'art. 219, che obbliga i produttori ad apporre sugli imballaggi (primari, secondari, terziari) la codifica alfanumerica identificativa del materiale, utile ai fini dell'identificazione e della classificazione dell'imballaggio. In questo modo sarà possibile tracciare, distinguere e separare meglio gli imballaggi, agevolando il percorso di conferimento e smaltimento. Il processo favorirà, quindi, soprattutto il riciclo dei packaging biodegradabili o compostabili, di fatto riconosciuti come non-rifiuti in quanto sempre destinati al riciclo organico.

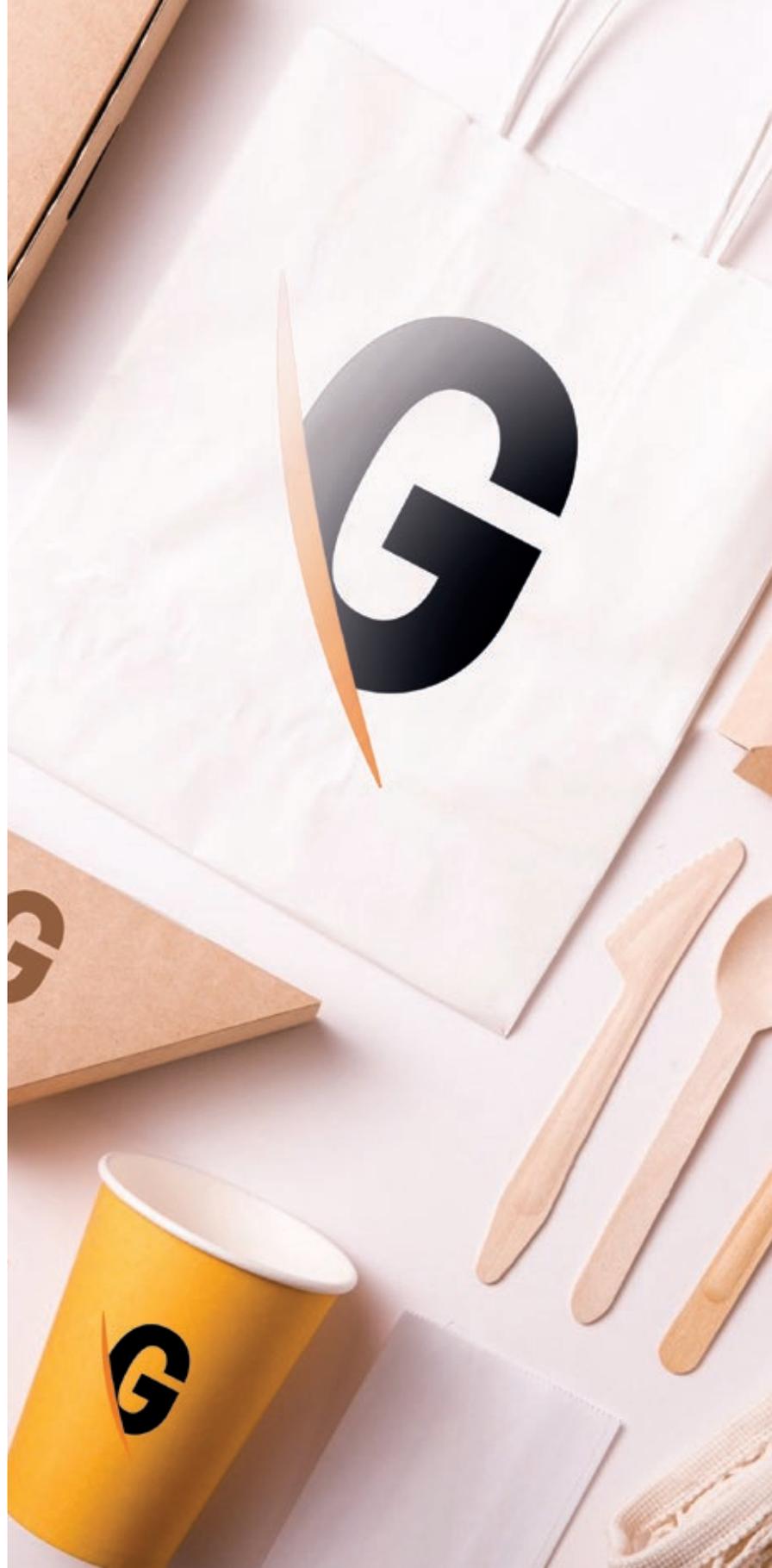
«Possiamo dire che il futuro del packaging sia abbastanza delineato e chiaro agli occhi degli addetti ai lavori» sostiene **Danilo Barone**, giovane manager a capo della logistica e della divisione IT di GimaPackaging, azienda di Nardò (LE) affermata nel settore del packaging e degli imballaggi «Da più direzioni, infatti, arriva la chiamata alle aziende e alle PMI, soprattutto locali. I tempi sono maturi per pensare al packaging come a un catalizzatore di business, **funzionale e necessario allo sviluppo del proprio brand**. Chi oggi sceglie di investire sul packaging e sulla sua personalizzazione, preferendo materiali ecologici, intraprende un percorso che promette grandi soddisfazioni nel medio e lungo periodo. **Da un lato si lavora sulla componente visuale/emozionale del proprio target, dall'altro si manifesta una propria presa di posizione rispetto alle tematiche ambientali che ormai toccano tutti, a diversi livelli**». Ci si aspetta quindi un numero sempre crescente di aziende che opereranno per il packaging personalizzato ecosostenibile, anche in virtù della grande varietà di prodotti già attualmente sul mercato: «Già da diversi anni come GimaPackaging siamo attenti al tema e abbiamo sviluppato delle linee ecobio che riguardano soprattutto il monouso per il settore alimentare. Il mercato è in evidente crescita» continua Barone «e di conseguenza anche le nostre referenze a catalogo aumentano di continuo: contenitori per l'asporto in polpa di cellulosa, PLA e posate in legno biodegradabili sono solo alcuni dei prodotti più richiesti. Negli ultimi mesi ci ha piacevolmente sorpreso l'attenzione degli imprenditori del territorio alle tematiche ecologiche» conclude il manager di GimaPackaging «oltre il marketing, l'innovazione e la logistica c'è da evidenziare la grande speranza che davvero sia **la "svolta buona" per il pianeta e che il cambiamento possa partire proprio dalla scelta del packaging**».

**GIMA** PACKAGING  
Confezionamento Alimentare

**STAMPA E PERSONALIZZAZIONE PACKAGING,  
STOVIGLIE MONOUSO E OGNI PRODOTTO PER IL CONFEZIONAMENTO**

Zona industriale Nardò-Galatone KM 1 73048 Nardò (LE)

Tel. +39 0833 836189



WRITTEN BY  
GIOARA RIZZO

# IL SALENTO AI NASTRI DI RIPARTENZA

RIPENSARE LA PROPRIA AZIENDA COGLIENDO LE NUOVE OPPORTUNITÀ

## IMPRENDITORIA AZIENDE E TERRITORIO



**GIOARA RIZZO**  
TITOLARE KALÈ CORA  
E SEMISERIO RISTORANTE

30

AZIENDE & TERRITORIO



Litoranea San Foca San Cataldo  
73026 Melendugno  
Tel. +39 342 5029261



Via dei Mocenigo, 21  
73100 Lecce  
Tel. +39 0832 1990266

Tutti i percorsi imprenditoriali possono, a un certo punto, subire un brutto colpo: un investimento sbagliato, la perdita improvvisa di una risorsa chiave all'interno del proprio team, un evento negativo accidentale. Difficile collocare una pandemia globale in una categoria precisa di **"imprevisto"** e ancora più complesso è prevederne le conseguenze, individuando delle nuove opportunità che vadano oltre la confusione generale. Racconto con piacere la mia esperienza, condividendo degli spunti utili a un **approccio imprenditoriale che veda nella ripartenza l'occasione per rimettere in discussione il proprio business e la propria visione aziendale.**

L'importanza della **resilienza**: da un'azione istintiva a una nuova prospettiva di business.

Una parola bellissima che ha fatto da faro in questi lunghi mesi di incertezza è resilienza. Come una forza invisibile, ma potente, questa capacità insita nel genere umano ha permesso a molti imprenditori e imprenditrici di mantenere la lucidità e vedere oltre le difficoltà (improvvisate ed enormi) causate dalla pandemia. Nel vedere oltre ci si è sforzati anche di cogliere nuove opportunità utili a mantenere in piedi le proprie attività: chi realizzando progetti messi da parte negli anni, chi aprendosi a nuove piattaforme digitali, chi inventandosi un prodotto originale... ogni settore produttivo ha diverse storie di resilienza da raccontare, molte per fortuna dai risvolti positivi.

Come positivo è stato anche il riscontro avuto dal progetto de **"La Dispensa"** realizzato al Ristorante Semiserio di Lecce. Una volta chiuse le porte del ristorante, il team ha continuato a lavorare mettendo in moto la creatività. Dal dialogo e dal confronto con lo **chef Gigi Perrone** è nata l'idea di mettere in vasetto le nostre specialità più amate perché, anche in casa, i nostri clienti potessero ricreare i sapori del Semiserio. Filetti di tonno, polpo grigliato, sughi: il catalogo si è via via arricchito di eccellenze locali tanto da richiedere il confezionamento in appositi box da comporre secondo i propri gusti.

**EN** *To Gioara Rizzo, an entrepreneur from Salento, restarting post covid could be a great opportunity for commercial and tourist activities to switch perspective. In this new era it's therefore essential to give more value to human capital and invest further in sustainability*

**Quella che sembrava un'azione istintiva di risposta al momento di crisi si è rivelata un'intuizione vincente che ha aperto al Semiserio una nuova strada di sviluppo che proseguirà parallelamente alle attività del ristorante.**

Il momento che ora ci attende è cruciale: far ripartire un Paese, ricostruire molti comparti e affrontare le nuove sfide imprenditoriali che ci si presenteranno davanti sarà un'impresa senza precedenti. Solidarietà, impegno e lungimiranza guideranno questi nostri primi passi su un sentiero inesplorato. Ripartire dal capitale umano e dalla sostenibilità

**Ma come riorganizzarsi per ripartire? Da dove iniziare per rimettere in piedi la propria azienda?** Oltre le specificità economiche e finanziarie che riguardano le singole attività produttive, un ottimo punto di ripartenza è rappresentato dal **capitale umano**. Le singole persone con le proprie conoscenze e abilità, ma anche con le proprie emozioni e sensibilità, sono una grande ricchezza per tutti i comparti produttivi. Ancora di più in questa fase delicata in cui non tutti siamo riusciti a resistere o a reinventarci, è **importante riprendere contatto e vicinanza** - non solo fisicamente - con le risorse interne al team, fare tesoro di tutti gli aspetti che hanno caratterizzato il momento storico e, da ciò che abbiamo in mano, riorganizzare la ripresa. Per quanto possa apparire paradossale, questo è un momento cruciale per ripensare anche i flussi di lavoro, i rapporti con i fornitori e l'immagine della propria azienda. È il momento per rimettersi in discussione, per ridefinire la propria identità e darsi l'opportunità di ripartire migliorandosi. A fare da cappello a questa fase potrebbe essere la parola **sostenibilità**: potremmo farla nostra intendendola come impegno per il miglioramento del benessere individuale e collettivo nel luogo di lavoro ma, di conseguenza, anche come volontà di contribuire allo sviluppo sociale ed economico del contesto locale e globale in cui viviamo. Valorizzare l'economia circolare, aderire a un approccio eco-friendly, incentivare il contatto con fornitori locali sono tutti aspetti funzionali a un approccio sostenibile che, stando anche alle recenti ricerche nel settore del marketing, rappresenta in ogni caso l'approdo verso cui tendere nei prossimi anni. Meglio cogliere l'occasione e anticipare il cambiamento.

**IL SALENTO RIPARTE:**

**3 SUGGERIMENTI PER FARE LA DIFFERENZA**

E dopo mesi di attesa e sentimenti contrastanti eccoci ai nastri di ripartenza. Soprattutto nel nostro territorio salentino il morale di chi investe e di chi lavora punta in alto, vedendo nella stagione estiva la possibilità di ripartire col piglio economico giusto. Ma non aspettiamoci di ritrovare le nostre aziende come le abbiamo lasciate, perché il mondo non è più lo stesso che abbiamo lasciato fuori chiudendo le porte. **È il momento di mettersi in discussione e considerare nuovi approcci.** Ne suggerisco qualcuno:

**1. Guardare le stesse cose ma con nuovi occhi**

Molte azioni compiute per anni nella stessa maniera, seguendo processi standard, avranno bisogno di nuovi paradigmi. L'aspirazione sarà quella di avere risultati simili a quelli ottenuti in passato ma tenendo conto delle nuove esigenze, delle nuove paure e delle nuove percezioni. È importante non farsi sorprendere dal Nuovo ma dedicarsi alla costruzione di una visione d'impresa in linea con l'attualità;

**2. Vivere il territorio con consapevolezza**

Questo sarà l'anno in cui, più che mai, ci si dovrà concentrare sulla costruzione di modelli di business strutturati e solidi, lontani dall'improvvisazione che fa rima con guadagno veloce (ma senza prospettiva). In ambito turistico soprattutto siamo chiamati a riportare alla luce le bellezze locali e a mostrarci come un territorio capace di fare la differenza sotto più punti di vista;

**3. Prendersi e dare il giusto tempo**

Quelli che ci aspettano saranno mesi molto impegnativi: la pandemia ha causato in tutte le aziende delle ferite, spesso profonde, che un buon management aziendale può curare, giorno dopo giorno. Ma è il tempo il vero alleato della guarigione, personale e professionale. Solo il tempo potrà ridefinire i contorni, validare le strategie e darci dei feedback sulla strada che stiamo percorrendo. Accettare la necessità di prendersi del tempo per rimettersi a fuoco e proiettare i propri obiettivi nel medio - lungo periodo può facilitare l'adattamento al contesto post-covid che ci circonda.





WWW.AFRICA70.ORG



SULLA VIA DEI VIAGGIATORI



Forgiare un mondo più equo e più giusto. Il timone di Africa '70, ONG sorta nel periodo della decolonizzazione dell'Africa, è ben saldo su questa urgenza. **L'autodeterminazione dei popoli** è il principio che guida questa organizzazione in continuo movimento nel campo della cooperazione internazionale allo sviluppo e dell'aiuto umanitario.

Nelle foto in queste pagine:  
Capo Verde > Comunidades no centro (XALABAS - di kumunidadi, nome con cui viene di solito indicato il progetto)



## SOSTIENI AFRICA'70

Chi volesse sostenere il lavoro di Africa '70 può donare

- il **5 per mille** scrivendo il codice fiscale: 80150050153

- con **paypal** al link: <http://paypal.me/movimentoafrica70>

- o **bonifico bancario** al conto: 1000/1304 di Banca Intesa San Paolo, intestato a Movimento Africa'70, con il seguente **IBAN**: IT95Z0306909606100000001304



34





Nella **materia** si esprime la storia che si mescola  
alla leggenda e al buon auspicio.  
La **tradizione** diviene oggetto prezioso.  
L'**arte** riesce a trasformare in **design** anche il passato.



WRITTEN BY  
CARLO CONGEDO

# SMART WORKING: IL LAVORO SI FA A MISURA D'UOMO?

STUDIO LEGALE CONGEDO SUPPORTA AZIENDE E PROFESSIONISTI  
IN QUESTO MOMENTO STORICO PER IL DIRITTO DEL LAVORO

## DIRITTO AZIENDE E TERRITORIO



**AVV. CARLO CONGEDO**  
CONSIGLIERE DIRETTIVO  
AGI - AVVOCATI GIUSLAVORISTI  
ITALIANI, SEZ. PUGLIA E BASILICATA

RICORRENDO ALLA  
FORMULA DELLO SMART  
WORKING, DATORE DI  
LAVORO E DIPENDENTE  
CONCORDANO FORME DI  
ORGANIZZAZIONE PER  
FASI, CICLI E OBIETTIVI E  
SENZA PRECISI VINCOLI  
DI ORARIO O DI LUOGO DI  
LAVORO.

**EN** "Smart working" is a term that has become widespread in these months of pandemic. In fact, it is a working formula that has been in existence in Italy for several years: its characteristics make it a versatile and useful tool but at the same time risks questioning some aspects of the standard work. As the lawyer claims. Carlo Congedo now requires smart working more than before to be properly regulated and applied, protecting employer, company and worker.

Una **nuova modalità organizzativa** dedicata a quei lavoratori che svolgono mansioni compatibili con le sue caratteristiche: è lo **smart working**, noto anche come lavoro agile, grande protagonista in questi mesi di emergenza sanitaria.

Non si tratta di una nuova tipologia contrattuale ma, appunto, di un modo alternativo di espletare la propria attività, agevolando la conciliazione dei tempi di vita e lavoro. Che di nuovo, in realtà, ha relativamente poco. Già in passato, infatti, il legislatore aveva disciplinato il lavoro agile nell'art. 18 della Legge 22 maggio 2017, n. 81 dal nome "**Misure per la tutela del lavoro autonomo non imprenditoriale e misure volte a favorire l'articolazione flessibile nei tempi e nei luoghi del lavoro subordinato**". Una legge entrata in vigore in Italia a tutti gli effetti il 14 giugno del 2017 ma che, fino all'esplosione dell'interesse nei suoi confronti durante il primo lockdown, in pochi (lavoratori e datori) conoscevano e applicavano.

Ricorrendo alla formula dello smart working, **datore di lavoro e dipendente concordano forme di organizzazione per fasi, cicli e obiettivi e senza precisi vincoli di orario o di luogo di lavoro**. Sempre nella normativa è disciplinato l'utilizzo di strumenti tecnologici per lo svolgimento dell'attività lavorativa e conseguente responsabilità sul funzionamento degli stessi.

Sebbene si sia evidenziata una scarsa applicazione pratica dello smart working prima della pandemia del 2020, fin da subito è apparsa chiara la potenzialità dello strumento nell'ottica di un più efficace coordinamento tra tempi dedicati alla vita privata e tempi riservati alla propria occupazione. Ciò su cui il legislatore ha posto l'attenzione riguarda **l'uso del lavoro agile nel suo essere un metodo flessibile**, dunque particolarmente adatto in determinate fattispecie lavorative (fermo restando il suo adattarsi alle mansioni limitate al lavoro d'ufficio e ai soli dipendenti che eseguono attività lavorative tali da permettere loro di separarsi dalla sede di lavoro).

NEW

L'AVV. CARLO CONGEDO, NEL 2021,  
È STATO NOMINATO COMPONENTE  
DELLA TASK FORCE REGIONE  
PUGLIA PER LE AREE DI CRISI

## SMART WORKING: LUCI E OMBRE

Lo **smart working** si configura come quello strumento flessibile capace di mutare la forma del rapporto di lavoro come di solito viene inteso a favore di una molteplicità di aspetti positivi che coinvolgono tanto il lavoratore quanto il datore di lavoro. Va da sé che tale sviluppo della formula contrattuale comporti anche alcune criticità formali e sostanziali: per questo motivo tutti i professionisti coinvolti nella gestione delle risorse umane e in particolare gli studi legali con competenza specifica nel diritto del lavoro, come quello di cui sono titolare, sono stati chiamati con urgenza ad allinearsi alle nuove necessità del settore e alle nuove problematiche inerenti tanto i diritti/doveri del lavoratore quanto quelli del datore di lavoro.

Analizzando la figura del **lavoratore** all'interno del nuovo scenario, emergono diversi **vantaggi** dovuti alla messa in pratica del lavoro agile: si pensi alla **riduzione dei costi di trasporto**, alla **diminuzione dello stress** causato dal traffico negli spostamenti verso il luogo di lavoro, alla conseguente **ottimizzazione del tempo a propria disposizione** e alla **migliore conciliazione dei tempi vita/lavoro**. **Di contro**, il lavoratore si espone anche al rischio di una **eccessiva commistione tra lavoro e vita privata** dovuta alla costante reperibilità (overworking), nonché alla **possibilità di isolamento sociale** e alla troppa **sedentarietà**. Su questo aspetto in particolare è chiamato a intervenire direttamente il **datore di lavoro** il quale è tenuto a garantire il **diritto alla disconnessione** dei propri lavoratori. Ma non solo: tra le soluzioni da adottare affinché lo svolgimento del lavoro agile sia adeguato alle vicendevoli esigenze, il datore di lavoro è chiamato a individuare **nuovi modi per l'esercizio del potere di controllo** e per la **tutela della privacy**, a **coordinare a distanza** l'attività lavorativa del proprio personale e a garantire **salute e sicurezza** ai propri lavoratori come se fossero presenti fisicamente in sede. Tali impegni sono controbilanciati dalla **riduzione per l'azienda dei costi** legati all'avere il lavoratore in presenza (elettricità, connessione internet, usura della strumentazione informatica, ecc.) nonché dall'**aumento della produttività** del lavoratore in smart working e all'**opportunità di migliorare il rapporto di fiducia tra responsabili e dipendenti**. Si consideri inoltre la **possibilità per l'azienda di selezionare candidati e candidate collocati fisicamente in altre parti d'Italia e del mondo** ma che, grazie al lavoro agile, possono oggi – come mai prima – essere presi in considerazione per le posizioni aperte all'interno dell'azienda.

QUESTA TERRIBILE SITUAZIONE GENERALE DOVUTA ALLA PANDEMIA, DOPOTUTTO, STA LASCIANDO DIETRO DI SÉ ANCHE QUALCHE PICCOLO CAMBIO DI PROSPETTIVA, E UNO DI ESSI È L'UTILIZZO DELLO SMART WORKING.



CARLO CONGEDO  
STUDIO LEGALE

Corte Tanza, 5 - 73013 • Galatina LE  
tel./Fax: +39 0836 568842  
e-mail: info@studiolegalecongedo.com

WWW.STUDIOLEGALECONGEDO.COM

## DATI E PROSPETTIVE POST PANDEMIA

La rilevazione Istat, condotta tra l'8 e il 29 maggio 2020 e intitolata "**Situazione e prospettive delle imprese nell'emergenza sanitaria Covid-19**", evidenzia molto bene l'exploit che il lavoro agile ha avuto negli ultimi mesi: dall'indagine emerge che, durante l'emergenza sanitaria, lo smart working è stato introdotto o esteso al 90% delle imprese di grandi dimensioni (250 addetti e oltre) e dal 73,1% delle imprese di dimensione media (50-249 addetti). Questi dati suonano come sirene alle orecchie dei **datori di lavoro** che devono necessariamente **entrare nel merito di questa nuova modalità di lavoro**, conoscerne le caratteristiche e valutare l'eventuale aggiornamento dei contratti in essere con i propri dipendenti oppure considerare di implementare modelli contrattuali ad hoc per le assunzioni future. Allo stesso tempo i **lavoratori devono essere consapevoli dei diritti e dei doveri** che scaturiscono da un'eventuale applicazione del lavoro agile: non è più possibile tornare indietro, il cambiamento che sarebbe dovuto avvenire nel corso di anni si è realizzato in poche settimane e adesso siamo tutti chiamati a essere preparati in materia, noi professionisti del settore legale per primi.

Lo **smart working** può riguardare molti lavoratori del settore pubblico e privato, purché essi vengano dotati di strumenti e competenze adatte al nuovo scenario. E a condizione che gran parte dei processi all'interno delle aziende siano concretamente digitalizzati. Un impegno che ci vede tutti in prima linea, impegnati nel valorizzare la ricchezza di competenze acquisite in questi mesi e compatti nel vedere come opportunità l'anticipazione dei tempi del cambiamento. **Questa terribile situazione generale dovuta alla pandemia**, dopotutto, **sta lasciando** dietro di sé anche qualche piccolo **cambio di prospettiva**, e uno di essi è l'utilizzo dello **smart working**: non perdiamo questo importante appuntamento con un futuro più a misura d'uomo.

WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

# CREDERE NELLA SOSTENIBILITÀ NON BASTA PIÙ. È IL MOMENTO DEL FARE.

DAL 2020 CAMER GAS&POWER È ENTRATA A FAR PARTE DELLA SOCIETÀ EMOTION E HA GIÀ INIZIATO A SCRIVERE UN NUOVO FUTURO PER L'ENERGIA, DIVENENDO UNA FORTE REALTÀ NEL MERCATO DELL'ELETTRICO E DEL GAS NATURALE.



# FUTURO

TECNOLOGIA E INNOVAZIONE

La **responsabilità ambientale** si sviluppa di pari passo con un **forte desiderio di non accontentarsi**, di aprire la prospettiva e di guardare al futuro prima degli altri.

**Camer Gas&Power**, azienda protagonista dei mercati energetici in Puglia, non si ferma ai dettami della sua storia che parte dal 1971 con la commercializzazione di carburante, anzi, ne trae ispirazione per una rivoluzione verde che punta a una **modifica radicale del proprio business**, contribuendo alla decarbonizzazione della Puglia. Così la sua entrata nella società **Emotion**, nata nel 2014 da imprenditori umbri per proporre soluzioni concrete per la mobilità elettrica, diventa un modo fattivo di investire nei carburanti alternativi.

*"Si prevede che nel 2030 le emissioni della mobilità caleranno del 30% - spiega Giuseppe Greco, CEO di Camer Gas&Power - fino ad arrivare nel 2050 a essere del tutto azzerate. Il futuro ha già iniziato il suo percorso ed è un futuro green a cui noi vogliamo e dobbiamo dare il nostro contributo".*

Con l'inaugurazione della divisione **E-Mobility**, oggi l'azienda opera nel campo dell'energia elettrica garantendo soluzioni personalizzate e **all'avanguardia per la ricarica elettrica, sia per aziende sia per utenti privati**. Guidare una **e-car** non è più un miraggio, ma un concreto agire che parte dall'odierno bisogno di sostenibilità.

FOTO 2

## PERCHÉ SCEGLIERE UN'AUTO ELETTRICA?

Significa salvaguardare il pianeta e le future generazioni. I veicoli elettrici hanno infatti consumi decisamente inferiori rispetto ai veicoli tradizionali, non emanano gas nocivi come l'anidride carbonica o le polveri sottili e le elevate prestazioni fornite dal motore permettono di effettuare numerosi km a un costo conveniente.

FOTO 1

**Camer offre una serie di prodotti e servizi, dalle stazioni di ricarica domestica, fino ai punti di ricarica aperti al pubblico.**

**Wall Box Camer** (FOTO 1) è la stazione che, installata in garage, permette di fare il pieno di energia comodamente a casa.

**Evo 2 Pole Position** (FOTO 2) è l'infrastruttura di Camer per ricaricare su suolo pubblico o privato fino a due auto contemporaneamente.

**Fast Station** è l'infrastruttura di ricarica veloce in corrente alternata e continua. Il tempo medio di ricarica è di 30 minuti.

**Ogni stazione di ricarica può essere personalizzata nella scocca e divenire un servizio speciale per strutture ricettive e Comuni.**

**EN** *With the E-mobility Camer division Gas&Power started to write a new future for energy that passes from the electric world. Today it offers a range of services and products (from home charging stations to public charging points) that are concrete solutions to invest in sustainability. Today, driving an e-car is no longer a mirage.*

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

39

## COS'È SPOTLINK?

Il servizio SpotLink mette a disposizione dei clienti Camer la possibilità di gestire la ricarica del veicolo elettrico e ottenere la localizzazione delle colonnine tramite un'applicazione dedicata.

**SpotLink offre dunque vari vantaggi:**

- > si può visionare il percorso per raggiungere la colonnina più vicina alla propria posizione;
- > una volta avviata la ricarica è possibile essere aggiornati sul suo avanzamento, su eventuali allarmi e sul termine dell'operazione;
- > attraverso l'applicazione si può pagare con un credito precaricato, un coupon acquistato o fornito dal gestore o con monete dove è prevista l'accettazione.

**SPOT·LINK**  
...charging your life

WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

# LO SVILUPPO DEL TERRITORIO PARTE DALL'ESPERIENZA

IL RUOLO DI GENERAL CONTRACTOR DI AP MONTAGGI GREEN BUILDING  
NELLA FITTA RETE DEI BONUS FISCALI E DELLE RISTRUTTURAZIONI.

## SUPERBONUS

AZIENDE E TERRITORIO



PASQUALE APOLLONIO  
OWNER AP MONTAGGI E LEVELPROJECT

40

AZIENDE & TERRITORIO

POTER USUFRUIRE DI UN SERVIZIO COMPLETO  
E CHIAVI IN MANO CHE PARTE DALLA FASE  
PRELIMINARE, PASSANDO DAI SERVIZI  
DI SUPPORTO, FINO AD ARRIVARE ALLA  
PROGETTAZIONE ED ESECUZIONE, ALL'ASSISTENZA  
TECNICO-BUROCRAITICA DURANTE E A TERMINE  
DEI LAVORI (DETRAZIONE FISCALE, SCONTO IN  
FATTURA E CESSIONE DEL CREDITO).

Avere sulle spalle vent'anni di esperienze di cantieri in tutto il mondo e affrontare una nuova sfida. AP Montaggi Green Building ([www.apmristruttura.it](http://www.apmristruttura.it)) è un nuovo progetto di AP Montaggi e da AP Montaggi prende **professionalità, capacità di coordinamento, attitudine all'eccellenza** per porsi come "general contractor" in un settore importante come quello delle ristrutturazioni.

**Pasquale Apollonio**, Owner di AP Montaggi, spiega come il progetto Green Building sia sinonimo di **affidabilità e concretezza**.

*"Sin dal principio AP Montaggi Green Building nasce con l'intento di occuparsi della gestione degli **ecobonus** previsti per aumentare la classe energetica delle abitazioni, ma si pone poi in modo più ampio come appaltatore generale a cui affidare la **ristrutturazione completa** della casa, grazie all'esperienza che in vent'anni abbiamo maturato stando direttamente sui cantieri".*

**Quindi rivolgersi ad AP Montaggi Green Building significa avere un referente unico nel complesso iter di rifacimento di un immobile?**

*"Significa poter usufruire di un **servizio completo e chiavi in mano** che parte dalla **fase preliminare di verifica e fattibilità**, passando dai servizi di **supporto**, fino ad arrivare alla **progettazione, all'esecuzione e all'assistenza tecnico-burocraita** durante la fase operativa della ristrutturazione. Si gestiscono anche **tutte le fasi finali**, cioè detrazione fiscale, sconto in fattura e cessione del credito.*

*Crediamo che, soprattutto **per il nostro territorio**, abbiamo creato un'occasione, un'opportunità".*



**AP MONTAGGI SRL GREEN BUILDING**  
VIA CIRCONVALLAZIONE, 24  
73040 ARADEO (LE)  
TEL. +39 - 0836 556024  
INFO@APMRISTRUTTURA.IT

## In che senso?

*“L’azienda si fa davvero carico di tutti gli oneri creando **una rete importante, un indotto capace di dare sviluppo al territorio**. Gestire tutto quello che comporta una ristrutturazione chiavi in mano significa avere a disposizione un team di esperti in ogni settore, fornitori con i quali avere un rapporto di **fiducia** e collaborazione che diventa punto di forza della nostra attività”.*

## Non vi occupate quindi solo di Superbonus 110%...

*“Il Superbonus introdotto dal Decreto Rilancio è senza dubbio un’attrattiva per chi volesse far fare interventi di isolamento termico o sostituzione degli impianti di climatizzazione della propria abitazione. Quindi è **un’occasione perfetta per scegliere questo come momento ideale per ristrutturare**. Ma quando ci si imbarca in tale percorso, avere un **referente unico** che possa seguire ogni fase dei lavori, dando garanzia di tempi e costi, diventa fondamentale per non perdersi dietro la burocrazia e maestranze che potrebbero non essere all’altezza della situazione, allungando il procedimento. In questo senso è come dici tu, non ci occupiamo solo di Superbonus, ma di tutte le agevolazioni presenti in questo periodo (per esempio **Bonus Facciate 90%, Ecobonus 50%**, etc)”.*

**EN** AP Montaggi Green Building is a new project of AP Montaggi that was born with the aim of dealing with the management of the ecobonus expected to increase the energy class of homes, but then it is placed in a wider way as a general contractor to whom to entrust the complete renovation of the house, thanks to the experience gained by AP Montaggi in twenty years of work directly on construction sites.



# POPULOUS

WRITTEN BY  
TITTI STOMEIO  
PHOTO SIMONA MARRA

OLTRE OGNI CRISI,  
A SUON DI MUSICA.  
L'ARTE TRASVERSALE  
DI UN INCREDIBILE  
SOUND DESIGNER.

PERSONE & MUSICA

**EN** *Populous is a transversal artist: producer, deejay, soundtrack author, sound designer for the web, museums and fashion shows and much more. In 2020 he released the album "W" (which stands for Women), a free and heterogeneous female musical imaginary, a tribute to the women who in recent years have inspired him. With his music - which he defines electronic globetrotting and without borders - he travels all over the world, returning every time to Salento (territory he has chosen as home). His great hope for the future is that more and more people will fall in love with their land, take care of it and respect it as they would a loved one.*



## “W” È UN UN IMMAGINARIO MUSICALE FEMMINILE LIBERO ED ETEROGENEO, UN OMAGGIO ALLE DONNE CHE NEGLI ULTIMI ANNI LO HANNO ISPIRATO.

**Populous** è il moniker dietro cui si cela **Andrea Mangia. Producer, deejay, autore di colonne sonore, è un artista in grado di esplorare con disinvolture generi musicali diversissimi tra loro**, rendendo sempre riconoscibile ogni sua creazione tanto che da diversi anni porta alta la bandiera della musica elettronica italiana nel mondo.

Simon Scott/Slowdive, Vasco Brondi, M¥SS KETA (è lui il producer dietro a una hit come “Xananas”), Christine and the Queens, Teebs, Clap! Clap! sono solo alcuni degli artisti che ha prodotto o con cui ha collaborato.

La lista dei grandi festival internazionali che hanno ospitato i suoi set comprende, tra gli altri, SXSW (Austin), Primavera Sound (Barcellona), Eurosonic (Groningen), Tropikali (Amsterdam), Nos Alive (Lisbona), Tropico (Acapulco) e Selvamonos (Lima).

In Italia, oltre ad aver vinto nel 2016 il premio di “Miglior artista” all’Italian Quality Music Festivals, non c’è un festival che non lo abbia inserito in line up.

**Legge con largo anticipo le tendenze e gli sviluppi musicali** (nel 2010 vince il “Premio 2061 - La musica elettronica italiana del futuro”).

Laureato in musicologia, **Populous è ascoltatore onnivoro prima ancora che musicista, ha nella curiosità il suo tratto distintivo.**

La **moda** è un’altra sua grande passione (come dimostra la sua coloratissima collezione di camicie e calzini!) e non è un caso se tra le innumerevoli collaborazioni ci siano all’attivo anche quelle con grossi brand come Gucci, Vivienne Westwood e Isabel Marant.

Nel 2020, a distanza di 3 anni da **“Azulejos”**, esce il suo nuovo album **“W”** (che sta per Women), **un immaginario musicale femminile libero ed eterogeneo, un omaggio alle donne che negli ultimi anni lo hanno ispirato.**

Le Donne di Populous cantano, scrivono, compongono, suonano. Vengono dall’Italia, dal Giappone, ma anche dall’Argentina, dal Brasile e dal Messico. Icone, ma anche amiche.

**“W” è un portale spalancato sul tempo sospeso e intorpidito che stiamo vivendo**, pronto a trasportarci in un mondo nuovo, matriarcale, queer e incredibilmente ironico.

Concepita insieme al digital artist della scena queer berlinese Nicola Napoli, la copertina-manifesto è l’invito a **“un party utopico dove faremmo follie per essere invitati”**, come dichiara lo stesso Populous.

Un party eclettico e trasversale, improbabile ma coerente, dove si incontrano Grace Jones e Missy Elliott, Loredana Bertè e RuPaul, Aaliyha e Amanda Lear, Beth Ditto e Divine e dove si balla house sciamanica, cumbia digitale, vogue beat ed elettronica glitch.

“W” in fondo è l’opening party di un mondo che ha superato una crisi drammatica e si ritrova incredibilmente trasformato.

**Ciao Andrea, raccontami come stai.**

In questo periodo rispondere a una domanda del genere è diventato davvero complesso. Siamo tutti sottosopra e mentire non serve più a nulla. Ma comincio a essere ottimista.

**Qual è il ricordo dell’ultimo live che hai fatto pre covid?**

Febbraio 2020. Città Del Messico. Il virus era già in Italia e io e il mio manager probabilmente eravamo gli unici in tutto il Messico a indossare le mascherine. Sai, da bravo ipocondriaco... Eppure nulla poteva farci anche solo minimamente immaginare cosa stava per succedere.

È stato un live pazzesco, in un posto bellissimo, imballato di gente. Se ci penso, non mi sembra possibile.

**Quale credi che sia il tuo successo più grande finora?**

I goal a livello professionale mi interessano relativamente.

Ciò di cui sono più fiero è la mia **scelta di non svendere mai il mio lavoro** e la mia musica. Ho sempre fatto quello che volevo, anche a costo di rimanere fisso in un limbo chiamato underground. Fortunatamente, a un certo punto, il mio nome ha cominciato a girare ugualmente nonostante non fossi esattamente “pop”. Ma questo mi fa pensare che il mio l’ho fatto bene.

**Descriviti in 4 parole.**

Ansioso, ansioso, ansioso e ipocondriaco.

**Descrivi la tua musica in 4 parole.**

Elettronica giramondo e senza frontiere.

**Cosa ti rende più fiero di W?**

Averlo realizzato con donne che, prima ancora di essere artiste che amo, sono anche persone a cui voglio bene al di fuori della musica.

**Cosa ti dà più fastidio quando scrivono o parlano di te?**

Odio quando dicono che sono snob (lo odio perché un po’ è vero!)

**Dammi 3 nomi che ti fanno ben sperare per la musica di oggi.**

Frank Ocean, Rosalia, Charli XCX.

**Perché fai musica?**

A volte, me lo chiedo pure io! In realtà credo sia una sorta di auto-psicanalisi. Per fortuna faccio solo beats. Non oso immaginare i miei testi se fossi stato un songwriter.

**Come ti vedi tra 10 anni?**

In Messico a bere mezcal.

**Qual è la tua grande speranza?**

Spero che le persone prendano più a cuore questo pianeta.

Sono davvero spaventato dalla totale noncuranza nei confronti dell’ambiente. La mia grande speranza è che un numero sempre maggiore di persone si innamori della propria terra, che se ne prenda cura e che la rispetti come farebbe con un proprio caro.

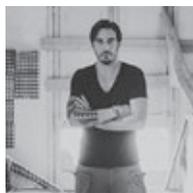
# SENTIRSI PARTE DI UN SOGNO CHE NON SMETTE DI STUPIRE

WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

LA REALTÀ DEL CANTIERE, HAMBIRRERIA DI LECCE, ATTRAVERSO L'AMBIZIONE E I PROGETTI DI DANIELE VETRUGNO, ANIMA DI UN LUOGO CHE È STATO CAPACE DI REINVENTARE L'IDEA DELLA CONDIVISIONE, DELLO SPAZIO E DELLO STARE BENE.

## DETERMINAZIONE

AZIENDE E TERRITORIO



**DANIELE VETRUGNO**  
IMPRENDITORE  
CEO & FOUNDER CANTIERE HAMBIRRERIA

Quando sente parlare di giovani, la vecchia guardia storca il naso, credendo poco nello spirito di iniziativa delle nuove leve. **Eppure ci sono volontà e desideri che superano i confini anagrafici e raccontano di realtà imprenditoriali che diventano veri e propri esempi di tenacia e ben fare. Daniele Vetrugno**, 36 anni, ha dato vita a un posto che "il popolo della notte" salentina conosce bene. Il **Cantiere di Lecce** è oggi non solo un punto di riferimento per chi ama gustare hamburger e piatti dal sapore d'oltreoceano, ma anche **per chi approva un vero e proprio stile di vita fatto di stimoli continui.**

***Un passato da sportivo, un presente da imprenditore. Qual è il futuro di Daniele Vetrugno?***

Vivo il presente sempre al 100% delle mie possibilità e sicuramente la mia forza deriva in gran parte dal mio passato sportivo che mi ha formato caratterialmente, dandomi dei valori saldi: **la tenacia, la determinazione, la perseveranza e la voglia di migliorarmi ogni giorno.** Il mio futuro è sicuramente continuare ad avere sempre degli obiettivi ben precisi, **stimoli continui e dei sogni da realizzare, ma senza lasciare nulla al caso.**

***La C del Cantiere, nel giro di poco tempo, è diventata un vero e proprio brand, segno grafico non solo di una realtà imprenditoriale, ma anche, e forse soprattutto, di una visione che supera i confini di Lecce. Qual è questa visione? Da dove parte?***

Sicuramente è un progetto pensato molti anni prima, che parte dalla voglia di creare un luogo che la nostra città non aveva. Lo stile arriva dalla mia **passione per l'America**, per **l'avanguardia** e **l'atmosfera unica che la contraddistingue** e che ho voluto, nel mio piccolo, riportare in un angolo della mia città. Il nome **Cantiere** è stato scelto per dare ancora più forza al concetto di quello che è il mio "**credo**": **continua evoluzione, mai fermarsi, mai dare nulla per scontato e dare spazio a idee e cambiamenti continui.** Vorrei poi sottolineare che se **la C di cantiere è diventata un punto di riferimento e addirittura per molti uno stile di vita**, è anche grazie a tutti i miei collaboratori, da chi va sul campo la sera a chi lavora dietro le quinte. Ogni giorno credono nel nostro progetto e se ne sentono parte. Il mio grazie va a loro e a tutte le persone che ci scelgono quotidianamente.



**Cosa ha significato per un'attività come quella del Cantiere attraversare la tempesta Covid?**

Beh, sicuramente è stato un periodo inaspettato, difficile da gestire. All'inizio abbiamo volutamente deciso di non intraprendere il discorso asporto perché per noi Cantiere non è solo una semplice hamburgeria dove venire a mangiare prodotti ricercati e di qualità, ma un vero e proprio luogo di ritrovo, un posto per socializzare, per ascoltare buona musica, per dare spazio a tutti gli artisti dell'intero territorio nazionale, per bere un buon drink in compagnia e sentirsi a casa. Ci siamo, quindi, da subito concentrati a perfezionare degli aspetti della nostra azienda che durante il normale periodo lavorativo non riuscivamo a migliorare per via della grande mole di lavoro giornaliera.

Per il prolungarsi però della pandemia e per le grandi richieste che ci giungevano dai nostri clienti, abbiamo deciso nell'ultimo periodo di reinventarci anche nel settore **"take-away" e delivery per portare anche nelle case un pizzico dell'emozione che si vive nel nostro contesto.**

**EN** *The Cantiere, hambirreria in Lecce, is a place that has been able to reinvent the idea of sharing, space and feeling good. As the name suggests, the Cantiere project is constantly evolving and open to new ideas: Daniele Vetrugno, entrepreneur and creator of the format, intends to start immediately and strong, bringing the company back to speed with all the improvements and new aspects that have been worked on in recent months.*

[WWW.CANTIEREHAMBIRRERIA.IT](http://WWW.CANTIEREHAMBIRRERIA.IT)

**Cos'hai adesso...in Cantiere?**

Il Cantiere è sempre pieno di idee e progetti da realizzare. **Sicuramente il primo obiettivo è di farsi trovare pronti e puntare a riportare a regime l'intera azienda con tutte le migliorie e i nuovi aspetti sui quali abbiamo puntato in questo periodo.**

Contemporaneamente continuo a lavorare per rafforzare il nostro concetto e per dare vita ai nostri sogni non ponendomi limiti.

**Qual è il significato che dai alla parola speranza?**

Ho fatto di una frase di Bruce Lee il mio stile di vita: **"Non pregare per una vita facile, prega per avere la forza di affrontarne una difficile"**. Questo è quello che spero.



Viale dell'Università, 23  
LECCE  
TEL. +39. 389 514 1191





LUCHADORA

WRITTEN BY  
RAFFAELLA CALSO

# I COLORI OLTRE IL BOATO

A TUTTA RESILIENZA CON ALESSANDRA MARIANELLI, IN ARTE LUCHADORA

# CREATIVITÀ

#TUTTOLANNODONNA

LA SUA CREATIVITÀ A TUTTO TONDO NON SI È LASCIATA INTIMORIRE DALL'IMPROVVISO BOATO GENERATO DALLA PANDEMIA, ANZI: NE HA FATTO LINFA VITALE E INEDITA PER LO SVILUPPO DI NUOVI PROGETTI.

**Luchadora** è una visual artist a tinte forti, la cui matita non le manda a dire. Forme nette, eccessive e sinuose attraversano con disinvoltura le sue opere, catalizzando lo sguardo di chi inciampa, anche per caso, in un suo disegno. La sua creatività a tutto tondo non si è lasciata intimorire dall'improvviso boato generato dalla pandemia, anzi: ne ha fatto linfa vitale e inedita per lo sviluppo di nuovi progetti.

**Qual è l'illustrazione realizzata in questo anno di pandemia che più ti rappresenta o che rappresenta meglio lo stato d'animo che provi o hai provato?**

*"Into the wild at home"* (FOTO 1) è un'illustrazione che ho fatto dopo il primo mese di lockdown; in quel periodo stavo rappresentando tanti soggetti e situazioni che cercavano di farmi scappare di casa restandoci, ma questa figura femminile pacata, composta, che provava a fuggire da questa strana realtà con grande grazia mi tranquillizzò.

A lei seguì il poster *"HOPE"* (FOTO 2) che cercava di celebrare ulteriormente le buone intenzioni.



FOTO 1

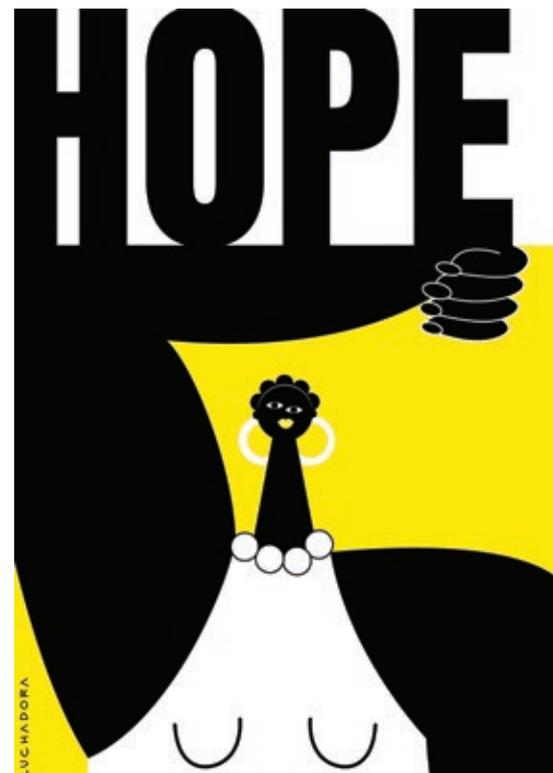


FOTO 2

## C'è un tuo progetto nato da un input avuto dalla pandemia?

A giugno 2020 le ragazze di **CHEAP** mi hanno coinvolto in un progetto bellissimo, che si chiamava **“La lotta è FICA”**, e poneva l'accento sulla questione della **donna**. Era composto da 25 poster realizzati da altrettante artiste e installati sulla centralissima **Via Indipendenza a Bologna**. Ideatrice e curatrice dell'operazione è **CHEAP**, il progetto di public art con sede a Bologna fondato nel 2013 da sei donne: “La lotta è FICA” è il suo primo intervento realizzato dall'inizio del lockdown ed è significativamente stato scelto per sottolineare **quanto il femminismo sia un'attività essenziale**. (Foto a destra: Michele Lapini)

Strano a dirsi, dunque, ma per Luchadora non ci sarà una ripresa in questi mesi che invitano il Paese alla ripartenza, per il semplice motivo che mai la sua creatività ha subito un arresto. E la sua resilienza artistica lancia un messaggio chiaro anche a chi non appartiene al mondo delle arti visive: guardare la realtà con occhi diversi, vedendo o anche solo **immaginando un mondo Altro, consente di elevarsi, di nutrirsi di qualcosa di bello, nuovo e variopinto... anche in assenza di colori**.

48

“LA LOTTA È FICA”,  
È UN PROGETTO  
CHE PONE L'ACCENTO  
SULLA QUESTIONE  
DELLA DONNA  
ED È STATO SCELTO PER  
SOTTOLINEARE QUANTO  
IL FEMMINISMO  
SIA UN'ATTIVITÀ  
ESSENZIALE.



**EN** *Luchadora is a visual artist whose artistic resilience sends a clear message even to those who do not belong to the world of visual arts: looking at reality with different eyes, seeing or even just imagining an Other world, allows you to rise, to feed on something beautiful, new and colorful... even in the absence of colours.*



*Colazione da Titti*

COLLEZIONE PER TUTT\*

COLAZIONEDATITTI@GMAIL.COM - +39 328 834 7924

Colazione da Titti



colazionedatitti

WRITTEN BY  
TITTI STOMEO

# RIABBRACCIARE LE COSCIENZE CON LA MUSICA

COSA C'È DIETRO IL "GIGANTE BUONO" RAPHAEL GUALAZZI.

## VALORI MUSICA E PERSONE

50

MUSICA & PERSONE

**EN** *Raphael Gualazzi is a singer-songwriter, a musician, a composer, an arranger, a producer, crazy love for his music and for music in general. Those who know him very well call him a good giant who always has a word of comfort for everyone. His great hope for the future is that the music will again embrace new consciences, to give a smile to all those people who have changed faces during this period and will still become the soundtrack of those who love each other.*

Ho conosciuto Raphael Gualazzi nel 2011, per l'esattezza l'8 agosto.

Ho avuto il privilegio di essere la prima organizzatrice salentina a portarlo in concerto a Lecce. L'idea la ebbe Cesko degli Après La Classe, mio socio nella realizzazione di quello che sarebbe stato un evento memorabile. Quella sera 1600 persone di tutte le età parteciparono entusiaste al concerto di questo giovane, timido, altissimo e talentuosissimo cantautore e musicista che solo pochi mesi prima aveva vinto Sanremo Giovani.

Fu una scommessa vinta alla grande. Ma la fortuna vera si è palesata il giorno dopo il live perché il suo management mi chiese di ospitarlo per altre 24 ore a causa dell'annullamento del concerto che avrebbe dovuto fare in Calabria. Da salentina doc, ovviamente, lo portai a cena.

Ci sedemmo nel locale di Cesko, lo Skatafashow di Aradeo, alle 20 e ci alzammo alle 2 super felici. Da lì è nata un'amicizia unica e straordinaria che, dopo 10 anni, è viva più che mai.

**Raphael è un uomo meraviglioso, generoso, rispettoso. È un cantautore, un musicista, un compositore, un arrangiatore e un produttore, ma è soprattutto un uomo di valore come pochi.**

Quando ha rivestito il ruolo di M° Concertatore della Notte della Taranta ha fatto innamorare tutta l'Orchestra con la quale ancora oggi ha un rapporto speciale: non esiste una gerarchia nella sua vita, per lui siamo tutti e tutte uguali.

**Ciao Raphael, raccontami come stai e qual è il ricordo dell'ultimo live che hai fatto pre covid.**

Sto molto bene, grazie!

L'ultimo concerto è stato un piano solo a settembre, all'esterno di un bellissimo Castello in Trentino. Il giorno dopo hanno chiuso tutto.

**Quale pensi che sia il tuo successo più grande finora?**

Il mio successo più grande è essere rimasto Folle d'amore per la mia musica (e per la musica in generale).

**Descriviti in 4 parole.**

Amicizia, Amore, Vita, Musica.

**Descrivi la tua musica in 4 parole.**

l've..  
Got..  
The..  
Blues..

***In quale dei tuoi dischi ti rispecchi di più?***

Ogni album è il racconto di un vissuto particolare. È difficile sceglierne uno, non rinuncerei a nulla di quello che ho fatto.

***Cosa ti dà più fastidio quando scrivono o parlano di te?***

In generale mi preoccupa che non scrivano inesattezze sulla musica e sulle sue storie e radici.

***Dammi 3 nomi che ti fanno ben sperare per la musica di oggi***

Anderson Paak, Cory Henry, Esperanza Spalding.

***Perché fai musica?***

Perché mi piace. Perché è la mia vita. Perché mi guarisce dall'ovvietà.

***Cosa è cambiato nella tua musica da Love Outside the Window (il tuo primissimo disco del 2005) a Ho un Piano?***

La ricerca non si è mai fermata seppure l'amore per determinati generi è rimasto sempre vivo.

***Come ti vedi tra 10 anni?***

Preferisco vedermi conquistare la felicità giorno per giorno e non proiettare la mente nell'iperspazio.

Viviamo in un mondo martoriato dagli abusi dell'ego umano dove l'esperienza che tutti abbiamo vissuto (e stiamo ancora vivendo) è solo la copertina di un libro che nessuno ha voglia di leggere perché racconta delle realtà scomode e pericolose.

Personalmente sono grato per quello che ho, per la mia vita.

***Qual è la tua grande speranza?***

Che la musica torni ad abbracciare nuove coscienze, a restituire il sorriso a tutte quelle persone che hanno cambiato faccia durante questo periodo e diventi ancora la colonna sonora di chi si ama.



WRITTEN BY  
TITTI STOMEO

# A UN PASSO DAL MONDO

GIUSEPPE MERICO, CEO DI ICONN TECH E HOSPITALITY MANAGER, RACCONTA L'ESPERIENZA DELLA SUA REALTÀ, FRUTTO DI UN AMORE PER IL PROPRIO TERRITORIO E PER IL VIAGGIO.

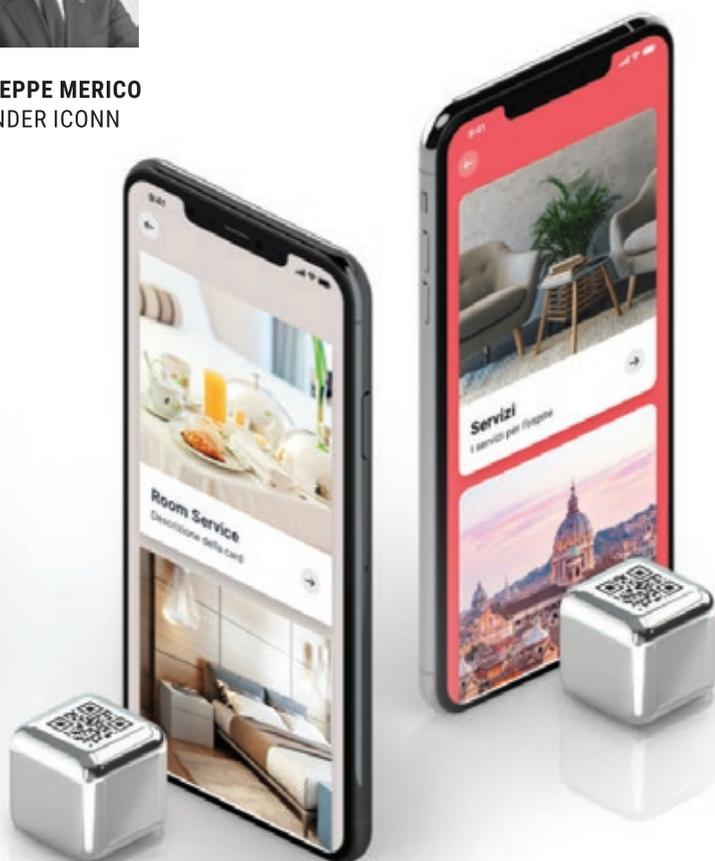
# HOSPITALITY

TECNOLOGIA E INNOVAZIONE



GIUSEPPE MERICO  
FOUNDER ICONN

TECNOLOGIA & INNOVAZIONE



Cresce nel mondo dell'ospitalità e della ristorazione grazie alle strutture ricettive e alberghiere di famiglia a Santa Cesarea Terme, nel Salento. Dopo la Laurea magistrale in Giurisprudenza con Specializzazione in Diritto Industriale e della Concorrenza, si trasferisce in Inghilterra per diversi anni, dove studia la lingua inglese, pur continuando a lavorare online per i businesses di famiglia in Italia.

**Giuseppe Merico** di stare con le mani in mano non ci pensa nemmeno. Nel 2019 entra a far parte del Glion Institute of Higher Education in Svizzera, la prima scuola al mondo di Gestione dell'Ospitalità Internazionale, dove perfeziona la propensione manageriale e la visione di ospitalità fuori dagli schemi.

Nel 2020, fonda la sua prima **Start-up, ICONN tech**, nel settore dell'informazione tecnologica aiutando i professionisti del turismo nella vendita di servizi di qualità.

**Nel suo primo anno di vita, ICONN riscuote ottimi consensi, tanto da entrare in partnership con DELIVEROO e GRUPPO UNA S.P.A.**

### **Giuseppe, da dove nasce l'idea di ICONN?**

L'idea di ICONN nasce dell'esperienza acquisita nel mondo dell'hospitality industry.

Innanzitutto, sono stato fortunato perché la passione per questo lavoro me l'ha trasmessa mio padre che, da sempre, si occupa di ristorazione e di banqueting dato che organizza eventi di gala e di rappresentanza presso le strutture ricettive ed alberghiere di famiglia.

Inoltre, amando molto questo mondo, ho deciso di studiare all'estero

# ICONN™

SANTA CESAREA TERME (LE)  
VIA SANT'ANTONIO, 42  
iconntechn@gmail.com

quello che riguarda il **settore dell'ospitalità e del lusso**: infatti ho scelto la **prima scuola al mondo di management dell'ospitalità** che si trova in **Svizzera**.

Nel mio percorso svizzero ho potuto affinare le mie competenze e ampliare il mio modus operandi in modo tale da essere fuori dagli schemi tradizionali.

#### **Quali esigenze soddisfa e a chi è rivolta?**

ICONN è una **piattaforma online** rivolta agli operatori del mondo dell'ospitalità internazionale ma... partendo da casa.

La sua **funzione** è quella di essere uno **strumento di connessione e di aiuto tra gli hospitality provider** (Hotel, Luxury Apartment, B&B) e **i fornitori di servizi** (cultura, attrazioni, food and beverage e turismo esperienziale).

ICONN consente di modificare l'esperienza di vacanza del cliente e, allo stesso tempo, di aumentare la vendita di queste **"necessità"** attraverso delle metriche precise.

Cosa voglio dire?

**Vendere il giusto servizio di qualità, al giusto cliente, al momento giusto e al prezzo giusto attraverso il giusto canale di vendita ottenendo il massimo ritorno possibile.**

In parole povere: **ICONN porta il giusto servizio più vicino ai propri clienti.**

#### **Sei cresciuto nei ristoranti e hotel della tua famiglia a stretto contatto con il mondo dell'ospitalità, cos'è che potrebbe evolversi qui nel Salento?**

Sicuramente siamo fortunati a vivere e poter lavorare nel nostro territorio, ma credo che il Salento, soprattutto al giorno d'oggi, abbia bisogno di capitale umano, di idee da implementare e di molta formazione.

Questa terra è conosciuta anche perché le persone hanno il sorriso sulle labbra e il sole in fronte: è impossibile non innamorarsene perdutamente!

**EN** *Giuseppe Merico, CEO of ICONN Tech and Hospitality Manager, tells what the idea of its start-up and what animates this platform aimed at tourism professionals.*

*ICONN wants to be a tool of help between hospitality providers and service providers, changing the holiday experience of the customer.*

#### **Qual è la tua visione di ospitalità?**

**Analizzare, studiare e ottimizzare** le scelte, i bisogni e la percezione del cliente ideale, secondo me, è la chiave di successo per costruire un network solido, un target con servizi di qualità offerti nel e dal Salento; ovviamente io punto a tutta l'Italia, con ICONN!

**Bisogna solo aver voglia di fare.**

#### **Hai studiato in Inghilterra e in Svizzera ma hai deciso di tornare nella tua terra, perché?**

Il mio percorso di studi, prima la laurea in Giurisprudenza con specializzazione in diritto industriale e della concorrenza, poi le mie esperienze all'estero, mi ha portato a far crescere dentro di me la **voglia di essere cittadino del mondo**: avevo fame di capire usi, culture e tradizioni: volevo sentirmi "a casa" in ogni parte del pianeta.

Mio padre mi ha sempre raccontato che gli elefanti girano in lungo e in largo per cercare l'acqua ma poi tornano sempre a casa... credo di aver fatto mio, nel tempo, questo aneddoto.

Non solo sono tornato, ho proprio deciso di **"ripartire" da casa**, dalla mia terra avendo la consapevolezza di vivere in un luogo stupendo e unico come altri nel mondo e con le stesse potenzialità di altri luoghi meravigliosi.

Solo che qui, a mio avviso, queste potenzialità sono sfruttate in modo totalmente sbagliato.

#### **Uno dei settori che più di tutti ha risentito del problema covid quest'anno è proprio quello del turismo. Qual è la tua grande speranza?**

La mia speranza più grande, e credo anche per la maggior parte delle persone che lavora in questo settore, è **l'imminente ripartenza** e, in particolar modo, **la possibilità di poter continuare ad offrire dei servizi di qualità, puntando sempre a migliorarsi partendo dalla soddisfazione dei clienti.**

53



WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# COSA CI INVENTIAMO OGGI?

A SCUOLA CON IL PROF. DANIELE MANNI PER AUMENTARE LA FIDUCIA IN SE STESSI

## SCUOLA INCONTRI E PERSONE

54



**DANIELE MANNI**  
DOCENTE CHANGEMAKER

IL VEDER INFRANGERE  
UN PROPRIO PICCOLO  
SOGNO RAPPRESENTA  
UN'OCCASIONE  
FORMATIVA.

Un intraprenditore d'altri tempi. Ma non passati. **Di tempi futuri.**

**Daniele Manni**, nonostante l'umiltà autentica che traspare dall'incontro con la sua persona, **rappresenta quanto di più sorprendente ci si possa aspettare di trovare dietro a una cattedra.** Forse perché, con il corpo e con la mente, dietro una cattedra, il professore di informatica al Galilei-Costa-Scarambone di Lecce non riesce (e non vuole) proprio starci.

L'insegnamento delle sue discipline avviene grazie a un approccio innovativo: il prof. Daniele Manni, infatti, si allontana dai consueti canoni che definiscono il concetto stesso di "insegnamento", accompagnando i propri alunni e le proprie alunne in **un percorso creativo-formativo che ha la materia come aggancio, la scuola come mezzo e la crescita della fiducia in se stessi come fine ultimo.** Il suo è quindi un approccio molto pratico, concreto e stimolante che prende il via, come un viaggio, all'inizio di ogni nuovo anno scolastico. L'obiettivo è **"inventare"** e dare vita al proprio **progetto imprenditoriale** realizzando vere e proprie analisi di fattibilità, indagini di mercato, prototipi, piani di comunicazione e lancio sul mercato del prodotto o servizio.

**Ogni idea è meritevole di fiducia da parte del Prof purché sia nuova e utile, quindi creativa.**

Daniele Manni, grazie al suo passato da imprenditore (o, come preferisce definirsi, da **intraprenditore**, in quanto da sempre orientato allo sviluppo di progetti più o meno audaci) affianca i suoi studenti nelle diverse fasi di sviluppo del progetto, vivendo con loro anche le cadute e i fallimenti. E, a suo dire, niente come **il veder infrangere un proprio piccolo sogno rappresenta un'occasione formativa**, dolorosa ma funzionale alla crescita personale e professionale di ogni studente.

Come confermato dal prof. Manni, **non tutti gli studenti hanno la stoffa dell'imprenditore**, né tanto meno è scontato che ci sia dell'interesse verso il mondo dell'imprenditoria. **Ciò che conta davvero**, al netto della soddisfazione nel vedere realizzato o acquistato un proprio progetto, **è il percorso che si fa nel mentre**: ogni passo del percorso consente di forgiare un aspetto del proprio carattere, di allenare

**EN** *Daniele Manni is an unusual professor because, for the teaching of his disciplines, he adopts a very practical innovative approach. He accompanies his students in a creative-formative path with the aim of giving life to an entrepreneurial project. The course aims to increase self-awareness and self-confidence.*



**VICO  
BIANCO**  
LUXURY ROOMS



VICO BIANCO LUXURY ROOM - VIA VANVITELLI - 72017 OSTUNI(BR) - TEL. +39 0831 15 90 937

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





AGGRAPPANDOCI  
ALLENTUSIASMO DELLE  
NUOVE GENERAZIONI CI  
POTREMO RIALZARE.

una propria naturale tendenza, di maturare le famose **soft skills** oggi tanto richieste nel mondo accademico e del lavoro. **Gestire i fallimenti** propri e altrui, **saper lavorare in team**, diventare un **problem solver** sono solo alcune delle competenze trasversali che Daniele Manni cerca di sviluppare nei ragazzi e nelle ragazze delle proprie classi.

E se farlo di persona è entusiasmante, in **DAD** il percorso si rivela più arduo, ma non meno intrepido. Nei mesi più duri della prima fase della pandemia, l'interesse degli studenti non si è mai spento, anzi, si è rivelato quanto mai orientato all'ottimismo. Il rallentamento fisiologico nello sviluppo dei progetti e l'incertezza generale hanno addirittura fatto da catalizzatore in un quadro complessivo disarmante.

Ciò che più ha impegnato, e che ancora impegna, il prof. Daniele Manni durante le lezioni a distanza è **la ricerca di modi alternativi per non spegnere l'entusiasmo dei ragazzi e delle ragazze**. E per farlo la cosa fondamentale è stata, ed è tutt'ora, la tutela dell'empatia nei loro confronti.

Oltre l'impegno richiesto per il raggiungimento degli obiettivi scolastici c'è infatti un mondo invisibile fatto di emozioni, di stati d'animo, di sogni che spesso le famiglie dei giovani ignorano e che spetta alla scuola, per il tramite dei docenti, "leggere" e attenzionare. La scuola - in questo periodo storico più che mai - è chiamata a mettere al centro delle proprie dinamiche lo studente in quanto persona, comprendendone le difficoltà e attivandosi per risolvere gli aspetti critici che ne compromettono la serenità della crescita.

Non è ancora dato sapere quale sarà il prezzo che gli studenti pagheranno per la situazione straordinaria che nell'ultimo anno ha stravolto le nostre vite e che ancora ne condiziona ogni singolo giorno. Ma il prof. Daniele Manni, con il suo esempio, continuerà a sostenere i suoi ragazzi e le sue ragazze, incoraggiando la loro **creatività**. E sarà anche **aggrappandoci all'entusiasmo delle nuove generazioni** e alla passione di chi le guida con audacia che, dopo l'imprevista e imprevedibile caduta, **ci potremo rialzare**.



www.sib-birre.com  
Tel. 0832 948610  
Mail: sib.birre@libero.it

#PRENDILANABOTTA



"Birra doppio malto" di colore ambrato chiaro ispirata alle "Imperial double IPA", brassata con un blend di selezionati malti d'orzo e luppoli di cui si percepiscono in bocca le **note aromatiche**. La sua gradazione alcolica ha un calore delicato; il corpo è medio e nel finale è leggermente secco con una nota amaragnola.

BEVI RESPONSABILMENTE



BIRRA  
**LANABOTTA**  
VERY GOOD **IMPERIAL** VERY STRONG  
DOUBLE IPA



CRAFT BEER

WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

# LA MEDICINA COME MISSIONE

IN UN ANNO COSÌ PARTICOLARE COME QUELLO CHE STIAMO VIVENDO, IL CENTRO MEDICO CORPORIS LAB DI LECCE METTE INSIEME LE ECCELLENZE DELLA MEDICINA PER SODDISFARE OGNI BISOGNO DI DIAGNOSI E CURA PER IL PAZIENTE, OGGI PIÙ CHE MAI INTIMORITO DAL DESTINO DELLA PROPRIA SALUTE.

# SALUTE

AZIENDE E TERRITORIO

58



**TOMMASO FILARDI**  
FOUNDER CORPORIS LAB

**EN** *The Corporis Lab medical center in Lecce brings together the excellence of medicine to meet every need for diagnosis and care for the patient. The customised multidisciplinary approach relies on the professionalism of constantly updated specialists and on the high technology of state-of-the-art equipment. Medicine is not only a service, but a real mission that puts every person, in his uniqueness, at the center of the attention of specialists.*

**Prima di tutto il contatto umano.** Ce lo insegna l'emergenza sanitaria che il covid ha attivato da più di un anno. Nella distanza, nello schermare il viso, nel disinfettarsi costantemente **è comunque necessaria una forte empatia** che diventa fulcro di un dialogo medico-paziente per allontanare dubbi e paure e offrire il meglio a chi ha bisogno di assistenza.

Il centro medico **Corporis Lab di Lecce** nasce con l'intento di un **approccio multidisciplinare personalizzato** per ogni persona, facendo delle esigenze e della salute del paziente il cuore pulsante delle sue attività. Nella **vision** c'è il **perseguire l'eccellenza** grazie alla professionalità di **specialisti in continuo aggiornamento** e alle alte tecnologie di **apparecchiature all'avanguardia**.

Il team di dottori e dottoresse che dà vita alla quotidianità di Corporis Lab tocca **gran parte degli ambiti di un settore vastissimo come quello della medicina:** Angiologia e flebologia, Anestesia e terapia del dolore, Chirurgia plastica ed estetica, Cardiologia e Cardiochirurgia, Chirurgia generale e oncologica, Chirurgia vascolare, Chirurgia dell'obesità, Endocrinologia e diabetologia, Dermatologia e venereologia, Diagnosi prenatale, Fisioterapia, Gastroenterologia ed endoscopia, Ecografia ed Ecocolordoppler, Neurochirurgia, Medicina legale, Ginecologia e Ostetricia, Ortopedia, Otorinolaringoiatria, Reumatologia, Proctologia, Scienze della nutrizione, Podologia, Psicologia e Sessuologia, Urologia.



**CORPORISLAB**

MEDICINA D'ECCELLENZA

**LECCE - VIA G. ALMIRANTE 2**  
PRESSO CENTRO "LO SPAZIO" (INGRESSO B)  
TEL. +39 0832 1560 866

[WWW.CORPORISLAB.IT](http://WWW.CORPORISLAB.IT)

“LA MATTINA QUANDO VI ALZATE,  
FATE UN SORRISO AL VOSTRO CUORE,  
AL VOSTRO STOMACO, AI VOSTRI  
POLMONI, AL VOSTRO FEGATO. DOPO  
TUTTO, MOLTO DIPENDE DA LORO”

**Si dimezzano i tempi di attesa, la refertazione è immediata e il paziente ha la possibilità di conoscere e scegliere a chi affidarsi.** In un ambiente così, confortevole, riservato, munito anche di sistema di ventilazione meccanica controllata che consente un ricambio costante dell'aria, la medicina non è solo servizio, ma una vera e propria missione.

**L'obiettivo** è sempre quello del mettere **ogni persona**, nella sua unicità, **al centro** dell'attenzione degli specialisti che se ne prendono cura garantendo il massimo in termini di diagnosi e soluzioni, nel rispetto delle esigenze di ognuno. Per essere in salute bisogna collaborare con i medici cercando di seguire uno stile di vita sano e i consigli di chi vuole il nostro benessere.

## GLI AMBITI SPECIALISTICI

ANGIOLOGIA E FLEBOLOGIA  
ANESTESIA E TERAPIA DEL DOLORE  
ATTIVITÀ PARAMEDICHE  
CARDIOLOGIA  
CHIURURGIA GENERALE E ONCOLOGICA  
CHIRURGIA PLASTICA ED ESTETICA  
CHIRURGIA VASCOLARE  
CHIRURGIA DELL'OBESITÀ  
CARDIOCHIRURGIA  
ECOGRAFIA ED ECOCOLORDOPPLER  
DIAGNOSI PRENATALE  
DERMATOLOGIA E VENEREOLOGIA  
GINECOLOGIA E OSTETRICIA  
GASTROENTEROLOGIA ED ENDOSCOPIA  
NEUROLOGIA  
OTORINOLARINGOIATRIA  
NEUROCHIRURGIA  
OSTETRICIA  
PODOLOGIA  
ORTOPEDIA  
OSTEOPATIA  
REUMATOLOGIA  
PROCTOLOGIA  
SCIENZE DELLA NUTRIZIONE  
UROLOGIA  
SESSUOLOGIA



WRITTEN BY  
RAFFAELLA CALSO

# NUOVE DIMENSIONI, NUOVE AZIONI

QUALITÀ, CONSAPEVOLEZZA E AMORE: LA COMUNICAZIONE POST-COVID RIPARTE DA QUI

## COMUNICAZIONE TECNOLOGIA E INNOVAZIONE

**EN** *More than it has been, it is important to understand what will be of digital communication, of the approach to training and of the world of live events. Cristiano Carriero and Alessandro Piemontese, professional communicators and founders of La Content, recount their experience of these months and entrust their vision of the future to quality, awareness and love.*

**"Mi vedete? Mi sentite?"** is the new **"Buongiorno"**.

Se si potesse scrivere un **Dizionario della Comunicazione in pandemia**, questa espressione sarebbe sicuramente riportata tra le più gettonate. Perché nella **Comunicazione**, in senso ampio, **tutto è cambiato**: dal modo di approcciarsi all'altro, al modo di interagire, al modo di trasmettere e acquisire informazioni. **Chi della Comunicazione ne ha fatto un mestiere, si è trovato a dover cambiare pelle e direzione più volte, senza mai raggiungere del tutto una quadra perfetta.** Ma, più di quello che è stato, è importante capire quello che sarà della **comunicazione digitale**, dell'approccio alla formazione, del mondo degli eventi live e di tutte quelle sfumature che rendono il nostro un settore affascinante, stimolante e dinamico. **Cristiano Carriero e Alessandro Piemontese**, comunicatori di professione e fondatori de "La Content", raccontano così la loro esperienza di questi mesi e la loro visione del futuro, affidando alle parole (e non potrebbe essere altrimenti) la lettura di un settore professionale che non sarà mai più lo stesso.

60

TECNOLOGIA E INNOVAZIONE

### CRISTIANO CARRIERO

Storyteller, Digital PR,  
Consulente di marketing,  
Co Founder La Content



### ALESSANDRO PIEMONTESE

Storyteller, Digital PR,  
Consulente di marketing,  
Co Founder La Content



**Se volessimo raccontare questo ultimo anno attraverso 3 emozioni quali sarebbero?**

**C:** Chissà se ne bastano solo tre, ci provo. Sicuramente è stato un anno intenso, sotto tutti i punti di vista. È come se ne avessi vissuti cinque insieme. Non parlo solo di impegno lavorativo, ma anche di crescita personale: mi sembra di aver acquisito consapevolezza che probabilmente avrei raggiunto tra diversi anni. Questo non ha cambiato solo la mia percezione dell'ultimo anno, ma anche quella del futuro, inevitabilmente. Un'emozione che mi sento di citare è la **tridimensionalità**. È vero, innegabile, ci sono mancati da morire i rapporti umani. Ma noi a *La Content* - e anche a livello personale - abbiamo lavorato molto sulla **"dimensione" delle call**. Ci siamo allenati a guardare negli occhi gli interlocutori attraverso una webcam, a migliorare il nostro parlato, ad ascoltare con attenzione.

**A:** Le emozioni sono troppe e troppo diverso il modo di reagire ad esse. Riesco a dirti le mie. **Paura, speranza, entusiasmo.**

La **paura** è stata fisica, c'è anche adesso. Anche ora mentre ti rispondo ho paura di stare male, di perdere i miei cari, di morire, sì non ho paura di dirti che ho paura anche di questo.

**Speranza** è stata compagna fedele già dall'unico lockdown che abbiamo vissuto lo scorso anno. Sì perché io reagisco con la speranza sempre, in tutte le occasioni.

È la speranza il vero trampolino **dell'entusiasmo**, la terza emozione. L'entusiasmo ha contraddistinto *La Content*, la nostra società, perché al periodo brutto è sconcertante abbiamo risposto senza neanche metterci

Anche questo credo ci tornerà molto utile in futuro. Infine cito un'emozione "cattiva": la **paura**. Abbiamo avuto paura di ammalarci, paura per i nostri cari, paura di non farcela economicamente, paura di perdere il lavoro. Ora sarebbe bello riappropriarci di paure più futili, quelle che aiutano i bambini a crescere, a diventare più creativi, a raccontare storie. Di questo abbiamo fortemente bisogno.

***Il mondo della formazione è stato al centro di un cambiamento profondo e, per certi versi, irreversibile. Quali aspetti ti hanno sorpreso in positivo di questo nuovo modo di relazionarsi in ambito formativo?***

**C:** Noi ci siamo fatti trovare pronti: avevamo investito molto sulla nostra sede fisica di Bari, ma al tempo stesso guardiamo **all'online** come a una grande possibilità per crescere e farci conoscere in tutta Italia. Questo accadeva prima della pandemia. Il resto è stato un continuo migliorare: abbiamo capito ad esempio che **online l'attenzione è più bassa, in termini di durata, ma più concentrata**, che alcune lezioni funzionano paradossalmente meglio, che si possono creare **spazi di networking** anche lì dove non ci si vede in presenza. Per esempio abbiamo lanciato *La Circle* che è una novità assoluta, ma che segue queste tendenze: una community in cui lavorare quotidianamente con esperti, condividere conoscenze, scoprire nuovi strumenti, lanciare progetti. **Non più una lezione ogni settimana, ma pochi minuti al giorno**. Crediamo sia la naturale evoluzione della formazione. Così come abbiamo capito che anche nei nostri corsi live la leva dell'intrattenimento è importante almeno quanto quello della formazione. È stato un anno difficile per tutti, pensare che si possa continuare a fare le stesse cose che facevamo in presenza è fantascienza, oltre che una partita persa in partenza.

***Nel futuro risiedono molte grandi speranze legate a ciò che sarà la comunicazione post-covid. Quali sono le tue?***

**C:** So che qualcuno dirà: non vedere l'ora di tornare in presenza. Per me, sinceramente non è così: dovremo assolutamente recuperare la presenza e il networking fisico, ma per meno eventi. Direi almeno la metà rispetto a quelli che frequentavamo - parlo di addetti ai lavori - prima della pandemia. **Meno eventi, ma ben fatti, in cui vale davvero la pena esserci**, altrimenti abbiamo imparato a fare cose bellissime online e io consiglio di proseguire su questa strada per migliorarsi ancora. La speranza che si sottende è che la qualità degli eventi diventi più alta. Per quanto riguarda la comunicazione, penso che invece la strada intrapresa sia quella di renderla sempre più azione. Oggi leggevo una frase bellissima: **storytelling is not an art, is an act**. Credo non ci sia bisogno di aggiungere molto altro: più "atto", che "arte": comunicare vuol dire essere, non persuadere.

d'accordo, senza una riunione strategica sul cosa fare, con entusiasmo. L'entusiasmo di fare ancora di più, aiutare le persone a trovare lavoro, aiutare i clienti a guadagnare di più. E lo abbiamo fatto alla grande, lo abbiamo fatto anche molto per noi, perché con quell'entusiasmo siamo ancora qui più forti di prima.

**A:** Non credo cambierà molto, mi spiego, appena ci sarà la possibilità di riprendere a fare eventi di formazione in presenza, ci accorgeremo che tutti rincorreremo il ritorno alla normalità. A continuare a fare le stesse cose di prima, magari facendole ancora più in grande. Quindi la formazione in presenza non cambierà, anzi. E non c'è nulla di più sbagliato del non cogliere il meglio, la **rivoluzione** che questo periodo pandemico ha fatto nascere. **Adeguarsi al cambiamento reinventandosi piuttosto che rincorrere un "poi vorrei che" non porta da nessuna parte**. Per quanto riguarda la formazione online ecco lì spero che ci siano altre società pronte a cogliere l'entrata di un nuovo stile di intrattenimento, formazione, spettacolo.

61

**la**  
CONTENT

WWW.LACONTENT.IT

WRITTEN BY  
ANIMA MUNDI EDIZIONI

# ISPIRAZIONI IN POESIA E IN PROSA

## PAROLE

PERSONE E LETTERATURA

Soprattutto nei giorni del "ritrovarsi" le parole sono lanterne che guidano l'anima verso una ripresa emotiva e spirituale ancora prima che fisica, relazionale e professionale. Le parole fanno da ponte tra i sentimenti e le persone, creando connessioni capaci di mettere in comune qualcosa di sé, di comunicare, di donarsi. Queste parole sono suggestioni in poesia e in prosa, scelte da Anima Mundi con la missione di ispirare la rinascita in quanti ne coglieranno l'essenza.

62

PERSONE & LETTERATURA



*"Abbiamo bisogno di contadini, di poeti, gente che sa fare il pane, che ama gli alberi e riconosce il vento. Più che l'anno della crescita, ci vorrebbe l'anno dell'attenzione. Attenzione a chi cade, al sole che nasce e che muore, ai ragazzi che crescono, attenzione anche a un semplice lampione, a un muro scrostato. Oggi essere rivoluzionari significa togliere più che aggiungere, rallentare più che accelerare, significa dare valore al silenzio, alla luce, alla fragilità, alla dolcezza".*

Punta sulle nuvole  
sugli alberi e su altre cose mute,  
non tue, non vicine,  
non addestrate a compiacerti.  
Punta sulla luce, cerca sempre,  
infine punta sulla tua follia,  
se ce l'hai, se non te l'hanno rubata da piccolo.

FRANCO ARMINIO



lo desidero portare la parola buona  
perché so che non esiste altro che sia giusto  
che la terra voglia  
nient'altro che il sole mi domandi  
del quale il mio compagno di cammino abbia bisogno.  
lo desidero portare la parola buona  
perché so che può cambiare luce al viso  
il colore delle cose nel pensiero  
io desidero per te la mia parola buona  
e la tua per me se lo vorrai.

ELEONORA CAPONE

C'è qualcosa della vita che non scompare, ma che si allontana. Semplicemente si allontana per un certo tempo, come un bambino che ha avuto troppi maltrattamenti eviterà di trovarsi in presenza dei genitori che lo maltrattano. La natura, la verità, la bellezza, la dolcezza, la lentezza che sono state danneggiate sono solo indietreggiate e diventano un po' più difficili da cogliere, da vivere. Troppo male è stato compiuto, ma non è irreversibile. Non credo all'irreversibile. Rimango molto fiducioso e lo sarò sempre, l'umano nel profondo è invincibile, incancellabile. Torneremo alle cose vive e vere. Ma per questo, occorrerà che si raggiunga il punto di estrema stanchezza. Occorrerà che non si possa fare altrimenti. L'uomo di oggi non è più cattivo di quello di ieri, è soltanto più smarrito».

Contemplare è un modo di prendersi cura. È demolire tutto ciò che in noi assomiglia a un'avidità, o anche a un'attesa o a un progetto. Guardare e commuoversi per l'assenza di differenza tra ciò che vediamo e ciò che siamo.

CHRISTIAN BOBIN da "Abitare poeticamente il mondo"

“ABITARE  
POETICAMENTE IL  
MONDO O ABITARE  
UMANAMENTE IL  
MONDO, IN FONDO,  
È LA STESSA COSA”

63



**EN** Words are lanterns that guide the soul towards recovery. These words in poetry and prose were chosen by Anima Mundi with the mission of inspiring rebirth in those who will grasp its essence.

Che buona idea che ho,  
sarò un bicchiere pieno,  
fumo di combustione,  
canzone più ostinata.  
Ecco cosa sarò,  
un ramo scorticato,  
il tintinnio che fa  
quando di mano  
casca una moneta  
vecchia ritrovata in tasca.

ANTONIO FERRARA



WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

AREX & VASTATORE,

# I BABYSITTER DIGITALI CHE VENGONO DALLA PREISTORIA

IL FUTURO DELL'INTRATTENIMENTO DIGITALE PER BAMBINI TRA DISPOSITIVI, PIATTAFORME E... DINOSAURI

## INTRATTENIMENTO INCONTRI E PERSONE



**STEFANO CACCAVO**  
CO FOUNDER DI YOPLAY MEDIA



**GIULIO INGROSSO**  
ILLUSTRATORE

**EN** *Arex and Vastatore are two dinosaurs whose stories, in terms of representation and plot, move away from the most popular clichés related to online entertainment for children. Their adventures, told in a simple but not trivial way within a dedicated Youtube channel, make them the perfect digital babysitters, ready for the crossmedia entertainment of the future.*

Possono dei video su YouTube essere originali, educativi e divertenti? La risposta è un sì forte e chiaro, gridato all'unisono da **Arex e Vastatore. Impacciato e tenero l'uno, spavaldo e sfrontato l'altro. Molto diversi eppure fratelli. Molto Umani eppure dinosauri.**

Le loro avventure sono raccontate, in modo semplice ma non banale, all'interno di un canale dedicato, il cui format è di **YoPlay Media** - società di produzione e distribuzione di video per famiglie con sede a Londra. **Stefano Caccavo**, Co Founder di YoPlay Media, racconta così l'intuizione che ha portato in pochi anni all'esplosione del fenomeno Arex e Vastatore sul web (e non solo): *"Come team YoPlay Media abbiamo sempre avuto l'ambizione di offrire un intrattenimento online sicuro e di qualità a bambini e ragazzi. Nel 2016, quando abbiamo iniziato la nostra avventura come YoPlay Media, l'offerta di intrattenimento per l'infanzia su YouTube era molto monotona e spesso controversa. Abbiamo intrapreso, così, un percorso graduale alla ricerca di originalità e conquista della fiducia dei genitori, ideando una serie di canali dedicati all'intrattenimento per i più piccoli. Dopo il lancio dei nostri primi canali basati su alcuni trend di YouTube, ci siamo resi conto che nessuno in Italia realizzava storie originali con i dinosauri e abbiamo iniziato a sperimentare".*

Arex e Vastatore sono due personaggi le cui storie, per rappresentazione e trama, si allontanano dai più diffusi cliché legati all'intrattenimento online per l'infanzia.

Ma è sulla presenza scenica e sul contesto che li circonda che **i due T-Rex non temono rivali sul web**. Il concept creativo è frutto dell'ingegno del talentuoso **illustratore salentino Giulio Ingrosso**. *"Dopo qualche mese dal lancio del canale, abbiamo iniziato a cercare nuovi creativi per la realizzazione di storie con i dinosauri"* racconta Stefano *"Tonia, la creativa della nostra property Glitter & Candy, ci ha inviato il video test di Giulio, una sorta di episodio pilota molto grezzo del Parco dei Dinosauri, la serie che ha introdotto Arex e Vastatore sul canale. Ho adorato subito quel video, aveva tutti gli elementi necessari per avere successo: senso dell'umorismo, ottimo ritmo, caratterizzazione perfetta dei personaggi".*

E non c'è da sorprendersi se oggi, a diversi anni dal lancio del format, le storie di Arex e Vastatore siano ancora divertenti e appassionanti,

anche per chi bambino non lo è più. Merito di una formula che accomuna tutti gli esseri umani (“una sorta di cartone animato con i giocattoli”), un gioco di infanzia che abbiamo fatto più o meno tutti e tutte, simulando la vita reale. Ma non solo: **la sensibilità che traspare dai personaggi, dai loro caratteri e dalla narrazione in generale, fa di questo canale un luogo di intrattenimento positivo e dalla visione più ampia.** Come racconta Giulio, il **filo conduttore di tutte le puntate** è da identificarsi **nell’importanza di dare valore alle differenze, accettando se stessi e gli altri con tutti i pregi, i difetti, i sogni e i limiti propri dell’essere umano (o dinosauro).** Oltre ai protagonisti, caratterizzati da insolite peculiarità, ogni singolo personaggio ha qualcosa che lo differenzia dagli altri dinosauri della sua specie. Qualcosa apparentemente in meno che però si rivela essere qualcosa in più: **Velocimarco** non riesce a stare al passo con gli altri Velociraptor in corsa, **Fimone** è un allosauro che soffre di perdita di memoria a breve termine e del disturbo di personalità multipla, **Nonnasauo** è una dinosauro anziana che, a causa dell’età, con difficoltà riesce a reggersi in piedi. Tutti i personaggi paesano, in maniera più o meno volontaria, le proprie difficoltà ma al tempo stesso appaiono motivati a dimostrare il proprio valore. **Pochi minuti, il tempo di un’avventura, eppure tanti spunti di riflessione per grandi e piccini, per chi sogna un mondo lontano dagli stereotipi e libero dai pregiudizi.**

#### LINTRATTENIMENTO DIGITALE DEL FUTURO: FLUIDITÀ TRA DISPOSITIVI

I mesi di lockdown hanno visto protagonisti in prima linea i device digitali in quanto mezzi per l’intrattenimento, soprattutto dei più piccoli. In questo senso la fluidità di fruizione dei contenuti dai diversi media ha subito un’importante accelerata, creando un’evidente commistione tra ciò che si può fruire da TV, da smartphone o da tablet. E anche **Stefano Caccavo** evidenzia alcuni aspetti peculiari del fenomeno, partendo dai dati che riguardano i propri canali YouTube: *“Nel 2020, per la prima volta, la fruizione dei nostri video da televisione ha superato quella da tablet (25%, rispetto al 50% su smartphone, 20% su tablet e 5% altri device). È una tendenza che già avevamo notato l’anno precedente, che si è consolidata con la sempre maggior diffusione delle smart tv e ovviamente con il periodo prolungato di lockdown. La televisione intesa come schermo è quindi tornata protagonista in casa. Inoltre Netflix sta investendo molto nell’animazione per bambini ed anche Amazon e Disney faranno lo stesso per i loro servizi di streaming. Sarà interessante capire se le produzioni online (come le nostre) saranno capaci di competere con le produzioni “telesive” (quindi gli studi che producono per Rai, Netflix, Prime Video, Disney Plus). È molto probabile che i due mondi inizieranno a sconfinare sempre di più, con i produttori televisivi che avranno canali YouTube con materiale esclusivo e con i produttori online che proveranno ad entrare nel mondo televisivo. È ormai da un po’ di tempo che la nostra community ci chiede un cartone animato di Rex e Vastatore da poter vedere su Rai YoYo o Netflix e penso sia un’ottima idea!”.*



NIENTE MALE PER DUE  
DINOSAURI CHE SI SONO  
AFFACCIATI QUASI  
PER CASO AL MONDO  
DIGITALE: ANCHE GRAZIE  
ALL’ACCELERAZIONE  
DOVUTA ALLA  
STRAORDINARIA  
SITUAZIONE PANDEMICA  
IL PASSO CHE PORTA  
DALLA PREISTORIA AL  
FUTURO È DIVENTATO  
DAVVERO BREVE.



# PEZZI DI CIELO

EMOZIONI E POESIA

di Valentina Chittano

Scelgo quello con il sole.  
So che il fazzoletto con il ricamo di luna  
è tuo.  
Ma così io ti posso dare luce  
e tu puoi continuare a splendere  
sia che sia giorno,  
sia che sia notte.  
L'infinito si divide  
in pezzi di cielo  
che ci appartengono senza esserne proprietari.  
Facciamo nostra una nuvola,  
ci appropriamo di una stella,  
raccontiamo al rosa inaspettato di un tramonto  
come ci siamo leccati una ferita.  
Ci aggrappiamo alla scia di un aereo  
sperando di andare oltre,  
immaginando il paradiso,  
ridonando vita alla morte.  
E se non dovessero bastare,  
i pezzi di cielo si moltiplicano  
riflessi nelle pozzanghere,  
sia che sia pioggia,  
sia che sia pianto.



**progettazioni,  
costruzioni,  
ristrutturazioni.**



**perrottagroup**

**PERROTTAGROUP S.R.L.**  
VIA SAN GIORGIO 15  
73025 - MARTANO (LE)  
+39 0836 575132 INT. 212



**UN VENTO DI ENERGIA**  
[camergasepower.com](http://camergasepower.com)