

www.kalamagazine.com - Anno 4 - Numero 6 - INVERNO 2021/22

06

# kamala

DISTRIBUZIONE GRATUITA

ECO E VOCI

VERA GHENO | RACHELE ANDRIOLI | ALICE IURI | ROSSELLA PICCINNO | SARA MELOTTI | PROTOPAPA



bringing\_life\_to\_ideas



© FOTO Alessia Rollo

**levelProject**  
contract\_design





Via Lecce, 86  
73013 GALATINA (Le) – Italy  
Tel. +39 0836 54 30 36  
E-mail: [info@levelprojectitalia.com](mailto:info@levelprojectitalia.com)

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









# CORPORISLAB

MEDICINA D'ECCELLENZA

- Gastroskopie e colonscopie
- Isteroscopie e videocolposcopie ginecologiche
- Chirurgia laser plastica ed estetica
- Biopsie ecoguidate tiroidee
- Cistoscopie urologiche
- Epilazione laser medica
- Elettromiografie 2/4 arti
- Ecocardiogramma
- Holter pressorio e cardiaco
- Ecografie ed ecocolordoppler



Via G. Almirante 2  
presso Centro "Lo Spazio" (ingresso B) - LECCE  
0832.1560 866 - 327.6957 510  
[www.corporislab.it](http://www.corporislab.it)









*Cosa aspetti, vieni a provarci!*

Piazza Dante, 8 - 72100 Brindisi - Italy - Tel. +39 320 891 8821 - [www.brundapizzeria.it](http://www.brundapizzeria.it)



METIUSCO



METIUSCO



ANNIVERSARIO  
1996 - 2021

25

PALAMA<sup>®</sup>  
ITALIA

19



36

PALAMA  
VINICOLA



# ECO E VOCI

A noi piace giocare con le parole, soprattutto se questo gioco stimola delle riflessioni. **“Eco e voci”**, il tema di questo numero di Kamala, richiama subito alla differenza tra chi si fa sentire e chi fa da cassa di risonanza, tra chi prende posizione e chi, in qualsivoglia ambito, si limita a riportare altre fonti, senza dare corpo a un proprio pensiero. Da qui abbiamo voluto approfondire la distinzione tra informazione e *fake news* e tutte le criticità di una comunicazione dietro cui spesso ci si nasconde con il diritto di poter prendere la parola anche senza averne competenza.

Il gioco di parole dà spazio anche a una lettura più astratta, quella ecologica, quella che mette in evidenza la necessità di raccontare anche quelle voci che operativamente stanno facendo qualcosa a sostegno dell'ambiente.

In questa rete di osservazioni abbiamo incastrato il pensiero della sociolinguista **Vera Gheno** e l'estro creativo dell'illustratrice **Alice Iuri**, l'arte culinaria della giovane **Solaika Marrocco** e lo spirito imprenditoriale di un ancora più giovane **Mirko Cazzato**. I progetti fotografici di **Rossella Piccinno** e **Sara Melotti**. E poi la musica con il progetto tutto al femminile di **Rachele Andrioli** e con l'entusiasmo di **Protopapa**.

Kamala in questo numero si fa spazio tra i rottami emotivi che gli ultimi due anni hanno accatastato tra le strade e nelle case delle nostre città, per guardare ormai verso un nuovo orizzonte in cui il passato esiste soprattutto come monito a non cadere in errori e superficialità.

**La spinta ad apprezzare le cose autentiche, il coraggio di chi si espone e l'amore per il pianeta** che ci ospita e che è sempre più in sofferenza, è la spinta verso un futuro nuovo, banalmente, ma speriamo non utopisticamente, migliore.

v.c.

**EN** *We like the play on words, especially when it stimulates thought and debate. “Echoes and voices”, the theme of this issue of Kamala, immediately refers to the difference between those who speak up to be heard and those who act as an “echo chamber”, between those who take a stand and those who, in any context, merely report the thoughts of others, without give shape to one’s own.*

*From here we wanted to look into the distinction between information and fake news and all the critical issues of communication in recent days, aware that people often think to have the right to speak even without having competence.*

*The play on words also gives space to a more abstract interpretation, the ecological one, that highlights the need to tell about those voices that are engaged in something to support the environment.*

*In this viewpoint combination we have framed the thought of the sociolinguist Vera Gheno and the illustrator Alice Iuri’s creative flair, the culinary art of the young Solaika Marrocco and the entrepreneurial spirit of an even younger Mirko Cazzato. The photographic projects by Rossella Piccinno and Sara Melotti. Then music with Rachele Andrioli’s all-female project and with the enthusiasm of Protopapa.*

*Kamala in this issue makes space among the emotional debris that the last two years have piled up among the streets and in the houses of our cities. We need now to look towards a new horizon in which the past exists above all as a warning not to fall into mistakes and superficiality.*

*The drive to appreciate authentic things, the courage of those who take side and the love for the planet where we are guests and which is increasingly suffering; this is the drive towards a new better future, maybe a trivial idea, but we hope not an utopistic one.*



## 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)



FOTOGRAFO  
RAFFAELE LA GALLA

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



SOCIAL MEDIA  
E COPYWRITER  
ILARIA ANTONICA

[ilaria@metroadv.it](mailto:ilaria@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 6, Anno 4 - Inverno 2021/22

## KAMALA NUMERO 6 INVERNO 2021/22

In Copertina: illustrazione di Alice Iuri



## SOMMARIO

- 9 EDITORIALE | ECO E VOCI  
12 ARTE E FOTOGRAFIA | Alice Iuri  
16 AZIENDE E TERRITORIO | Tradizione, passione e sostenibilità  
18 AZIENDE E TERRITORIO | Allestimenti esclusivi per una magia senza tempo  
20 COMUNICAZIONE E CAMBIAMENTO | Vera Gheno  
23 ARTE E FOTOGRAFIA | Rossella Piccinno  
28 AZIENDE E TERRITORIO | Next stop: Milano!  
30 INCONTRI E PERSONE | Pierluca Mariti, ridere e riflettere  
34 AZIENDE E TERRITORIO | Ghost Kitchen Lab  
36 PERSONE E MUSICA | Protopapa  
40 AZIENDE E TERRITORIO | Una sfida di colori e sapori  
42 AZIENDE E TERRITORIO | La passione per il fumo lento diventa avanguardia  
44 INCONTRI E PERSONE | Solaika Marrocco, l'ascesa di una stella  
46 AZIENDE E TERRITORIO | I primi 20 anni di AP Montaggi  
48 AZIENDE E TERRITORIO | Il fascino spaventoso del mare  
50 SCUOLA E TERRITORIO | La scuola che prepara al futuro

## RINGRAZIAMENTI

Alice Iuri, Titti Stomeo, Alessia Rollo, Gioara Rizzo, Rossella Piccinno, Sara Melotti, Carlo Congedo, Giuseppe Conoci, Gigi Stefanizzi, Protopapa, Pierluca Mariti, Fabrizio Antinozzi, Giuseppe Greco, Pasquale Apollonio, Massimo Maglio, Tommaso Filardi, Claudio Terragno, Nico Taveri, Daniele Vetrugno, Michele Palamà, Paola Apollonio, Ilaria Rollo, Vera Gheno, Solaika Marrocco, Rachele Andrioli, Gregory Papadia, Danilo Barone, Andrea Bavia, Mirko Cazzato, Serena Spagna, Damiano Congedo.

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





23

ROSSELLA PICCINNO  
Il viaggio della sposa



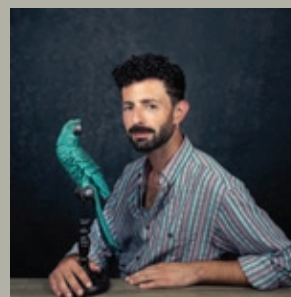
57

SARA MELOTTI  
Quest for Beauty



36

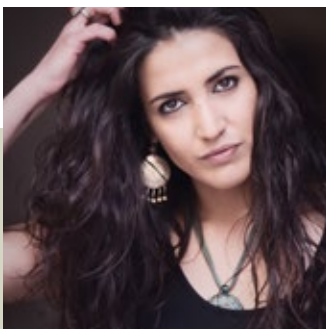
Intervista a  
PROTOPAPA



30

PIERLUCA MARITI  
Ridere e riflettere

- 52 AZIENDE E TERRITORIO | Anche un materasso può essere per sempre
- 54 #TUTTOLANNODONNA | Rachele Andrioli
- 57 ARTE E FOTOGRAFIA | Sara Melotti
- 62 AZIENDE E TERRITORIO | Progettare insieme la trasformazione digitale
- 64 AZIENDE E TERRITORIO | Packaging eco-friendly e personalizzabile
- 66 SOCIAL E SOSTENIBILITÀ | Green influencer made in Italy
- 68 AZIENDE E TERRITORIO | Per fare la riforma serve l'abito giusto
- 70 AZIENDE E TERRITORIO | Politiche attive del lavoro e sostegno all'occupazione
- 72 INCONTRI E PERSONE | Mirko Cazzato, la stoffa dell'imprenditore
- 74 AZIENDE E INNOVAZIONE | Un sogno (glamour) sempre più ambizioso
- 76 AZIENDE E INNOVAZIONE | Pericolo greenwashing
- 78 AZIENDE E TERRITORIO | Una voce autorevole nell'ambito medico
- 80 PERSONE E LETTERATURA | La natura come ambiente ideale
- 82 EMOZIONI E POESIA | In debito

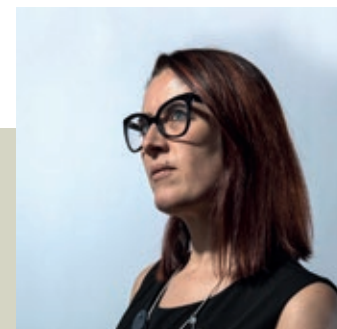


54

RACHELE ANDRIOLI  
"Coro a coro"

20

VERA GHENO  
La parola, fascino e complessità









WRITTEN BY  
RAFFAELLA CALSO

# ALICE IURI

LA CAPACITÀ DI ANALIZZARE DISEGNANDO

# TALENTO

ARTE E FOTOGRAFIA



**ALICE IURI**  
ILLUSTRATRICE

LA COPERTINA DI QUESTO NUMERO DI KAMALA È STATA AFFIDATA AD ALICE IURI, UN'ILLUSTRATRICE E GRAFICA PROFESSIONISTA CHE INTERPRETA IL MONDO IN UN MODO TUTTO SUO.

**EN** *Alice Iuri's art starts from her desire to observe and experiment. This young illustrator from Friuli prefers geometric and precise shapes. This cover of Kamala was illustrated by her, after listening to the concept of this issue.*

Partire da un concetto o semplicemente da un'ispirazione e poi dare a quel pensiero una forma e dei colori, è un'arte non usuale per entrare nelle cose e nelle persone. Alice Iuri, giovane illustratrice, riesce a farlo in un modo naturale eppure ricco di motivazioni, letteratura e talento. Le abbiamo chiesto di raccontarci di lei e di come si riesca ad analizzare disegnando.

**Qual è il percorso lavorativo e personale che ti ha portato al punto attuale?**

Sono nata in Friuli, dove ho vissuto fino al liceo, in un piccolo paese di provincia pieno di campi in cui correre e galline dalla voce stridula. Da piccola le mie attività preferite erano il disegno e la lettura, quindi nel momento in cui ho dovuto scegliere che cosa fare nella vita ho fatto la spola, un po' goffamente, tra queste due passioni: per due anni ho studiato Architettura all'Università di Udine, dove sono rimasta affascinata dal rigore delle forme e dall'impatto sociale dei progetti, poi ho studiato per due anni Filosofia a Venezia, dove ho nutrito il mio amore per Wittgenstein e il mio rifiuto per la vita accademica, infine mi sono decisa a laurearmi in Design, sempre a Venezia, dove parallelamente svolgevo lavori di ogni tipo per mantenermi. Questo percorso formativo ondivago, curioso e autogestito, assieme alle svariate esperienze lavorative e umane di quegli anni sono stati importantissimi per la formazione del mio stile successivo e per la mia crescita personale.

La mia passione per l'illustrazione prende avvio da qui, dalla molteplicità di influenze ed esperienze, dalla voglia di osservare e di sperimentare.

**E la tua carriera? Che strada ha fatto?**

Dopo la laurea ho lavorato per qualche anno in agenzie di comunicazione, fino ad approdare a Milano nello studio di grafica editoriale TheWorldofDot, che si occupa della progettazione di copertine di libri. Nello studio Dot sono cresciuta moltissimo, affinando il senso



della composizione ed entrando in contatto con grafici, illustratori, artisti e calligrafi bravissimi. Ho avuto quindi l'opportunità di illustrare copertine per case editrici come **Guanda, Solferino e Rizzoli**.

Negli ultimi anni ho collaborato con le riviste **Linus** e **l'Internazionale**, con il **blog di cinema Longatake** e con associazioni come **CipnCare** (che si occupa dei danni a lungo termine della chemioterapia) e **Vitale** (attiva in ambito teatrale). La mia attenzione è sempre maggiore per progetti di cui condivido lo spirito e le intenzioni.

**Come definiresti il tuo modo di “prendere la matita in mano”? Qual è la tecnica che ti appartiene e in che modo la sviluppi?**

Il punto di partenza è sempre l'osservazione: guardare bene i dettagli, le ombre e le luci che definiscono un volto o un paesaggio. Da qui posso iniziare a disegnare, a mano o al computer. Amo moltissimo disegnare a matita, trovo che sia un'espressione gestuale e fisica perfetta. Allo stesso tempo la mia formazione tecnica mi porta a prediligere le forme geometriche

e precise. Il risultato è una contaminazione di queste due tendenze.

**In genere come nasce una tua illustrazione? Ci sono illustrazioni solo tue, non commissionate, che nascono da un'emozione o un'ispirazione?**

Molti ritratti che faccio nascono dall'esigenza di “analizzare” un volto. Mi piace prendere le foto di scrittori o artisti che ammiro, ma anche quelle di amici e parenti, e sviscerarne i volumi, le texture e le geometrie. Spesso disegno spinto soltanto da questo desiderio. Quando l'illustrazione è commissionata il processo è lo stesso e la sfida è sempre quella di produrre un ritratto espressivo e riconoscibile.

**Quali parole abbineresti alla tua illustrazione per Kamala “Eco e voci”? Cosa significa per te quella immagine?**

Nell'illustrazione ho usato i contrasti, il colore e, ancora, lo sguardo. Ho creato un'immagine in cui il volto di una ragazza, deciso e determinato, si contrappone ai volti grigi, uguali, ripetitivi delle persone che ripetono ad “eco” quello che sentono. Mi è piaciuto molto arricchire la composizione



**MOLTI RITRATTI CHE FACCIO NASCONO DALL'ESIGENZA DI “ANALIZZARE” UN VOLTO. MI PIACE PRENDERE LE FOTO DI SCRITTORI O ARTISTI CHE AMMIRO, MA ANCHE QUELLE DI AMICI E PARENTI, E SVISCERARNE I VOLUMI, LE TEXTURE E LE GEOMETRIE. SPESSO DISEGNO SPINTO SOLTANTO DA QUESTO DESIDERIO.**





# TRADIZIONE, PASSIONE E SOSTENIBILITÀ... IN UNA TAZZINA DI CAFFÈ

QUARTA CAFFÈ LANCIA LA VERA CAPSULA DI CAFFÈ 100% VEGETALE E COMPOSTABILE

# NOVITÀ

AZIENDE E TERRITORIO

**Quarta Caffè** si dimostra ancora una volta un'azienda capace di stare al passo con i tempi senza far perdere, lungo il proprio cammino, la magia di quell'odore di caffè che **sa di casa e di famiglia e che rappresenta il Salento in tutto il mondo**. A un tema ampio, complesso e importante come quello della sostenibilità ambientale, infatti, risponde con un nuovo prodotto **100% vegetale e compostabile**: la nuova capsula Quarta Caffè è realizzata in un materiale innovativo, non inquinante, 100% vegetale e naturale, **"Bio Based"** (certificato) compostabile il cui ciclo di vita ha un impatto ambientale pari a zero.

La miscela di pregiati caffè **Arabica** e **Robusta** dona al caffè della nuova capsula Quarta un gusto intenso e aromatico con note di cioccolato fondente, caramello e zucchero di canna. Il caffè, che accarezza il palato del consumatore, conserva l'eccellenza tipica di ogni miscela Quarta, e si fa gustare con ancora maggiore piacere pensando al gesto d'amore che si sta compiendo verso l'ambiente.

Con il lancio di questo nuovo prodotto Quarta Caffè mantiene fede alla sua **politica aziendale rispettosa dell'ambiente e del consumatore**, dimostrandosi azienda sensibile all'attualità e aperta a nuovi orizzonti, sempre nel rispetto di quei valori autentici che ne hanno fatto un marchio riconoscibile e amato ben oltre i confini salentini.

**Le nuove capsule di caffè Quarta sono disponibili on line sull'e-shop aziendale e nei migliori punti vendita.**



Quarta Caffè  
il futuro nelle tue mani  
**Guarda lo spot**

CON QUESTO  
MATERIALE INNOVATIVO  
100% VEGETALE E  
COMPOSTABILE QUARTA  
CAFFÈ HA MANTENUTO  
FEDE ALLA SUA POLITICA  
AZIENDALE RISPETTOSA  
DELL'AMBIENTE E DEL  
CONSUMATORE.

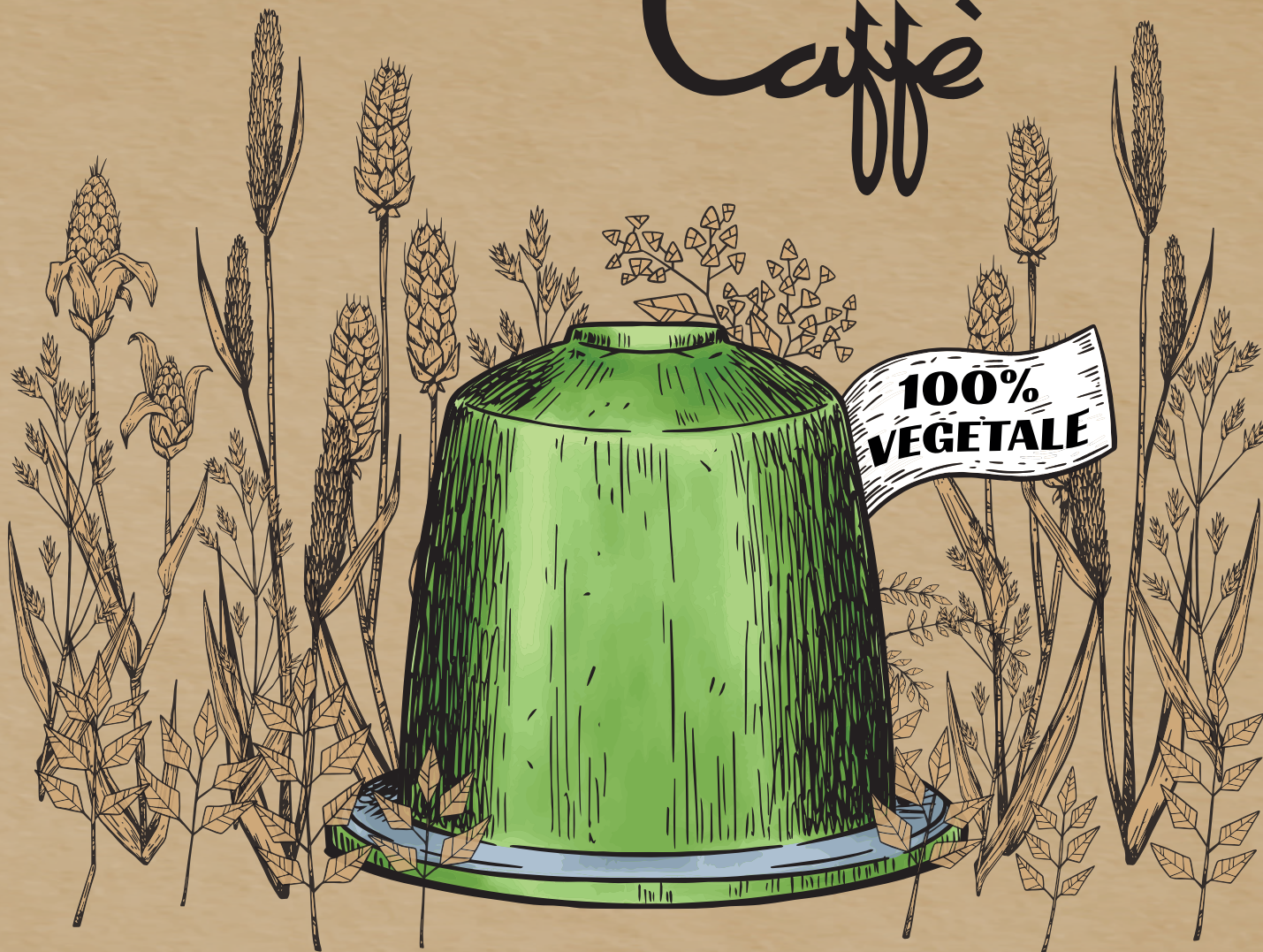
**EN** *Quarta Caffè launches a new capsule made of an innovative, non-polluting, 100% vegetable and natural material that is "Bio Based" (and certified) and whose life cycle has a zero environmental impact.*



\*compatibile  
Nespresso®

# Quarta® Caffè

NOVITÀ



## LA VERA CAPSULA DI CAFFÈ

# 100% VEGETALE & COMPOSTABILE

(\*Marchio di terzi senza alcun collegamento con Quarta Caffè S.p.A.)

quartacaffe.com





# ALLESTIMENTI ESCLUSIVI PER UNA MAGIA SENZA TEMPO

“LA CREATIVITÀ NON STA NEL TROVARE NUOVI PAESAGGI, MA NELL'AVERE OCCHI NUOVI”

## CREATIVITÀ

AZIENDE E TERRITORIO

Quando il Salento non era ancora un punto di riferimento turistico, gastronomico, culturale, Maglio riusciva già ad imporre la sua visione d'avanguardia.

Il capostipite Antonio, nel 1875, aprì la sua “locanda con cambio di cavalli” al centro di Maglie e la corredò di un “elegante caffè” che coccolasse i clienti forestieri in questo nascente polo commerciale; “Nonno Dante”, agli inizi del secolo, partorì l'idea del luculliano ricevimento a domicilio che andasse al di là del semplice rosolio con spumone; i fratelli Massimo e Maurizio hanno dato specificità all'azienda a “due teste”, i ricevimenti e l'arte dolciaria, imponendosi in ambito locale, nazionale, mondiale.

Nel 1988, quando la Tenuta Lucagiovanni è diventata stabilmente il quartier generale della Maglio Eventi, Maglio ha anticipato quella che poi sarebbe diventata una **tendenza nazionale** e si è affermata come la prima azienda del territorio a investire anche in **allestimenti personalizzati**, divenendo il trampolino di lancio di idee copiate da tanti nelle stagioni successive.

Qui si cominciano a studiare, stagione dopo stagione, evento dopo evento, gli **“allestimenti”**: fiori, oggetti, luci, completano lo studio, la scelta dei sapori, dei colori, dei profumi con i quali ogni piatto viene presentato all'ospite, con cui ogni stoviglia, ogni tovaglia, ogni “mise en place” vi viene accuratamente accostata.

**Sorprendere** la vista oltre che il palato è stata, da sempre, una prerogativa dell'azienda e oggi dopo oltre 145 anni di esperienza e migliaia di eventi curati, **il Gruppo Maglio si conferma leader** nell'organizzazione di matrimoni, banchetti, eventi aziendali e feste private e dimostra questa superba competenza anche come “catering” in alcune delle case più importanti in Italia. Ma, poiché anche l'occhio vuole la sua parte, la sua **“officina” progettuale** si adopera per la realizzazione di fiabeschi allestimenti che armonicamente incorniciano il suo impareggiabile “banqueting”.

Come nell'attenta preparazione dei piatti, anche negli allestimenti la parola d'ordine è sempre artigianalità: che sia per l'interno o per gli ambienti esterni, al Lucagiovanni, o in “catering”, ogni allestimento è frutto della creatività del team Maglio Eventi e la realizzazione, che segue l'attenta fase progettuale, viene essa stessa effettuata dal team dei collaboratori storici, che magistralmente traducono in magica realtà



EVENTI

**Maglio Eventi**  
SP361, 73020 Maglie LE

Tel. +39 0836 460221  
info@maglioeventi.com

le idee - sempre nuove e sempre innovative - del loro altrettanto storico leader.

Lo studio costante, la **ricerca continua** di decori, anche il riadattamento di oggetti inconsueti e unici, le originali installazioni permettono loro di superare e, perché no, di ignorare le tendenze del settore. Ecco come **la cura di ogni singolo dettaglio, la realizzazione di un evento cucito addosso, quasi un abito della festa su misura per ogni singolo committente sono diventati la firma di uno stile inconfondibile**: la capacità di creare atmosfere sempre diverse ma sempre spettacolari.

Il risultato dell'impegno, della costanza e della passione per il proprio lavoro diventa, allora, una magia carica di emozioni e suggestioni, capace di incantare 365 giorni all'anno.

Perché, a volte, ciò che appare come la cornice, può diventare l'anima stessa dell'evento e il Natale al Lucagiovanni ne è l'inconfutabile esempio.

SORPRENDERE LA VISTA OLTRE CHE IL PALATO È STATA DA SEMPRE UNA PREROGATIVA DELL'AZIENDA E OGGI, DOPO OLTRE 145 ANNI DI ESPERIENZA E MIGLIAIA DI EVENTI CURATI, IL GRUPPO MAGLIO SI CONFERMA LEADER NELL' ORGANIZZAZIONE DI MATRIMONI, BANCHETTI, EVENTI AZIENDALI E FESTE PRIVATE.

**EN** *Delighting the sight as well as the palate has always been a prerogative of this company and today, after over 145 years of experience and thousands of events carried on, the Maglio Group confirms its leadership in the organization of weddings, banquets, corporate events, private parties and as catering in some of the most important houses in Italy.*



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



# LA PAROLA, FASCINO E COMPLESSITÀ

WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

LA SOCIOLINGUISTA VERA GHENO CI OFFRE IMPORTANTI OSSERVAZIONI SUL LINGUAGGIO E SULLE ACCORTEZZE CHE SIAMO CHIAMATI AD AVERE NEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE.



# LINGUAGGIO

COMUNICAZIONE E CAMBIAMENTO

**EN** Vera Gheno, sociolinguist expert in digital communication, talks with us about the language and the responsibility we have in communication quality and purposes. The complexity of this world invites us to be flexible, to accept differences in order to keep asking ourselves about society and its changes.

Per vent'anni ha collaborato con l'Accademia della Crusca. E già questo basterebbe a dare un'idea di quanto Vera Gheno consideri importanti la parola e il linguaggio. Sociolinguista specializzata in comunicazione digitale, docente all'Università di Firenze dove cura da tempo il Laboratorio di italiano scritto per Scienze Umanistiche per la comunicazione, nei suoi interventi sia scritti sia orali, si dimostra aperta a un mondo in continua evoluzione di cui è pronta ad accettare le difficoltà, pur riconoscendone sempre la bellezza.

**Ci piacerebbe una tua riflessione sul tema che fa da leit motiv di questo numero di Kamala, partendo dal tuo ultimo saggio, "Le ragioni del dubbio", in cui ti soffermi proprio sull'abitudine diffusa di parlare e scrivere senza fermarsi un attimo a pensare. Intervendiamo spesso nelle discussioni senza alcuna competenza e il nostro modo di comunicare forse fa vedere quanto poco peso diamo alle parole. Che responsabilità abbiamo in tal senso?**

Ognuno di noi ha una responsabilità molto grande nei confronti della bolla comunicativa nella quale vive. C'è una tendenza umana molto spiccata, la cosiddetta "othering", l'assegnare sempre a qualcun altro la colpa di ciò che ci succede attorno. Invece dovremmo assumerci maggiore responsabilità avendo consapevolezza che questa si estende oltre i nostri comportamenti individuali perché come società abbiamo la possibilità di esercitare una pressione di approvazione o disapprovazione nei confronti della gente che ci circonda. In fondo il giudizio del pari è quello che ascoltiamo di più. L'attenzione in tal senso è di non diventare dei castigamatti, ma con serenità e fermezza insieme possiamo esprimere dei giudizi, per esempio su come si comportano i media. Non dobbiamo subire e basta.

CI SONO INFINITI  
MODI GIUSTI PER  
COMUNICARE,  
ADATTANDOSI AI  
VARI CONTESTI  
E AI VARI  
INTERLOCUTORI.

## NELL'AMBITO SOCIAL CONSAPEVOLEZZA E RESPONSABILITÀ SI AMPLIFICANO

**E nell'ambito della comunicazione social questa responsabilità è amplificata, visto che è principalmente una comunicazione scritta e potenzialmente rimane visibile per un tempo lunghissimo, come dici nel tuo "Potere alle parole"?**

In questo ambito consapevolezza e responsabilità si amplificano, sia perché è vero che la comunicazione scritta rimane più a lungo, sia perché ha un reach molto più alta. I nostri atti comunicativi on line arrivano anche a molte più persone, spesso eterogenee, ben oltre il gruppo che immaginavamo e quindi risulta essenziale pesare le parole con più attenzione. Il panorama mediale è cambiato tantissimo, soprattutto negli ultimi dieci anni. Il numero e la tipologia delle persone sono cresciuti e si sono diversificati, quindi non è ammissibile che si pensi solo nella logica del "sono loro che si offendono troppo facilmente". Non possiamo dare per scontato che una comunicazione che fino a ieri andava bene, oggi sia ancora valida.

**C'è un modo giusto di usare la nostra madre lingua? Si può trovare il vero equilibrio tra uso e norma o è utopico pensare di raggiungerlo viste le innumerevoli sfumature di contesti, significati, situazioni ecc.?**

Bisogna rinunciare a cercare "la" soluzione, "la" risposta ai nostri dubbi. La complessità va guardata appunto nella complessità e di conseguenza nella sua imprevedibilità. Ci sono infiniti modi giusti per comunicare, adattandosi ai vari contesti e ai vari interlocutori. È quindi accettando la complessità che forse si può arrivare a una sorta di "felicità della comunicazione". Ai modi giusti si arriva per approssimazione. In un suo saggio Tullio De Mauro dice che la scuola dovrebbe insegnare non a come si devono dire le cose, ma a come si possono dire. Questo è sempre stato un mio principio guida: rinunciare a comprendere la complessità e accettarla come tale.



IL MASCHILE USATO COME NEUTRO NON È DECODIFICATO DAL NOSTRO CERVELLO COME NEUTRO, MA COME MASCHILE. CHE PESO SOCIALE HA QUESTO? C'È UNA SOLUZIONE ALTERNATIVA? COME RISOLVERE IL DISAGIO LINGUISTICO DI CHI NON SI IDENTIFICA NEL MASCHILE O NEL FEMMINILE?

22



**Ultima domanda, una curiosità figlia soprattutto degli ultimi tempi, più sensibili a questo discorso. Sei a favore o meno dell'uso dello schwa? Può essere davvero risolutivo nell'ambito dell'inclusività (con tutte le accezioni positive e negative che ha questo termine, come tu stessa hai fatto notare)?**

Non è questione di essere a favore o contro, è questione di prendere atto di un'esigenza che io fino a un certo momento della mia vita non avevo visto, cioè la necessità di autodefinizione linguistica delle persone non binarie o di chi non si identifica nel maschile o nel femminile, insieme anche alle conseguenze psicologiche dell'uso del maschile sovraesteso che non è senza conseguenze. Il maschile usato come neutro non è decodificato dal nostro cervello come neutro, ma come maschile. Che peso sociale ha questo? C'è una soluzione alternativa? Come risolvere il disagio linguistico di chi non si identifica nel maschile o nel femminile? Si prende atto dell'esistenza di soluzioni "fatte in casa" in particolare da gruppi LGBTQ+ come la "u", la "x", l'apostrofo, l'asterisco, lo schwa ecc. Tra tutte, quella che mi aggrada di più è lo schwa. Da studiosa non dovrei giudicare o essere a favore o contro, ma semplicemente chiedermi se c'è una soluzione ottimale e basta.

Il grosso problema sulla discussione è quello di parlare in maniera apodittica: a favore o contro? Bisogna invece chiedersi semplicemente se ci si è accorti dell'istanza. Il fatto che ci siano colleghe e colleghi anche titolatissimi che ritengono sia tutta una moda, mi sembra grave perché hanno perso la loro capacità di ascoltare la società.



**LE RAGIONI DEL DUBBIO**  
2021, SUPER ET OPERA VIVA

Viviamo in un mondo affollato di parole; vogliamo davvero impiegarle senza gustarcele? Non sarebbe più soddisfacente pensare alla lingua come al territorio delle infinite possibilità?



# ROSSELLA PICCINNO

ARTE E FOTOGRAFIA

“VIAGGIO DELLA SPOSA E INTERRAMENTO”, UN INVITO A RAGIONARE SULLE MODALITÀ  
DI DECODIFICAZIONE DELL'ARCHETIPO FEMMINILE OGGI

ARTE & FOTOGRAFIA







CON “VIAGGIO  
DELLA SPOSA E  
INTERRAMENTO”  
ROSSELLA PICCINNO  
APRE UNO  
SPIRAGLIO VERSO  
UNA PERCEZIONE  
ALTRA DELLA  
DONNA E DEL  
FEMMINILE

**EN** *“Bride’s journey and burial” is a performative psycho-magical creative project by Rossella Piccinno. Her series of photographs follow the imaginary journey of a runaway bride who, just before her wedding ceremony, wanders in the wilderness, experiencing loneliness and freedom. The project includes also the video that displays the burial rite of the protagonist’s wedding dress. Piccinno’s work is an invitation to think about the ways of decoding the female archetype today.*

WWW  
ROSSELLAPICCINNO  
.COM



L'archetipo femminile come capo e coda di un filo fluido, e al tempo stesso teso, che unisce - separando per sempre - la decodificazione patriarcale della sposa alla sua più consapevole sublimazione. Dal personale all'universale il progetto artistico performativo e psico-magico "Viaggio della sposa e interramento" proietta l'anima di chi ne fruisce nello stesso viaggio immaginario della sposa protagonista della serie fotografica e del video che ne compongono la performance.

Scappata poco prima della cerimonia di nozze, la sposa - come sulle tracce di Lilith, la prima donna dell'Eden - vaga nelle terre selvagge, sperimentando una solitudine che, immagine dopo immagine, diventa dialogo con se stessa e una libertà che profuma di conquista, consapevolezza, emancipazione e catarsi.

Una non sposa che attraversa un non luogo, a piedi nudi, a contatto con i quattro elementi della natura i quali sembrano quasi introdursi sottopelle, alimentando una rinascita che a un certo punto appare dietro l'angolo e si traduce in una sé nuova, in un nuovo riflesso allo specchio.

L'interramento dell'abito da sposa, oggetto del video, completa idealmente la performance narrando il rito di sepoltura dell'abito nuziale come momento di lutto catartico lontano da ogni pressione sociale. Traggettando la figura della donna in un tempo e uno spazio sospesi, Rossella Piccinno apre uno spiraglio verso una percezione Altra della donna e del femminile, spingendo gli occhi e il cuore al di là di quelle montagne nel deserto, che non sono ostacolo ma sfida personale, sociale e culturale.







## BIO

Rossella Piccinno (Tricase, Italia, 1978) è un'artista e regista che vive a Lille. Si laurea in Cinematografia Documentaria e Sperimentale al DAMS di Bologna e consegue il Master in Arte Contemporanea e New Media presso Le Fresnoy, Studio National des Arts Contemporains. Dal 2017 insegna Fotografia Digitale e Storia delle Pratiche Contemporanee presso il Centro di Arti Visive della città di Lille e Analisi Estetica delle Arti del XX secolo presso la facoltà di Studi Culturali dell'università di Lille 3. La sua ricerca è stata sostenuta da Ligue de l'enseignement, Drac Haut-de-France, Artois Comm./Labanque, Ministère de la Communication, Fondation Culture et diversité. La sua pratica include dei processi partecipativi che si svolgono spesso "in situ" e coinvolgono la fotografia e il film. Nel suo lavoro l'immagine è sempre psico-proiettiva, traccia di un gesto simbolico o catartico.

SCAPPATA POCO PRIMA  
DELLA CERIMONIA DI NOZZE,  
LA SPOSA,  
COME SULLE TRACCE DI LILITH,  
LA PRIMA DONNA DELL'EDEN,  
VAGA NELLE TERRE SELVAGGE,  
SPERIMENTANDO SOLITUDINE  
E LIBERTÀ





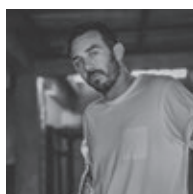
WRITTEN BY  
RAFFAELLA CALSO

# NEXT STOP: MILANO

IL CANTIERE HAMBIRRERIA DI LECCE SBARCA A MILANO  
PER PORTARE IL SUO STILE ORIGINALE OLTRE I CONFINI PUGLIESI.

# SOGNI

AZIENDE E TERRITORIO



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

Impalcate e ruggine, ma soprattutto **viaggi culinari d'oltreoceano tra hamburger ricercati e birre artigianali di nicchia**. Dopo quattro anni di sogni leggeri e cemento tra le mani, con la stessa forza innovatrice di sempre, con una gran voglia di misurarsi in una città dalle mille sfide, **con le radici pugliesi nel cuore, ma una filosofia di lavoro che guarda sempre oltre, il Cantiere Hambirreria di Lecce prende un diretto per Milano** e porta sotto la Madonnina la formula vincente di un luogo che in Salento detta uno stile originale. Svago e cucina si uniscono in una formula vincente per chiunque abbia voglia di evasione in un locale sempre *"work in Progress"* nel design e nelle proposte food and beverage.

Un nuovo angolo di America dallo stile industriale made in Puglia aprirà presto nel cuore di Milano, in zona Moscova, un quartiere ricco di vita in cui la ristorazione si distingue per originalità.

Un piccolo concept nella grande metropoli che fungerà sempre da *"casa"* per tanti appassionati dell'Hambirreria dalle origini pugliesi e per coloro che sono passati da ogni parte d'Italia e d'Europa. Un posto in eterna costruzione dove la filosofia che c'è dietro il brand Cantiere



finalmente potrà trovare nuove fondamenta.

Sì, **perché Cantiere è ormai un vero e proprio brand, una filosofia che spinge a vivere al massimo ogni momento, concedendosi il piacere di qualcosa che punti alla qualità.**

Un'identità precisa, quella dell'Hambirreria, che fa la differenza tra Cantiere e l'offerta già presente sul territorio.

*"Tutti possono fare hamburger e servire birra - dice Daniele Vetrugno, titolare insieme al fratello Andrea - ma bisogna avere un'anima identificativa all'interno di un progetto. La nostra ricerca quasi maniacale di micro-birrifici esteri e la selezione accurata delle materie prime per i nostri hamburger hanno fatto innamorare la gente di questa realtà, cresciuta in modo esponenziale in questi quattro anni di vita su Lecce e oggi pronta a uscire dai confini salentini".*

La sede di Milano del Cantiere Hambirreria aprirà i battenti presto in **Corso Garibaldi, 111 (zona Moscova)**, laddove la ristorazione da sempre si esprime per la sua modernità e la sua ricercatezza.

Si apre quindi un capitolo nuovo e dalle potenzialità enormi per questi giovani leccesi che, con questa tappa straordinaria, ambiscono a fare sempre di più, sempre meglio e sempre più in grande.



LECCE, Viale dell'Università, 23  
MILANO, Corso Garibaldi 111

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

**EN** *Cantiere Hambirreria in Lecce opens a new place in Milan and exports its concept beyond the Apulian borders. A place that is always "work in progress" like the Cantiere will take up space in the Moscova area, where all pub and restaurants are already known for their originality.*





WRITTEN BY  
TITTI STOMEÒ

# RIDERE E RIFLETTERE

PIERLUCA MARITI, CONTENT CREATOR SU INSTAGRAM,  
RACCONTA COME CI SI DESTREGGIA TRA LAVORO, IRONIA E LOTTA PER I DIRITTI.

---



Durante il primo lockdown mi sono imbattuta nel profilo Instagram di Pierluca Mariti e dopo aver visto un suo video non ho resistito a guardare tutti i contenuti che produceva. Tra italiano corretto, commenti memorabili a Non è la Rai, risposte sagaci e attivismo lgbtq+ ho scoperto quanto il quotidiano di Pierluca si avvicini al mio.

Classe 1989, è un orgoglioso diplomato classico e un pentito giurista. Si barcamena tra un lavoro come Project Manager in azienda e una decisamente recente carriera come comico sui palchi e content creator su Instagram, con l'account @piuttosto\_che. Principalmente riporta una cronaca tragicomica della vita quotidiana di un millennial, ma ogni tanto si occupa anche di diritti civili e temi legati al genere, come nel suo TedX "È da femmina!"

### **Come ti racconteresti in poche parole a chi ancora non ti segue su Instagram?**

Il mio profilo lo descriverei come un flusso di pensiero di una persona chiaramente poco serena, ma che finge bene, con una buona dose di istrionismo e autocommiserazione. Se invece dovessi presentare me stesso, sono un project manager che nel tempo libero prova a fare contenuti divertenti su Instagram. Mi piace raccontare storie, sia che riguardino le mie peripezie con il trasloco nella casa nuova, sia che si tratti di temi più seri, come diritti e genere, ma sempre con un tono leggero. Sempre per quella storia che sono poco sereno ma fingo bene :)

### **Cosa ha rappresentato il TEDx\* di Ferrara per te?**

Con il monologo che ho portato al TEDx di Ferrara ho provato a unire un tema generale, quello degli stereotipi di genere, a un racconto personale, intimo. Se accediamo alla conversazione pubblica su un argomento come questo rimanendo anonimi impersonali, riusciamo ad arrivare fino a un certo punto. E invece gli stereotipi di genere riguardano tutti noi, perché tutti noi siamo stati condizionati, svantaggiati e oppressi da essi. La mia esperienza aggiunge una voce alle tante, ma non abbastanza, senza la pretesa di essere universale. Ma almeno, per una volta, è una voce maschile. Mi piace immaginare un futuro in cui ci sia una presa di coscienza collettiva su questo tema, anziché relegarlo a solo una parte delle persone, perché solo così si combatte il patriarcato.

**\*FOCUS || Cos'è TEDx:** evento organizzato nello spirito di condividere le "idee che meritano di essere diffuse", TED ha lanciato un programma di eventi locali, chiamati TEDx (dove la "x" sta a indicare un evento organizzato in modo indipendente), che si propone di far vivere localmente un'esperienza simile a quella che si vive partecipando a una conferenza TED.

MI PIACE RACCONTARE STORIE, SIA CHE RIGUARDINO LE MIE PERIPEZIE CON IL TRASLOCO NELLA CASA NUOVA, SIA CHE SI TRATTI DI TEMI PIÙ SERI, COME DIRITTI E GENERE, MA SEMPRE CON UN TONO LEGGERO. SEMPRE PER QUELLA STORIA CHE SONO POCO SERENO MA FINGO BENE :)

### **Come nasce il tuo spettacolo "Ho fatto il classico"?**

"Ho fatto il Classico" nasce come un reading, ovvero un momento di lettura pubblica di stralci di opere a cui siamo legati. Ma siccome voglio strafare, ho deciso di portare molto di più di questo. Parto da un'esperienza comune a molti e molte: lo studio dei grandi autori della letteratura al Liceo - e poco importa che sia Classico o meno. Per tutti i 5 anni di scuola superiore ci hanno detto che li studiavamo perché erano attuali, e io ci credo. E quindi racconto cose quotidiane, generazionali, personali, attraverso poesie e testi, muovendomi tra Petrarca, Montale e Britney Spears. Insomma, i classici. Ovviamente, il tono è sempre ironico, senza la pretesa di alcuna competenza, se non quella, appunto, che mi porto nei ricordi del liceo.

31

### **La domanda che vorresti ti facessero nel box di Tell Mama\*\*.**

Mi piacciono le domande che mi permettono di fare battute, quindi spesso non è la domanda ma come è posta. Se riesco a farci un gioco di parole inaspettato, ma allo stesso tempo "rispondere" alla richiesta di un consiglio, sono molto contento. Ci sono invece domande che non vorrei leggere così spesso, e sono quelle in cui leggo tanta insicurezza, poco amore per se stessi\* e ansia di fallimento. Con i Tell Mama mi rendo conto di quanta felicità mancata c'è in giro, mi piacerebbe avere le parole giuste per aiutare, ma non le ho. Al massimo, posso provare a fare il mio, sempre con la leggerezza che metto in tutto quello che faccio.

**\*\*FOCUS:** Pierluca ha utilizzato uno strumento di Instagram, il box domande, per interagire con i e le followers in un botta e risposta tutto da ridere, un mix tra una sorta di posta del cuore e aiuto da casa alla Chi vuol essere milionario!





PHOTO: ALESSIA D'ORSI

**Sulla tua bio di presentazione del Tedx si legge:  
 “Il suo profilo Instagram è un mix di balli amatoriali, ricette finite male,  
 parodie e poste del cuore che non risolvono problemi”  
 Per completare mancano le piante, le Stories con i tuoi genitori e Britney  
 Spears: cosa ci riserva Pierluca che ancora non abbiamo visto?**

Se lo sapessi, mi metterei comodo, e invece lo scopro giorno dopo giorno, spesso in maniera involontaria. Però dopotutto mi piace questa dinamica dei social, in cui c'è sì un controllo della narrazione, ma fino a un certo punto. Si crea una bella chimica con la Community, che un po' finisce per plasmare il mio racconto. Ma ogni tanto, come è giusto che sia, mi piace sorprendere loro, come me stesso, con dei fuori programma. E quindi non vedo l'ora di scoprirli anche io.

**Questo numero di Kamala sottolinea la differenza tra chi prende posizione e fa sentire la propria voce e chi, invece, si limita a fare da cassa di risonanza a cose sentite. Possiamo considerarti una voce importante nell'ambito della lotta per i diritti della comunità lgbtq+: cosa deve succedere affinché una eco si trasformi in voce?**

Possiamo considerarmi tale? Non saprei, non mi definisco un attivista, tutt'al più provo a dare la mia prospettiva usando il mio tono di voce su temi che mi stanno a cuore. Dal mio punto di vista, i social sono performativi, sempre, dalla foto della pizza che postiamo il sabato sera, al tramonto in vacanza, alle stories in cui commentiamo la notizia del giorno o divulghiamo informazioni. Siamo sui social per presentare una versione di noi stessi e cerchiamo ciò che ci piacerebbe ci rappresentasse meglio. Ciò che fa la differenza, secondo me, è l'autenticità del racconto che si fa: anche usando parole proprie, spesso si ripetono discorsi di altri. Mi piacerebbe vedere molte più storie personali, molti più volti che ci mettono del proprio. Perché questo secondo me costituisce la formula vincente per creare consapevolezza e stimolare il cambiamento: sapere che le questioni legate al genere e ai diritti, per esempio, non sono solo argomenti di conversazione, e spesso di scontro, ma che hanno dietro tante persone e vite quotidiane. Quindi: alla giusta divulgazione che fornisce strumenti, statistiche e visioni, possiamo affiancare testimonianze, caratteri, prospettive singolari.

**EN** *Pierluca Mariti's life (piuttosto\_che) is divided between a job as a project manager in a company, a recent career as a comedian and as content creator on Instagram. He also deals with civil rights and gender issues.*



*il buon cibo  
è di casa.  
- Gianni*



## **L'OSTERIA**

VINI DIVINI

Via Monte Bianco, 2,  
73020 CUTROFIANO LE

PER INFO E PRENOTAZIONI:  
Tel. 328 553 9483



WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# GHOST KITCHEN LAB, IL RISTORANTE CHE C'È MA NON C'È

LA CUCINA DI PROSSIMITÀ COME NON SI È MAI VISTA

**Può un ristorante esistere senza esistere?** Sì, se parliamo di una delle ultime tendenze di settore, la **ghost kitchen**. Si tratta di un nuovo modello di business, approdato di recente anche in Italia: **prevede la presenza e l'attività della cucina professionale di un ristorante ma in un contesto privo di arredi, sala e personale. La cucina c'è, è il senso tradizionale del ristorante ad essere fantasma.**

La nuova frontiera della ristorazione ha attecchito anche a Lecce, grazie all'intraprendenza, alla creatività e alla fluidità imprenditoriale a cui **Gioara Rizzo** ci ha ormai abituato. Il suo nuovo progetto si chiama, non a caso, **GKL - Ghost Kitchen Lab** e, a pochi giorni dalla sua inaugurazione ufficiale, lo racconta così: "GKL è un laboratorio gastronomico in cui si cucina, condividendo esperienze, e si preservano i piatti della tradizione. E tutto questo lo si fa nell'ottica di ridurre gli sprechi, rispettando la stagionalità delle materie prime. La sostenibilità che cerchiamo di dare al processo di reperimento dei prodotti e alla loro lavorazione la trasportiamo anche in uno dei nostri obiettivi finali, cioè rendere sostenibile anche la vita di chi ci sceglie".

## INNOVAZIONE AZIENDE E TERRITORIO



**GIOARA RIZZO**  
FOUNDER GKL - GHOST KITCHEN LAB

LA START UP, CON SEDE A LECCE, VA OLTRE ANCHE IL  
CONCETTO DI GHOST KITCHEN, PROPONENDO UNA  
MOLTEPLICITÀ DI SERVIZI E PRODOTTI CUCITI ADDOSSO  
ALLE ESIGENZE DEL TERRITORIO



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

**EN** *The start-up GKL - Ghost Kitchen Lab, based in Lecce, is a new reality that goes beyond the concept of ghost kitchen, offering a variety of services and products tailored on the needs of the territory.*

QUELLO CHE È CERTO È CHE, GRAZIE A NUOVE PROSPETTIVE DI BUSINESS E AL CORAGGIO DI PERSONE PRONTE A COGLIERE NUOVE SFIDE, LE RICETTE CREATE DALLE MANI SAPIENTI DELLE NOSTRE NONNE SONO DESTINATE A NON ANDARE PERDUTE.

MA COME FUNZIONA GKL?

La start up, con sede a Lecce, in realtà va anche oltre il concetto di ghost kitchen, proponendo una molteplicità di servizi e prodotti cuciti addosso alle esigenze del territorio:

- **Il centro cottura:** è il cuore del laboratorio, che utilizza tanto gli antichi metodi di cottura quanto strumenti e macchinari ad alta densità tecnologica. Qui si confezionano ricette in barattolo e si mette la cucina a disposizione di chi voglia produrre una propria linea di prodotti confezionati.

- **La Ncartata:** è il primo brand gastronomico di GKL e si fa promotore di una gastronomia da asporto genuina, che ricorda i sapori tradizionali e che - grazie alla preparazione in ATM - promette di mantenere integre tutte le caratteristiche organolettiche del piatto.

- **Sala degustazione e libreria alimentare:** è un piccolo spazio in cui provare le preparazioni e acquistare le conserve, lasciandosi ispirare dai sensi e, magari, visitando il laboratorio di produzione.

- **Commercializzazione:** i prodotti GKL saranno in vendita presso la sede del laboratorio e lo shop online nonché disponibili per la consumazione a domicilio attraverso il coinvolgimento dei big driver del food e partner locali.

La cucina di prossimità quindi si evolve, mantiene fede alla tradizione ma si proietta verso un futuro ancora tutto da esplorare (e da gustare). Quello che è certo è che, grazie a nuove prospettive di business e al coraggio di persone pronte a cogliere nuove sfide, le ricette create dalle mani sapienti delle nostre nonne sono destinate a non andare perdute.





PERSONE & MUSICA

# PROTOPAPA

WRITTEN BY  
TITTI STOMELO

FOTO @ILENIA\_TESORO  
STYLING @GILBERTOGENCO



PROTOPAPA È UN PROFESSIONISTA DAVVERO  
NOTEVOLE, GENTILE, SORRIDENTE E PIENO DI  
IDEE ASSOLUTAMENTE FUORI DALLE RIGHE:  
QUI SI RACCONTA, CONDIVIDENDO ALCUNE  
DELLE SUE SFUMATURE

**Ciao Stefano, mi piacerebbe che tu stesso ti presentassi alle nostre  
lettrici / ai nostri lettori...**

Ciao! Sono Stefano ma anche mia madre mi chiama Protopapa, ovvero il suo cognome, ormai il mio nome d'arte da 13 anni. Sono nato a Lecce e ho vissuto un po' in giro. Attualmente vivo a Milano ma New York, città nella quale ho vissuto per un po', ha rubato un pezzo del mio cuore.

Sono un dj, organizzo feste ed eventi, ho un'etichetta discografica, sono direttore creativo e mi diverto un sacco.

**Milano: cos'è per te?**

Milano è stata la città che mi ha accolto guardandomi dall'alto verso il basso, mi ha fatto sentire fuori posto e mi ha sempre chiesto il resto, senza fare sconti. Appena arrivato nella "Grigia", come mi piace chiamarla, la frase che mi sono sentito dire più spesso ad eventi, sfilate, nei bar, alle feste, ai vernissage è stata: "E tu che ci fai qui?!".

Milano me la sono dovuta sudare e conquistare. Qui ho costruito la mia carriera, la mia famiglia di elezione e mi sono fatto cacciare da quasi tutti i club, anche quelli in cui stavo suonando. Penso proprio si tratti di Amore!

**Mi racconti il tuo rapporto con il Salento.**

Da ragazzino odiavo vivere nel Salento, pensavo fosse una condanna e di essere nato nel posto sbagliato. Avevo voglia di scoprire il mondo e una curiosità fuori dal normale, ero assetato di stimoli e ne avevo un bisogno quasi viscerale. Dopo gli studi sono scappato, letteralmente. Ho venduto tutte le cose di valore che avevo e con quei soldi sono andato via da Lecce, e ho potuto pagare i primi affitti a Bologna.

Da qualche anno ho fatto pace col mio passato e con la mia terra, mi ci sento profondamente legato. Sono grato di essere nato e, soprattutto, cresciuto in un posto così magico, energetico, bellissimo.

DA QUALCHE ANNO HO FATTO PACE COL MIO  
PASSATO E CON LA MIA TERRA, MI CI SENTO  
PROFONDAMENTE LEGATO. SONO GRATO DI  
ESSERE NATO E, SOPRATTUTTO, CRESCIUTO  
IN UN POSTO COSÌ MAGICO, ENERGETICO,  
BELLISSIMO.

**EN** *Protopapa, talented dj from Lecce, is a creative director. He has a record label and organizes events. His voice is one of the most active in the fight for LGBTQ+ rights.*

**Cos'è Masseria Wave?**

Masseria Wave è l'ultima delle follie che mi sia stata proposta, un'offerta alla quale non ho saputo resistere.

Scenario: primo lockdown. Mi chiama Gilberto Genco (direttore di Masseria Wave) e iniziamo a fare lunghe chiacchierate sul suo progetto, fantasticando sul futuro dopo la pandemia... Ce lo immaginavamo super queer, colorato e pieno di musica, con un grande ritorno alla natura e ai rapporti umani, quelli sinceri e di valore.

Questo è Masseria Wave, un contenitore che esplose di fermento artistico senza limiti, un modo per riconnettere le persone, soprattutto i locals, dando loro la possibilità di esprimersi liberamente, incontrando professionisti e artisti italiani e stranieri a pochi passi dalle loro case, godendo delle bellezze del proprio territorio.

**Cos'è FLUIDOSTUDIO e da dove nasce l'idea di crearlo?**

FLUIDOSTUDIO nasce dalla collaborazione tra me e Pierpaolo Moschino (producer e dj). Ci siamo conosciuti grazie a Populous perché cercavo qualcuno che mi aiutasse con le soundtrack di alcune sfilate che stavo curando e da lì abbiamo iniziato a sperimentare in studio, finché non ho deciso di fargli conoscere un artista, poi un altro, poi un altro ancora... con cui lui stesso potesse collaborare. Quando abbiamo capito che la storia si stava facendo seria, ci siamo guardati e abbiamo detto "questa è un'etichetta discografica".

In realtà è anche molto più di questo, è una missione. FLUIDOSTUDIO ha voglia di raccontare storie diverse e fuori da un certo "ordinario". Raccontiamo e diamo voce a una realtà che ci appartiene e ci circonda, fluida e piena di sfumature.

**Cosa non può mancare in una playlist perfetta?**

Un paio di pezzi per sciogliere la tensione, almeno 3 per fare spallucciapiedino, 4 dancefloor hit per ballare come delle pazze, 1 canzone triste con la cassa in 4/4 perché comunque piangere ballando fa sempre bene, 1 classicone da cantare a squarciagola.





Protopapa nasce in Salento, si plasma a Bologna, per poi trasferirsi a Milano, dove vive attualmente. Una spugna sonora che assorbe i generi più disparati e li mette insieme per creare l'atmosfera perfetta.

Si è formato come dj facendo b2b con amici e pian piano si è fatto strada, fino a suonare assieme a icone come Azari & Ill, Nicolas Jaar, Tom Trago, Bottin, Planningtorock, Miss Kittin, Siriusmo, Nathan Fake e molti altri.

Ha lavorato per marchi di moda come Dolce&Gabbana, Armani, Dior, Marco De Vincenzo, YSL, Tommy Hilfiger e Sergio Rossi, creando melodie per sfilate di moda e suonando in molti eventi delle fashion week di Milano, Parigi e New York.

Nel 2020 ha lanciato il suo primo singolo "Nina", diventato poi soundtrack di sfilate, spettacoli teatrali, adv e video artistici.

È prevista a breve l'uscita del suo secondo singolo, in collaborazione con un artista internazionale.

Si occupa anche di consulenza musicale e sound-design per video e pubblicità e ha collaborato con Twitter, Comedy Central e MTV mettendo dischi ai party di lancio delle nuove serie tv.

Resident dj per due anni a Le Cannibale, la notte underground di Milano, con ospiti internazionali house e techno, e direttore artistico di qLLAB e Club Q21 per quattro anni e di Milano Pride Square per cinque, ha di recente lanciato un suo nuovo progetto chiamato DRAMA, un queer cabaret a cadenza mensile. Ogni estate ritorna alle sue radici avviando una serie di feste nel Salento, con il celebre produttore e amico Populous.

Il suo ultimo progetto è FLUIDOSTUDIO, una etichetta discografica e casa di produzione audio/visual che condivide con Pierpaolo prp Moschino e della quale è direttore creativo. Negli ultimi mesi, con FLUIDOSTUDIO, ha lanciato artisti come David Blank, Vergo, Thomas Costantin e il roster è in continua crescita.

L'estate 2021 lo ha visto direttore creativo di Masseria Wave, un progetto culturale rivoluzionario nelle campagne salentine.

**La tua è una tra le voci più fresche e attive della lotta per i diritti lgbtq+ e vorrei capire, in poche ma preziose parole, cosa avrebbe dato al nostro paese il DDL ZAN e quale occasione abbiamo perso (tutte e tutti).**

Sento ancora riecheggiare il suono di quegli applausi carichi di odio ricevuti dai "nostri" Senatori dopo la bocciatura del DDL Zan. Perché è stata una manifestazione di odio, specchio di una società arretrata e conservatrice, spaventata dal Vaticano e nemica del progresso, dei diritti per le minoranze.

Il DDL Zan avrebbe portato sicuramente una tutela in più per queste minoranze, almeno a livello legislativo, ma sicuramente non avrebbe fermato l'omobitranfobia, l'abilismo, la violenza sulle donne, il razzismo imperante nel nostro paese.

Quello che ha prodotto quell'applauso, però, è la voglia di lottare ancora di più, di usare le nostre voci all'unisono per la conquista di diritti inalienabili, una maggiore voglia di creare comunità per il bene comune: la libertà e l'uguaglianza.

**IL DDL ZAN AVREBBE PORTATO SICURAMENTE UNA TUTELA IN PIÙ PER QUESTE MINORANZE, ALMENO A LIVELLO LEGISLATIVO, MA SICURAMENTE NON AVREBBE FERMATO L'OMOBITRANFobia, L'ABILISMO, LA VIOLENZA SULLE DONNE, IL RAZZISMO IMPERANTE NEL NOSTRO PAESE.**







WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

# UNA SFIDA DI COLORI E SAPORI

UN GRUPPO DI GIOVANI IMPRENDITORI HA INAUGURATO  
A LECCE LA VINERIA POP, UN LOCALE CHE UNISCE TRADIZIONE E INNOVAZIONE.

# CASA

AZIENDE E TERRITORIO

40



**STEFANO VALENTINI**  
**GABRIELE BLANDINI**  
**TITTI STOMEIO**  
**LELÈ LEPORE**  
**FRANCESCO ZUCCARO**  
IMPRENDITORI E TITOLARI VINERIA POP

Se si chiede loro perché hanno aperto la **Vineria Pop**, rispondono che forse è solo perché sono un po' folli. La verità è che il gruppo di giovani imprenditori, che ha dato il via a questo progetto, è innamorato del proprio lavoro, del contatto con la gente. La cura della clientela è alla base del loro percorso e la Vineria Pop arriva dopo 5 anni di Mayapan (Santa Caterina di Nardò) che è stato il loro banco di prova.

*“La Vineria Pop è un po' come se fosse un altro gradino che abbiamo deciso di salire insieme – spiega Titti Stomeo, una dei titolari - un passo molto importante perché ci confrontiamo con un pubblico diverso in una città che sa quello che vuole. E poi volevamo portare un po' di quel sapore estivo che ci contraddistingue. Quando abbiamo rilevato la Vineria Popolare sapevamo che sarebbe stata una sfida perché era un posto del cuore per moltissime persone, quindi abbiamo deciso di stravolgere sì la struttura (progetto dell'arch. Maria Carla Lini e Amedeo Capone), ma di restare ancorati alla tradizione alzando la qualità delle materie prime”.*

I vini che hanno selezionato sono storie emozionanti di vite, di terre e territori, ma anche di nuove realtà che, pur essendo più giovani, riescono a stupire.

Hanno pensato che la scelta più pop che potessero fare fosse quella di ritornare alla tradizione, alle mani che impastano, ad uno degli ultimi forni a legna rimasti, all'arte della panificazione con la pasta madre che richiede cura, dedizione e amore. Il loro pane racchiude i ricordi d'infanzia, la merenda che ci preparavano, il pranzo al sacco portato in riva al mare.

I salumi e i formaggi sono tutti di produzione artigianale, così come le verdure fino ad arrivare ai nostri dolci con la fetta di pane olio e cioccolato o marmellata e burro o la selezione “Bancarella” di Dolciumi Stella da sempre sinonimo di eccellenza.

*“Quindi la parola d'ordine per noi è Casa nel senso più romantico del termine: calore, condivisione e amore. È un po' come – conclude Titti - se invitassimo a casa nostra gli amici e le amiche a cena o semplicemente a sorseggiare un ottimo vino con noi”.*

**“È COME SE INVITASSIMO A CASA NOSTRA GLI AMICI E LE AMICHE A CENA  
O SEMPLICEMENTE A SORSEGGIARE UN OTTIMO VINO CON NOI”**

**EN** *The Vineria POP is the evolution of the historic “Vineria Popolare” in Lecce, a challenge made of color and energy. After 5 years together in Mayapan, this place is a new step for the young entrepreneurs who created it.*



VINERIA  
POP

FOTO: Martina Loiola

VINERIA POP - VIA ORSINI DEL BALZO, 15 - LECCE - TEL. 327 856 5900 - WWW.VINERIAPOPLECCE.IT



WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# LA PASSIONE PER IL FUMO LENTO DIVENTA UN CONCEPT D'AVANGUARDIA

LA STORICA ANTICA TABACCHERIA N.5 DI LECCE RINASCE CON I FRATELLI VADACCA

## FUTURO

AZIENDE E TERRITORIO

42



**TOMMASO E CORRADO VADACCA**  
IMPRENDITORI



Se i muri dell'Antica Tabaccheria n.5 di Lecce potessero parlare, racconterebbero storie lontane più di un secolo. E tra le storie, avvolte nel fumo e nelle chiacchiere cordiali tra clienti, spiccherebbe sicuramente la storia più recente, quella che stanno scrivendo **Tommaso e Corrado Vadacca**, proprietari dal 2019 della rivendita più storica di Lecce.

La passione dei due fratelli per il **fumo lento** ha trovato casa accogliente proprio in questo luogo magico e suggestivo, rimesso a nuovo eppure **custode di un fascino antico**: nata come riferimento per i valori bollati, la tabaccheria oggi si presenta come uno spazio versatile e attuale, proponendosi come un vero e proprio **concept d'avanguardia unico nel suo genere in tutta la provincia**. All'interno dell'Antica Tabaccheria n.5 trova spazio **un'ampia varietà di sigari cubani, toscani, dominicani** delle migliori marche ma anche **un'eccellente selezione di tabacchi per pipe** e, naturalmente, una accurata fornitura di accessori per gli amanti del fumo lento.

Forti dei successi ottenuti nelle competizioni regionali, i fratelli Vadacca si proiettano in un futuro in cui sognano di approfondire la loro conoscenza del settore, interessando sempre di più le nuove generazioni al mondo del fumo lento e mantenendo sempre alto il livello dei prodotti in vendita nella tabaccheria.

**Perché se il passato dell'Antica Tabaccheria n.5 è stato importante, il suo futuro si preannuncia grandioso.**

## L'ANTICA TABACCHERIA N.5 È LA RIVENDITA PIÙ ANTICA DELLA CITTÀ DI LECCE

**EN** *The Vadacca brothers' passion for slow smoking has found a welcoming home in the Antica Tabaccheria n.5 in Lecce, a magical and evocative place renovated yet keeper of an ancient charm.*

AZIENDE & TERRITORIO



ANTICA  
TABACCHERIA



LECCE - VIA AUGUSTO IMPERATORE, 8 - TEL. +39 329 722 2361



WRITTEN BY  
TITTI STOMEO

# L'ASCESA DI UNA STELLA

DAL SALENTO AI PALATI PIÙ RAFFINATI DEL MONDO, A SOLI 26 ANNI SOLAIKA MARROCCO, LA CHEF DEL RISTORANTE PRIMO, CONQUISTA LA SUA PRIMA STELLA MICHELIN E IL PREMIO YOUNG CHEF 2022

# TALENTO

INCONTRI E PERSONE

44

**EN** *Solaika Marrocco, 26 years old, chef of the Primo restaurant, won her first Michelin star and the Young Chef 2022 award. She talked here about her passion for cooking.*

Ho avuto il piacere immenso di conoscere Solaika Marrocco circa 5 anni fa nel miglior modo possibile: attraverso i suoi piatti. Ricordo che il maialino che ci servì era così tenero che si scioglieva in bocca e ho subito pensato: “come può essere possibile che una ragazza di 21 anni cucini così bene?”.

Chi incontra Solaika viene rapito dalla sua grazia, dalla modestia, da come questa giovane donna così sorridente riesca ad illuminare l'intera stanza e a riempire il cuore e la pancia con i suoi piatti che sanno di tradizione e innovazione.

Con Kamala abbiamo pensato di intervistarla perché è una delle voci più belle che la cucina italiana abbia mai avuto.

**Per intervistare Solaika Marrocco voglio partire dall'ultimo, in ordine di tempo, grande avvenimento della sua vita professionale: la conquista della sua prima Stella Michelin e il titolo di Giovane Chef 2022.**

**“A dispetto della giovanissima età, la chef è già in grado di proporre una cucina di raffinata ed elegante semplicità, mai banale, dove del Salento e della Puglia si citano spesso alcuni ingredienti, con uno stile decisamente contemporaneo e originale, se non addirittura audace”. Cos'hai pensato?**

Hai presente quando vivi mille emozioni insieme e a tutto questo non sai dare una definizione? Ecco esattamente così! Ero emozionata e commossa dalla felicità e



INCONTRI & PERSONE

LA FAMOSA PARMIGIANA DI SOLAIKA

ho pensato solo a vivermi quel bellissimo momento. Momenti di spensieratezza durati pochissimo, in realtà, perché già dalla mattina seguente avevo la testa proiettata al ristorante .

**A soli 21 anni hai preso in mano la cucina di Primo e sei arrivata a ottenere diversi premi fino ad arrivare alla consacrazione nel firmamento culinario più agognato che ci sia. Quando e come inizia questa storia d'amore?**

Inizia cinque anni fa e come le storie d'amore più intense è scoccato il colpo di fulmine. Un classico colloquio di lavoro con Silvia e Marco che nel brevissimo tempo si è trasformato in intesa e dopo pochissimo poi ci siamo ritrovati a lavorare gomito a gomito.

C'è stata molta naturalezza nel costruire il nostro rapporto. Credo che, fermo restando la grande professionalità da parte di entrambi, allo stesso tempo, si tratti anche di fortuna. Incontrarsi, nella vita come nel lavoro, e condividere la stessa progettualità senza bisogno di trovare punti di incontro perché sostanzialmente la direzione è la stessa ed è sempre stata la stessa, è una gran fortuna.

**Sei una delle voci più importanti del panorama culinario italiano, nonché l'unica esponente donna di questo settore ad essere stata premiata quest'anno. Secondo te, perché le donne chef, anche quando sono molto brave, godono di poca visibilità?**

Per un semplice problema purtroppo ancora troppo attuale: la discriminazione. Difficile trovare persone che riescano ad affidarsi e fidarsi di una donna alle redini di una brigata. Ma questo non è un problema del genere femminile, è un problema di chi ancora percepisce una distinzione di genere in ambito lavorativo. Conosco e stimo colleghe chef che si sono realizzate, personalmente, professionalmente e che non hanno dovuto scegliere tra famiglia e lavoro. Loro, ancor prima di me, sono da esempio per tutti.

**So che il piatto che preferisci cucinare è la tua parmigiana. Mi piacerebbe sapere, invece, quale ingrediente non metterai mai nei tuoi piatti (se esiste!)?**

Non credo esista, o meglio non mi piace pormi limiti in questo senso. Sicuramente, però, posso dirti che dalla mia cucina i fronzoli sono banditi.

**Svelaci un segreto: per chi vorresti cucinare?**

Ci sono dei colleghi che stimo e che mi piacerebbe avere a cena e con i quali mi piacerebbe scambiare quattro chiacchiere mentre preparo loro i miei piatti. A me la cucina è stata insegnata in primis come gesto



d'amore e altruismo verso gli altri per cui ne sarei felice. Ma non posso svelarti chi. Sai quanto ti voglio bene ma i desideri ad alta voce poi non si realizzano.

**Prima di chiudere l'intervista, mi sembra doveroso chiedere a Silvia Antonazzo cosa ha spinto lei e Marco Borelli a scegliere Solaika e qual è il segreto di Primo.**

Semplicemente non c'era nulla che potesse spingerci a non scegliere Solaika. A dispetto di chi pensava che la sua giovane età avrebbe influito in maniera negativa, per noi invece Solaika personificava proprio le caratteristiche che cercavamo nella persona da includere nel progetto. Si presentò a noi come una ragazza giovanissima, seria, determinata, ben cosciente di cosa significasse il duro lavoro e si è sempre dimostrata, anche poi lungo il percorso insieme, con i piedi ben saldi per terra. Crediamo che il segreto sia l'intesa e la stima reciproca: ci confrontiamo spesso e abbiamo sei occhi aperti e questo ci dà modo di essere squadra in tutto e per tutto, come dovrebbe essere.



WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# 2002 – 2022: I PRIMI 20 ANNI DI AP MONTAGGI

DA PICCOLA IMPRESA ARTIGIANA A PROTAGONISTA INTERNAZIONALE  
NEL SETTORE CONTRACT CIVILE E NAVALE

## ANNIVERSARIO

AZIENDE E TERRITORIO



**PASQUALE APOLLONIO**  
OWNER AP MONTAGGI E LEVELPROJECT

Nelle mani i segni della fatica, nel cuore la stessa passione. Di padre in figlio il saper fare ha attraversato il tempo e lo spazio, arricchendosi di nuovi saperi e tenendo alto il valore dell'artigianalità.

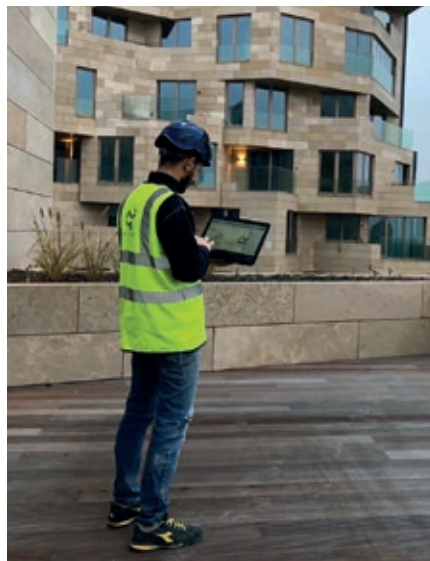
AP Montaggi si mostra al mondo come un'azienda solida e un partner affidabile, forte di un'esperienza che affonda le sue radici nella piccola impresa artigiana di famiglia e che, dal 2002, ha assunto la forma di un sogno audace, ambizioso e, forse proprio per questo, vincente. Quando 20 anni fa **Pasquale Apollonio** ha intrapreso la propria strada nel settore degli allestimenti di lusso civili e navali, è apparso ai più come l'emblema dell'imprudenza: eppure proprio quel respiro intrepido e quell'istinto aperto e curioso si sono rivelate le carte vincenti per fare di AP Montaggi un'azienda di caratura internazionale.

Alle spalle vent'anni di cantieri conclusi in tutto il mondo, una solida struttura logistica, amministrativa e finanziaria, sedi e divisioni aziendali in U.S.A., U.K., Cina... l'ascesa di AP Montaggi continua inarrestabile, forte di un know-how sempre in divenire e del costante aggiornamento professionale di tutto il team, dentro e fuori i cantieri.

46

AZIENDE & TERRITORIO

EN *AP Montaggi crosses the line of its first twenty years of activity, with the hope to continue along the path indicated by "Mesciu Nicola" with the same passion, humility and dedication that one could breathe in the 60s in the old family workshop.*





GUARDA  
I PROGETTI

© A destra foto di Alessia Rollo  
per AP Montaggi  
in basso foto di Alessia Rollo a  
Mesciu Nicola



L'ASCELA DI AP MONTAGGI CONTINUA INARRESTABILE, FORTE DI UN KNOW-HOW SEMPRE IN DIVENIRE E DEL COSTANTE AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE DI TUTTO IL TEAM



Ma niente si sarebbe potuto realizzare, o anche soltanto immaginare, senza il calore e la semplicità di Nicola Apollonio, per tutti *"mesciu Nicola"*. Una vita trascorsa con le scarpe immerse nei trucioli di legno e la schiena china sul tavolo da lavoro, a dare forma a quelli che per lui erano oggetti ma che per il resto del mondo erano piccole opere d'arte. Una vita di sacrifici, di fatica ma anche di soddisfazioni. Una vita passata a trasferire il mestiere e la passione al proprio figlio, il quale oggi - con orgoglio e rispetto - continua a raccontare la loro storia di famiglia.

AP Montaggi taglia il traguardo dei suoi primi vent'anni di attività, con l'auspicio di percorrere ancora a lungo il cammino indicato da mesciu Nicola con la stessa passione, umiltà e dedizione che si respiravano - negli anni '60 - nella vecchia bottega di famiglia.



WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

# IL FASCINO SPAVENTOSO DEL MARE

L'EDIZIONE 2021 DELLA ROLEX MIDDLE SEA RACE PORTA CON SÉ LE IMMAGINI DI UN'AVVENTURA DIFFICILE E INTENSA CHE L'EQUIPAGGIO DELLA VERVE DI GIUSEPPE GRECO NON DIMENTICHERÀ.

## AVVENTURA

AZIENDE E TERRITORIO



**GIUSEPPE GRECO**  
ARMATORE VERVE CAMER  
DIRETTORE CAMER

48

AZIENDE & TERRITORIO

EN *The incredible story of the Rolex Middle Sea Race from those who have experienced this sailing firsthand. Verve-Camer experienced difficult times due to the weather, but it reached the finish line with excellent results, ranking first among the Italian boats.*

Gli appassionati lo sanno: è da sempre una delle regate più dure e coinvolgenti. La **Rolex Middle Sea Race**, che da Malta spinge le imbarcazioni attraverso lo Stretto di Messina, lasciando Eolie, Egadi, Pantelleria e Lampedusa a sinistra fino a fare ritorno a Malta, si vive a ottobre, il periodo in cui si fanno intense le prime perturbazioni mediterranee. Ma accanto alle incertezze meteo questa competizione unisce paesaggi mozzafiato fin dalla partenza, dalla Baia della Valletta, con il Castello alle spalle, o al passaggio dello Stretto quando si vede lo Stromboli che di notte addirittura si illumina di venature di lava.

Quello di quest'anno è stato un percorso di 606 miglia in cui nulla si poteva dare per scontato. *"Nello Stretto di Messina ci siamo imbattuti in una forte corrente contraria e vento leggero - spiega Giuseppe Greco, l'armatore della Verve-Camer, una Comet 50 Carbon race- e siamo stati fermi sei ore. Abbiamo optato obbligatoriamente per un attraversamento molto tattico perché in quelle condizioni puoi arrivare addirittura ad ancorarti per non andare sotto riva trascinati dalla forte corrente"*. Il racconto di quei 2 giorni e 22 ore fa immaginare qualcosa di incredibile che, fin dalle premesse, ha lasciato presagire le tinte forti e piene di un quadro mozzafiato: 126 imbarcazioni di 41 Nazioni; i migliori velisti al mondo, tra cui Soldini e i tanti campioni olimpici; 22 equipaggi italiani tutti di altissimo livello.

Nell'edizione più veloce di sempre, Verve ha vissuto due fasi molto critiche. La prima, nei pressi dell'isola di Stromboli, è stata caratterizzata dalla velocità dell'imbarcazione che ha raggiunto alle andature portanti il record dei 27,5 nodi risultando quasi ingovernabile. La seconda subito dopo ha visto la Verve-Camer al centro del ciclone che in quel momento imperversava a Sud della Sicilia. Dopo qualche ora di sole a Pantelleria e l'unico pasto caldo in due giorni, in cui addirittura gli uccelli, probabilmente investiti dalla perturbazione nella loro fase migratoria, hanno usato la barca come sosta, nella parte bassa del ciclone la Verve ha affrontato numerosi temporali e onde impetuose che hanno messo a dura prova la resistenza dell'imbarcazione. A Lampedusa a causa della rottura della mura del gennaker, in emergenza l'equipaggio di notte ha usato la cosiddetta "manovra di San Giorgio" per ammainare il gennaker cercando di governare la barca al meglio.

Le ultime 60 miglia sono state affrontate quasi "a vista" perché da Lampedusa a Malta il motorino di avviamento in panne non consentiva di ricaricare le batterie a bordo. L'arrivo a Malta nella baia di Marsamxett Harbour tra onde fragenti, l'ormeggio a vela all'arrivo è stata la degna conclusione di una gara a tratti imponderabile, capace di segnare profondamente chiunque ne abbia potuto respirare le fasi. Solo poche ore dopo, la Giuria, considerate le condizioni proibitive del mare all'ingresso nella baia arretrava l'arrivo di 12 miglia tra le proteste di chi aveva completato il percorso tra le grandi onde.

**Verve si è classificata prima tra le imbarcazioni italiane, settima nella classifica generale ORC. Ha ricevuto anche il premio speciale dalla Federazione Italiana Vela, quale prima barca italiana in classifica overall.**

Al di là del sorprendente risultato, che sigilla non solo il percorso e tutti i suoi intoppi, ma anche un mese di lavoro per

LA ROLEX MIDDLE SEA RACE HA REGALATO L'ULTERIORE CONSAPEVOLEZZA DI QUANTO IL MARE POSSA ESSERE AFFASCINANTE E SPAVENTOSO ALLO STESSO TEMPO, DI COME SIA IMPORTANTE LA PROFESSIONALITÀ IN GARE COME QUESTA, MA ANCHE DI QUANTO FONDAMENTALE SIA LA PASSIONE PER UNO SPORT MAI PRONOSTICABILE.

la preparazione meticolosa dell'imbarcazione prima della gara, la **Rolex Middle Sea Race** ha regalato l'ulteriore consapevolezza di quanto il mare possa essere affascinante e spaventoso allo stesso tempo, di come sia importante la professionalità in gare come questa, ma anche di quanto fondamentale sia la passione per uno sport mai pronosticabile.

Senza quell'amore, una volta scesi dalla barca dopo un'esperienza del genere, sarebbe improbabile volerci riprovare. Ma qualcosa ci dice che il prossimo anno Verve-Camer avrà da raccontare ancora un'altra straordinaria sfida tra i più veementi flutti del nostro bellissimo Mediterraneo.

#### L'EQUIPAGGIO DI VERVE-CAMER

Giuseppe Greco skipper, Enrico Zennaro Tattico, Michele Pennelli co-skipper, Manuel Polo navigatore, Luigi Ancora drizzista, Andrea Ballico tailer, Giangi La Porta Randa, Marco Fusaro Tailer, Loris Curatolo mast man, Andrea Serpi prua 1, Andrea Quartulli prua 2, Francesco Za prua 3.





WRITTEN BY  
RAFFAELLA CALSO

# LA SCUOLA CHE PREPARA AL FUTURO

CAPITANI CORAGGIOSI... MA NON SOLO! IL VESPUCCI RACCONTATO  
DALLA DIRIGENTE, PAOLA APOLLONIO

## IMPEGNO

INCONTRI E PERSONE



PAOLA APOLLONIO  
DS I.I.S.S. AMERIGO VESPUCCI GALLIPOLI

50

Non è facile far emergere talenti, professionisti, Voci in un contesto multifaccettato e poliedrico.

Eppure l'I.I.S.S. A. Vespucci di Gallipoli spicca tra le scuole del territorio e ambisce ad affermarsi anche oltre i confini locali. A svelare il segreto che permette a questo istituto superiore di distinguersi è la Dirigente Paola Apollonio:

**Oltre 600 studenti attualmente iscritti, numerosi premi per i progetti di alternanza scuola-lavoro tra cui il 1° premio nel concorso Storie di Alternanza (indetto dalla Camera di Commercio di Lecce), riconoscimenti nell'ambito del turismo accessibile e, non ultima, la partecipazione alla Barcolana. Come dire: 50 anni e non sentirli! Cosa rende il Vespucci una scuola così competitiva e attuale?**

È l'attenzione verso il mondo reale e i suoi cambiamenti a rendere il Vespucci una scuola contemporanea, al passo con i tempi e quindi in grado di accettare, senza paura, le sfide che ci lancia il nostro territorio. Proprio il territorio rappresenta per il Vespucci l'interlocutore con il quale dialogare apertamente: la stessa offerta formativa viene strutturata in funzione delle sue reali esigenze. Grazie a questo approccio riusciamo ad essere competitivi, attuali e, al tempo stesso, a "fare le cose per bene".

**Nel 1972 l'istituto fu intitolato al navigatore Amerigo Vespucci e reso un istituto tecnico nautico autonomo. Nel tempo l'offerta formativa si è ampliata, arrivando ad**

È L'ATTENZIONE VERSO  
IL MONDO REALE E I SUOI  
CAMBIAMENTI A RENDERE  
IL VESPUCCI UNA SCUOLA  
CONTEMPORANEA, AL PASSO  
CON I TEMPI E QUINDI IN GRADO  
DI ACCETTARE, SENZA PAURA, LE  
SFIDE CHE CI LANCIA  
IL NOSTRO TERRITORIO.



I.I.S.S. "Amerigo Vespucci"  
Gallipoli

[WWW.AVESPUCCI.EDU.IT](http://WWW.AVESPUCCI.EDU.IT)

**EN** *The educational offer of the "I.I.S.S. A. Vespucci" in Gallipoli is one of a kind: everything is about tourism, economy, hospitality and boating with various levels of specialization. The head-teacher Paola Apollonio tells the secrets of a modern and competitive Institute.*



**avere oggi un indirizzo economico aziendale, uno economico turistico, uno in ambito nautico dedicato a trasporti e logistica, uno alberghiero. Come si riesce a “tenere capo” a un’offerta formativa così variegata?**

L’offerta formativa in realtà è unica ma vengono curati vari aspetti: tutto ruota intorno al turismo con vari livelli di specializzazione. L’intera filiera del turismo rappresenta per il Vespucci il focus da attenzionare e intorno al quale sviluppare le diverse specializzazioni, tutte funzionali al “fare impresa”. Dalla creazione di una destinazione turistica all’internazionalizzazione, dallo studio di percorsi enogastronomici alla conoscenza dei servizi utili all’accoglienza. Inoltre, mantenendo fede alle sue origini, il Vespucci punta molto anche sul settore nautico - ambito trasversale che abbraccia il turismo ma anche altre branche professionali più tecniche - che prepara capitani, macchinisti, costruttori navali e ufficiali elettrotecnici. Non compartimenti stagni ma percorsi di specializzazione che si integrano, si completano e si arricchiscono a vicenda, rendendo unica la nostra scuola.

**Qual è l’obiettivo del Vespucci per i prossimi anni?**

Continuare a navigare a vele spiegate! Le ambizioni sono tante, lavoriamo ogni giorno per integrare sempre di più le diverse anime della scuola e rendere il Vespucci un istituto davvero leader sul territorio e un punto di riferimento per le famiglie, per le imprese locali e soprattutto per le nuove generazioni. La certificazione ISO 9001 ci permette sicuramente di poter sognare in grande ma è la qualità del corpo docente e la sinergia tra i diversi uffici interni ad alimentare le nostre prospettive.

Come dirigente cerco ogni giorno di dare il massimo affinché tutto funzioni al meglio, motivando le persone che lavorano con me e intercettando le migliori opportunità per la scuola: il Vespucci è già una grande realtà ma ha ancora molto potenziale da esprimere. L’entusiasmo e la voglia di fare non ci mancano!

“

L’EMOZIONE DI UN PERCORSO CHE HA UN SOLO INIZIO, MA MILLE ORIZZONTI DIVERSI DAVANTI. SI PARTE DA UN PUNTO, MA CON L’INTUITO, L’IMPEGNO, LA DEDIZIONE DI CHI NEL TEMPO HA FATTO LA STORIA DI QUESTA SCUOLA, OGGI ABBIAMO STRADE DIFFERENTI PER ALIMENTARE LE ATTIVITÀ E IL CUORE DEL “VESPUCCI” E PROIETTARE LE NOSTRE RAGAZZE E I NOSTRI RAGAZZI VERSO UN FUTURO MERAVIGLIOSO. 50 ANNI HANNO GIÀ SEMINATO TANTO. E POI? E POI TOCCA A NOI.

1972 - - - - - > 2022

51

GLI INDIRIZZI DI STUDIO DELL’ISS VESPUCCI

TECNICO NAUTICO

TECNICO TURISMO

TECNICO AZIENDALE

ALBERGHIERO



WRITTEN BY  
RAFFAELLA CALSO

# ANCHE UN MATERASSO PUÒ ESSERE PER SEMPRE

ACQUISTARE BENE PER VIVERE MEGLIO E RIDURRE LA PRODUZIONE DI RIFIUTI INGOMBRANTI

## COMFORT

AZIENDE E TERRITORIO

52



**CLAUDIO TERRAGNO**  
CEO NOBEL MATERASSI

AZIENDE & TERRITORIO



Per ridurre la produzione di rifiuti occorre, in primis, acquistare quando vi è effettiva necessità e concentrarsi su prodotti che aderiscano ai nostri bisogni. Soprattutto quando si tratta di un acquisto importante, come quello del proprio materasso, è fondamentale valutare bene la scelta: l'eventuale convenienza del momento o l'accontentarsi di un prodotto generico si traducono molto presto in una nuova esigenza d'acquisto, che di fatto annulla il precedente risparmio.

**Nella scelta e nell'acquisto del proprio materasso è importante puntare a un prodotto di qualità capace di garantire il "dormire bene":** in questo senso non esistono caratteristiche universalmente valide in quanto ogni materasso, come ogni persona, è unico. Lasciandosi guidare nella valutazione del modello più adatto alla propria corporatura e alle proprie eventuali problematiche fisiche e muscolari, si ha la certezza di scegliere al meglio. **Oggi è possibile fabbricare materassi su misura personalizzati in ogni dettaglio**, scegliendo non solo le misure ma anche un'altezza dell'imbottitura consona alla propria struttura corporea nonché i materiali. Proprio a questo proposito si apre uno scenario ricco di alternative che consente di personalizzare il proprio materasso affinché duri praticamente in eterno e, più o meno direttamente, aiuti l'ambiente.

DAL 1965

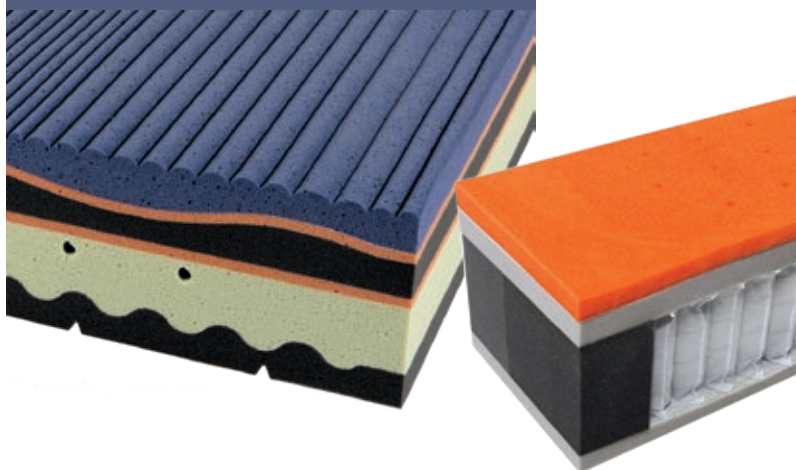
SOGNIAMO PER VOI, SOGNIAMO CON VOI

I più noti sistemi interni si orientano, ormai da anni, verso l'utilizzo di **molle indipendenti e memory foam** come strutture versatili e quindi adatte a una molteplicità di problemi dell'apparato muscolo scheletrico. Tessuti, fibre e imbottiture possono essere scelti in base al proprio gusto personale ma, soprattutto, offrono la possibilità di optare per qualcosa di naturale o ecofriendly: oltre ad aiutare l'ambiente, le **imbottiture e tessuti naturali** dei materassi consentono al corpo una maggiore traspirazione, riducendo così sensazioni di disagio e la sudorazione durante il riposo.

**La tecnologia applicata alla produzione di questi materiali ha raggiunto alti livelli di qualità ed efficienza:** un materasso che risponda perfettamente ai propri bisogni rappresenta una garanzia senza tempo, un investimento capace di cambiare in meglio la qualità del sonno e, di conseguenza, la qualità della vita.



I PIÙ NOTI SISTEMI INTERNI SI ORIENTANO, ORMAI DA ANNI, VERSO L'UTILIZZO DI MOLLE INDIPENDENTI O MEMORY FOAM COME MATERIALI VERSATILI E ADATTI A UNA MOLTEPLICITÀ DI PROBLEMI DELL'APPARATO MUSCOLO SCHELETRICO.



53

**EN** *A mattress that perfectly meets your needs represents a timeless guarantee, an investment capable to improve the quality of sleep and, consequently, the quality of life.*



**NOBEL MATERASSI**

Via Achille Palma, 2, 73044 Galatone (LE)

Tel. +39 0833 865369

info@nobelmaterassi.it

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



WRITTEN BY  
VALENTINA CHITTANO

# RACHELE ANDRIOLI

RACHELE ANDRIOLI E IL SUO "CORO A CORO": COME LA MUSICA RIESCE A  
UNIRE IL CONCETTO DI GENERE ALLA MULTICULTURALITÀ.

# INSIEME

#TUTTOLANNODONNA

I “SE” E I “MA” SONO ARRIVATI  
DOPO E CONTINUANO AD  
ARRIVARE, SONO LÌ PER  
MOSTRARMİ LA STRADA E PER  
FARMİ ESSERE ANCORA PIÙ  
DETERMINATA A PRATICARE IL  
MIO MESTIERE.

#TUTTOLANNODONNA

Cantante, cantautrice, percussionista pugliese impegnata in progetti artistici internazionali di World Music, Rachele Andrioli ha il fascino di chi sa trascinare l'ascoltatore nelle proprie sperimentazioni, accogliendolo con l'abbraccio della terra più calda, della tradizione, del popolo che nella musica trova il modo più bello e diretto per esprimersi. Nella sua voce ci sono viaggi, collaborazioni e incontri da ogni parte del mondo.

## Quando nasce la tua passione per la musica?

È nata quando ero molto, molto piccola. Non ricordo quando, ma so per certo che rispondeva a chi mi chiedeva “cosa vuoi fare da grande?” con “la cantante”, senza se e senza ma.

I “se” e i “ma” sono arrivati dopo e continuano ad arrivare, sono lì per mostrarmi la strada e per farmi essere ancora più determinata a praticare il mio mestiere.

## Come ti definiresti artisticamente parlando?

È una domanda difficile, perché definirsi ha in sé la prerogativa del limite.

Però su due piedi direi una cantante, interprete e autrice di musica world, che adora la tecnica vocale all'interno delle musiche popolari, i canti polivocali. Che ama i tamburi a cornice.

## Cosa ha ispirato “Leuca”, il tuo ultimo album?

Quest'album, in cantiere da molto tempo, vedrà la luce in primavera. Prende il nome dal mio luogo d'origine, appunto, il Capo di Leuca. Come fosse un punto d'osservazione.

Leuca è la finibus terrae, luogo in cui le culture si incontrano, la genealogia si evolve, la terra lascia spazio al mare, dove i pellegrini credevano che il mondo finisse.

Leuca, come tutte le “finisterre” diviene luogo sacro, in cui si costruiscono santuari, dove ci si ritira per osservare il mare e guardarsi dentro, dove il faro guida i migranti nella notte.

Ma è anche luogo inevitabilmente esposto alle tempeste e di conseguenza ai cambiamenti improvvisi.

**EN** Rachele Andrioli, Apulian singer and percussionist involved in many international artistic projects, introduces us to “Coro a Coro”. A polyphonic choir, composed by female voices of all ages. She performs with incredible energy, giving life to a constantly evolving singing workshop that aims to encourage multiculturalism.



## LE VOCI DI QUESTE DONNE SONO LE VOCI DI TUTTE LE DONNE.

**Il singolo che ne ha anticipato l'uscita, "Te spettu", è un tributo alla musica popolare ed è ricco di suggestioni. Sembra di cogliere la voce di una Penelope salentina. Ma ancora di più si sente una corale femminile...**

"Te spettu" è una frase dialettale che mi ha sempre affascinato. Come sappiamo, in italiano "attendere" e "aspettare" hanno due contenuti molto differenti, ma in dialetto si esprimono in una sola parola. È così che restare fermi e percepire che qualcosa si stia avvicinando, aspettare che qualcosa possa arrivare o ritornare da te, e nello stesso tempo tendere verso, muoversi nella direzione giusta diventano una sola cosa.

Il brano è sostenuto dal violoncello di Redi Hasa, e nel finale le voci del "Coro a Coro" sottolineano ancora una volta la dualità di questo Salento.

56



### **Ci parli del progetto Coro a Coro?**

Il "Coro a Coro" è un sogno che avevo fin da quando avevo una ventina d'anni. Un coro per tutte!

Nasce nel 2019 in una stanza di casa mia.

Ho deciso di utilizzare Facebook e scrivere: "Ciao Donne, amate cantare? Vorreste far parte di un coro polifonico e affrontare brani dal mondo? Se sì, scrivetemi in privato!"

Da quel momento molte donne hanno accolto il segnale e abbiamo iniziato ad incontrarci e lavorare insieme.

In seguito ho iniziato a strutturarli, cercando un luogo ampio per accogliere più persone e costruendo un metodo più veloce ed efficace di apprendimento.

Grazie all'aiuto di molte "corette" ora è una reale priorità all'interno del nostro quotidiano, e diviene anche una formazione interamente femminile che si esibisce in pubblico con una forza ed energia indescrivibili. Si tratta di un laboratorio di canto polifonico femminile in continua evoluzione.

Vuole favorire la multiculturalità, per questo affronta brani popolari dal mondo.

La sede centrale è Lecce, ma spesso viene esportata in giro per l'Italia con appuntamenti mensili o workshop intensivi, dove moltissime donne trovano una nuova famiglia e si esprimono attraverso il canto.

Il Coro a Coro è aperto a donne di ogni età e provenienza, a donne che amano cantare.

Donne che già cantano o che non hanno mai cantato, donne che vogliono scoprire il fascino della polifonia.

Il coro a coro vuole creare una capacità, divenire ponte, vuole lenire, fare bene, accogliere.

Quando si sta insieme, si lavora e si canta ad un certo punto emerge una meravigliosa percezione: questo cantare insieme è una necessità.

**Le voci di queste Donne sono le voci di tutte le Donne.**





# SARA MELOTTI

ARTE E FOTOGRAFIA

COS'È LA BELLEZZA?  
LASCIARE TUTTO PER PORSI E PORRE UNA  
DOMANDA DIFFICILE. DONNE DA OGNI PARTE  
DEL MONDO HANNO RISPOSTO CON IL PROPRIO  
IO ALLA FOTOGRAFA SARA MELOTTI, CHE HA  
FERMATO NEL SUO PROGETTO  
"QUEST FOR BEAUTY" SGUARDI, VOLTI E MOMENTI.



ARTE & FOTOGRAFIA





Per anni si è dedicata alla fotografia di moda, lavorando per noti brand e designer a New York, Los Angeles, Las Vegas e Londra. Poi è arrivata quella sensazione che è capace di mettere tutto in discussione ed è cambiata ogni cosa. Così Sara Melotti nel 2015 ha lasciato l'industria della moda e ha creato un suo progetto personale, "Quest for Beauty" che l'ha fatta viaggiare da un angolo all'altro del globo in solitaria in cerca del vero significato della bellezza. Il suo lavoro, fino a quel momento, aveva contribuito a idealizzare standard di bellezza irreali. Fermandosi invece per strada, ha lasciato che le donne facessero vedere la propria bellezza nella loro quotidianità. Ciò che ne è venuto fuori è un insieme di ritratti unici per la loro disarmante autenticità.

**EN** Sara Melotti has worked for years as a fashion photographer. Then she began to feel torn when she realized that her work helped create beauty standards far from reality.

So in 2015 she left the fashion world and created the project named "Quest for Beauty", photographing and interviewing the women she met on the street around the world.



## BIO

Sara Melotti, nata e cresciuta in Italia, ma trasferitasi a Los Angeles a 20 anni, ha oggi spostato il focus del suo lavoro dal mondo della moda a quello del travel, su storie di viaggio e su tematiche sociali e umanitarie, documentando anche la violenza di genere in India, i campi rifugiati in Iraq, la tossicodipendenza a Zanzibar e ha lavorato accanto a numerose organizzazioni non governative.

Oggi la sua base è in Italia, ma continua a viaggiare e raccontare storie.

Con gli anni ha sviluppato un seguito appassionato sui social e ha scritto diversi articoli di denuncia che rivelano il lato oscuro di Instagram e le fronde di chi falsifica la propria popolarità, guadagnandosi le headlines di alcune testate importanti come il New York Time, Daily Mail, Huffington Post, Vanity Fair.



“CREDO  
NELLA BELLEZZA,  
QUELLA VERA.  
QUELLA CHE SI CELA  
OLTRE LE APPARENZE,  
QUELLA CHE ABBIAMO  
DENTRO  
E TUTT'INTORNO.  
VIVIAMO IN  
UNA SOCIETÀ FATTA  
DI STANDARD DI  
BELLEZZA SEMPRE PIÙ  
IRREALI  
E IRRAGGIUNGIBILI,  
STANDARD KILLER  
D'AUTOSTIMA  
CHE FANNO SOFFRIRE  
MIGLIAIA DI DONNE  
DELLA SINDROME  
DEL “MAI ABBASTANZA”.  
MA LA BELLEZZA  
HA UN MILIONE  
DI SFUMATURE  
E OGNI DONNA MERITA  
DI SENTIRSI A SUO AGIO  
NELLA PROPRIA PELLE”.

[WWW.SARAMELOTTI.COM](http://WWW.SARAMELOTTI.COM)  
[WWW.QUESTFORBEAUTY.CO](http://WWW.QUESTFORBEAUTY.CO)





## LA FELICITÀ È UNA SCELTA

2021, PIEMME

Perché a volte ci sembra di vivere la vita di qualcun altro? Quanto siamo disposti a rischiare davvero per inseguire i nostri sogni?

Il progetto "Quest for Beauty" è uno scorcio del libro "La felicità è una scelta", in cui Sara Melotti fa un reportage avventuroso sui cambiamenti che avvengono nel corso della vita. È un ritratto generazionale potente, un manifesto per sognatori e cinici, una riflessione sul senso della vita oggi. È una guida su come difendersi dalle trappole dell'effimero.





WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# PROGETTARE INSIEME LA TRASFORMAZIONE DIGITALE

CON INNEVA NEL CUORE DELL'INDUSTRIA 4.0 MA GIÀ PROIETTATI  
VERSO IL FUTURO DELL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA

## INNOVARE

AZIENDE E TERRITORIO



**VALERIA LIA**  
SOCIA FONDATRICE



Dietro un'impresa di successo ci sono sempre i sogni, la passione e i sacrifici di un gruppo di persone accomunate dalla fiducia in un'idea. Oltre a questo, dietro Inneva c'è molto altro: c'è l'intraprendenza di tre fratelli esperti di marketing e di servizi digitali al B2B; c'è la voglia di **anticipare il futuro prevedendo l'evoluzione del mercato**; c'è il desiderio di ampliare il proprio raggio di azione per proporsi come interlocutori sempre più credibili e competenti. Ed è per questo che **Inneva**, nonostante si possa definire una giovane start up innovativa, **promette di affermare sempre di più la sua Voce nel panorama dell'Industria 4.0.**

**IDEE, PROGETTI E SOLUZIONI.  
UN INTERLOCUTORE UNICO  
PER L'INNOVAZIONE NELLE PMI.**

Il team di Inneva è composto dal nucleo storico della start up a cui si sommano le competenze specifiche di diversi consulenti permanenti: in questo modo l'offerta di prodotti e servizi si amplia e si arricchisce, consentendo a Inneva di proporsi alle aziende del territorio come interlocutore unico per tutto ciò che riguarda le **attività appartenenti all'Industria 4.0**. Il supporto alle aziende parte dalla consulenza iniziale per l'individuazione dei bisogni, attraversa la pianificazione strategica, passa per l'individuazione dei canali digitali utili al raggiungimento degli obiettivi e prosegue con la realizzazione di siti web, portali, piattaforme eCommerce e ogni altro strumento funzionale al business di riferimento. **L'affiancamento del gruppo di lavoro Inneva permette di aumentare la competitività sul mercato, trovare il giusto target di clienti, cogliere e sviluppare al meglio nuove opportunità di crescita.**

**EN** *Inneva supports companies on ideas, projects and solutions, from initial consultation to identify needs, up to strategic planning, identification of useful digital channels and the creation of websites, platforms and digital portals.*

L'IMPORTANZA DI INTERCETTARE E SFRUTTARE LE GIUSTE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS:  
LA CONSULENZA PROGETTUALE E REALIZZATIVA SUI BANDI PER LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELLE IMPRESE

Uno dei servizi trainanti all'interno di Inneva è rappresentato dall'affiancamento offerto alle aziende nella partecipazione a bandi orientati soprattutto a ciò che è Industria 4.0. **Il supporto è concreto e reale** e comprende una prima fase di consulenza a cui segue l'ideazione e la stesura del progetto, la presentazione dello stesso e la gestione successiva della rendicontazione, nonché lo sviluppo di una strategia a attività di web marketing/comunicazione e soluzioni applicative ove fosse richiesto. Sempre più le aziende si dimostrano interessate alle opportunità di business offerte da bandi e apprezzano l'affiancamento di un team con competenze specifiche. Oltre al **know how acquisito e valorizzato negli anni**, Inneva può contare su un network nazionale di Industria 4.0 nell'ambito del Digital Innovation Hub Confapi del quale ricopre il ruolo di responsabile tecnico, risorsa preziosa sui temi che riguardano la trasformazione digitale delle imprese. L'attenzione ai bandi per il finanziamento di progetti e ai programmi per agevolare lo sviluppo dell'imprenditoria e dell'innovazione è sempre alta, **così da non perdere alcuna opportunità per le PMI interessate a sviluppare strategie, strumenti e contenuti, anche oltre l'Industria 4.0**. Inneva infatti può contare sui propri innovation manager specializzati in

AI, Big Data, IoT e Cyber Security per ideare e realizzare progetti dal respiro ancora più ampio e futuristico.

Inneva vanta anche la presenza nel Centro di Competenza ad alta specializzazione su tematiche Industria 4.0 con l'Università di Napoli e di Bari, selezionato dal Ministero dello Sviluppo Economico.

Oltre che nel DIH I.4.0 Inneva può contare sulla partecipazione al consorzio Meditech4 (Mediterranean Competence Centre 4) rete di fondamentale importanza per lo sviluppo e la diffusione di pratiche innovative.

IL TEAM DI INNEVA È  
COMPOSTO DAL NUCLEO  
STORICO DELLA START  
UP A CUI SI SOMMANO LE  
COMPETENZE SPECIFICHE  
DI DIVERSI CONSULENTI  
PERMANENTI

63



Via B. Papadia, 11  
73100 Lecce  
info@inneva.it

WWW.INNEVA.IT





WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# PACKAGING ECO-FRIENDLY E PERSONALIZZABILE

QUANDO LA PROMOZIONE DEL BRAND VA OLTRE IL PRODOTTO

## PERSONALIZZAZIONE

AZIENDE E TERRITORIO



IL TEAM GIMAPACKAGING

GRAZIE ALLA  
PERSONALIZZAZIONE  
DEI PACKAGING  
LE AZIENDE SONO  
DESTINATE A  
RIMANERE “VIVE”  
BEN OLTRE IL  
PROCESSO DI  
VENDITA

Negli ultimi anni sono cambiate molte delle abitudini degli italiani, a partire da quelle che riguardano i consumi.

I packaging hanno assunto quasi la stessa importanza del prodotto contenuto e questo le aziende lo hanno compreso, avviando nuovi percorsi di sviluppo e nuove strategie di marketing.

Gregory Papadia, business developer per GimaPackaging, spiega così i cambiamenti che si stanno verificando nel settore del packaging: *“Attualmente tutto ruota attorno a due elementi: il materiale e la personalizzazione. Per quanto riguarda il materiale già da diversi anni diamo priorità a materiali sostenibili, biodegradabili e compostabili; rispetto alla personalizzazione, stiamo assistendo a una vera esplosione di richieste. La possibilità di diffondere il proprio brand attraverso il packaging - continua Papadia - viene interpretata come una grande opportunità per farsi conoscere e per rafforzare il rapporto di fiducia con i propri clienti. Per rispondere a questa esigenza sempre più importante, ci siamo dotati di nuovi macchinari all'avanguardia, capaci di personalizzare qualunque materiale con qualunque lavorazione. Ciò che ci permette di essere così competitivi è la continua ricerca di nuovi prodotti e lo studio costante del mercato a cui si aggiunge una forza vendita qualificata e competente in materia”.*

Con l'attenzione crescente alla riduzione dei rifiuti, nessun imballaggio andrà sprecato, anzi: proprio grazie alla personalizzazione dei packaging le aziende sono destinate a rimanere “vive” ben oltre il processo di vendita.

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

**EN** Sustainable materials and customization. As claimed by Gregory Papadia, business developer for GimaPackaging, the possibility of spreading one's brand through packaging is interpreted by companies as a great opportunity to make themselves known and to consolidate the relationship with their customers.

**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  
DANIELA NATALE

# GREEN INFLUENCER MADE IN ITALY

BLOGGER, AMBIENTALISTI, DESIGNER E NON SOLO:  
L'ISPIRAZIONE GREEN VIENE (ANCHE) DAL WEB

# WEB

SOCIAL E SOSTENIBILITÀ

Anche dai social network, e dal web in generale, possono essere tratti spunti e ispirazioni per uno stile di vita più sostenibile. Sono tante le voci che, ogni giorno, si raccontano suggerendo e promuovendo approcci più green alla quotidianità: ecco un breve elenco di profili social e canali da seguire:



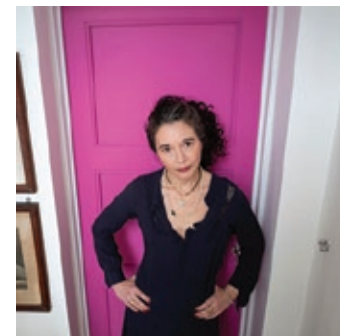
CAMILLA MENDINI  /carotilla\_

Una laurea in Design della comunicazione, una vita vista Oceano e la convinzione che una vita davvero sostenibile consista nell'acquistare solo il necessario. Autrice di "(Im)perfetto sostenibile" (Fabbri Editori, 2021), su Instagram e YouTube risponde al nome di Carotilla e fornisce consigli e dritte per un vivere sostenibile a livello ambientale ma anche umano.

## VIVERE IN MODO SOSTENIBILE SI PUÒ

ORSOLA DE CASTRO  /orsoladecastro

"Un'immondezzaia deluxe" è la definizione che più la fa sorridere e in cui più si riconosce. Ma è più calzante riconoscerla come la regina dell'upcycling, il processo che dona nuova vita ai capi d'abbigliamento da buttare. Pioniera a livello internazionale nella moda sostenibile, dopo una serie di esperienze importanti nel settore dell'arte e della moda fonda l'etichetta From Somewhere (la prima ad affrontare il problema dello spreco e del riciclo nell'industria fashion). Protagonista assoluta in numerosi e variegati progetti nel settore moda, nel 2013 ha lanciato Fashion Revolution, diventato negli anni il movimento di attivismo nella moda più grande al mondo.



GIULIA TIBALDI E GIORDANO GAROSIO  /giuliegiordi

Coppia di fotografi, il loro profilo Instagram @giuliegiordi racconta la vita della loro famiglia attraverso immagini quotidiane ma con un fascino tutto particolare. La loro è una vita a basso impatto ambientale che si realizza dentro e fuori le mura di casa, anche durante le loro avventure in giro per il mondo. Nel loro modo di comunicare la natura e la vita si fondono ispirazione, tecnica fotografica e bellezza.



CARLOTTA PEREGO  /cucinabotanica

L'interesse per la cucina vegana nasce per caso e diventa subito la passione da coltivare. Messo da parte il proprio lavoro segue una formazione specifica, a seguito della quale apre un blog di ricette e i canali social: la sua è una cucina rispettosa, inclusiva e incoraggiante che viene messa nero sul bianco nel 2020 tra le pagine del suo libro "Cucina Botanica". Oggi è una delle insegnanti di cucina vegana più seguite in Italia.



FRANCESCA GILBERTI MARANGONI

Il ricco bagaglio formativo e lavorativo in materia di controllo qualità e sicurezza alimentare in industrie alimentari, nella GDO, nell'HORECA, ne fa un'autorevole esperta di alimentazione e ambiente: in qualità di divulgatrice scientifica promuove azioni sostenibili soprattutto su LinkedIn, attraverso il proprio profilo e il gruppo #sosteniilpianeta, del quale è co-amministratrice.



GIANLUCA SANTILLI



Avvocato pluripremiato per la sua attività nell'ambito dell'economia sostenibile. Si deve a lui l'ideazione dell'Osservatorio Bikeconomy, un contenitore di conoscenze e capacità progettuali e divulgative a tema bikeconomy, mobilità sostenibile e rigenerazione urbana.



SABRINA LORENZONI



Content writer e green blogger "curiosa di natura", racconta l'ambiente e la natura attraverso le sue letture, i suoi viaggi, gli eventi a cui prende parte e lo fa affondando le mani nell'attualità. I suoi contributi pubblicati su LinkedIn offrono una fotografia snella, comprensibile e concreta di ciò che accade ma anche un aggiornamento costante su ciò che si muove intorno a noi e consigli concreti per una vita sostenibile.

**EN** Even from social networks and from the web in general, you can get ideas and inspirations for a more sustainable lifestyle. Here is a few names of social profiles to follow.





WRITTEN BY  
ILARIA ANTONICA

# PER FARE LA RIFORMA SERVE L'ABITO GIUSTO

L'INDUSTRIA TESSILE È CONSIDERATA TRA LE PIÙ INQUINANTI AL MONDO E LA VITA DEI NOSTRI CAPI PRIMA CHE QUESTI DIVENTINO RIFIUTI È SEMPRE PIÙ BREVE. ATELIER RIFORMA DI TORINO RISPONDE CON UPCYCLING E INNOVAZIONE.

# UPCYCLING

AZIENDE E TERRITORIO

68

**EN** *The textile industry is considered one of the most polluting in the world and the life of our clothes is getting shorter and shorter, when it ends they become waste. Atelier Riforma is a young female start up that fights all this with upcycling and innovation.*

Qual è l'impatto del settore moda sull'ambiente e sulla società? La risposta a questa domanda è il punto di partenza di Atelier Riforma, una start-up coraggiosa e virtuosa le cui protagoniste sono **Elena Ferrero e Sara Secondo** (28 e 30 anni). Le ho conosciute nel 2018 a Torino, all'interno di "Talenti per l'impresa", un percorso di alta formazione promosso dalla Fondazione CRT, che seleziona giovani laureati e ricercatori per introdurli ai temi dell'innovazione, dell'imprenditoria giovanile e dello start-up management, fornendo gli strumenti necessari all'avvio di imprese considerate meritevoli. Qui nasce il progetto di Elena e Sara e qui viene premiato al primo posto come start-up innovativa a vocazione sociale.

Già, perché il comparto moda oggi rappresenta un problema ambientale e dunque sociale di proporzioni enormi, il che è dovuto principalmente al suo modello lineare, che per produrre nuovi capi richiede ingenti quantità di risorse non rinnovabili, energia e acqua.

Inoltre, negli ultimi 15 anni la produzione mondiale di vestiti è raddoppiata in seguito al rafforzarsi del fenomeno fast fashion, che vede drasticamente accorciata la vita dei nostri indumenti prima che questi si trasformino in





ELENA FERRERO



SARA SECONDO

**ATELIER RIFORMA METTE IN ATTO UN'INVERSIONE DI TENDENZA: RACCOGLIE ABITI USATI DA PRIVATI E ASSOCIAZIONI, LI FA RINASCERE ATTRAVERSO IL LAVORO DI UNA RETE DI SARTI E SARTORIE PER TRASFORMARLI E RIMETTERLI IN COMMERCIO.**

rifiuti, senza essere riciclati o reimpiegati in alcun modo.

Atelier Riforma propone e mette in atto un'inversione di tendenza: raccoglie abiti usati da privati e associazioni, li fa rinascere attraverso il lavoro di una rete di sarti e sartorie per trasformarli e rimetterli in commercio, allungandone di fatto la vita. L'impresa è giovane, ma già molto sviluppata rispetto all'idea iniziale e le fondatrici hanno grinta da vendere; mi raccontano di aver preso un magazzino, "anzi un garage!" specificano ridendo, e ironizziamo sul fatto che ogni startup che si rispetti debba partire quantomeno da un garage. Chiedo loro:

#### **Come arrivano i capi ad Atelier Riforma e che processo seguono?**

Ce li inviano associazioni no-profit, ma anche privati che vogliono liberarsene e che credono nel nostro progetto, i quali in cambio ricevono un buono simbolico da spendere sul nostro e-commerce. I capi vengono mandati a una rete di singoli sarti e sarte (spesso professionisti in altri settori), ma anche verso sartorie sociali presenti in tutta Italia. Sono loro che trasformano i vestiti in nuove creazioni che ritornano qui per essere messe in vendita sul nostro sito, in un bellissimo percorso circolare che faceva parte del nostro sogno sin dall'inizio.

#### **Qual è l'ostacolo più grande in quello che fate?**

Inserirsi con un modello circolare e sostenibile in un settore rigido al cambiamento e che spesso purtroppo riceve le attenzioni di associazioni a delinquere e malfattori che si arricchiscono con business illeciti a spese dell'ambiente in primis e dunque della comunità.

#### **Quali saranno gli sviluppi futuri della vostra start-up?**

Stiamo lavorando a una tecnologia che permetta di applicare il modello circolare a una più ampia scala: la prima tecnologia di Intelligenza Artificiale per la catalogazione e smistamento dei rifiuti tessili, di cui abbiamo già depositato un brevetto. Obiettivo di questo macchinario è indirizzare quanti più capi usati possibile verso applicazioni circolari, come il riuso, il riciclo e l'upcycling. Entro il 2025, infatti, in tutta l'UE sarà obbligatoria la raccolta differenziata dei rifiuti tessili e questa tecnologia potrebbe rendere l'Italia pioniera nell'imminente cambiamento di normativa nel settore.

#### **La vostra impresa, quello che fate quotidianamente, ha una voce chiara e decisa. Cosa dice?**

Bisogna cambiare direzione, bisogna sostenere il cambiamento, renderlo reale giorno per giorno con piccole scelte quotidiane. È necessario ora più che mai ridare forma appunto al nostro futuro!



# POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO E SOSTEGNO ALL'OCCUPAZIONE

IL PNRR HA APERTO NUOVI SCENARI DI AZIONE PER LE AZIENDE E PER I LAVORATORI:  
L'AVV. CARLO CONGEDO EVIDENZIA LE PRINCIPALI NOVITÀ PREVISTE  
NEL PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA

## RIQUALIFICAZIONE AZIENDE E TERRITORIO



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



**CARLO CONGEDO**  
STUDIO LEGALE

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

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

**EN** *The National Recovery and Resilience Plan has created new scenarios for companies and workers: the ultimate goal of this plan is to introduce a wide ranging reform of labor and training policies.*

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza si presenta per l'Italia come un'occasione da non perdere. La prima componente della "Missione 5 - Inclusione e Coesione" del PNRR è dedicata alle **politiche per il lavoro** e mira alla trasformazione del mercato del lavoro grazie all'introduzione di strumenti che facilitino le transizioni occupazionali, migliorando l'occupabilità dei lavoratori e aumentando la qualità/quantità dei programmi di formazione dei disoccupati e dei giovani.

All'interno dell'ambito dedicato alle politiche attive del lavoro e sostegno all'occupazione vengono descritte le linee di intervento, che prevedono l'istituzione del GOL - piano Garanzia di Occupabilità dei Lavoratori (programma nazionale di presa in carico finalizzata all'inserimento occupazionale), il Sistema duale scuola - lavoro (per i giovani tra i 15 e i 25 anni) e il Fondo Nuove competenze, a sostegno della ripresa economica delle imprese. Quest'ultimo - già previsto dal Decreto Rilancio e istituito a favore dei lavoratori occupati - **viene ad essere rafforzato, per consentire alle aziende di rimodulare l'orario di lavoro, con l'obiettivo di favorire la formazione e l'aggiornamento del personale.** Il Fondo è stato istituito per finanziare i contratti collettivi di lavoro, sottoscritti a livello aziendale o territoriale, realizzati a seguito di specifiche intese di rimodulazione dell'orario di lavoro, con la destinazione di parte dell'orario di lavoro a percorsi formativi (tra cui percorsi di aggiornamento, percorsi di riqualificazione professionale): sono a carico del Fondo gli oneri relativi alle ore di formazione, comprensivi dei relativi contributi previdenziali e assistenziali. Questa modalità di intervento si rivela molto interessante soprattutto nell'ottica di **ridurre il ricorso delle imprese agli ammortizzatori sociali**, evidente infatti il grande vantaggio per le imprese che allorquando non possano o non vogliano procedere a riduzioni di orario di lavoro, e quindi ai conseguenti ammortizzatori sociali, nonostante costrette in tal senso dalla necessità di fronteggiare la crisi economica post pandemica, in questa maniera possono offrire ai lavoratori potenzialmente interessati ore di formazione con costi a carico del fondo.

In questo panorama, le istituzioni territoriali, in particolare le **Regioni**, sono chiamate a **definire i livelli essenziali di attività formative per le categorie più vulnerabili.** La condivisione e pianificazione delle azioni a livello regionale si rivela in questa fase quanto mai funzionale al successo dei programmi. In quest'ottica da qualche mese la Regione Puglia ha avviato i lavori dell'Agenda per il Lavoro 2021 - 2027, attivando un percorso partecipato costituito da talk itineranti e territoriali nei quali sono state coinvolte le massime rappresentanze istituzionali per discutere delle imminenti novità riguardanti le politiche per il lavoro.



**QUICKLY**  
YOU THINK WE DO

EDILIZIA E RISTRUTTURAZIONI

FORNITURE CANTIERI

GENERAL CONTRACTOR

[www.quickly-eco.it](http://www.quickly-eco.it)

[info@quickly-eco.it](mailto:info@quickly-eco.it)





WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# LA STOFFA DELL'IMPRENDITORE

DAI BANCHI DI SCUOLA AL PALAZZO DELL'UNESCO: LA VOCE DI MIRKO CAZZATO,  
UNICO ITALIANO FINALISTA AL GLOBAL STUDENT PRIZE 2021

## MABASTA

INCONTRI E PERSONE



**MIRKO CAZZATO**  
STUDENTE / IMPRENDITORE

MIRKO CAZZATO INIZIA A  
PERCORRERE LA SUA STRADA  
DA IMPRENDITORE A SOLI  
14 ANNI, DANDO VITA ALLA  
STARTUP SOCIALE MABASTA

**EN** *Mirko Cazzato is team leader of the start-up MABASTA, the only Italian finalist in the Global Student Prize 2021 and he is also a promising social entrepreneur enrolled in the WeDo Academy.*

La sua è una voce forte e chiara, che dei 20 anni ha tutto l'entusiasmo. Che si pensi a lui come Team Leader, come unico italiano finalista al Global Student Prize 2021 o come promettente imprenditore sociale, poco importa: lui è, semplicemente, Mirko.

Ribelle per natura, intraprendente per vocazione, sembra vivere l'improvvisa (e inaspettata) notorietà con naturalezza, focalizzato soprattutto sull'opportunità che essa rappresenti per la sua startup, nata sui banchi di scuola e adesso sotto i riflettori del mondo.

**Mirko Cazzato** inizia a percorrere la sua strada da imprenditore a soli 14 anni, dando vita (assieme ad altri compagni e compagne di classe) alla **startup sociale MABASTA** - Movimento Anti Bullismo Animato da Studenti Adolescenti. Il suo impegno costante ha portato il Movimento a crescere nel giro di pochi anni, sia come numero e tipo di attività svolte che in termini di diffusione sul territorio italiano. Oggi MABASTA è un modello adottato da oltre 600 classi in tutta Italia e, proprio il successo della startup, ha permesso a Mirko di partecipare al **"Nobel" degli studenti**, superando una dura selezione e classificandosi come **unico italiano tra i 10 finalisti al Global Student Prize**.

Essersi fatto spazio tra oltre 3.500 ragazzi provenienti da 94 Paesi non ha minato la sua spontaneità né lo ha distratto dai suoi obiettivi. All'indomani della cerimonia di premiazione virtuale del Global Student Prize, tenutasi il 10 novembre al Palazzo dell'Unesco a Parigi, Mirko racconta con entusiasmo l'esperienza appena conclusasi: *"Sono stati giorni elettrizzanti per me ma, soprattutto, sono stati giorni molto importanti per MABASTA. Conquistare la finale in una competizione internazionale - in cui viene premiata non la "bravura" ma la capacità di avere un impatto positivo sulla comunità - mi ha reso orgoglioso ed è stata occasione per misurarmi con altri coetanei provenienti da tutto il mondo. Ho cercato di dare massima visibilità alla nostra startup per diffondere le sue finalità, il suo valore e per attirare l'attenzione di potenziali sostenitori"* racconta Mirko.

Una visibilità inedita che si somma all'attenzione già avuta in questi anni in Italia: *"Il Movimento non è nato come semplice intenzione. Da subito lo abbiamo identificato come una startup innovativa, un'iniziativa dal basso contro tutte le forme di prepotenza fisica e verbale strutturata dal primo momento come strumento concreto di supporto alle vittime e alle loro famiglie. MABASTA non è mai stato*

*visto come il passatempo di un gruppo di compagni di classe dell'Istituto tecnico economico Galilei-Costa-Scarambone di Lecce. MABASTA è stato compreso e apprezzato perché legato alla quotidianità, alla realtà di tanti adolescenti. Abbiamo avuto l'onore di raccontare il nostro progetto al Presidente Mattarella, a Papa Francesco e a tante personalità italiane che hanno fatto da cassa di risonanza. Ora si apre per noi una nuova strada che potrebbe portarci a fare un salto in termini di sviluppo, formazione e operatività".*

**SITRATTA DI UN PROGETTO SCALABILE  
QUINDI REPLICABILE ALL'INFINITO IN  
OGNI SCUOLA, IN OGNI CONTESTO IN  
CUI SI RENDA NECESSARIO FAR SENTIRE  
IL PROPRIO URLO CONTRO IL BULLISMO**

#### **Ma perché credere in MABASTA come strumento di cambiamento?**

Mirko Cazzato non ha dubbi nel sottolineare alcuni degli aspetti positivi della startup: *"Si tratta di un progetto scalabile quindi replicabile all'infinito in ogni scuola, in ogni contesto in cui si renda necessario far sentire il proprio urlo contro il bullismo. Il nostro, inoltre, è un Movimento di adolescenti per gli adolescenti: non a caso, all'interno del gruppo, è importante informare e formare i più giovani. Sono loro, coordinati da me e da altre figure di supporto, ad andare nelle scuole e parlare ai propri pari. Questo ci rende credibili e ci avvicina alle persone, alle vittime ma anche ai carnefici. L'incontro e il dialogo sono imprescindibili per una società realmente intenzionata a cambiare. In più, se il sostegno economico ricevuto dall'esterno diventasse importante, si potrebbero aprire nuovi percorsi formativi e professionali per tutti noi giovani coinvolti del progetto".*

**MABASTA**, dunque, deve molto del suo successo al metodo applicato alle sue attività, che vede in prima linea gli adolescenti in qualità di promotori. **Quale sarà il ruolo di Mirko quando, per ragioni anagrafiche, non potrà più farsi diretto portavoce del progetto?** *"Già da ora ho "passato il testimone" a ragazzi e ragazze più giovani di me che dimostrano sensibilità e interesse verso il tema. Vedo in loro tanta voglia di fare e di essere utili per il prossimo. Questo mi riempie di fiducia e mi incoraggia a proseguire per la mia strada che mi vede impegnato in un percorso formativo sperimentale all'interno della WeDo Academy, il primo corso dedicato all'imprenditoria giovanile. Questa academy permette a giovani e giovanissimi dai 10 ai 19 anni di approcciare, sperimentare e acquisire la mentalità imprenditoriale e una serie di soft skills. Il mio augurio per il futuro è di diventare imprenditore sociale e poter così portare avanti MABASTA e dare vita ad altri progetti utili al benessere collettivo".*

## **Cos'è MABASTA - Movimento Anti Bullismo Animato da Studenti Adolescenti e come sostenere le attività di prevenzione e contrasto al bullismo, cyberbullismo, bodyshaming e sexting**

Quello che oggi è un movimento conosciuto in tutta Italia, è nato dall'idea di un gruppo di ragazzi e ragazze del primo anno dell'Istituto Galilei - Costa - Scarambone di Lecce. Era il 2016 quando, a seguito dell'ennesimo fatto di cronaca avente come protagonista una giovane vittima di bullismo, il gruppo ha deciso di far sentire la propria voce contro il fenomeno dando forma a un movimento di giovani e giovanissimi: prende il via il progetto MABASTA - Movimento Anti Bullismo Animato da Studenti Adolescenti.

Grazie ai social, al sito web e all'attività di sensibilizzazione sul territorio, il movimento entra in contatto con le vittime, con le loro famiglie e con gli stessi bulli, facendo da ponte tra le istituzioni e le figure professionali più adatte a gestire le singole casistiche.

Oggi sono oltre 600 le classi che hanno adottato il modello MABASTA e l'attività di sensibilizzazione nelle scuole procede senza sosta, portando alla luce casi di bullismo e salvando, spesso, la vita alle vittime.



### **Come sostenere MABASTA nella realizzazione e distribuzione del materiale utile al progetto e nelle attività di sensibilizzazione:**

- Partecipando alla campagna di crowdfunding su [www.eppela.com/mabasta](http://www.eppela.com/mabasta)
- Donando con bonifico bancario a IT58B084451600000000955703 intestato a "Arianoa" - Banca di Credito Cooperativo di Terra D'Otranto - Lecce
- Diventando supporter nel progetto "1000 a 0 - Sport Vince Bullismo Perde"

**WWW.MABASTA.ORG**



WRITTEN BY  
DANIELA NATALE

# UN SOGNO (GLAMOUR) SEMPRE PIÙ AMBIZIOSO

# MODA

AZIENDE E INNOVAZIONE

GRAZIE AL SUO ECOMMERCE PIAZZA DI SPAGNA OUTLET RIESCE  
A FAR SENTIRE LA PROPRIA VOCE IN ITALIA E NEL MONDO

Il sogno Piazza di Spagna Outlet continua e diventa, ogni anno, più ambizioso. E come ogni progetto di successo, anche questa buona riuscita rappresenta il frutto del lavoro, della passione e della visione di un team affiatato. La professionalità e la dedizione delle persone che lavorano per il brand Piazza di Spagna Outlet hanno permesso all'azienda guidata da Serena Spagna di raggiungere, anche quest'anno, importanti obiettivi commerciali: *"La svolta per Piazza di Spagna Outlet è arrivata con l'apertura dell'eCommerce lo scorso anno"* commenta l'imprenditrice *"Credo che le aziende attive nel settore commerciale, e in particolare nel mondo dell'abbigliamento, non possano oggi prescindere dall'aver anche un canale virtuale attraverso il quale promuoversi e fare business. Ovviamente l'investimento iniziale va accompagnato da un supporto economico costante ai canali pubblicitari web, allo sviluppo dell'eCommerce e al lavoro degli specialisti: ma, con la giusta strategia, i risultati arrivano e ripagano dei sacrifici fatti"*.

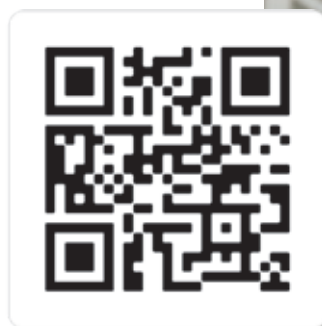
74



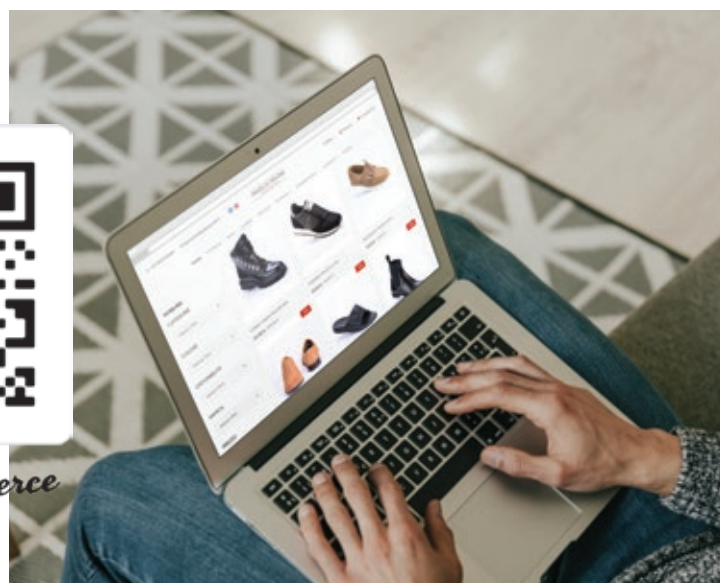
**SERENA SPAGNA**  
IMPRENDITRICE E TITOLARE DI PIAZZA DI SPAGNA OUTLET

AZIENDE & INNOVAZIONE

**EN** *A little over a year after its virtual opening, the e-commerce "Piazza di Spagna Outlet" has its ongoing updated catalog as well as the presence of the best brands and services that meet customer needs*



*visita l'eCommerce*





A poco più di un anno dalla sua apertura virtuale, lo shop on line di Piazza di Spagna Outlet vede un **catalogo in continuo aggiornamento nonché la presenza delle migliori firme e servizi sempre più rispondenti alle esigenze della clientela.** Ciò dimostra come sia possibile, con la giusta visione e i giusti investimenti, essere competitivi anche in un settore difficile come quello della vendita online di abbigliamento e accessori.

**Come a dire: nell'eco del web, riuscire a far sentire la propria voce.**

“CREDO CHE LE AZIENDE  
ATTIVE NEL SETTORE  
COMMERCIALE, E IN  
PARTICOLARE NEL MONDO  
DELL'ABBIGLIAMENTO, NON  
POSSANO OGGI PRESCINDERE  
DALL'AVERE ANCHE UN  
CANALE VIRTUALE”

TRA I NOSTRI BRAND

PATRIZIA PEPE  
FIRENZE



EMPORIO ARMANI



CESARE PACIOTTI

JOHN  
RICHMOND



PIAZZA DI SPAGNA  
OUTLET GRANDI FIRME

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

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



WRITTEN BY  
DAMIANO CONGEDO

# PERICOLO GREENWASHING

NON È TUTTO VERDE QUELLO CHE LUCCICA

# GOOGLE

AZIENDE E INNOVAZIONE

76

AZIENDE & INNOVAZIONE



Nel verde dipinto di verde. Parafrasando una celeberrima canzone di Modugno, il verde è il nuovo colore che sta prendendo il sopravvento nel marketing. **Verde ambiente, verde ecosostenibilità, verde qualità alimentare, sono tante le sue declinazioni.**

Facciamo un passo indietro per contestualizzare il tutto. Qualche giorno fa si è tenuto l'evento Sustainable with Google 2021, l'evento in cui il colosso di Mountain View ha annunciato i suoi impegni per la sostenibilità aziendale. È stata annunciata la svolta green di alcuni suoi prodotti tecnologici di punta: **Google Flights** mostrerà le emissioni Co2 di ogni volo mentre Google Shopping darà priorità ai prodotti ecosostenibili. Senza dimenticare che Google si è impegnata a diventare un'azienda interamente a impatto zero entro il 2030.

Una bella storia certo, ma di un'azienda che in questo momento è un coltello conficcato nel fianco dell'ambiente. **Basti pensare che ogni ricerca su Google produce 10 grammi di anidride carbonica e considerando che Google elabora circa 47.000 richieste al secondo, vuol dire che il solo motore di ricerca produce 500 kg di Co2 ogni 60 secondi.**

Not bad, come direbbero gli americani. E qui dobbiamo tornare al punto di inizio: il nostro verde. Sì, perché la nuova frontiera del marketing è quella del **greenwashing**, appunto. **Dove le aziende fanno "un lavaggio" di facciata delle proprie iniziative per apparire più verdi, più green, più attente all'ambiente.**

Il termine greenwashing venne utilizzato per la prima volta nel 1986 quando le catene alberghiere americane sfruttarono motivazioni ambientaliste per invitare gli ospiti a usare con parsimonia gli asciugamani, ma in realtà avevano l'interesse solo a ridurre le spese di lavaggio.

E a 35 anni di distanza quali sono le motivazioni? Da una parte la necessità di ripulirsi l'immagine dopo anni di sfruttamento ambientale, dall'altra far presa sulla Generazione Z, i nuovi adolescenti.

**EN** *Many companies use "greenwashing" as a marketing strategy: companies do a "washing" of their initiatives to appear "greener" and more environment-friendly. It is up to consumers to understand the reality by verifying the information released by companies, by checking their certifications and how they are using advertise.*

STA A NOI CONSUMATORI INFORMARCI  
VERIFICANDO LE INFORMAZIONI  
RILASCIATE DALLE AZIENDE,  
CONTROLLANDO LE LORO CERTIFICAZIONI  
E COME SI STANNO PUBBLICIZZANDO

Già perché nello storytelling delle aziende assume un ruolo importante **il messaggio sociale che stimola una presa di consapevolezza da parte della Generazione Z su importanti tematiche proprio come le questioni ambientali.**

La strategia comunicativa quindi cambia prediligendo i benefici dei prodotti raccontandoli in chiave etica, sociale e ambientale e non ci dobbiamo sorprendere se siamo travolti da messaggi pubblicitari contrastanti con la realtà.

Come quello dell'Eni in cui racconta dei suoi impegni verso l'ambiente, mentre Amnesty International denuncia 43 fuoriuscite dovute alla corrosione degli impianti del gigante petrolifero nel Delta del Niger su cui la stessa azienda insabbia alcune informazioni.

Fortunatamente la tecnologia ci salverà o almeno lo speriamo. La blockchain permetterà di registrare, senza possibilità di alterare, informazioni relative alla filiera dei prodotti facendo lo sgambetto a tutti i furbetti che parlano di Made in Italy o bio quando di verde hanno solo l'etichetta della confezione.

Ma siamo ancora agli albori di questa tecnologia. Sono 30 anni che parliamo di digitalizzazione, chissà quanto ci vorrà per questo nuovo salto in avanti.

Intanto, come sempre, sta a noi consumatori informarci verificando le informazioni rilasciate dalle aziende, controllando le loro certificazioni (per esempio se fanno parte della B Corporation) e come si stanno pubblicizzando.

Facendo propri i consigli di uno dei maestri del marketing come Cialdini: dobbiamo ascoltare se proviamo un fastidio allo stomaco quando ci propinano l'ennesima pubblicità green. In quel caso, forse è solo storytelling.

What's your story?



WRITTEN BY  
RAFFAELLA CALSO

# UNA VOCE AUTOREVOLE NELL'AMBITO MEDICO

IL SEGRETO DEL CENTRO MEDICO CORPORIS LAB È NELL'APPROCCIO MULTIDISCIPLINARE PERSONALIZZATO

## SALUTE AZIENDE E TERRITORIO

78



**TOMMASO FILARDI**  
FOUNDER CORPORIS LAB

**EN** *The strongpoint of Corporis Lab is represented by the high level of technologies used for medical examinations and by professionals who combine care and empathy with specialized expertise, essential to satisfy every need for diagnosis and treatment.*

Al centro di ogni attività ci sono le esigenze e la salute del paziente: l'avanguardia tecnologica e l'alto livello di specializzazione dell'equipe completano l'offerta di Corporis Lab, facendone un Centro Medico d'eccellenza.

Distinguersi in ambito medico, acquisire autorevolezza e affermarsi come realtà aziendale credibile non è facile quando si tratta di salute. Per questo la vision di Corporis Lab si orienta nel perseguire l'eccellenza, mediante la formazione continua del personale medico e paramedico, implementando le prestazioni erogate e aggiornando di frequente le dotazioni strumentali.

Ma cosa rende davvero unico il Centro Medico Corporis Lab?

### **Il rispetto del tempo e della dignità del paziente**

Esso che passa dalla possibilità di fissare consulenze, trattamenti e interventi in orari ampi e comodi, tempi di attesa e procedure di prenotazione certi e trasparenti e il rispetto degli orari concordati con le prestazioni.

### **La varietà dei servizi e delle prestazioni**

In un ambiente confortevole, pulito e riservato si eseguono esami e interventi di vario tipo e per mano di diversi, qualificati, professionisti. Il paziente entra in contatto diretto con lo specialista in modo da conoscerlo e scegliere poi la figura alla quale affidarsi.

Presso la struttura è possibile usufruire di:

- Gastroskopie e colonskopie
- Isteroskopie e videocolposkopie ginecologiche
- Chirurgia laser plastica ed estetica
- Biopsie ecoguidate tiroidee
- Cistoskopie urologiche
- Epilazione laser medica
- Elettromiografie 2/4 arti
- Ecocardiogramma
- Holter pressorio e cardiaco
- Ecografie ed ecocolor Doppler

### L'alta specializzazione dei professionisti

L'equipe, anima del Centro, è formata da professionisti che uniscono l'attenzione, l'empatia, il contatto umano a una competenza specializzata, fondamentale per soddisfare ogni bisogno di diagnosi e cura. Ogni ambito specialistico è corroborato da uno o più specialisti, focalizzati nel garantire l'efficacia e l'efficienza dei processi aziendali e la qualità del servizio erogato.

Il Centro Medico Corporis Lab eroga prestazioni nelle seguenti branche specialistiche:

#### GLI AMBITI SPECIALISTICI

Anestesia e terapia del dolore  
Angiologia e Flebologia  
Cardiochirurgia  
Cardiologia  
Chirurgia cardiovascolare  
Chirurgia dell'obesità  
Chirurgia generale e oncologica  
Chirurgia plastica ed estetica  
Chirurgia vascolare  
Dermatologia  
Ecografia ed ecocolordoppler  
Endocrinologia  
Fisioterapia  
Gastroenterologia ed endoscopia  
Ginecologia e Ostetricia  
Medicina legale  
Nefrologia  
Neurochirurgia  
Neurologia  
Oculistica  
Ortopedia  
Osteopatia  
Ostetricia  
Otorinolaringoiatria  
Proctologia  
Psicologia  
Reumatologia  
Scienze della nutrizione  
Sessuologia  
Urologia



L'EQUIPE, ANIMA DEL CENTRO,  
È FORMATA DA PROFESSIONISTI  
CHE UNISCONO L'ATTENZIONE,  
L'EMPATIA, IL CONTATTO UMANO A  
UNA COMPETENZA SPECIALIZZATA  
FONDAMENTALE PER SODDISFARE  
OGNI BISOGNO DI DIAGNOSI E CURA.



**CORPORISLAB**

MEDICINA D'ECCELLENZA

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

WWW.CORPORISLAB.IT



WRITTEN BY  
ANIMA MUNDI EDIZIONI

# LA NATURA COME AMBIENTE IDEALE

## PAROLE

PERSONE E LETTERATURA

Attraversare una notte oscura - sia essa fatta di violenza, sofferenza o malattia - senza mai perdere la speranza di ritornare alla leggerezza delle cose semplici, alla meraviglia della natura. **Anima Mundi** suggerisce alcune letture molto diverse tra loro, legate da un comune sentire desideroso di riscoprire la natura come ambiente ideale per la vita del singolo e della comunità.

80

*Queste pagine sono nate dalla necessità di attraversare l'esperienza della malattia oncologica che scardina all'improvviso progetti e orizzonti esistenziali ponendoci dinnanzi all'assoluto, al tutto o niente della vita e della morte. Le riflessioni e meditazioni autobiografiche di Sara Oliva Boch si offrono come strumento per orientarsi nello smarrimento a cui può condurre la malattia, per riflettere sulla fragilità della condizione umana e sulla capacità di ciascuno di affrontare la sofferenza e la paura, riaffermando la propria forza e il proprio istintivo amore per la vita.*

Siamo imperfette, stropicciate dalle terapie, dagli interventi chirurgici, abbiamo cicatrici dentro e fuori, siamo sopravvissute alla tempesta e siamo, grazie a questo, di una bellezza sconfinata. Siamo forti e siamo belle, anche senza capelli, gonfie di cortisone, arrabbiate, intimidite, sorridenti o con gli occhi gonfi di lacrime.

SARA OLIVIA BOCH da "Diario dal labirinto"

**EN** *Anima Mundi suggests some very different readings, linked by a common feeling to rediscover nature as an ideal environment.*

PERSONE & LETTERATURA





Dalla sua casa nel bosco nei pressi di Le Creusot, Christian Bobin ci parla di un tema che è alle radici della sua scrittura: il rapporto con la morte, “sorella gemella” alla vita. Con un’oralità che ha la stessa sorprendente grazia che abita i suoi libri, Bobin ci guida in uno spazio dove chi è assente non cessa di essere presente, dove il dolore si trasforma in un’amplificazione della vita, illuminando l’esistenza di chi resta.

CHRISTIAN BOBIN *Un azzurro che non mente più*

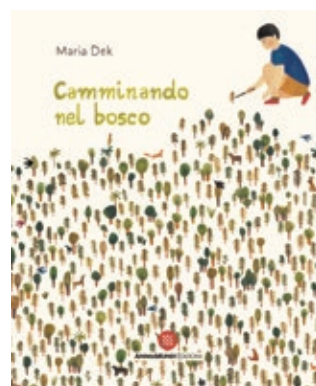
“Sperando che dopo questa notte oscura,  
torneranno i giorni della lentezza,  
della tenerezza,  
della compassione,  
della leggerezza,  
impareremo a guardare le cose  
con gli occhi dei bambini”

Un bambino nato nella periferia di Napoli negli anni '70, con la delinquenza come orizzonte di ogni giornata; la meraviglia scoperta nei ventri delle capre, il terrore provato quando ha tenuto per la prima volta un fucile puntato contro un uomo. Un flusso di racconti e di digressioni su vite e volti che hanno fatto la “storia di una storia” capace di approdare alla necessità di una rinascita che continua ogni giorno, nel presente.

DAVIDE CERULLO *L'orrore e la bellezza*



Soffia sulla ferita, soffia come quando soffi forte forte un soffione e pensa, pensa a tutti quei frammenti che volano via nell’aria, non senti che il dolore, mentre tu stai soffiando come un soffione si sta frammentando? Soffia sulla ferita, soffia come quando soffi forte forte un soffione e pensa, pensa che non c’è più niente è svanito nell’aria lentamente.



Camminando nel bosco è uno straordinario invito a scoprire la natura come luogo sia per il gioco immaginativo che per la contemplazione. La foresta prende vita in tutta la sua misteriosa bellezza nelle affascinanti immagini ad acquerello e nel testo poetico di Maria Dek.

MARIA DEK  
Camminando nel bosco



ANIMAMUNDI EDIZIONI

Per informazioni  
Giuseppe Conoci +39 340 400 8245





# IN DEBITO

EMOZIONI E POESIA

di Valentina Chittano

EMOZIONI & POESIA

Abbiamo una carezza in sospeso.  
Forse anche un bacio.  
E un tramonto,  
un libro,  
la campagna dietro casa,  
una bottiglia di vino.  
Mi devi un ballo  
al centro della sala  
di una casa vuota,  
la mia.  
Io ti devo un sorriso  
senza maschera,  
ti devo un gemito  
senza buio,  
senza distanza.  
Abbiamo una storia mai vissuta  
o vissuta così intensamente  
da non essere vera,  
da non avere contorni da toccare.  
Abbiamo tutto  
e non abbiamo niente.

# CAMBIAMENTI CLIMATICI E DIRITTI UMANI

LA CAMPAGNA DI AMNESTY INTERNATIONAL

SIAMO UMANI CHE VOGLIONO LA STESSA COSA CHE OGNI ALTRO UMANO VUOLE: UN POSTO SICURO IN CUI VIVERE SU QUESTO PIANETA CHE CHIAMIAMO CASA. QUINDI SEBBENE IL NOSTRO LAVORO DEVE CONTINUARE A ESSERE IMPARZIALE E OGGETTIVO, VOGLIAMO FAR SENTIRE SEMPRE LE NOSTRE VOCI, AGGIUNGENDO IL CHIARO MESSAGGIO CHE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO È REALE, CHE IL RESPONSABILE È L'UOMO, CHE GLI IMPATTI SONO GRAVI E CHE DOBBIAMO AGIRE ORA“.

KATHARINE HAYHOE – SCIENZIATA DEL CLIMA.

È evidente come i cambiamenti climatici in corso siano stati causati per la maggior parte dalle abitudini del genere umano. L'utilizzo di combustibili fossili, un'agricoltura non sostenibile, lo sfruttamento indiscriminato del suolo e tante altre attività, hanno contribuito - giorno dopo giorno, anno dopo anno - ad accompagnare il pianeta verso un punto critico, senza precedenti.

Il rapido aumento delle temperature è il primo sintomo evidente della sofferenza della Terra ma, soprattutto, della sofferenza degli esseri viventi: il clima, infatti, sta cambiando ad un ritmo troppo veloce per consentire agli esseri viventi di adattarsi.

Ma oltre all'aumento delle temperature sono ormai sotto gli occhi di tutti gli effetti del cambiamento climatico in atto, tra tutti eventi meteorologici estremi come l'innalzamento del livello del mare, le migrazioni delle popolazioni, il mutamento degli habitat e una serie di altre conseguenze.

È importante ricordare che nessun elenco degli effetti dei cambiamenti climatici può essere esaustivo. Quello che è certo è che tutto ciò avrà e sta già iniziando ad avere un impatto devastante sulla vita umana.

I cambiamenti climatici stanno avendo effetti dannosi anche sui nostri diritti: ecco alcuni dei modi in cui il cambiamento climatico sta impattando sui diritti umani:

**Diritto alla vita** – I cambiamenti climatici minacciano la sicurezza di miliardi di persone su questo pianeta. L'Organizzazione mondiale della sanità prevede che i cambiamenti climatici causeranno 250.000 morti all'anno tra il 2030 e il 2050, a causa di malaria, malnutrizione, diarrea e stress da calore.

**Diritto alla salute** – ...fisica e mentale. Secondo l'IPCC, i maggiori impatti dei cambiamenti climatici sulla salute includeranno un maggior rischio di lesioni, malattie e morte a causa di ondate di calore e incendi più intensi; un aumento del rischio di malnutrizione a causa della riduzione della produzione alimentare nelle regioni povere e l'aumento dei rischi di malattie trasmesse da cibo e acqua.

**Diritto all'alloggio** – I cambiamenti climatici minacciano il nostro diritto all'abitazione in vari modi. Eventi meteorologici estremi come inondazioni e incendi stanno già distruggendo le case delle persone.

**Diritto all'acqua e a servizi igienico-sanitari** – Tutti abbiamo il diritto all'acqua potabile per uso personale e domestico e a servizi igienico-sanitari che assicurino la nostra salute. I cambiamenti climatici stanno influenzando e continueranno a influenzare la qualità e la quantità delle risorse idriche.



**AMNESTY  
INTERNATIONAL**



## SOSTIENI AMNESTY

### Bonifico bancario intestato

Amnesty International – Sezione Italiana, via Goito 39, 00185 Roma  
IT 69 Y 05018 03200 000010000032 –  
presso Banca Popolare Etica

### Bollettino postale sul conto corrente postale n° 552000 intestato a

Amnesty International – Sezione Italiana, via Goito 39, 00185 Roma





[CAMERPETROLEUM.IT](http://CAMERPETROLEUM.IT)