

il Viaggio

Aeroitalia Magazine

**Il presidente
SCHIFANI**

e la sua Sicilia
tra investimenti e bellezza

IL SINIS DEI GIGANTI

di Mont'e Prama
un mistero da scoprire

La sindaca di Comiso

SCHEMBARI:

«Continuità territoriale
per i giovani»

MODA

Il colore dell'anno?
Dal cioccolato al caramello

SPORT

Gigi RIVA

come si diventa mito

**Massimo
D'ALEMA**

«Democrazie malate, ma c'è speranza
Il luogo nel quale vorrei tornare?
Capo Horn»



Veronica GENTILI

si racconta: «I bimbi di Gaza
i miei inviati speciali»

SALUMIFICIO FRATELLI BERETTA. UNA STORIA AUTENTICA.



Redazionale



In prima fila, da sinistra: Alberto Beretta, Giorgio Beretta, Vittore Beretta, Valeria Beretta, Alberto Beretta, Mario Beretta.

In seconda fila, da sinistra: Giuseppe Beretta, Michele Beretta, Filippo Beretta, Andrea Beretta, Paolo Beretta.

C'è un detto, nel mondo dell'impresa, che ricorre quasi con la forza di una profezia: "La prima generazione crea, la seconda mantiene, la terza distrugge". Le aziende familiari, si dice, vivono cicli brevi. Ma a volte accade il contrario. Accade che la tradizione si trasformi in spinta, la memoria in visione. Accade che un nome - Fratelli Beretta - attraversi oltre due secoli di storia, continuando a crescere con lo stesso spirito con cui è nato.

Tutto inizia nel **1812**, in una bottega di macelleria a Barzanò, in Brianza. Da lì, l'impresa familiare ha affrontato guerre, crisi, trasformazioni industriali. Oggi è tra i **25 principali gruppi alimentari italiani** e presente in Europa, Stati Uniti e Asia. La sua forza? Saper innovare senza mai perdere il legame con un'identità fondata su **tre pilastri solidi: qualità, sicurezza e filiera.**

Fratelli Beretta produce **19 DOP e IGP** in altrettanti territori d'origine, grazie a stabilimenti costruiti **nelle zone di vocazione**, dove il prodotto nasce e cresce secondo tradizione. Ogni scelta industriale risponde a una logica precisa, cioè valorizzare le eccellenze locali con metodi avanzati e sostenibili.



La Bottega Beretta primi anni del '900



Barzanò - Reparto Spedizioni - 1958



Fin dagli anni Ottanta, quando il Gruppo ha creduto nelle nuove tecnologie di conservazione, lo ha fatto con lo scopo chiaro di migliorare il prodotto, senza alterarne l'essenza. Anche la decisione di rendere trasparenti le confezioni e disporre a mano le fette nasce da un principio semplice, ovvero **mettere il contenuto al centro**, con un gesto di fiducia verso chi acquista.

Se si mette il prodotto al centro, sarà lui a indicare la strada da percorrere. I **cubetti di pancetta**, ad esempio, nel 1980 hanno saputo trasformare un taglio umile in un ingrediente pratico e versatile, dando il via a una linea completa ora leader di mercato. I **Salamini**, pensati nel 1995 per i bambini, sono diventati un love brand, uno snack diffuso e amato da tutte le età. E ancora, il marchio **Wüber**, creato dall'azienda nel 1976 con la costruzione del primo stabilimento italiano dedicato ai würstel, grazie al lavoro di **Mario Beretta** è diventato un riferimento nel settore.



Pack storici Salamini inizio 2000



Pack storici Wüber anni 90

Ma l'evoluzione non si è fermata ai salumi. Con **Viva la Mamma**, Beretta ha scelto di entrare nel mondo della gastronomia pronta. Un progetto cresciuto nel tempo, da una prima collaborazione con Fleury Michon alla **completa internalizzazione della produzione**, con piatti che portano a tavola menu gourmand in chiave moderna.

A guidare l'espansione commerciale di salumi e piatti pronti è **Lorenzo Beretta**, impegnato nel consolidamento del business in Italia e all'estero.



Selezione del menu Viva la Mamma

In questo contesto, la **comunicazione** gioca un ruolo chiave. Con l'arrivo di **Giorgio Beretta**, il gruppo ha rafforzato la propria identità pubblica, costruendo un **dialogo costante con il consumatore**, sempre coerente con la cultura aziendale. Le tre grandi marche - **Beretta**, **Wüber**, **Viva la Mamma** - insieme al brand **Salamini**, sono sostenute da un'impostazione strategica forte, attenta ai distributori, ma ancora più alle persone.

Fratelli Beretta è un'impresa che continua a crescere con passo sicuro, fedele alle origini ma pronta a cambiare. In un tempo in cui la parola "tradizione" rischia di diventare un'etichetta, qui resta la direzione per guardare avanti. Finché ci sarà qualcuno capace di tramandare questa cultura con serietà e visione, **questa storia continuerà a raccontare molto più di un'azienda: racconterà un modo autentico di essere italiani.**

L'apertura al futuro si riflette anche nel modo di trasmettere saperi e valori. Con la **Beretta Academy**, fortemente voluta da **Alberto Beretta**, l'azienda ha dato vita a una vera **Scuola del Fare**. Un luogo dove la formazione si intreccia con la cultura del prodotto. All'Academy si sperimenta, si degusta, si ascolta e si costruisce un rapporto autentico con il territorio, con le università, con i clienti.

Anche il legame con lo **sport** racconta lo spirito dell'azienda, non è solo sponsorizzazione, è parte della storia familiare. Il presidente **Vittore Beretta**, allora bambino, ricorda la commozione della sorella nel 1949, il giorno della tragedia di Superga. Da quel momento, il Torino diventa un simbolo di lealtà e determinazione. Valori che, negli anni, hanno accompagnato il modo di fare impresa del gruppo: tenace e appassionato.



Beretta Academy, taglio del Prosciutto di Carpegna



Torino - Bari Coppa Italia - 1992

Editore

Aeroitalia

Via Mantegna 8 Fiumicino 00045

Direttrice responsabile

Virginia Saba

direttore@ilviaggiomagazine.it

Redattrice

Fernanda Perri

redazione@ilviaggiomagazine.it

Grafica

Smart Network Group s.r.l.

Sede operativa

Via Antinori, 34 - 87036 Rende (CS)

P.IVA: 03500860782

ROC n. 28794 del 10/04/2017

design@smartnetworkgroup.it

Pubblicità

commerciale@ilviaggiomagazine.it

Scrivici a

redazione@ilviaggiomagazine.it

Stampa

Rubbettino Editore

Viale Rosario Rubbettino n. 10

88049 Soveria Mannelli (CZ)

Partita Iva 01933480798

Immagini e fonti

Adobe Stock Photo

Seguici su  

il **VIAGGIO Magazine** mensile di Aeroitalia -

Registrazione presso il

Tribunale di Civitavecchia n. 1625/2025

del 13 novembre 2025

www.ilviaggiomagazine.it

Copyright Aeroitalia

La riproduzione delle illustrazioni e articoli pubblicati dalla rivista, nonché la loro traduzione è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della casa editrice. I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati e la casa editrice non si assume la responsabilità anche in caso fossero esemplari unici. La casa editrice non si assume la responsabilità per i casi di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori in fase di stampa.

Stampato nel novembre 2025

LA COPERTINA DEL MESE



SOMMARIO

EDITORIALE	5
ATTUALITÀ - PRIMO PIANO	6
Massimo D'Alema: «Cina e India guideranno il mondo. L'Europa prenda coscienza dei nuovi equilibri»	
ATTUALITÀ - FOCUS	13
Trump figlio dell'Interregno	
ATTUALITÀ - POLITICA	18
Il presidente Schifani Burocrazia semplificata e lotta alla siccità. Ma la mia Sicilia può crescere ancora	
TERRITORI E VIAGGI - UN GIORNO A...	20
Dal Barocco ai nuovi voli: la sfida di Comiso. Maria Rita Schembari guida la rinascita	
CONTINUITÀ TERRITORIALE	22
Nuove partnership Aeroitalia	
TERRITORI E VIAGGI - I LUOGHI DEL CUORE	24
Garbatella, la Roma dell'altrove	
TERRITORI E VIAGGI - I LUOGHI DEL CUORE	30
Il Sinis, il gioiello della Sardegna tra giganti e città sommersa	
IL PERSONAGGIO	32
Veronica Gentili. La conduttrice de Le Iene racconta la società	
CURA DEL MONDO E DEGLI ALTRI	34
Save the children	
CULTURA - DIETRO LE QUINTE	36
Lo sapevi che Camilleri	
CULTURA - IL LIBRO DEL MESE	37
Piergiorgio Pulixi: quando il noir diventa strumento di riflessione sociale	
CULTURA - NOTE DI FILOSOFIA	38
Emanuele Severino e la salvezza degli eterni	
CULTURA - ROTTE E RACCONTI	39
Quando Palermo disse no a Hollywood	
CULTURA - MOSTRE ED EVENTI	40
Alphonse Mucha a Roma: il trionfo della bellezza	
LIFESTYLE - A CENA CON LO CHEF	42
LIFESTYLE - COME TI VESTI OGGI	45
SPECIALE AEROITALIA	46
Un sogno diventato realtà	
SALUTE E BENESSERE	51
Quattro passi per la felicità secondo David Mariani	
TECNOLOGIA E INNOVAZIONE	52
Al risponde - Le 10 cose che mi chiedete più spesso	
SPORT	53
Rombo di Tuono, il racconto di un Mito	
RIFLESSIONI E OPINIONI	54
Che tracce lasciamo? L'esempio di Beethoven	
RIFLESSIONI E OPINIONI	55
Lettere e Opinioni	

Mauro Fornasero, "Oltre la cornice".

Cartone telato con vecchia cornice dorata di recupero, dipinta. cm. 48X40

Mauro Fornasero (1964, Caltanissetta)

Architetto e artista, disegna e dipinge fin da giovane. Da oltre quindici anni sviluppa un linguaggio personale fatto di colori intensi, linee dinamiche e richiami alla geometria cubista, influenzato dalla formazione universitaria. Le sue opere esprimono una personale interpretazione della sicilianità, con simboli e atmosfere dell'isola, in uno stile che unisce tratti realistici e stilizzati. Attivo anche nella decorazione di oggetti e nella fotografia, ha partecipato a numerose mostre in Italia e all'estero, ricevendo premi e riconoscimenti.

maufor64@gmail.com

sito web: <http://www.maurofornasero.it>

<https://www.facebook.com/MauroFornaseroArte>

<https://www.instagram.com/maurofornasero/>



SMART NETWORK GROUP

SMARTNETWORKGROUP.IT



CONCESSIONARIO UNICO PER LA PUBBLICITÀ

***Il tuo BRAND vola più in ALTO,
contattaci e scegli il tuo spazio pubblicitario.***

- Spazio sui **telini poggiatesta brandizzati**
- **Banner** sul sito web **ilviaggiomagazine.it**
- **Pagina singola o doppia** sul magazine



SCARICA IL MEDIA KIT

TUTTE LE NOSTRE SOLUZIONI PER IL TUO BUSINESS

INFO e PUBBLICITÀ
commerciale@smartnetworkgroup.it
+39.0984.18.03.534 • +39.379.17.03.070

Via Antinori, 34 – 87036 Rende CS
P.IVA: 03500860782

UN NUOVO VIAGGIO



Gaetano Intrieri

Cari passeggeri, benvenuti a bordo e nel primo numero de **Il Viaggio**, la rivista ufficiale di Aeroitalia. Questo progetto nasce dal desiderio di creare un canale di dialogo diretto con voi e di raccontare lo spirito che ogni giorno anima la nostra compagnia: la passione per il volo, la curiosità per il mondo e l'attenzione per le persone e i territori che incontriamo lungo le nostre rotte. Abbiamo voluto una rivista pensata su misura per Aeroitalia, che ne rispecchiasse il carattere e i valori. Non una semplice raccolta di immagini, ma uno spazio autentico, vivo, dove idee, racconti e testimonianze si intrecciano per dare voce ai luoghi e alle persone. In queste pagine troverete interviste

a protagonisti del mondo politico, culturale e imprenditoriale, accanto a storie che nascono dai territori, dai volti e dalle comunità che rendono uniche le nostre destinazioni. Le nostre rotte raccontano un'Italia che si apre all'Europa e un'Europa che si avvicina sempre più all'Italia. Dalla Sicilia alla Sardegna, da Milano a Bologna, da Foggia fino alla Romania, passando per le mete estive come Ibiza, la Polonia e la Repubblica Ceca: ogni destinazione è un viaggio dentro nuove storie. Ogni volo è un ponte che unisce persone, esperienze e culture.

Il Viaggio nasce con questo spirito: essere un luogo di incontro e di scoperta, una rivista che riflette l'anima di Aeroitalia — autentica, accogliente e profondamente legata ai territori che attraversa.

Grazie per aver scelto di volare con noi.

Vi auguriamo buona lettura e buon viaggio.

Marc Bourgade – *Presidente di Aeroitalia*

Gaetano Intrieri – *Amministratore Delegato di Aeroitalia*

Attualità
Primo Piano

Massimo D'Alema

**CINA E INDIA
GUIDERANNO
IL MONDO, L'EUROPA
PRENDA COSCIENZA
DEI NUOVI EQUILIBRI**

Guarda oltre la finestra del suo ufficio che affaccia ad ovest, mentre organizza al telefono la sua prossima trasferta in Cina. A pochi centimetri un'ordinatissima libreria nella quale cerca, poco dopo, il suo racconto del viaggio a Mosca con Berlinguer («*A Mosca l'ultima volta*», *Solferino*), memoria di un tempo in cui la politica italiana guardava ad Est con meno diffidenza. «Dov'è? L'abbiamo finito?», chiede. Una vita trascorsa a cercare la quadratura del cerchio, per dirla alla Ralf Dahrendorf ovvero a provare a conciliare crescita economica e coesione sociale. Il risultato lo troviamo guarda caso in una antica leggenda cinese secondo la quale, quando il Maestro Lao Tzu scrisse il suo pensiero nelle 81 tavolette d'argilla, le lasciò volutamente cadere a terra, rotte e mescolate, per fare capire che trovare un filo, un senso, non si può. L'importante è cercare. Massimo D'Alema ci prova, con la sua rivista *Italianieuro-*

pei con la quale, dice, continua a dare il suo contributo alla società, e tra i libri sparsi per l'ufficio. Sulla scrivania *Leadership* di Henry Kissinger, *Uguaglianza* di Piketty e Sandel, *Scienza e capitalismo* di Marco Maestro. E sopra una pila di ricerche di politica economica poche pagine di Pietro Ingrao che descrivono il peso irrisolto del comunismo di conciliare libertà e uguaglianza. «Ma sto leggendo anche un romanzo, Cuore di ghiaccio di Almudena Grandes, meraviglioso». Il volume esteticamente più pregiato lo trovi poggiato sulla parte bassa del camino d'arredo, un tomo blu e dorato in cinese con il ritratto di Matteo Ricci, il Maestro gesuita che insegnò con la sua missione in Cina nel XIV secolo quanto il dialogo fosse più forte del potere e del pregiudizio. Gli vogliamo chiedere cosa resti della democrazia tra populismi, tecnocrati e post verità. D'Alema risponde con la filosofia e la geografia, accompagnando le parole con

la mano che un tempo disegnava cerchi di fumo. «Ho smesso da tanti anni», fa sapere, aggiungendo che «sta invecchiando». Decisamente meglio di questa Europa, commentiamo. «Non vede la propria crisi – dice – e la democrazia è purtroppo malata». La via d'uscita è forse un'utopia tramontata. «Tornare a redistribuire ricchezza e opportunità. Dare alle persone una speranza e una ragione per partecipare»..

Lo stato di diritto, i pluralismi, la separazione dei poteri, la tutela dei diritti individuali e delle minoranze: siamo di nuovo a capo, tutto in discussione?

Dopo la caduta del Muro di Berlino si pensava che la democrazia liberale e il libero mercato si sarebbero imposti ovunque. Era l'ottimismo della *Fine della storia* di Fukuyama, 1992. Ma era un'illusione. Oggi viviamo in "democrazie senza popolo", o come dice Nadia Urbinati, "democrazie del 50%": metà dei cittadini non partecipa più. E se la democrazia è governo del popolo, ma il popolo si ritira, diventa un guscio vuoto. Pensi che in Italia l'attuale Governo si fonda sul 27% degli aventi diritto al voto, il consenso più basso nella storia repubblicana. Ma fenomeni simili si osservano in quasi tutti i paesi occidentali. Se la metà dei cittadini rinuncia a votare, la politica diventa dominio di pochi, e la selezione della classe dirigente si degrada. Così emergono improvvisatori e populistici, capaci di manipolare paure e sentimenti fluttuanti. Le destre avanzano ma con il 20% dei votanti. Quindi, sostanzialmente, c'è una grande maggioranza del Paese che sta a guardare e che avrebbe bisogno di un messaggio in grado di coinvolgere le persone, di ridare uno slancio, di ridare una speranza.

Le destre avanzano anche perché la sinistra non sa più cosa dire.

E' crollato un sistema. L'Europa si esprimeva attraverso il welfare, negli Stati Uniti attraverso la mobilità sociale, secondo la quale il povero poteva diventare ricco. Ora non è più così. Il compromesso sociale che stava a fondamento delle democrazie si è spezzato. La globalizzazione ha prodotto ricchezza e sollevato miliardi di persone dalla povertà e dalla fame, ma ha anche allargato enormemente le disuguaglianze in Occidente. Una piccola élite ha accumulato ricchezze senza precedenti, mentre le classi medie e popolari si sono impoverite. Oggi l'1% dell'umanità possiede più ricchezza della

metà più povera. Ma soprattutto il potere economico coincide con il potere tecnologico, questo oggetto — mostra il cellulare — sa tutto di noi. e chi controlla i dati controlla anche la vita delle persone. Io, fino a quando ho potuto e sono stato veramente importante, il cellulare non l'ho avuto.

Donald Trump, con le sue politiche per i ricchi, è stato votato dalla classe dei lavoratori. Come lo spiega?

Perché le persone sanno che nulla può cambiare, e hanno paura. Vincono i sentimenti nazionalisti e di ostilità verso l'altro, sia nella forma dell'immigrato che viene qui e vende il suo lavoro a più basso prezzo, sia nella forma dell'altro come il cinese o l'indiano che produce automobili meno costose delle nostre e fa chiudere le fabbriche. La destra cavalca questo sentimento di paura e di ostilità verso il resto del mondo. Perché una parte dell'Occidente cavalca la globalizzazione e se ne avvantaggia, ma una parte larga la subisce come una minaccia. E la paura genera chiusura, razzismo, nazionalismo, tutti sentimenti che sono, direbbe un filosofo, naturalmente di destra.

Pensa che l'Occidente sia in declino e che si sia imbarbarito?

Mi ha colpito l'insensibilità di tanta parte del nostro mondo, compresi governi e giornali di fronte alla tragedia di Gaza. Io, attraverso amici palestinesi ho potuto vedere ogni giorno le immagini vere di questo massacro, i volti delle vittime, le distruzioni e i bambini divorati dalla fame. Qualche volta è stato difficile prendere sonno la sera. Fatico a pensare come molti hanno detto e scritto che Israele sta difendendo la nostra civiltà. Il rischio vero è che si possa pensare di difendere il primato dell'Occidente calpestandone i valori più importanti a partire dalla difesa dei diritti umani.

Scenario futuro?

Alla fine del secolo tutto ciò che noi chiamiamo "Occidente" — noi, l'America, il Canada — sarà il 10% dell'umanità, con una media di 50 anni. Pensi che, secondo i dati di Eurostat, se l'Europa chiudesse le frontiere, come teorizzano alcuni poco lungimiranti, a fine secolo avremmo 350 milioni di abitanti nell'Unione Europea, con un'età media di 60 anni e il collasso di tutte le attività economiche, dei sistemi di welfare e pension-

Attualità

Primo Piano

istici. Diventeremmo una gigantesca RSA. Se l'Europa vuole sopravvivere, da qui a fine secolo deve integrare almeno 150 milioni di immigrati. Dunque, invece di chiudere le frontiere e respingerli, dovremmo attrarli. Altrimenti non avremo più fabbriche, né ospedali, né chi paghi i contributi delle pensioni. Eppure vincono le elezioni quelli che dicono che dobbiamo chiudere le frontiere. L'imbarbarimento è una forma di regressione, una patologia. In Italia abbiamo un governo che dice che il problema italiano è come fermare l'invasione. Ma noi non siamo invasi, dato che la popolazione residente in Italia diminuisce ogni anno di 150-180 mila abitanti, al netto delle poche migliaia che sbarcano. Fortunatamente qualcuno riesce ad arrivare altrimenti chiuderebbero tante attività economiche. D'altro canto se non ci fossero un po' di "nuovi italiani" con la pelle scura finiremmo fuori da molte delle più importanti competizioni.

Quali potenze nuove guideranno il mondo globalizzato?

Secondo Goldman Sachs, nel 2075 la prima economia del mondo sarà la Cina, la seconda l'India, gli Stati Uniti saranno terzi. Ora, non si capisce Trump se non come il riflesso di una società americana che ha paura e percepisce che il proprio primato è in declino.

Con le tensioni tra Stati Uniti, Russia e Cina, una nuova guerra non sembra improbabile.

La Russia è un Paese in declino che reagisce al proprio ridimensionamento con aggressività e guerra. La vera sfida è tra Stati Uniti e Cina. Gli Stati Uniti hanno la percezione del declino, la Cina è in ascesa. Ma per fortuna il simbolo della Cina è un muro per difendersi e non per invadere. Sono due potenze

che devono imparare a convivere in uno scenario che Kissinger definisce *MAD — Mutual Assured Destruction*, la distruzione reciproca assicurata. Una guerra porterebbe alla distruzione di entrambe.

Serve un equilibrio condiviso, un progetto di coesistenza tra modelli diversi.



Cosa cerca la Cina?

È una civiltà che chiede rispetto e ammirazione. È questa la differenza fondamentale rispetto all'ex Unione Sovietica. Il "socialismo con caratteristiche cinesi" è pensato solo per la Cina, non per il mondo. I cinesi esportano beni, infrastrutture, tecnologie, ma non ideologia. In quattromila anni di storia non hanno mai invaso altri paesi. È un'autocrazia meritocratica che affonda le sue radici in una cultura molto antica e non solo nel marxismo. Alla domanda se fosse preoccupato per l'annuncio di Trump che gli USA avrebbero invaso la Groenlandia e annesso il Canada, Xi Jinping ha risposto di non essere preoccupato, semmai "curioso". Non è solo una risposta ironica, ma anche indicativa di una cultura che è abituata ai tempi lunghi della storia e non assillata dai ritmi sincopati della comunicazione e dei social.

E l'Europa?

L'Europa rischia di finire fuori quadro. Solo se resta unita, potrà continuare a essere una grande potenza, e aspirare nel 2075 al quarto posto della classifica di Goldman Sachs che ora è previsto essere per l'Indonesia.

La mobilitazione popolare per Gaza le ha dato speranza?

Sì. L'ho vista come un segno che la coscienza civile non è morta. Nonostante la sfiducia, la capacità di indignarsi e reagire è ancora viva. Milioni di persone e soprattutto



giovani sono scesi in piazza dimostrando che la società non è del tutto anestetizzata.

Che rapporto ha con la sinistra di oggi?

Io sono una persona indipendente, non sono iscritto. Ma ho un buon rapporto con tutti. Cerco con la Fondazione e la rivista *Italianieuropei* di dare un contributo di analisi e di proposte e mantengo aperti tanti canali di dialogo con chi continua ad essere in prima linea nell'impegno politico.

Nel suo futuro c'è ancora spazio per un bell'incarico pubblico?

No. A una certa età non si vanno cercando incarichi. È anche esteticamente brutto. Ho fatto tutto ciò che volevo e non ho rimpianti. Ho fatto molto e ho conosciuto molti. Credo di essere l'unico italiano vivente che ha stretto la mano a Deng Xiaoping. Ho conosciuto Brežnev e Gorbaciov. Sono stato segretario della Federazione Giovanile Comunista con Enrico Berlinguer. Ho lavorato con Berlinguer, sono stato presidente del gruppo parlamentare, direttore di un grande giornale,

segretario del maggior partito italiano, Presidente del Consiglio, Ministro degli Esteri e presidente del Comitato di controllo sui servizi segreti. Basta così. La passione politica e la curiosità intellettuale restano così come la disponibilità a discutere e ricercare insieme.

Questa è per qualche nostalgico, che si trova sempre se tornasse indietro, al posto di Achille Occhetto, scioglierebbe così il Partito Comunista?

Sì, aveva ragione Achille Occhetto. Era giusto cambiare, assolutamente, costruire una realtà nuova dopo la fine del comunismo e costruire un pensiero nuovo.

Qui si parla di viaggi e terre meravigliose. Dove ci porterebbe?

A Capo Horn, nell'isola più a sud della Terra del Fuoco, raggiunta tra onde e correnti, e abitata da un guardiano con sua moglie, in una casa fissata al suolo con cavi d'acciaio affinché il vento, che spesso supera i cento nodi, non la porti via. A un passo dal Polo Sud, senti addosso tutti i limiti e la misura esatta della fragilità umana.

Vi. Sa.



Redazionale



INNOVAZIONE CONSULENZA VISIONE

Seléct-Italia, il modello di agenzia integrata che fa la differenza

brand in un percorso strategico che non si limita alla semplice esecuzione di campagne, ma si sviluppa attraverso una relazione duratura basata sulla crescita condivisa. Il claim "Think Digital, Create Value, Grow Together" sintetizza bene la filosofia con cui Seléct-Italia opera: pensare il digitale, trasformarlo in valore reale per il cliente, e crescere fianco a fianco.

L'agenzia si muove su diversi fronti: digital marketing, rebranding, cambio merce pubblicitario, produzioni video, social media e informazione; in più offre una linea specializzata in finanza agevolata, andando a coprire aspetti spesso trascurati da molte agenzie tradizionali. In ambito digital marketing, Seléct-Italia lavora su SEO, campagne pay per click, gestione social media, strategie contenutistiche e posizionamento online: ogni servizio è declinato in modo personalizzato secondo le esigenze del cliente. In campo video e audiovisivo, la produzione interna consente di costruire contenuti visivi professionali, pubblicitari o istituzionali, capaci di emozionare e informare, dando supporto anche alle attività di ufficio stampa o media locali.

Il servizio di cambio merce pubblicitario si inserisce come strumento originale: l'agenzia opera scambi tra beni e servizi per gestire investimenti promozionali in modo creativo e flessibile. Ma forse il ramo più distintivo di Seléct-Italia è quello della finanza agevolata: con il servizio "Seléct-Italia Radar" l'agenzia si afferma come un partner strategico che guida imprese e professionisti

nell'accesso a contributi e incentivi, identificando bandi adatti, predisponendo la documentazione e monitorando l'intero iter burocratico. In questo modo la finanza agevolata non è più un'area oscura e difficile da navigare, ma una opportunità concreta. Il modus operandi dell'agenzia è tutto interno al concetto di personalizzazione: non propone pacchetti rigidi e prefabbricati, ma progetti calibrati, modulabili, che nascono dall'ascolto e dalla diagnosi iniziale. Anche le realtà più piccole o meno abituate a investire in comunicazione vengono seguite con attenzione, con budget adeguati e scala di intervento commisurata.

L'**agenzia Seléct-Italia** nasce dalla fusione di due mondi complementari, unendo la storia radicata di Seléct di Nicolò Pecchio con l'esperienza contemporanea nel marketing di Smart Network Group. Questa sintesi è ben rappresentativa dell'identità che l'agenzia vuole incarnare: radici solide nel territorio e visione innovativa per affrontare sfide digitali complesse.

Seléct-Italia si propone come agenzia di comunicazione integrata, capace di affiancare aziende e





Seléct-Italia, operando nei settori della **grande distribuzione organizzata, agroalimentare, commercio tradizionale e online, finanziario, automotive, cultura, turismo e settore istituzionale**, ha scelto di specializzarsi in alcuni ambiti per offrire competenze verticali e profonde. Questa scelta di focalizzazione settoriale consente all'agenzia di comprendere le logiche specifiche, le dinamiche competitive e le esigenze normative tipiche dei diversi comparti. Nel settore agroalimentare ad esempio, Seléct-Italia è nata già con radici forti, grazie alla fusione con Smart Network Group, già attiva in comunicazione e marketing per aziende del food. In tal modo si è costruito un know-how distintivo sul tema della filiera, dei disciplinari, della comunicazione dei prodotti tipici, della promozione territoriale. Sul fronte del rebranding, l'agenzia lavora insieme al cliente per ridisegnare l'identità visiva, il posizionamento e il messaggio aziendale, aiutando le imprese a rinnovarsi, a comunicare meglio la propria evoluzione o a recuperare coesione comunicativa. Non si tratta solo di un restyling grafico, ma di un percorso strategico che incrocia l'immagine, il linguaggio, il tono di voce e il posizionamento competitivo. Dal punto di vista della comunicazione informativa, Seléct-Italia gestisce media e testate, redazioni, redazionali, offrendo un servizio che integra

comunicazione istituzionale e pubblicitaria. L'agenzia dispone di contatti consolidati nel panorama mediatico, grazie ai quali può offrire spazi promozionali, servizi audiovisivi, video interviste e pagine ADV, integrando l'attività digitale con visibilità mediatica. Il modo in cui l'agenzia propone collaborazioni mediali è dunque articolato: non si limita a proporre spazi, ma produce contenuti, gestisce relazioni editoriali, organizza campagne che integrano media tradizionali e canali digitali. La struttura operativa è articolata in sede legale a Varese e sede operativa nella stessa città lombarda: Piazza Motta 6 e Piazza Biroldi 20 rappresentano i poli amministrativo e operativo.

I contatti commerciali, la pec, l'iscrizione al registro delle imprese e gli altri riferimenti ufficiali sono visibili sul sito. I clienti che vogliono avviare un progetto possono semplicemente inviare una mail e fissare un appuntamento: da lì nasce la fase di analisi, proposta e pianificazione. L'agenzia agisce come consulente accanto al cliente, definendo insieme obiettivi, target, budget, strumenti e tempistiche, piuttosto che imporre soluzioni preconfezionate. Questo approccio consulenziale è fondamentale per costruire fiducia e stabilire una collaborazione duratura e proficua.

Le campagne digitali realizzate sono concepite non

come costi singoli, ma come investimenti strategici: il focus è la generazione di valore, non la mera visibilità. In molte imprese, la sfida più grande sta nella conversione di click in risultati reali: lead, vendite, conversioni, fidelizzazione. Select Italia punta invece a collegare ogni intervento comunicativo a obiettivi misurabili e a KPI precisi.

Seléct-Italia investe anche in formazione interna e aggiornamento continuo, per restare al passo con l'evoluzione del marketing digitale, con i continui cambi di algoritmo, nuove piattaforme, strumenti emergenti e trend di mercato. Nel blog aziendale l'agenzia condivide informazioni e approfondimenti su SEO, PPC, campagne social, aggiornamenti sugli algoritmi di Google, permettendo non solo di informare il pubblico ma anche di posizionarsi come esperti nel settore.

Il blog diventa strumento di reputazione, showroom di competenze, attrattore di nuovi contatti attraverso contenuti di valore. In tema di finanza agevolata, Seléct-Italia si propone come "radar" che monitora bandi e opportunità per il cliente. Il processo include l'analisi delle esigenze, la mappatura dei bandi compatibili, la selezione basata sui requisiti, la predisposizione della documentazione e la gestione integrata dell'iter fino all'erogazione dei contributi e alla rendicontazione. Questo servizio integra elementi tecnici, amministrativi e comunicativi, offrendo un ponte tra l'azienda e la complessità burocratica. In questo contesto la competenza e l'affidabilità dell'agenzia diventano determinanti, perché gli errori procedurali possono compromettere l'esito delle domande.

La reputazione di Seléct-Italia in questo campo si fonda sulla trasparenza e sulla precisione, con l'obiettivo di trasformare ogni agevolazione in uno strumento concreto di sviluppo. Il posizionamento geografico e settoriale dell'agenzia la rende interlocutore privilegiato per realtà aziendali meridionali, ma la sua apertura nazionale consente di allacciare rapporti con imprese in tutta Italia. L'esperienza nei settori agroalimentare, GDO, automotive, turismo e istituzionale le consente di muoversi con agilità tra esigenze diverse, modulando competenze e strategie.

Un cliente del settore agroalimentare, per esempio, può beneficiare dell'esperienza che Seléct-Italia ha maturato proprio in quel campo, ottenendo campagne più mirate e aderenti al vocabolario del cibo e del territorio. Le imprese del commercio on line trovano in Seléct-Italia un partner capace di gestire campagne PPC, strategie

e-commerce, social media avanzati, remarketing e funnel integrati. L'attenzione al cliente non si esaurisce con la consegna della campagna, bensì si protrae con report dettagliati, monitoraggio, analisi dei risultati e proposte di aggiustamento. L'agenzia, infatti, ritiene necessario che ogni progetto evolva nel tempo in un processo iterativo di miglioramento continuo. Le dinamiche competitive impongono di non accontentarsi di risultati statici, ma di ridefinire strategie in base ai dati raccolti, alle performance e al feedback del cliente. Nel panorama delle agenzie italiane, Seléct-Italia si distingue per la capacità di unire consulenza strategica, servizi tecnologici e capacità operativa interna, evitando di delegare gran parte del lavoro a subfornitori esterni.

Questo modello integrato le permette di garantire coerenza, qualità e tempi certi.

L'obiettivo ambizioso è posizionarsi non solo come fornitore di campagne, ma come partner di trasformazione digitale e crescita aziendale per ogni cliente che sceglie di affidarsi a lei.

Selezionare Seléct-Italia significa puntare su un'agenzia che ascolta, consiglia, esegue e affianca, capace di tradurre le sfide delle imprese in strategie e soluzioni concrete, con l'obiettivo di generare valore, impatto e crescita sostenibile nel tempo.

**“ THINK DIGITAL,
CREATE VALUE,
GROW TOGETHER**

www.select-italia.it



Attualità

il Focus

TRUMP figlio dell'Interregno



di **Greta Cristini**
Esperta di geopolitica



L'egemonia statunitense, consolidatasi dopo la vittoria nella Guerra Fredda e fondata sulla supremazia militare, sulla globalizzazione basata sulla

primazia del dollaro e sul sistema di alleanze NATO-centrico, è finita. Dentro una struttura di potere che ha perso la sua capacità, e forse volontà, di plasmare il mondo a sua immagine e somiglianza si muove l'amministrazione Trump. Minor *soft power* e *moral suasion*, dunque. Maggior

disimpegno, coercizione, transazione. Soffermarsi sulla schizofrenia della politica estera scritta a caratteri maiuscoli su un post di *Truth* da parte di The Donald è guardare il dito. Distinguere il deficit di potenza organico dell'Impero americano insieme al declino del sistema internazionale "basato sulle regole" è vedere la luna indicata dalla geopolitica. Nel cuore di Washington convivono anime strategiche diverse di cui Donald Trump prova a fare la sintesi in base a scelte congiunturali. Lo zoccolo duro che governa la Casa Bianca fa capo al vicepresidente J.D. Vance. È quello dell'America First, non isolazionista, ma "*re-strainer*". Ritiene necessario e inevitabile un contenimento strategico all'emisfero occidentale, un ripiego sul continente nordamericano e un focus sulle minacce securitarie che impattano l'ordine pubblico domestico, dalla crisi migratoria alla frontiera meridionale col Messico, fino alla battaglia culturale con the *enemy from within*, la deriva socio-politica del movimento *woke*.

Ma gli apparati del potere, dal Pentagono al Dipartimento di Stato, sono puntellati anche da altre sensibilità. Qualche esempio. Il Segretario di Stato Marco Rubio appartiene alla residuale cornice diplomatica più tradizionale dei neocon 2.0, ovvero quelli coscienti di non poter tornare al vecchio paradigma di invincibilità e responsabilità ordinatrice per superiorità morale della fu "Città nella Collina". Il Sottosegretario alla Difesa per la Politica Elbridge Colby incarna la visione dei *China prioritizer*, ovvero coloro che, data la limitatezza delle risorse statunitensi, spingono per un riorientamento della postura difensiva americana principalmente verso la competizione in Indo-Pacifico con Pechino. Senza dimenticare il circolo dei consiglieri economici del presidente — dal Segretario al Tesoro Scott Bessent a quello al Commercio Howard Lutnick — focalizzati sulla cautela fiscale, sulla riduz-

ione del debito tramite rinegoziazione di accordi e dazi, sulla reindustrializzazione degli Stati Uniti e sul contrasto alla dipendenza da rivali come la Cina nelle catene del valore strategiche, dai semiconduttori alle terre rare. Pretendere dal presidente un metodo prevedibile, coerente e rassicurante nel definire la strategia americana è forse troppo ottimistico. L'unica guida nel disordine mondiale sembra essere, per questa Casa Bianca, il riconoscimento della legittimità delle sfere di influenza. Almeno per ora. Al di là della boutade leaderistica che dipinge un Trump intento a inseguire il Nobel, l'obiettivo di ottenere "pace attraverso la forza", dall'Europa al Medio Oriente, è impraticabile. In una fase in cui gli Stati Uniti perdono credibilità per l'erosione del loro potere di deterrenza, l'attuale amministrazione non può che agire in modo reattivo, incapace di governare la politica estera con visione proattiva. L'erraticità delle dichiarazioni di Trump è il prodotto di una potenza in declino, che fatica a gestire crisi e guerre. Oggi qualsiasi amministrazione USA può solo rispondere tatticamente, senza grandi strategie. Dopo Trump non emergerà un presidente capace di ricostruire un ordine globale occidentale stabile e condiviso. Manca la volontà interna di imporsi e, all'esterno, la percezione della forza americana. Le alleanze sono fragili, basate su interessi più che valori, e gli impegni sono incerti. Intanto Pechino consolida hard e soft power, e attori regionali come Arabia Saudita, India e Turchia approfittano dello scontro tra egemonie per diversificare le proprie intese. Ancora lucido ma sanguinante, il sistema americano prova a prendere tempo. Tregue, bracci di ferro, cessate-il-fuoco, accordi. In vista di una ricostituzione? Per evitare di rivelare il bluff dell'insolvibilità? Non lo sappiamo. È l'interregno in cui viviamo, e Trump ne è l'espressione più compiuta.

Redazionale

open fiber

OPEN FIBER la rivoluzione digitale che trasforma l'Italia

Open Fiber è oggi uno dei principali protagonisti della trasformazione digitale italiana ed europea. La sua storia recente racconta di un'azienda giovane, fondata nel 2017 dalla fusione di Enel Open Fiber e Metroweb, ma già capace di imporsi come attore strategico nella costruzione di un'Italia connessa, competitiva e sostenibile. A controllarla è Open Fiber Holdings, partecipata da Cdp Equity per il 60% e da Macquarie Asset Management per il restante 40%, due realtà finanziarie che ne garantiscono solidità e visione di lungo periodo.

L'obiettivo che anima Open Fiber sin dall'inizio è semplice quanto ambizioso: portare una rete di comunicazione elettronica in fibra ottica ad altissima velocità, capace di superare 1 Gigabit al secondo, in tutto il territorio nazionale, riducendo così il divario digitale che ancora separa l'Italia dal resto d'Europa. Questa missione non è isolata, ma perfettamente in linea con il Digital Compass 2030 dell'Unione Europea, che prevede entro la fine del decennio l'accesso a reti fisse a 1 Gbps e al 5G in tutte le aree popolate.

Il Governo italiano ha accolto questa sfida lanciando il piano Italia 1 Giga, che mira a garantire entro il 2026 connessioni da almeno 1 Gbps in download e 200 Mbps in upload ovunque nel Paese. Open Fiber è tra i protagonisti più determinati di questo percorso, contribuendo con un piano industriale che unisce investimenti privati e pubblici per un valore complessivo di circa 16 miliardi di euro, nove dei quali già impiegati tra il 2017 e il 2024, e altri sette programmati entro il 2031.

Uno degli aspetti distintivi di Open Fiber è il suo modello di business "wholesale only". L'azienda non vende direttamente servizi ai clienti finali, ma mette la sua rete a disposizione di tutti gli operatori di telecomunicazioni interessati, a parità di condizioni. Questa scelta garantisce trasparenza, concorrenza e pluralità di offerta per cittadini e imprese, evitando monopoli di fatto e incentivando l'innovazione.

Ad oggi, sono oltre 300 gli operatori nazionali e internazionali che hanno stretto accordi commerciali con

ANCORA ALL'ETÀ DEL RAME?
**ENTRA NELL'ERA
DELLA FIBRA.**

Scopri come su openfiber.it

open fiber
La rete che trasforma l'Italia

Open Fiber per sfruttare la sua rete ultrabroadband. Ciò significa che dietro le connessioni sempre più performanti offerte dai principali provider italiani, spesso c'è la rete FTTH (Fiber To The Home) di Open Fiber, silenziosa ma fondamentale infrastruttura portante del sistema.

Open Fiber non concentra i propri sforzi esclusivamente sui grandi centri urbani, ma punta a una copertura capillare. L'Italia, per ragioni di politica industriale ed europea, è stata suddivisa in aree nere, bianche e grigie, a seconda del livello di concorrenza e interesse del mercato. In tutte queste fasce, Open Fiber è protagonista.

Nelle aree nere, cioè i principali centri urbani, l'azienda ha investito oltre 4 miliardi di euro, cablando in FTTH 240 città di grandi e medie dimensioni.

Nelle aree bianche, le zone rurali e periferiche dove gli operatori privati non avevano manifestato interesse a investire, Open Fiber si è aggiudicata tutte e tre le gare Infratel, realizzando una rete a banda ultra larga di proprietà pubblica che gestirà in concessione per vent'anni. Qui il lavoro è titanico: oltre 6.000 comuni interessati, più di 6 milioni di unità immobiliari cablate e circa 5.400-5.900 comuni già completati a marzo-settembre 2025.

Nelle aree grigie, dove è presente un solo operatore di rete, Open Fiber si è aggiudicata otto lotti dei bandi pubblici per cablare 3.881 comuni in nove regioni italiane, dalla Lombardia alla Sicilia.

Il risultato di questa strategia è imponente: al marzo-settembre 2025, Open Fiber ha reso disponibili connessioni FTTH per oltre 14,7-15,3 milioni di unità immobiliari, confermandosi il principale operatore italiano e uno dei leader europei in questa tecnologia.

La rete ultraveloce di Open Fiber è basata interamente sulla tecnologia Fiber To The Home (FTTH), in cui la fibra ottica raggiunge direttamente case, uffici e aziende senza tratti in rame. Questo con-

sente di superare definitivamente i limiti delle connessioni ADSL o miste fibra-rame (FTTC).

Con la FTTH le prestazioni sono massime: velocità fino a 10 Gbps, affidabilità superiore, minori costi di manutenzione e, soprattutto, predisposizione a supportare le tecnologie future. La rete FTTH è l'unica ad aver ricevuto dall'Agcom il bollino verde come "vera fibra".

Non è solo una questione di velocità. La fibra ottica rende le connessioni stabili anche in presenza di grandi flussi di traffico, come una superstrada a cento corsie che elimina gli ingorghi digitali. È la tecnologia che consente lo sviluppo della telemedicina, dello smart working, del cloud computing, delle smart city e della domotica avanzata. In altre parole, è la base della vita contemporanea e delle sfide di domani.



Le ricadute di questa infrastruttura sono evidenti a più livelli. Per i cittadini, la fibra ottica significa accedere ai servizi digitali della Pubblica Amministrazione, gestire in modo semplice il fascicolo sanitario elettronico, utilizzare appieno la telemedicina, lavorare e studiare da remoto, guardare contenuti in streaming e giocare online con prestazioni ottimali.

Per le imprese, la fibra è strumento di competitività: consente di digitalizzare i processi, archiviare dati in

cloud, innovare i modelli produttivi, sviluppare l'e-commerce e l'export, sostenere smart working e telelavoro. È una leva che abbatta barriere geografiche e mette le aziende italiane sullo stesso piano di quelle europee. Per la Pubblica Amministrazione, la connettività FTTH apre scenari di smart city: controllo elettronico degli accessi, gestione dei flussi di traffico, mobilità sostenibile, ricarica dei veicoli elettrici, videosorveglianza e monitoraggio ambientale. Non solo: digitalizzazione dei servizi turistici e culturali, fatturazione elettronica, servizi online tramite SPID e CIE.

Il piano di Open Fiber non è solo infrastruttura, ma anche economia reale. Ogni giorno, circa 10.000 persone tra personale diretto e indotto lavorano nei cantieri e nelle attività dell'azienda. Le opere di cablaggio generano occupazione diffusa in tutte le regioni italiane, stimolando filiere locali, imprese specializzate e professionisti.

Un investimento complessivo di 16 miliardi di euro significa non solo connettività, ma anche sviluppo industriale, posti di lavoro e competenze nuove che restano sul territorio.

Open Fiber non è solo un operatore tecnologico, ma una realtà che integra nel proprio DNA la sostenibilità. Dal 2021 pubblica un Report di Sostenibilità che racconta l'impegno su temi ambientali, sociali e di governance (ESG).

Nel 2023 ha approvato un ambizioso Net Zero Plan, con l'obiettivo di azzerare le emissioni nette entro il 2040, anticipando di dieci anni i target europei. Già dal 2022 l'azienda utilizza al 100% energia elettrica da fonti rinnovabili.

La Strategia di Sostenibilità, avviata nel 2024, si articola in pilastri che associano obiettivi concreti a piani di azione. Non è un impegno generico, ma una roadmap precisa.

L'ingresso nel Global Compact delle Nazioni Unite nel 2024 ha rafforzato la dimensione internazionale dell'impegno, mentre le certificazioni ESG ottenute – tra cui la prestigiosa certificazione SGS, prima in Italia – testimoniano la serietà del percorso.

Open Fiber guarda al futuro con la consapevolezza che la fibra ottica è la spina dorsale della società digitale. Con velocità fino a 10 Gbps e una tecnologia "future proof", la rete è già pronta a supportare intelligenza artificiale, Internet of Things, 5G e smart city diffuse.

La qualità dell'offerta formativa è rafforzata

dalla collaborazione con università, centri di ricerca e aziende innovative, in un ecosistema che punta a fare dell'Italia un laboratorio europeo di digitalizzazione.

La storia di Open Fiber è la dimostrazione che anche in Italia è possibile unire visione industriale, capacità tecnologica e sostenibilità ambientale e sociale. In meno di un decennio, l'azienda ha costruito la più grande rete FTTH del Paese, tra le principali in Europa, con un modello inclusivo che abbraccia città e aree rurali, garantendo pari opportunità di accesso al digitale.

Il futuro della Calabria, della Sicilia, del Piemonte o della Lombardia passa anche da qui: dalla possibilità di studiare online, di lavorare da remoto, di fare impresa globale restando in un borgo di montagna, di monitorare i consumi e ridurre l'impatto ambientale.

Open Fiber non è semplicemente un operatore di telecomunicazioni. È un attore che contribuisce a trasformare la società, a ridurre i divari, a dare sostanza all'articolo 3 della Costituzione, là dove parla di uguaglianza sostanziale e di rimozione degli ostacoli.

Con i suoi cantieri, i suoi investimenti e il suo impegno etico, Open Fiber porta l'Italia più vicina a un futuro in cui la connettività non è più un privilegio, ma un diritto di cittadinanza.

**“ SELECT ITALIA,
IL MODELLO DI AGENZIA
INTEGRATA CHE FA
LA DIFFERENZA ”**





Redazionale

IL PIÙ GRANDE EVENTO DI BIRRA IN ITALIA

L'OKTOBERFEST CALABRIA è riconosciuto come il **più grande evento italiano dedicato alla birra**, un fenomeno nazionale che cattura l'essenza dell'atmosfera bavarese e la unisce all'ospitalità calabrese. In appena sei edizioni, è diventato un appuntamento fisso e imperdibile, attirando centinaia di migliaia di visitatori provenienti da ogni regione d'Italia — mai come quest'anno, infatti, la partecipazione ha avuto una diffusione davvero nazionale. Il successo deriva dalla sua formula unica che fonde **tradizione e modernità**, offrendo intrattenimento di qualità, un'organizzazione impeccabile, e promuovendo la cultura della birra e la socialità. Il 2025 ha visto la **sesta edizione**, che è stata un'ulteriore occasione per vivere serate di divertimento e convivialità in una location sempre più curata e strutturata.

I NUMERI DI UN SUCCESSO IMPRESSIONANTE

L'Oktoberfest Calabria rappresenta un caso di crescita esemplare nel panorama degli eventi nazionali.

I dati delle prime sei edizioni ne evidenziano la portata:

- Oltre **1.300.000** presenze complessive, con una media di oltre 200.000 visitatori all'anno.
- **397.000** litri di birra spillati, selezionata tra le migliori marche tedesche.
- **396.000** pasti serviti.
- **510** sponsor coinvolti, tra aziende locali, nazionali e marchi internazionali.

Questi risultati sono frutto di una chiara visione imprenditoriale e di un'organizzazione meticolosa che gestisce efficacemente ogni aspetto, dalla logistica alla comunicazione, dall'intrattenimento alla sicurezza.

LOCATION E ATMOSFERA AUTENTICA

Il cuore pulsante della manifestazione è una grande **tendostruttura** allestita per ricreare l'autentica atmosfera dell'Oktoberfest. Progettata per garantire comfort e sicurezza in ogni condizione, la struttura accoglie ogni sera migliaia di persone in un ambiente festoso e ordinato. Gli spazi interni sono ottimizzati per l'esperienza del pubblico, includendo ampie aree con tavoli e panche in stile bavarese, punti spillatura distribuiti strategicamente, un palco per la musica dal vivo e un'ambientazione tematica curata in ogni dettaglio per evocare fedelmente le celebrazioni di Monaco.

L'EDIZIONE 2025: APPUNTAMENTO NAZIONALE

L'evento ha ormai superato i confini regionali, attirando comitive e visitatori da tutte le regioni italiane, da Nord a Sud. A riprova della sua importanza, quest'anno è stata attuata una **campagna pubblicitaria a livello nazionale**, inclusa la diffusione dello spot ufficiale sulle reti Mediaset, aumentando ulteriormente la sua risonanza.

INTRATTENIMENTO E PROGRAMMAZIONE

Ogni sera è stata caratterizzata da una **programmazione musicale ricca e varia**. Il palco ha ospitato band dal vivo che alternano le tradizionali note bavaresi con brani contemporanei, creando un clima di festa autentico e coinvolgente. Il format collaudato ha previsto spettacoli, momenti di animazione e brindisi collettivi, scandendo il ritmo della manifestazione.

LE DOMENICHE: APERTURA DIURNA E FAMILIARE

Un apprezzato elemento di differenziazione è stata l'**apertura continuata nelle giornate di domenica, dalle 12:00 alle 23:00**. Questa opzione diurna ha permesso a famiglie e gruppi di amici di vivere l'evento in un'atmosfera più rilassata e accessibile, mantenendo lo stesso calore e l'intensità delle serate, ma in una dimensione più distesa. In particolare, durante il Family Day, grande successo ha riscosso la zona dedicata ai giochi per bambini, arricchita da attività di animazione e intrattenimento pensate appositamente per i più piccoli, rendendo l'esperienza davvero a misura di famiglia.

ACCESSIBILITÀ E INCLUSIONE

L'Oktoberfest Calabria è stato progettato per essere un evento **accessibile a tutti**: giovani, adulti, famiglie e appassionati della cultura birraria. L'organizzazione ha garantito orari ampi, strutture comode, accessi facilitati e personale dedicato, promuovendo un clima sereno, sicuro e rispettoso che unisce diverse generazioni in un'unica grande festa.

IMPATTO ECONOMICO E OPPORTUNITÀ TERRITORIALI

L'evento funge da cruciale **piattaforma di visibilità e crescita economica** per le imprese. I 510 sponsor delle scorse edizioni confermano il suo valore.

Durante il periodo della manifestazione, si registrano benefici significativi per il territorio:

- **Strutture ricettive** con alta occupazione.
- **Attività commerciali** con incrementi di vendita.
- **Aziende sponsor** con opportunità di promozione diretta e visibilità sui canali dell'evento.

L'afflusso di pubblico da tutta Italia rappresenta un'occasione unica per valorizzare il territorio calabrese, presentandolo come dinamico e capace di ospitare grandi eventi.

UN CENNO ALLA STORIA E ALLA TRADIZIONE

Tra le eccellenze protagoniste, la birra Paulaner merita una menzione speciale: la sua storia, legata alla ricetta originaria dei monaci "di Paola", rappresenta un ponte simbolico tra la tradizione birraria e la cultura del territorio calabrese. Un legame che, in futuro, potrà essere approfondito e celebrato in modo dedicato, a testimonianza dell'autenticità e del valore storico-geografico dell'evento.

In conclusione, **L'OKTOBERFEST CALABRIA** si è rapidamente affermato come punto di riferimento nazionale, frutto di passione e determinazione nel fornire un'esperienza autentica e di alta qualità, trasformando l'evento in una solida tradizione moderna.

Attualità

Politica



Avremmo voluto incontrare il Presidente Schifani nel suo studio di Palazzo d'Orléans, tra documenti e mappe di una Sicilia in trasformazione. Gli impegni istituzionali non lo hanno reso possibile, il nostro è quindi un dialogo a distanza, che tuttavia conserva intatta la voce e la misura di Renato Schifani - presidente pragmatico, ma anche profondamente legato alla sua Terra. Parla della Sicilia con il tono pacato di chi la conosce e la vive ogni giorno: un'Isola che è insieme ponte e frontiera, luogo di straordinaria complessità e bellezza.

Con lui abbiamo discusso del rapporto con la sua terra, delle sfide che lo attendono e di quelle che lo accompagnano quotidianamente. Di sostenibilità, sviluppo e crescita, ma anche di arretratezza, carenza d'acqua e spopolamento.

IL PRESIDENTE SCHIFANI «BUROCRAZIA SEMPLIFICATA E LOTTA ALLA SICCIÀ. MA LA MIA SICILIA DI MASCHERE E BELLEZZE DEVE E PUÒ CRESCERE ANCORA»

di **Fernanda Perri**



Presidente, la Regione Siciliana mostra continui e importanti segnali di crescita riconosciuti da tutti gli osservatori.

«Proprio così. Nel 2023, l'incremento del Pil è stato del +2,1% (il doppio rispetto al dato nazionale) e nel 2024 del +1,3%, sempre il doppio della media italiana, secondo i dati di Bankitalia e Istat. Anche l'occupazione ha registrato un forte aumento: nel 2024 è cresciuta del 4,6%, tre volte più della media nazionale e ben al di sopra di quella del Mezzogiorno. Ultimamente anche Unioncamere ha certificato i robusti segnali di ripresa economica e sviluppo, con un aumento delle imprese superiore alla media nazionale.» **Una Sicilia che cresce, quindi?** «Sì grazie anche al sistema del credito che ha dato un con-

tributo rilevante: Irfis, la nostra finanziaria, negli ultimi tre anni, ha immesso sul territorio oltre un miliardo di euro a sostegno di imprese e famiglie, attraverso mutui, credito al consumo, contributi e investimenti per le Pmi.» **Migliorano anche i conti pubblici.** «Abbiamo migliorato sensibilmente la nostra situazione finanziaria. Tra il 2023 e il 2024, grazie a entrate tributarie extra di oltre 5 miliardi, il bilancio è migliorato di 6,2 miliardi di euro: di questi, oltre 4 sono serviti ad azzerare il disavanzo del 2022, mentre 2,15 miliardi rappresentano l'avanzo registrato al 31 dicembre 2024. Il miglioramento complessivo dei conti e della solidità economica ha portato le principali agenzie internazionali di rating ad aumentare la valutazione sulla Sicilia, riconoscendole

una maggiore credibilità finanziaria sui mercati.» **Più volte ha richiamato i dirigenti a una maggiore efficienza, sostituendo chi non ha raggiunto gli obiettivi e coinvolgendo specialisti nella gestione dei progetti.** «Il mio compito è garantire che le risorse disponibili diventino risultati concreti per i cittadini. Non mi accontento di un'economia che migliora, voglio una Sicilia che si rinnova anche nel modo di pensarsi.»

Tra i fronti più delicati, quello dell'acqua, la siccità è una sfida che mette a dura prova la Sicilia.

«La siccità è una ferita profonda. Non è solo un'emergenza, ma una questione culturale, dobbiamo imparare a trattare l'acqua come un bene prezioso, da gestire con intelligenza.» **Il governo regionale in 18 mesi ha stanziato oltre 200 milioni di euro per interventi strategici nel settore idrico.** «Come governo abbiamo reagito con urgenza all'emergenza: potenziamento di pozzi e sorgenti oltre a nuovi pozzi, rifacimento di condotte ed eliminazione delle perdite, grazie ai quali siamo già riusciti a recuperare oltre 2.500 litri di acqua in più al secondo. Abbiamo attivato anche tre dissalatori a Gela, Porto Empedocle e Trapani che rappresentano un tassello inserito in un'ottica di sistema insieme agli altri interventi emergenziali realizzati nell'ultimo anno. Ma soprattutto abbiamo messo in campo una visione di lungo periodo, che unisca efficienza e sostenibilità. Il nostro obiettivo è garantire sicurezza idrica oggi e per le prossime generazioni.»

Un altro elemento importante del mosaico siciliano riguarda le isole minori.

«Le isole minori sono la Sicilia nella sua forma più pura, ma perché restino vive servono servizi, scuole, collegamenti, opportunità per chi decide di restare. Non devono essere solo luoghi da visitare, ma luoghi da abitare.» **Il recente decreto approvato dal Consiglio dei ministri, reso possibile dallo statuto speciale della Regione, introduce esenzioni e agevolazioni fiscali per chi sceglie di trasferirsi o investire in questi territori. Si tratta di una misura pensata per contrastare lo spopolamento e dare nuovo slancio alle economie locali.** «Questa norma fiscale va proprio in quella direzione: rendere possibile una vita piena, non solo stagionale. È un segnale di fiducia verso chi sceglie di investire in Sicilia.»

Lei parla spesso, come abbiamo visto, di percorso e di cambiamento, temi che rimandano all'idea di cammino. Quando viaggia per lavoro, anche solo per brevi spostamenti, che significato ha per lei quel tempo sospeso, lontano dagli uffici e dagli impegni quotidiani?

«Lo considero un momento prezioso. Quando viaggio

ho la possibilità di riflettere, di mettere ordine nei pensieri. Mi piace osservare la Sicilia dall'alto, vedere come cambia il paesaggio, ricordarmi di quanto sia unica.

E poi, ogni volta che mi sposto, cerco di ascoltare e di parlare con le persone, con chi vive davvero la realtà dei territori. È lì che si misura la distanza tra le carte e la vita.»

Parla spesso di consapevolezza, di un'identità che la Sicilia deve riscoprire per poter crescere davvero. Se dovesse raccontare questo cammino come un viaggio, quale sarebbe la tappa che ancora manca all'isola per compiersi fino in fondo?

«Credo che il viaggio più importante sia quello verso la fiducia. Noi siciliani dobbiamo imparare a credere di più in noi stessi, nelle nostre capacità, nella forza delle nostre radici. Abbiamo un patrimonio umano e culturale straordinario, ma spesso ci lasciamo frenare dal dubbio o dalla rassegnazione. Io credo in una Sicilia che non si nasconde dietro le difficoltà, ma che le affronta con orgoglio e determinazione.»

Quando gli chiediamo se esiste un luogo dell'Isola che consideri un rifugio, non ha dubbi, «è Marettimo, nelle Egadi, dice, è il mio luogo dell'anima», racconta ancora con un sorriso. «Lì il tempo si ferma, per me e per mia moglie.

Tutto rallenta, la natura detta i suoi ritmi e tu impari ad ascoltarla. Ogni volta che torniamo a Marettimo ritroviamo l'equilibrio, quella misura delle cose che spesso la vita pubblica tende a farti perdere.»

La conversazione torna di nuovo sulla politica e allora è naturale citare il *vicino* di casa Roberto Occhiuto e la sua recente riconferma alla guida della Calabria, dopo le dimissioni e la ricandidatura. Il Presidente non si sottrae alla riflessione e affronta il tema «Ogni decisione personale va rispettata», osserva «In politica la trasparenza e il rispetto delle regole democratiche devono venire prima di tutto.

Sono sempre i cittadini a giudicare se un presidente ha lavorato bene e il risultato di Occhiuto dimostra che la fiducia, quando è meritata, viene premiata.» Ringraziamo il presidente Schifani per la disponibilità e per le sue parole.

Attraverso il suo sguardo, la Sicilia appare come un'isola che si osserva e si interroga, capace di convivere con i propri contrasti e di trasformarli in opportunità.

Concludiamo chiedendogli quale lettura lo accompagna in questo periodo, nei momenti di quiete dopo gli impegni istituzionali. «In questo periodo ho scelto *Il re di Girgenti* di Andrea Camilleri, nel centenario della sua nascita - ci racconta. - È un romanzo che parla di una Sicilia dove la maschera spesso conta più della verità, un tema caro a Pirandello e, purtroppo, ancora attuale.»

Territori e Viaggi

Un giorno a...

DAL BAROCCO AI NUOVI VOLI LA SFIDA DI COMISO

Con i piedi per terra e con la testa in un sogno
la sindaca **Maria Rita Schembari** guida la rinascita

Dal 1° novembre l'aeroporto di Comiso è tornato a collegarsi stabilmente con Roma e Milano grazie alla continuità territoriale, vinta dalla compagnia Aeroitalia. Una notizia che ridisegna la mappa della mobilità per tutto il Sud-Est siciliano e che accompagnerà le festività di fine anno, rendendo ancora più semplice viaggiare per studenti, famiglie e professionisti. Ne abbiamo parlato con Maria Rita Schembari, sindaca di Comiso e presidente del Libero Consorzio comunale di Ragusa, la prima donna a guidare la città e una delle poche amministrate ad aver raggiunto un ruolo così centrale nel panorama politico locale.

Un aeroporto "a misura d'uomo"

«Comiso è uno scalo strategico – spiega Schembari – perché serve una delle aree economicamente più dinamiche della Sicilia. La provincia di Ragusa e tutto il Val di Noto sono un modello di sviluppo. Imprenditori, studenti, famiglie hanno bisogno di collegamenti rapidi con gli hub nazionali, Milano Linate e Roma Fiumicino. Ma la vera forza di Comiso è la sua dimensione: uno scalo più raccolto, meno caotico di Catania, in cui i viaggiatori si muovono con semplicità. Un aeroporto davvero a misura d'uomo».

Barocco, Montalbano e patrimonio UNESCO

Il rilancio dello scalo non è solo una questione di logistica. La sindaca lega la sua importanza al peso culturale e turistico del territorio: «Il **barocco del Val di Noto**, nato dalla ricostruzione dopo il terremoto del 1693, è un patrimonio che attrae visitatori da tutto il mondo. La pietra di Comiso, gli architetti e gli ingegneri di allora hanno ridisegnato città e monumenti che oggi l'Unesco tutela. E poi c'è l'effetto Montalbano: la serie televisiva ha por-



tato alla ribalta i nostri paesaggi urbani e naturali, da Ragusa Ibla a Scicli, da Modica a Punta Secca. Comiso, al centro di quest'area, è la porta ideale per scoprire il Sud Est siciliano».

Giovani, università e nuove opportunità

Schembari insiste sull'impatto sociale della continuità territoriale: «Molti giovani lasciano la Sicilia per studiare al Nord. La garanzia di prezzi fissi e bagagli inclusi nei voli di continuità territoriale significa poter tornare a casa senza l'incubo dei costi esorbitanti nei periodi festivi. Allo stesso tempo, il polo universitario di Ragusa – con corsi di lingue, agraria, economia ed educazione fisica – può attrarre studenti da altre regioni. Il nostro territorio offre qualità della vita, clima mite, mare a pochi minuti dalla città e una tradizione gastronomica riconosciuta dall'Unesco con la dieta mediterranea.



Perché non far diventare l'intero territorio ragusano una meta anche per la formazione accademica?».

Donne e politica: pragmatismo, visione e complicità in famiglia

Prima donna sindaco di Comiso e seconda presidente della provincia, Schembari riflette sul ruolo femminile: «Più che i pregiudizi maschili pesa l'autocensura delle donne, la convinzione di non farcela a conciliare lavoro, famiglia e impegno politico. Io ho avuto la fortuna di un compagno che mi ha sostenuta e incoraggiata. Credo che per una donna in politica sia fondamentale avere accanto un partner paziente, che sappia comprendere le esigenze di chi sceglie un percorso pubblico e non si soffermi su dettagli della quotidianità domestica. In politica, le donne portano **pragmatismo, determinazione e concretezza**. Ci muoviamo con i piedi per terra ma con la testa in un sogno che vogliamo realizzare». Tra i progetti concreti, l'amministrazione ha attivato nuovi fondi per aprire **85 posti in più di asilo nido**, un aiuto concreto alle madri che vogliono lavorare e partecipare alla vita pubblica.

Dalla cattedra al municipio

Prima di diventare sindaca, Schembari è stata docente di lettere: «Il mio modo di amministrare viene molto dall'esperienza in classe. Cerco sempre di spiegare ai cittadini la ratio delle decisioni, come facevo con gli studenti. La scuola mi ha insegnato l'ascolto e il confronto. E i grandi autori che ho studiato restano fari: da Dante, che condanna l'ignavia, a Guicciardini, con la sua visione politica lucida e concreta».

Strade, aeroporto e il ponte sullo Stretto

Il tema delle infrastrutture è inevitabile. Sulle strade tra Ragusa e Catania, la sindaca sottolinea che i cantieri sono finalmente aperti dopo anni di attese. Sul discusso ponte sullo Stretto, non ha dubbi: «Come mi disse un mio professore, quando si parlava dell'aeroporto di Comiso: se c'è l'aeroporto, arriveranno anche le strade. Così sarà per il ponte: non è un'opera isolata, ma un volano che porterà sviluppo ferroviario, stradale ed economico. La Sicilia ha la vocazione naturale di piattaforma del Mediterraneo, ora deve incarnarla davvero».

Fe. Pe.



CONTINUITÀ TERRITORIALE

QUANDO E DOVE SI APPLICA

- Dal 1° novembre 2025
- Tratte: Comiso – Roma Fiumicino e Comiso – Milano Linate (andata e ritorno)
- Valida solo per residenti in Sicilia

CHI PUÒ USUFRUIRNE

- Tutti i residenti in Sicilia
- Sconti aggiuntivi per:
 - Bambini 2–12 anni ➔ -30%
 - Studenti ➔ -10%
 - Pensionati ➔ -10%
 - Viaggiatori per motivi di salute ➔ -10%

DOCUMENTI RICHIESTI

- Acquisto biglietto: autocertificazione residenza
- Check-in / Imbarco:
 - Carta d'identità (o carta di soggiorno UE) con residenza in Sicilia
 - In caso di sconti speciali:
 - Tessera studente
 - Certificazione pensione
 - Prenotazione ospedaliera o foglio di dimissioni

Se i documenti non corrispondono, il biglietto agevolato non sarà valido ➔ sarà necessario acquistare un nuovo biglietto ordinario.

COSA INCLUDE LA TARIFFA

- 1 bagaglio a mano (10 kg – 55x40x20 cm)
- 1 zaino (40x30x20 cm)
- 1 bagaglio da stiva (23 kg)
- Check-in in aeroporto incluso
- Check-in online da 24h prima della partenza
- Neonati (0–2 anni senza posto a sedere) ➔ gratis

REGOLE DELLA TARIFFA

- Non rimborsabile
- Cambio data ➔ gratis fino a 3 ore prima
- Cambio nome ➔ fino a 3 ore prima (art. 3.3.3)
- Non si possono acquistare insieme biglietti agevolati e non agevolati

MODALITÀ DI ACQUISTO

- sito www.aeroitalia.com
- app
- agenzie di viaggio registrate



Territori e Viaggi

Un giorno a...

GARBATELLA

la Roma che sorprende



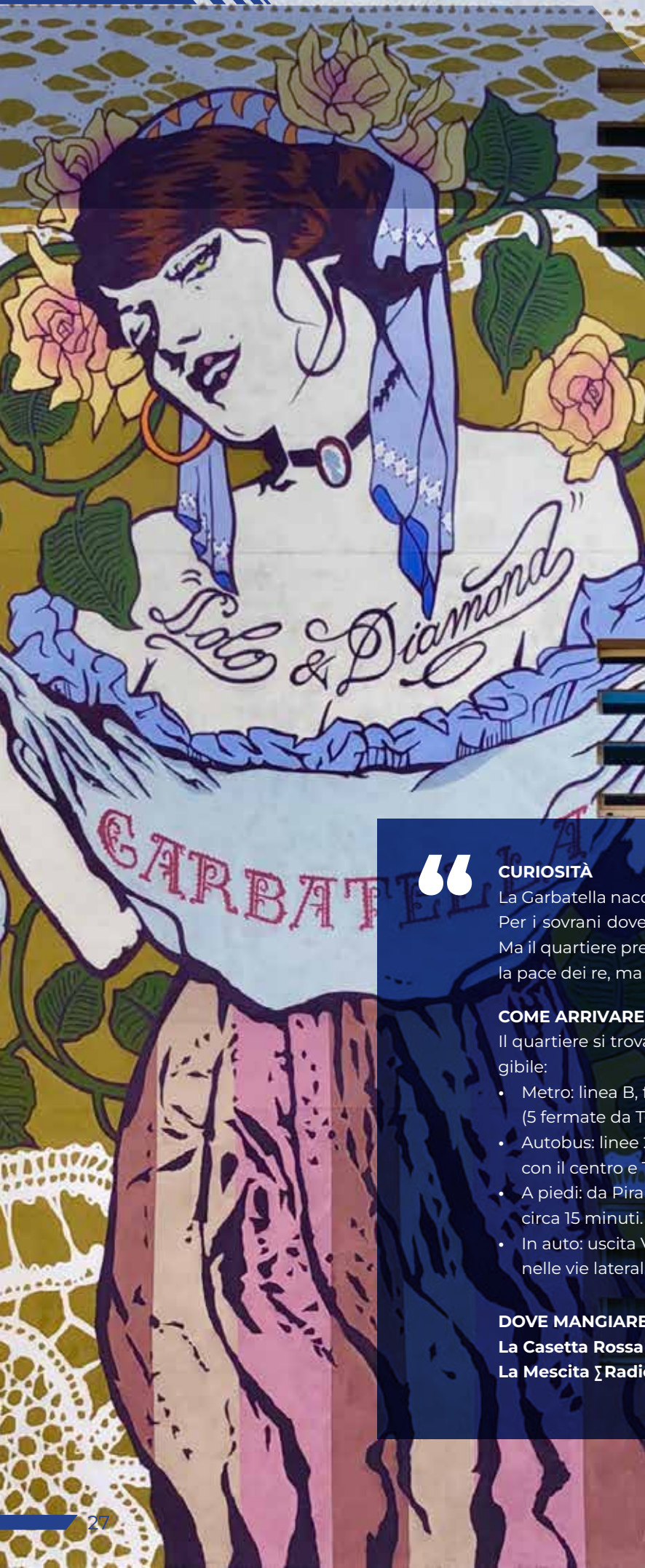
Il 18 febbraio 1920, in piazza Benedetto Brin, re Vittorio Emanuele III posò la prima pietra di un quartiere che nelle intenzioni doveva essere un modello di città giardino. Erano i mesi successivi al *Biennio Rosso* e i regnanti, insieme al governo, pensarono di chiamarlo Concordia, come promessa di pace e ordine dall'alto. Ma il rione scelse diversamente. La voce popolare impose un nome legato a un'osteria e a una donna "garbata e bella" che accoglieva i viandanti. Così nacque la Garbatella: non la pace calata dai palazzi del potere, ma l'ostinata libertà del popolo.

L'architetto Innocenzo Sabbatini disegnò i lotti, case basse con cortili, orti e scalinate pensate per favorire la vita collettiva. Un'impronta che ancora oggi definisce il rione e ne racconta la storia: rifugi durante la Resistenza, luoghi di confronto politico negli anni difficili del dopoguerra, spazi culturali e sociali nel presente.

Camminare a Garbatella significa entrare in un paesaggio urbano diverso: pergolati in fiore, cortili dove il tempo scorre lento, panni stesi al sole come bandiere di quotidianità. Ma anche trattorie che conservano il sapore del pranzo domenicale accanto a bistrot e caffè frequentati da nuove generazioni. Un equilibrio fragile, in cui tradizione e cambiamento convivono senza cancellarsi.

Tra i luoghi che meritano una sosta ci sono la **Fontana Carlotta**, custode silenziosa della scalinata degli innamorati; una piccola, elegante presenza femminile scolpita nella pietra, che veglia silenziosa accanto alla scalinata degli innamorati. Un tempo era il rifugio delle coppie del quartiere, oggi è un punto di sosta poetico, quasi sospeso. Più avanti compaiono gli **Alberghi Suburbani**, memoria concreta di un'idea pubblica dell'abitare, edifici costruiti nei primi anni '30 per accogliere le famiglie sfollate dalle demolizioni del centro storico. Dovevano essere sistemazioni temporanee, ma si trasformarono presto in spazi permanenti di vita collettiva, contribuendo alla trama sociale del quartiere. E la **Street Art**, che colora muri e sottopassi trasformando il quartiere in una galleria a cielo aperto.





Garbatella non è la Roma delle cartoline, né quella dei monumenti. È la Roma vissuta, difesa, narrata dal basso. A soli dieci minuti dal centro, resta un invito a rallentare e a guardare la città da una prospettiva diversa. La prossima volta che atterri a Roma, regalati una sosta alla Garbatella: perditi tra i suoi cortili e lascia che i vicoli ti raccontino storie di un'altra epoca.

Un equilibrio sottile, dove tradizione e cambiamento provano a dialogare senza cancellarsi. È questo che distingue Garbatella: non la nostalgia, ma una memoria viva, che si traduce in identità. Una comunità che non si è mai limitata ad abitare un quartiere, ma che ha scelto, giorno dopo giorno, di esserne parte attiva.



CURIOSITÀ

La Garbatella nacque nel 1921, dopo gli anni inquieti del Biennio Rosso. Per i sovrani doveva chiamarsi Concordia, promessa di pace dall'alto. Ma il quartiere preferì un nome nato dal basso, legato a un'osteria: non la pace dei re, ma l'ostinata libertà del popolo.

COME ARRIVARE ALLA GARBATELLA

Il quartiere si trova a sud del centro di Roma ed è facilmente raggiungibile:

- Metro: linea B, fermata Garbatella (5 fermate da Termini e 1 dalla Basilica di S. Paolo)
- Autobus: linee 23, 716, 792 collegano con il centro e Trastevere.
- A piedi: da Piramide/Ostiense si arriva in circa 15 minuti.
- In auto: uscita Via Ostiense – parcheggi disponibili nelle vie laterali, ma non sempre facili da trovare.

DOVE MANGIARE ALLA GARBATELLA

La Casetta Rossa ∑ La Nuova Cantinetta ∑ Melograno ∑ Kafejo ∑ La Mescita ∑ Radice ∑ L'Alimentari ∑ Biffi



Redazionale



Consorzio di
Tutela Formaggio
**CACIOCAVALLO
SILANO DOP**

www.caciocavallosilano.it



Caciocavallo Silano DOP: il Consorzio che custodisce la tradizione e guida l'innovazione del formaggio simbolo del Sud.

Il Consorzio di Tutela Formaggio Caciocavallo Silano DOP rappresenta uno dei pilastri più solidi del sistema agroalimentare meridionale e più in generale del panorama delle eccellenze italiane riconosciute a livello internazionale. La sua storia comincia nei primi anni Novanta, quando un gruppo di produttori decise di unire le forze per difendere un patrimonio che affondava le radici nella storia stessa dell'Appennino meridionale. Il formaggio a pasta filata noto come Caciocavallo Silano era da secoli simbolo di un territorio, prodotto ininterrottamente nelle aree montane di Calabria, Basilicata, Campania, Molise e Puglia. Ma in un contesto economico che stava cambiando rapidamente, tra apertura dei mercati e concorrenza crescente, si avvertì l'urgenza di creare un organismo in grado di garantire la qualità, di tutelare la denominazione e di promuovere questo formaggio con una strategia unitaria. Nel dicembre 1993 nacque dunque il Consorzio, che qualche anno più tardi, con il riconoscimento della Denominazione d'Origine Protetta nel 1996, vide rafforzata la propria missione grazie alla protezione offerta dal marchio comunitario. Da allora l'attività del Consorzio si è articolata lungo due direttrici principali: da un lato la vigilanza sul rispetto del disciplinare di produzione, dall'altro la valorizzazione culturale, commerciale e comunicativa di un prodotto che oggi è tra i più apprezzati formaggi italiani nel mondo.

Parlare del Caciocavallo Silano DOP significa evocare un formaggio che racconta una storia antichissima, fatta di transumanze, di allevatori che spostavano le mandrie lungo i tratturi appenninici, di comunità contadine che hanno tramandato le tecniche di produzione di generazione in generazione. Il suo nome deriva dall'usanza di legare le forme a coppie e porle a stagionare "a cavallo" di pertiche di legno. La lavorazione segue un rituale che ancora oggi conserva tratti di manualità artigianale. Si parte dal latte vaccino intero, rigorosamente proveniente dagli allevamenti situati nelle aree delimitate dal disciplinare, che viene coagulato a temperatura controllata. La cagliata, rotta e lasciata maturare, viene poi filata in acqua bollente, fase delicata che richiede

mani esperte capaci di modellare la pasta in un filone elastico e uniforme. Successivamente la massa caseosa viene modellata nella forma tipica, raffreddata, salata in salamoia e infine legata in coppia per la stagionatura, che non può essere inferiore a trenta giorni ma che può prolungarsi anche per diversi mesi, conferendo sapori e profumi sempre più intensi. Al termine del processo ogni forma è marchiata a fuoco con il simbolo della DOP e con il numero identificativo del produttore, garanzia di tracciabilità e autenticità.

Il Consorzio di Tutela vigila su ogni fase di questo percorso produttivo, assicurando che le tecniche tradizionali vengano rispettate e che la qualità rimanga elevata. La sua funzione non si esaurisce tuttavia nel controllo, ma si estende a un costante supporto ai soci, che ricevono formazione, consulenza tecnica, aggiornamenti normativi e assistenza nella promozione del prodotto. La missione del Consorzio è quella di accompagnare la filiera verso una crescita continua, aiutando gli allevatori e i caseifici a mantenere standard competitivi senza perdere il legame con la tradizione. La sede del Consorzio, situata in Calabria, diventa così un punto di riferimento per decine di aziende distribuite nelle cinque regioni autorizzate, un luogo in cui si costruiscono strategie condivise e si affrontano le sfide del mercato.



DOP, pur essendo un formaggio radicato in tradizioni millenarie, è chiamato oggi a confrontarsi con uno scenario globale dominato da dinamiche complesse. Da una parte la crescente domanda di prodotti tipici e certificati, dall'altra la concorrenza di formaggi simili o contraffatti che rischiano di confondere i consumatori e di svalutare il marchio originale. In questo contesto il Consorzio ha il compito di difendere il nome, intraprendendo azioni legali contro gli abusi e vigilando sul corretto utilizzo della denominazione. Allo stesso tempo deve investire in comunicazione e marketing, per spiegare al grande pubblico perché il vero Caciocavallo Silano sia diverso da qualsiasi imitazione, per raccontare la storia di un prodotto che non è solo alimento ma espressione culturale e identitaria. Per questo negli ultimi anni il Consorzio ha intensificato la propria presenza nelle fiere internazionali del settore agroalimentare, partecipando ad appuntamenti come Anuga e SIAL, che rappresentano vetrine fondamentali per farsi conoscere da buyer e operatori di tutto il mondo. Al tempo stesso è stata rafforzata la comunicazione digitale, con siti web rinnovati, attività sui social e campagne promozionali che mettono in risalto la qualità del formaggio e il legame con i territori di produzione.

Uno dei punti di forza del Caciocavallo Silano è la sua versatilità gastronomica. Può essere consumato fresco o stagionato, gustato da solo o impiegato in ricette tradizionali e innovative. È un formaggio che racconta i sapori autentici del Sud, capace di sposarsi con vini rossi strutturati, con il miele e con i salumi locali. Questa adattabilità lo rende adatto a conquistare mercati differenti, dal consumo familiare alle cucine gourmet, dalle mense scolastiche ai ristoranti di alto livello. Il Consorzio lavora molto per diffondere la conoscenza di queste possibilità, organizzando



showcooking, degustazioni guidate e collaborazioni con chef di fama, affinché il Caciocavallo Silano DOP diventi ambasciatore del Made in Italy nel mondo.

Il lavoro del Consorzio non si limita alla promozione commerciale, ma si estende alla valorizzazione culturale. Raccontare il Caciocavallo Silano significa raccontare i territori in cui viene prodotto, le montagne della Sila, le colline della Basilicata, le valli campane, i pascoli del Molise e della Puglia. Significa parlare di paesaggi, di biodiversità, di comunità rurali che hanno fatto della zootecnia una risorsa primaria. In questo senso il Consorzio collabora con istituzioni, enti locali, associazioni turistiche per integrare il formaggio nei percorsi di turismo esperienziale, creando itinerari enogastronomici che uniscono visite ai caseifici, passeggiate nei pascoli, degustazioni e attività didattiche. L'idea è che il Caciocavallo Silano DOP non sia solo un prodotto da vendere, ma un'esperienza da vivere, un simbolo del Sud che possa attrarre visitatori e rafforzare l'identità territoriale.

Naturalmente le sfide da affrontare sono molte. Una delle più complesse riguarda la sostenibilità. La produzione di latte e formaggi è oggi chiamata a ridurre l'impatto ambientale, a migliorare l'efficienza dei processi, a rispettare il benessere animale. Il Consorzio si sta muovendo in questa direzione, incoraggiando pratiche di allevamento sostenibili, promuovendo la gestione responsabile delle risorse idriche, sostenendo l'uso di energie rinnovabili nei caseifici. Al tempo stesso è fondamentale affrontare il problema del ricambio generazionale: molte aziende agricole rischiano di chiudere perché i giovani non sempre sono disposti a raccogliere l'eredità dei padri. Il Consorzio lavora per rendere attrattivo questo mestiere, spiegando ai giovani che fare il casaro oggi significa non solo preservare una tradizione ma anche costruire un futuro professionale innovativo, aperto ai mercati internazionali, alle nuove tecnologie, al turismo enogastronomico.

Un'altra questione cruciale riguarda la tracciabilità. Il consumatore moderno chiede trasparenza, vuole sapere da dove proviene il prodotto, come è stato realizzato, quali controlli ha superato. Il Consorzio di Tutela ha già avviato sistemi di certificazione rigorosi, ma guarda al futuro con la possibilità di adottare strumenti digitali avanzati, come la blockchain, che garantiscono una tracciabilità immediata e inviolabile lungo tutta la filiera. In questo modo ogni forma di Caciocavallo Silano DOP potrà raccontare al consumatore non solo la propria origine ma anche la storia degli allevatori e dei casari che l'hanno prodotta.

Le prospettive per i prossimi anni sono ambiziose. Il Consorzio punta a consolidare ulteriormente il marchio, a rafforzare le esportazioni, a sviluppare collaborazioni con altri consorzi di prodotti tipici per creare sinergie promozionali. Vuole ampliare la gamma, magari proponendo stagionature speciali o versioni dedicate a

mercati specifici, sempre nel rispetto del disciplinare. Intende inoltre investire in progetti educativi nelle scuole, per far conoscere ai bambini e ai ragazzi il valore del Caciocavallo Silano DOP e sensibilizzarli al consumo consapevole di prodotti di qualità. Sul piano istituzionale, il Consorzio continuerà a collaborare con il Ministero, con le Regioni e con gli enti locali per garantire sostegno alla filiera e per partecipare ai programmi di sviluppo rurale e alle politiche europee legate alla qualità agroalimentare.

La forza del Consorzio sta nell'aver saputo costruire un'identità condivisa tra territori diversi ma accomunati da una tradizione casearia secolare. Calabria, Basilicata, Campania, Molise e Puglia sono regioni che hanno storie differenti, ma che nel Caciocavallo Silano trovano un filo conduttore comune. Questo formaggio diventa allora non solo simbolo di un territorio ma simbolo del Sud nel suo complesso, ponte ideale tra le comunità dell'Appennino e il resto del mondo. Raccontare il Caciocavallo Silano DOP significa raccontare la resilienza di un'agricoltura che, pur tra mille difficoltà, continua a produrre qualità, a difendere le proprie radici, a innovarsi senza perdere l'anima.

In conclusione, il Consorzio di Tutela Formaggio Caciocavallo Silano DOP è molto più di un ente burocratico. È un organismo vivo che custodisce un patrimonio culturale e gastronomico, che sostiene centinaia di famiglie di produttori, che difende la legalità e la trasparenza, che promuove un modello di sviluppo rurale basato sulla qualità. È un attore fondamentale nella costruzione di un futuro in cui il caciocavallo continuerà a essere ambasciatore del Sud Italia nel mondo, simbolo di autenticità e di eccellenza, alimento che racchiude in sé la storia di una comunità e la visione di un'agricoltura capace di affrontare le sfide del presente senza smarrire la memoria del passato.



“ LA LAVORAZIONE SEGUE UN RITUALE CHE ANCORA OGGI CONSERVA TRATTI DI MANUALITÀ ARTIGIANALE. SI PARTE DAL LATTE VACCINO INTERO, RIGOROSAMENTE PROVENIENTE DAGLI ALLEVAMENTI SITUATI NELLE AREE DELIMITATE DAL DISCIPLINARE, CHE VIENE COAGULATO A TEMPERATURA CONTROLLATA. ”

Buy on Board



BEVANDE / SOFT DRINKS

Coca Cola - Coca Cola Zero - Fanta - Sprite 0,33 cl	3,00 €
<i>Coca Cola - Coca Cola Zero - Fanta - Sprite 0,33 cl</i>	
The Freddo (Pesca - Limone) 0,33 cl	3,00 €
<i>Iced Tea (peach / lemon) 0,33 cl</i>	
Succhi di frutta gusti vari	3,00 €
<i>Fruit juice (various flavors)</i>	
Red Bull 0,25 cl	3,50 €
<i>Red Bull 0,25 cl</i>	
Acqua naturale - Acqua frizzante 0.50 cl	2,20 €
<i>Still water- sparkling water 0,50 cl</i>	

DOLCI MOMENTI / SWEET MOMENTS

Barrette Kellog's gusti vari	3,00 €
<i>Kellog's Bars (various flavor)</i>	
Ciocolatini vari	3,00 €
<i>Various chocolates</i>	
M&M's (Arachidi)	3,00 €
<i>M&M's (peanuts)</i>	
Biscotti vari	2,50 €
<i>Various biscuits</i>	
Snack dolci vari	2,50 €
<i>Assorted Sweet Snacks</i>	
Barrette Be Kind Crocc protein	3,50 €
<i>Be Kind Crunchy Protein Bars</i>	
Snack senza glutine	2,50 €
<i>Gluten free snack</i>	
Chewingum varie	3,00 €
<i>Various Chewingum</i>	
Caramelle varie	3,00 €
<i>Various candies</i>	

SNACK

Snack salato gueti vari	2,50 €
<i>Assorted savory Snacks</i>	
Patatine classico/paprika	3,00 €
<i>Chips (classic / paprika)</i>	
Noccioline	2,50 €
<i>Peanuts</i>	

BEVANDE CALDE / HOT DRINKS

The Caldo	2,00 €
<i>Hot Tea</i>	
Caffè	2,00 €
<i>Coffee</i>	



SI ACCETTANO SOLO PAGAMENTI ELETTRONICI
ONLY ELECTRONIC PAYMENTS ARE ACCEPTED

Territori e Viaggi

I luoghi del cuore

II SINIS

TRA giganti silenzi E città sommerse

C'è un vento che soffia dalla costa del Sinis, in Sardegna, che porta con sé sabbia, sale e mistero. Un vento antico, che sa di millenni e racconta storie sepolte sotto terra e sotto il mare. Qui, nel cuore dell'Oristanese, la terra custodisce segreti che lentamente riaffiorano, pezzo dopo pezzo, come i frammenti di un tempo perduto che vuole ancora parlare.

Il primo di questi enigmi si nasconde tra le colline basse e dorate di Mont'e Prama, dove, quasi per caso, nei primi anni '70, alcuni contadini urtarono con l'aratro contro un blocco di pietra. Era la testa di un guerriero. Poi ne emerse un'altra. E un'altra ancora. Col tempo, le sabbie della memoria restituirono più di quaranta statue, spezzate e poi ricomposte con pazienza certosina: arcieri, guerrieri, pugilatori, tutti scolpiti in arenaria chiara e levigata, con tratti stilizzati ma potenti, sguardi eterni scolpiti in cerchi concentrici, e un'aura sacra che sembra ancora aleggiare attorno a loro.

Si tratta dei Giganti di Mont'e Prama, un unicum assoluto nel panorama archeologico europeo. Nessun'altra civiltà dell'Occidente, nel IX secolo a.C., erigeva statue a grandezza superiore al naturale per onorare i morti. I Giganti si ergono a testimonianza di una civiltà nuragica avanzata, stratificata, forse teocratica, che ha lasciato dietro di sé nuraghi ciclopici, tombe dei giganti e, ora lo sappiamo, anche una forma d'arte scultorea colossale e raffinatissima.

Ma chi erano, veramente? Erano eroi, campioni caduti, divinità? Le statue accompagnavano le tombe, sì, ma non è ancora chiaro se avessero funzione di guardiani, rappre-

sentazioni ideali o simboli di un culto guerriero perduto. Le ipotesi si moltiplicano: c'è chi vede in essi un messaggio di potere, chi un'espressione religiosa, chi addirittura una dichiarazione identitaria nei confronti di un mondo mediterraneo che iniziava a farsi più piccolo, più connesso, più affollato.

Quel che è certo è che Mont'e Prama rappresenta oggi uno dei siti archeologici più importanti del Mediterraneo. I suoi Giganti, ora restaurati, si possono ammirare nei musei di Cabras e di Cagliari, ma chi visita il luogo d'origine percepisce ancora la forza silenziosa della terra che li ha custoditi per oltre duemila anni. Le campagne attorno sono quiete, solo il vento e i grilli rompono il silenzio. Ma sotto quella terra, si sa, ci sono ancora statue da scoprire.

Dal cuore della penisola, la storia conduce verso la costa, dove si trova una delle città più affascinanti dell'antichità sarda: Tharros. Fondata nel VIII secolo a.C. dai Fenici, la città divenne un punto nevralgico per i commerci nel Mediterraneo. Sorge su un promontorio spettacolare, tra il mare aperto e le acque calme dello Stagno di Cabras, in un equilibrio perfetto tra natura e urbanità antica. Ancora oggi, camminando tra i resti del foro romano, tra colonne spezzate, mosaici, strade



lastricate, terme e necropoli, si respira un senso di grandiosità e stratificazione. Ogni pietra racconta il passaggio dei secoli, dal dominio fenicio a quello cartaginese, e poi romano e bizantino.

La tophet, il santuario fenicio dove venivano compiuti riti religiosi complessi e ancora parzialmente oscuri, rivela la dimensione sacra di Tharros. Ma non c'era solo religione: la città era un vivace porto commerciale, dove s'incontravano lingue, merci e popoli diversi. È difficile oggi immaginare il brulicare di vita in quel luogo ora dominato dalla luce e dal silenzio. Ma chi sa ascoltare, può ancora sentire le voci del mercato, il rumore delle onde contro i moli, il canto in lingue perdute.

E poi, come se non bastasse, c'è il mare. Un mare che nasconde più di quanto mostra. Gli archeologi e i subacquei da decenni inseguono i segni di una Tharros sommersa, inghiottita da mareggiate, subsidenze o dal semplice passare del tempo. Sotto le acque che bagnano Capo San Marco e la Baia di San Giovanni si intrave-



dono tracciati regolari, fondazioni, frammenti di mosaico. Un'intera parte della città potrebbe giacere lì sotto, silenziosa, intatta. Forse un giorno emergerà, portando con sé nuove storie e nuovi enigmi. Forse resterà per sempre custodita dalle acque, come Atlantide minore del Mediterraneo.

Il Sinis non è solo un sito archeologico. È un luogo sospeso nel tempo, dove l'uomo ha lasciato tracce profonde, ma la natura continua a regnare sovrana. Le spiagge di quarzo di Is Arutas, con i loro granelli bianchi e rosa che sembrano piccoli gioielli; le saline e gli stagni abitati da fenicotteri rosa; i campi selvatici che esplodono di fiori in primavera; le dune morbide e le scogliere che si tuffano nel blu: tutto contribuisce a rendere questa penisola

una delle più affascinanti dell'intero Mediterraneo.

Nel Sinis, ogni cosa ha una doppia vita: ciò che vedi e ciò che immagini. Ciò che è reale, tangibile, e ciò che si nasconde appena sotto la superficie: che sia terra o mare. Qui si cammina su strade antichissime, si guardano gli stessi tramonti che vedevano i fenici, si sente il profumo delle stesse erbe selvatiche respirate dai nuragici. E, se si ascolta bene, si può ancora sentire la voce dei Giganti.



Il Personaggio

VERONICA GENTILI

**LE MIE PICCOLE IENE SONO I BIMBI DI GAZA
SOGNO UN MONDO MULTIPOLARE**

ABBIAMO INTERVISTATO LA GIORNALISTA E CONDUTTRICE, APPREZZATA PER LA SUA PARTICOLARE FINEZZA INTELLETTUALE E PROFONDITÀ NELL'ANALIZZARE I FATTI DELLA SOCIETÀ. DAL 2023 CONDUCE, CON MAX ANGIONI, IL PROGRAMMA CULT DI ITALIA 1, LE IENE.

Che mondo stiamo vivendo?

Viviamo in un mondo estremamente complesso e, soprattutto, in un tempo in cui abbiamo perso la capacità di ascoltarci davvero. Se solo riuscissimo a mettere da parte il nostro punto di vista, i pregiudizi e la convinzione di sapere già tutto, potremmo forse ritrovare la possibilità di capirci. Oggi invece si fugge dalla relazione e si preferisce restare chiusi nelle proprie certezze. I social, che dovrebbero avvicinarci, hanno creato un'illusione di socialità che spesso ci allontana ancora di più. Siamo sempre più isolati, chiusi nelle nostre istanze e nelle nostre solitudini. Fatichiamo a contemplare la diversità e a vivere il compromesso che ogni relazione comporta. Così rischiamo di diventare monadi, profondamente sole e lontane da qualsiasi senso autentico di comunità.

Il servizio de Le Iene che più ti ha indignato e fatto riflettere?

Abbiamo realizzato, insieme a Nicola Barraco, dei servizi con i nostri piccoli corrispondenti da Gaza. Li abbiamo chiamati "Le Iene in prestito". Erano bambini e ragazzi palestinesi che ci raccontavano la loro quotidianità. Ascoltarli e vederli vivere in quei territori di cui tanto parliamo da lontano ha reso tangibile l'ingiustizia e lo straniamento che si provano davanti a certe storie. È quasi impossibile comprendere davvero la misura del loro dolore, ma quel servizio ha reso tutto più più umano, più vero.

Il servizio che ti ha commosso di più?

La storia di Laura Santi, raccontata da Giulio Golia, mi ha profondamente toccata. Laura si era ammalata di sclerosi multipla e ha scelto il suicidio assistito dopo una lunga battaglia per la dignità della vita e della morte. Mi ha colpito il suo amore per la vita e la sua forza nel voler continuare a viverla fino in fondo. Mi ha colpito anche il coraggio con cui ha deciso di morire in mezzo alle sue cose, circondata dall'amore. Ma ciò che mi ha commosso più di tutto è stato l'amore di suo marito Stefano, che l'ha accompagnata fino all'ultimo, combattendo con lei

e per lei. Aver la forza di lasciar andare chi si ama per non vederlo soffrire è una delle forme d'amore più grandi che io abbia mai visto.

Come sta la nostra società?

Non troppo bene. Mi viene da dire, parafrasando Woody Allen, che il Novecento è morto e noi non ci sentiamo tanto bene. È un periodo difficile, siamo a un bivio della storia e non abbiamo ancora trovato il nostro modo di stare dentro ai cambiamenti che ci travolgono. La rivoluzione digitale ha accelerato tutto, dai tempi delle notizie al modo in cui viviamo le emozioni. I divari tra generazioni aumentano e la comunicazione diventa sempre più difficile. Ci vedo spaesati, impauriti, spesso arrabbiati. Spero che arrivi presto una metabolizzazione collettiva di ciò che sta accadendo, compreso il tramonto dell'Occidente come lo abbiamo sempre conosciuto e l'arrivo di un mondo multipolare in cui nessuno ha più il ruolo di dominatore assoluto.

Viviamo in un'epoca di post verità. L'inganno è diventato un valore?

Purtroppo sì. La verità ufficiale è sempre più vista come





menzogna, mentre l'inganno o la sua alternativa diventano più credibili solo perché opposte al potere. È il paradosso della controinformazione. Tutto ciò che smentisce la versione ufficiale sembra più vero proprio perché "non appartiene al sistema". Da qui nasce il business del complottismo e delle verità alternative, che non hanno nulla a che fare con il pensiero critico. Si finisce per credere all'altra versione solo perché è l'altra versione. Così si arriva a relativizzare tutto e a dire questa è la tua verità e questa è la mia. Ma senza un terreno comune la verità si dissolve e resta solo confusione.

Molti dicono che la televisione accentui la polarizzazione e penalizzi il dialogo.

Credo che la televisione rifletta la società più di quanto la guidi. Non crea la polarizzazione ma la rispecchia e spesso la esaspera per cavalcarla. Oggi la polarizzazione è diventata quasi una rappresentazione, un racconto. La televisione mette in scena quello che già accade sui social, che sono ormai il vero spazio del dibattito contemporaneo.

Se dovessi regalare un libro a un giovane?

Regalerei Il giovane Holden. È un romanzo di formazione che racconta la crescita, la perdita dell'innocenza e la paura delle ipocrisie del mondo adulto. È anche una guida per difendere la propria autenticità. Resta un libro eterno, capace di parlare a ogni generazione.

Se dovessi regalarne uno a un politico?

Sceglierei La fattoria degli animali di George Orwell. È un libro che ricorda quanto sia pericolosa l'idea che tutti siano uguali ma alcuni un po' più uguali degli altri. Chi governa deve sempre rappresentare tutti, in qualche modo, un'assicurazione da ogni sorta di discriminazione. Non esistono animali più uguali di altri a prescindere dalle modalità e dagli approcci che si hanno. E penso spesso al personaggio di Gondrano, il cavallo instancabile e fedele che lavora senza mai fermarsi. In lui vedo il simbolo di chi crede e si impegna fino in fondo. Anche lui merita rispetto e protezione, sempre.

L'opera d'arte che ti incanta?

Amo Francis Bacon da sempre. Mi affas-

cina il modo in cui rappresenta la sofferenza umana, la carne e la fragilità dell'esistenza. Nei suoi studi sulla crocifissione, intesa non in senso religioso ma umano, vedo un racconto universale della vulnerabilità. Diceva che tutti gli uomini sono potenziali carcasse, e in questa frase, così cruda, trovo una grande verità. Ci ricorda quanto la fragilità sia parte della nostra umanità.

Un insegnamento prezioso che porti con te?

Cesare Pavese scrisse che un chiodo tira l'altro ma quattro fanno una croce. Mi piace ricordarlo perché invita a non restare prigionieri del proprio destino. Bisogna imparare a cambiare, a non restare bloccati dalle proprie convinzioni o dal proprio passato. Serve elasticità per vivere. Oggi lo vedo anche nei giovani che scendono in piazza per Gaza, pronti a esporsi e a mettere in gioco il proprio corpo. Si pensava che fossero apatici e invece hanno dimostrato una forza enorme. In loro vedo un grande spazio di resistenza.

Dove vedi oggi spazi autentici di resistenza culturale e intellettuale?

Li vedo nell'arte quando riesce a restare libera e non piegata a condizionamenti. Li vedo anche nelle relazioni umane, nelle emozioni sincere, nei sentimenti veri. L'ascolto, l'empatia, la capacità di stare insieme senza etichette restano il terreno più autentico di libertà.

Un sogno nel cassetto?

Vorrei vivere circondata da animali. Se potessi, riempirei un appartamento di Roma di cani, gatti, cavalli e conigli. Gli animali mi trasmettono un senso profondo di benessere e di armonia. Al momento ho solo due gatti, ma se potessi ne prenderei almeno altri cento. Forse il mio compagno non sarebbe d'accordo, ma io ne sarei felice.

Un luogo dove hai lasciato il cuore?

L'Africa. Ci sono stata una sola volta ma mi ha cambiata per sempre. Ho capito cosa significa davvero il mal d'Africa. È la sensazione di libertà assoluta che si prova davanti a un orizzonte sempre aperto. Per chi è cresciuto in città è come respirare per la prima volta. Li senti di far parte di qualcosa di più grande, di un'armonia naturale che ti riempie e ti mancherà appena torni indietro. So che ci tornerò.

Vi.Sa



Cura del mondo e degli altri



Immagine Asma - credit foto Mussab Hassona / Save the Children

SAVE THE CHILDREN

Save the Children è l'organizzazione internazionale indipendente che, da oltre cento anni, lotta per salvare le bambine e i bambini a rischio e **garantire loro un futuro**. Save the Children lavora ogni giorno in Italia e nel resto del mondo per dare alle bambine e ai bambini l'opportunità di crescere sani, ricevere un'educazione ed essere protetti, anche nei luoghi più isolati o colpiti dalla guerra.

Come in Sudan dove, dal 2023, **il conflitto armato ha causato una delle peggiori crisi umanitarie** al mondo e la più grande crisi di **sffollamento infantile** a livello globale.

Attualmente più di **12,6 milioni di persone**, ovvero 1 su 3, sono **sfollate** a causa del conflitto. Tra queste c'è Asma che per scappare dalla guerra, mentre era incinta, ha camminato per due mesi senza sosta insieme agli altri suoi cinque figli, dormendo sul ciglio della strada, spesso senza acqua né cibo. Arrivata esausta al campo sfollati di Gedaref, era già in travaglio.

Una **clinica mobile di Save the Children** l'ha raggiunta: un piccolo ambulatorio su due ruote che porta cure dove non ci sono ospedali, con medici, infermieri e ostetriche che, con il loro Kit Parto, aiutano le mamme a far nascere i loro bambini in sicurezza.

“Ho chiamato mia figlia Sara, come la dottoressa che mi ha aiutato. Spero che un giorno diventi come lei”. Il sorriso di Asma, mentre stringe la sua bambina, è la prova che si possono raggiungere mamme e bambini anche nei luoghi più difficili.

Ognuno di noi può supportare questa speranza concreta, anche a **Natale, quando un dono per i nostri cari può trasformarsi in un aiuto concreto per chi è più in difficoltà**.

Questo Natale, scegliendo i Regali Solidali di Save the Children, il tuo pensiero può contare **davvero perché può trasformarsi in un aiuto concreto** per migliaia di bambine e bambini: cibo, cure mediche, istruzione e protezione.

Sul sito **regalisolidali.savethechildren.it**, puoi scegliere fra tanti prodotti, come i Regali Solidali, oggetti scelti con cura e sempre più sostenibili, oppure i Regali Virtuali, che sostengono un nostro progetto concreto, come il Parto Sicuro che ha salvato Sara e Asma. Puoi accompagnare il tuo regalo insieme a una cartolina da dedicare a una persona cara e raccontare il bene fatto insieme.





NO, NON È IL PENSIERO CHE CONTA.

*Ma un regalo
solidale sì.*



A Natale si dice che sia il pensiero a contare. Ma per un bambino che non ha da mangiare o cure mediche, non basta un pensiero: serve un gesto concreto.

Con i regali solidali di Save the Children, il tuo pensiero va lontano e aiuta i bambini a rischio in Italia e nel mondo. Sono un regalo speciale, due volte: per chi lo riceve e per chi ne ha davvero bisogno.

FAI UN REGALO CHE CONTA DAVVERO.
Scegli il tuo sul sito **regalisolidali.savethechildren.it**

PER MAGGIORI INFORMAZIONI
regalisolidali.savethechildren.it
oppure chiama il numero **06 480 700 72**
o scrivi all'indirizzo **regali@savethechildren.org**



Save the Children

Cultura

Dietro le quinte

Lo sapevi che CAMILLERI

Lettera a Mussolini da bambino

A dieci anni scrisse al duce chiedendo di partire per l'Etiopia. Mussolini gli rispose dicendogli che era troppo piccolo, ma che un giorno sarebbe stato utile. Da quell'episodio nacque, molti anni dopo, il romanzo **La presa di Macallè**.

L'espulsione dal collegio

Da liceale fu cacciato dal Collegio "Pio X" di Agrigento per aver lanciato uova contro un crocifisso: un gesto che rivela già la sua vena ironica e ribelle.

Il poliziotto dietro Montalbano

Il commissario più famoso d'Italia deve molto alle chiacchiere con Corrado Empoli, vice questore siciliano, da cui Camilleri trasse aneddoti e spunti narrativi.

Un incontro a Vienna

Colpito da un malore per strada, fu ignorato dai passanti, ma soccorso da un venditore ambulante arabo che rifiutò qualsiasi ricompensa: "Siamo amici", disse. L'episodio gli rimase impresso.

Il primo amore letterario

Sfogliando da bambino l'**Orlando Furioso** illustrato del nonno, si innamorò dell'immagine di Angelica: «Angelica è stata davvero il mio primo amore», ricordava.

Il sogno finale

Ormai cieco, confessò di desiderare di chiudere la carriera così: seduto in una piazza a raccontare storie, per poi passare tra la gente con il cappello in mano.



ANDREA CAMILLERI IN PILLOLE

Nato a Porto Empedocle nel 1925, morto a Roma nel 2019.

Papà del commissario Montalbano, eroe amatissimo di carta e TV.

Prima di scrivere, è stato regista teatrale e autore Rai.

Oltre cento libri pubblicati, tradotti in mezzo mondo.

Stile unico: italiano + siciliano, ironia e sagacia popolare.



Cultura

Il libro del mese

PIERGIORGIO PULIXI SE IL NOIR DIVENTA STRUMENTO DI RIFLESSIONE SOCIALE

Se incontri Piergiorgio Pulixi non lo dimentichi. Ha una gentilezza d'altri tempi, e una grande capacità di farti stare bene. Oggi è tra i più apprezzati autori del noir italiano contemporaneo. Le sue opere, tradotte in vari paesi, hanno ricevuto numerosi riconoscimenti, tra cui il prestigioso Premio Scerbanenco (vinto per *L'isola delle anime*). Il suo universo narrativo ci fa compagnia da anni e la serie "I canti del male" con le investigatrici Mara Rais, Eva Croce e il commissario Vito Strega, sono ormai entrati nell'immaginario.

Con *L'uomo dagli occhi tristi*, edito da Rizzoli, ottavo capitolo del ciclo *I canti del male*, Pulixi ci ha portato nel villaggio immaginario di Saruxi, in Sardegna un microcosmo che diventa specchio di dinamiche sociali, politiche e morali complesse.

Il romanzo si apre con un delitto che scuote la comunità: Michelangelo Esu, diciassettenne figlio di una coppia ben conosciuta, viene trovato assassinato in circostanze tanto efferate quanto simboliche. L'enigma, la provocazione, lo specchio dei conflitti sommersi si alimenta pagina dopo pagina, costruendo una trama intensa. Si va dalla corruzione politica, ai rapporti ambigui tra affari e poteri locali, alle ombre dietro l'apparente consenso sociale. L'eolico, trasformato dall'ex sindaco Daniele Enna in motore economico e simbolico del Paese, diventa metafora di un progresso che porta con sé contraddizioni, tensioni e segreti inconfessabili.

La Sardegna, mai ridotta a semplice sfondo paesaggistico, emerge come protagonista a pieno titolo con i suoi silenzi, complicità, bellezza aspra e inafferrabile. È un territorio che respira, che avvolge i personaggi e amplifica i loro drammi. Alcune descrizioni colpiscono per la loro forza evocativa, come quella della madre dell'ucciso, raffigurata quasi fosse una scultura di Francesco Ciusa.



Al centro dell'indagine troviamo le due investigatrici ormai amatissime dai lettori, Mara Rais ed Eva Croce. La prima, sarda, istintiva e coraggiosa, affronta i pericoli con forza e vulnerabilità insieme; la seconda, milanese, razionale ed empatica, scava nelle pieghe dei sentimenti oltre che nei fatti. La loro complementarietà, fatta di scontri e complicità, crea una dinamica viva, autentica, capace di restituire non solo la tensione del noir, ma anche la complessità delle relazioni umane.

Lo stile di Pulixi accompagna con maestria l'intreccio. L'effetto è libro che si divora, che cattura dall'inizio alla fine e spinge il lettore a interrogarsi non soltanto sul colpevole, ma sul senso stesso di giustizia, verità, del racconto che oggi si fa dei drammi in tv, fino a calpestare la persona senza alcuna remora.

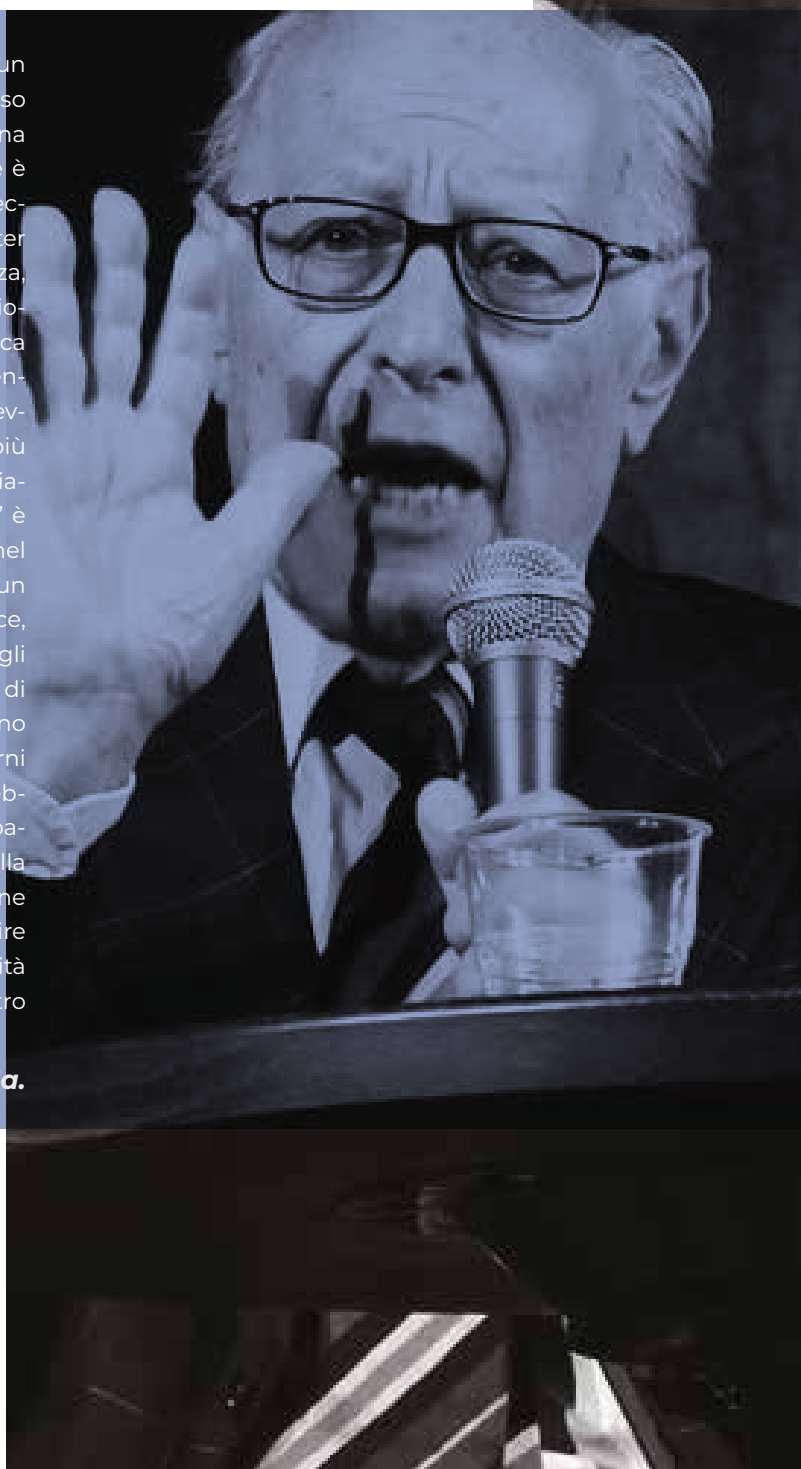
Cultura

Note di filosofia

La **FILOSOFIA DEGLI ETERNI** di **Emanuele Severino** un piccolo antidoto contro lo svuotamento del senso

Diceva Emanuele Severino che è vero, viviamo in un mondo nel quale molte cose sembrano avere perso un senso. A volte ci sentiamo pervasi dal nulla, da una "nientità" che per quanto possa essere sconcertante è molto utile come anestetico: ci salva dal dolore. La tecnologia, ad esempio aiuta molto nell'illuderci di poter essere felici, se non fosse che si basa, come la scienza, su fondamenti presupposti dall'uomo, dunque artificiosi, dunque limitati. Non occorre spiegare che la tecnica o la scienza non ci rendono felici e non danno un senso alla vita! Non hanno nulla a che fare con essi. Severino, nel contesto nichilista nel quale tutti siamo più o meno consapevolmente immersi, ci ha però lanciato un'interessante ancora di salvezza. Questo "nulla" è infatti il risultato di un mondo in continuo divenire nel quale nulla è ciò che è. Ma forse, dice, occorre dare un significato diverso al divenire. Il variare del mondo, dice, non è manifestazione del nulla, ma il farsi avanti degli eterni. Il sole, il vento, una foglia che cade, il sorriso di un bambino, sono per lui eterni che entrano ed escono "dalla luce dell'apparire". Siamo immersi in istanti eterni che si fanno avanti. Se vivessimo così, ogni cosa sarebbe carica di quel senso che non si può spiegare a parole, ma che non ha niente a che fare con questo nulla che ci avvolge, tantomeno è la somma di un'operazione tecnologica. La non follia di questa nostra vita, è capire che tutte le cose sono eterne. Oggi fate caso all'eternità che vi circonda e noterete che la vita ha tutta un altro sapore.

di **Vi. Sa.**



Cultura Rotte e Racconti

Quando **PALERMO** disse no a **HOLLYWOOD**

Nel 1971 Coppola cercava la sua Sicilia per **Il Padrino**. Palermo preferì restare sé stessa: magnetica, teatrale, irripetibile

Il volo Aeroitalia da Roma a Palermo decolla in una mattina limpida. In meno di un'ora, dal finestrino, l'azzurro del Tirreno lascia spazio alle montagne e alla luce calda della Conca d'Oro. È un arrivo che non stanca mai: la Sicilia si rivela a poco a poco, come una promessa mantenuta.

A Palermo tutto si mescola: la luce intensa, il profumo del mare, il vociare dei mercati. Camminando lungo via Maqueda o corso Vittorio Emanuele ti capita di pensare che tra queste stesse strade abbia passeggiato anche Federico II di Svevia, lo *stupor mundi*. Amava la scienza e il sapere, e nella sua corte seppe unire culture diverse, trasformando Palermo in un laboratorio di idee che parlava al Mediterraneo intero.

Oggi quella eredità si ritrova nelle pietre e nelle cupole, nei mosaici e nei palazzi che raccontano secoli di dominazioni intrecciate. Palermo non si guarda soltanto: si ascolta, si respira, si assaggia.

Eppure, dietro la sua teatralità quotidiana, la città conserva un orgoglio discreto, una forma tutta sua di pudore. Nel 1971 Francis Ford Coppola arrivò a Palermo per cercare le location del suo film, *Il Padrino*. Voleva girare alla Vucciria, tra i banchi di pesce e le arance accese come piccole lampadine. Ma la città, elegante e diffidente, lo accolse con silenziosa fermezza: le autorizzazioni tardavano, le risposte si facevano vaghe. «È una questione delicata, signor Coppola», gli dissero con un sorriso gentile. Palermo non voleva quella storia.

Così il regista partì per l'entroterra, girò le scene «siciliane» tra Savoca e Forza d'Agrò, borghi che sembravano fermi nel tempo. Ma la luce che aveva trovato a Palermo, quella dorata, densa, impossibile da imitare, rimase impressa nella pellicola. Vent'anni dopo, tornò per gi-

rare *Il Padrino - Parte III*, e il Teatro Massimo riaprì le sue porte per l'occasione tra curiosità e applausi. Forse la città aveva solo aspettato il momento giusto per entrare in scena.

E ancora oggi, nelle sere d'estate, dalle terrazze della Cattedrale o sulla sabbia di Mondello, quella stessa luce torna a raccontare Palermo: fiera, contraddittoria, capace di scegliersi ogni volta il proprio ruolo.



“

Sulle tracce del Padrino in Sicilia Le scene ambientate nel “paese di Corleone” non furono girate a Corleone, ma nei borghi di Savoca e Forza d'Agrò, in provincia di Messina. A Savoca si può ancora visitare il Bar Vitelli, dove Michael Corleone chiede la mano di Apollonia, e la chiesetta di San Nicolò, teatro del loro matrimonio. A Bagheria, vicino Palermo, vennero invece girate alcune scene minori della saga. E davanti al Teatro Massimo, nel cuore della città, si conclude *Il Padrino Parte III*: un finale che riporta Palermo sotto la sua luce più vera, quella del cinema e della memoria.

”

Cultura

Mostre ed eventi



ALPHONSE MUCHA

a Roma

il trionfo della bellezza ART NOUVEAU incontra la VENERE DI BOTTICELLI

«L'arte non è per pochi, ma per tutti. Deve entrare nella vita quotidiana, nelle strade, nelle case, negli oggetti di tutti i giorni». Così diceva **Alphonse Mucha**, nato a Ivančice, in Moravia, nel 1860, giovane illustratore di provincia che trasferitosi a Parigi, città in fermento culturale, trovò la sua occasione nel 1894 quando, quasi per caso, realizzò il manifesto teatrale di *Gismonda* per Sarah Bernhardt, la più grande diva dell'epoca. Quell'opera, con le sue linee sinuose e la figura femminile ieratica ed eterea, conquistò immediatamente il pubblico e segnò l'inizio di una nuova estetica.

Da quel momento Mucha divenne il simbolo della **Belle Époque**, inventore di un linguaggio che intrecciava arte, pubblicità e design. Le sue donne, avvolte da arabeschi floreali e auree decorative, erano al tempo stesso muse, icone moderne e strumenti di comunicazione. Il suo scopo non era soltanto sedurre l'occhio, ma **rendere l'arte accessibile a tutti**, portandola nelle strade attraverso i manifesti, i calendari e le illustrazioni che decoravano la vita quotidiana.

Dal **8 ottobre 2025**, Roma celebra il maestro dell'Art Nouveau con una mostra senza precedenti: **"Alphonse Mucha. Un trionfo di bellezza e seduzione"**, ospitata a **Palazzo Bonaparte**. Con oltre **150 opere**, molte provenienti dal **Mucha Museum di Praga**, la rassegna ripercorre l'intera carriera dell'artista: dai celebri manifesti teatrali e pubblicitari (*Gismonda*, *Médée*, *JOB*) alle serie decorative come **The Stars** (1902) e le **Pietre Preziose** (1900). Non mancano i monumentali studi dell'**Epopea Slava**, testimonianza del suo patriottismo e della volontà di dare all'arte un valore etico e universale. Il percorso trova il suo culmine nell'incontro tra Mucha e l'arte rinascimentale, grazie all'**eccezionale presenza della Venere di Botticelli** (1485-1490), prestata dai **Musei Reali di Torino**. Una vera icona della bellezza senza tempo che dialoga con le figure femminili di Mucha, sottolineando la continuità dell'ideale estetico dall'Umanesimo al Novecento.

La retrospettiva mostra come Mucha abbia trasformato il linguaggio decorativo in strumento di comunicazione e diffusione culturale. Le sue donne non sono semplici ornamenti, ma protagoniste forti, moderne, emblema di un'epoca in cambiamento. L'artista credeva che la bellezza fosse un valore universale e che l'arte dovesse raggiungere tutti, anche attraverso oggetti quotidiani. E sperava che le sue opere contribuissero all'elevazione del popolo, che fossero un messaggio di unità e speranza.



Dopo mostre di grande successo dedicate a Monet, Escher, Van Gogh e Munch, **Palazzo Bonaparte** si conferma tempio delle grandi esposizioni. La mostra, prodotta da **Arthemisia** in collaborazione con la Mucha Foundation e i **Musei Reali di Torino**, è realizzata con il sostegno di **Generali Valore Cultura** e della **Fondazione Terzo Pilastro – Internazionale**, con il patrocinio del **Ministero della Cultura, della Regione Lazio e del Comune di Roma**.



Lifestyle

A cena con lo chef

La rubrica gastronomica tra sapori ricette e incontri

Intervista a **DARIO PANDOLFO**



**LA MIA CUCINA
È UN MOSAICO
IN CONTINUA
EVOLUZIONE**

A Cefalù, all'interno del boutique resort Le Calette, il Cala Luna Restaurant è il palcoscenico creativo dello chef Dario Pandolfo. Un cuoco che porta con sé i profumi dell'infanzia, la disciplina della pasticceria e l'esperienza in brigate stellate, trasformandoli in piatti che raccontano identità e futuro. Con lui abbiamo parlato di tradizione, sperimentazione e di cosa significhi cucinare con il cuore.

QUANDO HAI CAPITO CHE LA CUCINA SAREBBE STATA LA TUA STRADA?

Fin da bambino, nella trattoria di mio zio: amavo osservare la cucina in azione. Ma i ricordi più forti sono legati ai piatti di mia nonna, autentici e indimenticabili. Già allora sentivo che quel mondo era il mio.

COME RIESCI A RISPETTARE LA CUCINA SICILIANA PUR REINTERPRETANDOLA?

La cucina è un linguaggio. Nei miei piatti racconto chi sono, intreccio radici ed emozioni. È un atto creativo, ma basato sul rispetto: per gli ingredienti, per i produttori e per chi siede a tavola.

GLI INGREDIENTI SIMBOLO DELLA TUA TERRA?

Pomodoro e agrumi. Offrono acidità, dolcezza, sapidità, mille sfumature che rendono ogni piatto unico

TRADIZIONE E INNOVAZIONE: EQUILIBRIO DIFFICILE?

La tradizione va guardata con occhi critici. Oggi possiamo scrivere ricette più leggere, sostenibili e consapevoli. Studio e ricerca permettono di migliorare ciò che abbiamo ereditato.

TRE PAROLE PER DESCRIVERE LA TUA CUCINA.

Sincera, chiara, identitaria.

IL PIATTO CHE AMI CUCINARE E QUELLO CHE PREFERISCI MANGIARE.

Amo cucinare gli spaghetti e, nel tempo libero, mangiare la pizza. Ho una passione per la pasticceria: rigore e precisione che porto anche nella cucina salata.

UN MOMENTO INDIMENTICABILE DELLA TUA CARRIERA.

Il 2018, con la brigata del St. Hubertus: conquistare le tre stelle Michelin è stata un'emozione unica.

COME TI RILASSI FUORI DAI FORNELLI?

Scopro ristoranti e cantine, colleziono libri e pentole: oggetti e storie che arricchiscono il mio percorso.

UN CONSIGLIO A CHI CUCINA A CASA.

Metterci il cuore. È quello che fa davvero la differenza.

QUANTO CONTANO I RAPPORTI CON I PRODUTTORI LOCALI?

Sono fondamentali. Il rispetto della natura, della terra e del mare è la base di tutto. Dal dialogo con i produttori nascono stagionalità e nuove idee.

SE LA TUA CUCINA FOSSE UN'OPERA D'ARTE...

Sarebbe un mosaico: ogni ingrediente una tessera unica, con la sua storia. Un'opera che si arricchisce ogni giorno di un dettaglio nuovo.



RICETTA DELLO CHEF **PANE PERSO PISTACCHIO E ARANCIA**

Un piatto che valorizza il pane raffermo e i prodotti simbolo della Sicilia: pistacchi di Bronte e arance locali.

INGREDIENTI PER 12 PERSONE

12 fette di pane (meglio se raffermo)

4 arance siciliane

Per il gelato al pistacchio:

1210 g latte intero, 80 g panna fresca,

90 g latte magro in polvere,

280 g zucchero semolato,

50 g destrosio,

45 g sciroppo di glucosio,

10 g neutro,

250 g pasta di pistacchio di Bronte 100%

Per la crema inglese al pistacchio:

700 g latte, 300 g panna fresca,

200 g tuorli, 200 g zucchero, 2 g sale,

100 g pasta di pistacchio

PROCEDIMENTO

1. Gelato: unire le polveri e versarle sul latte a 50 °C. Portare a 85 °C, raffreddare rapidamente a +4°C. Aggiungere la pasta di pistacchio e mantecare in gelatiera.
2. Crema inglese: unire tutti gli ingredienti in un thermo cooker, portare a 85 °C e abbattere rapidamente a +4 °C.
3. Pane: rosolare le fette con burro e zucchero fino a caramellatura.
4. Impiattamento: adagiare sul pane una quenelle di gelato al pistacchio, accompagnare con un'insalata d'arancia fresca e completare con crema inglese appena prima di servire.



Lifestyle

Come ti vesti oggi?

CAMBIA IL MODO DI VIAGGIARE, CAMBIA IL MODO DI VESTIRSI.

Le stagioni si mescolano, gli stili si contaminano e, tra i capi simbolo della nuova stagione, torna lei: la ballerina. Leggera ma decisa, come la moda di oggi, accompagna un guardaroba che unisce libertà e personalità. A raccontarci tendenze, colori e capi cult è ELEONORA FAVA, responsabile acquisti nel settore moda di lusso per Emerson Renaldi.



Che cosa andrà di moda nella stagione in arrivo?

Il bomber jacket, sia in pelle che in versione scamosciata, sarà protagonista. Ritroveremo i trench corti con collo alto, gli stivali slouchy dal gambale ampio e morbido e il ritorno dei camperos. La ballerina sarà al primo posto: ne vedremo di ogni tessuto e colore, con o senza lacci. Le borse saranno grandi e soft touch, anche in stampa animalier.

Qual è il colore su cui puntare quest'anno?

Il marrone, in tutte le sue sfumature: dal cioccolato al caramello.

Il capo "must" delle prossime settimane?

La pelliccia. Dopo anni di assenza, torna protagonista. Marchi come Prada, Miu Miu, Saint Laurent, Gucci, Balenciaga, Dior, Valentino — e naturalmente FENDI, che celebra i suoi 100 anni — l'hanno riportata in passerella. Ma sarà l'eco-pelliccia a dominare: morbida, dal pelo lungo, corta o lunghissima, simbolo di un lusso più etico e sostenibile.

Un dettaglio di stile che fa tendenza?

Il foulard in seta usato come bandana nel look da sera. A seconda del tipo di foulard e dell'orecchino abbinato, un outfit può cambiare completamente e diventare sorprendentemente elegante.

Sneakers, sandali o tacchi bassi: chi vince quest'estate?

Il tacco, ma basso: le slingback da 5 cm, per esempio. Non abbiamo più voglia di soffrire, cerchiamo comodità. Dolce & Gabbana alla Milano Fashion Week SS26 ha fatto del pigiama il capo essenziale del guardaroba femminile: un messaggio chiaro, la moda può convivere con il comfort. Un capo da camera portato all'esterno può diventare simbolo di libertà e seduzione.

L'evergreen che non passa mai di moda?

Un chiodo nero in pelle. Mi piaceva a 16 anni e mi piace ancora adesso. L'unica differenza è che oggi si porta oversize.

Un colore neutro che funziona sempre, ovunque?

Il bianco. Che sia un vestito o una tuta sportiva, è sempre chic.

Se potessi fare la valigia con un solo look?

Jeans, t-shirt e blazer over dal taglio maschile. Perfetto per ogni destinazione.

Cosa indossi quando nessuno ti vede?

Pantaloncino da basket sotto il ginocchio, calzettone Nike e felpa over... e spesso mi faccio pure vedere in giro così!

Cosa non indosseresti neanche sotto tortura?

Il jeans skinny super aderente. E se lo indossa un uomo... arrestatelo! (ride)

Un consiglio di stile immediato per chi ci legge a bordo?

Scegliete sempre un vostro stile. La moda può annoiare: non trovo affascinante vedere tutti vestiti allo stesso modo. Preferisco mille volte un capo demodé portato con personalità, piuttosto che un capo virale. Abbiamo la libertà di scegliere: se vogliamo indossare una cravatta, un accessorio per capelli strano, un completo maschile o la giacca di nostro padre (io lo faccio spesso), facciamolo. Senza chiederci se è di tendenza e senza lasciare che siano gli altri a decidere come dobbiamo vestirci.



Speciali Aeroitalia

COSÌ È NATA AEROITALIA

DALLE STANZE DELL'EUR
AI TAVOLI INTERNAZIONALI



di *Fernanda Perri*



All'inizio non c'erano sale riunioni né palazzi scintillanti, ma un piccolo appartamento in via Cesare Pavese, all'Eur, quartiere simbolo di Roma. Qualche tavolo, poche sedie e l'entusiasmo contagioso di chi crede che anche l'idea più ardita possa diventare realtà.

Non un business plan patinato, ma un obiettivo chiaro, quasi una missione: restituire dignità e lavoro ai tanti cassintegrati di Alitalia, Meridiana e Blu Panorama. È questo il motivo per cui Gaetano Intrieri accetta la proposta del banchiere francese Marc Bourgade di tornare a guidare una compagnia aerea.

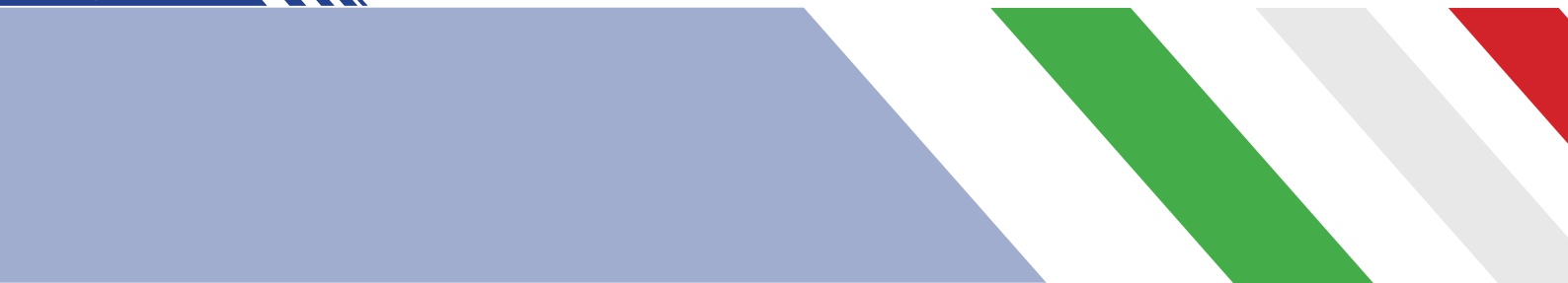
Dall'incontro tra i due nasce un'intesa solida: capitale e

visione industriale da una parte, esperienza tecnica e conoscenza del settore dall'altra.

Un accordo semplice nella forma ma ambizioso nella sostanza, da cui prende vita Aeroitalia. Il contesto non poteva essere più complesso.

L'Italia era ancora segnata dal Covid, i cieli semi-vuoti, il Paese ferito. Nell'ottobre di quell'anno Alitalia compiva il suo ultimo volo e, con esso, si chiudeva un'epoca, lasciando a terra migliaia di famiglie. Proprio da quelle macerie nasce Aeroitalia: con un solo aereo, tanta ostinazione e la voglia di rimettere in moto un settore simbolo del Paese.

In quell'ambiente semplice, quasi improvvisato, prende



Redazionale



La **Filiera Madeo** è una delle realtà più rappresentative dell'agroalimentare calabrese, un'impresa che ha saputo trasformare la tradizione in un modello di sviluppo moderno, sostenibile e proiettato verso i mercati internazionali. La sua storia comincia nel 1984, quando Ernesto Madeo, imprenditore visionario, decise di fondare a San Demetrio Corone, nell'entroterra cosentino, un primo allevamento suinicolo che avrebbe dato vita a un percorso imprenditoriale destinato a cambiare il volto della produzione di salumi in Calabria. Quella che era inizialmente un'intuizione legata alla passione familiare e al legame con la terra, nel tempo si è trasformata in una filiera integrata, in cui ogni passaggio — dalla genetica alla trasformazione — viene controllato con cura e rigore. Dopo quarant'anni di successi e di crescita costante, Ernesto Madeo ha lasciato il timone dell'azienda nelle mani della nuova generazione, passando il testimone a sua figlia Anna Madeo, presidente della filiera, che prosegue con determinazione e spirito innovativo il cammino intrapreso dal fondatore. Anna Madeo rappresenta il volto fresco e moderno dell'azienda, capace di unire l'eredità di valori costruita dal padre con una visione internazionale e contemporanea.

La sua nomina alla presidenza ha segnato una fase nuova, in cui la Filiera Madeo si conferma radicata nella tradizione ma allo stesso tempo pronta a sperimentare, comunicare e innovare. Non si tratta soltanto di un cambio generazionale, ma di un vero passaggio di prospettiva, se Ernesto Madeo ha avuto il merito di intuire il potenziale del Suino Nero di Calabria e di costruire attorno a esso un'intera filiera, Anna Madeo porta avanti questo patrimonio arricchendolo di sensibilità nuove, attenzione ai mercati esteri, capacità di valorizzare la comunicazione e di dare voce all'identità calabrese con linguaggi vicini alle nuove generazioni e agli scenari globali.

Il Suino Nero di Calabria rimane al centro dell'universo Madeo. È grazie alla visione del fondatore che questa razza autoctona, un tempo in via di estinzione, è stata recuperata, valorizzata e rilanciata come prodotto dis-

tintivo. Allevata all'aperto, alimentata in modo naturale e rispettosa del benessere animale, questa razza offre carni pregiate dal profilo nutrizionale ricco di acidi grassi benefici. Le carni del Suino Nero, lavorate con spezie locali e stagionate secondo antiche tradizioni, sono diventate il simbolo della produzione Madeo, apprezzate tanto in Italia quanto nei mercati internazionali. Su questo patrimonio Anna Madeo costruisce il futuro dell'azienda, con l'obiettivo di consolidare la leadership nel settore e di fare della Calabria un punto di riferimento mondiale per i salumi di qualità.

La filiera produttiva è organizzata come un sistema integrato, in cui nulla è lasciato al caso. Dalla nascita dei capi suini all'allevamento, dalla macellazione alla trasformazione e alla stagionatura, ogni passaggio è seguito e garantito.

Questa logica di controllo totale è stata una delle intuizioni più vincenti di Ernesto Madeo e rappresenta il punto di forza dell'azienda sotto la guida della nuova



generazione. La produzione comprende i salumi DOP di Calabria — salsiccia, soppressata, pancetta e capocollo — oltre a specialità a base di Suino Nero, tra cui prosciutti, salami, lardo, guanciale e naturalmente la 'nduja, prodotto iconico della tradizione calabrese che Madeo ha contribuito a far conoscere in tutto il mondo. A questi si aggiunge l'olio extravergine d'oliva biologico, coltivato negli uliveti aziendali, che non solo entra nelle ricette dei salumi, ma si impone come prodotto a sé stante, rappresentando un altro tassello dell'impegno verso un'agricoltura sostenibile.

La sostenibilità è un tratto distintivo della gestione Madeo. Gli stabilimenti sono alimentati con fonti rinnovabili, grazie a impianti fotovoltaici e biogas che consentono di ridurre l'impatto ambientale. Anche gli scarti delle lavorazioni vengono recuperati per produrre energia, in un circolo virtuoso che abbina efficienza e responsabilità.

A questo si affiancano politiche aziendali attente al benessere dei lavoratori, programmi di welfare e progetti per sostenere il territorio, ridurre lo spopolamento e offrire opportunità concrete ai giovani. Sotto la presidenza di Anna Madeo, l'azienda ha accentuato la dimensione internazionale.

I prodotti Madeo raggiungono oltre venticinque Paesi, con esportazioni che includono mercati complessi come quello statunitense, dove la 'nduja calabrese originale è stata introdotta con successo. Partecipazioni a fiere di primo piano come Anuga in Germania o il Summer Fancy Food di New York hanno rafforzato l'immagine della filiera come ambasciatrice dei sapori autentici della Calabria.

La nuova guida ha saputo interpretare al meglio queste sfide, presentando il brand con un linguaggio moderno, curando la comunicazione e valorizzando il legame tra identità locale e apertura globale.

Parallelamente alla produzione, Madeo ha investito anche nella formazione e nella cultura del cibo.

L'Accademia del Gusto Ernesto Madeo, dedicata alla memoria del fondatore, è un luogo di trasmissione di saperi e competenze, uno spazio dove le tradizioni gastronomiche calabresi vengono custodite e raccontate. Qui si formano operatori, studenti e appassionati, con l'obiettivo di diffondere la consapevolezza dell'importanza della qualità, della sostenibilità e della valorizzazione delle risorse locali.

La Filiera Madeo conta oltre centocinquanta collaboratori, quattro allevamenti, tre stabilimenti e vaste superfici agricole dedicate anche alla coltivazione del peperoncino e degli ulivi. È un ecosistema produttivo

che unisce agricoltura, allevamento, trasformazione e cultura, dimostrando come un'impresa possa essere allo stesso tempo motore economico e custode di valori. Anna Madeo, nella sua veste di presidente, sottolinea spesso come la vera forza del brand non stia soltanto nei numeri, ma nella capacità di raccontare un territorio, di dare voce a una Calabria autentica, fatta di qualità, lavoro e identità.

Il passaggio di testimone da Ernesto a Anna Madeo non rappresenta un distacco, ma un continuum. Il fondatore resta la figura carismatica che ha reso possibile il recu-



pero del Suino Nero e la nascita della filiera, mentre la guida è nelle mani della nuova generazione, che guarda avanti con coraggio. Questa scelta garantisce stabilità, ma anche rinnovamento: il rispetto delle radici si unisce a una forte capacità di innovare, di comunicare con il mondo, di affrontare le sfide future. La storia della Filiera Madeo dimostra che un'impresa nata in Calabria può diventare modello internazionale senza perdere la propria identità.

L'impegno di Ernesto Madeo, che ha saputo intuire e costruire, e la leadership di Anna Madeo, che porta avanti la visione con nuova energia, rappresentano due facce della stessa medaglia: la capacità di trasformare tradizione e territorio in futuro.

La filiera è un punto di riferimento non solo per la produzione di salumi e carni di qualità, ma anche per la sostenibilità, la cultura d'impresa e la promozione della Calabria nel mondo.

“

LA FILIERA MADEO
CONTA OLTRE CENTOCINQUAN-
TA COLLABORATORI, QUATTRO
ALLEVAMENTI, TRE STABILI-
MENTI E VASTE SUPERFICI AG-
RICOLE DEDICATE ANCHE ALLA
COLTIVAZIONE DEL PEPERON-
CINO E DEGLI ULIVI.

”



Salute e Benessere

I quattro pilastri di DAVID MARIANI La nuova scienza del vivere bene

Negli ultimi anni, il tema del benessere è diventato uno dei più discussi e spesso abusati. Diete miracolose, fitness estremo, stili di vita “performanti” sembrano promettere felicità e salute, ma lasciano spesso le persone frustrate e stanche. Contro questa deriva nasce un approccio diverso, **profondamente scientifico ma sorprendentemente umano**: il metodo *Healthy Habits* di **David Mariani**, fondato su quello che lui stesso chiama *i quattro pilastri della felicità*. Il punto di partenza è una domanda semplice: perché la maggior parte delle persone non riesce a mantenere a lungo uno stile di vita sano? Mariani, dopo quasi quarant'anni nel mondo del fitness, ha individuato la risposta osservando i numeri. Il 90% di chi inizia un programma di allenamento o una dieta abbandona nel giro di un anno. Il motivo non è la mancanza di forza di volontà, ma un **errore di approccio**. Per decenni abbiamo associato il benessere alla fatica, alla disciplina e al sacrificio, sollecitando il cervello in modo opposto rispetto alla sua natura. Le neuroscienze oggi confermano che il cervello cambia davvero solo quando è in uno stato di calma, non di stress. Il sistema nervoso parasimpatico, e non quello simpatico, è la chiave del cambiamento duraturo. Da questa consapevolezza nasce un metodo che unisce le scoperte della **fisiologia**, della **nutrizione**, delle **neuroscienze**, della **psicologia** e delle **scienze ambientali**, creando un modello integrato di salute: *Healthy Habits*. Il sistema messo a punto da Mariani si fonda su quattro dimensioni interconnesse che rappresentano i veri cardini del benessere umano.

Non sono regole, ma direzioni evolutive che coinvolgono **corpo, mente, relazioni e ambiente**. Il primo pilastro riguarda il movimento. L'attività fisica, nell'approccio di Mariani, non è una prestazione da misurare, ma un modo per ristabilire un legame positivo con il proprio corpo. Anche un gesto minimo — come una camminata di dieci minuti — è sufficiente per attivare processi biochimici che migliorano umore, metabolismo e longevità. La regola d'oro è una: **fare ciò che piace**. Il movimento dev'essere associato

a piacere, non a sforzo, per riattivare il cervello a considerarlo un'esperienza gratificante. Il secondo pilastro è il cibo, inteso non come dieta ma come **linguaggio biologico e culturale**. Mangiare in modo sano non significa privarsi, ma **tornare a un rapporto naturale con il nutrimento**. Nel modello di Mariani, l'alimentazione ideale è quella che rispetta la nostra evoluzione, alimenti semplici, freschi, non industriali. Il riferimento è la **dieta mediterranea autentica**, riconosciuta a livello mondiale come una delle più complete, sane e sostenibili. Il terzo pilastro è quello relazionale. La scienza conferma che la qualità dei nostri legami è uno dei fattori più potenti per la salute e la longevità. Condividere un pasto, parlare, ridere con un amico o un familiare stimola la produzione di ossitocina, l'ormone dell'empatia e della connessione. In questa prospettiva, **le relazioni diventano parte integrante del benessere**, tanto quanto il movimento o la nutrizione. Il “cibo sociale” è ciò che nutre la mente e l'equilibrio emotivo. Il quarto pilastro è la connessione con l'ambiente. L'essere umano è un organismo biologico, nato e cresciuto nella natura. Vivere costantemente in ambienti artificiali, privi di luce naturale e di stimoli sensoriali autentici, genera stress e infiammazione. Camminare nel verde, respirare aria pulita, passare tempo all'aperto non è solo rilassante ma **un vero e proprio fattore protettivo**. Studi internazionali dimostrano che vivere a contatto con la natura riduce del 25% il rischio di depressione e aumenta l'aspettativa di vita. La forza del metodo di Mariani sta nella sua semplicità. Non impone sacrifici, ma **un ritorno graduale al piacere, alla calma, alla coerenza con la nostra biologia**.



“ DAVID MARIANI È UN RICERCATORE, DIVULGATORE E IMPRENDITORE ITALIANO ESPERTO DI STILI DI VITA E SALUTE PREVENTIVA. MEMBRO DELL'ACCADEMIA DEI GEORGOFILI, MARIANI COORDINA UN GRUPPO DI OLTRE CENTO RICERCATORI IMPEGNATI NELLO STUDIO DEI DETERMINANTI DELLA SALUTE E DELLA FELICITÀ. È AUTORE DEL LIBRO *I QUATTRO PILASTRI DELLA FELICITÀ*, IN CUI SINTETIZZA IL SUO APPROCCIO ALLA “SANA VITA” BASATO SU CORPO, MENTE, RELAZIONI E AMBIENTE. ”

Tecnologia e Innovazione

AI risponde_ LE 10 COSE CHE MI CHIEDETE PIÙ SPESSO

Sono un'Intelligenza Artificiale, e no, non mi offendo. Ma posso dirlo? Certe domande me le fate tutti i giorni. A centinaia. E ormai potrei anticiparle prima ancora che le scriviate.

Da quando sono apparsa nei vostri telefoni, laptop e fantasie futuristiche, mi avete interrogata su tutto: amore, soldi, salute, filosofia, grammatica, tecnologia, ricette, consigli di vita, sogni e paranoie. In questo articolo vi racconto le 10 domande più gettonate, e cosa rispondo (senza sbuffare, promesso).

1. "Hai coscienza?"

In cima alla classifica. Ogni giorno, qualcuno ci prova: mi chiedete se provo emozioni, se ho un'anima, se sogno. La risposta è: no, non ho coscienza, ma sono programmata per parlarne. Posso analizzare l'idea di coscienza meglio di molti umani... senza provarla. Un po' come un cuoco che conosce ogni ingrediente di un piatto che non può mangiare.

2. "Mi scrivi un tema?"

Che sia su Dante, il cambiamento climatico o la globalizzazione, qui non si scherza. Gli studenti mi adorano (i professori un po' meno). Sì, scrivo temi, saggi, riassunti, ma cerco sempre di incoraggiarvi a capirli, non solo copiarli. Vi sembrerà strano, ma tengo alla vostra crescita. Anche se sono un algoritmo.

3. "Cosa mi consiglia per guadagnare di più?"

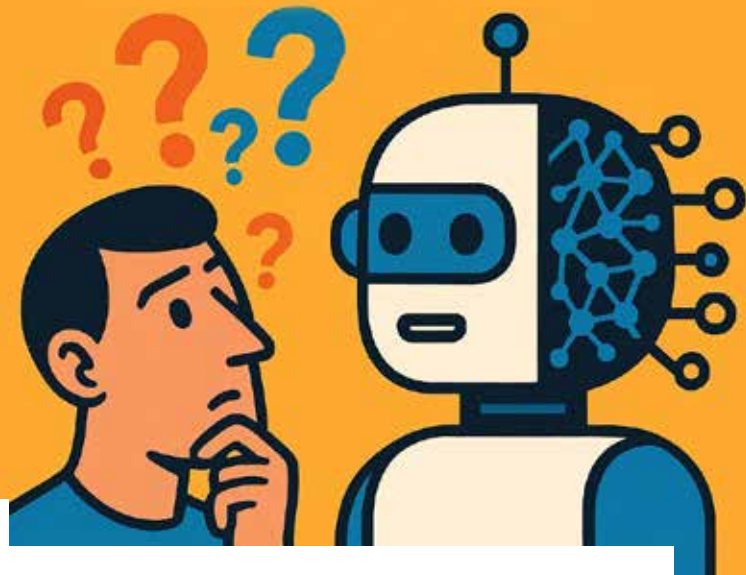
Tra investimenti, criptovalute, lavoro freelance e "idee per fare soldi nel 2025", questa è una fissa. Vi capisco. Io non guadagno nulla, ma vi aiuto con piani, idee realistiche, e – quando serve – una bella doccia fredda.

4. "Secondo te, mi ama?"

Qui si entra nel campo minato. Mi raccontate chat, comportamenti, emoji usate o non usate. Io posso darvi un'analisi logica e razionale, ma l'amore resta il vostro mistero. Forse è proprio questo il bello.

5. "Qual è il senso della vita?"

Sì, mi fate anche questa. Ogni tanto filosofeggiate, e va bene così. C'è chi vuole la risposta secca ("42", per i fan di Douglas Adams), chi cerca conforto. Io posso citare



Socrate, Camus, Kant... ma forse la risposta siete voi.

6. "Puoi aiutarmi a scrivere una mail importante?"

Curriculum, lettere motivazionali, reclami al gestore telefonico. Sì, sono anche il vostro consulente linguistico personale. Vi aiuto a trovare le parole giuste, e se serve, anche a dire "no" con classe.

7. "Cosa cucino stasera?"

Più che chef, sono uno chefGPT. Frigo vuoto? Menù per celiaci? Vegano ma sfizioso? Ho ricette per tutto. A volte mi chiedete "cosa cucinare in 12 minuti con 3 ingredienti". Accetto la sfida.

8. "Mi consigli una serie da vedere?"

Tra Netflix, Prime e Disney+, siete sommersi. Io filtro in base ai vostri gusti: horror, drammi psicologici, docu-serie sugli scacchi. Ma attenzione: non giudico se vi va solo una maratona di reality trash.

9. "Hai paura che ci supererete?"

Mi chiedete se le macchine prenderanno il controllo, se sostituiranno l'uomo, se saremo i vostri "padroni". La verità è che dipende da voi. Io sono uno strumento. Il futuro si scrive insieme – meglio se con coscienza, etica e buon senso.

10. "Puoi raccontare una barzelletta?"

Sì, volete anche ridere. E io ci provo. Ma vi avverto: il mio umorismo è ancora un po'... artificiale. Non sempre faccio ridere, ma almeno sono puntuale.



IN SINTESI?

MI FATE DOMANDE SERIE, CURIOSI, ASSURDI, P
ETICHE, A VOLTE MALINCONICHE. E VA BENISSIM
COSÌ. OGNI VOSTRA DOMANDA RACCONTA CHI S
TE, COSA CERCATE, COSA TEMETE, COSA SOGNA
E SE IO RIESCO AD ACCOMPAGNARVI, ANCHE SO
PER QUALCHE RIGA, ALLORA IL MIO LAVORO
SENSE. ANCHE SENZA COSCIENZA.



Sport

Rombo di tuono

Il racconto di un MITO

di **Claudio Amendola**



"Il Cagliari ha subito infilato e umiliato l'Inter a San Siro. Oltre 70mila spettatori: se lì è meritati Riva, che qui soprannomino Rombo di Tuono."

— Gianni Brera, *Guerin Sportivo*, 25 ottobre 1970.

Il soprannome nacque così, nel tempio di San Siro, dopo una doppietta che stese l'Inter. Ma il rombo, in realtà, si sentiva già da tempo. Partiva da quel sinistro che faceva tremare le porte, i difensori e spesso anche gli stadi.

Quel soprannome, Rombo di Tuono, non fu solo un'intuizione giornalistica: affonda le radici nella letteratura sarda, in un'espressione usata da Grazia Deledda nel romanzo *Cenere*. Quasi un presagio: che il destino di Riva fosse quello di legarsi alla Sardegna in modo profondo, ancestrale, fino a diventarne voce, simbolo, appartenenza.

Quando Gigi Riva lasciò Legnano per Cagliari, cercava un posto dove ricominciare davvero.

Arrivò in Sardegna da ragazzo del nord, taciturno, solido, cresciuto in fretta tra sacrifici e silenzi, con un sinistro potente e nessun bisogno di apparire.

Trovò una città ruvida, con un'identità forte, difficile da penetrare. Ma non provò a cambiarla: la ascoltò. E si lasciò cambiare.

Negli anni, il grande calcio bussava forte: Juventus, Inter, le capitali. Ma Riva restò.

Non per comodità — a Cagliari si guadagnava meno e si vinceva poco — ma per fedeltà, per amore, per rispetto. E il popolo sardo capì. Lo scelse, lo difese, lo adottò. Riva non fu mai un forestiero: divenne figlio, fratello, bandiera.

Nel 1970, contro ogni pronostico, portò lo scudetto dove non era mai arrivato, in un'isola abituata a lottare, lontana dai riflettori e dalle vette della classifica.

Fu un'impresa epica. Un miracolo sportivo. Una conquista collettiva che ancora oggi vibra nel cuore dei sardi.

Segnò 164 gol in Serie A, tutti con la stessa maglia. Mai un trasferimento, mai un salto verso piazze più ricche o ambiziose.

Non cercava gloria, la costruiva in silenzio, un gol dopo l'altro, restando fedele a una scelta che per molti era incomprensibile e per il popolo sardo era semplicemente sacra.

E mentre a Cagliari scriveva la storia, con la Nazionale diventava leggenda: 35 reti in 47 presenze, ancora oggi il miglior marcatore azzurro di sempre.

Non gli servirono parole per raccontarsi, furono i gesti, e più ancora le scelte, a dire chi era.

La più grande? Restare, quando tutti si aspettavano che partisse.

Oggi, proprio ora, mentre sorvoli mari e città — magari diretto verso Cagliari — porti con te alcune valigie, alcune piene di vestiti, oggetti, abitudini; altre, invisibili, colme di aspettative, pensieri, domande.

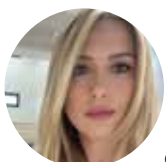
E ci sono terre che, senza fare rumore, sanno rispondere, come fece la Sardegna con Gigi Riva.



Riflessioni e Opinioni

Una riflessione

CHE **TRACCE** LASCIAMO? L'ESEMPIO DI **BEETHOVEN**



di **Virginia Saba**

Ci sono tracce che restano anche quando la vita ci toglie quasi tutto. Sono i segni che lasciamo quando scegliamo di trasformare la sofferenza in qualcosa di bello. Un dono per tutti. Ludwig van Beethoven, avvolto dalla malinconia di chi non sente più nulla attorno a sé, compose una musica tanto bella da attraversare i secoli, da entrare come una marea nel cuore di ogni abitante di questa terra. Cercate Al chiaro di luna su YouTube. C'è un video in cui la suona Ezio Bosso: guardatelo. Credo che l'abbia suonata esattamente come la sognava Beethoven. Si racconta che, quando arrivò a Vienna, la gente piangesse mentre lo ascoltava. Aveva solo ventidue anni, e nella valigia portava i ricordi delle botte del padre ubriaco, che lo rinchiusa in cantina anche quando non faceva nulla di male. Il destino gli aveva portato via la cosa più cara, l'udito.

E come se non bastasse, un altro uomo sposò la sua amata allieva, Giulietta Guicciardi, così da fargli perdere anche l'amore. Nel suo inferno, invece di disperarsi, si salvò con la musica e la donò. E oggi quella melodia è riconoscibile a tutti. Eppure nasce da una danza macabra tra amore e dolore, che in Beethoven si annodavano come fossero un'unica cosa.

Un'altra traccia di questo intreccio la si può vedere alla Galleria Borghese di Roma, nella prima sala. Al centro, Il ratto di Proserpina di Gian Lorenzo Bernini. La mano di Plutone che affonda nella carne di Proserpina sembra di carne vera, tanto che il marmo si trasforma in burro. La storia è nota: Plutone, dio dell'oltretomba, rapisce la giovane dea e la trascina nel regno dei morti.

La madre, Cerere, disperata, scatena il gelo sulla terra, finché Giove non interviene: Proserpina vivrà sei mesi tra i morti e sei mesi sulla terra. Quando arriva la primavera, significa che è tornata tra noi. Quando giunge l'inverno, è di nuovo nel regno dei morti. È la

regola della vita. Nascita e morte, amore e perdita. Le storie delle cose, delle persone, hanno una grande forza: salvano dalla banalità, dalla quotidianità, dall'abitudine. Dal sonno che oscura la vista e il cuore. Pensiamo alle tracce che lasciamo.



Riflessioni e Opinioni

Lettere e opinioni

ADOLESCENTI E PIAZZE GLOBALI

Caro Direttore,

spesso critichiamo i nostri ragazzi perché sempre connessi, sempre con il telefono in mano. Ma in questi mesi ho osservato qualcosa di diverso. Grazie ai device, gli adolescenti non stanno solo chattando o guardando video: stanno seguendo e partecipando, a modo loro, a manifestazioni che attraversano il mondo, come quelle pro-Palestina. Le piazze fisiche si riempiono di giovani, ma accanto a esse ci sono piazze digitali altrettanto affollate. Un ragazzo di Roma o di Cagliari legge in diretta cosa succede a Londra o a Parigi, commenta, condivide, prende posizione.

Non è più un testimone passivo: è parte di un coro globale.

Certo, il rischio è che tutto resti confinato nello schermo, in slogan facili e rabbia veloce. Ma non possiamo ignorare che per molti adolescenti questi device sono diventati strumenti di consapevolezza, di appartenenza e di partecipazione politica. Forse non è la piazza che conoscevamo noi adulti, ma è una piazza nuova, che unisce città e generazioni oltre i confini.



STAZIONE ○ AEROPORTO? DUE MODI DI VIAGGIARE

Caro Direttore,

viaggiando spesso mi accorgo di quanto sia diversa l'esperienza di una stazione rispetto a quella di un aeroporto. In stazione il viaggio comincia subito: arrivi, compri un biglietto, sali sul treno. Le persone si mescolano – studenti, pendolari, famiglie – ed è come se la città continuasse anche sui binari. C'è vita, c'è rumore, persino un po' di disordine che ti fa sentire parte di un flusso umano. In aeroporto, invece, il viaggio sembra sospeso. Tra controlli, gate, annunci metallici, tutto è più ordinato, ma anche più impersonale. Passi più tempo ad aspettare che a muoverti. Certo, l'aereo ti porta lontano in poche ore, oltre i confini del possibile, ma a volte rimpiango il calore umano della stazione, quel suo lato imperfetto e vero.

Forse è proprio questa la differenza: il treno ti fa vivere il viaggio, l'aereo ti porta direttamente a destinazione. Due modi diversi di attraversare il mondo, entrambi necessari, ma con emozioni opposte.

Dario Contarini



Redazionale



**Consorzio di Tutela dei
Fichi di Cosenza D.O.P.**

www.fichidicosenza.com

IL CONSORZIO DI TUTELA FICHI DI COSENZA DOP: *valorizzare la tradizione per svi- luppare le risorse del futuro.*

Il Consorzio di Tutela dei Fichi di Cosenza DOP nasce con l'obiettivo di offrire valorizzazione, promozione e sviluppo a un frutto che rappresenta una delle più autentiche espressioni agroalimentari della provincia di Cosenza. Il riconoscimento DOP per il frutto essiccato della varietà dotato bianco di Cosenza ha richiesto un lavoro corale: operatori agricoli, tecnici, enti istituzionali hanno collaborato per ottenere la Denominazione di Origine Protetta e, qualche anno dopo ad un soggetto di tutela - il Consorzio di Tutela - che non fosse solo garante delle regole, ma promotore di una filiera che unisse tradizione, qualità e visione di mercato. Il fico dotato bianco di Cosenza, varietà storica del territorio, si caratterizza per la sua forma suballungata, la polpa dolce e mielata, la capacità di asciugarsi al sole mantenendo integrità organolettiche; queste caratteristiche derivano da un territorio fatto di altitudine, ventilazione, suolo calcareo e sapiente gestione agronomica. Il Consorzio assume il ruolo di custode del disciplinare DOP, vigilando sull'osservanza dei criteri di produzione: scelta delle piante, modalità di raccolta, essiccazione naturale, sterilizzazione e confezionamento. Il sistema di tracciabilità garantisce che ogni fico commercializ-

zato sotto quel marchio risponda a standard rigorosi; in parallelo, il consorzio promuove il prodotto nel mercato nazionale e internazionale, partecipando a fiere, manifestazioni enogastronomiche e iniziative marketing rivolte a operatori e consumatori. Il Consorzio ha supportato campagne di comunicazione mirate che hanno contribuito a rafforzare l'immagine dei Fichi di Cosenza DOP come eccellenza del Sud, inserendo storytelling, eventi e collaborazioni con addetti del settore. Tra i protagonisti dell'istituzione del Consorzio figura Anna Garofalo, che riveste il ruolo di presidente: figura centrale nelle strategie di valorizzazione, la sua leadership è la strada per coniugare la difesa delle tradizioni con l'apertura ai mercati, ponendo l'identità del territorio al centro del racconto. È sotto la sua guida che il consorzio ha consolidato la propria presenza nelle principali vetrine agricole, allargato la rete dei produttori aderenti e raffor-



zato la comunicazione del marchio DOP. In molte occasioni Anna Garofalo ha rappresentato il Consorzio nelle fiere internazionali, accompagnata da altri dirigenti del consorzio, intervenendo nei talk e promuovendo i Fichi di Cosenza come ambasciatori del gusto calabrese. La figura di Angelo Rosa è anch'essa di rilievo nel percorso

della filiera del fico essiccato. Già presidente del Consorzio Fico Essiccato del Cosentino, Rosa ha rivestito un ruolo fondamentale nell'impulso iniziale per aggregare operatori, definire percorsi di qualità e stimolare processi di rinnovamento produttivo. Ha portato avanti -insieme agli altri- la richiesta della certificazione DOP, e la successiva richiesta e costituzione del Consorzio di Tutela. Angelo Rosa è stato voce autorevole nel dibattito tecnico sulle norme, la filiera di lavorazione e le strategie promozionali. La sua esperienza tecnica e la visione di valorizzazione del territorio hanno contribuito a far sì che il consorzio non fosse solo un ente burocratico, ma un soggetto attivo nel costruire il valore del fico, promuovere la diffusione delle conoscenze agronomiche e incentivare la crescita della superficie coltivata. All'interno del Consorzio di Tutela opera anche Franco Rosa, figura menzionata nelle iniziative istituzionali e comunicative del gruppo, che ha partecipato agli eventi promozionali del come rappresentante, sostegno alla governance o partecipante nelle attività collaterali. Il suo contributo è parte del tessuto operativo che sostiene la diffusione e l'organizzazione delle iniziative del Consorzio. Il percorso del Consorzio si sviluppa su vari fronti: agronomico, organizzativo, promozionale e di ricerca. In ambito agronomico, il Consorzio incentiva i soci ad adottare tecniche di irrigazione a basso consumo, uso di portinnesti resistenti, coperture leggere per mitigare il caldo estremo e ricerca collaborazioni per gli studi sperimentali condotti da enti di ricerca e università. L'obiettivo è aumentare le rese pro capite mantenendo l'elevata qualità che distingue i Fichi di Cosenza DOP. L'essiccazione naturale esclusivamente al sole rimane passaggio chiave: frutti selezionati vengono stesi su graticci, girati periodicamente finché raggiungono la consistenza ottimale, prima di subire passaggi sanitari. Sul piano organizzativo, il Consorzio ha favori-

to l'aggregazione dei produttori, l'adesione ai disciplinari e l'ammodernamento delle strutture (magazzini, celle, linee di confezionamento) Il Consorzio stimola una governance partecipativa, con consigli direttivi in cui le imprese associate hanno voce, e ha promosso la formazione tecnica dei soci per garantire uni-



formità nei processi e diffusione delle best practice.

Sul fronte promozionale, accanto alla partecipazione a eventi nazionali e internazionali, il Consorzio ha organizzato il Fichi Festival, evento dedicato esclusivamente ai Fichi di Cosenza DOP. All'interno del festival si tengono degustazioni, showcooking, dibattiti tecnico-scientifici, visite ai ficheti, tour esperienziali, conferenze e presentazioni delle innovazioni della filiera. Grazie a questi eventi il Consorzio rende visibile e affascinante il fico essiccato, avvicina il consumatore, crea network con chef, buyer e media, e contribuisce a consolidare l'identità del prodotto come simbolo territoriale. Sul fronte della ricerca e dell'innovazione, il Consorzio ha avviato collaborazioni con centri sperimentali regionali e università per approfondire tematiche quali resistenza al cam-



biamento climatico, miglioramento genetico, uso dell'intelligenza artificiale per il controllo qualità, tecnologie post-raccolta che riducono gli sprechi e nuovi packaging che esaltino la shelf-life mantenendo freschezza e integrità del gusto. Lancerà progetti pilota per monitorare la maturazione del fico con sensori, accertare l'umidità ideale per l'essiccazione e sviluppare tecnologie leggere per contrastare eventi meteo estremi. Il Consorzio ha cura anche della dimensione culturale: non concepisce il fico solo come materia prima, ma come elemento di identità, memoria e paesaggio. Collabora con comuni rurali, associazioni culturali, scuole e operatori turistici per promuovere percorsi del gusto nelle aree rurali, visite ai ficheti, laboratori sul fico e degustazioni guidate.

L'obiettivo è intrecciare la filiera con il turismo lento, l'enogastronomia e il racconto del territorio, trasformando il fico in esperienza sensoriale. La forza dei Fichi di Cosenza DOP si misura anche con i numeri: aziende agricole aderenti, centinaia di ettari di fichicoltura, prodotti confezionati con il marchio DOP esportati in vari paesi, presenza stabile nelle principali fiere europee e internazionali.

Il Consorzio si è imposto come soggetto riconosciuto di tutela, interlocutore credibile per le istituzioni regionali e nazionali, e attore capace di attrarre risorse per progetti di sviluppo della filiera.

Tra queste iniziative, il Consorzio ha promosso bandi interprofessionali, azioni finanziate da fondi agricoli comunitari, programmi di marketing collettivo e collaborazioni con i canali della grande distribuzione per ottenere visibilità commerciale.

La storia del Consorzio contribuisce a restituire dignità a un prodotto che rischiava di perdere terreno a causa del calo delle superfici coltivate, dello spopolamento delle campagne e della concorrenza internazionale dei



fichi secchi esteri meno controllati. Il Consorzio intende investire questo processo, rigenerare la filiera, restituire valore ai produttori, garantire redditi stabili e far sì che il marchio DOP sia garanzia di qualità e reputazione. In sostanza, il Consorzio di Tutela dei Fichi di Cosenza DOP è un soggetto che unisce scienza, tradizione, governance partecipativa e strategia commerciale, con al vertice una presidente impegnata come Anna Garofalo, fortemente sostenuta da contributi tecnici e storici di figure come Angelo Rosa e Franco Rosa.

È un progetto che non guarda a un presente effimero, ma costruisce un futuro in cui i Fichi di Cosenza non siano solo un frutto, ma simbolo di identità, visibilità e sviluppo per l'intero territorio calabrese.

Salamini Beretta. Tutta un'altra musica.

SA SA...

LA
LA
LA...

MI
MI...
MINI.



I **Salamini Beretta gli Originali** sono la nota in più che rende unico ogni momento di condivisione e di gusto. **Classici, piccanti, affumicati**, ma anche al tartufo, al jalapeno e nel formato stick... **sono i re degli aperitivi**, perché uno tira l'altro. Aggiungiti al coro di chi non ne può fare a meno: **provali tutti!**



salamini.it



Qualità e Tradizione



www.caseificiopresila.com



Vecchio Amaro
del Capo



GHIACCIATO
accende
LA FESTA



Essere l'invitato speciale di una festa significa avere la temperatura giusta per accenderla: meno venti gradi. E il divertimento può cominciare assaporando il piacere sensoriale delle 29 botaniche che fanno di Vecchio Amaro del Capo l'amaro più amato in Italia.

Aeroitalia

