

il Viaggio
AEROITALIA Magazine

PIANO MATTEI
Il punto del viceministro Cirielli

LA FRAGILITÀ
spiegata da Matteo Saudino

PATRIZIA MARRAS
l'estate non finisce

VIA IL PATRIARCATO
Marco Benini presenta libro e film
con Edoardo Leo

STORIE DI ROMEO E GIULIETTA

DA MARCHIONNE A BYD
ALTAVILLA RACCONTA IL SORPASSO CINESE

2026 ottobre

AEROITALIA

BUY ON BOARD *Menu*



PRODOTTI DA FORNO / BAKERY

Mini Croissant Salato Farcito **€ 4,50**
Cotto & Formaggio, Speck & Brie o Prosciutto. / Savory filled mini croissant.

Piccola Pasticceria Assortita **€ 3,50**
Duo mini crostatine, duo cuoricini o tris da tè. / Assorted mini pastries.

Pasticceria Vegana VEGAN **€ 4,00**
Tris da tè vegano. / Vegan tea pastry selection.

PANELLA
dal 1939
ROMA

APERITIVO & SNACK SALATI
SAVORY SNACK

Snack Panella **€ 3,00**
Capricciosi, Pomodoro, Olio e Sale, Rosmarino. /
Capricciosi, Tomato, Oil & Salt, Rosemary.

Patatine Croccanti (45g) **€ 3,50**
Sfoglie di patate dorate. / Crispy potato chips.

SNACK DOLCI & ENERGETICI
ENERGY & SWEET SNACKS

Energy & Crunch Mix (50g) **€ 3,80**
Mix proteico di legumi, mandorle, frutta disidratata e chips di banana.
Protein mix with dried fruit and banana chips.

Barrette ai Cereali & Proteiche **€ 3,00**
Cereal and protein bars.

Biscotti Vari **€ 2,50**
Nutella Biscuits, Baiocchi, Ringo. / Assorted biscuits.

M&M's & Cioccolatini **€ 3,00**

BEVANDE RINFRESCANTI
REFRESHING DRINKS

Bibite Analcoliche & Thé Freddo **€ 3,00**
Coca Cola, Zero, Fanta, Sprite, Thé Freddo (Pesca/Limone).
Soft Drinks & Iced Tea.

Succhi di Frutta (250ml) **€ 3,00**
Gusti vari. / Various tastes.

Acqua Minerale (50cl) **€ 2,50**
Naturale o Frizzante. / Still or Sparkling Water.

Red Bull Energy Drink (25cl) **€ 3,50**

Caffè / The Caldo **€ 2,00**
Coffee / Hot Tea.



SOLO PAGAMENTI ELETTRONICI
ONLY ELECTRONIC PAYMENTS

TUTTI I PRODOTTI SONO SOGGETTI A DISPONIBILITÀ DI BORDO / ALL PRODUCTS ARE SUBJECT TO AVAILABILITY

AEROITALIA

SEMPRE PIÙ VOLI DA CAGLIARI





www.aeroitalia.com

L'artista del mese



CINO ANGIONI
Mr PIG in viaggio

tecnica mista su tela 32 × 56 cm - 2022

Potrebbe essere il passeggero seduto accanto a voi, l'uomo che incontrerete al prossimo appuntamento di lavoro o quel banchiere arrogante che sembra divertirsi a complicarvi la vita. *Mr PIG* appartiene a un'umanità immediatamente riconoscibile: giacca, camicia e cravatta diventano quasi un'uniforme, mentre il volto deformato e gli occhi enormi restituiscono qualcosa di grottesco, inquieto e insieme vulnerabile. Cino Angioni sembra giocare con lo stereotipo dell'uomo di potere, sicuro di sé, altezzoso, forse persino cattivo. Ma l'opera suggerisce una lettura meno immediata. Dietro la maschera sociale potrebbe esserci infatti un uomo prigioniero del personaggio che ha costruito. Ed è qui che *Mr PIG* diventa più interessante: **chi esercita il potere sugli altri può essere, prima ancora, vittima del proprio bisogno di esercitarlo**. La cravatta, il ruolo, l'apparenza e l'autorità finiscono così per assomigliare alle sbarre di una gabbia. Forse è per questo che, nonostante tutto, Mr PIG non suscita soltanto antipatia. A guardarlo bene, fa quasi tenerezza.



VITA E OPERE

Cino Angioni è nato a Cagliari nel 1967. È un artista visivo e musicista contemporaneo. Dopo una carriera come batterista nella scena del rock alternativo italiano, Angioni si è dedicato alla pittura come autodidatta, trovando nella musica una fonte inesauribile di ispirazione.

Le opere di Angioni sono caratterizzate da un mix di ironia e dramma, e spesso presentano un mosaico di volti schizofrenici ed esausti. I suoi soggetti includono uomini soli, preti ubriachi, donne annoiate, cani randagi, avidi banchieri e suore di clausura.

Questi personaggi, apparentemente "sobri", trasmettono una profonda inquietudine interiore, componendo un ritratto collettivo di solitudine e isolamento che permette a molti di riconoscersi almeno in parte. Per Angioni, il disegno è un potente vettore emozionale.

Utilizza una tecnica mista che combina pastelli ad olio, matite, gessetti, pittura acrilica e ad olio, spesso arricchita con elementi di décollage. Una caratteristica distintiva del suo lavoro è il "tocco finale": graffi effettuati con punteruoli, taglierine e lame, quasi a voler distruggere l'opera iniziale per aggiungerle un ulteriore strato di profondità emotiva.

Alcune delle sue opere fanno parte di prestigiose collezioni private in tutto il mondo, anche di personaggi conosciuti, come nella collezione privata del regista americano Spike Lee, che nel 2024 ha comprato un suo ritratto.

Nel 2009, Angioni ha esposto le sue opere al Teatro Civico di Castello a Cagliari con una mostra personale intitolata "Randagi".

Da allora, ha partecipato a numerose esposizioni personali e collettive di rilevanza istituzionale, collaborando con diverse gallerie locali.

Nel 2022, ha esposto presso la Melkart Gallery a Nizza. Nel 2024 la mostra personale dal titolo "Ritratto Ironico di Cino Angioni" viene esposta ad aprile alla galleria Rusi Karabiberov di Nova Zagora in Bulgaria e alla galleria Il Casino Delle Muse a Palermo.

Attualmente, vive a Cagliari, dove continua a dipingere e portare avanti il suo lavoro di ricerca.

il Viaggio
AEROITALIA Magazine

Editore
Aeroitalia
Via Mantegna 8 Fiumicino 00054

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 settembre 2026

SOMMARIO

EDITORIALE 5

ATTUALITÀ - Primo Piano 6
Da Marchionne a BYD - Altavilla racconta il sorpasso cinese

ATTUALITÀ - Il Focus 10
Mi sono innamorato di Città del Messico

ATTUALITÀ - Politica 14
Piano Mattei, sogno o realtà?
Il viceministro Cirielli: «tracciata la strada ora velocizziamo i progetti»

ATTUALITÀ 18
Europa, scuola a confronto
L'estate che divide i bambini e alimenta la crisi demografica

CULTURA 20
Il Patriarcato è antidemocratico
Marco Bonini striglia i maschi - Da Zeus a Geppetto

TERRITORI E VIAGGI - Un giorno a 24
Perugia sopra il tempo

TERRITORI E VIAGGI - Un giorno a 26
NO TIME NO SPACE - il mito della casa che veniva da un altro pianeta
Viaggio nella Cupola abbandonata di Dante Bini a Costa Paradiso, dove Michelangelo Antonioni e Monica Vitti costruirono il loro rifugio impossibile

TERRITORI E VIAGGI - I luoghi del cuore 30
Milano tra bellezza e bruttezza

IL PERSONAGGIO 32
Andrea Pezzi - dal teatro all'IA
«per una nuova intelligenza naturale»

CULTURA - Note di filosofia 36
La FORZA della FRAGILITÀ

CULTURA - Dietro le quinte 38
Lo sapevi che...EUGENIO MONTALE
Il premio Nobel che preferiva i limoni agli allori

CULTURA - Letteratura 40
ROMEO e GIULIETTA - che negarono le stelle

CULTURA - Mostre ed Eventi 42
Il GIARDINO dei TAROCCHI

LIFESTYLE - Come ti vesti 44
La BORSA torna a fare la BORSA

LIFESTYLE - Storie di gusto 46
Una ZUCCA, due continenti

LIFESTYLE - Storie di gusto 47
SPESA CONSAPEVOLE: QUANDO IL PACKAGING SCEGLIE AL POSTO TUO
Colori, parole, scaffali e "ingredienti invisibili": quanto della nostra scelta al supermercato è davvero nostra?

SPECIALE AEROITALIA 50
La Dinamo tornerà a volare (Anche grazie ad Aeroitalia...)

CURA DEL MONDO E DEGLI ALTRI 52
La bontà comincia da un gesto semplice

SALUTE E BENESSERE - Psicologia 54
Perché smettiamo di baciarci

RIFLESSIONI E OPINIONI - Una riflessione 56
Quale REPORT resterà?

SPORT 58
Varenne la favola di un campione

SMARTNETWORKGROUP.IT

SMART NETWORK GROUP

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



Cari lettori, permettetemi un po' di letteratura, in questo editoriale.

Qualche giorno fa ho riletto i Fioretti di san Francesco. Probabilmente qualcuno sorriderà, perché è una lettura che sembra sottrarsi completamente agli interessi del nostro tempo. Potremmo definirli meravigliosamente inattuali. Sono infatti di una semplicità che questo mondo sembra avere dimenticato.

In particolare, nel Fioretto X frate Masseo chiede a Francesco, quasi stizzito: perché proprio te? In pratica, perché sei tu il leader? Tu che non sei nobile, gli dice, non sei bello e non possiedi neppure il sapere. Tutte qualità che, tradotte nel linguaggio di oggi, contribuiscono a rendere una persona "autorevole". Politici, giornalisti, raccattatori di follower. O forse sarebbe più corretto dire "visibile", perché le due cose ormai tendiamo pericolosamente a confonderle.

Francesco gli risponde, quasi con soddisfazione, che è stato scelto proprio perché è «il più vile e il più insufficiente» che si possa incontrare.

Ed è questa parola che mi è rimasta in testa: insufficiente.

Pensiamo di essere tutti importanti, per una cosa o per l'altra. Ma la verità non è forse che siamo tutti insufficienti? Non cambiamo il mondo da soli e la nostra parola non è il Vangelo. Ritrovare l'umiltà e ridimensionare il nostro ego ipertrofico, una delle malattie del secolo, è una grande sfida.

È anche ispirandoci a questo che cerchiamo di costruire *Il Viaggio*. Non ci interessa intervistare persone semplicemente perché sono famose o molto visibili. Cerchiamo persone che ci alimentino dubbi, più che verità, e che ci aiutino a fare spazio, a diventare un po' più vasti di noi stessi.

E allora "Mr Pig in viaggio", dipinto da Cino Angioni e protagonista della nostra copertina, mi sembra il compagno perfetto per questo numero. L'uomo di potere, spocchioso, prigioniero della propria importanza e, forse, prima ancora che carnefice, vittima di se stesso. E in fondo, a fasi alterne, siamo tutti un po' Mr Pig.

Ma per fortuna viaggiare ci fa bene. Ci ricorda che il mondo è molto più grande di noi.

Buona lettura,

Virginia Saba
Direttrice Il Viaggio

Attualità
Primo Piano



DA MARCHIONNE A BYD
ALTAVILLA RACCONTA IL SORPASSO CINESE

di ***Virginia Saba***

Ricette per l'Europa. Tiepida politicamente, intricata burocraticamente, e che ha totalmente perso la sfida sull'automobile, oltre che uno dei manager più brillanti del nostro Paese, Alfredo Altavilla. Che volle Sergio Marchionne, alla guida dello sviluppo globale del Gruppo Fiat, che ha lavorato all'alleanza con General Motors e all'operazione che avrebbe unito Fiat e Chrysler, fino a diventare responsabile di FCA per Europa, Africa e Medio Oriente. Ma anche amministratore delegato di Iveco, Fiat Powertrain Technologies e Tofaş e presidente esecutivo di ITA Airways. Oggi è lo *Special Adviser* di BYD per il mercato europeo. Dal cuore dell'industria italiana si è spostato verso quell'Oriente che sta costruendo il futuro. Se consideriamo nello specifico la produzione dell'auto elettrica la sfida è persa, in proporzione, 30-1. Palla al centro.

Dott. Altavilla, come sta il mondo da Oriente?
Le complessità geo-politiche influenzano anche l'Asia ovviamente. Quello che rende differente l'approccio cinese è la logica di pianificazione a lungo termine. Le faccio un esempio per essere concreto: alla fine della prima decade degli anni 2000 il governo cinese decise che era necessario diventare leader mondiale nella mobilità elettrificata, ha investito in modo sistematico per 5 anni ed oggi la Cina è leader mondiale di questa tecnologia. Raggiunti i risultati di questo quinquennio, sempre il

governo cinese ha deciso di puntare sull'Intelligenza Artificiale, siamo appena all'inizio di questo nuovo quinquennio e credo che con l'attuale andamento, anche nello sviluppo di questa tecnologia, nei prossimi anni avrà un ruolo sempre maggiore se non di leadership.

Lei arriva in Cina per la prima volta professionalmente trent'anni fa. Che Paese trovò allora e che Paese ritrova oggi?
Parliamo di uno scenario tendenzialmente ribaltato. Trent'anni fa noi europei esportavamo in Cina le nostre tecnologie. Non le migliori dell'epoca chiaramente, ma questo ci permetteva di entrare nel mercato più popoloso del mondo con relativamente bassi investimenti e stringere relazioni con un paese dalla capacità di consumo enorme. Oggi è esattamente il contrario, l'Europa importa le tecnologie cinesi, con il risultato che oggi il vecchio continente prova, con scarso successo, ad inseguire la Cina. E ho il timore che questo divario possa allargarsi nel tempo ancora di più.

Cosa hanno capito che a noi è sfuggito?
Lo spartiacque è rappresentato dagli anni del Covid. Mentre in Europa si prediligeva l'assistenzialismo alimentando la solitudine delle video call casalinghe, poi trasformato in smart working costante, in Cina in quegli anni si è continuato ad investire in ricerca e sviluppo, guadagnando in questo modo un vantaggio tecnologico enorme che è cresciuto sempre di più ed oggi è irraggiungibile. E aggiungo che l'Europa se ne è accorta troppo tardi. La grande differenza è stata questa.

A noi è sfuggito lei...
...e non solo io. Ormai sono molti i manager e gli ingegner occidentali di grande valore che lavorano in BYD attratti da una sfida molto ambiziosa ma realistica: quella di fare di BYD uno dei più grandi players al mondo entro il 2030.

Noi europei continuiamo a raccontare la Cina soprattutto come concorrente o minaccia. Che cosa non abbiamo ancora capito della Cina?
Direi meglio, che cosa abbiamo fatto in Europa? Abbiamo preteso che la regolamentazione guidasse il mercato, con l'arroganza e l'impreparazione del legislatore che pensava di imporre ai consumatori un modello che non esisteva. E parlo del Green Deal prima e dell'Industrial Accelerator Act attuale. Uno dei più grandi autogoal della storia industriale europea. Questo ha permesso alla Cina di distanziarci in modo enorme sulle tecnologie di mobilità. Ora che è troppo tardi, stiamo perseverando, il che è ancora peggio. Invece di stringere alleanze stiamo alzando barriere raccontando la Cina come una minaccia, con il risultato che invece di guidare il mercato l'Europa lo sta continuando a subire e a non comprendere.

Lei ha lavorato con italiani, americani, europei e oggi quotidianamente con manager cinesi. Esiste davvero un modo cinese di prendere decisioni? In cosa differisce dal nostro?
L'aspetto che li differenzia maggiormente è la velocità. Intendo velocità di decisione, di esecuzione, di reazione, di correzione. Per gli europei e per gli americani a volte può apparire anche un modello di lavoro schizofrenico, fatto sta che attualmente questo modello gli permette non solo di essere estremamente reattivi, ma di correggere velocemente le strategie in presenza di cambiamenti dello scenario di riferimento.
A questo si aggiunge un utilizzo dell'A.I. molto raffinato



che permette di usarla nel modo più appropriato andando ad accorciare i tempi di realizzazione. Le faccio un esempio, da quando pensano un'auto a quando la mettono su strada ci impiegano solo 18 mesi, pensi che i costruttori europei e americani ci mettono più di 30 mesi.

Che cosa l'ha sorpresa maggiormente entrando dall'interno in una grande azienda cinese come BYD? Che numeri state facendo nel mondo? E in Europa?
Quando si entra nel quartier generale di BYD in Cina è indicata la visione dell'azienda che non è un numero di fatturato o di utile, bensì quella di "contribuire ad abbassare entro il 2030 la temperatura del pianeta di 1 grado". Questo è un messaggio molto forte perché trasmette il fatto che si ha una visione di sistema e di salvaguardia del pianeta, non legata solo ai numeri.
E BYD lo sta facendo concretamente attraverso il suo essere leader nella tecnologia elettrica.
I numeri che stiamo raccogliendo nel mondo e in Europa sono frutto di questo. Stiamo imprimendo un cambiamento importante al mercato dell'automobile a livello globale. Cresciamo a doppia cifra e in alcuni casi anche a tripla cifra perché stiamo riuscendo a dare ai clienti il prodotto che vogliono che coniuga tecnologia avanzata e salvaguardia dell'ambiente. Tutto questo senza alterare le loro abitudini di guida, ma educandoli alla transizione elettrica.

Cosa dovrebbe fare l'Europa nel settore automobilistico?
Allearsi con chi è più avanti in questo momento storico. Non ha senso alzare muri, mettere dazi e farsi guidare dalla paura di un'invasione. Il divario con la Cina in termini di tecnologia elettrica è troppo grande ed incolmabile. È necessario e giusto cercare di stringere delle alleanze per condividere le tecnologie e imparare come strutturarsi per le prossime sfide del futuro. La partita dell'elettrico l'Europa la sta perdendo, l'unico modo per recuperare, semmai ce ne fosse ancora la possibilità, è giocare insieme alla Cina.



In Europa discutiamo moltissimo prima di decidere; la Cina sembra avere una capacità impressionante di trasformare una strategia in industria. È una percezione corretta? E qual è il prezzo di questa velocità?
Come ho detto poc'anzi, la velocità è l'elemento distintivo di BYD. Non ha un prezzo, nel senso che la sfida è riuscire il più possibile a renderla strutturale nei processi per far andare l'azienda allo stesso ritmo. Inoltre, come ho detto poc'anzi, la velocità è accompagnata da un uso efficace dell'A.I. che riduce i tempi di realizzazione, sempre con la supervisione dell'operatore umano.

Lei ha attraversato alcune delle grandi trasformazioni dell'industria mondiale, dalla Fiat alla Chrysler fino a BYD. Che cosa distingue un manager internazionale da un bravo manager nazionale?
La capacità di non porsi limiti e di guardare al mondo intero come mercato di riferimento e non alla comfort zone del proprio Paese. Accompagnata da una capacità di visione e dalla velocità di esecuzione, che sono elementi di base fondamentali.
A questo si aggiunge l'opportunità di fare network e di essere protagonista nelle partite internazionali più importanti per dare un contributo concreto e fattivo. Ad esempio, quello che facemmo in Fiat, prima con GM e poi con Chrysler è l'esempio concreto di questi concetti. Due operazioni che hanno cambiato la storia dell'azienda e lo scenario internazionale. Le opportunità passano in fretta, bisogna essere veloci e determinati nel coglierle.

Quanto conta imparare a non giudicare un Paese con le proprie categorie culturali?
Per farlo è necessario aver attraversato i Paesi, esserci stati, essere andati oltre le apparenze. Sotto questo punto di vista, l'industria è un ottimo mezzo. La capacità di trovare delle sinergie tra Paesi, o meglio ancora di far convivere culture diverse è probabilmente uno degli elementi più sfidanti per un manager. Io dico sempre ai miei collaboratori che non mi importa nulla di passaporto, genere, razza o religione. Guardo solo al merito e alla capacità di assumersi la responsabilità di portare risultati.

C'è qualcosa che la Cina potrebbe imparare dall'Europa e qualcosa che l'Europa dovrebbe urgentemente imparare dalla Cina?
Direi che da entrambe le parti è necessario un lavoro di comprensione della cultura di ciascun Paese e quindi delle metodologie che sottendono ad ogni attività. In ogni cultura ci sono dei plus e dei minus, spesso ci si

concentra troppo sul secondo aspetto e meno sul primo, lasciando sfuggire dei punti che sono determinanti per il successo delle attività. Entrando nel concreto, l'Europa è sicuramente più soggetta al tema normativo che a volte è fine a sé stesso o ideologico, e dall'altra parte la Cina è concentrata sul realizzare velocemente i progetti preferendo più una rapidità di esecuzione ad un approfondimento più metodico che è sostituito dalla capacità di cambiare la rotta velocemente.

La Cina sembra considerare ormai acquisita la battaglia dell'elettrificazione e guarda a intelligenza artificiale, software e semiconduttori. L'Europa rischia di combattere la battaglia precedente mentre gli altri stanno già combattendo quella successiva?
È proprio così. Esattamente come le ho detto nella prima risposta. Ha colto il punto.

Lei ha conosciuto da vicino Sergio Marchionne. Che cosa le ha insegnato sul potere, sulle decisioni e sulla responsabilità di guidare organizzazioni enormi?
Un leader è sempre da solo. Ma al tempo stesso non può fare a meno della sua squadra. Questo significa quindi che le decisioni si prendono in autonomia (questo è il peso della responsabilità), ma le analisi di cause e conseguenze si fanno con la squadra. Saper costruire una squadra, sfidare gli schemi di gioco consolidati e una ricerca maniacale della performance.

C'è una città cinese che secondo lei racconta meglio la Cina contemporanea?
Shenzhen, in questo momento, è la fotografia attuale della Cina che evolve. Ci vado spesso e devo dire che ogni volta rimango colpito dalla capacità di questa città di essere non solo al passo con i tempi, ma di scriverne quotidianamente il futuro a livello internazionale.

Ma sono davvero diventati più attenti di noi all'ambiente?
Sono quelli che anni fa avevano intere città coperte da fumo grigio. Non possiamo dimenticare le immagini che quotidianamente abbiamo visto in TV. E che hanno fatto il possibile per pulire il cielo e dare alle prossime generazioni un futuro migliore. Per questo sono leader nella tecnologia elettrica. Questo è un fatto. Poi non serve dire se sono più attenti di altri all'ambiente, serve prendere atto che loro lo hanno fatto e che altri ancora ne stanno solo parlando o peggio stanno facendo scelte sbagliate.

L'aspetto più complesso e quello invece più bello di vivere a stretto contatto con la Cina.
Il più complesso direi che è quello di lavorare per un'azienda che ha più di 1 milione di dipendenti, con tutto quello che ne deriva da un numero così elevato.
Il tema più bello è la capacità di far accadere le cose e vedere prima cose che arriveranno negli altri Paesi tra diversi anni. Anche qui per essere concreti, in Europa ancora si parla di batterie al Litio o di Giga Factory, in Cina stiamo già alle porte delle Batterie allo stato solido, l'ultima frontiera della tecnologia che cambierà ancora il mondo della mobilità elettrica. Oppure le tecnologie di guida assistita sostenuta dai nuovi processori che abbiamo presentato 2 mesi fa.

Ci regala, ora, un dettaglio culturale di questo popolo? Una poesia, un paesaggio, una musica, qualcosa che ci racconti la raffinatezza di questo popolo?
In Europa ci sono numerosi colleghi cinesi. L'aspetto che credo sia più rilevante è la capacità di interazione dei colleghi europei e dei colleghi cinesi. Punti di vista diversi, metodi di lavoro diversi, cultura diversa, eppure ogni giorno che passa la squadra si rafforza sempre di più, prendendo da ciascuno il meglio e facendolo proprio. Un apprendimento continuo che va oltre il regionalismo e che arricchisce la visione internazionale di ciascuno di loro.

CINA ED EUROPA A CONFRONTO
Dal **2023 al 2025 l'economia cinese è cresciuta complessivamente di circa il 16%, quella dell'Unione europea di appena il 3%**. Ma la differenza più profonda riguarda la quantità degli investimenti e la capacità di concentrarli su obiettivi industriali precisi. **Per ogni cento euro di ricchezza prodotta, l'Europa ne trasforma in investimento poco più di ventuno, mentre la Cina circa quaranta**. Nel 2024 gli investimenti cinesi nelle tecnologie pulite sono stati stimati in **675 miliardi di dollari**, contro i **370 miliardi dell'intera Europa**. La Cina ha investito soprattutto nella costruzione delle filiere: pannelli solari, batterie, veicoli elettrici, reti e materie prime. L'Unione europea ha messo in campo NextGenerationEU e il Recovery and Resilience Facility, con una dotazione superiore ai 700 miliardi. Eppure il capitale europeo continua a disperdersi tra ventisette sistemi nazionali, procedure differenti e mercati finanziari ancora poco integrati. La Cina, invece, dispone di una regia politica e industriale capace di scegliere pochi settori, mobilitare credito e imprese e mantenere la direzione per anni. **L'Europa finanzia molti progetti; la Cina costruisce intere filiere**.

Attualità
il Focus



Mi sono innamorato di Città del Messico

di ***Giancarlo Loquenzi***
Giornalista Rai Radio 1 - Conduttore di Zapping



Ho scoperto Città del Messico molto tardi. Per lungo tempo, quando pensavo a un viaggio in una grande città, i primi nomi che venivano in mente erano Rio de Janeiro, New York, Londra. Erano mete che conoscevo bene ma che, ogni volta che mi era possibile, tornavo a visitare. Facevano parte di una piccola geografia personale dove sapevo, insieme, di sentirmi a casa e di scoprire cose nuove.

Poi tre anni fa avevo organizzato un viaggio nello Yucatan, l'idea era di mettere assieme belle spiagge e l'incredibile patrimonio archeologico del Messico. Per capirci: un po' di Playa del Carmen e un po' di Chichen Itza. Prima di tornare in Italia però avevo previsto una breve sosta a Città del Messico, due giorni. Di quel viaggio ricordo solo quello.

No, esagero. Mare e rovine Maya sono state una esperienza unica, ma io sono malato di cultura urbana, adoro le città, le loro vibrazioni, il modo in cui sono organizzate e pulsano di vita, mi piace perdermi per le strade e piano piano costruire una mappa mentale, riconnettere i pezzi, cominciare a prenderne possesso. C'è chi sogna avventure in luoghi estremi, foreste, montagne, fondali marini, io sono attratto dalla scoperta delle città, il mio senso dell'avventura è quello, specie se è una città in cui non sono mai stato.

Città del Messico è stato un amore a prima vista: è bastato un rapidissimo assaggio per farmi desiderare di tornare, cosa che ho fatto nei due anni successivi, dedicando alla capitale messicana la maggior parte del mio viaggio.

A New York ho smesso di andare da quando domina Donald Trump; Rio mi posso permettere di tradirla, abbiamo una lunga e solida relazione aperta; a Londra posso farci un salto anche di un week end per rinverdire la passione. Il mio investimento sentimentale ora è tutto per Città del Messico.

Come per ogni amore è difficile spiegarne le ragioni, capire cosa mi abbia conquistato di quella città di più di 9 milioni di abitanti e con un'area urbana di 23 milioni, seconda nel mondo solo a Tokyo.
Prima di arrivarci me la immaginavo sconfinata e spaventevole, un intrico fragoroso di mondi e di persone da cui sarebbe stato facile esser sopraffatti.

Invece Cdmx è capace di silenziose e discrete seduzioni, niente effetti speciali, poche grandiosità monumentali: la città è una preda difficile per chi cerca effetti da Instagram, ci si trova a passeggiare per ore senza avere voglia di togliere il telefono da tasca, perché il piacere di quelle passeggiate non è instagrammabile.



Io l'ho cominciata a scoprire in bicicletta. Cdmx dispone di un fantastico sistema di biciclette pubbliche, si compra un abbonamento per i giorni necessari, poi ogni viaggio sotto i 45 minuti è gratis, e basta cambiare bicicletta per continuar a girare gratis tutto il giorno.

Pedalare in città è come pedalare attraverso una foresta tropicale, i suoi viali alberati sono infinite gallerie verdi così fitte e lussureggianti che si perdono di vista le case, i negozi, e si ha l'impressione di trovarsi in un mondo arboreo dove persino i rumori del traffico sono attutiti. Ci sono città che hanno al loro interno dei parchi e parchi che hanno al loro interno una città: Città del Messico è una di queste, moltissimi suoi quartieri sembrano costruiti nel bel mezzo di una foresta.

L'innamoramento immediato per Cdmx forse è anche dovuto al quartiere dove sono capitato la prima volta: Coyoacán. È stato una specie di prologo soffice a quello che avrei visto nei giorni successivi. Un quartiere lontano dalle attrattive del centro e dalla vita spericolata di Condesa o Roma Norte: una zona di case basse e coloratissime, giardini, strade alberate senza troppo traffico, piccoli caffè, con un sapore profondamente messicano ma senza bellurie turistiche. Coyoacan è stata la mia porta d'ingresso alla città e anche nei miei viaggi successivi ho cominciato da lì, una piccola zona di decompressione prima di lanciarsi nella metropoli.

Città del Messico è troppo nota e visitata per fornirne una guida di qualche tipo. I musei sono ricchissimi, il cibo inenarrabile per varietà e qualità, che si mangi con pochi euro o che si scelga uno dei tanti stellati; farsi amici messicani è la cosa più semplice del mondo; l'architettura potrebbe da sola costituire un viaggio a sé, tra le meraviglie del brutalismo messicano.
Ma il segreto della mia passione forse consiste piuttosto in questo: non aver fatto programmi, non avere tappe "imperdibili", niente "must see" ma con la voglia di vedere tutto. Cdmx ti aiuta facilmente a spogliarti del tuo involucro di turista e a farti sentire quella città la tua città.



Mi sono accorto che in tanti tornano da Città del Messico nelle loro città, portandosi appresso un piccolo bagaglio di nostalgia, un vago desiderio che la città in cui si torna, ovunque nel mondo, possa somigliare almeno in qualche piccola cosa alla Città del Messico che ti resta dentro.

Pubbliredazionale

GRISSITALIA

il Buon PANE

dal 1974

Il BUON PANE il SURGELATO che cresce con la GDO



Dall'evoluzione della domanda nella Grande Distribuzione agli investimenti nel nuovo polo produttivo di Prato Sesia: Grissitalia consolida la propria presenza nel surgelato con una gamma completa di pani, focacce e prodotti da pizzeria.

Il Buon Pane | Pane surgelato

IL SURGELATO NELLA GDO

Il comparto dei prodotti da forno surgelati rappresenta oggi una soluzione sempre più rilevante per la Grande Distribuzione, chiamata a coniugare ampiezza dell'assortimento, qualità del prodotto e semplicità di gestione. La possibilità di disporre di differenti referenze per **formato**, **grammatura** e **destinazione d'uso** consente al punto vendita di costruire un'offerta più completa e flessibile.

La proposta **frozen** comprende infatti un'ampia varietà di pani, dai piccoli formati e panini destinati alla vendita quotidiana fino alle pezzature maggiori, così da intercettare differenti occasioni di consumo, tipologie di clientela e modalità di servizio.

Per Grissitalia, questa evoluzione del mercato ha rappresentato un'importante opportunità di sviluppo. L'azienda ha progressivamente ampliato la propria gamma surgelata, affiancando ai formati più tradizionali del pane una proposta sempre più articolata: Rosette, Tartarughe, Kaiser, Ciabatte, Quadrotti e Filoncini, ma anche pani di maggiore grammatura e una linea dedicata alla pizzeria con focacce, pizzette e pinse. L'ampiezza della gamma consente così di rispondere a esigenze molto diverse, dal prodotto destinato alla vendita quotidiana al banco fino alle referenze pensate per il consumo fuori casa, per il reparto gastronomia o per le preparazioni interne al punto vendita.



Grissitalia – Il Buon Pane | Pane surgelato – Filone di grano duro

UNA NUOVA DIMENSIONE PRODUTTIVA

La crescita del comparto surgelato ha portato Grissitalia a rafforzare il polo produttivo di **Prato Sesia**, in provincia di Novara, dove è stata progressivamente concentrata la produzione frozen precedentemente sviluppata nello storico stabilimento di Mombercelli. Il passaggio ha segnato una nuova fase nel percorso industriale dell'azienda, accompagnata da un importante potenziamento degli spazi, degli impianti e della capacità produttiva. All'interno dello stabilimento è stato inoltre realizzato un nuovo laboratorio dedicato alla pizza e alla pinsa, concepito per integrare ricerca, innovazione tecnologica e lavorazioni di carattere artigianale. Tra queste rientra, ad esempio, la **stesura manuale della pinsa**, una fase che contribuisce a preservare le caratteristiche distintive del prodotto all'interno di un processo produttivo strutturato.



Grissitalia – Il Buon Pane | Linea Oggi - Pinsa

Prato Sesia rappresenta oggi un punto di riferimento strategico per il comparto dei surgelati di Grissitalia e per la sua crescita futura, sia in termini di capacità produttiva sia per il progressivo ampliamento della gamma. A supporto di questo sviluppo, l'azienda dispone anche di un ampio magazzino dedicato alla conservazione dei prodotti surgelati e, tra il 2025 e il 2026, ha proseguito un importante piano di investimenti (nuove strutture, aree, impianti e macchinari), destinato a proseguire



Grissitalia – Il Buon Pane | Pane surgelato – Filoncino con olive

I VANTAGGI DEL SURGELATO

I prodotti surgelati offrono alla Grande Distribuzione un modello di gestione particolarmente adatto a un mercato che richiede continuità di servizio, efficienza operativa e controllo dei processi. Tra i principali vantaggi emerge la **lunga conservazione**, che permette una pianificazione più efficace delle scorte e una gestione più precisa dei volumi in funzione delle reali esigenze del punto vendita. Questa maggiore **capacità di programmazione** permette di mantenere una disponibilità costante delle referenze e di gestire assortimenti articolati anche in presenza di variazioni nei flussi di consumo. A ciò si aggiunge la qualità costante garantita da processi produttivi standardizzati, un aspetto particolarmente rilevante per la GDO, dove uniformità e affidabilità del prodotto contribuiscono a mantenere elevati e coerenti gli standard dell'offerta.



Il Buon Pane | Pane surgelato – Pane al cacao con nocciole

Il surgelato favorisce una gestione più razionale anche sul piano **organizzativo e logistico**, semplificando stoccaggio, distribuzione e pianificazione delle forniture. Nel complesso, questi elementi consentono di ottimizzare la gestione del reparto, ridurre le inefficienze e garantire maggiore continuità nell'assortimento.

> **"DALLO SVILUPPO DELLA GAMMA AGLI INVESTIMENTI PRODUTTIVI: GRISSITALIA CONTINUA A CRESCERE NEL FROZEN, CON QUALITÀ, EFFICIENZA E SERVIZIO AL CENTRO"**

Attualità
Politica



PIANO MATTEI, SOGNO O REALTÀ?
IL **VICEMINISTRO CIRIELLI**: «TRACCIATA LA STRADA ORA VELOCIZZIAMO I PROGETTI»

Annunciato nel 2022 e presentato ufficialmente nel 2024, il Piano Mattei richiama nel nome il fondatore dell'ENI e la sua idea di accordi fondati su interessi reciproci. Oggi è la strategia con cui l'Italia intende rafforzare la cooperazione e le relazioni economiche con l'Africa. La **terza relazione al Parlamento** indica 76 iniziative in corso in 18 Paesi e una dotazione iniziale di 5,5 miliardi di euro. Sono numeri che danno la misura dell'impegno; il passo successivo è capire come i progetti avanzino e quali benefici producano. Ne abbiamo parlato con il viceministro degli Esteri Edmondo Cirielli, che ha la delega alla Cooperazione allo sviluppo.

Dopo oltre due anni dalla presentazione formale del Piano Mattei, a che punto siamo?
Ho concentrato una parte consistente delle risorse a disposizione per la cooperazione sull'Africa, aumentato i Paesi prioritari da 11 a 23 e le risorse a disposizione (da meno del 30% del totale a circa il 60%), puntando maggiormente sulla cooperazione bilaterale attraverso una crescente integrazione di Università e Organizzazioni della Società Civile, nonché su un utilizzo più mirato dello strumento multi-bilaterale, ovvero della collaborazione con le Organizzazioni Internazionali, che abbiamo puntato a coinvolgere in molte iniziative di carattere strategico, dalla sicurezza alimentare, alla digitalizzazione, alla mitigazione degli effetti del cambiamento climatico.

Quanti e quali risultati sono stati raggiunti dal Piano Mattei e in quali Paesi?
Siamo partiti nel 2024 con 9 Paesi pilota, diventati 14 nel 2025 e oggi il Piano coinvolge 18 Paesi partner, con

76 iniziative in corso in ambito agricolo, della sicurezza alimentare, dell'acqua, della sanità, della formazione, dell'energia e delle infrastrutture. Siamo quindi entrati pienamente nella fase operativa, anche se naturalmente i progetti presentano livelli di avanzamento differenti. Ma il punto non è soltanto quanti progetti realizziamo. È il metodo: una cooperazione da pari a pari, nella quale individuiamo insieme ai nostri partner africani le priorità e mobilitiamo risorse pubbliche, private, italiane, europee e internazionali. Ci sforziamo inoltre di non finanziare singoli progetti scollegati tra loro, ma di costruire partenariati strutturali capaci di produrre sviluppo nel tempo.

Può indicarci un progetto particolarmente vincente?
Citerei il programma sulle filiere sostenibili del caffè, avviato in Etiopia, Uganda, Kenya, Tanzania e Malawi e potenzialmente estendibile ad altri Paesi africani produttori. È un programma capace di generare un effetto leva superiore a 500 milioni di euro e racchiude molti degli elementi sui quali abbiamo lavorato in questi quattro anni: cooperazione, formazione, rafforzamento delle filiere locali, coinvolgimento delle imprese e capacità di attrarre ulteriori risorse. L'obiettivo non è soltanto aumentare la produzione e renderla più resiliente ai cambiamenti climatici, ma migliorare la qualità, formare le persone e fare in modo che una quota maggiore del valore generato rimanga nei Paesi produttori. Non assistenzialismo, ma investimenti capaci di generare altro sviluppo.

C'è qualcosa che rallenta le procedure?
Sono state adottate diverse delibere che hanno sfruttato tutti i margini concessi dalla legislazione vigente immutata per semplificare le procedure di stanziamento dei fondi, ad esempio, creando un tavolo permanente con gli Enti Territoriali volto ad individuare congiuntamente i progetti di cooperazione, consentendo di superare il precedente sistema dei Bandi cui erano sottoposti enti come le Regioni a causa di una interpretazione eccessivamente burocratica della Legge 125 del 2014; ma esistono certamente ulteriori margini per migliorare e velocizzare. La cooperazione internazionale deve confrontarsi con ordinamenti differenti, procedure amministrative, autorizzazioni e, in alcuni casi, situazioni politiche e di sicurezza particolarmente complesse. In questi quattro anni abbiamo lavorato per rendere la no-



stra azione più efficace. Dobbiamo accelerare ulteriormente.

Quale percentuale dei lavoratori impiegati nei progetti è africana?

La stragrande maggioranza. Il dato varia in base alla natura, al Paese e alla fase di realizzazione di ogni intervento. Quello che conta è il principio che abbiamo seguito: la cooperazione deve lasciare valore sul territorio. Non soltanto infrastrutture, ma lavoro, professionalità, conoscenze e competenze.

La formazione e il capitale umano sono centrali anche nel Piano Mattei.

Se realizziamo un'opera senza coinvolgere le comunità locali e senza formare chi dovrà gestirla, difficilmente quell'intervento potrà essere sostenibile nel tempo. Il nostro obiettivo è costruire filiere economiche e professionalità locali capaci di durare anche grazie a una presenza italiana stabile e rafforzata.

Si è parlato di una collaborazione "da pari a pari". Riuscite a coinvolgere anche le comunità e le imprese locali?

È esattamente quello che stiamo facendo e in questo lavoro le Organizzazioni della Società Civile svolgono un ruolo fondamentale. Sono un patrimonio straordinario della nostra cooperazione. In molti Paesi operano da decenni, conoscono i territori e le comunità e riescono ad arrivare dove talvolta le istituzioni avrebbero maggiori difficoltà.

Il partenariato paritario immaginato dal Presidente Meloni con il Piano Mattei non può limitarsi ai rapporti tra governi. Deve coinvolgere imprese, università, amministrazioni, società civile e comunità locali.

Come avviene l'accesso al Piano Mattei per le imprese italiane?

Non è un unico grande bando, ma una strategia nella quale operano diversi soggetti e strumenti del Sistema Italia: AICS, Cassa Depositi e Prestiti, SACE, SIMEST, il Fondo Italiano per il Clima e le altre amministrazioni coinvolte. Per troppo tempo la cooperazione allo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese sono state considerate due mondi separati.

Noi vogliamo farle dialogare, nel rispetto delle rispettive finalità e competenze.

Esistono, per esempio, il Plafond Africa di Cassa Depositi e Prestiti da 500 milioni di euro e la Misura Africa, con una dotazione di 200 milioni nell'ambito del Fondo 394



gestito da SIMEST. A questi si aggiungono le garanzie SACE e gli strumenti di accompagnamento e assistenza tecnica. La sfida è coinvolgere sempre di più anche le piccole e medie imprese che possiedono competenze e tecnologie che possono rispondere concretamente alle esigenze dei Paesi africani.

In che modo il Piano Mattei si sta rivelando importante sul piano energetico?

Il continente africano possiede enormi potenzialità e l'Italia, per posizione geografica, competenze tecnologiche, capacità industriali e relazioni politiche, può svolgere una funzione naturale di ponte verso l'Europa.

Ma ritorna il principio posto da Giorgia Meloni alla base del Piano Mattei: dobbiamo superare qualsiasi approccio predatorio.

Gli investimenti devono produrre benefici anche nei Paesi africani: infrastrutture, accesso all'energia, formazione, occupazione e sviluppo delle filiere industriali locali. È questa la differenza tra una semplice relazione commerciale e un autentico partenariato strategico.

Il contrasto all'immigrazione irregolare compare tra gli obiettivi originari del Piano Mattei. Un investimento in acqua, agricoltura o formazione può ridurre realmente le partenze?

Non esiste un automatismo. Esiste però un legame evidente tra mancanza di opportunità, instabilità economica e sociale e fenomeni migratori. Il Presidente Meloni ha parlato del diritto a non dover emigrare.

È un concetto fondamentale: la cooperazione deve contribuire a creare le condizioni affinché soprattutto i giovani possano scegliere di costruire il proprio futuro nella propria terra.

Il contrasto all'immigrazione irregolare richiede anche sicurezza, lotta ai trafficanti e collaborazione con i Paesi di origine e di transito. Allo stesso tempo dobbiamo costruire percorsi di immigrazione legale, qualificata e coerente con le esigenze del nostro sistema produttivo. Sviluppo, sicurezza e gestione dei flussi sono aspetti distinti, ma devono rientrare in una strategia complessiva.

SACE ha rilasciato oltre 4 miliardi di garanzie. Quante sono associate a contratti effettivi, quali aziende ne beneficiano e quanto rischio ricade sullo Stato italiano?

Bisogna innanzitutto distinguere una garanzia da una spesa pubblica. SACE ha comunicato di aver rilasciato, dall'avvio del Piano Mattei, 4,6 miliardi di euro di garanzie a sostegno dei progetti di oltre 500 imprese. Sono coinvolte filiere che vanno dall'agroalimentare all'energia, dalla meccanica alle infrastrutture, fino all'automotive e alla chimica. Esistono già operazioni molto concrete.

In Togo, per esempio, SACE ha garantito un finanziamento di 78,3 milioni di euro a supporto di un contratto commerciale complessivo da 100 milioni per la fornitura di macchinari agricoli italiani.

Ogni operazione comporta naturalmente una valutazione finanziaria e del rischio, effettuata secondo le procedure previste. La funzione pubblica è accompagnare le nostre imprese in mercati nei quali determinati investimenti sarebbero altrimenti più difficili, senza trasformare l'intervento dello Stato in un'assunzione indiscriminata del rischio privato.

Cosa si può fare in più?

Molto. Dobbiamo continuare a rafforzare la cooperazione bilaterale, rendere ancora più efficace e guidato il ricorso agli strumenti multi-bilaterali, valorizzare il patrimonio delle Organizzazioni della Società Civile e integrare sempre di più le diverse componenti del Sistema Italia. Dobbiamo coinvolgere maggiormente le imprese italiane e africane, attrarre capitali privati e internazionali, investire nella formazione e accelerare l'attuazione dei progetti.



Soprattutto, dobbiamo misurare sempre meglio i risultati. Non soltanto quanti milioni abbiamo stanziato, ma quante persone abbiamo formato, quanti posti di lavoro abbiamo contribuito a creare, quante comunità abbiamo raggiunto, quante imprese locali abbiamo coinvolto e quanto sviluppo siamo riusciti a generare.

Ad esempio, sappiamo già che riusciremo a formare più di 1300 alti funzionari pubblici di Costa d'Avorio, Etiopia, Kenya e Tunisia grazie a un ambizioso progetto avviato in collaborazione con la nostra Scuola Nazionale dell'Amministrazione, un progetto che ho fortemente voluto.

Attualità



EUROPA, SCUOLA A CONFRONTO
L'ESTATE CHE DIVIDE I BAMBINI E ALIMENTA LA CRISI DEMOGRAFICA

*Di **Francesca Romana D'Antuono***
Già co-presidente di Volt Europa
Prima firmataria dell'iniziativa dei Cittadini Europei "Right to housing - now and forever!"
Premio Gabbiano "Giampiero Foglia" 2026 - XXVIII Edizione



Abbiamo preso il volo di rientro per Roma il 31 agosto. Mio figlio - 5 anni - si è voluto sedere, naturalmente, lato finestrino, per indicarmi le navi che diventano sempre più piccole al momento del decollo, e le forme più strane delle nuvole. Mentre viaggiamo però, al buonumore della vacanza, al sale sulla pelle, agli scherzi in acqua, e alle lunghe notti - si sostituisce rapidamente la consapevolezza che ora ci aspetta quella strana terra di mezzo in cui il lavoro è ricominciato, ma i servizi educativi non ancora.

Questa dissonanza racconta molto di come abbiamo organizzato la nostra società: nel Lazio la scuola dell'infanzia arriva formalmente fino al 30 giugno per fare poi spazio a un lungo vuoto estivo. Per la fascia dei bimbi più piccoli (0-3 anni), e per quelli più grandi, la situazione è ancora più frammentata e l'estate ancora più lunga. Il sistema è costruito intorno all'idea che, quando il servizio pubblico si ferma, la famiglia è pronta ad assorbire il tempo che resta scoperto.

Da Roma a Copenaghen ci sono meno di tre ore di volo: sul calendario di una famiglia con bambini piccoli, però, la distanza è molto

maggiore. In Danimarca il comune garantisce un posto nei servizi per l'infanzia a tutti i bambini a partire dalle 26 settimane di vita, e il diritto alla cura copre i giorni lavorativi dell'anno. Per Parigi le ore di volo sono poco più di due, ma anche qui la distanza lato servizi educativi è decisamente maggiore: la scuola materna è obbligatoria dai tre anni e le vacanze sono distribuite in più pause durante l'anno.

Una riflessione obbligatoria: sarebbe naturalmente assurdo volere i bambini sui banchi per dodici mesi, ma concentrare una pausa lunghissima quasi interamente in estate è davvero l'unico modo ragionevole di organizzare il tempo dei più piccoli? Perché la differenza non riguarda soltanto la serenità dei genitori, riguarda soprattutto le disuguaglianze tra bambini.

Quando la scuola o il nido chiudono, alcune famiglie possono permettersi centri estivi, babysitter, viaggi, sport, libri, musei. Altre no. Secondo l'OCSE, in **Italia, tra gli 0 e i 2 anni, frequenta un servizio educativo il 20% dei bambini appartenenti alle famiglie con i redditi più bassi; per quelli delle famiglie con i redditi più alti si arriva al 49%.** Eppure sono proprio i bambini più vulnerabili quelli che possono beneficiare maggiormente di servizi educativi di qualità nei primi anni di vita.

Tendiamo a pensare all'istruzione come a qualcosa che diventa davvero importante alle superiori o all'università. Ma le competenze cognitive, linguistiche e sociali su cui costruiremo tutto il resto cominciano molto prima. **Ridurre le disuguaglianze nell'infanzia non è solo una politica sociale: è una politica economica**. L'OCSE stima che lo svantaggio socioeconomico vissuto da bambini costi ogni anno ai Paesi europei, tra minore occupazione, redditi più bassi e peggiori condizioni di salute, l'equivalente di circa il **3,4 per cento del PIL**.

Naturalmente c'è poi un'altra grande questione: a coprire il tempo lasciato vuoto dai servizi educativi c'è quasi sempre lei, la madre. L'Italia ha ancora il più ampio divario occupazionale di genere dell'Unione europea, quasi venti punti percentuali. Servizi per l'infanzia accessibili, continui e affidabili rendono concretamente più facile per una donna restare nel mercato del lavoro e per una coppia immaginare un figlio. Ecco la fotografia di un pezzo della crisi demografica che viviamo.

L'obiezione che di solito arriva a questo punto è sempre la stessa, ed è tutto sommato ragionevole: a giugno, luglio, agosto e settembre, in Italia, fa davvero troppo caldo per stare in classe. È vero, ma basta un altro volo, questa volta verso Madrid, per scoprire che il clima caldo non rende inevitabile la chiusura prolungata: nella regione della capitale spagnola esistono servizi per gli 0-3 che arrivano fino al 31 luglio.

E in effetti il cambiamento climatico sta rendendo il caldo estremo sempre meno confinato alle tradizionali vacanze estive; l'Agenzia europea dell'ambiente stima che già oggi più di **16 mila scuole europee sperimentano giornate sopra i 30 gradi durante l'anno scolastico**.

La risposta però, a maggior ragione, non può essere chiudere le scuole sempre più a lungo. Dev'essere renderle capaci di stare aperte: isolamento, ombreggiamento, alberi, ventilazione, sistemi efficienti di raffrescamento, edifici che consumino meno energia e proteggano meglio chi li vive. Adeguare le scuole al clima che cambia significa adattarsi a una realtà che è già qui.

E poi chissà, magari tra i bambini che oggi mandiamo a casa perché le nostre scuole non reggono il caldo, ci sono proprio quelli che domani sapranno trovare la soluzione alla crisi climatica che noi non siamo stati capaci di immaginare. Sarebbe un buon motivo per dar loro, fin da piccoli, tutto il tempo, gli strumenti e le opportunità per provarci.



Cultura



il PATRIARCATO è ANTIDEMOCRATICO Marco Bonini striglia i maschi

*Da **Zeus** a **Geppetto***

Chi l'avrebbe mai detto? La parola del mese torna a essere "patriarcato". Verrebbe da ridere, se non fosse poi la cronaca a farci piangere. Ne abbiamo parlato con Marco Bonini, attore, sceneggiatore e scrittore che, in "Maschi, si salvi chi può!", affronta il fenomeno con sensibilità emotiva e una sorprendente inclinazione filosofica. La sua è un'analisi antropologica e sociale - a tratti irresistibilmente divertente - delle ragioni per cui, da Adamo in poi, negli uomini continua a manifestarsi il bisogno di prevaricare sulle donne.



Dal **16 ottobre**
SE AMI QUALCUNO, DILLO
è al cinema
con Edoardo Leo

Tradire, finire in coma e risvegliarsi con il cuore tenero: una terapia d'urto per chi ha sempre tenuto i sentimenti a distanza.
Se ami qualcuno, dillo, è il nuovo film diretto da **Marco Bonini** e tratto dal suo omonimo romanzo, edito da Longanesi. Una storia che affronta l'anaffettività maschile attraverso un ribaltamento inatteso: cosa succede quando un uomo abituato a schermarsi dalle emozioni si ritrova improvvisamente vulnerabile?

Protagonisti Edoardo Leo, Claudia Gerini e Giovanna Mezzogiorno, affiancati da Thomas Trabacchi, Biagio Venditti, Clemente Pernarella, Daniela Virgilio e Luisa De Santis.

Il film è prodotto da No Name Entertainment, Alea Film e Vision Distribution, in collaborazione con Sky.

Viene da imprecare contro Adamo, leggendo il suo libro. Tutta colpa sua?
La disarmonia tra uomo e donna nasce durante la prima copula. Devono riprodursi, ma nell'atto emergono due differenze che Adamo non riesce a gestire: una riguarda la capacità gestazionale, l'altra il piacere, che nella donna è molto più intenso e plurimo.

Cioè, tutto questo caos perché "rosicate"?
(Ride ndr.) Così pare. La storia e il mito ne sono testimonianza. Zeus arriva a ingoiare la compagna Meti mentre è incinta e a partorire da solo sua figlia Atena, facendola uscire dalla propria testa. Una trovata ridicola e buffa per il re dell'Olimpo.

L'impostazione giudaico-cristiana nella quale siamo nati e cresciuti non ha aiutato. Eva finisce per essere ridotta a una costola!
L'interpretazione dei testi fa tutto. In realtà, nel primo capitolo della Genesi, Dio crea maschio e femmina entrambi a propria immagine e somiglianza. Crea un'armonia. E il principio dell'armonia non prevede prevaricazione. Siamo esseri terrosi, fatti della stessa materia.

Lei è credente?
No. Credo nel principio generativo della struttura, nell'organizzazione della materia, che possiede un proprio equilibrio. Credo nella natura come organicità, coerenza e forma. Secondo alcuni esperimenti, persino l'armonia della musica di Bach aiuterebbe i filari a crescere meglio. L'armonia la conosciamo e la riconosciamo perché la portiamo dentro di noi. È una legge interiore. Tutto il resto è disarmonia prodotta dall'incapacità.



Questa è una questione filosofica fondamentale: possediamo già dentro di noi il concetto di bene oppure lo apprendiamo?
Questo libro nasce da un fatto personale. Mio padre, dopo un infarto, ha perso la memoria. Privato di tutto quel retaggio culturale e antropologico accumulato da Adamo in poi, è diventato una persona completamente diversa. Questo mi ha fatto riflettere molto e ha aiutato anche me a correggere alcune cose nella mia vita. Vorrei coinvolgere più uomini possibile in questa riflessione.

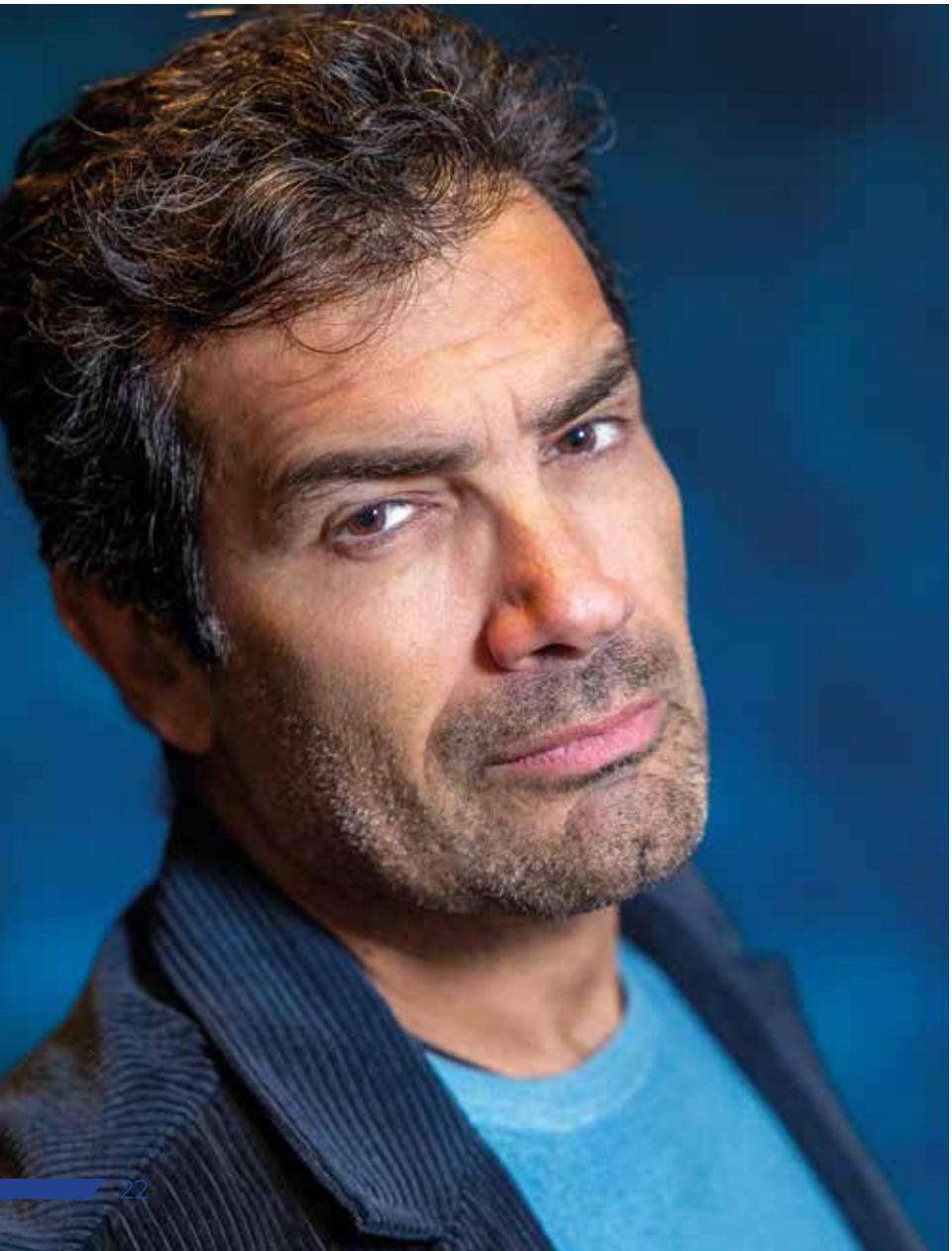
Grazie per questo lavoro.
Tutti gli esseri umani devono evolvere.
Tra l'altro è diventato un film. Tratto dal mio precedente romanzo, "Se ami qualcuno dillo". Con Edoardo Leo protagonista. L'oppressione patriarcale è una storia di castrazione emotiva maschile che esiste da millenni ed è una storia che in qualche modo anche questo film vuole provare a rivoluzionare. Lo stile della commedia all'italiana non è solo il presupposto stilistico della nostra tradizione cinematografica e letteraria, ma è anche l'unico modo che io conosco per comunicare ad un pubblico largo un tema così spinoso come la questione dell'identità maschile.

A proposito. Diversità e identità sono parole molto di moda. Il filosofo Costantino Esposito sostiene invece che l'essere umano sia irriducibile e non possa essere definito attraverso una struttura rigida. Alla luce di questa impostazione,

quelle parole non rischiano di perdere significato?
Nasciamo uguali, uomini e donne, con gli stessi diritti e gli stessi doveri. L'unica differenza è quella biologica e ciò che ne deriva. L'identità è una questione culturale: siamo ciò che il mondo ci dice che possiamo essere.

Torno un momento alla disarmonia, perché questi sono tempi profondamente disarmonici. E sembra tutto collegato, dalla politica all'atteggiamento nei confronti del prossimo.
L'armonia, politicamente, può essere tradotta nella democrazia, nella quale ogni cosa trova il proprio posto, viene inclusa, rispettata e trattata allo stesso modo. Il fascismo e il totalitarismo rappresentano invece la prevaricazione. Oggi stiamo facendo diversi passi indietro sul terreno dei diritti. Nella storia dell'umanità, la spinta rivoluzionaria scatena sempre una risposta conservatrice. Dopo anni di liberazione, ci ritroviamo forse un po' assuefatti e viziati, mentre le forze reazionarie stanno avendo la meglio.

Per spiegare tutto questo utilizza cinque racconti fondativi. Tra questi, oltre a Geppetto, che "crea" suo figlio da solo, c'è Ulisse.
Ulisse racconta la castrazione della parte emotiva. Non torna a Itaca, dove ha tutto ciò che conta, ma insegue la conoscenza. Eppure, anche in lui si insinua il dubbio.
Noi uomini abbiamo una straordinaria capacità di rimanere nel posto sbagliato. Dante lo descrive perfettamente:
«Né dolcezza di figlio, né la pieta del
vecchio padre, né 'l debito amore
lo qual dovea Penelopè far lieta,
vincer potero dentro a me l'ardore
ch'i' ebbi a divenir del mondo esperto e de li vizi umani e del valore».



Oggi, fortunatamente, anche le donne sono Ulisse. Essere Penelope ci ha stufato...
La via della conoscenza fa parte della costruzione dell'essere umano. Ma castrare la propria dimensione emotiva è un problema tipicamente maschile. Voi sapete meglio di noi dove stare.

Lei ed Edoardo Leo state restituendo i sentimenti agli uomini attraverso la commedia italiana, con tutto ciò che ne deriva. Il vostro "Lasciarsi un giorno a Roma" è uno dei film italiani più interessanti degli ultimi anni.
La commedia italiana è preziosa. La risata nasce dall'associazione imprevista di elementi che sembravano inconciliabili, proprio come accade nel concetto di armonia di cui parlavamo prima.

In questo senso, diventa una forma popolare di filosofia.
Eh sì. Arlecchino, servitore di due padroni, fa ridere perché tiene insieme meschinità e intelligenza, bisogno e astuzia. La tradizione italiana si colloca fra due atteggiamenti: quello greco e tragico, che riconosce il destino e lo patisce, e quello anglosassone e positivista, nel quale l'uomo pretende di essere artefice assoluto della propria sorte.

L'italiano, invece?
Sa che il destino esiste, ma non vuole subirlo tragicamente. Allo stesso tempo, non possiede la forza eroica per dominarlo. Allora lo aggira. Usa l'intelligenza, la lingua, l'ironia e l'espediente. Diventa un "mago del raggiro".

A Roma questa capacità ha anche un altro nome. Comincia con la "p".
Vero! E Dante è stato il primo. La commedia italiana trasforma una posizione di apparente debolezza in una particolare forma di libertà. Noi siamo anche questo. E, in fondo, è bellissimo.

Vi.Sa

Pubbliredazionale

PRIMOVERDE

PRIMOVERDE, il viaggio che comincia dalla terra

Ogni prodotto ha una storia. Quella di Primoverde comincia nei campi di Arborea, in Sardegna, e nasce dal lavoro dei soci della Cooperativa Produttori Arborea.

Dietro ogni raccolto non ci sono solo frutti e ortaggi, ma persone, famiglie e generazioni che hanno imparato a conoscere la terra e i suoi ritmi. Ci sono giornate che iniziano presto, decisioni da prendere e la capacità di osservare la natura, aspettando il momento giusto. E c'è l'attesa, quando mesi di lavoro affidati alla terra devono ancora trasformarsi in un raccolto.

Coltivare significa esperienza e attenzione: conoscere il terreno, seguire le piante, intervenire quando serve e affinare, anno dopo anno, un sapere fatto di gesti, competenze e passione.
Accanto ai soci c'è la Cooperativa, con le sue persone, la sua organizzazione e le competenze tecniche necessarie per accompagnare e valorizzare ogni produzione. È un percorso condiviso, nel quale il contributo di ciascuno diventa parte di un risultato comune.

È qui che prende forma Primoverde: dall'incontro tra la terra e chi ogni giorno sceglie di coltivarla.

Così, quando un prodotto Primoverde arriva sulla tavola, porta con sé molto più di un raccolto: porta la storia di chi lo ha coltivato, il valore del lavoro e la soddisfazione di sapere che quel frutto della terra entrerà nella vita di altre persone.

Il viaggio di Primoverde comincia dalla terra. Ma, prima di arrivare sulla tavola, passa dalle persone.





PRODUTTORI ARBOREA



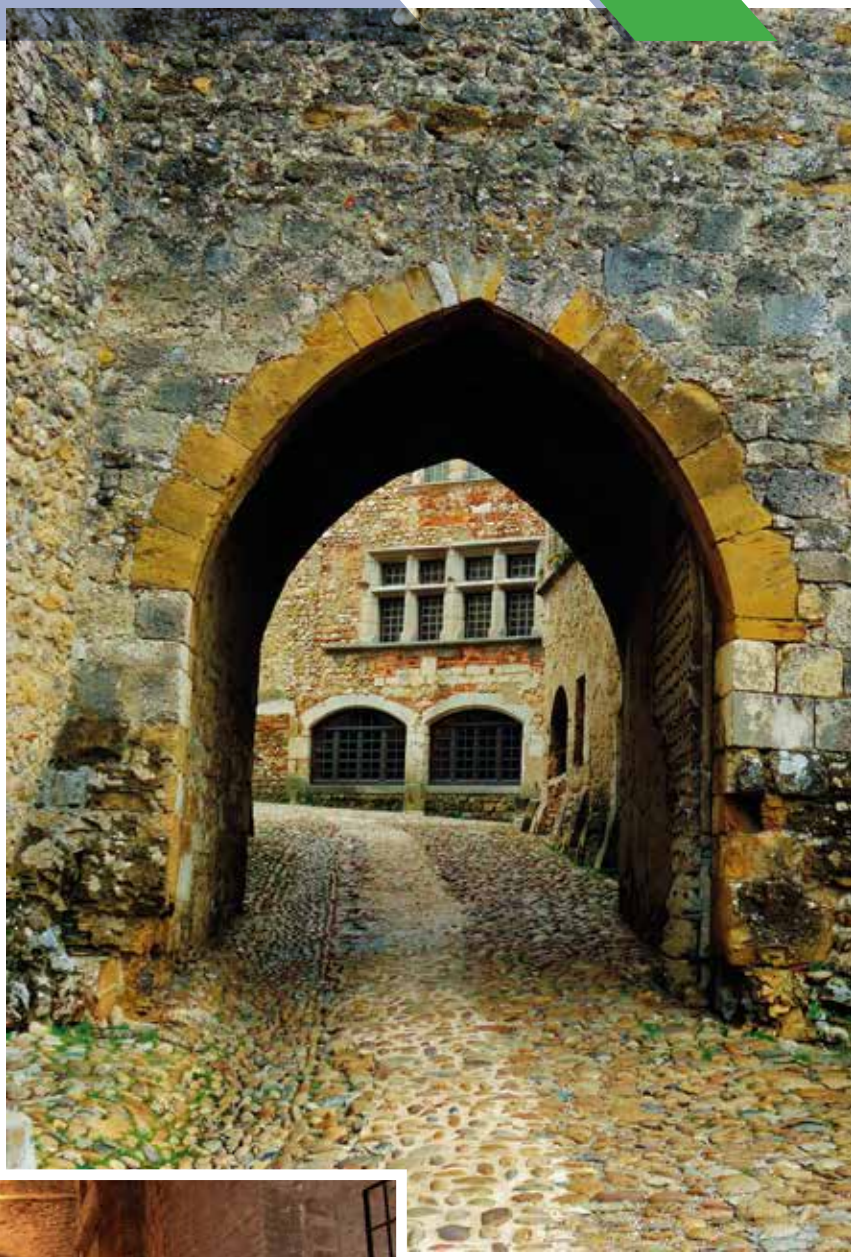
Territori e Viaggi
Un giorno a...

LE ROTTE DI AEROITALIA

PERUGIA SOPRA IL TEMPO

Per capire Perugia bisogna scendere sotto Perugia. Sotto corso Vannucci, sotto i palazzi e le piazze del centro, sopravvive un pezzo della città medievale che un tempo vedeva il cielo: case, strade, vicoli e cortili rimasti imprigionati nella Rocca Paolina, la fortezza che Paolo III fece costruire dopo la Guerra del Sale del 1540 e la sconfitta della ribellione perugina. È così che una parte della città finì sotto un'altra città. E forse non è un caso che Perugia abbia continuato nei secoli a svilupparsi proprio in questo modo, per sovrapposizioni e dislivelli. Qui si sale e si scende continuamente, si entra in una scala mobile e ci si ritrova dentro una fortezza cinquecentesca, si percorre una strada medievale sottoterra e pochi minuti dopo si è in piazza IV Novembre, davanti alla Fontana Maggiore. Etrusca, romana, medievale, pontificia: Perugia non ha cancellato quasi niente di ciò che è stata. Ma fermarsi alla storia sarebbe un errore, perché questa città antichissima ha un tratto sorprendentemente giovane. Perugia è una città di studenti da secoli. L'Università degli Studi affonda le sue radici nel Medioevo e l'Università per Stranieri, nata nel Novecento con la vocazione di diffondere la lingua e la cultura italiana, ha portato qui generazioni di ragazzi provenienti da tutto il mondo. Ancora oggi, passeggiando per il centro, è normale sentire lingue e accenti diversi mescolarsi a quelli umbri. Quell'apertura verso l'esterno oggi passa anche dall'aeroporto internazionale dell'Umbria, a pochi chilometri dalla città. Nell'estate 2026 Perugia è collegata direttamente,





tra le altre, con Londra, Barcellona, Bruxelles, Bucarest, Cracovia, Malta, Rotterdam e Tirana, oltre che con diverse città italiane. Una rete che ha contribuito a rendere molto più semplice raggiungere una regione che per lungo tempo è sembrata bellissima ma un po' appartata. E poi c'è luglio, quando Perugia cambia ritmo. Umbria Jazz porta la musica nei teatri, nei giardini, nelle piazze e nelle strade del centro e trasforma per alcuni giorni la città in un grande palcoscenico internazionale. Nell'edizione 2026 sono stati venduti oltre 46 mila biglietti: un festival nato più di cinquant'anni fa è ormai diventato parte dell'identità stessa della città.

Forse è proprio questo intreccio a rendere Perugia diversa. Perugia è una città museo, ma non vive soltanto dei suoi monumenti.

A pochi chilometri, la Toscana ha costruito intorno alle proprie città d'arte un immaginario potentissimo, riconoscibile in tutto il mondo. Perugia ha seguito una strada diversa: meno esposta, meno compiaciuta, forse meno celebre, ma non per questo meno bella. E il numero crescente di visitatori sembra confermarlo.



Per fortuna, però, la città non ha ancora trasformato fino in fondo la propria bellezza in un marchio. Ed è forse proprio per questo che, arrivando a Perugia, si ha ancora la sensazione di entrare in un libro di storia, ma con le pagine in movimento.

Fe.Pe.

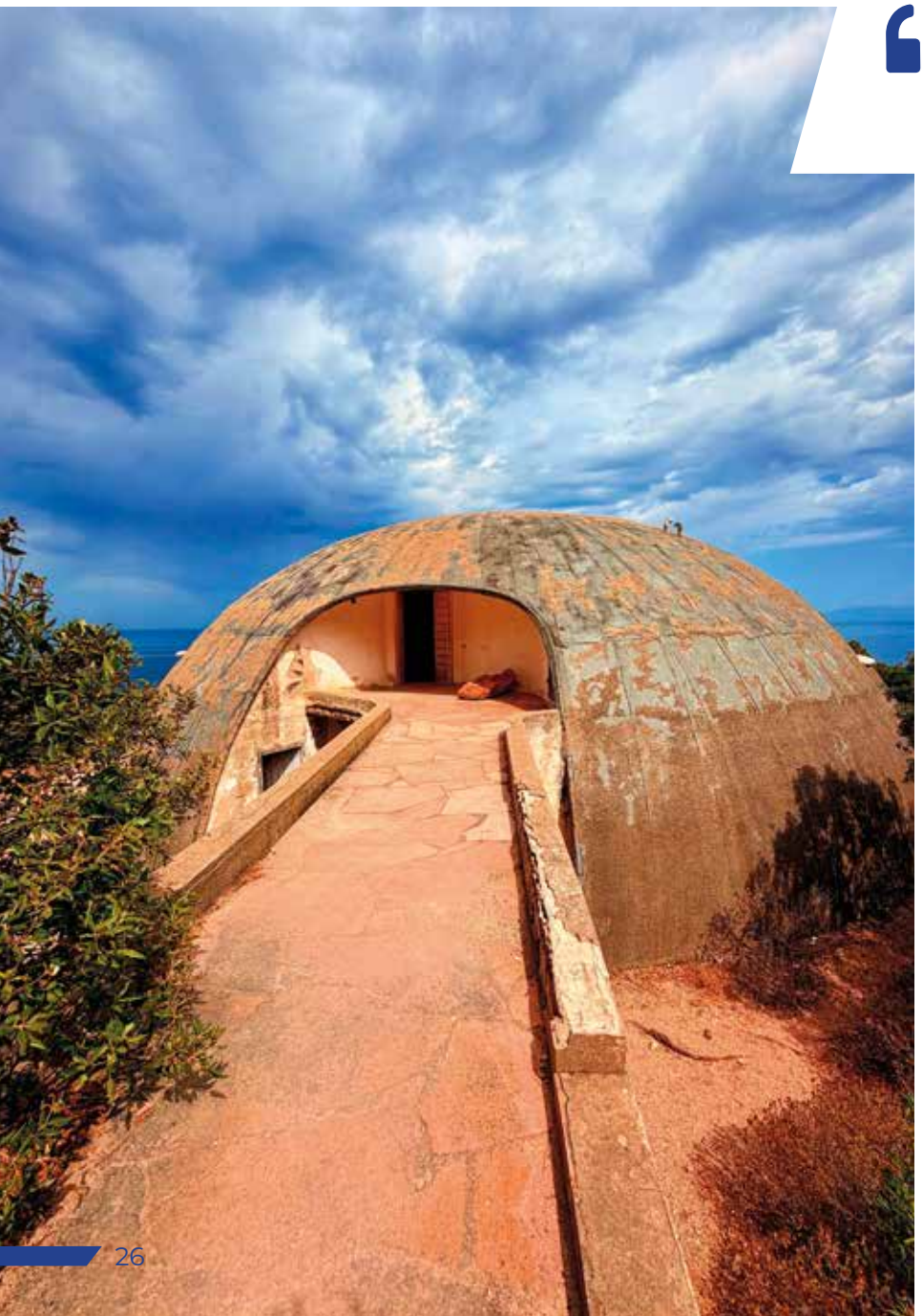
Territori e Viaggi
Un giorno a...

NO TIME NO SPACE
il mito della casa che veniva da un altro pianeta

Di ***Giulia Aloisio Rafaiani***



Viaggio nella Cupola abbandonata di Dante Bini a Costa Paradiso, dove Michelangelo Antonioni e Monica Vitti costruirono il loro rifugio impossibile



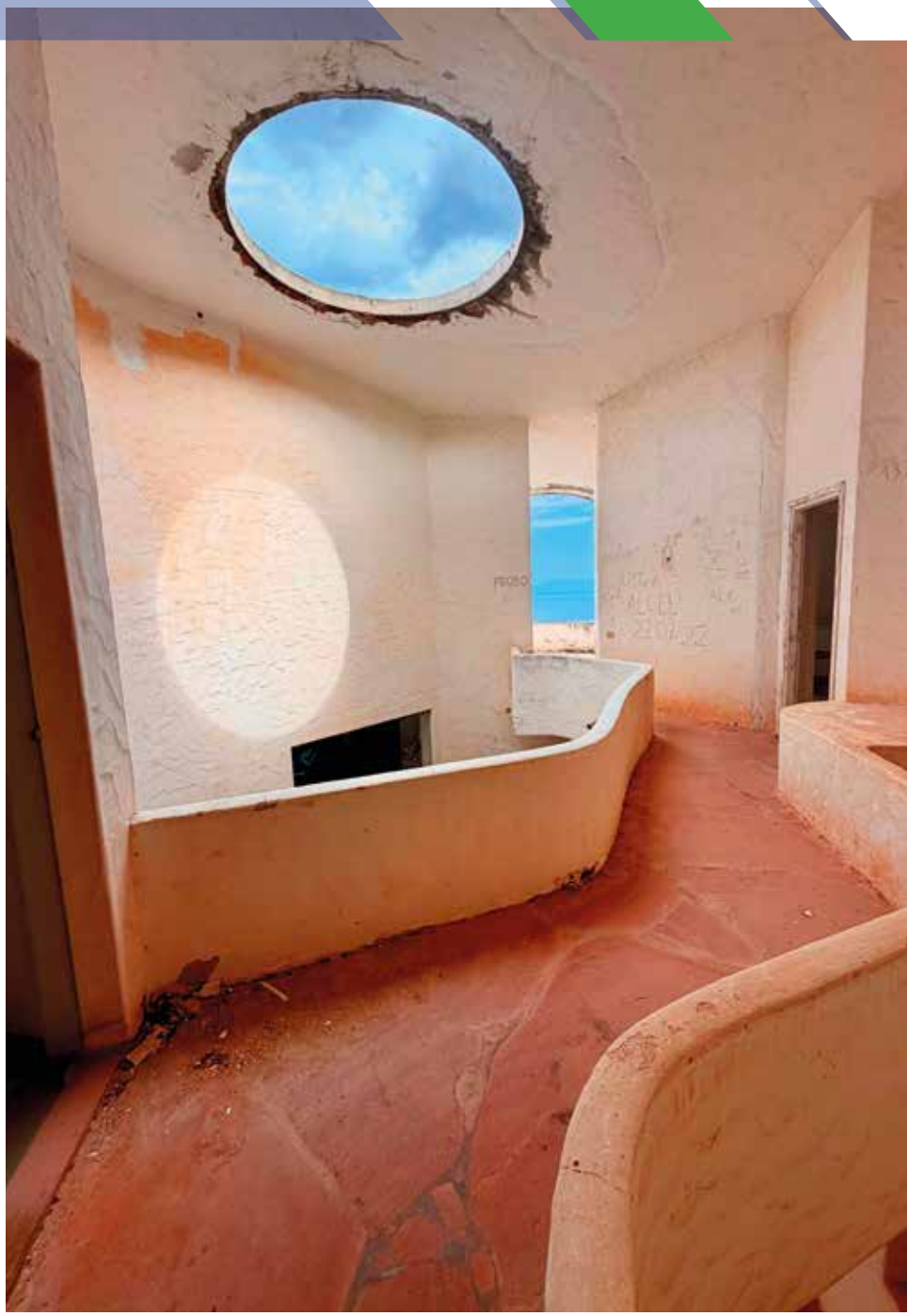
> **"OUT BEYOND IDEAS OF WRONGDOING AND RIGHTDOING THERE IS A GARDEN. I'LL MEET YOU THERE"**

Per me, quell'utopico giardino fuori dal tempo e dallo spazio di cui scriveva Rumi si trova in Sardegna, sulla Costa Paradiso – al di là di un cancello arrugginito, tra ginepri contorti dal maestrale e muretti che si sgretolano senza fretta.

Lì, si fa strada un sentiero che in tanti, negli anni, hanno clandestinamente attraversato per ritrovarsi davanti a uno spettacolo straordinario nella sua unicità: una casa che sembra atterrata da un'altra galassia, una bolla di cemento armato sollevata dal terreno come se qualcuno l'avesse soffiata dentro con un solo respiro.

Una rovina elegante e perturbante che racchiude i segreti di una grande passione, di un amore finito, di un'epoca in cui il cinema e l'architettura italiana sono stati in grado di attrarre a sé il mondo.

È la Cupola di Dante Bini, la casa che Michelangelo Antonioni fece costruire per sé e per Monica Vitti, con la quale viveva una delle storie sentimentali e professionali più discusse d'Italia.



La diva e il regista – che era rimasto folgorato dal paesaggio primitivo delle coste della Sardegna settentrionale mentre girava *"Deserto Rosso"*, il suo primo film a colori, nel 1964 – affidarono a Bini, giovane architetto che stava facendo parlare di sé negli ambienti dell'ingegneria sperimentale internazionale, la costruzione di una casa che fosse *"permeabile dal sole che asciuga il terreno circostante, dalla pioggia che libera i profumi della macchia, dal suono del mare."*

L'idea delle cosiddette *Binishell* era tanto semplice quanto spettacolare. Si stendeva a terra un disco di cemento armato ancora fresco, appoggiato su una membrana pneumatica; poi, con un compressore, si gonfiava l'aria sotto la membrana, sollevando l'intero getto fino a fargli assumere la forma di una cupola semisferica perfetta, che induriva mentre veniva sollevata. Nessuna centina, nessuna cassaforma tradizionale, nessun ponteggio: una casa che nasceva, letteralmente, con un soffio.

Il progetto prese forma tra il 1969 e il 1970. Vennero costruite due cupole distinte: una principale, più grande, pensata come residenza vera e propria; una seconda, più piccola e appartata, riservata alla privacy della diva.

Il salone principale a doppia altezza era illuminato da un oculo che di notte inquadrava le stelle e dal quale di giorno entrava il sole, disegnando sul pavimento un cerchio di luce dallo spostamento lentissimo – come se il tempo dentro quella struttura scorresse a una velocità diversa rispetto a fuori.

Poi c'era la scala. Un rivestimento in granito rosa che scendeva dal piano delle camere fino al salone, che il mito vuole fosse stata posizionata affinché Antonioni potesse guardare Monica Vitti scendere a piedi nudi al mattino.

Tra il 1971 e la metà del decennio, *la Cupola* divenne un punto di ritrovo per una parte consistente dell'intellighenzia europea di allora.

Ma la parabola fu breve. Con la fine della relazione tra Antonioni e la Vitti si spense anche il senso primario per cui la Cupola era stata costruita. Antonioni continuò a usarla come luogo di isolamento per la scrittura e la casa restò una residenza estiva della famiglia fino alla morte del regista, nel 2007 – poi, il declino ac-

celerò. Venduta, divisa tra proprietà diverse; oggi la cupola maggiore risulta disabitata e in stato di abbandono. Nel 2015, il Ministero dei Beni Culturali ha dichiarato la villa bene di interesse culturale, ma la tutela formale non ha impedito il proseguire del degrado. Nel 2018 il regista tedesco Volker Sattel ha dedicato alla casa un documentario, presentato alla Berlinale, intitolato semplicemente "La Cupola": un modo per fissare su pellicola, prima che sparisca del tutto, ciò che resta di un sogno costruito con l'aria.

Forse è proprio questa fragilità il vero cuore della storia.

La Cupola non racconta soltanto un amore finito tra un regista e la sua musa, o l'ingegno visionario di un architetto capace di gonfiare il cemento come se fosse un pallone. Racconta soprattutto quanto sia difficile,

per qualunque epoca, custodire ciò che di più radicale ha saputo immaginare.



ASTEL SRL

CONNETTIAMO
OSPITALITÀ, IMPRESE E TERRITORIO

Tecnologia affidabile per hotel, aziende e pubbliche amministrazioni.

PIÙ VALORE
A OGNI DESTINAZIONE



FIBRA FTTX
Velocità e stabilità per ogni esigenza.

VoIP & TELEFONIA
Comunicazioni professionali senza compromessi.

SICUREZZA & CLOUD
Protezione, backup e continuità operativa.

TVCC
Controllo e videosorveglianza evoluti.



PA E GRANDI AZIENDE
Infrastrutture affidabili per un territorio più connesso.



BUSINESS & PMI
Soluzioni flessibili per far crescere il tuo business.



HOTEL & HOSPITALITY
Connettività, sicurezza e servizi digitali per esperienze indimenticabili.

ASTEL S.r.l.
Corso Italia 185 – 87036- Rende (CS) – ITALY
T. +39 0984 447070
E. info@astelsrl.net
www.astelsrl.net

ASTEL: la tecnologia su misura che lavora per te

STAY
CONNECTED
ANYWHERE
A BRIGHTER
TOMORROW
TOGETHER

Territori e Viaggi
I luoghi del cuore

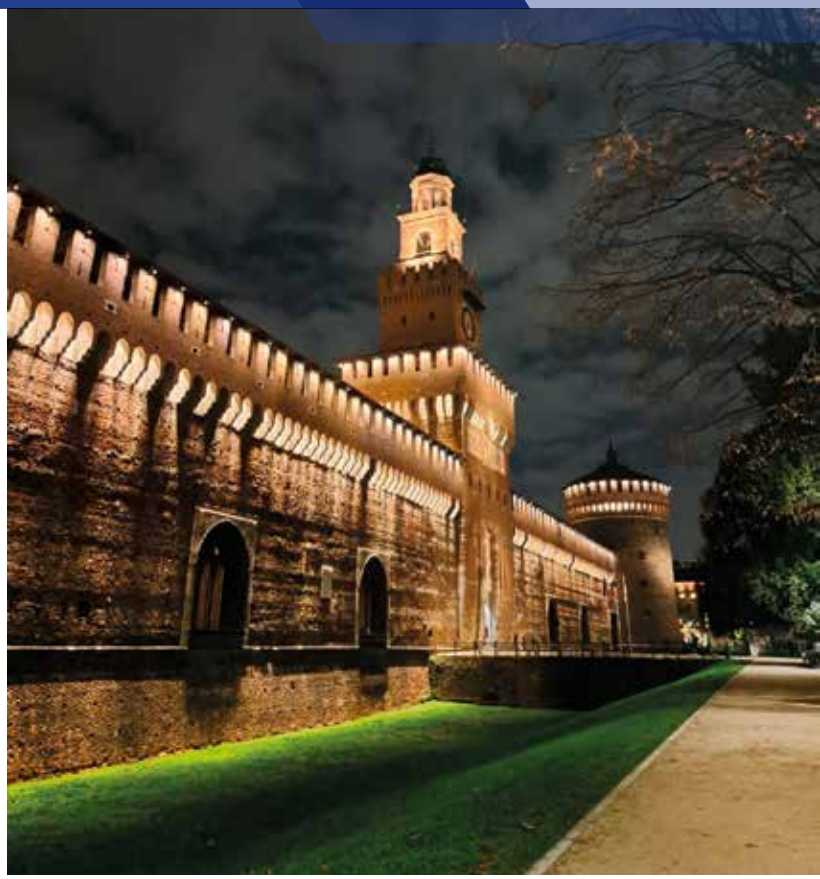
MILANO TRA BELLEZZA E BRUTTEZZA



di ***Maria Assunta Fodde***

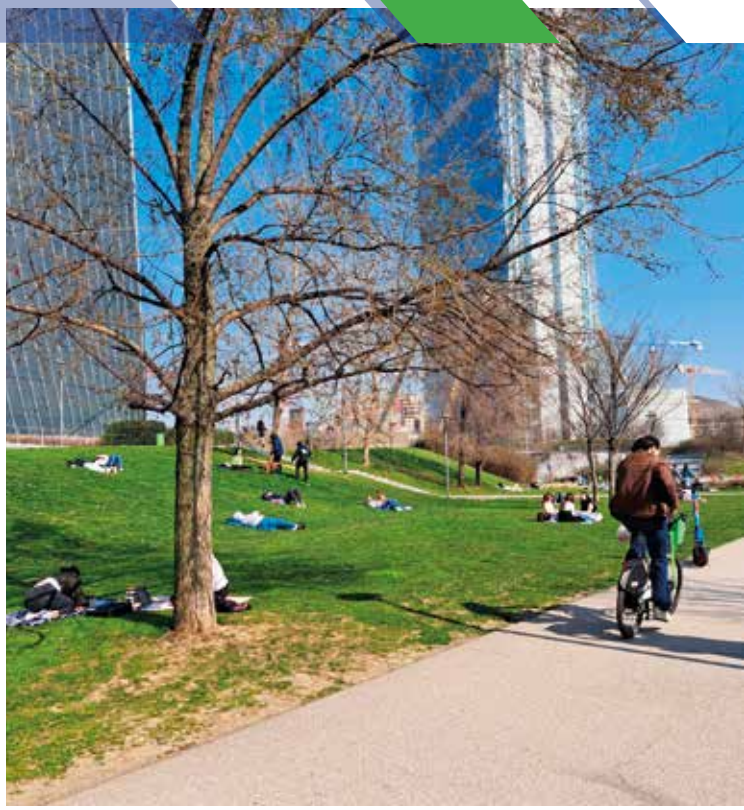
Per scoprire la città di Milano non è necessario essere turisti, è sufficiente una breve passeggiata nelle vie del centro per una narrazione fatta di bellezza e bruttezza architettonica insieme. Ci si può incantare per alcuni scorci e luoghi incantevoli, ma anche indignare di fronte ad alcuni edifici postmoderni o rialzi di palazzi sgraziati e incoerenti. I grattacieli di Milano, che fastidio! I giardini di Milano, che fastidio! Lo stile liberty di Milano, che bellezza. I palazzi anni 70, che bruttezza. Leonardo da Vinci ha scritto che "le bellezze con le bruttezze paiono più potenti l'una per l'altra." È stato lui che, meglio di tutti, ha teorizzato il perfetto equilibrio del significato dei due concetti. Il nostro sguardo sulla città si muove in base alla visione che possiamo avere dell'uno e dell'altro aspetto. Un esempio lo offre la Torre Velasca, entrata nel cuore dei milanesi, nonostante rappresenti il simbolo dell'architettura brutalista accanto alle meravigliose guglie del Duomo.





Così come le case di ringhiera, assolutamente intoccabili come pezzo di storia della povertà milanese, tanto inguardabili esternamente quanto affascinanti viste dalla corte interna trasformate in abitazioni di tendenza. Chi ci vive sente ancora il chiacchiericcio del vicino, chi non ci vive vede le croste sulle pareti e sente gli odori di uno spazio ammuffito. Il bosco verticale, firmato dall'archistar Stefano Boeri in zona Porta Nuova dove a cascata strabordano i rampicanti ispirati dai giardini pensili babilonesi, è già passato di moda. Ora il verde cresce e si sviluppa in orizzontale, si moltiplicano velocemente i rooftop diventati veri e propri percorsi sensoriali tra i bei fiori esotici e le piante mediterranee. I luoghi del lifestyle ad alta quota sono destinati ai momenti zen della Milano che al tramonto saluta il sole con un drink tra le dita.

Il senso del bello di oggi è in mano alle gare internazionali dello skyline, una corsa in verticale verso il cielo e l'originalità, vedi City Life con le tre torri (il curvo, il dritto e lo storto, ai quali si aggiungerà l'onda a fine estate) progetti firmati dagli architetti Arata Isozaki, Daniel Libeskind e Zaha Hadid per rigenerare in bellezza futuristica la vecchia zona della fiera di Milano, traslando verso Rho la bruttezza dei capannoni delle attività fie-



ristiche. La strategia è riportare al centro il verde, i prati, gli scoiattoli, i bambini a giocare in piazza e ad attorniare la fontana delle quattro stagioni: una delle fontane più belle di epoca fascista con quattro statue femminili a rappresentare le stagioni sul modello di Versailles. E qui la bellezza non ha tempo ma insegna che tutto può convivere. Il vecchio con il nuovo, il buono con il cattivo, il bello con il brutto. Non si può prescindere: l'atto di esistere dei due opposti si esprime con la disarmonia; l'uno esalta l'altro e l'altro può essere misurato, giudicato e confrontato. Nell'antitesi a Milano rientra tutto, il confronto con le altre città, con chi la abita, con chi la vive e chi subisce il suo fascino ruvido e fluido. Abitare Milano significa comprendere il valore dell'imperfezione, la percezione del tempo, le contraddizioni. Camminare per la città è sentirsi parte di quel tempo, dall'estetica al lifestyle. Per approfondire ancora il lato luminoso delle strade di Milano ci sono alle altezze del '900, ville che restano riferimento di un passato industriale al servizio dell'arte come contropartita.

In via Palestro resistono due capolavori déco: Villa Necchi e Villa Mozart e proseguendo nel quadrilatero della memoria di artisti e scrittori, ribattezzato "del silenzio", si entra nel vivo di Porta Venezia attirati dal grugnito dei fenicotteri rosa gli unici ospiti viventi del giardino di Villa Invernizzi, il re del formaggino italiano. Sempre in zona l'Art Nouveau si respira nella facciata della Casa Galimberti: motivi floreali, figure di donne, piastrelle colorate e balconi arricchiti di ringhiere in ferro battuto. Il richiamo medievale si respira invece quasi ovunque: al centro, in piazza dei Mercanti, il bello è sfacciato: arcate ricche di bassorilievi del Palazzo delle scuole Palatine e nella Casa Panigarola, ex sede di notai. A metà strada tra la piazza del Duomo e il Castello Sforzesco, casa dei Visconti, si attraversa una delle piazze più belle di Milano, Piazza Cordusio. Qui il bello dei palazzi di un tempo della Borsa e delle vecchie Poste, incontrano il brutto dell'evoluzione commerciale, vetrine e interi piani ceduti alle grandi catene del fashion, del fast food, dell'hospitality e di Starbucks proprio nel cuore di Milano, dove la città reale si agita tra grandi meriti e difetti quotidiani.



Non resta che entrare alle Gallerie d'Italia, nelle sale espositive di Intesa Sanpaolo di fronte alla Scala di Milano, e scoprire in una mostra con 100 capolavori mondiali che la bellezza e la bruttezza sono un artificio e anche un'invenzione artistica rinascimentale a sottolineare le imperfezioni umane.

Il Personaggio

ANDREA PEZZI
DAL **TEATRO** ALL'**IA** «PER UNA NUOVA INTELLIGENZA NATURALE»



di ***Fernanda Perri***

Per molti resta uno dei volti simbolo della MTV degli anni Novanta, quello di una televisione che per la prima volta parlava ai ragazzi con il loro stesso linguaggio. Ma Andrea Pezzi, da quell'immagine, si è allontanato parecchio.

Ha lasciato la tv, è diventato imprenditore, ha fondato MINT, azienda che lavora con la tecnologia e l'intelligenza artificiale, e poi APF, Andrea Pezzi Foundation, dedicata alla cultura umanista. Nel frattempo, è tornato sul palco con *Intelligenza Naturale* e in libreria con *La nostra Odissea. Ritorno all'umano*.

E allora partiamo proprio da un viaggio.

Dal suo Ulisse, dall'Odissea di Christopher Nolan e da quello che proveremo a fare insieme a lui: ripercorrere, domanda dopo domanda, le molte vite, gli incontri e le trasformazioni che lo hanno condotto fin qui.

Dopo anni passati soprattutto a inventare progetti e imprese, torna sul palco con uno spettacolo che si chiama *Intelligenza Naturale*, proprio mentre tutti parlano di intelligenza artificiale. È un ritorno al pubblico o, in qualche modo, una presa di posizione?
La seconda, questo spettacolo nasce dalla voglia di contribuire ad un dibattito necessario non solo sulle conseguenze di questa straordinaria rivoluzione tecnologica ma soprattutto sulla natura umana.
Penso che, come cultura occidentale, stiamo attraversando una crisi di valori e identità umana molto pericolosa e parlare dei principi che fondano la dignità umana sia importantissimo.

Lei continua a definirsi un creativo, anche quando parla del suo lavoro da imprenditore. Che cosa significa essere creativi nel fare impresa?
La creatività è il gioco della vita: dare forma all'invisibile, dare corpo alle idee e trovare sempre soluzioni ai problemi che l'inevitabile gioco esistenziale produce.
Mi definisco creativo perché amo questo modo di stare al mondo e fare impresa è certamente per me un esercizio per conoscermi e superarmi quotidianamente.

Per parlare del futuro sceglie Omero. È curioso: davanti a una rivoluzione tecnologica senza precedenti, lei torna a uno dei testi più antichi della nostra cultura. Perché il nuovo, per essere capito, ha bisogno dell'antico?
Io non credo che esistano tante cose davvero nuove nel mondo, soprattutto quando parliamo di dinamiche esistenziali e di conoscenza. Il viaggio di Ulisse è un viaggio sempre presente in ognuno di noi, che lo si comprenda o meno, del resto sono proprio i greci che hanno inventato il mito per parlare ed educare.
La storia, la letteratura e persino l'attualità possono essere mito, qualcosa a cui ricorrere per meglio comprendere la nostra realtà interiore.

Tra i pensatori a cui è maggiormente legato, pare abbia due gigantografie di Parmenide ed Eraclito, ci sono proprio i presocratici. Che cosa avevano capito dell'uomo che noi, forse, abbiamo dimenticato?
Penso che questi due immensi pensatori abbiano dato il fondamento di ogni successiva filosofia: Parmenide ha definito l'essere ed Eraclito gli ha trovato casa dentro ognuno di noi coniando il concetto di logos 400 anni prima che Gesù vi si identificasse predicando la nuova novella in Galilea.

L'intelligenza artificiale ci sta costringendo a chiederci che cosa sia davvero l'intelligenza. Abbiamo commesso l'errore di identificarla troppo a lungo soltanto con la logica, la razionalità e la capacità di trovare una soluzione?
Sì sì, assolutamente sì, abbiamo perso di vista l'origine etimologica della parola intelligenza. Il frate scozzese Duns Scoto diceva che intelligenza significa intus legere, leggere dall'intimo di noi stessi l'intimo dell'altro. L'intelligenza è empatia. Capacità di astrazione, di trascendenza, di intuizione.
L'intelligenza ha a che fare con il logos, se vogliamo è l'identità stessa dell'essere umano.

Lei ha paragonato la rivoluzione digitale, per portata, alla rivoluzione industriale. Ogni grande rivoluzione ha bisogno di qualcuno che sappia leggerla fino in fondo. La rivoluzione industriale ha avuto Marx. Quella digitale ha già trovato il suo interprete o lo stiamo ancora aspettando?
Penso che sia davvero auspicabile trovare qualcuno in grado di dare forma al nostro futuro affinché le macchine non prendano il sopravvento sull'umano.
Se con la rivoluzione industriale è stato possibile immaginare che fosse l'economia a muovere la storia con la rivoluzione digitale la storia deve imparare a dare un fine all'economia.
Il filosofo che stiamo cercando dovrà dare un fine all'economia rimettendo al centro l'umano.

E la politica? Le sembra che abbia capito la dimensione di questa trasformazione o continua soprattutto a inseguirla?
La politica è la grande speranza, penso che il vero scopo della politica sia quello di radicare la crescita senza fine e senza fini del mercato nel terreno dell'umano, se la politica perdesse questo appuntamento con la storia sarebbe la fine della democrazia e l'inizio di una fase di grande disordine.

Con la Andrea Pezzi Foundation immagina anche una scuola di formazione umanista. Mentre tutti ci dicono che dobbiamo imparare a usare sempre meglio le macchine, lei sembra voler tornare a un nuovo umanesimo. È così?
Sono affezionato all'idea di umanesimo perenne perché credo che ciò che è insito nella natura umana non subisca mutamenti e forse non si rinnova neanche.
L'umanesimo è una luce che attraversa gli uomini e le donne di ogni tempo e di ogni parte del mondo usandoli perché la vita possa continuare ad accadere.
In questo senso non credo si possa parlare di nuovo



umanesimo, non dobbiamo inventarci nulla, dobbiamo riscoprire in noi i fondamenti della perenne cultura umanista.

Nella sua *Odissea* è Atena, alla fine, a fermare la vendetta e a ristabilire un equilibrio. Se trasportassimo quella scena nel nostro presente, di quale "Atena" avremmo bisogno oggi?
Atena è una intuizione che stiamo tutti aspettando, siamo figli di una cultura occidentale colonizzatrice e questa era coloniale sta evidentemente finendo.
Il racconto della guerra in Ucraina è controverso; la reputazione di Israele è distrutta. Se non impariamo ad accogliere l'idea della perdita, noi come mondo occidentale rischiamo di dover pagare un prezzo altissimo per la nostra stupidità. La speranza che Atena possa imporre, come dice Omero, parità e amore nella coscienza dell'uomo occidentale, ovvero la speranza che l'uomo occidentale possa trovare una via alternativa alla cultura coloniale per affermare sé stesso è una speranza necessaria. Certamente un tipo di intelligenza femminile che ha poco a che fare con chi governa l'Europa. Penso di non essere il solo che pensa che la nostra classe dirigente non stia affatto interpretando i valori della pace e del dialogo che fondano la parte migliore della cultura occidentale.

Se potesse scegliere un altro secolo in cui vivere, quale sceglierebbe?
Ho sempre avuto una grande fascinazione per quella parte della storia che conosciamo poco. Sono convinto che i popoli accadici e sumeri avessero un livello di cultura e civiltà molto superiore a come la storia insegnata nelle scuole ci racconta. Quindi sì, avrei voluto vivere tra il 4.000 e il 2.000 a.C. nella bassa Mesopotamia.

Facciamo un gioco: Atene, V secolo a.C. Chi inviterebbe nella sua cucina?
Beh sicuramente Eraclito... anche se viveva ad Efeso.

A proposito di cucina e quindi degli anni di Kitchen, di Mtv e dell'Andrea degli anni 90, c'è invece qualcosa di cui era assolutamente convinto a trent'anni e su cui oggi ha cambiato idea?
Negli anni di Mtv ero convinto di ben poche cose, probabilmente l'unica certezza che avevo era che avrei cambiato mestiere.

La sua *Odissea* parla di un ritorno. Allora chiudiamo così: qual è oggi la sua Itaca? E quale libro metterebbe nella valigia di chi sta ancora cercando la propria?
Io penso di essere già tornato ad Itaca perché le attribuisco il significato di casa interiore e non ho paura ad ammettere che ormai da qualche anno mi sento a casa. Cioè ho incontrato me stesso.
Nella valigia di chi ancora cerca la propria Itaca metterei... beh sarei un ipocrita a non dire "La nostra Odissea".



L'OLIO BUONO NON SI TROVA

SI ASPETTA

CAMPAGNA OLEARIA

2026

acquistalo online

La Molazza

frantoiolamolazza.it

Cultura
Note di Filosofia

La FORZA della FRAGILITÀ

di ***Matteo Saudino***
Filosofo



Stiamo attraversando un'epoca estremamente fragile. La velocità è diventata la struttura ontologica della realtà in cui siamo immersi. Tutto scorre, come sosteneva con lungimiranza già nel VI secolo a.C. Eraclito di Efeso con i suoi discepoli, solo che oggi il mutamento è rapidissimo e in costante accelerazione.
Lo spazio e il tempo che faticosamente abitiamo, soprattutto in Occidente, sono caratterizzati da una rivoluzione tecnologica e digitale permanente che porta con sé dei cambiamenti così repentini che travolgono tutto, dissolvendo ogni certezza, grande o piccola, vera o illusoria.
Il senso del nostro vivere ci appare sempre più sfuggente: gli esseri umani faticano a cercare e trovare un significato alle loro esistenze. Sappiamo applicare i criteri dell'utile ad ogni cosa, ma non sappiamo più distinguere cosa sia il bene o il male, ciò che è giusto da ciò che è ingiusto. Ogni sfera dell'umano è precipitata nella liquidità teorizzata nel passaggio tra XX e XXI secolo dal sociologo Zygmunt Bauman: dal lavoro all'amore, dalle istituzioni allo sport, dalla scuola all'arte, dalla politica all'economia, la precarietà e la frammentazione sono il motore che al contempo muove o inceppa ogni cosa. L'età della fragilità sembra aver divorato non solo la speranza di un futuro, ma soprattutto quella di poter vivere in un presente in cui poter dare un senso a ciò che forse un senso non ce l'ha, ma senza il quale l'umano è destinato a vagare disorientato tra i meandri del mondo. Ma in tale contesto di incertezza è possibile il sentimento della fiducia?
La prima reazione alle tante fragilità della nostra epoca potrebbe essere abbracciare il pessimismo, il quale si presenta come un'interpretazione convincente di una realtà in cui trionfano guerra, violenza, cinismo, sopraffazione, ma rimane un vicolo cieco, una strada che conduce all'immobilismo e all'accettazione dello status quo individuale e politico. La seconda reazione, all'opposto, potrebbe essere quella di essere ottimisti sempre e comunque; si tratta in questo caso di una strada ingenua, anch'essa però destinata a rapportarsi in modo passivo alle tante crisi che stiamo vivendo.
Tra questi due estremi vi è una fertile terza via, ed è proprio quella della fiducia.
Dinanzi alla crisi di tutte le grandi narrazioni collettive, come sostenuto a fine anni '70 dal filosofo Lyotard, essere fiduciosi è un atto politico, perché significa immaginare l'alba dopo il crepuscolo, significa essere costruttori di mondi anche quando questi mondi ancora non esistono e magari non esisteranno mai. Ma la fiducia innesca spiriti vitali, in quanto essa comporta fare delle scelte e mettersi in gioco.
La scuola dovrebbe diventare il luogo principe in cui



coltivare quotidianamente il sentimento della fiducia: essa infatti accende la creatività intellettuale e potrebbe stimolare gli studenti a cercare gli strumenti per affrontare le tante difficoltà del nostro tempo al fine di vivere il nostro tempo con consapevolezza e magari provare anche a cambiarlo.
La scuola senza speranza si trasforma in un nonluogo, anonimo come un centro commerciale o un aeroporto. La fiducia conduce alla vertiginosa bellezza della responsabilità, dell'essere padroni del proprio tempo e artefici del proprio destino.
La fiducia porta con sé la consapevolezza che noi siamo le scelte che facciamo. Noi oggi, liberati dalla forza rassicurante degli dèi onnipotenti, dei padri padroni, dello Stato condottiero, della scuola che punisce, della famiglia perfetta, del mercato infallibile e dalla pretesa di protezione di ogni altra neo e post divinità (tecnologia, social, consumo e denaro *in primis*), ci scopriamo anime fragili ma libere, sempre in bilico tra paure e speranze, con in mano la responsabilità di scrivere il nostro destino, di dipingere il nostro orizzonte di senso.
E questo significa trasformare la debolezza del disorientamento nella forza di essere gli artefici consapevoli delle nostre meravigliose vite.
Guardare negli occhi le nostre fragilità è il primo passo per affrontarle e superarle.

MATTEO SAUDINO, IL PROF CHE PORTA LA FILOSOFIA FUORI DALLE AULE

Matteo Saudino è uno dei divulgatori filosofici più conosciuti in Italia. Professore di filosofia e storia nei licei, è diventato popolare ben oltre le aule scolastiche grazie a **BarbaSophia**, il progetto con cui ha portato Platone, Aristotele, Kant, Nietzsche e gli altri grandi protagonisti del pensiero occidentale sui social e nel linguaggio delle nuove generazioni.

La sua cifra è proprio questa: **trasformare la filosofia da materia da studiare a strumento con cui leggere il presente**. Nei suoi libri, nelle lezioni online e negli incontri pubblici, Saudino parte dai classici per affrontare questioni molto contemporanee: la solitudine, la crisi della politica e della verità, il rapporto con la tecnologia, la libertà, la felicità e la paura della morte.

È lo stesso metodo che attraversa **Anime fragili. Un viaggio con Platone e Aristotele tra le vulnerabilità del nostro tempo**, pubblicato da Einaudi nel 2025. Saudino individua sei grandi fragilità dell'uomo contemporaneo - **solitudine, assenza di dialogo, crisi della politica, fine della Verità, inquietudine tecnologica e rimozione della morte** - e torna a Platone e Aristotele per cercare non risposte già confezionate, ma strumenti per orientarsi.

Il messaggio è semplice e insieme profondamente filosofico: **la fragilità non va nascosta né necessariamente sconfitta. Può diventare il punto dal quale ricominciare a interrogarsi sul senso della propria vita e del mondo che stiamo costruendo**.



foto generata con intelligenza artificiale

Cultura
Dietro le quinte

Lo sapevi che...
EUGENIO MONTALE
Il premio Nobel che preferiva i limoni agli allori

Il **12 ottobre 2026 ricorrono 130 anni dalla nascita di Eugenio Montale**, una delle voci più importanti della letteratura italiana del Novecento. Poeta, scrittore, giornalista e critico musicale, nato a Genova nel 1896 e morto a Milano nel 1981, è stato autore di raccolte fondamentali come *Ossi di seppia, Le occasioni* e *La bufera e altro*. Nel 1975 ricevette il **Premio Nobel per la Letteratura**. Dietro il poeta del "male di vivere", però, c'era un uomo pieno di passioni, ironia e lati sorprendenti.



Voleva diventare cantante.
Prima della poesia, Montale pensò seriamente alla musica. Studiò canto per diversi anni e immaginò per sé una carriera da baritono.

A Monterosso cantava l'*Aida* dal balcone con i fratelli.
Nelle estati trascorse nella casa di famiglia in Liguria, il giovane Montale amava cantare con i fratelli le arie dell'opera di Giuseppe Verdi. Un'immagine decisamente diversa da quella austera consegnata dai libri di scuola.

Molti anni dopo tornò alla musica come critico.
La carriera da cantante non arrivò mai, ma la musica rimase nella sua vita. Montale seguì concerti, opere e prime della Scala per il *Corriere*, tornando così, da un'altra prospettiva, alla sua prima grande passione.

Dipingeva anche con caffè, rossetto e dentifricio.
Montale amava dipingere e sperimentava con materiali decisamente insoliti. Accanto ai colori tradizionali utilizzava anche caffè, rossetto, dentifricio e altri elementi quotidiani.

Chiamava sua moglie "Mosca".
Drusilla Tanzi, compagna di una vita e poi moglie del poeta, era fortemente miope. Da qui il soprannome affettuoso "Mosca". Dopo la sua morte Montale le dedicò *Ho sceso, dandoti il braccio, almeno un milione di scale:* proprio lei, che vedeva così poco, era per il poeta quella che possedeva le "vere pupille".

Dietro Clizia c'era una donna reale.
Clizia, una delle figure femminili più importanti della poesia di Montale, aveva un volto e un nome: Irma Brandeis, studiosa americana di Dante con cui il poeta ebbe una relazione intensa. Nelle sue poesie la donna reale sarebbe diventata una figura quasi mitica.

I limoni delle sue poesie erano davvero quelli della Liguria.
Ne *I limoni* Montale sceglie gli orti, le strade e gli alberi comuni del paesaggio ligure che conosceva fin da ragazzo. Ai simboli solenni della poesia preferiva le cose semplici che aveva davanti agli occhi.

foto generata con intelligenza artificiale

AEROITALIA

TUTTE LE ROTTE IN PARTENZA DA SALERNO



Cultura
Letteratura

ROMEO e GIULIETTA
che negarono le stelle

di **Angelica Grivel Serra**
Scrittrice



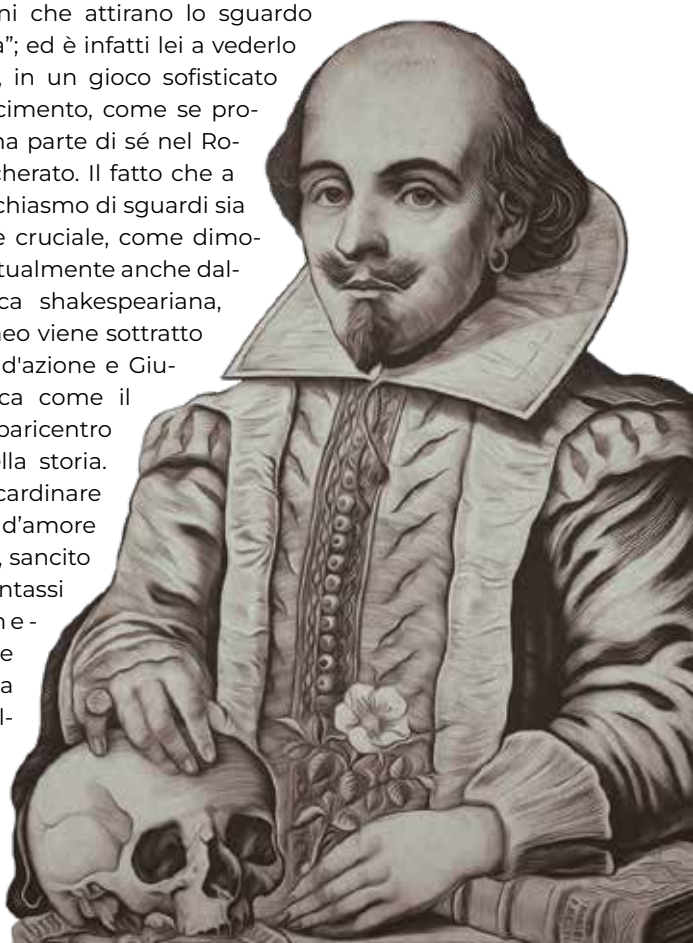
Quando l'immaginario di William Shakespeare si sposta appena fuori dalla Verona del turismo dei lucchetti d'amore e delle istantanee fotocopia con la placida statua di Giulietta, emerge tutt'altra geografia cittadina, ben più sanguigna, complessa e spietata. Si scopre infatti una realtà che, lungi dall'agire da fondale esotico per l'intreccio di passioni umane, si configura come un organismo vivente che orienta ogni scena, incontro e vicenda del dramma.

Non è un caso che proprio la città scaligera sia diventata per sei giorni, dal 20 al 26 luglio, il polo globale degli studi umanistici, accogliendo il dodicesimo Congresso Mondiale Shakespeariano (WSC), promosso dalla *International Shakespeare Association* e orchestrato dall'Università di Verona con il suo Centro Skenè, diretto da Silvia Bigliazzi, ordinaria di Letteratura inglese all'Università di Verona, nonché traduttrice eminente del drammaturgo di Stratford.

L'evento, approdato per la prima volta in assoluto in Italia, ha riunito centinaia di studiosi giunti da ogni continente per interrogarsi sull'eredità del Bardo, confermando Verona come palcoscenico elettivo per decodificare le inquietudini e i linguaggi di ieri e oggi. Proprio in tale orizzonte urbano prende nuovo respiro la vicenda di *Romeo e Giulietta* che, sottratta a svenevoli convenzioni, s'appiglia pervicacemente all'Italia sin dalla sua più remota radice, non solo per ambientazione. Bigliazzi racconta che l'archetipo della tragedia shakespeariana attinge al mito ovidiano dei giovani babilonesi Piramo e Tisbe, vicini di casa osteggiati in amore dalle rispettive famiglie, costretti a parlarsi attraverso la fessura del muro, suicidi entrambi per equivoco. Specifica però che, nel laboratorio teatrale di Shakespeare, sorge qualcosa di nuovo sin dalla concezione planimetrica della vicenda, che diventa molto più vasta, perché "l'interdizione domestica viene sostituita da un ambiente attivo", venato di "violenza prepolitica, appartenenze tribali e lignaggi, a investire l'intero spazio civico". Ma è ancor più sul terreno della tradizione novellistica italiana del Rinascimento che la creatività narrativa di Shakespeare si slancia in arabesco, operando, tra i mille rivolgimenti, una decostruzione di genere in filigrana. Shakespeare osserva, in particolare, spicchi d'intreccio della novella del vicentino Luigi Da Porto, composta verosimilmente tra il 1512 e il 1524, con titolo *Giulietta e Romeo. Historia novellamente ritrovata di due nobili amanti*.



La professoressa Bigliazzi sottolinea che dalle pagine di Da Porto affiori un Romeo "abbigliato da ninfa, che appare più bello di qualsiasi altra donna, rivelando tratti androgini che attirano lo sguardo di Giulietta"; ed è infatti lei a vederlo per prima, in un gioco sofisticato di riconoscimento, come se proiettasse una parte di sé nel Romeo mascherato. Il fatto che a guidare il chiasmo di sguardi sia la donna è cruciale, come dimostrato puntualmente anche dalla dinamica shakespeariana, ove a Romeo viene sottratto il primato d'azione e Giulietta spicca come il solo, vero baricentro volitivo della storia. È lei a scardinare il codice d'amore del tempo, sancito da una sintassi petrarchesca (forse antenata dei modelli pre-



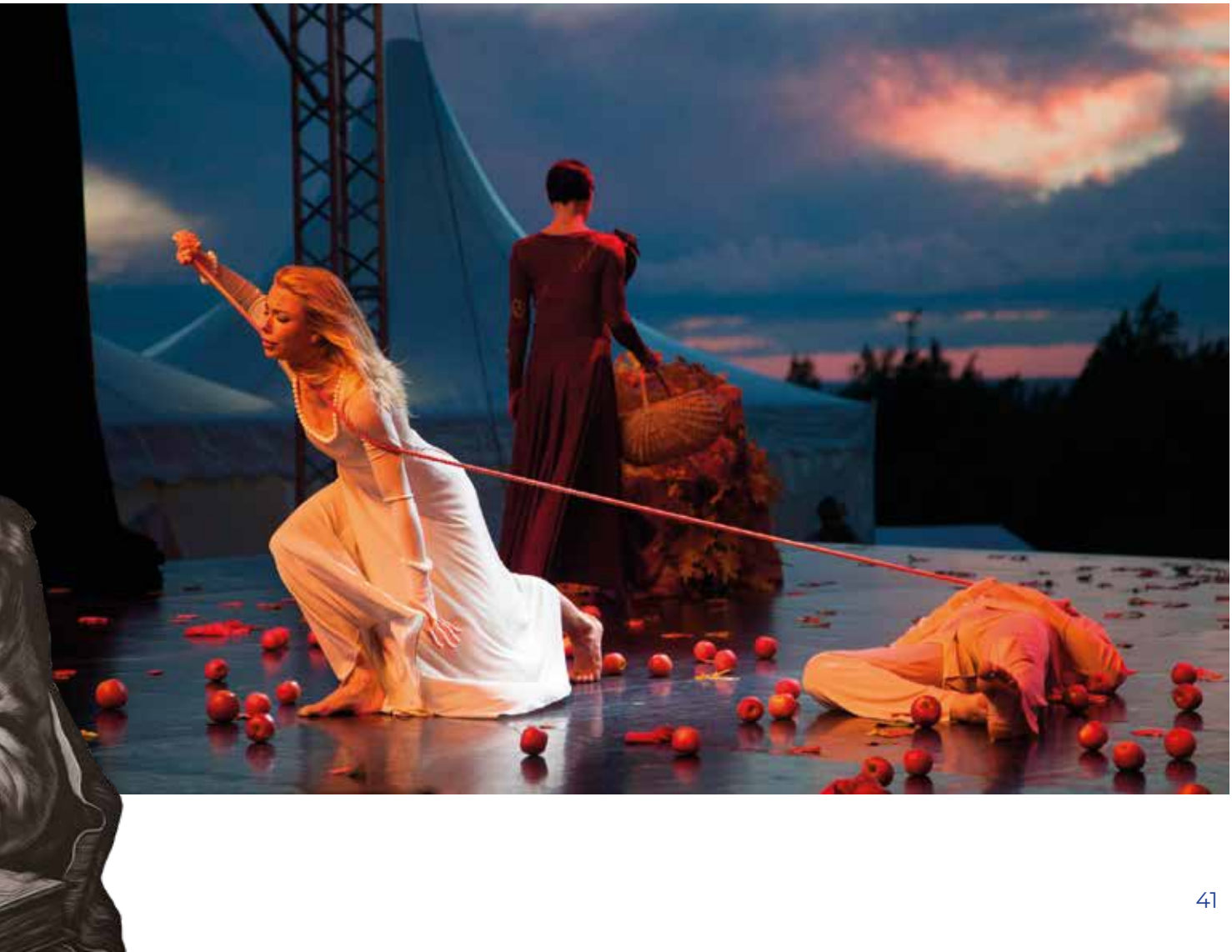
stampati delle attuali app di incontri, dopotutto), intimando a Romeo di non giurare sulla luna mutevole e di abbandonare mielosità codificate. Il momento dell'evoluzione, per Romeo, avviene molto più tardi, quando apprende la falsa notizia della morte dell'amata e affonda in una solitudine essenziale, inaugurando una battaglia col cielo.

Le due varianti principali del testo di Shakespeare risultano qui discordanti in modo avvincente: in un'edizione si legge che Romeo dichiari *"io vi sfido, stelle"; nell'altra, "io vi nego, stelle"*. Sebbene molti editori moderni prediligano la prima opzione, la coerenza del dramma spetterebbe, secondo Bigliazzi, alla seconda; poiché, col darsi la morte, Romeo autoafferma la propria libertà, contro le maglie della violenza mondana e il disegno superiore degli astri. Sin dalla scena emblema del balcone, le parole di Giulietta sono chiare: «deny thy father, refuse thy name». Come dagli studi della professoressa, è evidente anche dalla traduzione letterale del primo verbo che, innamorandosi, "i due amanti non trasgrediscono la legge: la negano", trascendendola in uno spazio mitopoietico del "come se". Il loro amore si colloca in un mondo possibile, sognato in due, vivo nel segreto.

E la morte ne è, più che il sigillo, l'apice paradossale, il punto in cui esso "si sottrae ai vincoli del tempo e della società." Del sommo testo shakespeariano, i Romantici Hazlitt, Coleridge, Lamb e Schlegel celebrarono, rispettivamente, "la purezza, l'irrazionalità, l'irripetibilità e l'assolutezza della passione".

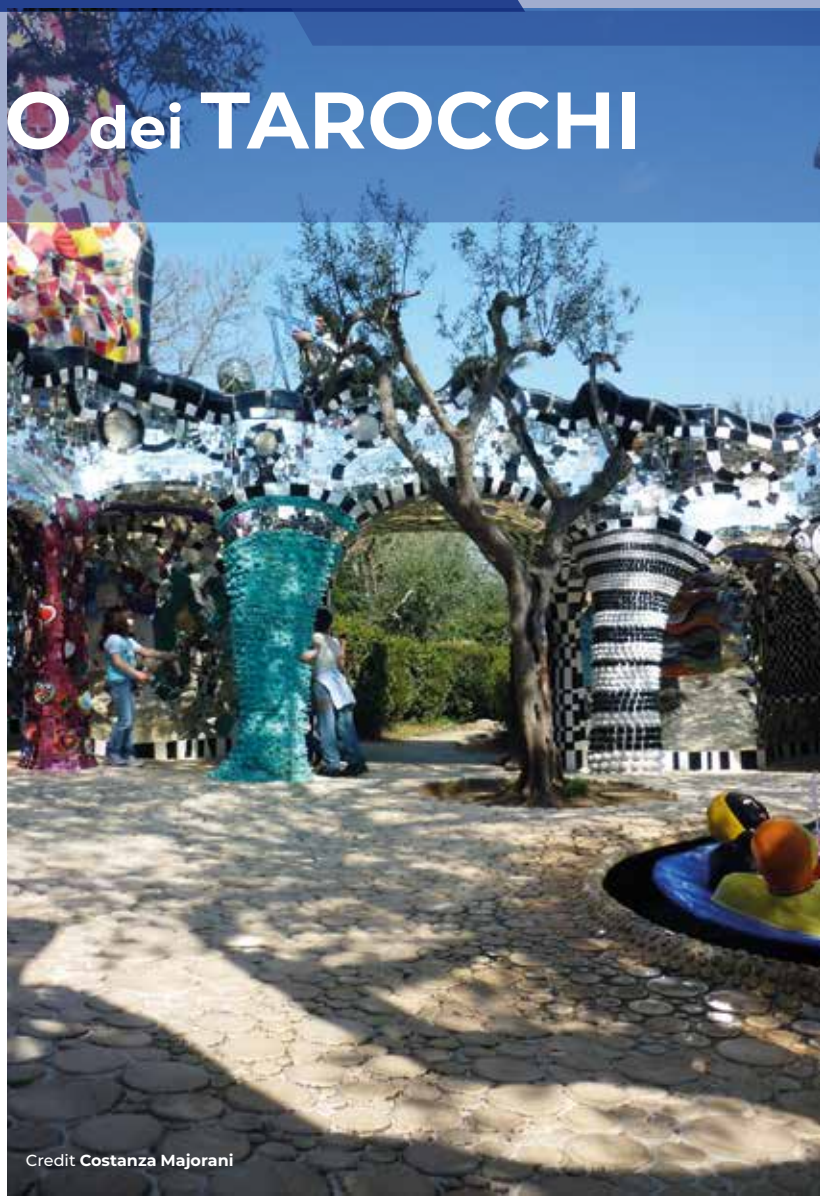
Espressioni che si potrebbero sottoscrivere oggi, consone a una tragedia la cui eco risuona ininterrotta, financo nella cultura contemporanea, senza mai negarsi alla malleabilità di rivisitazioni nel suo parlare al presente: come nella *Romeo and Juliet di Mark Knopfler* e i Dire Straits, dove il dramma si fa rock struggente per l'unilateralità di un amore non ricambiato, con Romeo che si scopre figura quasi buffa nella sua dolorosa ostinazione.

La tragedia classica vibra così di solitudine e nostalgia, sulle strade di un tempo sbagliato, nell'eterna e sfasata ricerca dell'altro.



Cultura
Mostre ed eventi

Il GIARDINO dei TAROCCHI


Credit **Costanza Majorani**

Si cammina tra il Sole, la Luna, il Mago, l'Imperatrice. Le figure emergono dagli alberi, catturano la luce e la restituiscono in riflessi sempre diversi. A Garavicchio, nel cuore della Maremma, Niki de Saint Phalle ha trasformato i ventidue Arcani Maggiori in sculture monumentali di ferro, cemento, vetro, specchi e ceramica. Un luogo in cui arte, architettura e natura finiscono per mescolarsi e il confine tra realtà e immaginazione diventa, per un momento, molto meno netto. A separarli dal resto del mondo c'è il grande muro in tufo firmato dall'architetto svizzero Mario Botta. Oltre quella soglia il paesaggio cambia: tra gli alberi compaiono il Sole e la Luna, il Mago e l'Imperatrice; figure enormi e colorate che catturano la luce, la moltiplicano e la restituiscono in frammenti sempre diversi. Qui arte e natura non stanno semplicemente una accanto all'altra: finiscono per confondersi. Nel 1955 Niki visita a Barcellona il Parc Güell di Antoni Gaudí e ne rimane folgorata. Intuisce che una scultura può diventare spazio, che l'architettura può fondersi con il paesaggio e che un'opera d'arte può essere attraversata, abitata, vissuta.
Da allora, il desiderio di costruire un luogo tutto suo non la abbandonerà più.

Ad accogliere chi entra ci sono le sue parole: **«Se la vita è un gioco di carte noi nasciamo senza conoscerne le regole. Nonostante ciò, siamo tutti chiamati a giocare una mano».**

Forse è proprio da qui che bisogna partire per capire il Giardino dei Tarocchi. Per Niki quelle carte non servivano a predire il futuro: raccontavano piuttosto la vita, con le sue prove, gli incontri, le paure, le contraddizioni e le trasformazioni. I ventidue Arcani Maggiori diventano così le tappe di un percorso simbolico che prende corpo davanti agli occhi. E ogni Arcano custodisce un significato, spesso anche il suo contrario. Dentro la Giustizia, per esempio, l'artista racchiude l'Ingiustizia, una scultura realizzata da Jean Tinguely. Come a dire che l'una contiene sempre la possibilità dell'altra. Tutto il Giardino è fatto di rimandi, opposizioni e domande. Nulla è soltanto ciò che appare. Ma perché quel mondo potesse uscire dall'immaginazione e diventare reale, serviva un luogo. E quel luogo arrivò grazie a un incontro destinato a intrecciare la storia dell'artista con quella dell'Italia del Novecento. Nel 1974, durante un periodo di convalescenza sulle montagne svizzere, Niki de Saint Phalle ritrova Marella Caracciolo Agnelli, conosciuta molti anni prima a New York, e le racconta il progetto che coltivava da tempo: un grande giardino dedicato ai Tarocchi e immerso nella natura. Marella se ne entusiasma e coinvolge i fratelli Carlo e Nicola Caracciolo, che mettono a disposizione dell'artista un terreno in Toscana. Il sogno aveva finalmente trovato il suo posto. Comincia così un'impresa enorme che dura vent'anni. Le figure nascono da armature di tondini di ferro, piegati e saldati fino a disegnare lo scheletro delle sculture. Poi arrivano il cemento, il vetro, gli specchi, le ceramiche. Un lavoro lento, artigianale e collettivo, che coinvolge artisti, ceramisti, saldatori e artigiani. Niki, però, non osserva quel mondo da lontano. A un certo punto decide di entrarci, letteralmente. Nel 1983 si trasferisce nell'Im-

peratrice, una gigantesca sfinge dalle forme femminili, e per anni ne fa la propria casa e il proprio studio. Lì mangia, lavora ai modelli delle altre sculture, incontra chi collabora al progetto. Per costruire il Giardino sceglie di abitarlo. E costruirlo costa moltissimo. Niki vuole conservare la propria indipendenza e finanzia il progetto anche attraverso il suo lavoro: realizza multipli, oggetti, opere in edizione e versioni delle celebri Nanas, le figure femminili dalle forme generose diventate uno dei segni più riconoscibili della sua arte. Nel 1982 arriva persino a creare un profumo con il proprio nome, racchiuso in un flacone blu e oro sormontato da due serpenti intrecciati. Una parte dei ricavi servirà a sostenere ancora il Giardino. Forse è anche per questo che Garavicchio non assomiglia a un museo all'aperto. C'è troppo della vita di Niki dentro quelle figure perché possano essere soltanto sculture. Gli alberi entrano nelle opere, la luce rimbalza sugli specchi, le superfici cambiano con il passare delle ore. Tutto sembra appartenere allo stesso racconto. E oltrepassare quel muro significa ancora oggi accettare, almeno per un momento, che le regole possano essere diverse da quelle lasciate fuori. In fondo si torna alla prima carta e alla prima domanda: se nessuno ci consegna le regole del gioco, che cosa facciamo della mano che ci è capitata? Niki de Saint Phalle la sua risposta l'ha costruita qui.

Fe.Pe.


Credit **Costanza Majorani**

Niki de Saint Phalle la rappresenta come una grande figura femminile-sfinge, monumentale e sinuosa


Credit **Costanza Majorani**

La Papessa al centro, il mago con la mano sembra fermare qualcosa. E in effetti guarda verso la costa, là dove negli anni Ottanta incombeva il progetto della centrale nucleare di Montalto di Castro: per Niki diventò anche un gesto di protezione del paesaggio. E davanti, nella vasca, la ruota della fortuna.


Credit **Costanza Majorani**


Credit **Costanza Majorani**

Lifestyle
Come ti vesti



La BORSA torna a fare la BORSA

Per anni abbiamo portato borse bellissime nelle quali non entrava quasi nulla. Il telefono sporgeva, le chiavi diventavano un problema logistico, il portafoglio era già un'ambizione. Poco importava: la borsa doveva completare il look, non necessariamente contenere qualcosa.
Nel 2026, però, la moda sembra aver cambiato idea. Le borse tornano grandi, morbide, capienti. Insomma, tornano a fare le borse. E forse era ora. Perché nel frattempo le nostre giornate non sono diventate più leggere. Anzi. Dentro una borsa oggi convivono telefono, occhiali, caricatore, auricolari, chiavi, portafoglio, rossetto, profumo, farmaci, fazzoletti, una penna che quasi certamente non scrive e almeno tre scontrini di cui abbiamo dimenticato l'origine. Poi, naturalmente, ogni borsa racconta la giornata di chi la porta. Quella di una madre, per esempio, smette presto di appartenere soltanto a lei. Alla dotazione personale si aggiungono bottigliette, snack, elastici, piccoli oggetti misteriosi e tutto ciò che un figlio, a un certo punto, decide di affidarle con un rassicurante: "Me lo tieni un attimo?". Chi esce la mattina e rientra la sera aggiunge agenda, tablet, documenti e magari un paio di scarpe più comode. Chi viaggia sviluppa invece una speciale forma di previdenza: caricatore di riserva, salviette, acqua, qualcosa da mangiare, un libro e tutto ciò che potrebbe rivelarsi indispensabile nell'eventualità — remota, ma mai abbastanza — di trascorrere qualche ora in più del previsto in aeroporto. Poi esiste una categoria quasi mitologica: quella delle donne che escono con telefono, carta di credito e rossetto. Tre oggetti. Fine. Sono le stesse che trovi davanti a te in fila all'aeroporto mentre tu fai il giocoliere tra valigia, borsa e tracolla. Loro no: jeans, maglia, ballerine e una borsetta perfettamente abbinata alle scarpe. Un incrocio improbabile tra una modella russa e una poetessa francese. E, dettaglio non secondario, non hanno mai una valigia. Mai. Mentre tu trascini, incastri, sollevi e cerchi disperatamente il documento appena infilato chissà dove, loro se ne stanno lì, leggere e impassibili, come se per partire bastasse davvero una borsetta.
Per tutte le altre, la borsa è un piccolo territorio senza regole precise. Ci sono cose necessarie, cose dimenticate, cose che "possono sempre servire" e altre delle quali scopriamo l'esistenza soltanto quando decidiamo, finalmente, di svuotarla.



Forse è anche per questo che le maison, nell'autunno 2026, sembrano tornare a borse più generose, capaci di contenere non soltanto più cose, ma anche più vite insieme. Perché non siamo mai soltanto una madre, una donna in carriera o una signora impeccabile che abbina la borsa alle scarpe. A volte siamo tutte queste cose nello stesso giorno, a volte nessuna. E allora, dopo stagioni di borse minuscole, quasi più da indossare che da usare, tornano forme capaci di accompagnarci davvero: dalla mattina alla sera, dall'ufficio a un viaggio, da un appuntamento a una corsa improvvisa. Con abbastanza spazio, dettaglio non trascurabile, perché il telefono possa finalmente entrare senza essere sistemato in diagonale.

La buona notizia, dunque, è che le borse tornano grandi. La cattiva è che sappiamo già perfettamente come riempirle.



Lifestyle
Storie di gusto

La rubrica gastronomica tra sapori, ricette e incontri

Una ZUCCA, due continenti

Oggi basta una zucca arancione per pensare all'autunno. E, inevitabilmente, ad Halloween. Eppure la sua storia comincia molto prima delle lanterne intagliate, dall'altra parte dell'oceano e migliaia di anni prima che qualcuno immaginasse di trasformarla in una decorazione.

La zucca nasce nelle Americhe. In quello che oggi è il Messico veniva coltivata già circa diecimila anni fa, anche se difficilmente l'avremmo riconosciuta: piccola, dura, amara. A cambiarla furono le generazioni che impararono a scegliere i frutti migliori, a conservarne i semi, a ripiantarli. Poco alla volta aumentò la polpa, diminuì l'amaro, cambiò la forma. Prima ancora che il mais diventasse uno dei grandi protagonisti dell'agricoltura americana, la zucca era già lì.



Per attraversare l'Atlantico bisognerà aspettare la fine del Quattrocento. Con l'incontro tra Europa e Americhe comincia anche una rivoluzione silenziosa nelle cucine. Pomodori, patate, mais, peperoni: ingredienti che oggi consideriamo parte integrante della tradizione europea arrivano tutti da altrove. Tra loro c'è anche la zucca. In Italia trova fortuna soprattutto nella Pianura Padana. A Mantova entra negli orti, poi nelle cucine e infine in uno dei piatti più riconoscibili della città: i tortelli di zucca.

Qui la semplicità dell'ingrediente incontra una cucina molto meno semplice. Alla polpa dolce si aggiungono amaretti, mostarda, Grana e noce moscata. È un equilibrio insolito, quasi spiazzante, tra dolce e salato. La ricetta viene fatta risalire ora alle cucine dei Gonzaga, ora a quelle delle rasdore, le donne delle campagne mantovane. Corte e casa, del resto, a Mantova hanno finito per parlarsi molto più di quanto sembri. Ma il capitolo più famoso della storia della zucca comincia altrove. E, curiosamente, senza zucca. Bisogna andare in Irlanda, dove una leggenda racconta di Stingy Jack, Jack l'avaro, un uomo che sarebbe riuscito a ingannare più volte perfino il Diavolo. Alla sua morte non poté entrare né in Paradiso né all'Inferno e fu condannato a vagare nell'oscurità. Per farsi luce avrebbe sistemato un carbone ardente dentro una rapa scavata.

È da qui che nasce la *jack-o'-lantern*. Per molto tempo, infatti, in Irlanda e in Scozia a essere intagliate furono soprattutto le rape. Volti inquietanti, una luce all'interno e una tradizione legata alle notti d'autunno e al mondo degli spiriti.

La zucca arriverà solo dopo.

Nell'Ottocento, quando molti irlandesi emigrano negli Stati Uniti, portano con sé anche questa usanza. In America trovano però un ortaggio molto più adatto allo scopo: grande, abbondante proprio in autunno e infinitamente più facile da scavare. La zucca prende il posto della rapa e la *jack-o'-lantern* assume finalmente l'aspetto che conosciamo.



È forse la parte più curiosa della storia. La zucca nasce nelle Americhe, arriva in Europa, entra nelle cucine italiane e, secoli più tardi, una tradizione irlandese la riporta idealmente al punto di partenza, trasformandola in un simbolo.

Da allora ottobre non è più stato lo stesso.

SPESA CONSAPEVOLE: QUANDO IL PACKAGING SCEGLIE AL POSTO TUO

Colori, parole, scaffali e "ingredienti invisibili": quanto della nostra scelta al supermercato è davvero nostra?

di ***DANIELA GALDI***
Amministratore di Lifeness - Health, Food & Longevity srls Benefit
Consulente del Benessere
Life Coach
Direttrice Italian Chef Academy
Sito web: ***www.lifeness-roma.it***



Entriamo al supermercato con una lista precisa. E spesso usciamo con qualcosa in più. Un prodotto che non avevamo previsto. Una confezione che ci ha attirato. Un alimento che ci è sembrato più sano, più naturale, più leggero. E quasi sempre pensiamo che sia stata una nostra scelta. "Mi sembrava più sano." "C'era scritto integrale." "Questo è light." "Questo non ha zuccheri aggiunti." "La confezione verde mi dava un'idea di naturale." Ma siamo davvero sicuri di aver scelto soltanto noi? La verità è che, davanti agli scaffali di un supermercato, non decidiamo soltanto con il gusto, la fame o le nostre conoscenze nutrizionali. Decidiamo anche attraverso una serie di segnali visivi, parole, immagini e posizionamenti studiati per attirare la nostra attenzione e rendere la scelta il più possibile rapida. È qui che entra in gioco il neuromarketing, cioè l'utilizzo delle conoscenze sul funzionamento del cervello e sui processi cognitivi ed emotivi per comprendere e orientare il comportamento del consumatore. Non significa che siamo marionette. Significa qualcosa di più sottile: quando abbiamo davanti centinaia di prodotti e pochi secondi per decidere, il cervello utilizza scorciatoie. E il marketing sa come costruirle.

IL PRIMO INGREDIENTE CHE ASSAGGIAMO È IL COLORE

Prima ancora di leggere una parola, vediamo un colore. E il colore non è neutro. La ricerca scientifica ha mostrato che il colore del packaging può influenzare la percezione che abbiamo di un alimento, compresa la sua presunta salubrità. Il cervello utilizza infatti anche segnali visivi per formulare rapidamente un giudizio sul prodotto. È una questione di associazioni. Il verde richiama facilmente natura, freschezza, vegetale, equilibrio. Il marrone può evocare cereali, rusticità, artigianalità, integralità. Il bianco può suggerire leggerezza, semplicità, purezza. Non significa, naturalmente, che esista una regola universale secondo cui verde = sano o marrone = integrale. Significa che questi segnali possono contribuire a creare una percezione. Ed è proprio qui che dobbiamo prestare attenzione. Un'associazione visiva non è un'informazione nutrizionale. Una confezione marrone non rende integrale ciò che contiene. Una confezione verde non rende automaticamente naturale un prodotto. Una confezione bianca non significa necessariamente "light". Il packaging racconta una storia. L'etichetta ci dice cosa c'è davvero dentro.

MARRONE NON SIGNIFICA NECESSARIAMENTE INTEGRALE

Pensiamo ai prodotti che richiamano il mondo dell'integrale. Confezioni marroni, immagini di cereali, chicchi di grano, fibre, colori naturali.
Il nostro cervello completa rapidamente il messaggio: "Questo è un alimento integrale." Ma un'immagine non ci dice quale farina sia stata utilizzata. E il colore della confezione ancora meno. Per questo la domanda corretta non è: "Sembra integrale?" Ma: "Qual è il primo ingrediente della lista? E in quale quantità è presente?" È una differenza fondamentale. Perché nella spesa consapevole dobbiamo imparare a distinguere la rappresentazione di un alimento dalla sua reale composizione.

LE PAROLE CHE CI FANNO ABBASSARE LA GUARDIA



Poi ci sono le parole. E alcune sono potentissime. “Light”. “Fit”. “Natural”. “Integrale”. “Proteico”. “Senza zuccheri aggiunti”. Sono espressioni che possono diventare vere e proprie scorciatoie mentali. Prendiamo proprio “senza zuccheri aggiunti”. Questa dicitura non significa “senza zuccheri”. Significa che non sono stati aggiunti zuccheri secondo quanto previsto dalla normativa. Il prodotto può comunque contenere zuccheri naturalmente presenti nei suoi ingredienti. E gli zuccheri possono arrivare anche attraverso ingredienti come succhi o concentrati di frutta. Succo d'uva. Succo di mela. Concentrato di frutta. Sciroppi. Ingredienti diversi, ma capaci di contribuire all'apporto di zuccheri. E allora bisogna guardare oltre la promessa sulla confezione. Perché lo zucchero non sempre arriva sul tavolo con scritto semplicemente “zucchero”.

IL FRUTTOSIO NON È SEMPLICEMENTE “LO ZUCCHERO BUONO”

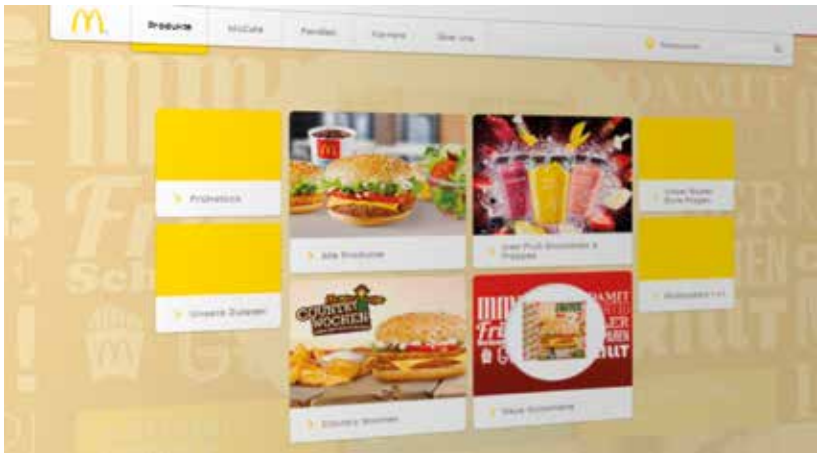
Per molto tempo siamo stati portati a pensare che, se uno zucchero proviene dalla frutta, allora sia automaticamente innocuo. Ma la forma nella quale assumiamo uno zucchero conta moltissimo. Mangiare una mela intera non equivale a bere un bicchiere di succo di mela. Nel frutto intero ci sono acqua, fibre e una struttura alimentare che modifica il modo e la velocità con cui assumiamo gli zuccheri. Nel succo, invece, quella struttura viene profondamente modificata e diventa molto più semplice assumere rapidamente una quantità significativa di zuccheri. Il fruttosio viene metabolizzato principalmente dal fegato e, soprattutto in condizioni di eccesso energetico, può contribuire alla produzione di grasso epatico. La letteratura scientifica ha evidenziato associazioni tra elevato consumo di fruttosio, in particolare attraverso bevande zuccherate e zuccheri liberi, e alterazioni metaboliche e steatosi epatica. Per questo è importante non confondere la frutta intera con i suoi derivati liquidi o concentrati. Il succo di frutta non è semplicemente “frutta da bere”. Ecco perché la famosa espressione provocatoria “l'alcol dei bambini”, utilizzata da alcuni ricercatori per descrivere gli effetti metabolici del fruttosio in eccesso, va interpretata come una metafora fisiologica e non come un'equivalenza tra fruttosio e alcol. Il messaggio importante è un altro: non tutto ciò che porta la parola “frutta” sulla confezione ha lo stesso valore nutrizionale della frutta intera.

E POI CI SONO GLI SCAFFALI

Il marketing non finisce sulla confezione. Continua nello spazio. Provate a fare una cosa, la prossima volta che entrate in un supermercato: fermatevi davanti a uno scaffale e osservate dove cade naturalmente il vostro sguardo. È proprio lì che si concentra una parte importante della competizione tra prodotti. Le ricerche sull'attenzione visiva nei supermercati mostrano che ciò che cattura e mantiene lo sguardo può influenzare la probabilità che un prodotto venga acquistato. E non è difficile capire perché. Quante volte ci abbassiamo spontaneamente per controllare lo scaffale più basso? Quante volte ci mettiamo in punta di piedi per guardare quello più alto? Molto più spesso scegliamo ciò che incontriamo naturalmente nel nostro campo visivo. E poi ci sono i bambini. Avete mai osservato dove vengono collocate caramelle, cioccolatini, snack e piccoli prodotti destinati all'acquisto d'impulso? Spesso proprio all'altezza degli occhi dei più piccoli. Colori vivaci. Personaggi. Confezioni brillanti. Forme divertenti. Non è casuale. È progettazione dell'attenzione.

ROSSO E GIALLO: NON È SOLO UNA QUESTIONE DI ESTETICA

Anche i colori utilizzati dalle grandi catene di fast food non sono scelti soltanto perché “stanno bene insieme”. Il rosso è un colore molto saliente, associato in diversi contesti a energia, intensità, urgenza e stimolazione. Il giallo è luminoso, immediatamente riconoscibile e può evocare positività, energia e vivacità. Non significa che rosso = appetito e giallo = sano: sarebbe una semplificazione eccessiva. Ma sappiamo che i colori possono influenzare attenzione, emozioni e percezioni e, all'interno di un determinato contesto, contribuire alla costruzione di un'esperienza. Il punto, quindi, non è cercare un significato nascosto dietro ogni colore. È



capire che anche ciò che vediamo prima di leggere può influenzare ciò che pensiamo di stare scegliendo.

I TRE "INGREDIENTI MAGICI": ZUCCHERO, GRASSI E SALE

E arriviamo al punto più delicato. Perché un prodotto non deve soltanto farsi comprare. Deve, possibilmente, farsi ricomprare. È qui che entra in gioco la palatabilità, cioè quanto un alimento risulta piacevole e gratificante al palato. Zuccheri, grassi e sale sono componenti fondamentali di moltissimi alimenti. Quando vengono combinati nelle giuste proporzioni, possono rendere un prodotto particolarmente appetibile e favorirne il consumo. La ricerca sugli alimenti altamente processati e "iperpalatabili" sta approfondendo proprio il rapporto tra determinate combinazioni di nutrienti, sistema della ricompensa, desiderio di consumo e difficoltà di autoregolazione. Attenzione, però, a una parola che viene utilizzata troppo facilmente: dipendenza. Non è scientificamente corretto dire semplicemente che zucchero, sale e grassi "creano dipendenza" nello stesso modo delle sostanze stupefacenti. Il fenomeno è più complesso. Quello che sappiamo è che alcuni alimenti altamente processati, particolarmente palatabili e facili da consumare possono favorire, in alcune persone, un consumo ripetuto e difficilmente autoregolabile. E qui la combinazione diventa interessante. Un po' di dolce. Un po' di salato. Un po' di grasso. Una consistenza studiata. Un aroma. Una croccantezza. Una morbidezza. E poi ancora un boccone. Non sempre è fame. A volte è gratificazione.

LA VERA SPESA CONSAPEVOLE NON È UNA GARA A LEGGERE ETICHETTE

Dobbiamo allora smettere di comprare prodotti confezionati? No. Dobbiamo avere paura del supermercato? Nemmeno. Dobbiamo diventare tutti nutrizionisti? Assolutamente no. Dobbiamo però imparare a scegliere con maggiore consapevolezza. E questo significa anche cambiare prospettiva.

La vera spesa consapevole non consiste nel diventare bravissimi a decifrare il marketing per trovare, tra cento prodotti ultraprocessati, quello "meno peggio". Significa, quando possibile, spostare la scelta verso alimenti semplici, riconoscibili e poco o per nulla trasformati. Frutta e verdura di stagione. Legumi. Cereali. Pesce. Uova. Frutta secca. Olio extravergine di oliva. Alimenti che conservano la loro identità e che non hanno bisogno di una confezione elaborata per raccontarci chi sono.

"NON HO TEMPO" NON DEVE SIGNIFICARE "MANGIO UN PRODOTTO"

Certo, abbiamo sempre meno tempo. Lavoro, famiglia, impegni, spostamenti. Non possiamo trasformare ogni pasto in una preparazione elaborata. Ma mangiare in modo semplice non significa necessariamente mangiare prodotti ultraprocessati. Una pasta con pomodoro e olio extravergine può richiedere pochi minuti. Una frittata con verdure. Un'insalata con legumi. Del pesce cotto semplicemente. Uno yogurt naturale con frutta e frutta secca. Sono preparazioni essenziali, veloci, ma ancora riconoscibili come cibo. Perché la semplicità, in cucina, non è una rinuncia. È spesso una forma di intelligenza.

IL CIBO NON È SOLO UNA LISTA DI NUTRIENTI

C'è poi qualcosa che rischiamo di dimenticare quando trasformiamo l'alimentazione in una semplice somma di calorie, proteine, grassi, carboidrati, vitamine e minerali. Il cibo si mangia anche con i sensi. Il colore di una verdura. Il profumo di un frutto maturo. La croccantezza. La morbidezza. L'acidità. L'amaro. La dolcezza naturale. La temperatura. La consistenza. Le proprietà organolettiche degli alimenti non sono un dettaglio estetico: fanno parte dell'esperienza alimentare e contribuiscono al nostro rapporto con ciò che mangiamo. Una carota non è soltanto beta-carotene. Un pomodoro non è soltanto licopene. Un'arancia non è soltanto vitamina C. Sono colori, profumi, sapori, consistenze, stagioni. Sono alimenti nella loro complessità. Ed è proprio questa varietà che dovremmo imparare a riportare sulla nostra tavola. Perché più ci abituiamo a sapori estremamente dolci, molto salati, intensamente aromatici e costruiti per essere altamente gratificanti, più rischiamo di perdere familiarità con la delicatezza e la complessità degli alimenti naturali.

LA SCELTA COMINCIA DAL CARRELLO

Forse è questa la vera consapevolezza. Non vivere il supermercato come un campo minato. Non avere paura delle confezioni. Non pensare che ogni prodotto industriale sia necessariamente un nemico. Ma imparare a riconoscere la differenza tra ciò che un alimento è e ciò che il marketing ci racconta che sia.

Perché un alimento naturale non ha bisogno di convincerci di essere naturale. Una mela non deve scrivere "senza zuccheri aggiunti". Una verdura non deve dichiarare "100% vegetale". Un legume non ha bisogno della parola "proteico". Un pomodoro non deve fotografare un campo per dimostrarci da dove viene. Sono lì. Riconoscibili.

Con il loro sapore, il loro profumo, la loro consistenza, la loro stagionalità. E forse è proprio qui che dobbiamo tornare: a scegliere più spesso il cibo prima che diventi prodotto. Perché una corretta alimentazione non comincia quando ci sediamo a tavola. Non comincia quando accendiamo i fornelli. Non comincia nemmeno quando apriamo il frigorifero. Comincia molto prima. Comincia dalle nostre abitudini. Dalle nostre conoscenze. Dalle nostre priorità. E, concretamente, comincia già dal carrello della spesa.

Speciale Aeroitalia



LA DINAMO TORNERÀ A VOLARE (ANCHE GRAZIE AD AEROITALIA...)

Anche quest'anno Aeroitalia sostiene la Dinamo Sassari, accompagnandola nei suoi viaggi e nella nuova stagione sportiva. Un impegno confermato nelle Tenute Sella & Mosca di Alghero, durante la serata dedicata agli sponsor e ai partner del club, alla quale hanno partecipato l'amministratore delegato Gaetano Intrieri e il direttore commerciale Massimo Di Perna. Un'occasione per raccontare un investimento nella Sardegna che comprende i collegamenti aerei, l'occupazione e il sostegno a una realtà sportiva capace di unire un'intera comunità.

Sul palco, tra le battute di Geppi Cucciari e il clima di festa, Intrieri ha illustrato la dimensione di questa presenza: settemila voli in Sardegna e un milione e ottocentomila passeggeri trasportati negli ultimi cinque mesi. Una domanda di mobilità particolarmente intensa, che ha richiesto un grande sforzo organizzativo per rispondere alle esigenze di chi viaggia per lavoro, per turismo o per raggiungere i propri familiari.
Ma il legame con l'Isola si comprende anche guardando alle persone che lavorano nella compagnia. Sono 350 i dipendenti in Sardegna: competenze, professionalità e famiglie che rendono il radicamento di Aeroitalia una realtà quotidiana. Molti, ha raccontato Intrieri, sono tifosi biancoblù e gli hanno fatto capire che la Dinamo «non è solo una squadra, ma un credo». Un'appartenenza che aiuta a comprendere il significato del sostegno al club e il valore sociale dello sport.

Tra i lavoratori, ha ricordato l'amministratore delegato, ci sono anche ex dipendenti Meridiana e persone con più di cinquant'anni. Accoglierne la professionalità ha richiesto un impegno preciso, dando continuità a esperienze maturate nel settore e nuove prospettive a chi aveva attraversato l'incertezza lavorativa. È anche attraverso queste scelte che l'investimento di un'impresa produce effetti sul territorio: riconoscendo il valore dell'esperienza, creando opportunità e contribuendo alla stabilità delle famiglie.

Rafforzare la presenza nell'Isola significa assumersi una responsabilità che riguarda la possibilità delle persone di muoversi, lavorare e mantenere i propri legami.

La vicinanza alla Dinamo dà a questo impegno una dimensione condivisa. Accompagnare la squadra nelle trasferte significa sostenere un progetto nel quale si incontrano generazioni, imprese e tifosi. Attraverso i voli, il lavoro e lo sport, Aeroitalia continua così a investire nella relazione con la Sardegna e con le persone che ne costruiscono ogni giorno il futuro.

La Dinamo, la forza di rialzarsi insieme

Lo sport insegna a rialzarsi. A riconoscere una sconfitta, ad assumersene la responsabilità, a ritrovare negli altri la forza per ricominciare. È con questo spirito che la Dinamo Sassari ha inaugurato la stagione 2026/27 nelle Tenute Sella & Mosca di Alghero.

La ripartenza dalla Serie A2 mette alla prova qualcosa che va oltre il risultato: la solidità di un'appartenenza. E proprio nella capacità di custodire questo legame si riconosce il valore della guida di Stefano Sardara.
Tenere insieme imprese, tifosi e territorio significa dare continuità a una passione nella quale un popolo intero può riconoscersi.
Significa convincere a esserci anche quando il percorso si fa più difficile, trasformando la fiducia in una responsabilità condivisa.

«Abbiamo la possibilità di ripartire e scoprire chi siamo veramente», ha detto il presidente.
Parole che invitano a recuperare la leggerezza mentale dei successi, liberandosi della pressione accumulata negli ultimi anni. Una riflessione che restituisce alla caduta anche un valore educativo: fermarsi, comprendere gli errori, accettare di dover imparare ancora.

La vicinanza degli sponsor e la partecipazione dei tifosi alla campagna abbonamenti sono i primi segnali di questa volontà di esserci. «Sentire e avere la loro fiducia anche per questa stagione significa tanto», ha sottolineato Sardara. Il presidente ha espresso soddisfazione per la risposta del pubblico e per le parole ricevute da imprese e istituzioni: un sostegno che accompagna la società in una fase di cambiamento e ne rafforza la possibilità di guardare avanti.

È qui che il lavoro di chi guida una società sportiva acquista una dimensione umana: mantenere vivo il desiderio di costruire insieme, dare una direzione alla delusione, impedire che una stagione difficile disperda quanto è cresciuto negli anni. Sardara ha saputo coltivare attorno alla Dinamo una rete nella quale il contributo delle aziende incontra la passione delle persone.
Un patrimonio di relazioni che trova nella ripartenza una prova del proprio valore. La fedeltà a una maglia si esprime anche nella disponibilità ad accompagnarne la risalita.

A tradurre questa fiducia nel lavoro quotidiano è chiamato Luca Vitali. «Il coach sta facendo un ottimo lavoro», ha osservato Sardara, soffermandosi sull'intesa che sta nascendo tra gli atleti e sul piacere di stare insieme. Per il presidente, questa disponibilità reciproca rappresenta una risorsa fondamentale: la coesione si costruisce anche fuori dal campo, nel modo in cui ci si ascolta e si affrontano le difficoltà.

Il nuovo allenatore ha manifestato soddisfazione per l'atteggiamento dei giocatori nelle prime settimane. La squadra costruita con il direttore sportivo Paolo Citrini affianca esperienza, conoscenza dell'ambiente biancoblù e desiderio di emergere. Il capitano Jeff Brooks e il vice Michele Vitali sono i riferimenti di un gruppo che comprende Diego Monaldi, Bryce Nze, Joonas Riismaa, Simone Aromando, Alessandro Grande, Nicolò Nobili e Riccardo Pisano, insieme ai giovani Francesco Brunu, Michele Cipriano e Paolo Fara. L'arrivo di Brandon Young, dopo l'infortunio di Kaza Kajami-Keane, aggiunge un nuovo contributo alla regia e all'attacco.

Il campionato, al via il 27 settembre, proporrà 38 partite di stagione regolare. Ma la prima prova è già cominciata: imparare a sostenersi, condividere la fatica, ricostruire la fiducia attraverso i gesti di ogni giorno. Perché lo sport educa anche così, mostrando che una caduta può diventare il punto dal quale tendersi una mano e ripartire insieme.



Cura del mondo e degli altri



Save the Children

La bontà comincia da un gesto semplice

Fermarsi a un banchetto in piazza, scegliere una scatola di biscotti e fare una donazione. Bastano pochi minuti per trasformare quel gesto in un aiuto concreto per i bambini e le bambine colpiti da guerre, crisi umanitarie e disastri naturali.

Dopo il successo della prima edizione, il **10** e **11 ottobre** tornano nelle piazze di tutta Italia **i BisBuoni, l'iniziativa di Save the Children** che propone i biscotti "buoni due volte": la prima perché sono buoni davvero, la seconda perché sostengono il **Fondo Emergenze per i Bambini**.

Il Fondo Emergenze per i Bambini permette a Save the Children di disporre di risorse immediatamente disponibili per intervenire fin dalle prime ore, quando una nuova emergenza cambia all'improvviso la vita di migliaia di bambine e bambini. In quei momenti ogni minuto conta: raggiungere subito chi ha più bisogno con protezione, cure e assistenza può fare la differenza.

Da oltre 100 anni Save the Children lavora in Italia e nel resto del mondo per dare ai bambini e alle bambine l'opportunità di crescere sani, ricevere un'educazione ed essere protetti. Quando scoppia un'emergenza, i suoi operatori raggiungono anche le aree più difficili da raggiungere, portando acqua potabile, cibo, cure mediche e beni di prima necessità. Allestiscono inoltre Spazi a Misura di Bambino, dove bambini e bambine possono tornare a giocare, imparare, ricevere supporto psicologico e ritrovare, poco alla volta, un senso di normalità.

I BISCOTTI BUONI DUE VOLTE.

Realizzati in edizione limitata da Paterson's (Ferrero) e disponibili nei gusti frolla classica e gocce di cioccolato, i BisBuoni sono il simbolo di un'iniziativa che unisce gusto e solidarietà. Una scatola di biscotti che sostiene il Fondo Emergenze per i Bambini, contribuendo a proteggere i bambini e le bambine quando ne hanno più bisogno.

Il **10** e **11 ottobre Save the Children ti aspetta nelle piazze di tutta Italia con i biscotti BisBuoni**. Perché a volte la bontà può arrivare molto lontano.



LA BONTÀ È IN PIAZZA. E ARRIVA LONTANO

Save the Children

IL 10 E 11 OTTOBRE TI ASPETTIAMO NELLE PIAZZE ITALIANE.

Troverai i volontari Save the Children e i BisBuoni, i biscotti “buoni due volte”, perché sono buoni davvero e perché sostengono il Fondo Emergenze per i Bambini.

SCOPRI DOVE POTRAI TROVARE I BISBUONI SU:
bisbuonisavethechildren.it

Oppure inquadra il codice QR

Salute e Benessere
Psicologia



PERCHÉ SMETTIAMO DI BACIARCI

Giulia Giannone
Psicologa e Psicoterapeuta
Psicosessuologa

Veniamo al mondo circondati dai baci. Quelli della mamma, del papà, dei nonni. Sulla fronte per rassicurare, sulle guance per salutare. E poi c'è il bacio sulla bua, una delle prime magie nelle quali impariamo a credere. Prima ancora di conoscere l'amore e il desiderio, impariamo attraverso il corpo che un bacio può consolare, rassicurare, proteggere.
Poi cresciamo e il bacio cambia. J. Prévert ha fermato una delle immagini più belle della giovinezza, quella dei ragazzi che «si baciano in piedi contro le porte della notte».
Ed è proprio così che si bacia quando si è giovani, ovunque. Sotto la pioggia, in macchina, su una panchina, contro un portone. Baci lunghi, appassionati, capaci di far girare la testa e togliere il fiato. Poi cosa succede? Crescendo quel modo di baciarsi può diventare quasi uno sconosciuto. Rimane magari un rapido bacio a stampo, mentre il piacere di perdersi nella bocca dell'altro sembra appartenere a un tempo lontano. E allora la domanda forse non è soltanto perché ci baciamo, ma quando abbiamo smesso di baciarci così. Eppure, baciamo da millenni. Le testimonianze dell'antica Mesopotamia ci riportano indietro di circa quattromilacinquecento anni. Poi arrivarono i Greci e al bacio regalarono persino la Luna. Selene, dea della Luna, si innamora del bellissimo Endimione, destinato a un sonno eterno. Ogni notte scende dal cielo per contemplarlo e baciarlo. Endimione rimane eternamente uguale.
La Luna possiede il cielo intero, eppure continua a tornare sulla stessa bocca.
Il bacio contiene quasi tutte le contraddizioni dell'essere umano. Nel Getsemani Giuda sceglie proprio uno dei gesti più intimi per consegnare Gesù. Shakespeare fa avvicinare Romeo e Giulietta attraverso mani, sguardi e parole prima che le loro labbra si incontrino. Perché un bacio quasi mai comincia dalla bocca.
Comincia da uno sguardo che rimane un istante di troppo, dalla voce che cambia, da una mano che sfiora, dall'odore dell'altro quando entra nel nostro spazio. Da quei pochi centimetri tra due visi in cui sappiamo cosa potrebbe succedere.
Il corpo ha già capito che qualcosa sta accadendo. Il respiro cambia, gli occhi scendono per un

istante sulle labbra e poi tornano agli occhi. Ci avviciniamo appena. Aspettiamo. Perché desiderare qualcuno non significa soltanto volerlo baciare. Significa anche aspettare di capire se lui vuole baciare noi. Klimt sembra aver costruito Il Bacio proprio con questa attesa. L'oro avvolge i due amanti e si scompone in piccoli frammenti, quasi tessere di un mosaico. Forse anche l'attrazione nasce così.
Una tessera è lo sguardo, un'altra la voce, poi il profumo, una risata, il modo di muovere le mani, uno sfioramento.
Il corpo raccoglie quei frammenti e lentamente compone un'immagine.
Poi arriva il bacio e il mosaico viene messo alla prova. Possiamo trovare qualcuno bellissimo, desiderarlo e poi baciarlo sentendo spegnersi tutto. Una bocca troppo rigida o invadente, un ritmo che non incontra il nostro. Oppure può accadere il contrario. Qualcuno che non ci aveva particolarmente colpito ci bacia e, quando lo guardiamo di nuovo, ci sembra improvvisamente bellissimo. Perché non esiste il bacio perfetto. Esiste il bacio perfetto per noi.

> **"I BACI NON SONO ANTICIPO D'ALTRE TENEREZZE, SONO IL PUNTO PIÙ ALTO."**
> *Erri De Luca*

Una ricerca di R. Wlodarski e R. Dunbar dell'Università di Oxford suggerisce che il bacio contribuisca alla valutazione di un possibile partner e associa la frequenza dei baci alla soddisfazione nella relazione. Forse perché nel bacio non sentiamo soltanto delle labbra. Sentiamo come l'altro entra nel nostro spazio, se sa aspettare o invade, se ascolta il nostro ritmo oppure segue soltanto il proprio. Nessuno dei due può costruire un bacio completamente da solo. Il ritmo nasce tra due persone. E quando quelle labbra hanno proprio quella morbidezza, la lingua incontra la nostra senza invaderla né sottrarsi, il sapore ci piace e l'odore dell'altro ci sembra incredibilmente giusto, il corpo intero entra nel bacio. Il respiro cambia, la pelle reagisce, una mano raggiunge la nuca, i corpi accorciano la distanza. A baciare non sono più soltanto due bocche. Bacia il corpo intero. A. Lowen ha posto al centro del suo lavoro il rapporto tra emozioni, respirazione e tensioni del corpo. Anche in un bacio la mandibola che si irrigidisce o si lascia andare, il collo che si tende o si abbandona, il respiro trattenuto oppure più profondo raccontano qualcosa del nostro modo di stare nel contatto. E il corpo ricorda. Possiamo non amare più una persona e ricordare perfettamente come baciava. La morbidezza delle labbra, una mano tra i capelli, l'odore, il sapore. Ma ricordiamo anche come ci sentivamo mentre la baciavamo. Desiderati, accolti, travolti, vulnerabili. E poi esistono i baci vuoti. Quelli in cui le labbra si muovono, ma dentro non succede niente. Baci dati per abitudine, qualche volta persino per non ammettere che qualcosa è cambiato. La bocca conosce il movimento, ma il corpo non risponde più. Perché si può baciare qualcuno senza incontrarlo davvero. E possiamo invece essere convinti che certe vertigini appartengano a un'età lontana e incontrare qualcuno capace di risvegliarle. Venditti lo racconta con un'immagine meravigliosamente fisica, «i tuoi baci fanno effetto sulla pelle più del sole».

Forse non torniamo adolescenti. Scopriamo semplicemente che il nostro corpo non aveva dimenticato come si fa. E allora ritorna la domanda. Quando abbiamo smesso di baciarci così? Forse accade quando il corpo dell'altro smette di essere un luogo da scoprire e diventa un territorio che crediamo di conoscere già. Il bacio dice ancora buongiorno, buonanotte, sono tornato. Continua a dire affetto, ma qualche volta smette di dire desiderio. Eppure, il desiderio ha bisogno anche di ciò che avevamo all'inizio. Curiosità. Attenzione. La capacità di guardare il corpo dell'altro come se non fosse mai completamente conosciuto. Baciarsi davvero può allora diventare un modo per tornare a incontrarsi. Quando due bocche trovano spontaneamente lo stesso ritmo e il corpo riesce ad abbandonarsi, il bacio non è semplicemente ciò che viene prima di qualcos'altro. Può essere già una delle forme più profonde dell'intimità. Klimt ricoprì i suoi amanti d'oro, quasi volesse sottrarre quell'istante al tempo. Forse alcuni baci riescono davvero a farlo. Le storie possono finire, le persone allontanarsi, il mosaico disfarsi, ma qualche tessera rimane sulla pelle. E magari, molti anni dopo, basta una bocca nuova perché quella tessera torni a brillare, la pelle si accenda, il fiato si fermi per un istante e la testa ricominci a girare. *«I baci non sono anticipo d'altre tenerezze, sono il punto più alto.»* Erri De Luca

Riflessioni e Opinioni
Una riflessione

Quale REPORT resterà?



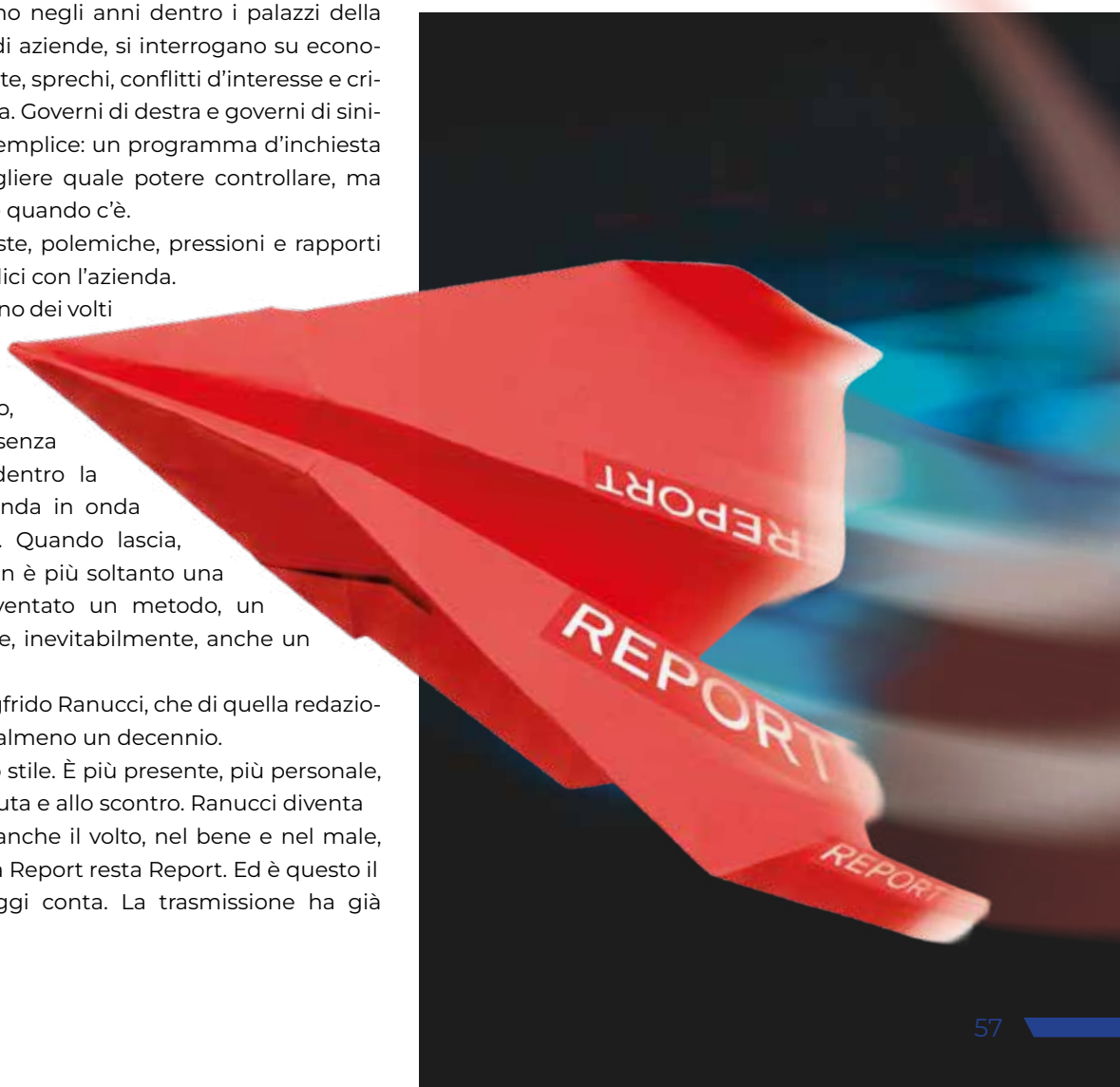
foto generata con intelligenza artificiale

di ***Fernanda Perri***

A leggerla oggi, sembrerebbe quasi una normale controversia tra l'azienda e un suo lavoratore. Un provvedimento contestato, un ricorso al Tribunale del lavoro, una lettera di contestazione disciplinare, cinque giorni per presentare le controdeduzioni. Il linguaggio è quello delle vertenze, delle procedure interne, degli avvocati. Difficile pensare che tutto sia cominciato con una bomba collocata sotto casa del conduttore di Report.

E invece è da lì che parte questa storia. L'inizio è l'ordigno esploso sotto casa di Sigfrido Ranucci nell'ottobre dello scorso anno. Valter Lavitola ha ammesso il proprio ruolo nell'attentato; il Tribunale del Riesame ne ha confermato la custodia in carcere e l'aggravante del metodo mafioso. Ranucci, in quel procedimento, resta la persona offesa. Poi, però, il fuoco si è spostato. Dalla bomba ai rapporti di Ranucci. Da chi l'aveva fatta collocare a chi frequentava il giornalista. Le conversazioni, le frequentazioni, le ambizioni vere o presunte, fino al suo modo di condurre Report. E soprattutto il rapporto con Lavitola, che Ranucci conosceva bene. È un elemento della vicenda e come tale va raccontato. Ma una frequentazione e una responsabilità non sono la stessa cosa. Conoscere qualcuno, anche bene, non significa sapere che cosa quella

persona farà domani. Non è un'assoluzione preventiva né una patente di irreprensibilità. È una distinzione. Ed è forse proprio qui che la vicenda Ranucci smette di riguardare soltanto Ranucci. Perché stabilire se sia stato prudente o imprudente nelle sue relazioni, se abbia rispettato tutte le regole interne della Rai o se la sua rimozione sia legittima sono questioni precise: alcune verranno affrontate dall'azienda, altre da un tribunale.
Ma intorno c'è un'altra domanda. Che cosa succederà a Report?
Per capirlo bisogna ricordare che Report esisteva già prima di Ranucci. La sua storia comincia negli anni Novanta, prima con Professione Reporter e poi, dal 1997, con il nome che conosciamo oggi. A guidarlo è Milena Gabanelli: tono fermo, conduzione asciutta, quasi nessuna concessione allo spettacolo. Le telecamere della trasmissione entrano negli anni dentro i palazzi della politica, nelle grandi aziende, si interrogano su economia, sanità, ambiente, sprechi, conflitti d'interesse e criminalità organizzata. Governi di destra e governi di sinistra. Il principio è semplice: un programma d'inchiesta non dovrebbe scegliere quale potere controllare, ma controllare il potere quando c'è.
Vent'anni di inchieste, polemiche, pressioni e rapporti tutt'altro che semplici con l'azienda.
Gabanelli diventa uno dei volti più riconoscibili del giornalismo televisivo italiano, ma anche una presenza spesso scomoda dentro la stessa Rai che manda in onda il suo programma. Quando lascia, nel 2017, Report non è più soltanto una trasmissione: è diventato un metodo, un marchio editoriale e, inevitabilmente, anche un bersaglio.
A sostituirla sarà Sigfrido Ranucci, che di quella redazione faceva parte da almeno un decennio.
Ranucci ha un altro stile. È più presente, più personale, più incline alla battuta e allo scontro. Ranucci diventa progressivamente anche il volto, nel bene e nel male, del programma. Ma Report resta Report. Ed è questo il precedente che oggi conta. La trasmissione ha già cambiato conduttore senza cambiare identità. Può farlo ancora. Ranucci non è insostituibile e nessun conduttore dovrebbe esserlo.
La questione, allora, non è difendere un uomo a prescindere. È capire che cosa accadrà al programma dopo di lui. Perché si può cambiare un conduttore lasciando alla redazione la stessa autonomia, la stessa libertà nella scelta delle inchieste, la stessa capacità di disturbare governi, aziende, partiti e centri di potere. Oppure si può conservare il nome, la sigla e la domenica sera e cambiare, un pezzo alla volta, tutto il resto.
Per questo, paradossalmente, più il caso Ranucci cresce e più il rischio è che Report scompaia dietro di lui. L'8 novembre sapremo chi sarà davanti alle telecamere.
La domanda vera è chi c'è dietro.



Sport

VARENNE
la favola di un campione che non si è mai arreso



Giulia Aloisio Rafaiani

Tutti i bambini hanno un mito. Un divo hollywoodiano, un cantante rock, un astronauta, o uno sportivo. Il mio mito si chiamava Varenne, come la via di Parigi dove si trova l'ambasciata d'Italia. Per me, che all'epoca mi cimentavo nei primi *"pony games"*, Varenne rappresentava la perfezione. Non vedevo l'ora di acquistare Cavallo Magazine per leggere di lui, per conoscere sempre più la storia del "Capitano". Ero ammaliata dalla sua eleganza, dal pensiero strategico fuori dal comune, dalla storia di rivalsa.

Quando Varenne iniziò la sua carriera all'età di tre anni, nell'aprile del 1998, fu infatti squalificato alla primissima corsa. Nessuno, all'epoca, avrebbe scommesso su quel puledro sauro che ruppe l'andatura, a Bologna. Il suo primo proprietario, il driver francese Jean Pierre Dubois, decise di venderlo dopo una sola gara, convinto di liberarsi di un cavallo senza futuro. Ma la famigerata performance di Varenne, nonostante la squalifica, aveva attirato l'attenzione di un appassionato di ippica napoletano, Enzo Giordano – che, impressionato dall'eccellente recupero di Varenne in gara, lo acquistò.

Da lì in poi, la favola.

Insieme all'allenatore finlandese Jori Turja e al driver romano Giampaolo Minnucci, Giordano e Varenne scrissero la pagina più bella del trotto italiano. Questa squadra fu in grado di costruire qualcosa che andava oltre lo sport: un'intesa fatta di sguardi, di fiducia reciproca, di successi e sacrifici condivisi nella polvere delle piste.

Settantatré corse, sessantadue vittorie, appena due volte fuori dal podio. Il Derby italiano, due Prix d'Amérique a Parigi, l'Elitloppet di Stoccolma, la Breeders Crown in America: nel 2001, Varenne fu il primo cavallo in trentaquattro anni a conquistare nella stessa stagione le corse più prestigiose del mondo, un trionfo che ripeté, quasi per gioco, l'anno seguente. Corse in sette paesi su due continenti, sempre uguale a se stesso: capace di condurre dal primo metro o di aspettare nascosto nel gruppo per poi esplodere in una rimonta che toglieva il fiato.

Fu in quegli anni che gli italiani iniziarono ad ammirarlo davanti alla televisione, come si fa per una partita della Nazionale. E lui, da buon "Capitano", sembrava inchinarsi a chi lo amava, come per ringraziare chi non aveva mai smesso di crederci. Abbassava la testa davanti alle tribune affollate, e compiva con il collo un movimento ritmico che sarebbe diventato leggenda.

Chiuse la carriera in Canada, nel settembre 2002, con una squalifica per il galoppo – la stessa sorte della sua prima corsa: un cerchio che, poeticamente, si chiudeva.

Divenne poi padre di migliaia di puledri, portando altrove il proprio sangue instancabile, prima di spegnersi a trentun anni, nell'agosto 2026, a causa di un infarto.

Di lui, resterà per sempre il ricordo, che continuerà a dare a chi lo ha seguito le stesse emozioni. Resteranno i suoi occhi saggi, la sua forza, la bellezza elegante e selvaggia da "figlio del vento". E lui, Varenne, continuerà a correre, oltre il traguardo.



gutime
Gusti Tipici Mediterranei

Nasce dalla terra e dalle persone

Dall'incontro di 18 aziende del Sud Italia che hanno scelto di unire esperienza, tradizione e visione per dare vita a una filiera ortofrutticola autentica e condivisa.

Una filiera è un sistema vivo: un percorso che accompagna ogni prodotto dal campo alla tavola, senza interruzioni. Coltivazione, trasformazione e distribuzione diventano parti di un'unica responsabilità. Questo significa più controllo, più trasparenza, più qualità.

Per il consumatore si traduce in una scelta consapevole: prodotti freschi, sicuri, tracciabili, che raccontano davvero da dove vengono.

In cosa crediamo

Crediamo in un'agricoltura che rispetta la terra e le persone, in un modello che non separa qualità e sostenibilità, ma le unisce.

Rispettiamo la terra
Un'agricoltura che non separa qualità e sostenibilità, ma le unisce in ogni scelta produttiva.

Trasparenza totale
Ogni prodotto è tracciabile dal campo alla tavola: sapere da dove viene è un diritto del consumatore.

Valore condiviso
Una filiera che crea ricchezza per tutti gli attori: produttori, lavoratori e consumatori.

Identità autentica
Custodire i sapori del Mediterraneo e trasformarli in un'esperienza genuina per chi consuma.

Finanziato dall'Unione europea NextGenerationEU
MINISTERO DELL'AGRICOLTURA DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE E DELLE FORESTE
ismea
GUSTI TIPICI MEDITERRANEI
rheaura op
Una Nazione. Un territorio. Una Passione
SOGGETTO CAPOFILA DEL PROGRAMMA DI FILIERA

www.gutime.it


SMART
NETWORK
GROUP
Insta360 TITAN
REALTÀ SENZA CONFINI
Video sferici 11K
Immersivi Reali
Foto 360°
Porta il tuo business in una nuova dimensione. Smart Network Group trasforma i tuoi spazi
in mondi virtuali pronti da esplorare. Rendi ogni dettaglio un'esperienza reale.
INFO & PUBBLICITÀ
commerciale@smartnetworkgroup.it
+39 0984.18. 03.534
+39 379.17.03.070
smartnetworkgroup.it
Via O. Antinori, 34 - 87036 Rende CS
P. IVA: 03500860782

QUI NON SI SCROLLA

SMART NETWORK GROUP

PUBBLIREDAZIONALE
Non un annuncio: un articolo. Il tuo brand raccontato dalla nostra redazione, con tutto il tempo di essere letto davvero.

PAGINE PUBBLICITARIE
Singola, doppia o di copertina. Un formato che non ha bisogno di rubare l'attenzione: qui ce l'ha già.

POGGIATESTA
Il punto che ogni passeggero guarda più a lungo durante il volo. Un solo brand alla volta, per tutta la flotta.

OLTRE
4.000.000
DI PASSEGGERI ALL'ANNO

121+
TRATTE GIORNALIERE

19
AEROMOBILI IN FLOTTA

POTEVI ESSERCI TU!

CONTATTACI AL +39.345.243.3074

Ti illustraremo il nostro media kit completo con tariffe, formati e disponibilità.

Un incontro di 20 minuti potrebbe essere il punto di partenza per una delle campagne più efficaci che il tuo brand abbia mai pianificato.

www.smartnetworkgroup.it

AEROITALIA



aeroitalia.com