

# dodici

BIMESTRALE DI ATTUALITÀ, BUSINESS E LIFESTYLE  
Anno III - marzo/aprile 2012 - distribuzione gratuita

**SPECIALE FORMAZIONE**  
Link Campus University

**SPECIALE TERZO SETTORE**  
Fondazione con il Sud

**I SIGNORI DELLO STILE**  
Finamore, Isaia, Kiton

**POZZUOLI RIPARTE  
DAL WATERFRONT**  
Interviste a Livio  
e Francesco Cosenza

**MSC CROCIERE**  
Intervista a Leonardo Massa

**CRISTALLI DI BOEMIA**  
I nuovi talenti targati Zeman:  
Ciro Immobile e Lorenzo Insigne

## Tre donne al timone

Mariella, Alessandra e Manuela Bottiglieri  
raccontano in esclusiva il loro successo manageriale



**...E ADESSO  
TOCCA A TE...**

**LINK CAMPUS UNIVERSITY**  
**PREPARING LEADERS FOR EVOLVING WORLDS**



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

# aminè

BIRRA ARTIGIANALE

## gusta il tuo sound

Aminè è la birra che rispecchia il tuo stile. È il sapore che scegli in base al tuo mood. Aminè è un sound. È il tuo sound. Quello che stai ascoltando. Quello che ti fa vibrare. È un gusto sempre deciso che riflette ed esalta le note della tua musica, la musica che è in te.

Ogni serata ha la sua Aminè, da assaporare sola o accompagnata al tuo piatto preferito, rigorosamente in compagnia di ottimi amici. Che tu sia un riff graffiante o un giro di note improvvisate, Aminè ti restituirà nel suo sapore l'essenza del tuo genere.

GUSTA IL TUO SOUND

**rock**  
Energica e alcolica, come il rock puro: la birra ambrata Aminè si presenta di colore tendente al rame, con aroma complesso e sapori fruttati. Il carattere maltato le dona una sensazione gustativa profonda, lasciando un retrogusto di media persistenza. Ottima da gustare da sola, nell'ascolto di un ruvido pezzo Rock.

NOI FACCIAMO  
DELLA MUSICA  
LIBERA DURA  
CHE PICCHI FORTE SULL'ANIMA  
IN MODO DA APRIRLA  
*Jimi Hendrix*



BIRRIFICIO AMINÈ S.r.l.  
Via Imo n.11 - 84135 Salerno  
info 089 / 2854402 • fax 089 / 2751640  
www.birraamine.it • info@birraamine.it  
www.beviresponsabile.it

## jazz

Chiara e leggera, perfetta per 'improvvisazioni dell'ultimo minuto', la chiara Aminè evidenzia al naso leggere note floreali. All'assaggio note mielate si stemperano nella rotonda leggerezza del corpo, lasciando spazio ad un leggero amaro di luppoli nobili. Freschezza e classe per un gusto intimo e indescrivibile...come un'anima Jazz.

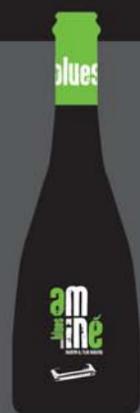
DEVI SAPER AMARE  
PER POTER SUONARE  
*Louis Armstrong*



## blues

Dorata, tra note maltate e aromi di spezie e frutta dolce, la birra frumento Aminè si presenta con schiuma compatta e color panna. Le note di banana e mela verde rimandano al più vecchio e autentico dei blues. Il corpo di questa birra è rotondo e pieno, e svanisce in una delicata secchezza che invita nuovamente a bere...e ad ascoltare ancora e ancora quel morbido giro di Blues.

A ME ME PIACE  
'O BLUES  
E TUTTE JOURNE  
AGGIO CANTA  
*Pino Daniele*



## E veniva veniva dal mare...

di Roberto Miele

**L**e notizie migliori arrivano sempre dal mare. Buone o cattive che siano, declinano i nostri orizzonti. Così questo primo numero del magazine a cento pagine, dopo il periodo di start-up a sedici e quello appena concluso di assestamento a cinquantadue: il "dodici" sta crescendo e, con esso, si amplia la visione di campo. Non solo Attualità e Cultura, bensì anche Business e Lifestyle: per conoscere appieno i nostri territori e inventarne, dunque, sempre più approdi possibili.

Si parte con le sorelle **Mariella, Alessandra e Manuela Bottiglieri**, cui è dedicata la copertina per i posti chiave occupati nella gloriosa compagnia di navigazione di famiglia "Giuseppe Bottiglieri di Navigazione spa" che fattura 160 milioni di euro all'anno trasportando per il mondo prodotti petroliferi e carichi secchi. Quindi lo sguardo si sposta al settore crocieristico, dopo i recenti fatti di cronaca che ne hanno danneggiato l'immagine, con l'intervista in esclusiva al Country manager Italia di Msc Crociere, **Leonardo Massa**, che annuncia l'imminente varo delle nuove navi "Preziosa" e "Divina". Da Napoli a Pozzuoli, dove la recente approvazione del Piano urbanistico attuativo dà il via libera definitivo ai lavori del Waterfront che interessano la zona costiera dell'ex Sofer: per l'occasione, abbiamo intervistato **Livio e Francesco Cosenza**, rispettivamente presidente e amministratore delegato della "Waterfront flegreo spa" che si occuperà della riconversione dell'intera area deindustrializzata. E ancora, i prodotti "made in Naples" che sbarcano sui mercati extraterritoriali: con l'intervista all'amministratore delegato del consorzio "Foreman Italia", **Clemente di Cicco**, proprietaria del marchio "Mammà", che ha appena conquistato Praga; e l'intervista all'imprenditrice vinicola **Antonella Passaro**, la cui azienda lancia un guanto di sfida alle multinazionali di settore. Talenti imprenditoriali, ma non solo. Al centro del magazine vi raccontiamo le storie di due cannonieri partenopei doc **Ciro Immobile** e **Lorenzo Insigne**, entrambi in forza al Pescara di Zeman e all'Under 21 di Ferrara. Ma se quello dei giovani campioni è un settore che non conosce crisi, non si può dire

lo stesso lo stesso per il Calcio in generale: lo sa bene **Bruno Cirillo**, difensore stabiese in forza al Paok Salonicco, i cui compagni di squadra, nella Grecia alla deriva, sono rimasti increduli quando hanno saputo che i loro colleghi italiani avrebbero scioperato per divergenze contrattuali con i rispettivi club. I chiaroscuri non mancano, dunque, in questo scenario di eccellenze: la riforma del mercato del lavoro, in corso di discussione, e l'adozione di politiche favorevoli allo sviluppo della tecnologia cloud sul mercato nazionale sono, tra gli altri, due dei principali nodi da sciogliere per rilanciare il Sud e il Paese (servizi a pagg. 46 e 50). Missione possibile, come dimostrato dalla partecipazione di tutte le forze produttive, sociali e culturali partenopee al convegno "150esimo: Tra consuntivo e prospettive" promosso dal Referente accademico della Link Campus University di Napoli, **Girolamo Boffa**, nell'ambito del ciclo di seminari 2012 "L'Italia e il Sud: tra globalizzazione e localismi" (Speciale pagg. 55-61). E non meno positivi sono i segnali provenienti dal Terzo settore, considerati i risultati dell'attività di infrastrutturazione sociale messa a punto dalla "Fondazione con il Sud", come ci raccontano il presidente **Carlo Borgomeo** e il parroco del Quartiere Sanità **Don Antonio Loffredo** (Speciale pagg. 81-89). Apre la sezione Lifestyle, invece, il fotoreportage sui signori dello stile sartoriale napoletano che dettano moda in tutto il mondo: **Finamore, Isaia e Kiton**. Per le scarpe, abbiamo intervistato l'uomo-prodotto che ha rivoluzionato le linee dell'azienda calzaturiera "Eve Milano", **Augusto Cuomo**, socio peraltro del brand "Voga" attivo nel settore dell'intrattenimento e della ristorazione con i tre club tra i più in dell'intera movida locale - Chiaia, Vanvitelli e Coroglio - e che presto sbarcherà a Playa del Carmen sulla costa caraibica dello Yucatàn in Messico. Il mare, infine, attraversa le illustrazioni di Alessandro Gottardo, alias **Shout**, commissionategli dall'Associazione Hde per la settimana delle pre-regate dell'America's cup world series (dal 7 al 15 aprile), che saranno esposte in contemporanea presso la sede di piazzetta del Nilo. Buona lettura.

**Direttore responsabile:**

Roberto Miele  
direttore@dodicimagazine.com

**Redazione:**

Maurizio De Santis  
Vitale Esposito  
Francesco Prisco  
Vanni Truppi  
redazione@dodicimagazine.com

**Reporter:**

Rocco Rorandelli / TerraProject

**Hanno collaborato:**

Francesca Beato  
Girolamo Boffa  
Bruno De Marco  
Davide De Marco  
Francesca Di Transo  
Angelo Giugliano  
Vittorio Miranda  
Luca Napolano  
Paolo Romano  
Gaetano Scalfidi  
Adelmo Togliani  
Ivano Volpe  
Andrea Zappulli

**Progetto grafico:**

Antonio De Marco

**Società editrice e commerciale:**

Architesto s.r.l.  
Corso Vittorio Emanuele 167/3  
80121 Napoli  
amministrazione@architesto.com  
segreteria@architesto.com

**Direzione commerciale:**

Maria Pia De Angelis  
commerciale@architesto.com

**Stampa e grafica:**

Printer Group Italia s.r.l.  
Corso Vittorio Emanuele 42  
80053 Castellammare di Stabia (NA)  
info@printergroup.it

**Tiratura:** 4.000 copie

**Registrazione stampa:**

Registrato presso  
il Tribunale di Napoli  
il 12 aprile 2010 - n. 35

ISSN: 2037-3589

Ove non espressamente indicato:  
Licenza Creative Commons 3.0



10



18



22



38



46



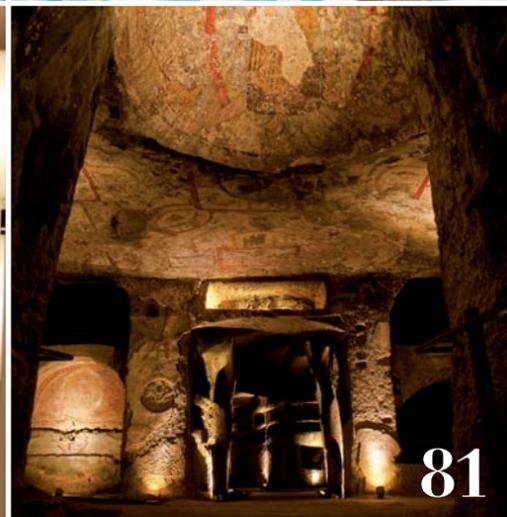
55



64



76



81



92

## Sommario

marzo-aprile 2012

### BUSINESS & IMPRESE

- 10 Tre donne al timone**  
Intervista alle sorelle Bottiglieri  
Mariella, Alessandra e Manuela
- 18 Crociera sempre più  
“Divina” e “Preziosa”**  
Intervista a Leonardo Massa  
Country manager di “Msc Crociere”
- 22 Il manager tra cielo e mare**  
Intervista a Livio Cosenza  
Presidente “Sabesa spa”
- 25 Pozzuoli: via al Waterfront**  
Intervista a Francesco Cosenza  
Amministratore delegato  
“Waterfront flegreo spa”

- 28 La cucina di Mammà  
conquista Praga**  
Intervista a Clemente di Cicco  
Amministratore “Foreman Italia”

- 32 Il vino napoletano  
che sfida le multinazionali**  
Intervista ad Antonella Passaro

### ATTUALITÀ & CULTURA

- 38 Cristalli di Boemia**  
I nuovi talenti targati Zeman:  
Ciro Immobile e Lorenzo Insigne

- 44 Cirillo, la Grecia  
e la crisi del calcio**  
A tu per tu con Bruno Cirillo  
difensore stabiese del Paok Salonicco

- 46 Lavorare? Riformare!**  
I temi della riforma del lavoro  
sul tavolo delle trattative

- 50 Missione “clouding”**  
La nuvola informatica  
per rilanciare le Pmi italiane

- 55 Speciale Formazione:  
Link Campus University**  
I Parte il ciclo di seminari promosso  
dalla sede di Napoli per il 2012:  
“L'Italia e il Sud: tra globalizzazione  
e localismi”

### LIFESTYLE

- 64 I signori dello stile:  
Finamore, Isaia e Kiton**  
Fotoreportage sulle industrie  
sartoriali partenopee  
che hanno conquistato il mondo

- 72 Il limo del Nilo  
nella Galleria Hde**  
Nel cuore di Napoli il crocevia  
dei più quotati illustratori  
internazionali

- 76 Scarpe in “Voga”**  
Intervista ad Augusto Cuomo  
uomo-prodotto di “Eve Milano”  
e socio del brand “Voga”

- 81 Speciale Terzo Settore:  
Fondazione con il Sud**  
Con intervento di Carlo Borgomeo  
e intervista a Don Antonio Loffredo

- 92 Lucio Fashion maker**  
Omaggio al genio bolognese  
scomparso prematuramente

- 94 Tendenza animale**  
La medusa, il coccodrillo  
e il fenicottero: ecco i Fashion  
animals di “Cheap Industry”

**illumi  
luce**  
Italian Design

## new light performance

l'attrattiva della tecnologia led  
l'essenza dello stile italiano  
la flessibilità delle soluzioni custom

Nata dall'esperienza del gruppo industriale Relind,  
Illumiluce opera nel mondo dell'elettronica dal 1981  
dove coniuga tecnologia e creatività.



Prodotti decorativi,  
ma non solo.  
Nel catalogo troverete  
apparecchi tecnici  
ed architeturali già completi  
di sistemi di controllo  
e dell'elettronica necessaria,  
realizzati dalla divisione  
"custom" sulla base  
delle esigenze specifiche  
dei clienti.



**illumiluce s.r.l.**

Via Milano, 61 - 24040 Bonate Sopra - Bergamo (IT)

Ufficio Commerciale

Strada Farnesiana, 108 - 29122 Piacenza - +39 0523.1631125

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

# Tre donne al timone

di Francesco Prisco





MARIELLA, ALESSANDRA E MANUELA BOTTIGLIERI NEI POSTI CHIAVE DELLA GLORIOSA COMPAGNIA DI NAVIGAZIONE DI FAMIGLIA, LA "GIUSEPPE BOTTIGLIERI DI NAVIGAZIONE SPA"

## Ritratto di famiglia

**N**on solo shipping nella vita delle sorelle Bottiglieri, ma anche passione per la cultura e tempo libero da dedicare agli affetti... da un capo all'altro del pianeta. Mariella siede nel consiglio direttivo di Confitarma a Roma, nel consiglio direttivo dei Giovani imprenditori di Confindustria Napoli, rappresenta l'Italia nella Bimco di Copenhagen, è l'unica donna e l'unica italiana direttrice del Defence Club con sede a Londra. È sposata con Joe ed è mamma di Sophie, due anni, e James, nove mesi. Dove vivono? Tra Napoli e Londra. Due grandi città nelle quali, nel tempo libero, amano andare tutti insieme per parchi a fare lunghe passeggiate. Alessandra è consigliere della Banca di credito cooperativo di Napoli, membro del gruppo Giovani armatori di Confitarma e del Gruppo giovani imprenditori di Napoli. È sposata con Raffaele, mamma di Giulio, due anni e mezzo, e di Flavio, 18 mesi, per i quali, nel tempo libero, ama cucinare e suonare il pianoforte. Manuela è membro dell'Associazione italiana di Diritto Marittimo, del gruppo Giovani armatori di Confitarma e del Gruppo Giovani imprenditori di Napoli. È sposata con Giorgio ed è mamma di Alessandro, cinque mesi. Nel tempo libero ha sviluppato la sua passione per l'interior design, infatti sta realizzando un proprio sito, My Chic Cherie, presto in rete. Una curiosità: tutti i membri della famiglia Bottiglieri hanno una nave intitolata. Compresi... i più piccini.

**L**'Italia non è un Paese per giovani, meno che mai un Paese in cui le donne hanno le stesse opportunità degli uomini di accedere ai posti di comando. In Campania, se possibile, il quadro d'insieme peggiora addirittura. L'ultimo rapporto di Bankitalia tra una tabella e un grafico dà un "volto" alla crisi della regione più popolosa del Mezzogiorno: giovane, donna, non studia e non lavora.

Ogni regola, tuttavia, è fatta per avere le sue belle eccezioni. E così va a finire che proprio in Campania troviamo un'azienda attiva in un settore tradizionalmente considerato appannaggio del sesso forte (lo shipping), intitolata a un uomo, Giuseppe Bottiglieri, che ha tre giovani donne al timone. Tre sorelle espressione della settima generazione di una famiglia originaria di Torre del Greco che ha contribuito a fare la storia della

marineria italiana: Mariella Bottiglieri, 34 anni, è amministratore delegato per il settore commerciale; Alessandra, 29 anni, ad per il settore finanziario e assicurativo; Manuela, 26 anni, consigliere con responsabilità per il settore legale. Un modello per un'Italia diversa? Ci può stare. E allora le abbiamo incontrate e ci siamo fatte raccontare come leggono questo difficile momento dell'economia internazionale e come vedono questo Paese che dà sempre meno spazio alle donne e ai giovani.

**Lo shipping è apparso spesso in controtendenza rispetto alle dinamiche congiunturali. Come se la passa adesso il settore?**

Mariella: «Per sua natura il nostro settore è termometro dell'economia globale: segnali di ripresa se ne vedono, specialmente dall'Oriente dove India e Cina, con i loro miliardi di abitanti, stanno comunque tenendo mediamente alto il trend,

ma è necessario che l'economia statunitense riprenda a crescere per far sì che segnali positivi si vedano anche in Europa. L'Italia, in particolare, ha bisogno di riforme per poter crescere: ridurre le aliquote fiscali per i giovani e le donne; abbassare il cuneo contributivo per chi entra nel mercato del lavoro; detassare le nuove imprese; abolire il valore legale dei titoli di studio. Basterebbero questi primi quattro step per innescare una ripresa dell'economia reale nella nostra nazione».

**Quali sono le aspettative per questo 2012 appena cominciato?**

Mariella: «Studi ufficiali riportano dati inquietanti: nel 2012 la crescita dell'Italia molto probabilmente sarà pari a zero e il nostro Pil pro-capite scenderà del 7%, rispetto al 2007, arretrando ai livelli di 13 anni fa. Le parole del presidente dei giovani di Confindustria Jacopo Morelli, secondo il quale la



MARIELLA, classe 1978, Amministratore delegato settore commerciale Siede nel Consiglio direttivo di Confitarma a Roma, nel Consiglio direttivo dei Giovani imprenditori di Confindustria Napoli, rappresenta l'Italia nella Bimco di Copenaghen, ed è l'unica donna e l'unica italiana Direttrice del Defence club con sede a Londra. È sposata con Joe ed è mamma di Sophie (2 anni) e James (9 mesi).



ALESSANDRA, classe 1983, Amministratore delegato settore finanziario e assicurativo È consigliere della Banca di Credito cooperativo di Napoli, membro del Gruppo Giovani armatori di Confitarma e del Gruppo Giovani imprenditori di Napoli. È sposata con Raffaele ed è mamma di Giulio (2 anni e mezzo) e di Flavio (18 mesi).



MANUELA, classe 1986, Consigliere d'amministrazione settore legale Componente dell'Associazione internazionale London Shipping Law Centre, dell'Associazione italiana di Diritto marittimo, del Gruppo Giovani armatori di Confitarma e del Gruppo Giovani imprenditori di Napoli. È sposata con Giorgio ed è mamma di Alessandro (5 mesi).



scommessa per gli imprenditori under 40 è raddoppiare il Pil, invertendo la rotta e tornando ad essere grandi, non possono che trovarsi in completo accordo: nell'arco di soli venti anni, pari ad un ricambio generazionale, si può raddoppiare il Pil, raddoppiando la ricchezza della nazione, ma per farlo è imperativo che si attuino adeguate riforme strutturali che cambino veramente il nostro Paese: va ridotto il debito, va rivisto il nostro sistema fiscale, introdotto un nuovo welfare, riformata la giustizia, migliorate le infrastrutture, ridefinito il nostro mix energetico e, last but not least, bisogna continuare sulla strada da poco inaugurata delle liberalizzazioni».

**Le statistiche segnalano che le aziende esportatrici, anche in Italia, hanno retto meglio all'urto della crisi. L'esperienza diretta della vostra azienda conferma questa dinamica?**

Mariella: «Lo shipping è il mezzo attraverso il quale avven-

gono le operazioni di import-export, ma la nostra azienda non è la diretta importatrice o esportatrice di un bene. Ciò nonostante è stato osservato come le aziende italiane abbiano retto all'impatto meglio di altre realtà europee: considerato che circa il 90% delle aziende italiane è a conduzione familiare, ritengo che la strategia vincente sia da ricercarsi proprio nella sua natura di family business, che permette alle aziende di non distribuire utili ma, piuttosto, di reinvestirli nell'azienda per renderla più solida».

**In che misura un sano ritorno all'economia reale può contribuire a un ritorno della ripresa in Italia e, più in generale, in tutto l'Occidente?**

Alessandra: «Scritta in cinese la parola crisi è composta di due caratteri: uno rappresenta il pericolo e l'altro rappresenta l'opportunità. I pericoli sono purtroppo noti a tutti, le oppor-

tunità lo sono meno, ma è dalle opportunità che si legge la ripresa. Una di queste è il ritorno all'economia reale, in cui la presenza degli speculatori, che ha così tanto falsato il mercato reale, sia - se non assente - quanto meno influente possibile. Uno scenario di questo tipo è chiaramente auspicabile per tutti, per l'Italia in particolare, dove ci auguriamo, in aggiunta, che si realizzino concrete riforme volte a superare questa fase».

**Qual è il valore aggiunto che una donna può portare quando ricopre incarichi di management?**

Alessandra: «Le donne hanno un grande senso pratico, sono più dirette e riescono ad affrontare le situazioni con maggior concretezza. Una donna, specie se mamma, dedica più tempo alla pratica che alla teoria! Questa è una qualità fondamentale quando si guida un'azienda e c'è bisogno di prendere deci-

sioni opportune in breve tempo».

**È difficile conciliare gli incarichi in azienda con gli impegni di famiglia, di moglie e madre in particolare?**

Alessandra: «Sicuramente non è facile, ma l'amore per le nostre famiglie e la passione per il lavoro hanno consentito a noi - come a tutte le mamme lavoratrici - di trovare un equilibrio. In alcuni casi, poi, conciliare famiglia, lavoro ed incarichi extra aziendali risulta ancora più difficile: io rappresento l'unica "quota rosa" del Consiglio della Banca di Credito Cooperativo di Napoli a dimostrazione dell'evidente glass ceiling che esiste ancora nella nostra economia».

**Proprio il tema delle quote rosa spesso riemerge nel dibattito politico. Ritenete condivisibili misure di questo genere?**

Manuela: «Sì e no. Le disparità legate al sesso non dovrebbero più esistere: se così fosse non ci sarebbe bisogno di quote



## Una storia che da 162 anni solca i mari

**L**a Giuseppe Bottiglieri Shipping Company Spa è una società armatoriale con antiche origini: l'attività fu avviata a Torre del Greco nel 1850 dal capitano Giovanni Bottiglieri, bisnonno del comandante Giuseppe Bottiglieri che oggi la guida coniugando tradizione e innovazione insieme con la moglie Ghetty (consigliere) e le figlie Mariella (ad), Alessandra (ad) e Manuela (consigliere). Nella prima metà del Novecento la flotta è stata duramente messa alla prova: con la Prima Guerra Mondiale si perdono sette navi, ma nel 1920, con rinnovate energie, l'avo Michele Bottiglieri (1883-1951) rimette in piedi il naviglio acquistando quattro piroscafi a vapore. Nel corso della Seconda Guerra Mondiale altre otto navi vengono affondate, ma negli anni Quaranta, il principio fordista della produzione in serie viene applicato all'ingegneria navale: nascono così le navi della categoria "Liberty" con cui Giovanni Battista Bottiglieri (1917-2003) rilancia la flotta e sulle quali il figlio Giuseppe si imbarca appena tredicenne per poi entrare in azienda nel 1968 e trasferirne la sede in Grecia, dove ha operato per 18 anni sino al rientro in Italia nel 1993. Oggi la Giuseppe Bottiglieri Shipping Company si colloca ai vertici dello shipping italiano: nel 2010, con 344 dipendenti (300 a bordo e 44 in sede) e un fatturato di 160 milioni di euro, ha movimentato su rotte internazionali 13 milioni di tonnellate di carichi secchi e 5 milioni di tonnellate di prodotti petroliferi trasportati con la flotta di proprietà di quindici navi moderne, di cui quattro petroliere di ultima generazione, una Capesize da 180mila tonnellate, la più grande d'Italia, e dieci Post Panamax da 93mila tonnellate dal design innovativo e dal progetto pionieristico. Nella storia recente, il 2007 è un anno ricco di novità per l'impresa che ormai si colloca ai vertici che, sulla scia di una lunga tradizione di famiglia, opera solo ed esclusivamente nel settore dei trasporti marittimi con l'acquisizione di navi sempre più competitive e di ultima generazione. La Gbs, infatti, diventa l'unica azienda al mondo a dotare la propria flotta di ben dieci navi della speciale classe Post Panamax in vista dell'allargamento del Canale di Panama del 2014. Nello stesso anno la compagine lascia Torre del Greco per trasferirsi a Napoli, tornando nella storica sede di piazza Giovanni Bovio 8, proprio dove nel 1968 Giuseppe iniziò la sua carriera negli uffici del padre Giovanni Battista.

rosa, quindi propenderei per il no. Purtroppo, tuttavia, viviamo in un Paese in cui le disparità sono presenti e il famoso "glass ceiling" è ben visibile! Sono costretta invece a rispondere sì perché per il gentil sesso risulta ancora complicato riuscire ad occupare posizioni di rilievo nelle aziende e nella politica. I ruoli di comando sono quasi del tutto appannaggio degli uomini: dalla politica (89% contro l'11% di presenza femminile) all'economia (84,5% contro 15,5%) e la disparità si riflette purtroppo anche nelle retribuzioni».

### **In alternativa, attraverso quale strada fare in modo che le donne esercitino maggiore peso?**

Manuela: «Non è solo una questione di "peso": le donne - diciamo pure - faticano più degli uomini a conciliare carriera e famiglia. Ho letto di recente un'indagine Isfol Plus che documentava l'uscita dal mercato del lavoro delle donne in

maniera temporanea o definitiva dopo la nascita di un figlio perché non supportata dal partner e dai servizi del sistema di welfare. In molti casi la maternità è vista come un peso per l'azienda, che deve affrontare problemi come la minore disponibilità della madre lavoratrice, le sue assenze causate dalle malattie del bambino e quindi la sua presenza incostante sul posto di lavoro e spese aggiuntive per l'impresa. Anche i costi troppo alti di asili nido e babysitter e l'assenza di una solida rete parentale spingono molte a lasciare un lavoro poco redditizio per dedicarsi completamente alla cura dei figli. Ecco perché noi in azienda abbiamo istituito il reperto nursery per tutte le donne lavoratrici. Ho però appreso con piacere che in Italia si sta registrando un'inversione di tendenza: è cresciuto il numero delle aziende rosa... forse qualcosa sta davvero cambiando».

### **PREMI E RICONOSCIMENTI**

La compagnia di navigazione e il suo management sono stati insigniti dei seguenti premi e riconoscimenti, sia per la qualità dell'organizzazione che per il coraggio delle scelte imprenditoriali:  
Tema foundation (2011),  
Premio San Giorgio a Mariella Bottiglieri (2010),  
Premio Masaniello a Mariella Bottiglieri (2010),  
Premio Top Investor in China a Giuseppe Bottiglieri (2009),  
Premio Imprenditore dell'anno a Giuseppe Bottiglieri (2009),  
Premio New Generation Award a Mariella Bottiglieri (2008),  
Premio speciale "Donne all'opera" a Ghetty Cozzolino Bottiglieri (2008).



# Crociera sempre più “Divina” e “Preziosa”

INTERVISTA A LEONARDO MASSA COUNTRY MANAGER ITALIA DI MSC CROCIERE

di Vanni Truppi

**L**a crisi economica, l'altalena dello spread e, a peggiorare le cose, gli incidenti alle navi Costa Crociere. Nonostante tutto, il comparto crocieristico sembra in ottima forma e uno dei maggiori players internazionali, Msc Crociere, sfida i numeri e punta sugli investimenti con due navi prossime al varo. Ma il Country Manager Italia di Msc, Leonardo

Massa, sottolinea, in quest'intervista in esclusiva rilasciata al "dodici", che tra i successi della compagnia c'è l'italianità dell'organizzazione e, soprattutto, il fatto di avere proprio a Napoli il suo quartier generale.

**Una multinazionale che opera a Napoli è già un'ottima notizia. Come è il rapporto con il territorio?**

È una città cui siamo legati a doppio filo, considerato che

il nostro armatore, Gianluigi Aponte, è sorrentino, e che proprio nel capoluogo campano c'è la direzione della compagnia. Certo, le difficoltà non mancano, ma il successo di Msc evidenzia che anche le opportunità sono elevate.

**Dove costruite le vostre navi?**

I cantieri sono in Francia, a Saint-Nazaire, ma attraggono un indotto di oltre 2.200 aziende fornitrici italiane. Inoltre per Msc lavorano ventimila italiani, di cui quattrocento solo a Napoli. E proprio l'italianità di Msc è un dato unico nel panorama crocieristico internazionale: il nostro modello di business, l'ospitalità, la fruizione degli spettacoli e degli spazi comuni, il catering... tutto è "made in Italy" e fa la differenza.

**In cosa si differenzia il modello di business targato Msc?**

Le faccio un esempio: tutte le navi da crociera hanno i teatri, ma solo su quelle Msc non ci sono tavolini per le consumazioni. Sembra un piccolo dettaglio, che però per noi equivale ad una effettiva mancanza di ricavi economici. Eppure, è maggiore il guadagno valoriale e reputazionale che ne deriva. Su scala, rappresentiamo il caso esemplare di un'azienda in ottima salute che produce qualità e benessere anche per il territorio che la ospita.

**Qual è il vostro target di riferimento?**

La fascia da zero a novant'anni. L'azienda segmenta bene

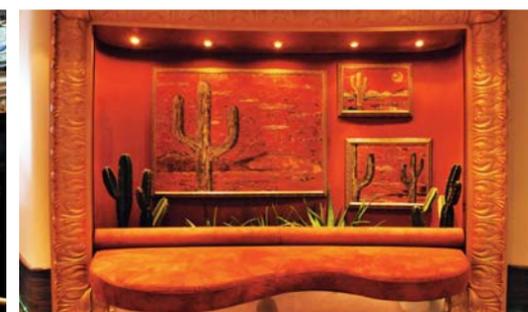
l'offerta e il target, quindi, è molto vasto. Per intenderci: in estate la crociera che tocca Ibiza o Palma è rivolta a un pubblico giovane, mentre quelle dirette al Nord Europa sono per chi ama viaggiare e le utilizza come mezzo di trasporto. Inoltre, la nostra politica di imbarcare gratis i ragazzi favoriscono la partecipazione delle famiglie.

**Ma con i tempi che corrono, chi può permettersela effettivamente?**

Il prodotto, in realtà, è molto più accessibile di quanto si possa immaginare e, non a caso, negli ultimi dieci anni ha registrato un boom crescente di richieste. Senza considerare le dovute oscillazioni tra periodi di alta e bassa stagione, una crociera costa, in media, mille euro a persona. Se a questo aggiunge le offerte tese a destagionalizzare le vacanze ottiene ulteriori benefici in termini di costi. Nello specifico, per Msc la scelta di puntare sul Mediterraneo in inverno è la principale chiave di successo: nel 2005 vi avevamo posizionato, nella stagione invernale, una sola nave, con una capacità di duemila passeggeri; oggi, le ultime tre navi inaugurate dalla compagnia - Fantasia, Splendida e Magnifica -, con una capacità complessiva di undicimila posti letto, navigano nel Mediterraneo tutto l'anno.

**Dunque, il settore ha retto nonostante la crisi?**

Msc non solo ha retto, ma è addirittura in crescita. Il giro



**LA FLOTTA Msc CROCIERE**  
 Alle undici navi che compongono la flotta della compagnia partenopea Splendida, Fantasia Magnifica, Poesia, Orchestra, Musica, Sinfonia, Armonia, Opera, Lirica, e Melody - si aggiungeranno Divina (maggio 2012) e Preziosa (marzo 2013).

d'affari totale del gruppo, nel 2010, è stato di oltre 1,3 miliardi di euro, e il 2011 è stato chiuso con un +10 per cento. Dai 127mila passeggeri trasportati nel 2003 la compagnia è passata a 1.220.000 nel 2010 fino a raggiungere quota 1.350.000 nel 2011: nel giro di otto anni il numero dei passeggeri è incrementato di ben dieci volte.

**Novità in cantiere, invece, sul fronte investimenti?**

A marzo 2013 sarà varata la nave Preziosa, mentre è già partito il conto alla rovescia per il varo della Divina in programma a Marsiglia per il 26 maggio. Quest'ultima potrà ospitare oltre quattromila persone e milletrecento uomini dell'equipaggio, con oltre 1.700 cabine e 27.000 metri quadri di spazi pubblici con piscine, ristoranti, lounge bar, campi sportivi, area fitness e un centro benessere balinese, oltre che un teatro da 1.600 posti, il casinò, il bowling e un'area a sei

stelle con accesso riservato per gli ospiti più esigenti. Con queste due ulteriori navi, la flotta salirà a quota tredici unità.

**E per quanto riguarda le rotte?**

In questa stagione abbiamo puntato, con le navi Lirica e Opera, sulle rotte del Nord Europa, che possiamo considerare delle esclusive di Msc. Poi c'è la rotta di circumnavigazione dell'Inghilterra, toccando Scozia e Irlanda, senza dimenticare che Opera, partendo da Amsterdam, tocca le coste del Nord della Spagna, con la possibilità di visitare Bilbao o Santiago de Compostela. Guardando al medio raggio, nel prossimo inverno Armonia sarà nel Mar Rosso e una nave Msc farà il giro delle Antille francesi.

**I fatti di cronaca recenti, con gli incidenti accorsi alla compagnia Costa, hanno riportato in auge il tema sicurezza. Quanto è sentito in Msc?**

L'effetto istantaneo dei fatti di cronaca ha interessato soprattutto l'azienda coinvolta ma, in compenso, posto un giusto accento sul tema sicurezza che non dovrebbe mai passare in secondo piano. Il nostro gruppo si occupa di sicurezza in mare da quarant'anni: a parte il comparto crocieristico, abbiamo 550 navi cargo e la flotta per i trasporti veloci di Snav e Grandi navi veloci. Altrettanta attenzione poniamo alla sicurezza a bordo: la security è composta da ex agenti del Mossad, i servizi segreti israeliani, e la nostra flotta viene percepita, a ragione, come una delle più sicure al mondo.

**Sicura e "pulita"?**

Msc è stata pluripremiata dalla Bureau Veritas per il bassissimo impatto ambientale, il riciclo a bordo delle navi, e l'igiene e la sicurezza alimentare. È una questione di re-

sponsabilità sociale che ci ha portato, negli anni, a distinguerci, tra l'altro, per gli elevati standard nel processo dello smaltimento dei rifiuti e nel risparmio energetico.

**"Mens sana in corpore sano" considerata la crescente attenzione allo sport...**

C'è una comunione di valori tra Msc e lo sport. Oltre a sponsorizzare la Società sportiva calcio Napoli, siamo presenti nel rally, nel ciclismo, nel running, e nel tiro a volo. Con Aurelio De Laurentiis, però, abbiamo in cantiere un'inedita iniziativa che rafforza ulteriormente il nostro sodalizio: il prossimo 28 maggio partirà da Napoli la prima "Crociera Azzurra" a bordo di Msc Fantasia, con alcuni giocatori della squadra e tutto lo staff tecnico, alla volta di Palermo, Tunisi, Barcellona e Marsiglia. In questo modo, i tifosi vivranno un viaggio unico ed esclusivo dall'atmosfera tutta azzurra.

# Il manager tra cielo e mare

LIVIO COSENZA, PRESIDENTE DI "EUROTEKNA HOLDING SPA", SI RACCONTA IN ESCLUSIVA AL "DODICI": DAL SOGNO NEL CASSETTO DI COMPRARE IL COMPENDIO OLIVETTI DI POZZUOLI ALLA RICONVERSIONE DELL'AREA INDUSTRIALIZZATA DELL'EX SOFER, PASSANDO PER "SABESA SPA" FONDATA NEL 1967

di Vitale Esposito

**N**ipote di Vincenzo Cosenza, primo presidente della Corte di cassazione e insigne magistrato estensore del "Codice Zanardelli" nominato Senatore a vita nella stessa tornata di Benedetto Croce e di Tommaso Greco, con origini familiari che affondano le radici nella Penisola sorrentina ma nato a Pozzuoli dove la famiglia si è stabilita da cinque generazioni, il Professore Livio Cosenza ci accoglie, nel tardo pomeriggio dell'ultimo lunedì di febbraio, nella sala riunioni della sua azienda "Sabesa spa", sull'asse che collega il principale comune flegreo a Quarto.

È sera, fa freddo e per giunta è un anno bisestile, ma lui, per nulla stanco e scaramantico, ha il sorriso negli occhi, un passo "propiziatorio" e due album fotografici sotto al braccio. «Scusatemi, sono un cartomane», annuncia entrando dalla porta di

servizio che collega l'area manageriale a quella in cui ci troviamo del brainstorming. E l'impressione è che ci abbia riservato la fine di una lunga giornata lavorativa, «ma non più lunga delle altre - spiega in seguito -, perché dodici ore al giorno possono bastare alla mia età, ovviamente inclusi tutti i festivi», più per accoglierci come ospiti nel salone di casa che per rilasciare l'intervista, così da offrirci senza interruzioni telefoniche o imprevisti di servizio i fotogrammi di una vita ricca di fatti e di persone il cui racconto orale non renderebbe giustizia. Si parte da una foto in bianco e nero del 1950. Il professore, all'epoca dodicenne, con calzoncini corti e una camicia bianca, è in piedi, alla sinistra del padre Francesco, sul primo carro ferroviario che entra nel raccordo dello stabilimento paterno "Omegal" di imbottigliamento di gas liquidi. «La mia attività di imprenditore è iniziata qui, sul campo», racconta.





«Poi, ho frequentato l'Accademia di Belle arti, prima di abilitarmi all'insegnamento. Ma la matematica senza applicazione non mi entusiasmava e nel 1964 ho accettato di collaborare con l'impresa che stava realizzando lo Stabilimento Olivetti di Pozzuoli interessandomi della realizzazione della centrale termoelettrica e del grande cavedio dei servizi sotterraneo. Adriano Olivetti era morto da quattro anni e il colosso piemontese, la cui scuola di management era leader mondiale, si preparava ad accogliere l'avvento dell'elettronica».

**Qual è il ricordo più bello che conserva di quegli anni?**

Ogni mio ricordo è legato a doppio filo alla famiglia e al lavoro. Per la famiglia ho lavorato senza tregua; ho anche guadagnato ma mai avuto il tempo di spendere: il corrispettivo, per crescere, andava sempre reinvestito. Per mettere a frutto, quindi, i miei sacrifici, decisi in disaccordo con mio padre di

aprire un negozio di elettrodomestici che nel giro di pochi anni divenne una catena commerciale, la "Cosenza Grandi Magazzini" tra Pozzuoli e Napoli. Ciononostante non ero ancora soddisfatto. In cuor mio, volevo e potevo dare di più.

**Per questo si è concentrato su "Sabesa spa"?**

Sabesa, acronimo di "Società Appalti Bonifica Edilizia Strade Aeroporti", è stata fondata nel 1967 dai dirigenti della disciolta Sab, attiva dal 1947, e, per il know-how ereditato dalla precedente gestione, si è subito imposta nel settore delle costruzioni aeroportuali civili e militari, nelle opere infrastrutturali e nel campo delle costruzioni in genere. Nei vent'anni successivi, ho conosciuto il mondo e mi sono tolto qualche soddisfazione in più. Ma la più grande è stata quando, nel 1989, Sabesa è diventata partecipata del Gruppo di famiglia "Eurotekna Holding spa", per potenziarne il fatturato consolidato e, mediante la fusione delle notevoli esperienze nelle diverse società operanti nel campo delle opere pubbliche, dell'edilizia privata e dell'ingegneria, di fornire un servizio "chiavi in mano" a Pubbliche amministrazioni, aziende private e aziende a capitale pubblico.

**Quali sono le attività che caratterizzano la "Eurotekna holding spa" e, tra queste, a quali, oggi, dedica più tempo?**

I settori di intervento del gruppo sono tanti. Si va dal Real Estate developer, con le società "Nuova Domitia srl" e "Milano investimenti", al General contractor global advisor, con la "CHS social housing" e appunto la "Sabesa spa". Ci sono, inoltre, le attività Turistico-ricettive, con "Certosa gestioni srl", "Lido srl", "Certosa spa" e "Poggio della Marchesa co-housing spa", e il General contractor operante nel settore delle grandi infrastrutture "Copin spa". Ma ci occupiamo anche di Sanità, ricerca e agricoltura biologica, con "Agricola S. Elmo srl" e "Iper srl", e di energia alternativa con "Geotermic green heat", e le onlus con "Fondazione Accademia internazionale della Vela" e "Fondazione Senatore Vincenzo Cosenza 1844". Oltre che di Trading, partecipando alla "Hat spa" e sottoscrivendo il "Fondo Absik". Il fiore all'occhiello sarà "Waterfront flegreo spa", amministrata da mio figlio Francesco (da noi intervistato nelle pagg. seguenti - nda), che, un domani, potrebbe finalmente mettermi in condizione di dire a me stesso, alla mia famiglia e ai miei concittadini di aver creato i presupposti per trasformare Pozzuoli, immobile da quasi vent'anni, da quando cioè ha chiuso lo stabilimento industriale della Sofer, ex Armstrong, in un modello di sviluppo internazionale.

**È questo il suo sogno nel cassetto?**

Ne ho due, in verità. Il primo, che resterà tale, era quello di comprare il compendio Olivetti quando la Pirelli Real Estate spa non si era fatta ancora avanti. Il secondo, invece, è di fare in modo che l'area deindustrializzata che ci separa dal mare diventi la vera grande opportunità di sviluppo e riqualificazione per Pozzuoli, con benefici riflessi per l'intera Regione Campania.



INTERVISTA A FRANCESCO COSENZA AMMINISTRATORE DELEGATO DI "WATERFRONT FLEGREO SPA"

di Vitale Esposito

**C**lasse 1975, puteolano doc, quattordici anni trascorsi a Milano come immobiliare, oggi a Pozzuoli su richiesta del padre Livio per dedicarsi alla riconversione dell'area deindustrializzata ex Sofer con la società di scopo "Waterfront flegreo spa" nata nel 2005 (e partecipata da "Pirelli RE", "Finmeccanica Re" e "Milano Investimenti") e di cui è amministratore delegato, Francesco Alessandro Cosenza ci spiega i punti di forza e le criticità del maxi-progetto di valorizzazione dei centri urbani degradati, delle aree industriali dismesse e delle fasce costiere del principale comune flegreo.

**Qual è la vision del progetto e cosa prevede il cronoprogramma?**

Il progetto prevede il superamento trasversale degli elementi-barriera longitudinali attualmente presenti, per rendere

fruibili le vaste risorse naturali e storico-archeologiche di Pozzuoli. Tale obiettivo è reso possibile dalla riconversione del litorale flegreo dal molo Caligoliano a Punta Epitaffio, compreso il recupero del Rione Terra, in area in turistico-ricettiva con centri benessere e sport, commerciali, artigianali e terziari, nell'ambito di un più ampio processo di sistemazione e strutturazione delle aree interne del valore complessivo di 600 milioni di euro (trasporto su ferro, trasporto intermodale, sistemazioni urbane, porto e parcheggi).

**Qual è il ruolo della "Waterfront flegreo spa"?**

La "Waterfront flegreo" è incaricata della riconversione dell'intera area deindustrializzata dell'ex Sofer. Ha sottoscritto nel 2007 il protocollo d'intesa con il Comune, acquistato i suoli da Finmeccanica Real Estate e, con l'accompagnamento di due tra i maggiori Istituti di credito italiani, iniziato la sua atti-



vità incaricando lo studio internazionale di architettura di Peter Eisenman per la redazione del masterplan della costa. Per l'importante lavoro progettuale ha collaborato un nutrito team di tecnici locali tra cui i professori Camillo e Alessandro Gutibosi.

#### **Che tipo di interventi sono previsti sull'area?**

Se ci riferiamo all'intero masterplan della costa, tra gli interventi pubblici e privati, ne sono circa una quarantina che, se venissero tutti attuati, cambierebbero il tessuto socio-economico dell'Area flegrea nel rispetto dei valori culturali presenti in loco. Tra questi, le nuove stazioni della Cumana, la piazza a mare in prossimità dell'imbarco dei traghetti per le isole, il Centro congressi e auditorium, l'Acquario e museo del mare, un Centro attività archeologiche marine, nuove strutture alberghiere e attività commerciali di servizio al turismo, non-

ché la trasformazione del mercato ittico in Centro visitatori e Palazzo del Mare, e la realizzazione dell'Accademia internazionale della Vela. Il tutto suddiviso in ambiti funzionali: Centro servizi polifunzionale, complesso Alberghiero, e Polo arti e mestieri. Nonostante l'imponente numero di interventi si avrebbe, in media, un abbattimento delle volumetrie esistenti, tra l'altro degradate, di almeno il 30 per cento.

#### **A che punto sono i lavori?**

Allo stato, per l'area ex Sofer sono state avviate le indagini sull'inquinamento della falda termale, è stata effettuata la messa in sicurezza del sito come disposto dal ministero dell'Ambiente e della tutela del mare con Conferenza dei servizi, e, notizia di questi giorni, si è appena concluso l'iter amministrativo del Piano urbanistico attuativo per avviare le progettazioni definitive e, quindi, la bonifica e le infrastrutture da

consegnare al Comune: il parco urbano sul mare di circa sei ettari e l'Accademia internazionale della Vela.

#### **Questa del Pua era la notizia che aspettavate da sette anni, giusto?**

Esattamente! E soprattutto ci gratifica perché è il segnale che la grande qualità del progetto è stata recepita nonostante l'interruzione dell'iter dovuto al commissariamento del Comune di Pozzuoli. Senza considerare che ritardare ulteriormente avrebbe significato perdere ingenti investimenti privati perché le banche, in presenza di tempi indeterminati, si sarebbero ritirate dall'accompagnamento. Con questo risultato, invece, e auspicando per il futuro anche una maggiore consapevolezza della società civile puteolana del ruolo di coprotagonista che occupa nella realizzazione del bene comune, si potrebbe realizzare anche qui, come avvenuto a Salerno, un reale modello

di sviluppo.

#### **Programmi per il futuro?**

Pozzuoli è sempre stata, per me, un punto di partenza e un punto di arrivo. Quando sono rientrato da Milano ho capito di ritornare per ripartire. Ma non più fisicamente, in quanto il mio obiettivo adesso è quello di seguire e realizzare lo scopo della "Waterfront flegrea spa". E di settorializzarmi, intanto, nella riconversione dei fronti portuali, per esportare il nostro modello all'estero.

#### **Ha già puntato qualche mercato in particolare?**

Ne stiamo studiando quattro in tutto e guardiamo con molto interesse alla Tunisia. Tali sviluppi futuri, però, anziché distrarci, rafforzano in noi la convinzione di poter rispettare anzitutto il patto con la nostra città, persuasi che sia questo, non altro, il valore aggiunto della nostra corporate.



di Bruno De Marco

DALL'OLIO EXTRAVERGINE DI SORRENTO AI FRIARIELLI  
DAI POMODORI DEL VESUVIO ALLA MOZZARELLA DI BUFALA

## La cucina di Mammà conquista Praga

INTERVISTA A CLEMENTE DI CICCIO, AMMINISTRATORE DI "FOREMAN ITALIA"

### SAPORI INTERNAZIONALI

"Mammà" è un marchio di consorzio che riunisce piccole e piccolissime aziende agroalimentari di eccellenza che faticano ad accedere ai mercati internazionali. L'iniziativa è promossa dalla società "Foreman Italia", ideata da cinque imprenditori napoletani.

**D**urante le riprese di "Mission: Impossible - Protocollo fantasma" Tom Cruise, a cena, mangiava solo spaghetti al pomodorino del piennolo. Come dargli torto: gustosi, leggeri, un'esplosione di sapori e colori. La pellicola diretta da Brad Bird, però, non è stata girata all'ombra del Vesuvio, ma a 1.500 chilometri di distanza, a Praga. Che ci fanno i piennoli in Repubblica Ceca? La missione, possibile, è di una società, "Foreman Italia", fondata da cinque imprenditori napoletani, che da un anno esporta a Praga le eccellenze agroalimentari del Sud Italia con il marchio di consorzio "Mammà", come spiega Clemente Di Cicco, amministratore della società.

### Come nasce l'idea di "Mammà"?

All'estero il "made in Italy" è molto apprezzato. Tuttavia sono reperibili solo prodotti di massa, di aziende che hanno la possibilità di accedere ai mercati esteri. Mentre i veri sapori della cucina italiana sono soprattutto quelli delle piccole aziende del Sud, che, sebbene producano nel rispetto della qualità, non riescono ad esportare. La nostra idea è, appunto, questa di portare all'estero la "cucina di mammà", fatta di genuinità e passione.

### Quali prodotti esportate?

Portiamo a Praga tutti i tesori della cucina meridionale, dalla mozzarella di bufala Dop ai pomodori del Vesuvio, dall'olio

extravergine della Penisola Sorrentina ai salumi di Agerola. Addirittura facciamo arrivare in Repubblica Ceca i friarielli, che stanno avendo un grande successo. Poi ci sono sottoli, pasta e verdure di stagione come i carciofi di Paestum o i peperoncini verdi.

#### Come avviene la scelta dei prodotti?

Ci affidiamo allo chef Giuseppe Morra, che ha lavorato in hotel e ristoranti di primo livello tanto in Italia quanto all'estero, e che seleziona ogni nostro prodotto. Ad esempio: la mozzarella che esportiamo viene prima degustata dallo chef, poi cucinata per sentirne la resa. Senza contare i controlli che facciamo, a campione, presso le nostre aziende per verificare la bontà dei processi produttivi e della qualità.

#### Lei parla di "vostre aziende", in che senso?

"Mammà" è un marchio di consorzio, che riunisce le aziende selezionate. I prodotti che esportiamo sono a marchio nostro: in tal modo ottimizziamo logistica, comunicazione e marketing. Si tratta di piccole e piccolissime aziende

che hanno tutte le carte in regola per produrre eccellenza, ma che faticano ad accedere ai mercati internazionali.

#### Quali difficoltà incontrano?

C'è, anzi tutto, un fattore culturale: il contadino che coltiva i pomodori del Vesuvio trascura il fatto che potrebbero essere serviti ai tavoli internazionali. Si tratta di realtà che vanno incentivate ma nessuno lo fa, a cominciare dalle istituzioni locali. Spesso per l'export si fanno spot, si parla del "made in Italy", delle eccellenze del Bel Paese, ma nei fatti i piccoli produttori vengono lasciati da soli. E poi c'è da considerare che spesso le aziende non fanno rete: se si unissero sarebbe tutto più facile, ma l'individualismo è un fattore difficile da far venir meno. Il progetto di "Mammà", invece, punta proprio ad una condivisione di valori e tradizioni.

#### Qual è il target di vendita?

Abbiamo due linee di distribuzione: quella dedicata a hotel e ristoranti top level e, da qualche settimana abbiamo avviato anche il cosiddetto *normal trade*, ovvero la distribuzione in



piccole botteghe di eccellenza, che a Praga stanno avendo molto successo. Per noi si tratta di una scommessa perché, in poco tempo, arriviamo direttamente all'utente finale. È una sfida difficile ma appassionante, e i feedback ci stanno dando ragione: nei primi giorni di vendite è stato un vero e proprio boom.

#### Un boom, ma di certo non siete stati i primi a portare prodotti italiani in Repubblica Ceca...

Anzi, ci sono società che operano da diversi anni, ma sono tutte del Nord Italia ed esportano prodotti di largo consumo.



Noi, al contrario, portiamo a Praga solo prodotti del Sud, tutti rigorosamente certificati. Alcuni, per la verità, sono difficili da trovare anche in Italia.

#### Perché avete puntato proprio sulla Repubblica Ceca?

Logisticamente si tratta di un territorio che può essere considerato di cerniera tra Est e Ovest dell'Europa e, in pratica, si trova al centro del vecchio Continente. Il nostro progetto è di estendere a breve la rete vendita anche in altri Paesi come la Germania e l'Austria e, in futuro, anche in Russia, e la Repubblica Ceca è una base perfetta. Inoltre, Praga è una città che vive di turismo e, dati alla mano, c'è una crescita costante della domanda di prodotti italiani e di qualità.

#### Quindi, nonostante la crisi, nel vostro settore non è stato avvertito un calo?

C'è stata una piccola contrazione, ma direi trascurabile. Del resto, arredamento e agroalimentare sono i due settori italiani che crescono di più in Repubblica Ceca. Da valutare, inoltre, che i nostri prodotti sono di alta gamma, rivolti ad un target medio-alto e la propensione alla spesa in questa fascia di reddito non è diminuita.

#### Lei prima ha accennato alle Istituzioni. Come si sono poste nei vostri confronti?

Mai viste! Il capitale di "Foreman Italia" è interamente privato. L'unica volta che abbiamo contattato le Istituzioni, in

particolare la Regione Campania, per aver un supporto in comunicazione, non ci hanno degnato nemmeno di una risposta. È triste, perché con la nostra società facciamo il lavoro che dovrebbero fare le amministrazioni per spingere l'export e invece... Per assurdo abbiamo avuto un grande supporto, ovviamente morale, dall'Ambasciata d'Italia a Praga che ci ha seguito con interesse dal primo momento. L'ambasciatore Pasquale D'Avino ha sposato il nostro progetto. Basti pensare che l'evento di presentazione del nostro brand, "Ti presento Mammà", è stato ospitato proprio dall'Ambasciata. Del resto, tutta la nostra comunicazione è un tributo all'Italia.

#### In che senso?

Lo slogan scelto per la campagna pubblicitaria è "L'Italia ti fa bella": mangi sano, italiano, ti senti meglio e diventi bello! Anche la prossima campagna, realizzata in occasione della nostra partecipazione al *Prague Food Festival*, la più importante manifestazione di settore in Repubblica Ceca, è più uno spot per l'Italia che per i nostri prodotti.

#### Un anticipo?

Posso dirvi solo che parliamo di gusto italiano che rischia di essere ammazzato dal parmigiano e da altri tarocchi gastronomici. Tra qualche mese, chi viene a Praga, potrà vedere le pubblicità in giro per la città e, perché no, provare anche all'estero "la cucina di Mammà"...



di Andrea Zappulli

DAI VITIGNI DELL'IRPINIA E DEL BENEVENTANO A VARCATURO:  
COSÌ L'AZIENDA "PASSARO" HA RINVIGORITO IL MERCATO

## Il vino napoletano che sfida le multinazionali

INTERVISTA ALL'IMPREDITRICE ANTONELLA PASSARO

### I MARCHI DI ANTONELLA

L'azienda vinicola di Antonella Passaro fondata a Varcaturò nel 2005, propone i due marchi: "Passaro" e "Villa Capece", il primo destinato ad enoteche, ristorazione e wine bar, il secondo alla grande distribuzione. Con la linea di punta si producono Aglianico, Piediroso, Falanghina e Fiano.

**P**uò un'azienda vinicola giovane e indipendente, con sede a Varcaturò e vitigni tra le colline dell'Irpinia e del Beneventano, lanciare un guanto di sfida sulla qualità ai grandi produttori di vino campani? E può quest'azienda diventare, nel giro di soli sette anni, un punto di riferimento per una certa ristorazione selezionata e alcune tra le principali enoteche italiane? La risposta è tutta nella storia di Antonella Passaro, imprenditrice trentaduenne di Calvizzano che nel 2005 ha fondato l'Azienda vinicola Passaro e che oggi si è ritagliata uno spazio di eccellenza in un mercato assediato da grandi multinazionali (australiane, cinesi e californiane), da cantine piene e da ondate cicliche di vini sottocosto e di bassa qualità. Una storia, questa di Antonella, che inizia con una passione familiare: «La mia infanzia è stata costellata da vendemmie e da vinificazioni eseguite nella cantina di casa - un silos di acciaio da mille litri e una vendemmia da quaranta quintali d'uva con torchio tradizionale - che per me allora costituivano solo un gioco». Poi la laurea in Scienze e tecnologie delle produzioni alimentari, l'ausilio di un enologo esperto, e il supporto dell'allora fidanzato, oggi marito, Valerio Angelotti, impegnato nel ramo assicurativo, hanno trasformato la passione in professione.

ORIGINALITÀ DEL GUSTO ED ESTETICA  
LE ETICHETTE DELLE BOTTIGLIE "PASSARO"  
SI CONTRADDISTINGUONO PER I DISEGNI  
DELL'ARCHITETTO E PITTORE FRANCO LISTA  
CHE RAFFIGURANO IMMAGINI DEL VESUVIO

**Sette anni di attività sono pochi per decantare il successo di una nuova azienda ma abbastanza per comprendere se l'iniziativa imprenditoriale ha raggiunto qualche obiettivo degno di nota. Nel suo caso, i risultati compensano i sacrifici fatti?**

La nascita della mia azienda vinicola proprio qui a Varcaturò, che non è terra di vini, e non altrove, ha rappresentato una sfida nella sfida. Al secondo livello, la diffidenza del mercato e dei pubblici di riferimento. Al primo livello, le difficoltà gestionali di chi, pur accettando le regole del gioco, ha scelto di sedersi al tavolo senza sperare di cavarsela bluffando o, peggio ancora, favorendo le disgrazie altrui. In tal senso, ogni risultato positivo vale doppio...

**Come è stata affrontata l'iniziale reticenza del territorio?**

Ci siamo concentrati soprattutto sulla qualità della produzione, così fugando i dubbi, legittimi, che la serietà e l'entusiasmo del nostro progetto fossero solo di facciata. Non era facile e non la sarà mai per un'azienda giovane affer-



marsi in un mercato dominato da grandi colossi. Quando abbiamo iniziato era ancora molto diffusa l'idea che il prodotto vino non fosse facilmente coniugabile con un mercato giovanile. Intanto, però, il mercato è cambiato e con esso i pubblici di riferimento.

**Quali difficoltà ha incontrato, invece, nella realizzazione e nella promozione di un prodotto indipendente di qualità?**

Il settore è letteralmente invaso da produzioni occasionali, di bassa qualità e a prezzi improbabili. Certo i controlli non mancano, ma l'assenza di uno specifico consorzio di riferi-



mento che tuteli e giustifichi un prezzo di mercato, come avviene ad esempio per la mozzarella, ne pregiudica la credibilità. Qui tutti possono improvvisarsi produttori di vini dalla sera al mattino e sfornare prodotti enologici omologati sulla base di un utilizzo esasperato del vitigno internazionale unito a pratiche di cantina che tendono a omogeneizzare il gusto, con tutte le conseguenze che ne derivano.

**Qual è, invece, il suo personale ingrediente segreto che le ha permesso di entrare nella ristorazione di qualità e in alcune delle più prestigiose enoteche italiane? Ed è un elemento che condiziona la sua giornata tipo?**

Il periodo della vendemmia è quello più indicativo della mia attività, perché si inizia all'alba con il controllo e la selezione delle uve e di tutti gli aspetti produttivi e logistici che ne possono compromettere la manutenzione e la resa. Passaggio fondamentale è il mantenimento in fermentazione di una temperatura controllata (sedici o diciotto gradi per i bianchi, mentre per i rossi non oltre i venti) garantendo in tal modo un processo fermentativo volto ad esaltare le qualità organolettiche e sensoriali che contraddistinguono le diverse tipologie di vino.

**Dunque, il "fattore x" è la temperatura?**

Il freddo, trattandosi di un prodotto alimentare vivo, quindi ricco di fermenti, permette la conservazione di profumi e

odori originali del vitigno, favorendo in tal modo lo sviluppo della flora favorevole, "correggendo", in tal senso, il prodotto in modo naturale e risolvendo, al tempo stesso, la maggior parte dei problemi legati alle infezioni batteriche, responsabili dell'insorgenza di difetti al prodotto finale.

**Come si articola la vostra produzione?**

Proponiamo due marchi. In controtendenza rispetto al modo tipico in cui è strutturato il mercato di settore siamo partiti con la linea di punta, "Passaro", destinata ad enoteche, ristorazione e wine bar, con questo marchio produciamo Aglianico Beneventano, in due modalità di affinamento, una in silos d'acciaio, l'altra in Barriques di rovere francese, oltre a Piediroso Doc Sannio, Falanghina e Fiano. Successivamente nel 2007, abbiamo puntato su una seconda linea, "Villa Capece", con Aglianico Beneventano tradizionale e Falanghina, destinati anche alla grande distribuzione.

**Strategie in atto per la decima candelina di attività?**

Anteporre sempre e comunque la qualità ai numeri, convinti che quest'ultimi debbano essere solo una significativa proiezione della prima. Oggi i numeri ci danno ragione e la fiducia nell'ambiente è aumentata, ma siamo già così immersi nel miglioramento di alcune fasi del processo produttivo che un risultato accettabile non riesce a distrarci.

MACCHINE  
PER MOVIMENTO  
TERRA ED EDILI



La nostra azienda, leader nel settore delle macchine edili e movimento terra ha come punto di forza la costanza e l'impegno con cui segue le imprese nel POST-VENDITA, offrendo un servizio di assistenza e ricambi altamente qualificato sia presso l'officina che direttamente in cantiere. Tutto questo rende la Comac il partner ideale per ogni tipo di impresa che operi nel settore dell'edilizia e del movimento terra.



# Cristalli di boemia

di Maurizio De Santis

**I**nsieme hanno segnato la metà dei gol del Pescara. Insieme devono molto a Zeman, il boemo che trasforma pietra grezza in cristalli. Insieme dividono la maglia azzurra nell'Under 21 di Ciro Ferrara, pure lui napoletano. A fine stagione, però, potrebbero prendere strade diverse. Il Genoa ha già messo le mani su Ciro Immobile, svezato alla Juventus, rigenerato in riva all'Adriatico e capocannoniere in B (finora 21 gol in 26 partite). Il Napoli, sempre a caccia di talenti con l'accento sudamericano, ha forse capito d'averne uno in casa e potrebbe anche decidere di richiamare Lorenzo Insigne (10 reti, per ora, in maglia biancazzurra). Il ragazzo si farà anche se ha le spalle strette, pensò Mazzarri sempre molto cauto nel lanciare nella mischia i giovani virgulti. Spiccioli di partita con i big, prima d'essere spedito in missione a Cava de' Tirreni, poi a Foggia e adesso in Abruzzo. E poi, chissà, ci sarà pure l'Europeo di categoria per soffiare il trofeo continentale agli spagnoli allevati nella cantera. Il presente, per entrambi, si chiama serie B e una promozione da conquistare. Ed entrambi fanno parte della generazione di promesse "senza il posto fisso", flessibili abbastanza da giocare su palcoscenici meno illustri. La scalata è appena iniziata, la strada tutta in salita.

**Ei fu. Siccome Immobile.** Ciro da Torre Annunziata ne sa qualcosa. In bianconero ha vissuto attimi indimenticabili: come bomber della Primavera ha spopolato al Viareggio, poi s'è tolto pure lo sfizio di ascoltare la musicchetta della Champions e andare in campo contro il Bordeaux. Dalle stelle al retrobottega, vizio e fiuto del gol non li ha mai persi. «La Juventus è una grande squadra, chiunque vorrebbe giocarci. Io ho avuto la fortuna di fare il precampionato con Conte, ma l'esperienza si fa sul campo e qui a Pescara sto lavorando con dedizione e impegno. Sto imparando tanto e spero di raggiungere importanti obiettivi con il Pescara». Corsi e ricorsi storici: Conte è stato il suo tecnico anche Siena. «E' un bravissimo allenatore, un grande lavoratore e trasmette tanto entusiasmo». Proprio come Mazzarri. «Non lo conosco e quindi non posso fare confronti». Invece, Insigne lo conosce e come: altro napoletano, è suo compagno di squadra e di stanza. «Ci troviamo molto bene sia dentro, sia fuori dal campo. E' un ragazzo eccezionale e un bravo giocatore». Che impressione ti hanno fatto Napoli e Juventus? «Due ottime squadre. Il Napoli sta facendo meglio in Champions, la Juventus sta disputando un ottimo campionato e gioca un bel calcio». Nella galassia dei bomber della serie A tre sono quelli che ammira.



### SCOPERTE ECCELLENTI

Non solo Ciro Immobile e Lorenzo Insigne. Il tecnico boemo, Zdeněk Zeman, ne ha scovato di talenti: da Salvatore Schillaci, lanciato nel Messina (1988-89) a Francesco Baiano, Giuseppe Signori e Roberto Rambaudi nel memorabile "Foggia dei miracoli" (1990-91), da Pavel Nedvěd nella Lazio (1996-97) ad Antonio Nocerino nell'Avellino (2003-04), fino ai recenti Mirko Vučinić e Valeri Božinov quando è stato alla guida del Lecce (2004-05).



«Palacio (a fine stagione potrebbe ritrovarsi proprio al suo fianco), Ibrahimovic e Pazzini». Ma sei gli chiedi qual è il giocatore più determinante per gli azzurri, non ha dubbi: «Lavezzi». Il Napoli ha affrontato il Chelsea in Champions, sfida incredibile. «Una bella gara certamente». Già, e la sequenza dei ricordi scorre a ritroso fino al debutto con la "vecchia signora". «Un'emozione unica. Bordeaux-Juventus al posto di Del Piero. Era il 25 novembre del 2009, un anno indimenticabile per me». Allora in panchina c'era Ferrara, un altro napoletano divenuto colonna della Juve. Quasi sembra ieri. «Ripeto, ho ricordi bellissimi. Ferrara è una grande persona e un ottimo allenatore. Lui mi conosceva bene e mi ha dato fiducia schierandomi in campo e lo ringrazio per questo». Ancora Ferrara, questa volta all'Under 21 e con l'Europeo all'orizzonte. «Sinceramente non ci penso. L'unica cosa a cui

penso è allenarmi e fare bene con il Pescara e cercare di arrivare in alto con la maglia biancazzurra». A giudicare dalla media reti, il traguardo non è poi così lontano. «Sicuramente sono felice per i gol realizzati fino a questo momento, ma devo ringraziare i miei compagni che mi mettono in condizione di realizzarli. Al di là dei singoli, ribadisco che l'arma vincente di questa squadra è un gruppo molto unito dentro e fuori il campo di gioco». E se la scorsa stagione gli ha riservato poche soddisfazioni, quest'anno è arrivata la consacrazione tra i marcatori di razza. Ai tifosi pescaresi, attraverso le pagine del sito biancazzurro, ha svelato anche un piccolo segreto. «Quando sono partito per Pescara il mio amico Quagliarella mi ha detto che avrei fatto un sacco di gol. Abbiamo scommesso sul numero di reti che avrei fatto e devo dire che sono a buon punto, ma mi devo impegnare ancora tanto. La



verità è che con il gioco del tecnico per noi attaccanti si creano sempre tante occasioni. Ci troviamo con facilità davanti alla porta ed è normale che il tridente sia avvantaggiato da questa ricerca continua della porta avversaria. E poi grazie a lui stiamo imparando tanto. L'importante - conclude Immobile - è sfruttare le azioni e mettere il pallone in rete».

**Lorenzo, il (quasi) magnifico.** Brevilineo e rapidissimo, il tridente di Scengo (ai tempi d'oro del Foggia così lo chiamava Casillo) gli calza a pennello. Pure lui fa parte della nidiata di talenti che il boemo alleva alla sua maniera. Palla al piede e pedalare: schemi, disciplina tattica e preparazione fisica. «A livello personale mi ha insegnato tante cose - ammette Insigne -. I movimenti che non sapevo fare, o comunque che non facevo al meglio, venire incontro alla palla, buttarci dentro. E poi credo ci abbia insegnato l'importanza della coralità, del

gioco di squadra al di là dei singoli». Altro che scugnizzo, è un ragazzo con la testa a posto e studia da grande. «Devo tanto a Zeman, mi trovo bene e miglio giorno dopo giorno con i suoi insegnamenti - confessa attraverso il portale del Pescara -. Ovviamente devo ringraziare anche Ciro Ferrara che mi sta dando fiducia». L'azzurro è come una seconda pelle: da quello a strisce del club adriatico a quello più marcato della Nazionale Under 21. In fondo al cuore, però, c'è sempre la casacca del "suo" Napoli e nel cassetto un sogno speciale. Prima, però, ha una missione da portare a termine. Adesso non c'è tempo per distrarsi. Musica per le orecchie di ogni allenatore. «Devo conquistare la serie A con il Pescara. Intanto finisco il campionato lì, poi vediamo cosa succede. Poi essendo napoletano il sogno della mia vita è quello di giocare con la maglia della mia città». E chissà che De Lau-

#### IL TALENTO NON HA POSTO FISSO

Fabio Borini e Manolo Gabbiadini sono due dei giocatori più interessanti del calcio italiano. Il primo, adesso alla Roma, ha acquisito un bagaglio d'esperienza tecnica nella sua avventura in Inghilterra. Al Chelsea ha giocato all'ombra di Didier Drogba, in giallorosso fatica a trovare un posto in prima fila. Il secondo, pupillo dell'Atalanta che piace al Napoli, è un punto fermo della Nazionale Under 21 di Ciro Ferrara ma a Bergamo gli spazi sono più ristretti



rentis non si decida a riprenderlo sotto il Vesuvio: Insigne ha i riflettori del grande calcio puntati addosso. «E' solo uno stimolo per continuare a fare bene. Credo che per ogni giocatore sia un motivo di vanto sentire il proprio nome, l'importante è rimanere umili e concentrati. E poi sono solo all'inizio della mia carriera e ho ancora tanto da imparare e da fare». La lezione l'ha mandata giù a memoria, il maestro boemo è esigente. «Lui mi sta insegnando molto e certamente sono avvantaggiato perché il gioco proposto dal tecnico esalta molto la fase offensiva e quindi soprattutto noi attaccanti. In nazionale nel 4-4-2 con Ferrara ho giocato esterno, ma credo che potrei giocare anche seconda punta. Comunque credo che l'importante per ogni giocatore sia mettersi al servizio della squadra a prescindere dal modulo».

**In cerca d'autore.** Due casi su tutti, entrambi poco più che

ventenni: Manolo Gabbiadini, che piace al Napoli, e Fabio Borini, golden boy della Roma di ritorno dall'Inghilterra. Nell'Under 21 l'atalantino è leader, quando rientra a Bergamo solo un comprimario. Questione di modulo e di gerarchie: prima Denis, poi Manolo, con Tiribocchi e Marilungo a sgoomitare per una maglia. Va un po' meglio al romanista, a segno nel derby, ma pure Borini fatica a ritagliarsi un posto in prima fila. Sentite cosa ha detto di loro Ferrara dopo una delle ultime amichevoli dell'Under. «Borini risente in maniera positiva dell'esperienza fatta nel campionato inglese. Non molla mai e detta i tempi del pressing. E' un gran professionista, molto volenteroso. Per la mia nazionale è un punto fermo, ma tutti gli attaccanti, tranne Gabbiadini, che ha fatto 11 gol in 13 gare, stanno giocando con continuità». Intoccabili in azzurro, seconde linee nei club d'appartenenza



## Cirillo, la Grecia e la crisi del calcio

di Maurizio De Santis

Quando i compagni di squadra hanno saputo che il calcio italiano, quello dei ricchi a fronte della crisi che ha investito anche i club ellenici, avrebbe scioperato per questioni contrattuali sono rimasti increduli. Come lo spieghi a un giocatore che va in campo da precario, per società sull'orlo del default e rischia la carriera senza assicurazioni sul proprio futuro, che colle-

ghi ben pagati dichiarano la serrata? «In effetti, visto da qui, ha fatto una strana impressione. Però, avranno avuto buone ragioni». Ecco, meglio spazzare palla in tribuna per evitare guai peggiori. Bruno Cirillo è un difensore tosto e con pochi fronzoli. Svezato a Reggio Calabria, il "boia chi molla" - calcisticamente parlando - è nel suo dna di marcatore roccioso. Ai greci dell'Aek Atene ieri, a quelli del Paok oggi piace

anche per questo: non si lascia "spezzare le reni" dagli attaccanti e, quando può, sa far male in area avversaria. Con l'Udinese gli è andata male: tre gol sul groppone e un palo colpito contro i friulani ne hanno scandito l'eliminazione dall'Europa League. Questa volta non c'entra Di Natale, lo sgarro gliel'ha fatto un amico, Floro Flores, a segno proprio nel match in Macedonia. Pure lui napoletano e con addosso la maglia bianconera, ma sulla sponda fortunata. «Subito dopo il sorteggio ci scambiammo qualche messaggio. Soliti sfottò, nulla più». Scherzi del destino in un momento drammatico per il Paese. «La situazione economica è durissima, quella sociale delicata. A Salonicco c'è meno tensione rispetto a quanto accaduto nella capitale, ma la paura della gente è grande. Va detto, però, che una minoranza più violenta non inficia la compostezza e la dignità delle proteste di tantissime persone che, nonostante ansie e preoccupazioni, manifestano il dissenso in maniera civile. Vedere le immagini della città che brucia è stato da brividi». Ancora di più per sua moglie Elena, greca e di origini ateniesi. «Ho intenzione di restare a vivere qui perché mi trovo bene e ho messo su famiglia. Adesso abbiamo anche una bimba piccola». Sul futuro, però, gravano come un macigno le difficoltà economiche che hanno travolto anche il calcio. La gloria ellenica per la vittoria all'Europeo svenduta all'asta assieme alla

Nike di Samotracia. Molti club hanno problemi di liquidità legati all'insolvenza degli sponsor e a incassi grami al botteghino. Come se non bastasse l'Uefa ha minacciato di escludere dalle competizioni internazionali le società, tra le quali anche il Paok, che non riusciranno a sistemare i bilanci entro il prossimo 30 giugno. E non fare le Coppe, fonte vitale di guadagno, equivale a scavarsi la fossa da soli. Nostalgia dell'Italia? «Ho tanti bei ricordi ma anche qui mi sono tolto grandi soddisfazioni. Ho fatto la Champions, segnando anche un gol in rovesciata contro l'Anderlecht e sfiorando una storica qualificazione, e giocato in Europa League». A proposito di Champions, ha seguito le partite del Napoli? «Certo, faccio il tifo per gli azzurri che, dopo anni di sacrifici, stanno ottenendo grandi risultati. Là davanti sono fortissimi. Cavani, Hamsik e Lavezzi fanno la differenza, sono tecnicamente dotati e veloci. Tutta la squadra è cresciuta tantissimo in questi anni e il lavoro di Mazzarri è stato importante». Cirillo ne sa qualcosa, i partenopei li ha affrontati quando vestiva la maglia della Reggina. «Rapido e a tratti immarcabile, il Pocho è un brutto cliente per chiunque. L'ho incrociato nella gara Reggina-Napoli, giocata in A qualche anno fa. Segnò il Pampa Sosa e pareggiammo quasi allo scadere con Brienza. Il diggì Marino mi fece i complimenti per come avevo controllato Lavezzi». Ma quelli erano altri tempi.



# Lavorare? Riformare!

di Gaetano Scalfidi

laureati al 20. È la conferma di quanto appena detto: le percentuali schizzano verso l'alto non perché una variabile aumenta (il numero di giovani o il numero di laureati), ma perché l'altra variabile diminuisce (il lavoro). Ma cosa è successo precisamente? La realtà è purtroppo semplice: c'è un'Italia, quella del Nord, che ha livelli di occupazione in linea con l'Europa, un tasso di disoccupazione gestibile e un sistema imprenditoriale attivo; e c'è un'Italia, quella del Sud, che è esattamente l'opposto. Per questa Italia le discussioni sui contratti o sull'articolo 18 non hanno neppure motivo di esistere, perché imprese al Sud non ce ne sono e quelle che c'erano o se ne sono andate o sono fallite. Non esiste infatti alcun motivo per cui un'impresa decida di stabilirsi al Sud. Al contrario, le imprese sloggiano per questioni elementari: infrastrutture precarie, un terziario malato terminale, amministrazioni inefficienti, tariffe

esorbitanti (si pensi alle utenze, alla benzina, ai pedaggi ecc.). Le responsabilità di questa disfatta sono condivise tra cittadini, organizzazioni, imprenditori e amministrazioni, ed è chiaro che parte di questi problemi sono condivisi anche col Nord. Solo che questo fa poca differenza. Alla fine un'azienda abbandona il Sud perché traslocando al massimo pagherà un affitto più esoso, ci guadagna però su tutto il resto. C'è chi, nel cercare la causa di questo fallimento, se l'è presa con i giovani, parcheggiati nelle università e con poca iniziativa imprenditoriale. Depistaggio inutile. Solo in rari casi, infatti, l'attività imprenditoriale rappresenta l'accesso al mondo del lavoro. La cultura d'impresa nasce invece proprio nelle aziende. È qui che gli impiegati maturano idee, iniziative, si formano e poi magari si mettono in proprio. Ma se le aziende non ci sono... Noi ci ritroviamo, al contrario, un esercito di

agenti, procacciatori e impiegati a tempo determinato, tutte figure professionali a basso costo per gli imprenditori ma ad alto costo sociale.

**Come entrare nel mondo del lavoro.** La prossima riforma del lavoro dovrà occuparsi praticamente di tutto: il sistema di ingresso, le regole di uscita, e le modalità di protezione e rientro nel mondo del lavoro. Facciamo allora qualche proposta, cominciando con l'ingresso nel mondo del lavoro: i contratti a tempo determinato dovrebbero essere limitati a situazioni specifiche e particolari, come le sostituzioni per maternità, per malattia ecc.; tutti gli altri contratti, dovrebbero essere a tempo indeterminato; le aziende stabiliscono i requisiti delle figure professionali di cui hanno bisogno e le condizioni contrattuali (ovviamente nel rispetto delle leggi o dei contratti collettivi), ma candidati e imprese possono contrattare condizioni di-



#### I TEMI DELLA RIFORMA

La riforma del mercato del Lavoro avviata dal ministro del Welfare Elsa Fornero dovrebbe rimodulare: sistema di ingresso, regole di uscita, e modalità di protezione e rientro nel mondo del lavoro. Nodo della trattativa: l'articolo 18.

verse, compreso lo stipendio. Presupposto essenziale di questi cambiamenti è che immaginiamo un sistema in cui si entra e esce dal mondo del lavoro con una certa facilità, ovvero un sistema aperto nel quale, ad esempio, si può concordare con l'azienda l'orario o il numero di ore settimanali (30 o 35 invece che 40, oppure quattro giorni di lavoro alla settimana invece che 5 ecc.), e nel quale si può contrattare lo stipendio anche se inizialmente vi propongono il minimo possibile. Scontata l'obiezione: c'è una tale massa di candidati ai colloqui che vincerebbe chi non fa storie sulle condizioni e chiede lo stipendio più basso. Alla fine le imprese assumono chi vogliono, alle condizioni che vogliono e pure al minimo sindacale. Torniamo a breve su questo punto.

**Come e a quali condizioni uscirne.** Regole di uscita dal mondo del lavoro: il primo mese di lavoro, oppure i primi due

o tre mesi, sono "di prova". In questa fase azienda o lavoratore possono rescindere dal contratto in qualunque momento; dopo il periodo di prova è possibile il licenziamento con un mese di preavviso, qualunque sia la causa e per volontà anche solo di una delle controparti. Questa per noi è pura fantascienza, ma a torto. Nel primo mese sia azienda che lavoratore possono valutare di aver fatto la scelta giusta, inoltre il lavoratore, se era alla ricerca di impiego, probabilmente ha avuto altri colloqui e ricevuto intanto un'offerta migliore. Inutile pensare che queste regole avvantaggiano le aziende, nessuna impresa si sognerebbe di assumere e licenziare ogni mese qualcuno per aggirare la norma dei contratti solo a tempo indeterminato. Infatti, il periodo di prova sarebbe comunque retribuito al 100 per cento dello stipendio e non ci sarebbero vantaggi fiscali; in secondo luogo, per le imprese i costi di que-

sto giochetto sarebbe alti a causa della continua ricerca di personale e della mancata continuità produttiva. Ecco allora la fregatura: con il giusto preavviso (un mese) il datore di lavoro può modificare la qualità e la quantità del suo personale, ovvero licenziare.

**Regole per la protezione e il rientro.** Ma è qui che entrano in gioco le regole che assicurano protezione e rientro nel mondo del lavoro. Si può immaginare che l'azienda paghi al dipendente per un determinato periodo parte del sussidio di disoccupazione. In questo modo la si scoraggia a licenziare, invitandola magari a riqualificare i dipendenti. Un apposito ente si occuperebbe invece di: 1) formazione e riqualificazione di chi ha perso il lavoro; 2) pagamento della parte a suo carico dei sussidi, finché il disoccupato ne ha diritto. I corsi di formazione sarebbero obbligatori (pena la perdita del sussidio) ed eviterebbero così il lavoro a nero durante la mobilità.

Serve un grande sforzo di immaginazione, ma funziona così in Europa. E funziona bene. Un sistema in cui si entra e esce dal mondo del lavoro con una certa facilità però purtroppo non basta. Amministrazioni e Governi devono anche creare condizioni che attirino le imprese e le invitino ad investire. Solo al termine di questo processo avremo trasformato il mondo del lavoro in mercato del lavoro. In questo mercato le aziende per tenersi stretti i lavoratori migliori dovranno offrire paghe e condizioni migliori. Ed ecco la risposta alle domande lasciate sopra in sospeso: la flessibilità è una conquista per il lavoratore. Significa che potete contrattare e vendervi. Flessibilità non significa che vi buttano fuori quando gli pare, ma che ve ne andate voi quando volete perché in un mercato vivo avete trovato qualcosa di meglio.



# Missione “clouding”

di Angelo Giugliano

**C**he l'innovazione generi progresso, portando con sé valori e risultati positivi, è ormai un assioma. La cultura dell'innovazione, però, viaggia su una scialuppa di salvataggio rispetto alla nave epistemologica, soprattutto a Napoli e nel Sud Italia, e non sempre ammortizza i traumi del naufragio. Nell'ambito dell'Information & communica-

tion technology (Ict), il più recente studio dell'Università Bocconi ha evidenziato le potenzialità e le inerzie del sistema Ict italiano, che occupa l'ottavo posto nella lista dei paesi più sviluppati del mondo ma, valutata a livello internazionale dal World Economic Forum, scivola alla 40esima posizione tra i paesi più industrializzati fino a scivolare al 51esimo posto della graduatoria globale.

**Questione meridionale o digital divide?** Analizzando i dati dello studio emerge una polarizzazione delle eccellenze nel nord Italia, che detiene storicamente indici positivi in tema di utilizzo di Ict, di maturità dell'offerta e di adeguatezza delle infrastrutture; mentre altre regioni, pur essendo sotto la media, manifestano in alcuni campi indici positivi. È questo il caso della Campania, che ha un alto livello di adeguatezza sebbene gli altri indicatori siano sotto la media nazionale.

Eppure non sono mancate le misure di finanziamento stanziato dalla Comunità europea per colmare il divario tecnologico delle aree meno sviluppate, ma definire scarsi i risultati prodotti in termini di riassetto del sistema regionale nostrano è un po' come usare un vezzeggiativo durante una gara di turpiloquio. «Le difficoltà maggiori» per riportare la testimonianza di un noto operatore del settore «provengono dall'eccessiva burocrazia e da nuclei di valutazione che male interpretano i progetti innovativi, rifacendosi a schemi e tecnologie classiche. Questo ha vanificato spesso l'azione propositiva dell'impresa privata, principale apportatrice di innovazione». Altre osservazioni, provenienti sempre dall'imprenditoria privata, puntano il dito contro le richieste della Pubblica amministrazione, considerate troppo poco sensibili all'innovazione. Certo è che in un clima del genere,

auspicare una rapida convergenza applicativa tra computer e apparati portatili, nell'ottica del “cloud computing” (alla lettera, “nuvola informatica”), per generare nuove e più complete modalità di aggregazione dei dati e rendere così disponibile un patrimonio spesso rinchiuso e dimenticato negli uffici, equivale a fare il passo più lungo della gamba.

**Chi genera “clouding” raccoglie tempesta?** Eppure lo studio “Global Cloud Scorecard” di Bsa (Business software alliance), uscito ai primi di marzo, colloca l'Italia al terzo posto in Europa, sesto nel mondo - dopo Giappone, Australia, Germania, Stati Uniti e Francia -, per la presenza e l'adozione di politiche favorevoli allo sviluppo della tecnologia cloud sul mercato nazionale. Il rapporto esamina sette aree fondamentali - il livello di privacy dei dati, di cyber security, di crimine informatico, di tutela della proprietà intellettuale,



#### LA NUVOLA INFORMATICA

L'Italia è al terzo posto in Europa per la presenza e l'adozione di politiche favorevoli allo sviluppo della tecnologia cloud sul mercato nazionale. E da Napoli parte il progetto "Vulcanica-mente" per le Pmi capaci di promuovere innovazione.

l'interoperabilità delle tecnologie e armonizzazione dei sistemi legali, la libertà nelle politiche commerciali, e la disponibilità di infrastrutture Ict - e stima che gli investimenti pubblici e privati relativi al "clouding" genereranno circa 14 milioni di nuovi posti di lavoro in tutto il mondo entro il 2015. E, stando alla puntualizzazione del presidente di Bsa, Robert Holleyman, i vantaggi competitivi dell'Italia sono da individuarsi «anzitutto nel fatto che il Paese dispone di una legislazione ad hoc per il cloud: una valida normativa sul diritto d'autore protegge, infatti, anche i servizi cloud, benché permanga qualche incertezza in relazione alle possibilità pratiche di far rispettare la legge stessa». Ma non solo, siccome il Belpaese è aggiornato anche in materia di regolamentazione relativa al cybercrime, sebbene «anche se qui gravi la lunghezza dei processi e quindi, ancora, l'incertezza

sull'enforcement». A questa si aggiungono, inoltre, il Piano nazionale per la diffusione della banda larga ("Italia digitale"), purché venga attuato, e il dibattito sulla regolamentazione dei contenuti veicolati da Internet che, se da una parte ha alimentato la paura della censura, dall'altro potrebbe effettivamente scoraggiare la circolazione di elementi illegali.

**Mai più passi indietro da gigante.** Il potenziale, insomma, non manca. Ma, per dirla con le parole del presidente di Bsa Italia, Matteo Mille, «è il momento di dare un impulso definitivo affinché tale rivoluzione dell'Ict possa esprimere appieno il potenziale che ha da offrire alla nostra economia». Tanto più perché, in tempi di crisi economica, il "cloud computing" offre non solo opportunità di efficienza e di innovazione, bensì anche di risparmio, consentendo ai piccoli di

beneficiare di servizi It normalmente riservati solo alle grandi aziende e di superare il gap di una certa competitività deviata dalle rendite di posizione. Regione Campania e Comune di Napoli provano a fare la loro parte. La prima, attraverso l'assessorato alla Ricerca, con la creazione dell'agenzia "Campania innovazione", tesa alla strutturazione di un sistema integrato di servizi atto a soddisfare le esigenze del sistema della ricerca e delle imprese e favorire la creazione di nuove società nonché il miglioramento del grado di competitività delle Pmi del nostro territorio: non a caso, sono previste misure specifiche per finanziare l'innovazione, il trasferimento tecnologico, i programmi europei e il networking internazionale. Palazzo San Giacomo, invece, coniugando le attività di studio sul digital divide con la business plan competition "Vulcanica-mente - Dal talento all'Im-

presa" (progetto seguito da Gianluca Dettori, fondatore e Ceo della società di venture capital "DPixel") che offre a quanti hanno progetti di qualità in materia di imprese innovative l'opportunità di far parte delle quaranta proposte che parteciperanno alla selezione per i venti migliori progetti che accederanno al Bootcamp operativo - dai 12 ai 18 mesi - che si farà nel nuovo incubatore aziendale di Napoli Est.

**Il cielo è blu sopra le nuvole.** Ma la cultura dell'innovazione non si ferma all'imprenditoria e alla gestione della Pa. I filoni più innovativi sondano i nuovi territori della E-Democracy e lo spazio offerto dal web si darà regole sempre più stringenti per preservarne l'"ecologia" dall'inquinamento e dalla falsificazione dei dati. E chi ancora sostiene che il cielo sia pulito solo quando mancano le nuvole è condannato a restare a terra...



**AEREA**  
& AEREA srl

**Cos'è L'amianto**  
L'amianto è costituito da materiali fibrosi derivati da una roccia minerale presente in natura. Grazie alla sua proprietà di resistenza è stato ampiamente utilizzato nell'edilizia civile e industriale come elemento di tenuta delle coperture.

**Perchè bonificare**  
L'amianto è altamente cancerogeno per inalazione, l'esposizione prolungata può provocare, anche a distanza di decenni, cancro e malattie respiratorie.

**Rimozione Amianto**  
I metodi previsti dalla normativa regionale sono la **sopracopertura**, **l'incapsulamento e la rimozione**.

**intervento di bonifica ed incapsulamento amianto (D.L. 277/91)**

gruppo **M**  
**SOL GRU MIRELLI & C. s.r.l.**

Sopralluoghi e preventivi gratuiti con tecnici specializzati  
Ed inoltre  
Rifacimento e coperture lattronerie - Realizzazione impianti fotovoltaici

AEREA & AEREA S.r.l.  
Via Orazio N°12 - 80013 Casalnuovo di Napoli  
Tel 081.5223905/06 - Fax 081.8425001 - e-mail: info@aereasrl.it  
www.aereasrl.it - www.piattaformeanoleggio.it



"L'ITALIA E IL SUD: TRA GLOBALIZZAZIONE E LOCALISMI"  
E' IL CICLO DI SEMINARI A CADENZA MENSILE PER IL 2012

# Speciale Formazione: Link Campus University

A CURA DI **FRANCESCA BEATO** E **VITTORIO MIRANDA**

# UN LINK PER IL BENE COMUNE

## FORZE PRODUTTIVE, CULTURALI E SOCIALI CONTRO LA CRISI

di **Girolamo Boffa\***

**L**inauguriamo questo Speciale sulle attività promosse e organizzate dalla Link Campus University di Napoli - diramazione campana dell'Ateneo con sede a Roma istituito nel 1999 e riconosciuto nel 2011 quale Università privata dell'Ordinamento universitario italiano - con il ciclo di seminari a cadenza mensile per il 2012 intitolato "L'Italia e il Sud: tra globalizzazione e localismi".

Il ciclo rappresenta, oggi più che mai, una occasione di dibattito e di confronto per comprenderne lo stato di salute e le possibili iniziative da promuovere sui nostri territori affinché la crisi dalla quale sta tentando di uscire il Sistema Italia non produca, come effetto contrario, un'inerzia maggiore delle forze produttive e culturali presenti. È nostra intenzione invitare ai tavoli seminariali tutte le rappresentanze accademiche, istituzionali e della società civile interessate a fare rete a condividere il proprio know-how, nella certezza che solo guardando nella stessa direzione sia possibile raggiungere il bene comune, che è l'unico obiettivo perseguibile.

### IL CICLO DI SEMINARI

#### LE PROPOSTE PER IL CAMBIAMENTO DAL KNOW-HOW DEI TERRITORI CAMPANI

Gli ambiti tematici dei seminari sono: "Formazione e Lavoro", "Sicurezza e Legalità", "Cittadinanza e Diritti", "Comunicazione e informazione", "Religione e Ragione", "Ambiente e Territorio", "Trasporti e Infrastrutture", "Ricerca e Sviluppo", "Internazionalizzazione e localizzazione", "Economia del mare e Processi turistici", "Cultura, Scienze e tecniche dello sport". Come specificato nelle pagine che seguono (58-61), si prediligerà un approccio olistico che, esaminando la grande quantità e varietà delle relazioni, di tipo lineare e non lineare, fra gli elementi del sistema Paese, nonché interrogandone i comportamenti emergenti (non prevedibili e non desumibili dalla semplice sommatoria degli elementi) che ne rappresentano nuovi livelli di evoluzione, riesca a fornire quanti più parametri possibili per descriverne il cambiamento in atto.

#### L'offerta formativa

La Link Campus University pone grande attenzione a sviluppare e trasferire i programmi didattici e il patrimonio di

esperienze scientifiche e formative del mondo accademico, in funzione delle specifiche esigenze della domanda di alta formazione del mercato del lavoro con particolare riferimento alle conseguenze che su tale mercato ha l'espandersi dell'internazionalizzazione delle attività produttive e finanziarie. Per tale motivo, ha attivato una serie di rapporti di collaborazione con imprese industriali e di servizi, istituzioni finanziarie e Amministrazioni pubbliche, dalle quali vengono gli input necessari per orientare e definire i programmi formativi. Non a caso, proprio in occasione del primo incontro del ciclo seminariale, tenutosi lo scorso 10 febbraio, è stata presentata anche l'Associazione degli studenti della Link Campus di Napoli, cui parteciperanno sia gli studenti iscritti sia quelli già laureati per rafforzare quello spirito collaborativo e propositivo che da sempre caratterizza il nostro Ateneo e la sua funzione di collegamento, di "link" appunto, tra il mondo della preparazione e quello dell'applicazione. Il focus sul mondo della produzione si concretizza con i corsi di studio orientati alla formazione delle figure professionali richieste nelle diverse aree dell'economia, del management, del diritto, della comunicazione e della net-economy. A Napoli sono attivi il corso magistrale a ciclo unico (quinquennale) in "Giurisprudenza" e i corsi di laurea triennali "Scienze dell'Amministrazione pubblica", "Scienze della comunicazione", e "Economia aziendale internazionale".

### DAL LOCALE AL GLOBALE

#### IL TEMA DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE AL CENTRO DELL'OFFERTA FORMATIVA

A Roma, invece, l'offerta formativa prevede sei corsi di laurea triennali - "Economia aziendale internazionale", "Ingegneria dell'Informazione per la sicurezza e l'innovazione", "Scienze dell'Amministrazione pubblica", "Scienze della comunicazione", "Studi internazionali", e "Arte drammatica" -, tre corsi di laurea magistrale (biennale) - "Gestione aziendale", "Studi internazionali e studi diplomatici", e "Ingegneria dell'Informazione per la Sicurezza e l'Innovazione" -, la laurea magistrale a ciclo unico in "Giurisprudenza", i master in Business administration - con specializzazioni in "Family business and entrepreneurship", "Diritto e management dello

sport", "Energy and sustainable development" -, i master di primo livello nell'ambito del mondo dello spettacolo - "Direttore degli eventi e dello spettacolo dal vivo" e "Regia e scrittura creativa" -, e i master di secondo livello - "Intelligence and security", "Gestione delle organizzazioni pubbliche complesse", "Innovation, development and international cooperation", "Diritto penale internazionale", "Gestione dei beni e delle aziende sequestrate alla criminalità organizzata", "Economia dello sviluppo e cooperazione internazionale" -.

### FORMAZIONE IN MOVIMENTO

#### DA SCIENZE DELL'AMMINISTRAZIONE PUBBLICA A SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, PASSANDO PER GIURISPRUDENZA ED ECONOMIA AZIENDALE

#### La Fondazione

L'Ateneo è emanazione della "Fondazione Link Campus University", presieduta dall'Onorevole Vincenzo Scotti, che ne assicura il perseguimento dei fini istituzionali e provvede all'organizzazione di tutti i servizi necessari al funzionamento delle attività della didattica e della ricerca nell'università anche mediante l'affidamento degli stessi a "Gestione Link Spa". La Fondazione assicura all'Università, in quanto suo Ente promotore, l'amministrazione economica e finanziaria relativa alle attività accademiche della stessa, nel rispetto delle norme che presiedono all'attività delle Università e nel rispetto della disciplina prevista dallo Statuto di Autonomia. La Link Campus University, inoltre, realizza la propria missione in collaborazione con altre Università internazionali sia attraverso la mobilità di studenti e docenti, impegnandoli così ad una armonizzazione della loro formazione e specializzazione, sia attraverso lo strumento del titolo accademico multiplo e dei programmi di ricerca comuni: Nyenrode Business Universiteit (Olanda), Campus Mare Nostrum, University of Murcia and Cartagena (Spagna), London Academy of Diplomacy (UK), University of Haifa (Israele), Mediterranean University of Albania (Albania), Beirut Arab University (Libano), El Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario (Colombia).

**\*Referente accademico**

**Link Campus University di Napoli**



**Girolamo Boffa**, napoletano, imprenditore ed esperto di formazione è dal 2009 Referente accademico della Link Campus University di Napoli. È stato Human Resources manager di alcune delle più importanti aziende italiane di servizi, prima di investire nel campo dell'informatica. Di recente, si è specializzato nel terzo settore in servizi previdenziali e assistenza sanitaria.



## QUALE UNITÀ D'ITALIA IL 150ESIMO TRA CONSUNTIVO E PROSPETTIVE

di Paolo Romano in collaborazione con Francesca Beato e Vittorio Miranda

**I ciclo di seminari.**  
“L'Italia e il Sud: tra globalizzazione e localismi” è il titolo del ciclo di seminari promosso e organizzato per il 2012 dalla Link Campus University presso la sede di Napoli dell'Ateneo. L'obiettivo è quello di comprendere come e se il Sistema Italia e, in particolare, il Sud del Paese sono in grado di confrontarsi sulle vicende di respiro internazionale senza però perdere di vista le specificità locali. Da un lato, infatti, si è al cospetto di un contesto caratterizzato da grandi cambiamenti economici, culturali, sociali, politici e tecnologici che a partire dagli Anni '80 hanno stravolto le relazioni e gli scambi a livello mondiale e dato sviluppo ai mercati globali; dall'altro, diventano sempre più urgenti, tanto per il singolo quanto per la comunità, le rivendicazioni di uno spazio identitario e di un particolare interesse territoriale. Non si tratta, sia chiaro, di lasciarsi cullare dalla deriva degli approcci sociologici in materia che si lanciano nella mischia del dibattito abbracciando una visione dicotomica e manichea della realtà. La questione è (sempre) molto più complessa di come possiamo rappresentarla e, in tal senso, anche il concetto di “glocalizzazione” coniato da Bauman è decisamente riduttivo, oltre che abusato. Si predi-

ligerà, dunque, un approccio olistico che, esaminando la grande quantità e varietà delle relazioni, di tipo lineare e non lineare, fra gli elementi del sistema Paese, nonché interrogandone i comportamenti emergenti (non prevedibili e non desumibili dalla semplice sommatoria degli elementi) che ne rappresentano nuovi livelli di evoluzione, riesca a fornire quanti più parametri possibili per descriverne il cambiamento.

### Il primo incontro: L'Unità d'Italia.

Perché parlare ancora di Unità d'Italia, a un anno esatto dagli interventi e dalle iniziative legate alle celebrazioni del 150esimo (17 marzo)? Cosa rimarrà di questo anniversario e quali relazioni potrebbero rappresentare i comportamenti inediti degli scenari futuri? Sono queste le domande che hanno fornito lo spunto al tema del primo degli incontri, intitolato “150°: tra consuntivo e prospettive” e svoltosi il 10 febbraio scorso nell'Auditorium della Link. Il periodo storico è quanto mai particolare e a farne le spese è il valore simbolico stesso del concetto di “Unità”. Senza voler scomodare le posizioni imbarazzanti e prive di fondamento - da Lombroso, che teorizzava l'inferiorità del Sud nell'Ottocento, a Lynn, per il quale le differenze nel quoziente intellettuale tra Nord e Sud Italia corrispondono a differenze nel reddito, educazione, mortalità

infantile, statura e alfabetizzazione -, è quanto mai interessante analizzare gli elementi che, più di successiva interpretazione, possono offrire una fotografia dello stato dell'arte del Paese.

### I numeri

Il Pil pro-capite in Italia dal 1861 a fine secolo era praticamente uguale tra Nord e Sud, anche perché la prevalenza dell'agricoltura sull'industria avvantaggiava il meridione. Ma questo nulla ci dice su chi ci abbia effettivamente apportato o sottratto valore aggiunto al processo di unificazione. Certo, sarebbe riduttivo affermare che il Sud sia stato defraudato del proprio (irreale) benessere, come affermato da alcune correnti storiografiche minoritarie che tendono a valorizzare l'originalità del Sud e ad attribuirne l'impoverimento alle politiche perseguite dal nuovo stato unitario. E altrettanto parziale risulta la prospettiva della corrente storiografica maggioritaria,

## L'APPROCCIO OLISTICO

### ESAMINARE LE RELAZIONI NON LINEARI FRA GLI ELEMENTI DEL SISTEMA PAESE

per la quale le differenze tra le diverse aree della penisola erano già ben marcate al momento dell'Unità, considerando, in contrapposizione all'impianto di tipo feudale che ancora caratterizzava il Regno delle Due Sicilie, l'agricoltura intensiva della pianura Padana, l'impulso alla costruzione di strade e ferrovie del Piemonte, e il ruolo del commercio e della finanza. La “questione meridionale”, se esiste, rimane irrisolta tra l'uno e l'altro indirizzo e viene declinata *ad libitum*. Il dato certo, invece, mette in evidenza gli svantaggi del Paese preunitario - sovrappopolazione, mancanza di materie prime (ferro e carbone), e base agricola dell'economia - rispetto agli Stati dell'Europa occidentale: dei ventidue milioni di abitanti registrati dal censimento del 1861, solo otto erano occupati nell'agricoltura contro i tre occupati nell'industria e nell'artigianato; di questi, inoltre, l'80% circa era composto da donne occupate stagionalmente. Non a caso, a parziale eccezione della tessitura meccanizzata diffusa dal 1816 soprattutto nel Nord-Ovest, l'Italia è a tutti gli effetti un paese di seconda industrializzazione. Napoli, però, era la terza città più popo-

losa d'Europa dopo Londra e Parigi, e la sua provincia (forte anche delle rendite del Governo e della corte) poteva competere con le province più sviluppate del Nord-Ovest. Centocinquanta anni dopo, il Rapporto Svimez 2011 sull'economia del Mezzogiorno presenta, invece, un Sud Italia in piena recessione, che continua a crescere meno del Centro-Nord, dove lavora ufficialmente meno di un giovane su tre, e dove il tasso di disoccupazione reale sarebbe del 25 per cento. Un'area a rischio stravolgimento demografico, in cui nel 2050 gli “over 75” cresceranno di dieci punti percentuali. Sempre in base alle valutazioni Svimez nel 2010 il Pil è aumentato nel Mezzogiorno dello 0,2 per cento, in decisa controtendenza rispetto al -4,5 per cento del 2009, ma distante di un punto e mezzo percentuale dalla performance del Centro-Nord (+1,7 per cento). E non va meglio nel medio periodo: negli ultimi dieci anni, dal 2001 al 2010, il Mezzogiorno ha segnato una media annua negativa, -0,3 per cento, decisamente distante dal +3,5 per cento del Centro-Nord, a testimonianza del perdurante divario di sviluppo tra le due aree. L'industria del Sud è a rischio estinzione: delle 533 mila unità perse in Italia tra il 2008 e il 2010, ben 281 mila sono nel Mezzogiorno. Nel Sud, dunque, pur essendo presenti meno del 30 per cento degli occupati italiani si concentra il 60 per cento delle perdite di lavoro determinate dalla crisi. Incide in questa area, più che altrove, il calo fortissimo dell'occupazione industriale (meno 120 mila addetti, che vuol dire quasi il 15 per cento di calo, che diviene il 20 per cento in Campania). Inoltre, nel 2010 gli occupati in Italia sono stati 22 milioni 872 mila unità, 153 mila in meno rispetto al 2009, di cui 86.600 nel solo Mezzogiorno. Ma la vera e propria emergenza è tra i giovani. Nel Mezzogiorno, il tasso di occupazione giovanile (15-34 anni) è giunto nel 2010 ad appena il 31,7 per cento (nel 2009 era del 33,3 per cento): praticamente al Sud lavora meno di un giovane su tre. Situazione drammatica per le giovani donne, ferme nel 2010, al 23,3 per cento, 25 punti in meno rispetto al Nord del Paese (56,5 per cento). È come se la «debolezza» sul mercato del lavoro, legata in tutto il Paese alla «condizione giovanile», al Sud si protraesse ben oltre l'età in cui ragionevolmente si può parlare di «giovani». Dal “brain drain”, cioè dalla “fuga dei cervelli”, il drenaggio di capitale umano dalle aree deboli verso le aree a maggiore sviluppo, siamo ormai passati al

“brain waste”, lo “spreco di cervelli”. È chiaro, dunque, che l'Italia si sta lasciando alle spalle la fase più profonda della peggiore recessione del periodo post bellico, ma tra le principali economie industrializzate è fra le più lente a recuperare: nel 2010 il Pil nazionale è aumentato dell'1,3 per cento, meno della Francia (+1,5 per cento) e molto meno della Germania (+3,5 per cento); negli ultimi quindici anni, dal 1995 al 2010, il Pil nazionale è cresciuto dello 0,8 per cento medio annuo, meno della metà della media Ue (+1,8 per cento). Inoltre, ed è un dato poco rassicurante, nel Mezzogiorno la regione con il Pil pro capite più elevato è stata l'Abruzzo (21.574 euro) che registra un valore di circa 2.200 euro al di sotto dell'Umbria, la regione più debole del Centro-Nord; seguono il Molise (19.804), la Sardegna (19.552), la Basilicata (18.021 euro), la Sicilia (17.488), la Calabria (16.657) e la Puglia (16.932); la regione più povera è la Campania, con 16.372 euro.

#### Il dibattito

Dal 2000 al 2009, 583mila persone hanno abbandonato il Mezzogiorno. A livello locale, le perdite più forti si sono registrate a Napoli (-108mila), Palermo (-29mila), Bari e Caserta (-15mila), Catania e Foggia (-10mila), ma sono stati colpiti anche Torre del Greco (-19mila), Nola e Aversa (-11mila), e Taranto (-13mila). Ad attrarre manodopera: Roma (+66mila), Milano (+50mila), Bologna (+31mila), Reggio Emilia, Parma e Modena (+13mila), Bergamo e Torino (+11mila), Firenze e Verona (+10mila). Perdite che si sommano a quelle registrate nel settore turistico, le cui capacità produttive nel Mezzogiorno sono ancora ampiamente sottoutilizzate: la Campania è l'unica tra le otto regioni meridionali che ha fatto registrare una flessione delle presenze (-2,8 per cento), derivata da un calo dell'8,7 per cento degli stranieri, al quale si è unito un modesto incremento della componente italiana (1,7 per cento). Il risultato è dovuto al lento declino che si è avviato nella regione dall'inizio degli anni 2000, al quale si è aggiunto, in particolare dal 2008, l'effetto devastante determinato dalle note vicende legate alla raccolta dei rifiuti a Napoli, che hanno indotto molti turisti, italiani e soprattutto stranieri, a rinunciare a trascorrere le proprie vacanze nel capoluogo campano e a dirigersi verso altre mete. Tra il 2007 e il 2008, infatti, la Campania ha perso complessivamente oltre un milione di presenze (-5,3 per cento): 765 mila stranieri (-9,1 per

cento) e 287 mila italiani (-2,5 per cento); nella sola provincia di Napoli il calo è stato di 1,162 milioni di presenze (pari a -8,2 per cento): 448 mila italiani e 714 mila stranieri. I risultati più favorevoli nel decennio si sono registrati in Puglia e in Calabria, con aumenti delle presenze, rispettivamente del 70,8 per cento e del 58,5 per cento. Ciononostante, la Campania rimane di gran lunga la regione leader del turismo meridionale, con il 24,7 per cento delle presenze complessive del Sud e il 35,4 per cento di quelle provenienti da paesi esteri; valori importanti, ma decisamente inferiori a quelli che si avevano nel 1998 (rispettivamente 32,6 per cento e 49,8 per cento). A tal proposito, è stato interessante il contributo di **Maria Elena Damiano** dell'assessorato allo Sviluppo economico del Comune di Napoli che ha sottolineato come «uno dei limiti oggettivi di Napoli sia, a più di un anno dall'ultima emergenza rifiuti, nella sua incapacità di trasmettere o, meglio

## MEZZOGIORNO AU REVOIR?

### I CERVELLI, DALLA FUGA ALLO SPRECO: PER I GIOVANI POCHE OPPORTUNITÀ

ancora, comunicare l'immagine che ne evidenzia tutto il suo valore patrimoniale, storico e culturale, a dispetto di quella invece veicolata dai media». È ovvio che non basta solo “ripulire” il marchio Napoli, ma occorrono interventi e misure strutturali, come aggiunge, d'altronde, lo stesso assessore comunale **Marco Esposito**, quando afferma che «bisogna ridare la centralità internazionale alla città; una centralità che le spetta non di diritto ma di fatto, considerandone l'unicità culturale dell'intera area metropolitana», la cui cittadinanza attiva, invece, è stata penalizzata troppo a lungo dalle logiche basate sul principio del do ut des, logiche né premianti né promotrici del cambiamento.

#### Il modello della cooperazione

È capitato a Sassuolo dove, come ricorda il docente di Economia della Link **Francesco De Pretis**, modenese doc, il distretto della ceramica locale, nato nel dopoguerra, ha avuto il suo punto di forza proprio nella cooperazione tra diversi soggetti: «Una città fondamentalmente priva di istruzione e di capitali è diventata una potenza del settore ceramico. Dai



piccoli artigiani che creavano nei loro garage si sono ritrovati improvvisamente alla ribalta, andando effettivamente porta a porta in Germania, in Francia e negli Stati Uniti, vendendo ceramica italiana. E, di fatto, hanno costruito un distretto che è uno dei principali punti di produzione del reddito nell'Italia settentrionale. Il tutto anche con il supporto delle istituzioni locali; la Provincia e la Regione hanno creato, infatti, infrastrutture che hanno aiutato le piccole imprese a crescere e svilupparsi in modo così forte fino ad oggi. Questo è stato un fenomeno che è partito da basso e si è sviluppato fortemente perché negli anni '60 sono stati introdotti nuovi metodi lavorativi nelle ceramiche che non c'erano nel mercato europeo. Certo i tempi erano diversi e oggi il distretto soffre molto la crisi, ma è comunque esempio di un modello a tutt'oggi funzionante». Ne è persuaso anche Marco Esposito che, in tal senso, ha promosso e lanciato il progetto comunale “Vulcanica-mente” (di cui parliamo nelle pagg. 50-53 - nda), nel quale, sottolinea, «più che promuovere un sostegno unidirezionale alla creazione d'impresa si inverte la logica e si offrono ai giovani aspiranti imprenditori occasioni di confronto continuo e di autovalutazione per una città a misura d'uomo ma, al tempo stesso, capace di innovarsi e rinnovarsi».

#### IL SEMINARIO DI MARZO

Il secondo incontro del ciclo, in programma per venerdì 30 marzo, è incentrato sulla Cultura della legalità. Parteciperanno, tra gli altri: il magistrato **Giuseppe Cioffi**, il giudiziario del Mattino **Giuseppe Crimaldi**, l'amministratore delegato della casa editrice Guida **Diego Guida**, la coordinatrice provinciale di “Libera” Salerno **Annamaria Torre**, il presidente dell'associazione antirackett “Coordinamento Libero Grassi”, **Marcello Ravveduto**, il presidente e il segretario della Fondazione Polis - Politiche integrate di sicurezza, rispettivamente **Paolo Siani** ed **Enrico Tedesco**, la sorella della vittima innocente della criminalità **Simonetta Lamberti**, **Serena Lamberti**, e l'attore **Patrizio Rispo**.

Perchè l'auto  
sia **SEMPRE** un piacere!

**autouno**



**Napoli**

**Via Nazionale delle Puglie 190/b**

**Tel. 081 7593700 Fax 081 7599824**

**Casamarciano (NA)**

**Via Nazionale delle Puglie Km 55**

**Tel. 081 8298017 Fax 081 8298859**



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



# I SIGNORI DELLO STILE

FINAMORE, ISAIA E KITON

di Rocco Rorandelli

lifestyle  
64

modici  
65



**F**inamore, fondata nel 1925 a San Giorgio a Cremano da Alberto Finamore, sulla base di una piccola camiceria artigianale avviata nel cuore della Napoli antica da nonna Carolina e un ristretto gruppo di ricamatrici, produce camicie sartoriali per uomo e donna, interamente cucite a mano secondo l'antica tradizione partenopea (giromanica, spalle insellate e collo intelato) sia per il prêt-à-porter sia per i modelli

su misura. I modelli, realizzati con materiali e tessuti pregiati, si distinguono per la vestibilità impeccabile e per la cura dei minimi dettagli: la maison, infatti, offre un esclusivo servizio per la personalizzazione dei capi, dalla scelta del tessuto a quella degli accessori, passando per i modelli di collo, bottoni, polsi e il ricamo del monogramma. Non una semplice camicia, dunque, bensì una seconda pelle.

**FINAMORE, A SAN GIORGIO A CREMANO, DAL 1925**  
Produce camicie sartoriali per uomo e donna, sia prêt-à-porter sia su misura, interamente cucite a mano secondo l'antica tradizione partenopea



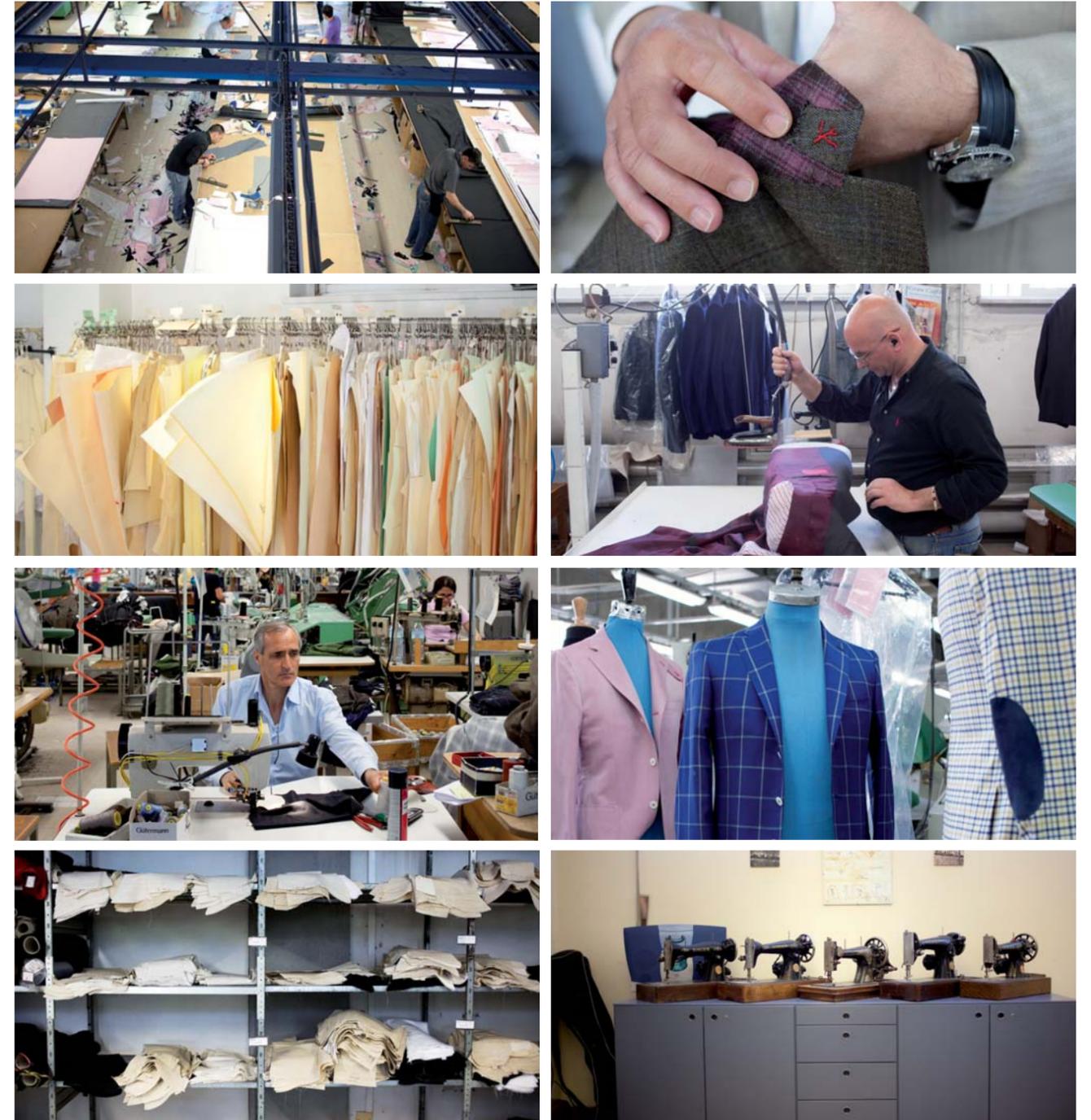


**I**saia, fondata nel 1957 a Casalnuovo da Enrico Isaia, nasce come sartoria di confezioni su misura e diventa, nel giro di tre generazioni, icona internazionale di stile sobrio e di alto artigianato. L'azienda reinterpreta i codici dell'eleganza maschile made in Italy in chiave contemporanea, proponendo un guardaroba per l'uomo Eteropolitan del terzo millennio: un gentleman moderno libero dai dettami del fashion system, con

uno stile personale, sofisticato, eclettico e raffinato, casual ed elegante, attento ai particolari anche più minuziosi, un po' Narciso, un po' Peter Pan. L'azienda, con oltre 200 dipendenti, è presente in Italia, Stati Uniti, Tokyo, Cina, Corea, Russia e Ucraina. La collezione Fall-Winter 2012, presentata al Pitti Uomo, è stata dedicata interamente al principe della risata Totò.

### ISAIA, A CASALNUOVO, DAL 1957

Icona internazionale di stile sobrio e di alto artigianato, l'azienda reinterpreta i codici dell'eleganza maschile made in Italy in chiave contemporanea





**KITON, AD ARZANO, DAL 1968**  
 Specializzato nella produzione di abiti completi da uomo,  
 cravatte, abbigliamento sportivo, calzature, profumi e accessori



**K**iton, fondata nel 1968 ad Arzano, in provincia di Napoli, da **Ciro Paone** e **Antonio Carola**, è una sartoria industriale e casa di moda italiana specializzata nella produzione di abiti completi da uomo, cravatte di alta moda, abbigliamento sportivo, calzature, profumi e accessori, con 350 sarti dipendenti e showroom sparsi tra Italia, New York, Londra, Giappone, Russia, Messico, Siria, Azerbaijan e Israele.

Gli abiti, prodotti rigorosamente a mano, impongono alla compagnia di produrne solo 18mila ogni anno, con un costo variabile che va dai 5.000 ai 15.000 euro. Il modello più celebre è il K-50, che richiede circa 50 ore di produzione e il cui costo supera i 50.000 dollari. Tra i suoi clienti più celebri: il Duca di Windsor, l'avvocato Gianni Agnelli e l'ex presidente del Consiglio Silvio Berlusconi.



## Il limo del Nilo nella Galleria Hde

di **Francesca Di Transo**

L'associazione culturale Hde - di cui sono presidente - opera, da cinque anni, a Napoli nel campo dell'illustrazione e dell'editoria. Dal marzo 2007 l'Hde ha organizzato e ospitato, presso la propria sede di piazzetta del Nilo, numerosi eventi di prestigio, portando nel capoluogo partenopeo alcuni tra i più importanti illustratori della scena nazionale e in-

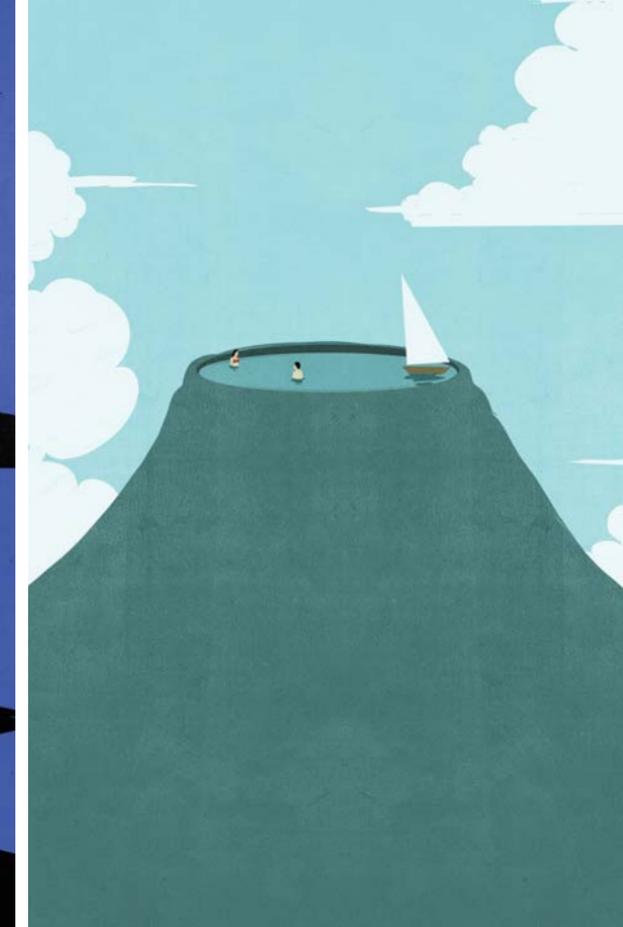
ternazionale, come Lorenzo Mattotti, José Muñoz, Shout, Fabian Negrin, Guido Scarabottolo, Gianluigi Toccafondo, Igort, Jacques de Loustal, e Andrea Rauch, ma anche opere di Art Spiegelman, vincitore del Premio Pulitzer, e di Milton Glaser, realizzatore del famoso logo "I♥NY".

**Editori, illustratori, scrittori.** Nella maggior parte dei casi le esposizioni sono nate in collaborazione con eccellenti profes-

sionisti che lavorano nel settore dell'illustrazione - tanto particolare e poco diffuso in Italia - come le case editrici Orecchio Acerbo, Nuages, Principi&Principi e le gallerie Miomao di Perugia, Tricromia di Roma e la stessa Nuages di Milano. Molto interessante e ricca è stata anche la collaborazione con prestigiose istituzioni napoletane, come l'Istituto Banco di Napoli - Fondazione, la Fondazione Premio Napoli, presieduta per anni da Silvio Perrella, e con gli organizzatori di grandi eventi, quali il Comicon, il Napoli Jazz Festival e il Napoli Film Festival. Inoltre, l'associazione cerca di essere un punto di riferimento attivo per gli scrittori e i lettori, attraverso l'organizzazione di presentazioni di libri e di rassegne letterarie (fino a maggio avrà luogo "InterViste d'autore", a cura di Maria Rosaria Vado), che diventano un momento di incontro e di stimolo a mantenere vivo il dibattito culturale. Il compimento di questo lustro ci rende orgogliosi del fatto che, anche grazie al nostro lavoro, i più importanti illustratori del mondo, giungano ed espongano a Napoli. Questa rubrica partirà dunque da piazzetta del Nilo, sede dell'associazione, nel cuore del centro antico di Napoli, per raccontare, attraverso non solo i nostri eventi, cosa accade in Italia e nel mondo nel campo dell'illustrazione. In questo primo articolo vi racconterò di un giovane illustratore italiano, pluripremiato nel mondo, che ha deciso di disegnare per Napoli.

**Alessandro Gottardo, alias Shout,** è nato a Pordenone nel

1977, vive e lavora a Milano, e di professione fa l'illustratore. Lavora soprattutto in ambito editoriale e pubblicitario con numerosi clienti internazionali, tra cui "The New York Times", "The Wall Street Journal", "Time", "Esquire", "Newsweek", "National Geographic", "Wired", "GQ", "Le Monde", "The Economist" e "Financial Times". Le sue illustrazioni hanno ricevuto molti riconoscimenti internazionali tra cui tre Gold e tre Silver medals dalla Society of Illustrators NY e la Gold medal dalla Society of Publication Designers. Il 90 per cento del suo lavoro è pubblicato tra Stati Uniti e Inghilterra, ma le sue origini sono in un liceo artistico di Venezia, per poi passare dallo led di Milano e arrivare, finalmente, nello spazio senza confini del web, che gli ha consentito di raggiungere le più grande testate giornalistiche del pianeta, "semplicemente" inviando delle e-mail. La cultura dell'immagine, e dell'illustrazione in particolare, è di gran lunga superiore alla nostra in paesi come l'Inghilterra e gli Stati Uniti, ma anche in Francia, dove spesso trovano asilo o lavoro alcuni dei più interessanti talenti italiani. Steven Heller, che per 33 anni è stato l'art director del "New York Times", per descrivere il lavoro di Shout, nella prefazione di Mono - Shout (edito dalla casa editrice 27\_9 di Franco Cervi) invoca il paradosso: «Il nome d'arte Shout, grido, è la parola più lontana da quanto ci comunica il suo disegno, sempre sommerso nonostante il forte impatto grafico. Il suo preciso minimalismo sussurra, non urla. Nel



congestionato mondo dei media, dove le immagini si sgolano per richiamare l'attenzione, Shout la cattura e la trattiene grazie all'uso di spazi vuoti e ad idee ingegnose». «Attraverso un'operazione di sottrazione, di sintesi dell'immagine, Shout rende le sue illustrazioni piccole opere concettuali in cui più che mostrare, costruisce messaggi immediatamente percepibili. I suoi lavori evocano più che raccontare, alludono, giocano con lo spettatore, lo invitano ad osservare e leggere tra le righe, senza svelare mai troppo. Le suggestioni sono filtrate razionalmente. Pochi segni, assenza di dettagli e decorazioni. Shout riesce a indagare sul comportamento umano con ironica intimità e con distacco sociologico allo stesso tempo. Incongruità, discordanze e connessioni involontarie che vanno al di là della semplicità delle immagini che le raccontano» (da [www.cocacolla.it](http://www.cocacolla.it)).

**Dall'Hde all'America's Cup.** Il lavoro di Shout è stato esposto, nel novembre del 2010, per la prima volta in Italia proprio a Napoli presso la sede dell'Hde. Avevo letto diversi articoli su questo giovane illustratore di grandissimo talento che lavorava soprattutto all'estero e provai a contattarlo su facebook per chiedergli se fosse interessato a organizzare una mostra presso la nostra sede. Alessandro si dimostrò subito entusiasta dell'idea: era in procinto di inaugurare la sua prima personale presso la Toto Gallery di Londra, mostra composta da 48 stampe digitali firmate e numerate, realizzate dall'editore Franco Cervi. Si trat-

tava di opere digitali perché Shout realizza le proprie illustrazioni a computer, dopo aver studiato le immagini da disegnare con degli schizzi a matita. A distanza di un anno Alessandro Gottardo tornerà a Napoli, perché Napoli questa volta ha deciso di disegnarla. Il grande successo ottenuto dalla sua mostra presso la nostra sede e l'entusiasmo del pubblico ci hanno spinti, infatti, a chiedergli di raccontarci con le sue immagini il Golfo di Napoli, che si appresta ad ospitare alcune tappe dell'America's Cup, per una settimana a partire dal 7 aprile. Dai disegni di Alessandro Gottardo verrà realizzata dall'Hde una cartella di serigrafie in tiratura limitata. Napoli e la vela sono diventati dunque i protagonisti del tratto sintetico, ma sempre poetico, di Shout: di notte, con sullo sfondo la silhouette del Vesuvio, uno spicchio di luna bianca diventa la vela di una barchetta solitaria nel golfo; un quadro e una finestra diventano un unico surreale paesaggio marino; il Vesuvio pieno d'acqua ospita due bagnanti e la loro barca a vela. Gli ospiti internazionali, che giungeranno a Napoli in occasione del più famoso trofeo nello sport della vela, troveranno così ad accoglierli anche il tratto elegante e delicato di Shout, per un ricordo di un'immagine gioiosa e sognante della nostra città. Questo sarà solo l'inizio di una più intensa attività della nostra associazione, volta a coinvolgere i più importanti disegnatori mondiali nel ridisegnare una nuova immagine di Napoli.

L'HDE, CON SEDE IN PIAZZETTA DEL NILO, HA OSPITATO AD OGGI ALCUNI TRA I PIÙ IMPORTANTI ILLUSTRATORI INTERNAZIONALI: MATTIOTTI, MUNOZ, RAUCH, NEGRIN, SCARABATTOLO E IGORT



### Le nuove serigrafie di Shout sul Golfo di Napoli in esposizione all'Hde durante l'America's Cup

**E**sposto per la prima volta in Italia nel novembre del 2010 proprio a Napoli presso la Galleria Hde di piazzetta del Nilo, Alessandro Gottardo, in arte Shout, classe 1977, tornerà nel capoluogo campano in occasione delle regate dell'America's cup World series (dal 7 al 15 aprile), con una serie di illustrazioni sul Golfo di Napoli commissionategli per l'occasione. Dai disegni, l'Hde realizzerà una cartella di serigrafie in tiratura limitata, nell'ambito del più ambizioso progetto di invitare i principali illustratori internazionali a ridisegnare una nuova immagine della città.



subito dopo l'estate, ci dedicheremo al taglio del nastro. Intanto, continuerò a lavorare tutto il giorno, come faccio da quando ero piccolo, e nel tempo libero che riuscirò a ritagliarmi, tra Napoli e Torino, coltiverò le mie passioni di sempre: il tennis, il wake e la mia squadra del cuore, che è la più forte di tutte e che, quest'anno, in particolare, mi sta dando molte soddisfazioni...

**Tanti impegni, tanto onore?**

Non c'è molto di eroico, a dire il vero. Le responsabilità e gli oneri rendono solo più preziosa ogni pausa, ma la distrazione, quella con la "d" maiuscola, è un lusso che non posso permettermi ancora. In compenso, cerco di godermi le mie soste e, quando non riesco a dedicarle allo sport, allora mi vizio con la buona cucina: quella mediterranea soprattutto, che non ha uguali nel mondo; ma anche quella giapponese che, ultimamente, mi sta appassionando.

**Da imprenditore di successo è tenuto a saper stare con gli altri. Ma quando può scegliere, che tipo di compagnia preferisce?**

Mi sta chiedendo se sono un imprenditore "social" che gioca a tennis con i colleghi di lavoro e pranza con i dipendenti?

**In un certo senso...**

Macché! Ho una buona predisposizione ai rapporti interpersonali e sono automunito (sorride - nda), ma l'amicizia è un'altra cosa e, nel mio caso, è circoscritta a due persone.



# Scarpe in "Voga"

di Ivano Volpe

**A**ugusto Cuomo, classe 77, è un predestinato: uno di quelli che il successo imprenditoriale ce l'ha nel dna. D'altronde, quando la storia familiare è quella che è - con una mamma che risponde al nome di Imma Spatarella e si incarna la quinta generazione di produttori nel settore calzaturiero - sottrarsi alla tradizione sarebbe un delitto. Ed ecco che l'odore

della colla e della pelle, nonché il rumore del trincetto che taglia il cuoio, sono i motivi dominanti della sua attività di "uomo-prodotto" per l'azienda di settore "Eve Milano". Ma non solo. Perché Augusto sta investendo nell'intrattenimento e nella ristorazione con il brand "Voga" che a Napoli contraddistingue i tre club tra i più in dell'intera movida locale - Chiaia, Vanvitelli e Coroglio - ma che presto sbarcherà a Playa del Carmen sulla costa caraibica dello Yucatàn in Messico. E noi di "dodici" lo abbiamo raggiunto telefonicamente proprio all'aeroporto, di rientro dalla penisola centro-americana dove ha effettuato l'ennesimo sopralluogo in previsione della prossima apertura.

**Bentornato, anzi tutto. Ne approfittiamo del jet lag per sapere com'è andata e se ne approfitterà, adesso, per riposare un po'...**

Gli operai sono al lavoro per l'ultimazione edile del locale e,

**È altrettanto selettivo sul lavoro o in azienda l'ingrediente del successo è un altro?**

Se applicassi alla mia vita personale il modello organizzativo della "Qualità totale", che invece è quello seguito in azienda, sarei ossessionato dall'efficienza e dal vantaggio competitivo. In altri termini, nessuno giocherebbe con me a tennis, tanto meno i miei





colleghi...

**Come svolge, dunque, la sua attività di “uomo-prodotto”?**

A livello professionale è quello che ho sempre fatto. Il mio lavoro era ed è quello di definire e seguire il ciclo produttivo di un bene, soprattutto nel campo della moda-calzature, dalla sua ideazione alla commercializzazione, attraverso le varie fasi dell'implementazione dei processi e coordinando le funzioni aziendali. Un lavoro che impegna e coinvolge tante figure professionali, dai creatori del campionario agli artigiani, dagli operai ai distributori.

**La sua famiglia è impegnata da decenni nel settore eppure lei ha deciso di ritagliarsi uno spazio tutto personale nel circuito. Come mai?**

Mia mamma, Imma Spatarella, è da quarant'anni nel settore ed io rappresento la quinta generazione di produttori nel settore calzaturiero. Dopo aver lavorato per l'azienda di famiglia, però,

ho iniziato a seguire la nascita di prodotti per altre aziende, attive anche in settori merceologici differenti. Volevo mettermi in discussione e, soprattutto, in gioco. Ecco perché, oggi, la mia imprenditorialità è del tutto svincolata da quella familiare.

**Calzature e non solo, però...**

Sì, il settore calzaturiero è sempre l'ago della bilancia ed è quello che occupa gran parte della mia giornata tipo. L'azienda per la quale lavoro come “uomo-prodotto”, la “Eve Milano”, ha quarantadue negozi in franchising tra la Lombardia e il Piemonte che, nei prossimi anni, saliranno a quota centocinquanta su tutto il territorio nazionale, ed è un obiettivo questo che richiede non poca dedizione. Ma produrre belle scarpe e distribuirle quanto più possibile è ormai uno stimolo per portare avanti anche altre iniziative.

**Per questo ha deciso di investire nel brand “Voga”?**

Voga non è solo un'iniziativa imprenditoriale. È uno stile di vita per chi vi partecipa, una dimensione parallela per chi la intraprende.

**Cosa diversifica il marchio a tal punto da farne un punto di riferimento della movida partenopea?**

Voga è un laboratorio per la progettazione di strutture legate all'intrattenimento e alla ristorazione. I suoi principali elementi sono la musica, l'arte, la moda e l'immagine, elaborati all'insegna dell'originalità. Una atipicità che si respira dalla produzione

**NON SOLO CALZATURE**

L'uomo-prodotto del gruppo “Eve Milano”, Augusto Cuomo, napoletano, classe '77, si racconta in esclusiva al “dodici” svelando il segreto del suo successo dal settore calzaturiero, in cui è nato, al nuovo brand “Voga” per l'intrattenimento.

musicale appunto - e i suoni diffusi nei Voga club di Coroglio, di piazza Vanvitelli e di vico Satriano sono tutti prodotti dai noi, sotto la supervisione artistica del musicista e dj Diego Ciaramella - all'ambientazione delle location, ai servizi offerti e alle iniziative customerizzabili che permettono di fidelizzare la clientela rendendola, al tempo stesso, protagonista dello status in cui vuole identificarsi e riconoscersi.

**Ed è una strategia che ripaga in tempi di crisi come questo?**

La recessione ha colpito tutti, nessuno escluso. E chi, come noi, si occupa di intrattenimento e ristorazione deve fare i conti con la ridotta disponibilità di spesa delle persone. Accertato questo, è possibile fare la differenza assicurando la stessa qualità e la stessa ricercatezza che ti hanno garantito un certo posizionamento di mercato a condizioni economiche meno esclusive. Mai “verticalizzare” il brand in funzione della domanda se basta, semplicemente, rimodularne la fruibilità.

# Offerta

**10.000  
Volantini**

**15x21 cm**

**100,00 €**

*Carta  
Patinata  
Fronte/Retro*

**500  
Volantini**

**15x21 cm**

**25,00 €**

*Carta  
Patinata  
solo Fronte*

**Printer Group Italia s.r.l.**



**Tel./Fax 081 8701248**

Numero Verde  
**800 033 772**

C.so Vittorio Emanuele 42  
80053 C.mare di Stabia (Na)



[www.printergroup.it](http://www.printergroup.it)  
[info@printergroup.it](mailto:info@printergroup.it)



IL CONCETTO DI "INNOVAZIONE" TRA PUBBLICO E PRIVATO  
PER SPERIMENTARE NUOVI MODELLI DI WELFARE STATE

## Speciale Terzo Settore: Fondazione con il Sud

A CURA DI **LUCA NAPOLANO**

# Offerta

**10.000  
Volantini**

**15x21 cm**

**100,00 €**

*Carta  
Patinata  
Fronte/Retro*

**500  
Volantini**

**15x21 cm**

**25,00 €**

*Carta  
Patinata  
solo Fronte*

**Printer Group Italia s.r.l.**



**Tel./Fax 081 8701248**

Numero Verde  
**800 033 772**

C.so Vittorio Emanuele 42  
80053 C.mare di Stabia (Na)



[www.printergroup.it](http://www.printergroup.it)  
[info@printergroup.it](mailto:info@printergroup.it)



IL CONCETTO DI "INNOVAZIONE" TRA PUBBLICO E PRIVATO  
PER SPERIMENTARE NUOVI MODELLI DI WELFARE STATE

## Speciale Terzo Settore: Fondazione con il Sud

A CURA DI LUCA NAPOLANO

# SUSSIDIARIETÀ E WELFARE DI COMUNITÀ AL SUD

## ECCO I NUOVI PERCORSI DI COESIONE SOCIALE PER LO SVILUPPO

di Carlo Borgomeo\*

**L**a mia idea di sussidiarietà si basa prevalentemente sull'esperienza personale, riferita in modo particolare al Mezzogiorno. Il tema ci vede culturalmente e complessivamente in ritardo, come dimostrano una serie di pregiudizi. Ad esempio, vi è l'idea molto diffusa che in materia di politiche sociali, nelle situazioni in cui lo Stato non riesce a dare l'apporto dovuto, deve intervenire il Terzo Settore. È come se ci trovassimo in uno schema gerarchico prestabilito. Un altro esempio rimanda all'espressione altrettanto diffusa "meno Stato più società". Non è così nella realtà. Sappiamo che esiste una relazione diretta e non inversa tra quanto spende lo Stato per la società e il volontariato. In una ipotetica mappa geopolitica del welfare state europeo, il Nord Europa si caratterizza per uno Stato maggiormente presente nelle politiche di welfare, accompagnato da un mondo del volontariato forte. Nel Centro Europa la presenza dello Stato diminuisce di pari passo con la presenza del volontariato, mentre nel Sud Europa il fenomeno si acuisce con una presenza ancora minore dello Stato e del volontariato.

In questo periodo di grave scarsità di risorse siamo in presenza di una fase di aut aut nel mondo del Terzo Settore. La soluzione è tentare di rideclinare i rapporti tra pubblico e privato nell'ambito del welfare state introducendo il concetto di "innovazione", sia nel mondo del Terzo Settore che nella Pubblica Amministrazione. C'è una scarsa propensione a sperimentare modelli di intervento nuovi, con una separazione tra interventi per la formazione e interventi sul sociale. Il rischio è che l'inerzia blocchi l'innovazione. Sarebbe opportuno, allora, studiare e valutare gli sforzi innovativi messi in campo. Un atteggiamento culturale che tutti dovrebbero recuperare.

La "Fondazione CON IL SUD" cerca di affrontare con alcune punte di innovazione il tema del welfare. È una fondazione giovane, nata solo cinque anni fa, ma il modo stesso in cui è stata costituita e soprattutto la missione che le è stata affidata le permettono di affrontare il tema del welfare al Sud in modo nuovo e sperimentale. La Fondazione è stata costituita dall'alleanza tra due realtà molto diverse tra loro, le fondazioni di origine bancaria e il mondo del terzo settore e del volontariato. L'esperienza di una moderna filantropia propria delle prime e il radicamento territoriale delle organizzazioni del volontariato e della cooperazione sociale, sono gli ele-

menti che ne caratterizzano l'identità e l'azione. La sua missione è quella di promuovere l'infrastrutturazione sociale del Mezzogiorno, ovvero favorire percorsi di coesione sociale per lo sviluppo. Lo fa con capitali interamente privati e, soprattutto, ha deciso di promuoverlo "con" il Sud, intravedendo nella società civile e nel capitale sociale le condizioni e le leve di uno sviluppo concreto e sostenibile. Accanto ai progetti e ai programmi di volontariato la Fondazione ha introdotto un altro strumento, assolutamente nuovo per il Mezzogiorno, le "fondazioni di comunità", supportando un modello di welfare comunitario e sostenibile al Sud. La fondazione di comunità è un ente non profit privato che si basa sull'aggregazione e la collaborazione di diversi soggetti "espressione" della realtà locale, in grado di attrarre risorse, valorizzarle attraverso una oculata gestione patrimoniale e investire localmente in progetti di carattere sociale. Assenti fino

### FABBISOGNO SOCIALE L'UNICA PROSPETTIVA DI SVILUPPO CREDIBILE PRENDE SPUNTO DALLA COESIONE SOCIALE

a qualche anno fa dal panorama meridionale, le prime tre fondazioni di comunità del Mezzogiorno sono nate tra il 2009 e il 2010 a Napoli, Salerno e Messina. Pochi giorni fa abbiamo pubblicato sul sito della Fondazione il Regolamento per costituire nuove fondazioni di comunità nelle regioni meridionali e nelle prossime settimane pianificheremo un calendario di incontri sul territorio proprio per illustrare le grandi potenzialità di questo strumento e ascoltare le proposte che provengono dalle comunità locali.

Nel nostro lavoro assistiamo a uno squilibrio patologico tra domanda e offerta. La Fondazione ha una capacità erogativa relativamente piccola se messa in rapporto al territorio di riferimento (oltre 19 milioni di abitanti), e la domanda è in costante aumento. Il tema centrale è, dunque, la crescita del fabbisogno sociale. Per questo occorre puntare su una grande spinta innovativa. È un ragionamento che presuppone un diverso modo di approcciarsi allo sviluppo in generale. Negli ultimi anni la riflessione sul Mezzogiorno, molto marginale rispetto al dibattito politico e istituzionale, è apparsa partico-

larmente debole e, si potrebbe dire, stanca. Il divario ha ripreso a crescere, il fenomeno migratorio ha assunto proporzioni allarmanti, soprattutto perché fortemente sbilanciato sulle fasce di scolarizzazione alta ed altissima. Il Mezzogiorno, oltre alle proprie colpe, paga le conseguenze di una distorsione della lettura del fenomeno e dell'approccio al tema dello sviluppo. Forse bisogna interrogarsi, anche in modo radicale, sulla natura del divario Nord-Sud: chiedersi se è soprattutto questione economica, di reddito, di Pil o non piuttosto questione di coesione sociale, di senso comunitario, di cultura della legalità diffusa: cioè di generali condizioni di vita, anzi, più esattamente, di qualità della convivenza civile.

È evidente che le forti differenze in termini di ricchezza disponibile costituiscono una causa formidabile di differenziazione nelle condizioni di vita; come è sacrosanto ribadire che il Paese, nonostante tutto, ha un obbligo di solidarietà verso il Mezzogiorno. Ma la questione è valutare se questo approccio è quello giusto; è quello praticabile; è quello culturalmente vincente e politicamente produttivo. Penso che ormai nessuna credibile prospettiva di sviluppo è possibile se non si parte dalla convinzione che la priorità vera, nel Sud, è la coesione sociale. La questione meridionale è, ormai palesemente, una questione sociale: di nuove povertà; di diversi bisogni; di frammentazione del tessuto civile. La cultura dominante ritiene ancora che il sociale sia subordinato alla crescita e rappresenti un ambito su cui intervenire solo in presenza di una economia fiorente. In poche parole si crede che lo sviluppo "vero", se raggiunto, possa determinare interventi nel sociale. E' esattamente il contrario. Se non c'è una comunità coesa, non c'è amore per le regole e non c'è sviluppo. I dati sulla criminalità organizzata e sulla disoccupazione giovanile e femminile sono tristemente noti. A questi aggiungiamo anche quelli, altrettanto drammatici, relativi al fenomeno della dispersione scolastica, la scarsa capacità di attrarre i cervelli o in generale le statistiche sul welfare. I dati comunicati durante la Conferenza sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza al Sud, organizzata a Napoli dalla Fondazione e da Save the Children, parlano chiaro. Sono 410.000 i minori nelle regioni meridionali che vivono in condizioni di povertà assoluta. In alcune regioni, come ad esempio Campania e Calabria, ben 98 bambini su 100 non hanno la possibilità di usufruire di servizi alla prima infanzia, mentre per l'Unione Europea i minori che

frequentano l'asilo dovrebbero essere almeno uno su tre. Nelle aree urbane del Mezzogiorno i livelli di dispersione scolastica raggiungono percentuali anche dell'8-9%. Il quadro che si delinea non è degno di uno stato civile. Molti economisti, che fino a qualche anno fa sposavano, fermamente convinti, la tesi della subalternità del sociale rispetto alla crescita, iniziano a parlare di capitale sociale e di coesione sociale legati allo sviluppo.

Il problema delle risorse, ancor più quando sono scarse, riporta in primo piano il concetto di priorità ma anche quello di responsabilità. Io credo che le politiche sociali siano prioritarie e che a responsabilità diffusa sia un prerequisito per realizzare interventi efficaci e credibili. La questione naturalmente merita una riflessione più vasta, ma dobbiamo capire che il lavoro del Terzo Settore non si discosta dall'obiettivo dello sviluppo, ma piuttosto ne è una precondizione.

**\*Presidente "Fondazione CON IL SUD"**



**Carlo Borgomeo**, napoletano, manager ed economista è dal 2009 presidente della "Fondazione con il Sud". Esperto in materia di sviluppo locale e politiche per il Mezzogiorno. Dal 1986 al 1999 è stato Presidente della Società per l'imprenditorialità giovanile (I.G. S.p.A.) progettando e gestendo interventi per l'imprenditorialità giovanile e per l'autoimpiego (prestito d'onore).

# ESEMPI DA ESPORTARE

## I SEI PROGETTI DI ECCELLENZA FINANZIATI PER IL MEZZOGIORNO

di Luca Napolano

**A**ssociazioni, fondazioni, comitati, volontariato, cooperative, Onlus. Questi sono i soggetti privati che costituiscono l'universo variegato del terzo settore. All'interno di questo mondo che si inserisce La Fondazione con il Sud, che con il suo sostegno a progetti esemplari può essere considerata come un motore di sviluppo locale nel mezzogiorno. Infatti, la Fondazione sostiene e promuove una serie di cosiddetti progetti "esemplari". Ovvero progetti che danno risposte concrete alle esigenze del territorio e in grado di favorire lo sviluppo locale, nello stesso tempo devono anche essere replicabili ed esportabili in altri contesti. La Fondazione con il Sud, è nata nel 2006 grazie all'alleanza delle fondazioni di origine bancaria, il mondo del terzo settore e il volontariato. In cinque anni di attività ha al suo attivo oltre 200 progetti esemplari sostenuti, oltre 65 milioni di fondi erogati, la nascita di tre fondazioni di comunità meridionali con il coinvolgimento di 2mila organizzazioni prevalentemente no profit. La Fondazione opera attraverso i fondi privati che ogni anno gli sono assegnati dalle fondazioni bancarie e li utilizza finanziando i progetti, non interviene quindi con la costruzione di strutture materiali ma, attuando forme di collaborazione e di sinergia con le diverse espressioni delle realtà locali. Attraverso i progetti opera in Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardegna e Sicilia. La Fondazione agisce in diversi ambiti d'intervento: l'educazione dei bambini e dei giovani, lo sviluppo del capitale umano di eccellenza, la mediazione culturale e l'accoglienza/integrazione degli immigrati, la cura e la valorizzazione dei "beni comuni", lo sviluppo, la qualificazione e l'innovazione dei servizi socio-sanitari. La caratteristica fondamentale di questa Fondazione è che non si limita ad assegnare i contributi ma accompagna il progetto nelle sue diverse fasi dalla valutazione alla rendicontazione. Proprio per la trasparenza e affidabilità di gestione nel 2010 la fondazione ha vinto l'Oscar di bilancio. Attualmente la Fondazione è guidata da Carlo Borgomeo, che grazie alla sua esperienza, ha contribuito senz'altro, in questi ultimi anni, a traghettarla verso una maggiore crescita e sviluppo. Forse le istituzioni avrebbero tutto da imparare da esperienze del genere e, con uno sforzo e un impegno maggiore potrebbero veramente aiutare il paese dal punto di vista socio-assistenziale. A quel punto si che si potrebbe parlare di politiche innovative per il welfare.

Le schede di seguito sono alcuni dei progetti esemplari sostenuti dalla Fondazione.

### 1) Progetto: MandarinArte, idee (auto) sostenibili contro la mafia

**Luogo:** Palermo

**Ambito:** Beni confiscati

**Sito web:** [www.mandarinarte.org](http://www.mandarinarte.org)

**Obiettivo:** riutilizzare un bene confiscato alla criminalità organizzata, immerso in un mandarineto nell'area agricola di Ciaculli nel palermitano, come occasione di sviluppo e integrazione. L'insieme delle attività pensato approccia alla dimensione territoriale intendendola innanzitutto come spazio relazionale, in cui insistono rapporti tra presente e passato e tra diverse etnie e culture che meritano di essere riscoperte, capite e quindi stimolate per l'avvio di dinamiche comportamentali orientate alla crescita e allo sviluppo personale e di gruppo. Saranno coinvolte donne e giovani, siciliani e immigrati, che si impegneranno nella riqualificazione di un luogo simbolo del potere mafioso, per trasformarlo in uno spazio tutto nuovo di incontro, integrazione, condivisione e vitalità artistica, ma anche auto sostenibile. Il progetto prevede, infatti, l'utilizzo della risorsa più rappresentativa del territorio di Ciaculli, il mandarino tardivo.

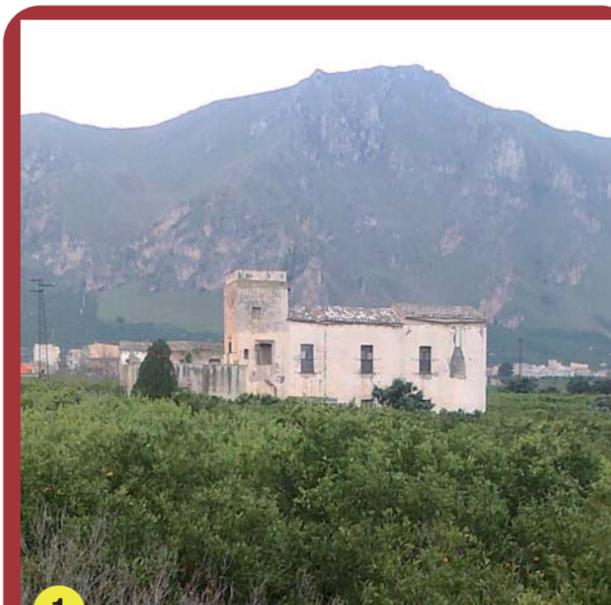
### 2) Progetto: S.F.I.D.E. – Scuole Famiglie Integrazione contro la Dispersione scolastica e l'Esclusione sociale

**Luogo:** Napoli

**Ambito:** Educazione dei giovani

**Sito web:** [www.ltmong.org](http://www.ltmong.org)

**Obiettivo:** valorizzare le potenzialità e la crescita culturale dei giovani residenti nella III e IV Municipalità di Napoli. Le iniziative messe in campo saranno volte alla prevenzione dell'insuccesso scolastico, al recupero dei minori a rischio di dispersione, all'emersione delle competenze personali e professionali, al contrasto dell'illegalità e del bullismo. e alla promozione dell'inclusione sociale dei minori migranti. Saranno svolte attività di Counseling e Coaching sia per i ragazzi sia per le loro famiglie, laboratori didattici e motivazionali, interventi di orientamento e avviamento al lavoro. Per gli operatori sociali e i docenti saranno realizzate attività di formazione. Infine, sarà condotta una ricerca-azione sulle condizioni di giovani e minori migranti sui territori oggetto dell'intervento. Il progetto coinvolge circa 200 ragazzi e 100 genitori.



1

**PROGETTO**  
MandarinArte, idee (auto) sostenibili contro la mafia

**LUOGO:**  
Palermo

**AMBITO:**  
Beni confiscati

**SITO WEB:**  
[www.mandarinarte.org](http://www.mandarinarte.org)



2

**PROGETTO**  
S.F.I.D.E. – Scuole Famiglie Integrazione contro la Dispersione scolastica e l'Esclusione sociale

**LUOGO:**  
Napoli

**AMBITO:**  
Educazione dei giovani

**SITO WEB:**  
[www.ltmong.org](http://www.ltmong.org)



3

**PROGETTO**  
Aiatamundi

**LUOGO:**  
Area intercomunale di Marina di Gioiosa Ionica, Grotteria, Mammola, Gioiosa Ionica, Martone, San Giovanni di Gerace.

**AMBITO:**  
Sviluppo locale

**SITO WEB:**  
[www.aiutamundi.com](http://www.aiutamundi.com)



4

**PROGETTO**  
San Paolo Social Network

**LUOGO:**  
Bari, quartiere San Paolo

**AMBITO:**  
Sviluppo locale

**SITO WEB:**  
[www.sanpaolosocialnetwork.it](http://www.sanpaolosocialnetwork.it)

**3) Progetto: Aiutamundi**

**Luogo: Area intercomunale di Marina di Gioiosa Ionica, Grotteria, Mammola, Gioiosa Ionica, Martone, San Giovanni di Gerace.**

**Ambito: Sviluppo locale**

**Sito web: [www.aiutamundi.com](http://www.aiutamundi.com)**

**Obiettivo:** promuovere il benessere complessivo delle comunità di riferimento favorendo una serie di servizi attraverso l'attivazione di un sistema di mutuo-aiuto tra i cittadini, coinvolgendo circa 6 mila soggetti. Adesso è attivo il Servizio di Trasporto alle persone non autosufficienti, Lo Spazio Bambini, servizio di animazione, ricreazione e aiuto allo studio rivolto ai bambini dai 4 agli 8 anni. Gioco Scuola, per bambini e ragazzi dai 6 ai 14 anni e Servizi per le imprese, dedicato ad Enti e Imprese della Vallata del Torbido (comuni di Marina di Gioiosa Ionica, Gioiosa Ionica, Mammola, Martone, Grotteria e San Giovanni di Gerace). I servizi rientrano nel progetto Aiutamundi di cui è capofila il Gruppo Cooperativo GOEL. In seguito saranno attivati altri importanti servizi per il territorio.

**4) Progetto: San Paolo Social Network**

**Luogo: Bari, quartiere San Paolo**

**Ambito: Sviluppo locale**

**Sito web: [www.sanpaolosocialnetwork.it](http://www.sanpaolosocialnetwork.it)**

**Obiettivo:** rivitalizzare il quartiere San Paolo di Bari attraverso un insieme integrato di azioni realizzate attraverso tre macro direttive: Riqualificazione, condivisione e valorizzazione dei beni comuni già presenti nel quartiere - Animazione culturale, promozione della legalità e comunicazione sociale - Creazione di un hub sociale. Per tanto saranno rafforzati i presidi di supporto psico-sociale, avviati percorsi di formazione professionale e laboratori di teatro, cinema e arti grafiche, corsi di basket e ciclismo. Punto fondamentale del progetto è l'Hub, struttura creata all'interno del Centro Direzionale di Piazza Europa, da antidoto alla marginalità sociale e geografica vissuta in passato dal quartiere. Nell'Hub si incrociano e diventano disponibili i saperi, le esperienze e le risorse del territorio attraverso l'attivazione di strumenti di comunicazione e aggregazione innovativi centrati sull'intercultura e i social network. Circa 5.000 saranno i beneficiari del progetto.

**5) Progetto: Riaccendiamo l'ambiente**

**Luogo: Parco Nazionale del Vesuvio (provincia di Napoli)**

**Ambito: Tutela ambientale**

**Sito web: [www.riaccendiamolambiente.it](http://www.riaccendiamolambiente.it)**

**Obiettivo:** ha come scopo principale la salvaguardia ambientale attraverso laboratori e percorsi tematici finalizzati alla conoscenza e alla tutela del patrimonio naturalistico, ma anche socio-culturale del territorio vesuviano (Parco Nazionale del Vesuvio), e alla prevenzione degli incendi. Il progetto vede coinvolti circa 900 ragazzi delle scuole primarie e secondarie. L'iniziativa, prevede una serie di macroazioni: comunicazione integrata; percorsi di educazione ambientale strutturati in laboratori con attività pratiche sul campo; formazione tecnico-specialistica dei volontari della protezione civile; azione di vigilanza antincendio attraverso gli "angeli del Parco". Per verificare l'impatto sul territorio, dato da tutte le azioni, il progetto prevede la realizzazione di un sondaggio da somministrare ai cittadini coinvolti nelle attività di educazione ambientale. La rilevazione e l'analisi saranno svolte sia nella fase di avvio sia nella fase conclusiva delle singole iniziative, al fine di misurare i cambiamenti intervenuti nei partecipanti relativamente a conoscenze e atteggiamenti in materia ambientale.

**6) Progetto: Il distretto culturale dell'habitat rupestre**

**Luogo: Matera, Melfi, Oppido Lucano, Filiano**

**Ambito: Patrimonio storico – artistico – culturale**

**Sito web: [www.distrettohabitatrupestre.it](http://www.distrettohabitatrupestre.it)**

**Obiettivo:** valorizzare il patrimonio storico-culturale che va da Melfi a Metaponto attraverso la realizzazione di un Distretto Culturale dell'Habitat Rupestre; organismo unico assicura una gestione coordinata, senza vincoli di nessun tipo, delle attività di valorizzazione del patrimonio culturale che hanno come fine ultimo lo sviluppo socio-economico e culturale del distretto. Nell'ambito del progetto è stata realizzata l'iniziativa "Matera 100%", finalizzata alla promozione del patrimonio culturale locale ed avente come principali destinatari i residenti nella Città dei Sassi. L'iniziativa intende infatti promuovere la conoscenza del patrimonio culturale locale da parte dei cittadini materani, nella convinzione che i primi testimoni e custodi del patrimonio storico, artistico e culturale di un territorio siano le popolazioni residenti. Un altro tassello fondamentale per la costruzione del Distretto Culturale dell'Habitat Rupestre è dato dalla qualificazione e riqualificazione delle risorse umane operanti nella filiera turistico-culturale e degli stessi cittadini che agli occhi del turista rappresentano l'immagine viva dell'identità del territorio.



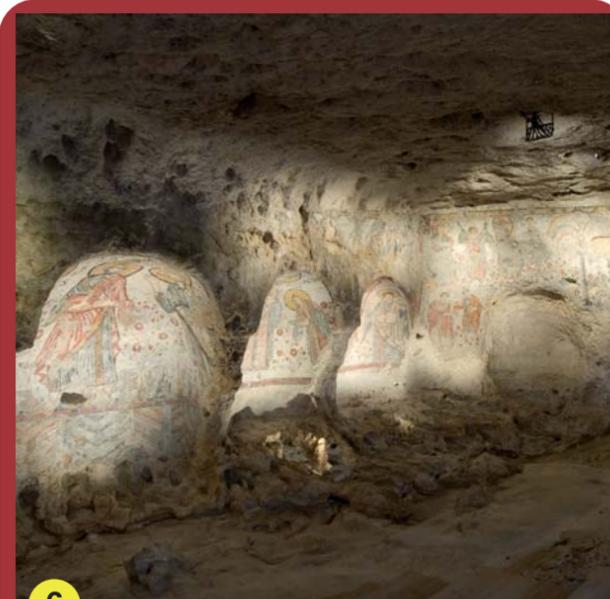
5

**PROGETTO**  
Riaccendiamo l'ambiente

**LUOGO:**  
Parco Nazionale del Vesuvio (provincia di Napoli)

**AMBITO:**  
Tutela ambientale

**SITO WEB:**  
[www.riaccendiamolambiente.it](http://www.riaccendiamolambiente.it)



6

**PROGETTO**  
Il distretto culturale dell'habitat rupestre

**LUOGO:**  
Matera, Melfi, Oppido Lucano, Filiano

**AMBITO:**  
Patrimonio storico – artistico – culturale

**SITO WEB:**  
[www.distrettohabitatrupestre.it](http://www.distrettohabitatrupestre.it)

# DAL QUARTIERE SANITÀ

## INTERVISTA AL PARROCO DON ANTONIO LOFFREDO

di Luca Napolano

**V**alorizzare le risorse umane e artistiche della città per il benessere della collettività. Questo è l'obiettivo di un'importante iniziativa in corso da alcuni anni, a Napoli, nel noto Quartiere Sanità. A causa anche della sua conformazione urbanistica, affossato all'interno delle colline, il rione Sanità è sempre apparso distaccato dal resto della città tale da sembrare una periferia all'interno della città, ciò ha favorito la concentrazione di clamorose contraddizioni sociali e lo sviluppo di un terreno fertile per la criminalità. A portare avanti l'importante progetto di valorizzazione sociale e culturale di questo Rione è don Antonio Loffredo, parroco della basilica di Santa Maria della Sanità. Quando si dice "l'abito non fa il monaco" questo è il caso dirlo; sotto l'abito talare si nasconde quello che potremmo definire un manager del sociale. Da dieci anni, don Antonio, è impegnato con i giovani del quartiere con i quali ha realizzato 3 cooperative che attualmente offrono lavoro a circa una ventina di ragazzi. In questo modo si è creato un vero e proprio circuito di microimprese che oltre a creare lavoro hanno dato nuove attese ai giovani del Rione. Con loro ha iniziato un percorso di valorizzazione e recupero del patrimonio artistico e culturale della zona, come la basilica di San Gennaro extra Moenia, rimasta chiusa per oltre 40 anni, le Catacombe di San Gaudioso o il convento casa del Monacone trasformato in un B&B per i turisti. Caso esemplare le Catacombe di San Gennaro che sono state recuperate e rese fruibili a tutti abbattendo qualsiasi barriera architettonica e sono state affidate alla cooperativa la Paranza, formata da 11 ragazzi del Rione, che le ha prese in gestione. In poco più di un anno le visite alle Catacombe sono triplicate e si è sviluppato un indotto fatto di piccole cooperative e di artigiani che hanno dato nuova speranza e fiducia ai giovani. Il piglio imprenditoriale don Antonio ce l'ha nel sangue, figlio di un imprenditore, ma in questo caso tutte le capacità e competenze sono state investite per il bene sociale del quartiere in cui opera. Ovviamente, non tutto è stato rose e fiori, le difficoltà ci sono state, in primis quelle di tipo economico e poi quelle burocratiche, porte in faccia ne ha ricevute, soprattutto dalle istituzioni, ma don Antonio con la tenacia e la determinazione di un vero manager le ha affrontate e le ha superate insieme all'aiuto dei ragazzi. Questo modello di fare impresa don Antonio ha avuto modo di illustrarlo al presidente della Repubblica Giorgio Napolitano e a Luca Cordero di Mon-

tezemolo. Tutto ciò è stato reso possibile grazie al contributo economico di molte fondazioni, quali la Fondazione con il Sud che ha creduto e ne ha sostenuto lo start up iniziale.

**Don Antonio, com'è nata l'idea di creare queste attività microimprenditoriali?**

L'idea è nata circa dieci anni fa quando arrivai nel quartiere Sanità, che assomiglia a un vecchio ghetto per la presenza del ponte. Oltre oltre alle cose negative trovai conservate due risorse importanti: quelle umane e quelle storico artistiche. Così decisi di puntare su di esse risvegliandole e valorizzandole.

**In che modo ha iniziato a valorizzare queste risorse?**

Ho iniziato con un gruppo di ragazzi che non frequentava la scuola. Abbiamo cominciato un percorso di formazione facendoli viaggiare nel mondo, perché in questo modo si ha la possibilità di conoscere, di confrontarsi con gli altri e di allargare le prospettive. Sono stati in Giordania, Terra Santa, Marocco.

### IL SUCCESSO LOCALE

#### LA VALORIZZAZIONE E IL RECUPERO DEL PATRIMONIO ARTISTICO E CULTURALE

Così molti ragazzi hanno ripreso la scuola serale e alcuni addirittura si sono iscritti all'università, come Enzo, che dopo essere stato un anno a Londra ora, si occupa dell'accoglienza dei turisti. In questo modo sta crescendo il capitale umano.

**E poi come sono nate le cooperative?**

Nel quartiere c'erano e ci sono una serie di beni storico e artistici da recuperare, come le Catacombe di San Gennaro, e allora pensai di creare una cooperativa - "La Paranza" - con i ragazzi del quartiere al fine di valorizzare e far conoscere questo patrimonio. Così, con molta fatica, abbiamo restaurato le Catacombe e ora sono i ragazzi a gestirle, ovviamente tutti hanno dovuto impegnarsi a studiare per fornire una professionalità e un'assistenza di qualità. I ragazzi hanno tutti un contratto a tempo indeterminato, perché bisogna dargli una speranza per il futuro. Adesso, oltre a La Paranza, che si occupa anche di organizzare itinerari turistici all'interno del quartiere e gestire il B&B - La Casa del Monacone -, abbiamo altre 2 cooperative: Officina dei Talenti e Iron Angels. La prima ha curato tutto il sofisticato sistema di illuminazione delle Catacombe tan-

t'è che una delle più importanti riviste di luminotecnica ha premiato quest'impianto come il migliore installato in un sito archeologico. In più la cooperativa si adopera anche per la manutenzione di tutti i siti del quartiere. La seconda è un laboratorio creativo del riuso e del riciclo, dove i ragazzi, guidati da Riccardo Dalisi, realizzano oggetti di design per poi venderli.

**Perché recuperare i beni artistici del quartiere?**

Restaurare e valorizzare i beni artistici e monumentali è una priorità assoluta. Essi sono segni distintivi di un territorio, documenti unici. Con l'associazione Altra Napoli Onlus dal novembre 2005 abbiamo cominciato un percorso di riqualificazione urbanistica e di riscatto sociale, coinvolgendo i giovani. In questi anni sono stati recuperati dal degrado e dall'abbandono chioschi, giardini, chiese, case canoniche. Tutti luoghi poi destinati alla realizzazione di strutture ricettive, di accoglienza e di formazione, spazi per l'aggregazione, l'artigianato, il lavoro.

**Come imparano il "mestiere" i ragazzi?**

Tutti i ragazzi delle cooperative sono guidati da vari professionisti, elettricisti, storici, design, che mettono a disposizione gratuitamente la loro professionalità per i ragazzi.

**C'è stato qualcuno che ha creduto in voi e vi ha aiutato?**

Sì, abbiamo iniziato il nostro lavoro con pochissime risorse pubbliche. Abbiamo chiesto aiuto ai privati e alle fondazioni che hanno investito quasi tre milioni di euro. Quindi, a risultati ottenuti, è aumentata la fiducia.

**Le istituzioni e la scuola hanno creduto in voi?**

No, meglio non scomodarle perché adesso già così sono economicamente precarie e poi tutto quello che sfugge alla mentalità statalista non è preso in considerazione. Spesso abbiamo invitato i vari rappresentanti, ma non sono mai venuti.

**E la chiesa vi ha aiutato?**

La chiesa di Napoli ci ha messo a disposizione gli spazi da recuperare e valorizzare a beneficio degli abitanti del Rione.

**Qual è il vostro modo di fare impresa?**

Tutti i nostri progetti mirano all'autosostentamento, noi siamo contro l'assistenzialismo. In più ci teniamo molto ai rapporti umani, ci basiamo sulla componente fraterna per fare impresa, tra noi ci piace dire "fratm" (mio fratello) per questo creiamo delle piccole cooperative, i grandi numeri non ci piacciono. Inoltre questo modello d'impresa è replicabile ovunque sussistono due condizioni che sono difficili da non trovare: la di-

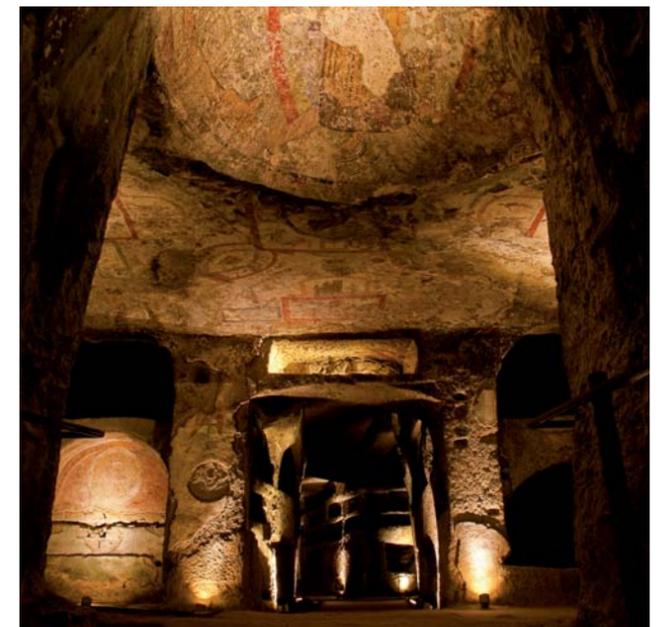
soccupazione, che non manca mai, e le risorse storiche e artistiche, queste ultime sono quelle che danno da mangiare.

**Vi ispirate a qualche modello in particolare?**

Noi abbiamo sempre in mente il "Patto di Famiglia" stipulato nel 1737 da Maria Luisa De Medici secondo il quale i tesori artistici e culturali di uno stato devono essere valorizzati e rimanere all'interno delle città per ornamento e decoro dello Stato, per utilità del Pubblico e per attirare la curiosità dei Forestieri. Grazie a questo patto Anna Maria Luisa permise a Firenze di non perdere nessuna opera d'arte e di non subire la sorte di altre città, letteralmente svuotate nel tempo di tutti i tesori artistici e culturali. Questo è il modello cui ci ispiriamo.

**A chi lancerebbe un appello per continuare questo lavoro?**

A tutti quelli che hanno voglia di investire nell'arte. Anche sostenendo l'iniziativa che abbiamo lanciato, "Teniamo in vita il passato" che prevede di adottare il recupero di un bene storico del quartiere da parte di privati.



In dieci anni, Don Antonio Loffredo ha realizzato tre cooperative e coinvolto circa venti ragazzi del quartiere Sanità di Napoli per riaprire la Basilica di San Gennaro extra Moenia, le Catacombe di San Gaudioso e il convento casa del Monacone, quest'ultimo trasformato in un B&B per i turisti.

# PRIMAVERA DA SCOPRIRE...



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

  
**Madura Viaggi**  
TURISMO & CULTURA

via Bartolo Longo 68/A  
Ponticelli (Na)  
Tel: 081.5966922 - 081.5771399  
Fax: 081.5771001  
[www.maduraviaggi.it](http://www.maduraviaggi.it)  
[info@maduraviaggi.it](mailto:info@maduraviaggi.it)

# Lucio fashion maker

di Vitale Esposito

**S**comparso prematuramente lo scorso 1 marzo all'età di 68 anni, Lucio Dalla ha scritto pagine indimenticabili della storia della musica italiana. Polistrumentista eclettico e raffinato, oltre che cantautore unico nel suo genere, era appassionato di sport e di mare: la sua barca con tanto di studio di registrazione allestito a bordo, è un vero e proprio gioiello. Noi di "dodici", inoltre, lo ricorderemo per quello stile "anarchico", tipico di chi la moda se la fa da sé, che ne ha sempre caratterizzato ogni apparizione pubblica e composto da occhialini tondi, borsalino e anelli d'oro, oltre che collane etniche e zuccotti.

Napoli nel cuore  
come una poesia

**A**ppassionato di Napoli e del dialetto napoletano, durante un'intervista ha dichiarato: «La bellezza di Totò è la bellezza di Napoli. Napoli sembra una città, ma è una nazione (...) Io non posso fare a meno, almeno due-tre volte al giorno di sognare di essere a Napoli. Sono dodici anni che studio tre ore alla settimana il napoletano, perché se ci fosse una puntura da fare intramuscolo, con dentro il napoletano, tutto il napoletano, che costasse 200mila euro io me la farei, per poter parlare e ragionare come ragionano loro da millenni.»



# Tendenza animale

di Vitale Esposito

**L**a medusa, il cocodrillo e il fenicottero. Sono i tre eleganti protagonisti della linea "Fashion animals" di Cheap Industry, realizzati in plexiglass specchiato o opalino satinato, rifiniti a mano e rigorosamente made in Naples. La più recente creazione del collettivo di stile nato nel 2009 dall'unione delle tre giovani designer napoletane - Laura Calandriello, Valeria Iodice e Rossella Ogliarulo - mantiene fede all'obiettivo di ideare e realizzare accessori non solo decorativi ma anche comunicativi.



lifestyle  
94



dodici  
95



**Flamingo Necklace**  
Fenicottero sinuoso e altero in plexiglass specchiato rosa tagliato e inciso al laser 20 €



**Jellyfish Necklace**  
Una fluttuante medusa in plexiglass bianco opalino tagliato al laser 25 €



**Mr. Crocodile Necklace**  
Cocodrillo stilizzato e geometrico in plexiglass specchiato verde tagliato e inciso al laser 28 €



La soluzione ai problemi  
di manutenzione  
del vostro condominio



**RIDUCIAMO I TEMPI DI INTERVENTO**

eliminiamo i tempi di montaggio e smontaggio dei ponteggi

**ELIMINIAMO IL RISCHIO DI FURTI**

legati alla presenza di ponteggi e impalcature

**RIDUCIAMO AL MINIMO I DISAGI**

per gli inquilini del condominio e del vicinato

**USIAMO NOSTRE PIATTAFORME AEREE**

ci adattiamo a tutte le facciate e coperture condominiali

Riparazioni frontolini, cornicioni, spigoli, infissi, tendaggi esterni.  
Sostituzione canne fumarie, tegole, gronde, antenne, pluviali, tubi.  
Impermeabilizzazione, imbiancamento, intonaco, scrostature.  
Spiccionare e/o demolire parti pericolanti.  
Installazione sistemi antivolatili, dissuasori meccanici, linee elettrificate, reti antintrusioni.  
Realizzazione carpenterie metalliche, sigillature, verniciature.

**Contattaci per un sopralluogo ed un preventivo gratuito**

AEREA & AEREA S.r.l.  
Via Orazio N°12 - 80013 Casalnuovo di Napoli  
Tel 081.5223905/06 - Fax 081.8425001 - e-mail: info@aereasrl.it  
www.aereasrl.it - www.piattaformealleggio.it

gruppo   
SOL GRU MRELLI & C. s.r.l.

# Distribuzione

## Napoli

Libreria Guida Port'Alba  
Via Port'Alba 20/23, 80134  
Libreria Guida Nola  
Vico Duomo 19, 80035  
Link Campus University  
Viale Sant'Ignazio di Loyola 51, 80131  
Galleria Hde  
Piazzetta Nilo 7, 80121  
Voga Club Chiaia  
Vico Satriano 3 B, 80121  
Voga Club Vanvitelli  
Piazza Vanvitelli 10 A, 80129

## Salerno

Libreria Guida Salerno  
Corso Garibaldi 142 b/c, 84100

## Caserta

Libreria Guida Caserta  
Via dei Caduti sul lavoro 29/33, 81100 Caserta  
Libreria Guida Capua  
Corso Gran Priorato di Malta 25, 81043

## Avellino

Libreria Guida Avellino  
Galleria Magnolia  
Corso Vittorio Emanuele 101, 83100  
Libreria Guida Ariano Irpino  
Corso Europa 28, 83031

## Benevento

Libreria Guida Benevento  
Via Francesco Flora 13/15, 82100

## Roma

Link Campus University  
Via Nomentana 335, 00162  
Accademia Achille Togliani  
Via Nomentana 1018, 00137  
Cinema Azzurro Scipioni  
Via degli Scipioni 82, 00192  
Cioccolateria Fascino napoletano  
Via Tolemaide 14, 00192

## Modena

Università degli Studi di Modena  
e Reggio Emilia, Via Università 4, 41121

## Reggio Emilia

Università degli Studi di Modena  
e Reggio Emilia, Viale A. Allegri 9, 42121

## Palermo

Link Campus University  
Via Isidoro La Lumia 7, 90139

## Catania

Link Campus University  
Viale Kennedy 10, 95121

## Prossimamente anche a:

Bari, Lecce, Potenza,  
Matera, Cosenza, Catanzaro

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



architesto  
gruppo editoriale

*express your thoughts*

Società editrice e commerciale:  
Architesto s.r.l.  
Corso Vittorio Emanuele 167/3  
80121 Napoli  
[commerciale@architesto.com](mailto:commerciale@architesto.com)



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

Email: [info@cargomar.it](mailto:info@cargomar.it)

Lo Shipping... La Nostra Passione... al Servizio del Vostro Business

**Naples Head Office:**

Via Botteghelle, 242  
80147 Napoli (Italy)  
Ph: +39 081 5846569  
Fax: +39 081 2509672

**Parma Branch:**

Via Borgo delle Colonne, 2  
43100 Parma (Italy)  
Ph: +39 0521 233723  
Fax: +39 0521 633344

**Gioia Tauro Branch:**

1a Zona Ind.le -Via Contrada Lamia  
89013 Gioia Tauro (Italy)  
Ph: +39 0966 506649  
Fax: +39 0966 506395