

MASTER DELLA SCUOLA DI GIORNALISMO "WALTER TOBAGI" DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO/IFG

MM

Quindicinale N. 16 - 17 Dicembre 2017

OLIMPIONICI DA TASTIERA

I videogiocatori professionisti invadono Milano
E con il joystick in mano sognano una medaglia

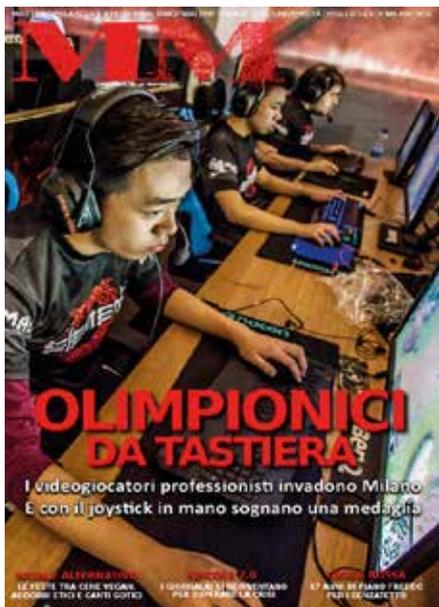
NATALE ALTERNATIVO
LE FESTE TRA CENE VEGAN,
ADDOBBI ETICI E CANTI GOTICI

EDICOLE 2.0
I GIORNALAI SI REINVENTANO
PER SUPERARE LA CRISI

CROCE ROSSA
17 ANNI DI PIANO FREDDO
PER I SENZATETTO

Sommario

17 Dicembre 2017



In copertina: videogiocatori alle finali dell'eSports live competition
Foto di Pro Gaming Italia

3 La città della scienza, nonostante Ema
di Giovanna Pavesi

4 Mamma ho perso il Natale
Rottamate anche le tradizioni
di Giulia Giacobini

8 Quando la vita si fa strada:
una notte a casa dei senzatetto
di Giulia Riva

10 Alle Olimpiadi
con joystick e tastiera: fate largo
ai campioni degli eSports
di Jacopo Bernardini

12 Chi sei, Milano?
(E come ti vendo?)
di Manuela Gatti

14 Riviste, tecnologia e...
happy hour. Le edicole
si preparano al futuro
di Giacomo Detomaso

16 Il terreno fertile
dell'high-tech
di Massimo Ferraro

17 Il baratto
come business solidale
di Lorenzo Nicolao

18 Professione maggiordomo.
Un lavoro che non conosce crisi
di Nicola Baroni

20 Cinque domande a...
Massimo Crucitti,
counselor dell'associazione
«Uomini non violenti si diventa»
di Giovanna Pavesi

al desk

Massimo Ferraro
Lorenzo Nicolao
Giovanna Pavesi
Giulia Riva

Con il sostegno
della
Fondazione Cariplo

Quindicinale della
Scuola di giornalismo
"Walter Tobagi"
dell'Università degli Studi di Milano/Ifg

Piazza Indro Montanelli 14
20099 Sesto San Giovanni - Milano

Indirizzo e-mail
giornalismo@unimi.it

direttore responsabile
Venanzio Postiglione

vice direttore
Claudio Lindner

direttore della Scuola
Nicola Pasini

coordinamento di redazione
Valeria Valeriano

Segreteria del Master
Tel.+390250321731
lunedì - venerdì dalle 9 alle 15

E-mail: elisa.sgorbani@unimi.it

MIM

(registrazione Tribunale di Milano
N°321 del 9 - 05 - 2006)

STAMPA-Loreto Print
via Andrea Costa, 7 - 20131
Milano



6 ~~Per~~ Chi suona la campana
di Marco Procopio



Foto di Marco Procopio

La città della scienza, nonostante Ema

di GIOVANNA PAVESI
@GioEmmaPi

Un luogo favorito, da mesi. Due buste. Tredici voti. Un pareggio inaspettato. 1.078,3 km di distanza tra le due città rimaste in competizione. Poi, il sorteggio. Con la monetina. Una decisione inadeguata, secondo alcuni, per una scelta così complessa. Perché il caso, questa volta, ha decretato l'assegnazione della nuova sede dell'Ema, l'Agenzia europea per i medicinali, costretta a lasciare Londra dopo la Brexit. E la monetina ha scelto Amsterdam. E non Milano, in testa nelle prime due votazioni. Posti di lavoro, investimenti e ricadute economiche. Uno studio condotto dall'Università Bocconi ha parlato di un indotto di 7 miliardi di euro (una stima per eccesso), di 325 milioni di budget annuale destinato dall'agenzia alla gestione ordinaria della struttura e dei consumi di centinaia di dipendenti e delle loro famiglie, che avrebbero potuto raggiungere 40 milioni l'anno.

Il Pirellone di Giò Ponti, che ha ispirato il Pan Am Building di New York e ha resistito allo schianto

di un aereo nel 2002, avrebbe dovuto accogliere 900 persone. Che, invece, lavoreranno al Vivaldi Building, un edificio ancora da costruire nella periferia della capitale olandese, tra un'autostrada e una ferrovia.

Milano, che nel suo dossier aveva puntato sull'efficienza e sulla ricaduta tecnologica e territoriale, forse ha dato la vittoria per scontata. E ha perso la scommessa. Ma non tutto è perduto. Perché la città sta puntando a diventare un centro di riferimento europeo anche nel settore scientifico e della salute. E ci sta riuscendo, nonostante abbia perso Ema. L'area Expo, a Rho Fiera, sarà un polo di ricerca, con un progetto di riconversione che prevede la creazione di un Parco della Scienza, con il nuovo campus dell'Università Statale, Human Technopole, che comprenderà sette centri e inserirà 1.500 ricercatori entro il 2023, e l'Ospedale Galeazzi. Nelle aree ex Falck sorgerà la Città della Salute e della Ricerca, dove si trasferiranno l'Istituto Nazionale Neurologico Carlo Besta e l'Istituto Nazionale dei Tumori.

Perché a Milano anche la scienza non si ferma mai.



Mamma ho perso il Natale Rottamate anche le tradizioni

Jingle Bells e ravioli in brodo, addio. Il 25 dicembre è vegan e gotico

di GIULIA GIACOBINI
@GiuliaGiacobini

C'è un folto abete in piazza Duomo. È alto 25 metri e decorato con luci a led che non si spengono nemmeno di notte. I turisti si fermano ad ammirarlo, si scattano selfie. Non riescono a prenderlo tutto, si piegano, riprovano. Ridono. Non sanno che a Milano il Natale non si festeggia più come prima e quel sempreverde è un superstite della rivoluzione in corso che ha sostituito i ravioli in brodo con le lasagne di grano saraceno, le hit di Dean Martin con le canzoni gotiche e i desideri degli amici con quelli dei bisognosi. Cambiamenti legittimi in una città che innova tutto, feste cristiane comprese, e risparmia solo il presepe e Babbo Natale. D'altronde Santa Claus è anziano e agli anziani si porta rispetto. Tutto il resto, invece, può andare via, alberi di Natale compresi.

Gli abeti sono scomparsi in zona Brera. Accanto all'entrata delle boutique ora ci sono sagome di legno, pensate per essere appoggiate alla parete e addobbate con un filo di luce o una ghirlanda. Sono approdate nel distretto del design dopo aver invaso la Rete e le case dei radical chic, folgorati da quest'inno alla semplicità che quasi mai fa rima con povertà. I nuovi alberi di Natale in legno certificato sono basilici, minimalisti pardon, leggeri e soprattutto non sporcano come una pianta vera. Che è bella quanto ti pare, ma quanti aghi perde? Nelle vetrine di via Palermo si trovano anche le strutture in acciaio che popolano in Rete insieme a magneti e adesivi a forma di sempreverde. E gli alberi in plastica? Ci sono ma rischiano di svanire. Sono sei anni che il Wwf pubblica il "decalbero", un vademecum del Natale sostenibile in dieci mosse dove al punto uno c'è

scritto: «Scegliete il ginepro, l'arancio o il limone. Li trovate nell'orto di casa e potete ripiantarli dopo le feste». E se uno vive a Milano e l'orto non ce l'ha? Basta andare avanti a leggere. «Se non li trovate, optate per alberi realizzati con materiale riciclato come lattine e bottiglie».

Le nuove tendenze hanno spazzato via anche i piatti tipici della tradizione lombarda, a partire da quell'anguilla coi *faseu* che andava tanto di moda nei Navigli. Per accorgersene, basta fare un salto in libreria. Le new entry sono tutte racchiuse in un libro: *Il Mio Natale è vegan!*, scritto dal food



The Spleen Orchestra - Tim Burton Show



Due ricette dal libro
Il mio Natale è vegan, di Manuel Marcuccio:
una torta speziata di carote viola e formaggio
e una millefoglie al pan di zenzero.
In fondo, alberi etnici in ceramica
in vendita al Banco Garabombo



blogger Manuel Marcuccio ed edito da Eifis. «Non sono un nutrizionista e non ho mai parlato di cucina sana. Mi piace giocare con gli ingredienti, vedere cosa esce fuori», spiega. Nel suo libro ci sono trenta ricette, sei per ogni menù. «Si inizia con un drink, un cocktail alcolico da offrire ai propri ospiti prima del pasto». Alcune pietanze hanno nomi esotici e, se si riesce a pronunciarli, si è già a metà dell'opera. Altri sembrano familiari ma è solo un'impressione. Lo spezzatino è di seitan anziché di carne, l'arrosto è a base di sedano e rapa e i cordon bleu non contengono prosciutto e formaggio, bensì lupini. Qua e là si può fare anche qualche scoperta interessante. Per esempio, che si possono mangiare le meringhe senza far salire il colesterolo alle stelle proprio adesso che dalle stelle si scende. Basta sostituire l'uovo con l'acqua di cottura dei ceci, che ha pure un nome magico: acquafaba. «Le mie sono proposte, possono piacere o non piacere», dice Marcuccio. «Io mi sono divertito a prepararle per i miei amici e per i lettori del mio blog. Nessuno è obbligato a provarle. Non sono come quei vegani che evitano latte, uova e carne per rispetto degli animali e poi insultano chi non la pensa come loro. Per me essere vegani vuol dire soprattutto vivere in sintonia con ciò che mi circonda, uomini compresi», dice Marcuccio. Dunque è la dieta, non il Natale, a rendere tutti più buoni.

Di certo, anche i regali fanno la loro parte. Ma quali regali? E dove si comprano? Il nuovo centro dello shopping natalizio è Banco Garabombo, il più grande temporary

shop del commercio equo e solidale in Europa, a due passi da Pagano. Quasi cinquecento metri quadrati pieni di stand che vendono calze di bambù, acque costituzionali, olio biologico, candele massaggio, lampade di sale dell'Himalaya che combattono l'elettrosmog e shopper per la spesa che hanno dato una seconda possibilità ai ragazzi di Scampia. Secondo uno studio della Pennsylvania University del 2015 nessuno apprezza i regali etici ma i milanesi non sono d'accordo e continuano a comprarli. Qualcuno ha addirittura deciso di adottare un orso polare. Ma non è tutto. A Milano nemmeno la musica è immune al cambiamento. Laura Pausini e Sia hanno provato a rilanciare *Let it snow*, celebre hit di Sammy Cahn e Jule Styne, ma quest'anno in città si suona altro.

Bianco Natale nelle Chiese, *Last Christmas* nelle discoteche e *This is Halloween* al Live Music Club di Trezzo sull'Adda, dove si terrà l'unico concerto previsto a Milano per il 25 dicembre. A salire sul palco sarà The Spleen Orchestra - Tim Burton Show,

una band brianzola che reinterpreta le canzoni dei film di Tim Burton. Segni distintivi? Abiti gotici, bocche cucite, occhi neri e bare in scena, soprattutto quando è ora di far rivivere l'atmosfera di *Nightmare before Christmas*. Insomma, non il solito coro gospel di Sant'Ambrogio. «Le nostre esibizioni sono spettacoli teatrali. Ci sono cambi d'abito ed effetti scenici», spiega Silvano Cibin, pianista e fondatore del gruppo. «Noi cerchiamo di suonare ogni brano alla nostra maniera, magari mettendo il pianoforte dove c'è un arpeggio di chitarra, o i violini al posto della fisarmonica, e di creare un contatto col nostro pubblico fatto di persone che amano i mostri di Tim Burton e fanno i cosplay». Nei progetti futuri della band c'è un cd. «Un progetto che abbiamo a lungo sottovalutato ma vorremmo portare a termine».



~~Per~~ Chi suona la campana

Negli anni Settanta l'elettricità ha sostituito il sistema a corde. Ma c'è qualcuno che difende ancora l'antica arte dei campanari

di MARCO PROCOPIO
@marcoprocs

Non ha le mani rovinare dai calli, non ha la gobba, non vive nelle oscure sommità di un campanile. Si chiama Alessandro Cucchi, è un quindicenne milanese e frequenta le scuole superiori. Nel tempo libero, però, fa il campanaro. «Quando ero piccolo andavo sempre in vacanza con i miei genitori a Rocca Grimalda, nell'alto Monferrato. E ogni volta che a mezzogiorno sentivo i rintocchi delle campane, dovevo per forza fermarmi ad ascoltarle. Ne ero incantato». Mentre racconta, Alessandro si inerpica con piede sicuro per le scale strette e anguste del campanile, stando bene attento a scansare le ragnatele che infestano questo luogo. «Qualche anno fa ho scoperto che esisteva un gruppo di appassionati, la Federazione campanari ambrosiani, e ho deciso di iscrivermi. Mi hanno insegnato tutto delle campane, la storia, il meccanismo, le tradizioni». Da allora Alessandro, ogni domenica alle 10:30, si occupa di suonare le campane della sua parrocchia, la chiesa dei Santi Nazaro e Celso alla Barona, nella zona sud di Milano. «Purtroppo il mestiere del campanaro sta scomparendo, oggi la maggior parte delle chiese è dotata di campane a meccanismo

elettrico. Con un computer si può programmare anche l'orario al quale farle suonare», aggiunge. A partire dagli anni Settanta, infatti, i campanili hanno subito un processo di elettrificazione. Le tradizionali corde sono state sostituite dai computer che, tramite una rete di catene e un motore elettrico, permettono di azionare le campane anche solo un bottone. Raramente si è scelto di mantenere entrambi i meccanismi, mentre sono ancora di meno le chiese in cui è rimasto solo il sistema manuale. A Milano le principali sono la chiesa di San Pio V, vicino alla fermata Lodi della metropolitana, la chiesa di San Giorgio a Palazzo in via Torino, l'abbazia di Chiaravalle, la chiesa di San Francesco di Paola in Montenapoleone e quella dove suona Alessandro, nel quartiere Barona.

«Ecco le mie campane. Sono cinque in tutto e insieme formano un "concerto" in tonalità Mi», spiega indicandole. Dalla sommità del campanile la vista è mozzafiato, all'orizzonte si può scorgere il Monte Rosa imbiancato dalla neve. «Sono state realizzate nel 1929 dalla fonderia dei fratelli Barigozzi, ma le due più grandi sono state rifuse negli anni Cinquanta». Durante la guerra, infatti, capitava spesso che alcune campane venissero requisite per realizzare le armi. «Un vantaggio per l'esercito, ma anche un modo per ricordare ogni giorno alla popolazione che il Paese si trovava in guerra. Le campane rimaste non potevano più riprodurre scale melodiche complete e questa anomalia era percepita da tutti». Mentre parla, Alessandro controlla spesso l'orologio. Fra poco dovrà suonare le campane, perciò torniamo in fretta alla base del campanile. Alle 10:30 precise poggia le mani sulle corde, ruvide e spesse, e inizia a tirarle, passando da una all'altra ritmicamente. «Questo modo di suonare è chiamato "a distesa", è adatto per tutti i giorni e non segue uno schema preciso», chiarisce.

«Durante le festività, invece, si preferisce il suono "a concerto solenne": tutte le campane vengono portate "a bicchiere", cioè rivolte verso l'alto; poi un maestro inizia a "chiamarle" in sequenza e ciascun campanaro deve liberare la propria, facendola ruotare di quasi 360 gradi e riportandola alla posizione iniziale. È così che si ottengono le scale musicali e persino alcune melodie». Finito l'ultimo rintocco, Alessandro si sfrega le mani un po' arrossate dallo sforzo e



Foto di Marco Procopio

usciamo sul piazzale della chiesa. Qui incontriamo per caso Mario Fedoni, un anziano che fa parte del coro. «Durante le festività mi capita di suonare le campane insieme ad alcuni amici. Ma è solo un passatempo, il vero campanaro è Alessandro», dice divertito. Una passione, la sua, che ha radici lontane. «Quando ero piccolo le campane erano un modo per comunicare, c'era una melodia per ogni circostanza. Ad esempio, nel caso di un funerale, ascoltandole con attenzione si capiva se fosse morto un uomo, una donna, uno straniero o un ecclesiastico. Poi dagli anni Cinquanta è cambiato tutto, i paesi hanno iniziato a spopolarsi e le campane hanno smesso di scandire la vita delle persone».

Anche se l'arte campanaria sta lentamente scomparendo, c'è chi questa tradizione tenta di recuperarla. Nel 2008 è nata a Milano la Federazione campanari ambrosiani, di cui fa parte anche Alessandro Cucchi, con lo scopo di riunire tutti i campanari sparsi per la diocesi. L'appuntamento con il presidente Corrado Codazza è nella sua parrocchia, la chiesa di San Pio V in zona Calvairate. «Organizziamo eventi, concerti e visite guidate sui campanili. Abbiamo molto successo, il nostro associato più piccolo ha 10 anni», spiega. «Spesso infatti ci si dimentica che le campane sono uno strumento musicale. E come tutte le cose artigianali, hanno un'espressione e una personalità che quelle elettrificate non possono avere, con le loro melodie pre-registrate tali da sembrare tutte uguali». Mentre parliamo, Codazza apre la botola che porta alla cella campanaria. «Più di vent'anni fa ho scoperto che in questa chiesa è custodito un piccolo tesoro. Si tratta di una tastiera, che ho restaurato io stesso», racconta con orgoglio, sollevando il grosso telo di plastica che la ricopre. «Le campane a sistema ambrosiano possono essere suonate non solo a corde, ma anche con una tastiera. E questa è l'unica rimasta ancora in funzione in tutta la città». Costruita in ferro battuto e collegata con un sistema di rinvii direttamente al battaglia delle campane, la tastiera permette al campanaro di suonare da solo intere melodie, come l'Ave Maria di Lourdes o l'Inno alla gioia. «Per



Alessandro Cucchi mentre suona una campana della sua chiesa a Barona. Nella pagina accanto, il panorama dal campanile e la rara tastiera conservata a San Pio V

farlo bisogna letteralmente prendere a pugni i tasti di legno e seguire uno spartito. È più faticoso rispetto alle corde, ma il risultato è eccezionale». La chiesa di San Pio V ha la sua preziosa tastiera, ma c'è un'altra chiesa, situata nell'estrema periferia sud di Milano, che può fregiarsi di un tesoro altrettanto unico. Si tratta dell'abbazia di Chiaravalle, un complesso monastico cistercense fondato da San Bernardo nel dodicesimo secolo. «All'interno della torre nolare, detta *Ciribiciaccola* in dialetto milanese, è custodita la campana più antica della diocesi ambrosiana», spiega Codazza. Fusa nel 1453 dal maestro Glaudio da San Martino e soprannominata "La Bernarda" in onore del santo di Chiaravalle, è suonata ancora oggi con una corda per richiamare i monaci alla preghiera. «La leggenda narra

che durante la cerimonia di fusione le donne del paese furono invitate a gettarvi i propri ori, così da rendere il suono della futura campana più armonioso. In realtà pare che quegli ori non finirono affatto nella fusione, bensì in tasche altrui». Misteri che hanno reso celebre la torre, tanto da dedicarle un'antica filastrocca che comincia così: *Sora del campanin de Ciaravall / gh'è una ciribiciaccola / Con cinqcentcinquantacinq ciribiciaccolitt...* «Qualcuno potrebbe pensare che siamo anacronistici», precisa Codazza prima di salutarci. «Noi in realtà sappiamo bene che il mondo è cambiato e che le campane elettrificate servono a sgravare i compiti del sacrista. Quello che chiediamo è solo di mantenere anche il sistema a corde, per preservare una tradizione che fa parte della nostra storia».

Quando la vita si fa strada: una notte a casa dei senzatetto

In viaggio con la Croce rossa tra chi ha perso (quasi) tutto

di GIULIA RIVA
@rivajuls

Quasi 17 anni di servizio, con circa 10mila chilometri percorsi e oltre 12mila razioni di cibo distribuite ogni anno. Se l'unità di strada sestese della Croce rossa italiana fosse un calcolo matematico, questi sarebbero i fattori. A cui andrebbero aggiunti i 35 volontari che ogni mese, tre sere a settimana – il lunedì, il mercoledì e il venerdì – pattugliano le strade per fornire assistenza ai senzatetto. Ma l'unità di strada non è questione di numeri. Si occupa di persone, di vite vissute. Vite spesso molto diverse tra loro – per età, lingua parlata, provenienza geografica – ma con un punto di (ri)partenza in comune: la strada.

Il comitato Cri di Sesto San Giovanni è stato tra i primi ad aderire al progetto, inaugurato a Milano nel gennaio 2001 durante un periodo di forti nevicate. Col tempo la rete d'assistenza si è allargata sempre più e oggi coinvolge diverse zone dell'hinterland: c'è Bresso, Brugherio, Buccinasco,

Cinisello Balsamo, Cormano, Cusano Milanino, Opera, Paderno Dugnano, Pieve Emanuele e San Donato. Tutti comitati Cri impegnati perché il servizio di pattuglia del territorio con tè caldo, cibo, chiacchiere e coperte sia garantito 365 giorni all'anno.

«I nostri utenti sono persone che vivono per strada, quindi quando li avviciniamo non dobbiamo mai dimenticarci che stiamo andando a casa loro», spiega Luca Guarnieri, delegato alle attività sociali per il gruppo Cri sestese. «E quando entri in casa di una persona, devi rispettarne le abitudini», precisa. Cibo e coperte sono solo una scusa per rompere il ghiaccio. «Quello che queste persone cercano davvero è qualcuno che voglia parlare con loro e non le faccia sentire abbandonate. Ormai la maggior parte di loro ci conosce, ci aspetta, sa a memoria i nostri turni», continua. Anche per strada ci si crea una routine, per cui non ha senso che la Croce rossa passi prima delle 21 – la maggior parte dei senzatetto prima

di quell'ora cena nelle mense gratuite milanesi – così come non ha senso passare dopo l'una di notte: a quell'ora ormai dormono tutti e la presenza dei volontari sarebbe un disturbo.

Ogni sera, dopo aver lasciato la sede della Cri nel campo sportivo di via Manin, al civico 110, la prima fermata d'obbligo è la stazione ferroviaria di Sesto. «Oggi Betta non c'è», fa notare subito Alessia Scarpato, un membro dell'equipaggio. Le è bastato qualche secondo per accorgersene, perché sa esattamente dove cercare con lo sguardo. Betta ha 82 anni e dorme nei pressi della biglietteria da più di sei mesi. Ha dei familiari ancora vivi, ma non riescono a gestire i suoi disturbi psicologici, così lei è finita per strada. Per fortuna spesso riesce a dormire al chiuso, in stazione, perché ormai biglietti e guardie la riconoscono. Anche Scarpato la conosce abbastanza bene, perché Betta si lascia avvicinare solo dalle donne della Croce rossa. «Anche se molto dipende dal suo umore», ammette,



Nella pagina accanto, un intervento vicino alla metropolitana (foto di Cri Sesto).
A sinistra, il rifugio di un clochard lungo il naviglio Martesana.
Sotto, i volontari della Croce Rossa con un senzatetto alla stazione di Sesto (foto di Giulia Riva)



«e certe sere il massimo che riesci a ottenere da lei è una pernacchia», racconta la volontaria sorridendo. Lei di giorno lavora in un asilo nido ed è entrata a far parte dell'unità di strada sestese insieme ad Alberto Piccolina, che invece di mestiere sbriga pratiche per automobili. In turno questa sera ci sono anche due infermieri, Luca Guarnieri e Pasquale Crisci, il presidente del comitato di Sesto. Poi c'è Stefano Cavallo, che ha sempre in mano una torcia perché di professione fa la guardia giurata, e Donatella Pessi, pubblicitaria. I più giovani del gruppo sono Claudia Faverani e Matteo Cordioli, ancora studenti. «Il bello della Croce rossa è che mette insieme gente che nella vita di tutti i giorni non si incontrerebbe mai. L'altra sera me la ridevo a guardare un nostro volontario – imprenditore, che arriva al turno con la sua Porsche – camminare allegramente a braccetto con un ragazzo romeno disoccupato», confessa Piccolina.

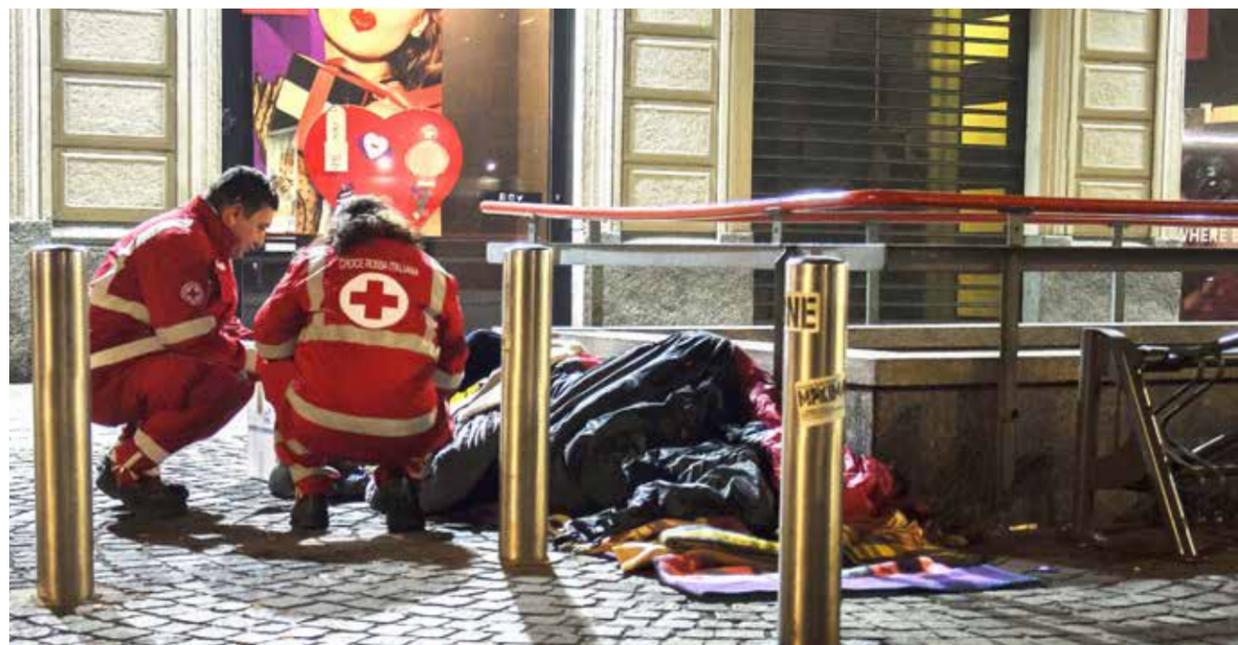
Ripartiti dalla stazione, c'è chi propone di fermarsi a Sesto Rondò, che è di strada, ma l'idea viene subito scartata perché «a quest'ora Enrico non c'è ancora». Ogni persona ha il suo luogo, le sue abitudini, il suo orario. La tappa successiva è a Milano, alla stazione Greco Pirelli. Qui ci abitano in tanti, saranno quasi una ventina di persone. Nonostante lo spazio protetto dalla tettoia non sia molto, è ben organizzato, e a colpo d'occhio spicca un tocco femminile: al centro dell'accampamento c'è un letto matrimoniale con la testiera

costituita da due valigie ricoperte da un cartone decorato a fiorellini. È qui che dormono Claudia e Davide: entrambi sulla quarantina, sono arrivati in stazione solo da qualche mese, ma ormai fanno da genitori adottivi a tutti i ragazzi intorno. Sì, perché entrambi hanno alle spalle matrimoni finiti e sanno che cosa significhi prendersi cura di almeno tre figli. Davide sta aspettando che la moglie gli conceda il divorzio, ma nel frattempo il suo conto in banca è bloccato. Claudia racconta di essere lì «per scelta», per seguire il suo nuovo amore, e che quando può durante il giorno prende il treno e raggiunge i suoi figli, per trascorrere un po' di tempo con loro. All'arrivo della Croce rossa scatta in piedi e corre a recuperare una coperta, «perché c'è un ragazzo marocchino che ha l'influenza da giorni e soffre il freddo», spiega preoccupata. Se non si sa dove andare per mangiare o per lavarsi, lei è la persona giusta a cui chiedere. «Nel centro d'accoglienza di via Saponaro con un euro al mese puoi fare la doccia tutti i giorni», puntualizza Claudia, «mentre in piazza del Tricolore puoi avere un pasto caldo gratuito, e una volta a settimana ti danno anche la biancheria pulita», continua soddisfatta. «Certo, peccato che sembrano le mutande della nonna! Poi non ti lamentare se non ti faccio le coccole», scherza Davide con la compagna prima di salutare i ragazzi della Croce rossa.

Sono quasi le 11. È il momento di tornare a Sesto e scambiare due parole

con Enrico, che dorme da solo vicino al cavalcavia. I dormitori non fanno per lui, perché dove c'è tanta gente c'è anche caos «e poi, se ti abitui alle comodità, diventa difficile tornare a vivere per strada». Non ha l'aspetto di chi dorme sotto a un ponte: avrà poco più di 50 anni, occhi vispi, sguardo fiero e capelli brizzolati pettinati all'indietro. Il colletto azzurro della camicia spunta da un maglioncino di lana color ocra e ha un paio d'occhiali verdi da presbite appoggiati intorno al collo, di quelli che si chiudono sul naso con una calamita. L'unico punto debole del suo look sono le scarpe, ma oggi i volontari non ne hanno un paio nuovo del numero giusto. È originario dell'Albania, «ma ormai di Sesto conosco ogni singolo sasso», racconta. Si è innamorato di una ragazza italiana e ha vissuto con lei per tanti anni, lavorando nell'edilizia. È stato fabbro e carpentiere, piastrellista e idraulico. Dopo la morte della compagna, però, ha perso la casa, e da allora è stato difficile trovare lavoro. A chi gli chiede se non ha paura a dormire tutto solo in un posto così, risponde che «quando devi pensare a sopravvivere, non hai tempo per avere paura». Ciò nonostante, non lascerebbe mai l'Italia. «Perché qui ho ricevuto rispetto anche da chi non mi conosceva. Questi ragazzi sono la mia famiglia, di loro ti puoi fidare», dice, e i suoi occhi si fanno lucidi.

Il suo nome, come quello di tutti gli altri senzatetto in questo articolo, è di fantasia. Ma la sua storia è una storia vera.



Alle Olimpiadi con joystick e tastiera:

Il Cio ha riconosciuto i videogiochi come attività sportiva.

di **JACOPO BERNARDINI**
@jacopo_bern

Durante le prime Olimpiadi, agli inizi del '900, gli atleti gareggiavano nel tiro al piccione e nelle sfide a duello (il bersaglio, per fortuna, erano dei manichini). Deposte le armi, negli ultimi anni ha attirato l'attenzione l'approdo ai Giochi invernali del curling. Chi ancora deve accettare l'introduzione delle "bocce da ghiaccio" faccia in fretta, perché - dopo che il Comitato Olimpico li ha riconosciuti attività sportiva - le prossime Olimpiadi potrebbero essere quelle di chi gioca ai videogiochi a livello professionistico, i campioni degli eSports. La decisione del Cio, arrivata a fine ottobre, è il riconoscimento di un fenomeno in piena ascesa: a livello globale il giro d'affari ha superato quest'anno il miliardo di dollari. In Corea del Sud gli eSports sono trasmessi in prima serata. Le finali mondiali 2017 di League of Legends, videogioco tra i più popolari, sono state seguite da 36 milioni di spettatori, mentre negli Usa, tra i millennials, il numero di tifosi eguaglia quello del baseball. L'onda lunga dei giochi elettronici sta arrivando anche in Italia. Una recente ricerca di PayPal e SuperData stima che il valore del mercato, nel 2018, crescerà del 20 per cento. In aumento anche il pubblico che, da un'audience di un milione e 245mila, il prossimo anno raggiungerà il milione e mezzo di appassionati. Con l'aumento della popolarità sono sempre più quelli che tentano di fare della loro passione per i videogiochi un lavoro: non solo giocatori e allenatori ma anche telecronisti e mental coach. Uno dei primi giocatori professionisti in Italia è stato il 21enne milanese Nicolò Mirra, in arte "Insa", che ci tiene subito a fare una precisazione: «Se si parla di eSports bisogna innanzitutto chiarire che, come negli sport tradizionali, non è solo di quelli elettronici ci sono diverse discipline: da quelli in cui si simulano guerre o partite di calcio,

come Call of Duty o Fifa, si passa a quelli in cui ci si sfida all'interno di una mappa (i cosiddetti Moba), fino ad arrivare ai giochi di carte, come Hearthstone». Mirra è un asso di Fifa. «Ho cominciato come tutti, giocando in maniera amatoriale nel 2008, pian piano ho iniziato a vincere tornei e alla fine sono diventato un pro a tutti gli effetti nel 2016». Mirra vive a Milano, ma dall'aprile scorso è stato ingaggiato dalla Roma, che come altre squadre di Serie A ha deciso di creare la propria squadra virtuale. Dopo la presentazione a Trigoria e l'accoglienza di Francesco Totti, i suoi video pubblicati sulla pagina del club hanno presto iniziato ad avere più visualizzazioni delle interviste ai giocatori giallorossi. Mirra ha fatto della sua passione un lavoro, ma la sua vita, scandita da allenamenti, studio dei match giocati, analisi degli avversari e mental training, non è un gioco. «È un'attività che mi impegna da mattina a sera, ma sono felice: non avrei mai pensato che giocare mi avrebbe permesso di vivere. Preparo ogni partita in maniera maniacale: d'altronde, su 100mila giocatori solo un player diventa un professionista. Io ci sono riuscito e di certo non voglio mollare proprio ora». La preparazione mentale è parte fondamentale della vita di un player professionista. Davide Scavo - 31 anni, milanese - l'ha capito presto. «Sono sempre stato appassionato di videogiochi. Due anni fa ho comprato Overwatch (un videogioco il cui principale obiettivo è di sparare ai nemici) e mi è subito piaciuto, dopo poco ne ho scoperto la parte competitiva e ho pensato di sfruttare le competenze come mental coach che applicavo nello sport, il mondo in cui lavoravo, a quello dei videogiochi». Una professione che Scavo si è praticamente inventato. «I mental coach specializzati in eSports, nel mondo, sono sì e no una decina. Eppure, ce ne sarebbe un gran



Uno scatto dalle finali
Electronic Sports League 2017
(foto ProGaming)

bisogno: i giocatori più forti sono quasi tutti dei ragazzini insicuri che vivono rinchiusi nelle loro camerette. Fenomeni dietro la tastiera, degli agnellini quando li incontri dal vivo». Il suo ruolo è quello di educarli: «Mentre giocano mi assicuro che siano sempre concentrati e li striglio se perdono la testa. Dopo le partite, analizziamo insieme le sessioni e gli errori commessi». Scavo, pur giovanissimo, ha un passato da procuratore calcistico ad alti livelli in cui ha lavorato con club come Chelsea, Inter o Manchester United. Poi, poco più di un anno fa, la

fate largo ai campioni degli eSports

E i professionisti del virtuale hanno già conquistato Milano

decisione di cambiare vita: «Non ho rimpianti, ho scelto io di mollare: lavorare in questo mondo è sempre stato il mio sogno». Nel panorama dei professionisti dei videogiochi non c'è solo chi partecipa in maniera attiva alle partite, ma anche chi, come Francesco Papa, 28 anni, fa il telecronista. «Sin da piccolo, ero uno di quelli che si leggeva il libretto delle istruzioni della PlayStation. Ho sempre giocato ai videogiochi e negli ultimi anni mi sono appassionato a Hearthstone, un gioco di carte a cui si può giocare anche dal cellulare». Per sua stessa ammissione, però, come giocatore non ha mai brillato.

Accantonata l'idea di diventare un player professionista, Papa ha comunque trovato il modo di fare degli eSports il suo lavoro diventando telecronista. Un'attività che si divide tra eventi live e virtuali, in onda in streaming online. «Hearthstone, come molti videogiochi, è simile al baseball: estremamente difficile da capire se non c'è nessuno che te lo spiega. Non è come nel calcio, in cui si tratta solo di descrivere quello che succede, il mio ruolo è di introdurre quelli che non si interessano e permettergli di godere di questo spettacolo». Papa ha deciso di dedicarsi agli eSports a tempo pieno

da poco più di un anno ma anche lui si mostra ottimista per il futuro: «È un movimento che andrà per forza a crescere. L'adolescente di oggi non solo vede il pallone nel cortile, ma anche il gioco al computer e per lui non c'è differenza». Un entusiasmo condiviso anche da Ivan "Rampage in the box" Grieco, telecronista di Call of Duty classe '92, già un'autorità del settore: «I caster più conosciuti, con un evento live, guadagnano cifre pari a 2-3 mesi di uno stipendio medio. Non mi sorprende che il Cio abbia aperto agli eSports. Loro hanno molto più interesse di noi ad arrivare a un accordo».

Chi sei, Milano? (E come ti vendo?)

Con Expo la città ha inaugurato la sua personale età dell'oro.
Ma per gli intellettuali il *city branding* è un processo da guidare

di MANUELA GATTI
@manuelagatti

«**S**e Milano ha venduto Inter e Milan ai cinesi, perché non vende anche piazza del Duomo? O non elegge un sindaco cinese?». Con un primo cittadino dagli occhi a mandorla e la bandiera di Pechino di fianco alla Madonnina, Milano sarebbe ancora Milano? Forse no. O forse sì, perché i luoghi per loro natura sono in continua evoluzione. E, dunque, che cosa identifica e rende unica una città?

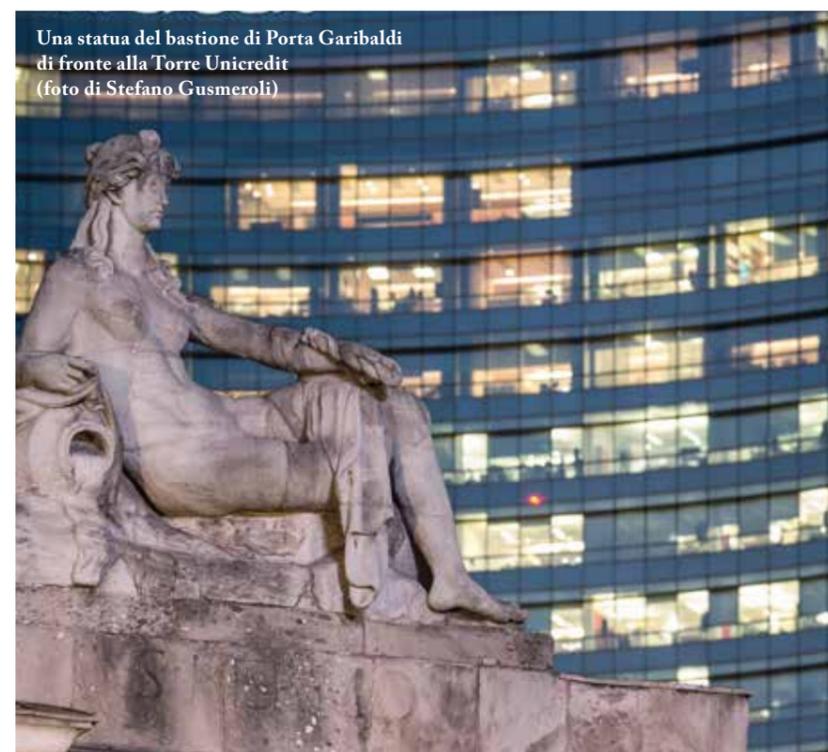
Dopo Expo 2015, l'Esposizione universale che due anni fa ha fatto tappa a Rho Fiera, il capoluogo lombardo sembra definitivamente proiettato nella dimensione internazionale. Milano funziona, è efficiente, va. E va veloce. Tanto che si dava quasi per scontato il trasferimento dell'Eni, l'Agenzia europea del farmaco, al Pirellone. Nell'euforia per questa età dell'oro, la città ha però «messo la sordina» al tema identitario.

Ne è convinto Stefano Rolando, esperto in comunicazione e docente all'università Iulm. «Milano ha vissuto una trasformazione straordinaria negli ultimi vent'anni. Trasformazione che, però, ha bisogno di essere studiata e guidata». Per questo nel 2012 Rolando ha fondato l'associazione Brand Milano. Nata come costola di Palazzo Marino e fortemente voluta dall'allora sindaco della città Giuliano Pisapia per anticipare e accompagnare Expo, l'associazione ha appena pubblicato *L'Atlante della nuova narrativa identitaria* (2017, Mimesis), con prefazione dell'attuale primo cittadino Beppe Sala e del rettore della Statale Gianluca Vago.

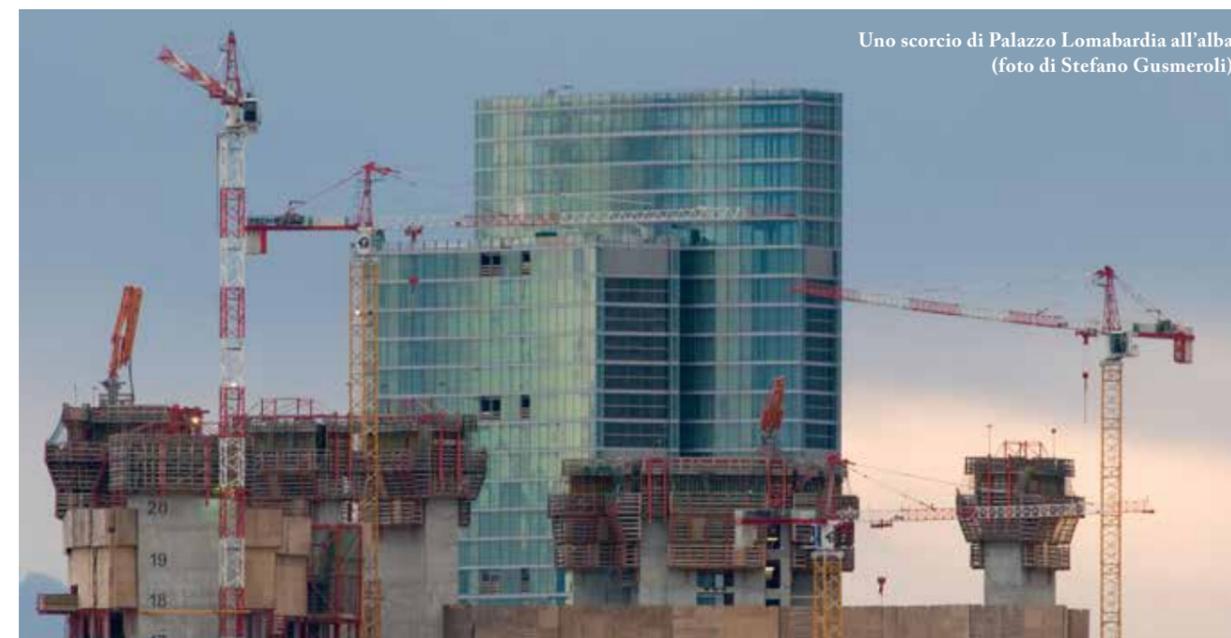
«Fare *branding* significa studiare l'evoluzione dei processi identitari di un luogo, individuarne il patrimonio simbolico collettivo», continua Rolando. In questo senso l'associazione – che riunisce

accademici, architetti, giornalisti, persino l'Arcidiocesi – si addentra nel territorio del *city branding*, vale a dire l'applicazione di tecniche di marketing a una città per crearne un *brand*, appunto, cioè un'immagine che turisti e investitori possano associare immediatamente a quel luogo. Ma, ammonisce il presidente, bisogna usare con cura le parole: il *brand* non è semplicemente il marchio di quella città quanto piuttosto la sua narrazione, modellata da tutte le voci in campo, dalla politica alla società passando per il sistema economico.

Secondo il fondatore di Brand Milano, l'identità odierna della Madonnina si gioca nell'equilibrio tra globalizzazione e tradizione. «In principio Milano si è nazionalizzata», spiega Rolando, «dopo l'unità d'Italia, infatti, metà abitanti della città non erano milanesi. Eppure si era tutti uguali, valevano solo le regole del lavoro e del mercato». Oggi la città si è internazionalizzata. «Ma senza mettere paletti», continua il docente, «ora è il momento che Milano si chieda quali punti fermi vuole mettere per salvaguardare la propria identità». Anche perché, messa da parte la sua anima industriale, Milano si è scoperta turistica. E per questo sta tentando di riscoprire e valorizzare la propria storia. Basti pensare all'exploit di Brera, al boom degli eventi, alla rinascita dei teatri e dei musei cittadini. Il giro di boa, in questo senso, è stato segnato da Expo. Secondo Giacomo Biraghi, capo della comunicazione digitale ai tempi dell'Esposizione, della manifestazione non è rimasto niente. E proprio per questo è stata una scommessa vinta. Milano, infatti, ne è uscita come la città delle opportunità. «Expo era un evento senza contenuto e senza futuro, essendo destinato alla demolizione», spiega Biraghi. «Il suo unico scopo era far fare bella figura



Una statua del bastione di Porta Garibaldi di fronte alla Torre Unicredit (foto di Stefano Gusmeroli)



Uno scorcio di Palazzo Lombardia all'alba (foto di Stefano Gusmeroli)

alla città, dimostrare che Milano ce la poteva fare». E trasformare la prospettiva della città stessa – «prima era chiusa a riccio, poi si è aperta al mondo», sostiene Rolando – e di chi la guarda, dato che nei ranking sulla reputazione e sulla qualità di vita Milano ha recuperato posizioni dal pre al post Expo. Non è un caso che nel 2016 la città di Manzoni abbia superato Roma per numero di turisti. Con i suoi 7,65 milioni di visitatori (+1,8% rispetto al 2015), Milano si è piazzata al 14esimo posto mondiale nel *Global Destination Cities Index* di MasterCard.

I ranking sono una mania perlopiù estera, ma anche le città italiane cominciano a confrontarsi con le classifiche, oggettive e soggettive. Come quelle elaborate da Simon Anholt, uno dei primi a parlare di *city branding*. Consulente politico inglese, Anholt è stato il primo a occuparsi del riposizionamento di un Paese, nello specifico la Croazia che voleva entrare nell'Unione europea. I suoi ranking misurano la percezione soggettiva di un luogo attraverso sei parametri: la notorietà a livello internazionale, l'aspetto estetico, i «prerequisiti» (dall'accessibilità degli alloggi ai servizi pubblici), la facilità o meno con cui ci si riesce a inserire in quella comunità, l'attrattiva dello stile di vita e le opportunità che la città offre. Nel 2013 Milano si è posizionata 15esima su 30 città cosiddette «globali», mentre nel

2015 (l'indagine è biennale) è scesa alla 17esima posizione ma su un totale di 50 concorrenti. Punto di forza la bellezza dei luoghi (8/50) e debolezza i prerequisiti (27/50). «Milano guadagna posizioni per le sue politiche sociali, economiche e ambientali avanzate, ma anche per aspetti come la bellezza della città e le esperienze», spiega Daniele Comboni, docente allo Iulm e collaboratore di Brand Milano sul tema dei ranking. Come spiega Comboni, questi dati non sono solo fine a se stessi, ma a volte riescono a far crescere il turismo e rilanciare le esportazioni.

Anche la narrazione di Milano a volte si incrina. Secondo Biraghi, che dopo l'incarico in Expo ha fondato l'associazione di *urban consultant* Secolo Urbano, Milano ha due debolezze. «Comune e Regione non si parlano», spiega Biraghi. Questo comporta la mancata coordinazione su temi di interesse comune, come il turismo, appunto. «Il budget del Pirellone per la comunicazione turistica è di 8-10 milioni di euro», continua Biraghi, «mentre quello di Palazzo Marino è di soli 2 milioni, nonostante sia il Comune a riscuotere la tassa di soggiorno». Altro deficit, secondo il fondatore di Secolo Urbano, è l'assenza di dati attendibili sulla città. «Non esistono cifre sulla produzione, sulla mobilità o sui visitatori. Non si sa quante persone abitino di fatto a Milano. Mancano quei dati che servono per non cadere

nelle fake news».

Il presidente di Brand Milano Rolando sposta invece il discorso sul rapporto con ciò che le sta attorno. «Milano deve ricreare un patto con l'hinterland», spiega il professore. Se in passato la città rappresentava la mente e i centri della periferia erano il braccio produttivo, oggi l'hinterland è diventato un luogo dormitorio, senza storia né autocoscienza. E Milano gioca la parte scomoda e ingiusta della città avida, che banchetta da sola.

Qual è, dunque, il ritratto della Milano di oggi? In tre aggettivi, secondo il professor Rolando la città è «multiscopo, geopolitica e generosa», perché non è a vocazione unica, fa da baricentro all'Europa centromeridionale e dà una chance a tutti. Nell'Atlante di Brand Milano cento personaggi – da Emma Bonino a Ferruccio de Bortoli, da Giuseppe De Rita a Salvatore Veca – dibattono e ragionano sulla direzione che sta prendendo la città. E avanzano anche qualche idea concreta. Piero Bassetti, primo presidente della Regione Lombardia, ha proposto la Mela reintegrata di Michelangelo Pistoletto come brand della città meneghina. «Io sono molto affezionato allo scudo crociato», replica Rolando, ricordando che i due colori dello stemma – rosso per l'aristocrazia e bianco per il popolo – ne fanno un simbolo interclassista. «Ma tutto questo viene dopo, prima bisogna capire qual è il progetto per la Milano che verrà».

Riviste, tecnologia e... happy hour

Le edicole si preparano al futuro



L'Edicola 2.0 di corso Garibaldi durante la settimana di Food City

La rivoluzione digitale ha messo in ginocchio anche i giornalisti. Tra tradizione e innovazione, la loro lotta per la sopravvivenza

di GIACOMO DETOMASO
@gdetomaso

Ogni giorno osservano il mondo dalla loro finestra, incorniciati da pile di giornali. A Milano sono 632, il 30 per cento in meno di cinque anni fa. Sono i giornalisti, il volto dimenticato della crisi dell'editoria. L'industria musicale è un esempio che spaventa: l'esplosione dei file mp3 e poi delle piattaforme di streaming come Spotify hanno messo in difficoltà case discografiche e cantanti, ma a pagarne le conseguenze maggiori sono stati i negozi di dischi. Se i giornalisti possono ancora sperare che l'informazione su internet diventi più redditizia di quanto lo è oggi, a cosa può aggrapparsi chi vende solo copie di carta?

Bisogna sperimentare, forse rischiare. A Milano c'è chi ci prova. Durante l'Expo, alcune edicole si sono trasformate in info-point e hanno consentito a chi era nei paraggi l'accesso gratuito a internet. Servizi che, nelle intenzioni della giunta

comunale, verranno sempre più offerti dai chioschi in città, insieme alla possibilità di ottenere i certificati anagrafici e gli altri atti per cui non è necessario recarsi personalmente presso gli uffici comunali. Lo scorso maggio, poi, c'è stata Food City, la settimana dell'alimentazione, e sono nate le "Foodicole": edicole con a fianco uno stand dedicato ad assaggi enogastronomici, diversi per ciascun chiosco. Cibo e tecnologia, quindi. Proprio la filosofia dell'Edicola 2.0 Bistrot, che ha appena aperto i battenti a City Life. A Milano, però, qualcuno riesce ancora a cavarsela, almeno per ora, semplicemente vendendo giornali. Gli esempi degni di menzione non mancano.

Un affare di famiglia. Nove papi, cinque re e dodici presidenti della Repubblica. In Italia dal 1914 a oggi sono cambiate tante cose. A Milano per tutto questo tempo c'è sempre

stata almeno una certezza: l'edicola della famiglia Magni. Fondata in piazza Santo Stefano, nel 1926 si spostò in largo Augusto, non distante dal Duomo. È ancora lì, più o meno. Durante la seconda guerra mondiale i bombardamenti la fecero volare via. Fu rimessa in piedi e vi rimase fino allo scorso gennaio, quando l'arrivo della talpa Stefania, la scavatrice impegnata nel cantiere della nuova linea metropolitana M4, ha costretto l'ultimo dei Magni, Maurizio, a portare il chiosco dall'altra parte della piazza, in posizione più defilata. «Le vendite hanno subito una flessione dall'inizio dei lavori», spiega il proprietario, che ha ereditato l'attività dal padre Medio e dal nonno Luigi. «Ora le auto non possono più parcheggiare nelle vicinanze». E poi la gente legge meno: «Tempo fa vendevo ogni settimana cento copie de *L'Espresso* e cento di *Panorama*, ora a malapena si arriva a venti. L'arrivo di

internet è stata una bella botta. Anche per via degli abbonamenti digitali: prima chi veniva qui per comprare il solito quotidiano finiva per imbattersi in riviste nuove. Se la gente non viene più, come fa a scoprirle?». L'ultimo dei Magni – le figlie non sembrano intenzionate a proseguire l'attività del padre – sogna un'edicola più spaziosa, che diventi un centro d'aggregazione: «Mi piacerebbe poter servire l'happy hour: le persone verrebbero per leggere il giornale, socializzare e, nel frattempo, sorseggiare qualcosa».

La piccola meraviglia di largo Treves.

Un albero centenario e, sotto, un chiosco di giornali che potrebbe avere la stessa età. Ci piace immaginare che siano invecchiati insieme, l'albero e il chiosco, a pochi passi da Brera e da via Solferino, il cuore culturale di Milano. L'edicola di largo Treves dal 1990 è di proprietà di Fabrizio Prestinari, che l'ha resa un gioiellino. Non a caso la rivista inglese *Monocle* nel 2012 l'ha inserita tra i suoi "Little shop of wonders": piccoli negozi delle meraviglie. A fare la differenza è la selezione di giornali e riviste, che il proprietario cura personalmente: «Scelgo in base alla mia cultura, studio, mi informo su cosa fanno i grandi direttori». E così il suo negozio viene frequentato quotidianamente da giornalisti, architetti, stilisti, scrittori e creativi di vario genere, «gente alla moda», come li definisce Prestinari. Sui ripiani, tante riviste di design e molta stampa estera, come il *New York Times* della domenica, pieno di inserti, alto quanto un hamburger gourmet, che rimane in vendita per tutta la settimana. Nessun gadget, per scelta. Il proprietario vorrebbe più spazio, magari un locale chiuso, ma solo per le riviste: «Ce ne sono così tante che non so dove metterle».

Vendesi giornali e sogni. Dall'edicola di piazza Cordusio passa tanta gente. Fosse così ovunque, nessuno parlerebbe di crisi dell'editoria. Sorge in un posto strategico, a metà strada tra il Duomo e il Castello Sforzesco, è ben fornita e offre qualche servizio extra. Ma, soprattutto, aiuta chi ne ha

bisogno. Dal 2015, infatti, la licenza è stata rilevata dalla Comunità Nuova cooperativa sociale onlus di Don Gino Rigoldi. È nata così l'Edicola dei sogni. Al centro del chiosco c'è un barattolo, ribattezzato *Dream Dispenser*: ogni mese vengono raccolti soldi per provare a realizzare il desiderio di un bambino bisognoso, raccontato sull'etichetta del contenitore. «C'è anche chi ha donato 200 euro, la gente è buona», dice uno degli edicolanti, Carlo Cascelli. Così, Alessandra e Rebecca sono riuscite ad ottenere una bicicletta, Giulia un paio di pattini ed El Madhi ha potuto frequentare un corso di nuoto. Nell'edicola di Piazza Cordusio non vengono venduti i gratta e vinci, le riviste sulle armi e quelle pornografiche. Per le altre, c'è anche la possibilità della consegna a domicilio: un servizio a cui finora hanno aderito una dozzina di famiglie milanesi.

2.0. Il futuro delle edicole italiane passa da City Life. Nel nuovissimo centro commerciale della riqualificata fiera campionaria c'è anche chi vende i giornali. Edicola 2.0 bistrot, però, come il nome lascia intuire, non è un semplice chiosco. «Vogliamo offrire al cliente un'esperienza completa», spiega il presidente del sindacato provinciale dei giornalisti Alessandro Rosa, che è una delle menti del progetto. «Il negozio dispone di uno spazio molto ampio dedicato ai giornali, ma anche di un servizio di ristorazione di alto livello e di monitor per approfondire l'informazione». Questo sul piano strutturale. Ciò che rende l'edicola

di City Life davvero 2.0, però, sono gli eventi che da metà dicembre vi avranno luogo: i giornalisti saranno lì per spiegare e commentare le notizie. Così come avviene in corso Garibaldi 83 già dall'aprile 2016, quando è nata la prima Edicola 2.0. Voluta dall'imprenditore Mimmo Lobello e dai giornalisti Enrico Fedocci e Arianna Giunti, nell'ultimo anno e mezzo è stata la sede di dibattiti importanti, come il confronto tra Beppe Sala e Stefano Parisi prima del ballottaggio che ha eletto il primo sindaco di Milano, e di interviste ad assessori, ministri e personaggi del mondo della cultura. Il sindacato dei giornalisti, nelle parole di Rosa, si augura che sia l'inizio di un nuovo corso per le edicole di tutta Italia: «Il progetto 2.0 è una filosofia, non un marchio. Con l'avvento di internet la stampa la mattina è già vecchia. Il nostro approccio dà la possibilità di approfondire le notizie e renderle attuali».



A fianco, il Dream Dispenser del chiosco di piazza Cordusio. Sotto, l'edicola di largo Treves



Il terreno fertile dell'hi-tech

Sono 44 le start up italiane che si occupano di agroalimentare. Batteri, orti verticali e rinnovabili: l'esempio di tre realtà lombarde

di MASSIMO FERRARO
@MassimoRoma

Droni che ispezionano la superficie. Energia ricavata dalla terra. Strumenti dal design futuristico. È l'agroalimentare uno dei settori a più alta innovazione tecnologica. L'Osservatorio *Smart agrifood* del Politecnico di Milano e dell'Università degli studi di Brescia ha individuato 223 start up che nel mondo stanno trasformando la filiera agricola. Di queste, 44 sono italiane: la Lombardia è la seconda regione per numero di nuove imprese. Milano, ovviamente, è la regina. O meglio, la chiocciola.

«Hai un'idea, pensi sia buona, ma non sai da dove iniziare». Così Federico Merz, 25 anni, biotecnologo, racconta di aver realizzato "Solution" grazie a Speed Mi Up, l'incubatore di start up della Bocconi e della Camera di commercio di Milano. «Volevo ricavare energia dall'attività dei batteri, ho cominciato gli esperimenti nella cantina di mia zia. Era il 2015». Due elettrodi, uno in superficie l'altro 25 centimetri sotto terra, collegati a una lampadina. In mezzo, il "lavoro" metabolico dei batteri. «Una sera: boom! Si è acceso un led. Ce l'avevo fatta».

Diversi concorsi, molti riconoscimenti, poi nel 2016 il successo a Speed Mi Up, che si premura di sostenere i progetti appena nati, offrendo gli spazi e i finanziamenti per svilupparli, le consulenze e i contatti per crescere. Il percorso d'incubazione ha permesso a Merz e ai suoi due soci di migliorare l'efficienza del loro "circuit". «Prima di lanciarlo sul mercato, dobbiamo decuplicare la potenza: un vaso, di quelli da gerani, per ogni

led. Poi vorremmo realizzare serre autosufficienti, alimentate dal proprio terreno».

Lo stesso anno anche Orthoponics ha ricevuto il riconoscimento di Speed Mi Up. Il team di cinque ragazzi, tra i 24 e i 28 anni, ha sviluppato una struttura di *urban farming* che permette di coltivare verdure in maniera automatizzata, dalla semina alla raccolta. Assemblando dei moduli triangolari si compone un orto a parete con radicchio, cicoria, spinaci e altre piante a foglia. Alla base, un acquario che raccoglie l'acqua dell'irrigazione. «È la tecnica acquaponica, un tipo di agricoltura che dà vita a un ambiente simbiotico tra pesci e piante», spiega Claudio Martina, cofondatore di Orthoponics, «nessun fertilizzante, consumo dell'acqua ridotto del 90 per cento, prodotti freschi tutto l'anno». La consulenza di Speed Mi Up e l'arrivo di un investitore hanno consentito al team di sviluppare un prodotto che tra pochi mesi potrà essere testato



Un rendering di Orthoponics, parete coltivabile e vasca di pesci a tecnologia acquaponica

sul mercato. «Confrontandoci con dei professionisti abbiamo scoperto che dovremmo rivolgerci ai cosiddetti *urban developers*», prosegue Martina, «architetti, ingegneri, designer che possono progettare pareti verdi da implementare su edifici urbani».

Che il processo di "incubazione" sia importante per un'attività appena nata ne è ancora più consapevole chi ha mosso i primi passi da solo. «La difficoltà più grande? L'inesperienza», non ha dubbi Antonio Idà, 38 anni, ricercatore, che nel 2016 ha avviato la start up "Algaria" per la produzione della spirulina, un'alga commestibile ricca di proprietà nutritive. L'anno prima il suo progetto aveva vinto un finanziamento di Ubi Banca. L'idea era di utilizzare l'impianto di biogas dell'azienda agricola di uno dei due soci, Stefano Lanzoni, per riscaldare le vasche in cui è coltivata l'alga. «L'impianto garantisce la temperatura necessaria a produrre la spirulina tutto l'anno», spiega Idà, «utilizzando un'energia che altrimenti sarebbe sprecata».

Ma senza il supporto degli esperti è stato più complesso: «Eravamo come schegge impazzite, chiedevamo pareri a chiunque e avevamo risposte contrastanti. Non sai come ti devi muovere con la burocrazia, quali sono i limiti e le possibilità della tua impresa». Poi l'incontro con Impact hub Milano, un acceleratore certificato di start up, che ha aiutato "Algaria" a stabilizzarsi e pensare alle fasi successive. «Ora vogliamo aprire il secondo stabilimento, trovare un distributore per vendere i prodotti, fare consulenza a chi vuole diventare produttore, per garantire controlli e qualità dell'alga».



Mariana Marengi nella sua libreria, nata grazie alla *social district* «Via Padova Viva» (foto di Lorenzo Nicolao)

Il baratto come business solidale

Librerie 2.0, quartieri smart e bed&breakfast: la moneta è out

di LORENZO NICOLAO
@LolloNicolao

Basta un nipote per iscriversi al sito internet e il gioco è fatto. In questo modo Valeria Giorgi, attraverso il portale *BarattoBB*, si è ritrovata la cucina riverniciata, il giardino in ordine e gli antichi lampadari del soggiorno spolverati. Tutto alla cifra di zero euro, perché con la stessa somma gli ospiti più operosi del suo bed&Breakfast in via Adriatico 31 hanno soggiornato a Milano anche quindici giorni.

Questa è l'iniziativa della settimana del baratto, giunta alla IX edizione lo scorso novembre. A differenza della signora Giorgi, ci sono collezionisti che offrono soggiorni a chi porta loro francobolli e dischi in vinile, oppure coppie di anziani che hanno bisogno di farsi riordinare la cantina. «Uno scambio che piace sia ai proprietari dei bed&Breakfast, sia ai clienti in cerca di vacanze low cost», ha spiegato Clara Corallo, responsabile comunicazione di *BarattoBB*: «C'è chi ha aderito solo per la settimana del baratto, ma anche chi vuole estendere l'esperimento per tutto l'anno. I lavoretti in casa e lo scambio di soggiorni sono le formule che piacciono di più, ma anche qualche lezione di inglese è molto gradita».

Il ritorno del baratto non è però un'esclusiva dei B&B. Lo sa bene Michaela Molinari, amministratrice

della *social street* di via Benedetto Marcello, nata ispirandosi a quella di «NoLo», vicino piazza Loreto, e del quartiere Corvetto.

«Siamo in una zona di passaggio fra corso Buenos Aires e la stazione Centrale, non potevo più vedere il degrado del quartiere e ho deciso di avviare una *social street*. Come per le altre 27 presenti a Milano, i cittadini della zona hanno modo di far parte del gruppo Facebook per scambiarsi idee, spunti e servizi, volti all'interesse della nostra via. Chi non ha internet viene avvertito con metodi più tradizionali. La copisteria di zona ci stampa i volantini gratuitamente e noi le portiamo clienti pubblicizzandola sul gruppo. Lo stesso avviene per fornai, idraulici, imbianchini e ferramenta. Non è solo un baratto di idee, ma anche uno scambio concreto. Abbiamo ripulito il parco pubblico dell'isolato e organizzato la festa di quartiere con l'impegno di tutti, secondo le competenze, ma senza spendere un soldo. Alcuni avevano i rastrelli, altri le buste. La pasticceria ha portato dei dolcetti, il panettiere le pizzette. È come la vita solidale dei piccoli paesi, così abbiamo una comunità anche nelle grandi città».

Dalle strade ai quartieri, perché la *social district* «Via Padova Viva» è riuscita a far aprire una libreria in una

delle zone più problematiche della città, dopo che l'ultima aveva chiuso da anni. Nata grazie a un crowdfunding degli abitanti che desideravano riqualificare il quartiere, la libreria di Mariana Marengi vive dei consigli e della partecipazione dei lettori. I clienti portano volumi di seconda mano, suggerendo anche saggi e romanzi di loro apprezzamento. In cambio ottengono dal negozio volumi di piccole case editrici, lontani dalla distribuzione delle grandi catene. Uno scambio di libri iniziato con un blog, ma che ora raccoglie i cittadini in una sede fisica, al di là dei tradizionali baratti dei mercatini di Lambrate o della cascina Cuccagna, vicino Porta Romana.

Anche il Comune di Milano si è accorto di questa partecipazione dal basso. Palazzo Marino ha già proposto per alcuni edifici dell'Aler il «baratto amministrativo», seguendo l'esempio di via Monte Grappa 6 a Bollate: con il mese di novembre sono iniziati i lavori di ristrutturazione di un alloggio comunale, dove gli inquilini morosi sono diventati imbianchini. L'intonaco della facciata e delle pareti negli spazi comuni avrà una manodopera gratuita, ma chi non ha modo di pagare l'affitto e le spese condominiali godrà dell'azzeramento dei debiti.

Professione maggiordomo Un lavoro che non conosce crisi

Scegliere i posti a tavola, ma anche leggere il latino e cucire.
La formazione di chi in ogni cena rischia di giocarsi la carriera

di NICOLA BARONI
@nicobaro_nb

«Innanzitutto una pazienza infinita», Alessandro Baronti non ha dubbi quando gli si chiede la prima dote che un maggiordomo deve possedere, una di quelle innate, che nessuno può insegnare a chi vuole intraprendere questa carriera, neppure lui ai corsi che tiene all'Associazione italiana maggiordomi. «Se il mio datore di lavoro tornava a casa all'una con gli amici e un languorino allo stomaco», racconta Baronti, un anno di esperienza come maggiordomo d'hotel e tre anni in una famiglia milanese, «io non potevo dire "no, mi spiace, siamo chiusi", dovevo alzarmi dal letto e preparare la spaghetтата». Per un maggiordomo non ci sono orari: la peculiarità del mestiere è quella di vivere con i propri datori di lavoro, un'occupazione che più totalizzante non si potrebbe: «Ci sono i giorni di riposo, ma l'eccezione è sempre dietro l'angolo».

Alessandro Baronti è uno dei docenti dei corsi organizzati dall'Associazione italiana maggiordomi, nata nel 2009 a Milano per promuovere questa figura, formare nuovi maggiordomi e rispondere alle esigenze delle famiglie che ne cercano uno: poche ma non in calo, a giudicare dal bilancio di Elisa Dal Bosco, presidente dell'associazione. «Nel 2017 abbiamo organizzato più di 10 corsi, l'80 per cento dei quali per maggiordomi privati. Tutti quelli che uscivano dai nostri percorsi di formazione hanno trovato lavoro quasi subito». Il boom è stato nel 2015, con Expo: 20 corsi di 15 persone ciascuno. Gli associati attuali sono 500, tra maggiordomi occupati in case private, hotel, navi e aerei ed ex studenti dei corsi in cerca di occupazione.



Il vantaggio di un'associazione è la capacità di rispondere alle esigenze più strambe e difficili da soddisfare. «C'era una nobildonna che chiedeva un maggiordomo capace di cucire a maglia», ricorda Dal Bosco, «glielo abbiamo trovato. Un'altra voleva qualcuno che conoscesse il greco e il latino, in modo da leggere assieme i classici della letteratura antica. Per fortuna c'era un nostro ex studente con queste caratteristiche. Il maggiordomo è ancora alle dipendenze della signora». Non esiste il profilo del maggiordomo perfetto: deve possedere delle competenze base e altre specifiche rese necessarie dal suo luogo di lavoro. Per qualcuno si tratta di sapere il latino e il greco, per altri è la capacità

di stabilire empatia con il cliente: «I maggiordomi che lavorano su aerei o navi devono creare un'intesa con il cliente, perché il tempo a disposizione è limitato». Comune a tutti i maggiordomi è una solida cultura generale e la «capacità di stare al mondo», combinate a una preparazione in ambiti diversissimi: alcuni vengono insegnati ai corsi dell'associazione, mentre altri si apprendono solo con l'esperienza, la discriminante tra un vero maggiordomo e un novellino: «Si può parlare di capomaggiordomo per una persona che abbia almeno quarant'anni, con esperienze di vita alle spalle: deve aver letto e viaggiato». I corsi dell'associazione sono teorici, ma anche pratici: «Una lezione, si svolge interamente davanti al

frigorifero», spiega Dal Bosco, «dove spieghiamo come sistemare gli alimenti, estraendoli dalla confezione dei supermercati piene di batteri. In un'altra insegniamo a preparare una valigia».

Tra le specializzazioni, maggiordomo di hotel, d'aereo, nave o privato, quest'ultimo è quello che deve disporre delle competenze più ampie: è un agente di casa, un organizzatore di eventi, un agente di viaggio, un esperto di buone maniere, di traslochi, di manutenzione degli oggetti di pregio e della casa. «Un maestro cerimoniere, l'orchestrante degli affari», taglia corto Baronti, «non ci si può improvvisare maggiordomi e non basta una vita per diventarlo».

Se la disponibilità è la caratteristica innata che un maggiordomo deve possedere, la capacità di organizzarsi è quella che bisogna imparare subito, se si vuole fare questo lavoro: «Il maggiordomo è un attento pianificatore, non può mai essere in affanno», avverte Baronti. Se i traslochi da una casa all'altra o i viaggi possono mettere in difficoltà un maggiordomo alle prime armi, il banco di prova più difficile anche per un professionista è sempre la cena con ospiti: convivio piacevole e teatrino sociale dalle regole rigidissime, evento più o meno formale ma sempre elegantissimo. Ad ogni cena il personale domestico si gioca la carriera: basterebbe l'errore

di attribuzione di un posto a tavola per rovinare tutto. «Ci basiamo sul cerimoniale di Stato», spiega Baronti, «che definisce l'ordine dei posti a tavola in base alla gerarchia: prima il prelado, se c'è, cui spetta sempre il posto d'onore, poi il militare, il nobile, l'accademico e ogni gruppo ha al suo interno altre gerarchie in base al titolo o al grado. Mai invitare due persone dello stesso rango per evitare il rischio di essere costretti a dare la precedenza di seduta a uno dei due. Meglio due cene distinte». L'errore e l'eccezione sono dietro l'angolo: «C'è per esempio la questione della cessione delle precedenza, che è estremamente delicata. Una persona con diritto di precedenza, un prelado per esempio, può cederla a qualcun altro per fargli un omaggio: tema spinosissimo. Sempre meglio avvisare per tempo».

Poi c'è il problema degli inventari, una croce fissa nel lavoro dei maggiordomi, che si fa esponenziale nelle cene con ospiti. «Quando si entra in una casa nuova, la prima cosa da fare è l'inventario, per ogni oggetto utilizzato, dalla biancheria al servizio da tè. Un esempio pratico? Se c'è una cena per venti persone ogni posata, bicchiere da cocktail o stoviglia usata va contato quando esce dal suo armadietto e va ricontato quando rientra, per assicurarsi che nulla vada perso».

Infine la questione della regia degli invitati, solo parzialmente condiviso con il datore di lavoro: da loro dipenderanno il clima e la riuscita della serata e a loro dovrà adattarsi il menù. «Il galateo classico vieterebbe di offrire a cena dei primi asciutti, ma se c'è un ospite che ama i tortelli di zucca si può chiudere un occhio». Il maggiordomo deve anche informarsi su allergie, intolleranze e gusti degli invitati. Deve tenere un registro in cui annota i menù offerti nelle diverse cene, per evitare di proporre lo stesso piatto alla stessa persona.

«Le regole ci impongono anche di non apparecchiare con più di tre forchette e quattro bicchieri, al contrario dell'uso anglosassone, che invece prevede un dispiegamento di tutta l'argenteria possibile e immaginabile». La cena presenta molte delle difficoltà per un maggiordomo, ma non le esaurisce. «L'elemento che coglie molti impreparati e con cui ci si può confrontare solo sul campo», spiega Baronti, «è il rapporto con il datore di lavoro. Il maggiordomo sa tutto di tutti nella casa, e a un certo punto diventa quasi uno della famiglia e nasce dell'affetto con i datori di lavoro. Non per questo un professionista può dimenticare il suo ruolo, che comporta assoluta discrezione, rispetto della privacy, riservatezza e distanza, senza con questo cadere nella glaciale e impertita distanza britannica».



L'Associazione italiana maggiordomi è nata a Milano nel 2009 (foto di Facebook)

In aiuto agli uomini che maltrattano

Creato dal Forum Lou Salomé, un centro accoglie i partner violenti. Terapia e rieducazione per salvare più donne possibili

di GIOVANNA PAVESI
@GioEmmaPi

A Milano, dal 2013, «Uomini non violenti si diventa», creato dal Forum Lou Salomé, accoglie nelle sue strutture di Porta Lodovica almeno un uomo al mese. Prima che la violenza si trasformi in femminicidio. Il percorso dura due anni. Si tratta di luoghi che accolgono uomini «maltrattanti» e che, attraverso un percorso di terapia, agiscono sui soggetti a rischio.

Massimo Crucitti è il counselor, il tutor dell'associazione che, una volta al mese, durante degli incontri collettivi, prova a rieducarli con il dialogo e il confronto.

Crucitti, a che cosa serve un centro per uomini maltrattanti?

Intercetta le situazioni prima che si inneschi il processo che può portare al femminicidio. Che non avviene così, all'improvviso, ma è l'epilogo di anni. La nostra associazione non si occupa di casi così gravi. Lavoriamo su quello che si può fare prima.

Che tipo di uomo si avvicina alla vostra associazione e in che modo?

Hanno dai 25 ai 55 anni. I più giovani sanno essere molto violenti. Non ci sono mai capitati casi di trattamento coatto, ma persone allontanate temporaneamente dalle loro compagne. Che, nella metà dei casi, sono quelle che ci chiamano e chiedono informazioni. Anche se poi, perché il percorso funzioni davvero, devono essere gli

uomini a venire spontaneamente.

Come si articola questo percorso?

Le psicoterapeute, tutte donne, seguono l'uomo che, con loro, fa colloqui individuali, inizialmente una volta alla settimana. Poi contattiamo la partner per fare un'intervista sulla valutazione del rischio di violenza.



Oltre a questo gli uomini partecipano a incontri di gruppo mensili, che vengono condotti dal counselor. Non hanno valenza terapeutica ma, soprattutto, culturale. Lavoriamo sui valori della mascolinità, con i quali noi tutti siamo stati educati. Questo è importante quando si parla di violenza di genere perché permette di comprendere il motivo di certi meccanismi legati alla gelosia, per esempio, che mette in crisi il proprio essere ma-

schio. Da lì può nascere la violenza.

Si riconoscono nell'aggettivo «violento»? Sanno di esserlo?

Nella stragrande maggioranza dei casi, all'inizio non riconoscono di aver fatto qualcosa di violento. Parlano di una «reazione» e minimizzano molto. A quel punto, le psicologhe, si fanno raccontare nei dettagli ciò che è successo in modo che emergano tutti gli elementi che la persona cercava di nascondere, anche a se stessa. Si arriva così a far capire che non si è trattato di un raptus involontario, ma di una decisione. Questo è il primo passo. C'è un criterio chiamato Time out, per abbassare il livello di pericolo: diamo istruzioni di allontanarsi dalla compagna e li invitiamo a stare separati per un periodo di tempo, perché lo stare insieme favorisce la violenza.

Chi sono i soggetti più difficili da «rieducare» e quante donne potrebbero salvarsi grazie a progetti come il vostro?

Paradossalmente, le persone meno preparate culturalmente sembrano fare meno fatica perché meno intellettualizzate. Sono soggetti più spontanei e così come lo sono nella violenza, lo sono altrettanto nel riconoscere ciò che hanno fatto. Questo può rivelarsi una risorsa. Sul numero di donne che si potrebbe salvare, non ho numeri precisi. Ma direi che, con percorsi di questo tipo, se ne potrebbero salvare molte.