

# MM

Quindicinale N. 16 - 25 GENNAIO 2024

**CLOUD KITCHEN**  
IL COWORKING  
DELLA RISTORAZIONE

**UNCINETTO**  
GLI STUDENTI RISCOPRONO  
L'ARTE DEL GOMITOLO

**CONSULENZA**  
I FILOSOFI AL SERVIZIO  
DEI PROBLEMI ESISTENZIALI

## Botte di vita

Jazz taiwanese, lotta e wrestling  
Lo svago a Milano cambia volto

# Sommario

25 Gennaio 2024



In copertina: due wrestler eseguono un *arm drag* sotto lo sguardo del loro allenatore Andres Diamond  
Foto di Velia Alvich

**3** Il design: chi l'avrebbe detto?  
*di Alberto Fassio*

**4** Il difficile lavoro di chi esamina le richieste di asilo dei migranti  
*di Novella Gianfranceschi*

**6** Mille cucine, un unico spazio  
Kuri, il *coworking* della ristorazione  
*di Lucrezia Goldin*

**8** Vicini di Facebook  
*di Anna Maniscalco*

**10** Girare per le cantine con Go wine  
*di Alberto Fassio*

**11** Le sfide della big band di Chao  
*di Marta Di Donfrancesco*

**12** Dubbi esistenziali o morali  
L'aiuto della consulenza filosofica  
*di Stefano Guarrera*

**15** La scienza del fantacalcio  
*di Simone Dagini*

**16** Sul ring tra business e storytelling  
*di Velia Alvich*

**18** Combattere contro i pregiudizi  
*di Matteo Cianflone*

**20** Cinque domande a...  
Paolo Giacomelli e Lisa Giupponi, responsabili di Amici del Policlinico  
*di Simone Dagini*

al desk  
Marta Di Donfrancesco  
Novella Gianfranceschi  
Lucrezia Goldin  
Stefano Guarrera

In collaborazione con  
Cassa Depositi e Prestiti

cdp 

Quindicinale del

Master in Giornalismo/Ifg

Scuola di giornalismo "Walter Tobagi"  
Università degli Studi di Milano

Piazza Indro Montanelli, 14  
20099, Sesto San Giovanni - Milano

Indirizzo e-mail  
giornalismo@unimi.it

direttore responsabile  
Venanzio Postiglione

vicedirettore  
Claudio Lindner

direttore della Scuola  
Luca Solari

coordinamento di redazione  
Valeria Valeriano

Segreteria del Master  
Tel.+390250321731

E-mail: elisa.sgorbani@unimi.it

**MM**

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

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

Puoi trovare tutti i numeri qui:  
<https://www.lasestina.unimi.it/mm/>



Una studentessa impara a destreggiarsi con l'uncinetto  
(foto di Marta Di Donfrancesco)

**14** Alla Bicocca il primo laboratorio di uncinetto universitario  
*di Marta Di Donfrancesco*

## Il design: chi l'avrebbe detto?

di ALBERTO FASSIO  
@albiz2.0



Chi l'avrebbe mai detto? Milano negli anni 60 non era certo una città turistica e il turismo non era come lo intendiamo oggi. Il primo momento di visibilità a livello internazionale ha un nome e una data: Salone del Mobile 1961. In quell'anno designer di tutto il mondo presentano mobili per la casa con stili e materiali che daranno un'impronta indelebile al futuro dell'arredamento.

Primo oggetto iconico è la poltrona in plastica gonfiabile *Blow* del 1967. Realizzata dal trio milanese De Pas, D'Urbino e Lomazzi, diventa il simbolo della cultura pop degli anni 60. Così tra sedie, divani, lampade e specchi, Milano è il centro del design mondiale che racconta i cambiamenti e i gusti della società che avanza. Se è vero che il Salone apre la città al mondo, l'evento in sé è ancora troppo dedicato agli addetti ai lavori.

La svolta arriva negli anni 80. Mentre la *Milano da bere* conquista tutti, la città si trasforma ed è sempre il Salone a contribuire a questo cambiamento. Con

la nascita del Fuorisalone e dei suoi eventi sparsi per le vie del capoluogo, il design esce dagli spazi espositivi ed entra negli occhi e nel cuore delle persone.

Da oltre sessant'anni il Salone aiuta e incoraggia il cambiamento della città. Milano, complice anche Expo 2015, oggi è piena di turisti con 8 milioni di visitatori nel 2023. Un dato che invita a spingere ancora di più sull'acceleratore. Il Salone 2024 si terrà dal 16 al 21 aprile e allora perché non osare proprio in quella settimana? Potrebbe essere l'occasione per una città sempre aperta con una metro 24 ore su 24, musei con visite notturne, cortili che si aprono come nelle giornate del Fai di primavera e concerti per le strade.

Questa trasformazione potrebbe essere davvero un passo ulteriore per realizzare la Smart city, la città accessibile del futuro di cui tanto si parla. Certo aperture ed eventi portano con sé problemi di ordine pubblico e il punto debole di Milano, tra dati reali e falsa percezione, è proprio la sicurezza. Ma vale la pena tentare, anche perché: chi l'avrebbe mai detto?

# Il difficile lavoro di chi esamina le richieste di asilo dei migranti

Mancanza di risorse e funzionari, traduttori non sempre all'altezza  
I problemi della Commissione territoriale milanese

di NOVELLA GIANFRANCESCHI  
@novellagian



Alcuni migranti fuori dalla questura di via Cagni a Milano in attesa di presentare richiesta di asilo (foto di Niccolò Palla). Nella pagina accanto, l'insegna della commissione territoriale di Milano in via Gioia 72 (foto di Novella Gianfranceschi)

Non lontano dalla stazione Centrale, al civico 72 di via Melchiorre Gioia, sul citofono di un palazzo come tanti si legge: "Commissione territoriale di Milano". Accanto, una teca con dentro un foglio sgualcito: "Ministero dell'Interno, Commissione territoriale per il riconoscimento della protezione internazionale di Milano". La commissione territoriale del capoluogo lombardo è una delle 20 presenti in Italia. Fanno parte del ministero dell'Interno e furono istituite con la legge Bossi-Fini nel 2002. Il loro compito è stabilire se una persona migrante debba o meno ricevere una forma di protezione internazionale, cioè se possa vivere e ricevere accoglienza in Italia. La commissione di Milano è tra quelle che esamina più richieste di asilo in Italia. La valutazione è un processo delicato. L'esame delle domande avviene

attraverso un'audizione, cioè un colloquio individuale, uno per ogni singolo richiedente asilo, e poi con una serie di accertamenti successivi. Per esempio, si confronta il racconto dei richiedenti asilo con le cosiddette Coi, le *Country of origin information*, le informazioni sul Paese da cui provengono, compilate dall'Euaa, l'agenzia dell'Unione europea che si occupa di diritto all'asilo. Nelle commissioni, perciò, lavorano funzionari descritti come «altamente qualificati», in base al decreto-legge 13 del 2017. Il loro compito è molto complicato per diversi motivi: mancanza di risorse, traduttori non sempre all'altezza, pochi funzionari rispetto alla quantità di lavoro e retribuzione non adeguata. A Milano, oltre alla commissione, ci sono altre due sezioni che esaminano le richieste di asilo. Si trovano nello stesso edificio di via Melchiorre Gioia 72. Da un punto di vista

amministrativo, le sezioni fanno capo alla commissione di Milano, ma operativamente prendono decisioni autonome sulle richieste di asilo. Alle audizioni partecipano: la persona che fa domanda di protezione, il funzionario e l'interprete. Lo spiega Elena Scalfaro, vice prefetto e presidente della commissione. I numeri? «Nel 2023 i tre collegi, cioè le due sezioni e la commissione, hanno esaminato 6mila istanze di protezione internazionale. I colloqui durano almeno due ore e si svolgono tutti i giorni, persino il 24 dicembre», afferma Scalfaro. La decisione riguardo la richiesta di asilo viene presa attraverso una votazione nelle sedute collegiali della commissione. L'esito viene inviato all'indirizzo di domicilio dichiarato dalle persone che hanno fatto domanda. «Il tempo di attesa per ricevere la risposta varia in base ai casi. Per le persone che provengono dagli

Stati che l'Italia considera "di origine sicura", la procedura è accelerata e la notifica deve essere spedita entro nove giorni dall'audizione». Per le commissioni territoriali passa la maggior parte dei migranti arrivati in Italia: il 70 per cento delle persone arrivate via mare nel 2022 ha chiesto asilo. Anche perché chi non lo chiede ha un'alta probabilità di finire in un Centro di permanenza per il rimpatrio, strutture note per le condizioni disumane in cui vivono le persone detenute. Uno di questi centri è quello di via Corelli a Milano, commissariato a dicembre 2023, dopo che l'organizzazione Naga - associazione che fornisce assistenza alle persone straniere - aveva monitorato e denunciato atrocità e privazioni nei confronti dei migranti presenti nel Centro. Non è affatto facile ottenere la protezione internazionale, le commissioni sono imbuti a maglie strettissime. «La percentuale di chi riceve esito positivo è bassa, ma chi viene respinto può comunque fare ricorso al tribunale», continua Scalfaro. A Milano, l'associazione Naga aiuta le persone straniere a preparare l'audizione. «Leggiamo i verbali delle commissioni, sappiamo che tipo di domande vengono fatte ai colloqui e quali sono i temi sensibili

in base alle nazioni da cui provengono i richiedenti asilo», racconta Stefano Vuanello, volontario del Naga. «Cerchiamo di far capire alle persone che è importante che raccontino la loro storia nel modo più dettagliato possibile. Le invitiamo a non cadere in contraddizioni. Non è un'audizione facile, le persone spesso sono agitate». Al Naga i migranti arrivano tramite passaparola. L'associazione dedica del tempo a ognuno di loro: cerca di convincere le persone a parlare apertamente delle proprie esperienze. Per alcune non è facile raccontare. C'è poi la questione dell'interprete e della traduzione. Come molti altri aspetti dell'accoglienza, è spesso affidata a cooperative ed enti esterni, con bandi che puntano soprattutto a spendere meno soldi possibili. Ci sono diverse testimonianze di episodi in cui gli interpreti non sono minimamente preparati a gestire un'audizione e non hanno le competenze adatte a fare certe traduzioni. Per i richiedenti asilo invece è un momento fondamentale. Il successo della richiesta di asilo dipende dalla commissione territoriale e ovviamente dal passato della persona che chiede protezione. «Nonostante ci siano delle linee guida nazionali, ogni commissione lavora diversamente, ci sono grosse differenze tra commissione e commissione, ed è difficile generalizzare», continua il volontario. Molti migranti dicono di essere partiti per motivi economici, per cercare di migliorare le proprie condizioni. La distinzione tra "migrante economico" e "rifugiato" - persona che ha ottenuto l'asilo - è discussa e criticata da diversi esperti di immigrazione: una divisione netta nei fatti non è possibile. Molti di coloro che dicono di volere venire in Italia esclusivamente per lavorare provengono da situazioni delicate e controverse, e alle spalle hanno torture, violenze o condizioni estreme che li hanno spinti a partire.

«Le persone devono riuscire a raccontare queste esperienze, altrimenti se rientrano nella categoria dei migranti economici non otterranno protezione», spiega Vuanello. Per valutare al meglio la veridicità dei racconti dei richiedenti asilo e per capire se rientrano o meno nella categoria di chi ha diritto a una forma di protezione internazionale, funzionari e funzionarie delle commissioni territoriali hanno competenze giuridiche, economiche e geopolitiche. «Non solo. Serve tanta umanità e curiosità, capacità che oggi vengono definite *soft skills*», dice Giulia Oriani, funzionaria alla commissione di Milano da maggio 2018 (ora in congedo per il periodo di dottorato). «Il lavoro è tanto, ma molto stimolante. Non c'è mai un giorno uguale a un altro, un'audizione uguale all'altra. Ogni persona ha la sua unicità», dice. Il carico di lavoro è alto e non è raro che alcuni dipendenti cambino occupazione, conferma la presidente della commissione di Milano. I sindacati stanno monitorando la situazione. L'ultimo sciopero in cui sono stati coinvolti anche funzionari e funzionarie delle commissioni territoriali è stato il 17 novembre 2023. La protesta ha riguardato - e continua a riguardare - soprattutto la mancanza di personale. Nel 2017 i funzionari erano oltre 400, oggi sono circa 200, a fronte delle 77mila richieste d'asilo arrivate nel 2023. Secondo la Cgil, il decreto Cutro ha colpito il diritto d'asilo agendo sull'operatività delle commissioni territoriali. A occuparsi del capoluogo lombardo è Cesare Bottiroli, segretario Cgil Funzione pubblica Milano. «Sembra ci sia la volontà politica di far fallire le procedure delle richieste di asilo», afferma. Secondo il segretario, migliorare l'organizzazione e alleggerire il carico di lavoro consentirebbe di svolgere al meglio un lavoro così delicato. «A Milano, il tema è molto caldo. Sono in contatto con la presidente della commissione per trovare al più presto una soluzione».





Il dehors del locale di Kuiri in via Melchiorre Gioia (foto di Kuiri)

# Mille cucine, un unico spazio Kuiri, il *coworking* della ristorazione

Una startup sta rivoluzionando il mondo delle consegne a domicilio  
Affitti sostenibili e tecnologia aiutano le nuove piccole imprese

di LUCREZIA GOLDIN  
@lugoldin

**K**uiri: decine di cuochi, una sola cucina. A Milano in via Melchiorre Gioia, a poche centinaia di metri dal Palazzo della Regione, c'è un ristorante sempre operativo che ristorante non è. Nel dehors con qualche sedia di legno un via vai costante di riders, gli addetti alle consegne che da qualche anno inondano le strade delle grandi città di tutto il mondo, affolla l'ingresso del locale. Sulle due vetrine a vetri scuri, a fianco di una piccola finestrella su cui campeggia l'insegna "pick-up" (ritiro), decine di loghi, insegne e tante immagini: una pizza, degli hamburger, del sushi e del pollo fritto tutti pronti per essere distribuiti. Non è il menù di un bizzarro *all you can eat*, ma un esempio di *cloud kitchen*, il modello di business che mette a disposizione uno spazio con cucine professionali attrezzate, a cui i ristoratori interessati al *delivery* possono fare affidamento per distribuire i propri prodotti. Un unico spazio, per la preparazione di

centinaia di piatti diversi. Kuiri è la startup milanese leader di questo settore in Italia, nonostante sia nata solamente a settembre 2021. «La nostra è una rivoluzione tecnologica che sta cambiando le regole del mercato della ristorazione urbana», ci racconta Paolo Colapietro, fondatore e ceo dell'azienda. «Offriamo agli imprenditori la possibilità di sperimentare con nuove idee di cucina e testare i menù in diverse città grazie a questi box già pronti e attrezzati». La *cloud kitchen*, letteralmente "cucina nuvola", dove in realtà la denominazione *cloud* fa riferimento alla natura digitalizzata del progetto, è una delle declinazioni del mondo della ristorazione che si nasconde dietro ai pasti consegnati a domicilio e che comprende *dark kitchen* e *ghost kitchen*. La *dark kitchen*, "cucina all'oscuro", si ha quando il ristorante dedica una parte della propria cucina alla produzione di piatti per la consegna. L'attività di ristorazione aperta al

pubblico in senso tradizionale rimane ma la brigata (termine tecnico per indicare la squadra in cucina) si occupa anche di queste preparazioni. In questo modo l'imprenditore ottimizza i costi sfruttando lo stesso personale per digitalizzare il proprio ristorante. Poi sono arrivate le *ghost kitchen*, scoppiate in tempo di pandemia. Qui una cucina specializzata nella sola attività di *delivery* crea piatti da consegnare. La brigata lavora da sola senza contatti con l'esterno, se non con il personale addetto alle consegne. Molto spesso in questa modalità la cucina è davvero "fantasma", ovvero non legata a un ristorante fisico e la consegna al rider avviene tramite una finestrella. L'idea della *cloud kitchen* è dunque il naturale prosieguo di questo filone e, come spiega Colapietro, anche se la startup è esplosa in pandemia «il progetto era in fase di realizzazione da tempo». Nelle *cloud kitchen* esiste uno spazio con più cucine, più cuochi,

più brigate e più marchi dediti a realizzare i propri piatti, fianco a fianco. Ecco perché Colapietro definisce il modello una sorta di «coworking della ristorazione». Kuiri, che in lingua esperanto significa "cucinare" è nata con l'idea di creare un network di cucine indipendenti, coordinate da quella che chiamano una "digital food hall metropolitana", ovvero un locale attrezzato per la preparazione di piatti di ogni tipo. A Milano, le cucine attive sono una ventina, distribuite su tre diverse sedi, rispettivamente in Melchiorre Gioia, via California e via Plinio. Lavorano per insegne note ma anche per marchi emergenti, ed è qui, secondo il fondatore, che la startup riesce a dare maggiori garanzie. «Una delle principali ragioni del nostro successo è che ci occupiamo della parte burocratica. A fronte di un investimento minimo, sui 10mila euro per cominciare, alla documentazione e ai permessi, compreso l'haccp (il protocollo per la sicurezza alimentare necessario per aprire un locale, ndr) pensiamo noi». La digitalizzazione, invece, sta nel fatto che Kuiri fornisce la piattaforma digitale per gestire le attività di produzione. «La cassa è sotto la nostra gestione e così anche lo spazio virtuale dove caricare i piatti dei vari ristoranti. Il cliente può scegliere di ordinare dalla nostra app, dove è anche possibile incrociare i menù, oppure da quelle classiche di *delivery*. In alternativa è previsto anche il ritiro in negozio», spiega. L'azienda aiuta anche i ristoranti emergenti a creare o consolidare la loro presenza online, con consulenze dedicate a Tik Tok, Facebook e Instagram. Il guadagno per Kuiri è quindi triplice: c'è l'affitto mensile per l'uso della cucina, la commissione sul volume di attività e in aggiunta una commissione se invece di affidarsi alle piattaforme per il *delivery* si sfrutta il servizio di *take-away*. «Non siamo ristoratori digitali, che inventano un prodotto semplice come può essere il poké e lo distribuiscono», spiega Colapietro. «Noi siamo al servizio dei ristoratori e li aiutiamo a convergere



L'ingresso del locale. Sotto, nella cucina 8, delle empanadas (foto di Lucrezia Goldin)



in questo spazio per realizzare la loro idea». Anche sul fronte dello sfruttamento dei riders, uno dei punti più critici dell'industria delle consegne a domicilio, la startup milanese prova a rispondere con soluzioni personalizzate. Al momento fa affidamento a un servizio italiano, Eat in Time, per l'arruolamento degli addetti alle consegne, ma per il 2024 il programma è quello di «creare una flotta di riders tutta nostra che viaggerà a bordo di biciclette elettriche». Secondo l'imprenditore, Milano è il luogo perfetto per questo tipo di iniziativa. «Tanti single, poche famiglie e moltissimi studenti per cui ordinare d'asporto è la norma: il target milanese è quello giusto». Le consegne a domicilio sono ormai parte integrante del tessuto del capoluogo lombardo, con un volume di 715mila persone che ordinano abitualmente d'asporto e un indotto dal *delivery* che nel 2023 ha raggiunto i 55 milioni di euro. «Il problema sono le piattaforme di *delivery* classiche come Glovo o JustEat che hanno commissioni esorbitanti». Il futuro, secondo Colapietro, sta quindi in un ulteriore passaggio di automatizzazione e ottimizzazione dei costi: le *commissary kitchen*. In questo caso si parla di cucina per conto terzi, dove il ristoratore affida le ricette, i fornitori e tutti i segreti per realizzare alla perfezione i piatti forti del proprio ristorante allo staff

di Kuiri, compresi gli chef. Non tutti però sono rimasti convinti da questa formula, considerata solo una fase di passaggio. Come Nicole Jang, del marchio di cucina coreana Pollollo. Dopo aver preso in affitto uno dei box della startup milanese per un periodo pari a sette mesi, la mancanza di contatto umano si è fatta sentire. «Kuiri ci ha permesso di cominciare e crearci la nostra prima clientela», spiega Jang. «Ma ho sempre voluto aprire un ristorante vero e le app di *delivery* si mangiavano troppo, fino al 40 per cento». Così, dopo un'esperienza a fianco di altri sapori nelle cucine digitalizzate, ha deciso di aprire un piccolo locale nella Chinatown milanese «per tornare a vedere i sorrisi di chi assaggia il mio pollo fritto». A chi contesta il modello delle cucine fantasma tacciandole di essere "la morte della ristorazione" perché eliminano l'elemento umano, Kuiri risponde che questo tipo di *coworking* può diventare, al contrario, uno stimolo tra antagonisti nel settore. «Cucinare a fianco di altri marchi finisce per creare competizione tra i vari ristoratori, cosa che può essere positiva», spiega ancora Colapietro. «Noi creiamo le premesse per un ambiente lavorativo dove si può anche fare comunità, poi naturalmente sta ai singoli ristoratori e ai cuochi fare gruppo».

# Vicini di Facebook

I consigli sui medici di base, i negozi chiusi, la gentrificazione  
Nei gruppi di quartiere si collabora: «A volte meglio degli amici»

di ANNA MANISCALCO  
@annetmanis

«Chi conosce un buon medico di base?». Ogni quartiere di Milano ha una sua specifica identità, ma nei loro gruppi Facebook questa domanda ricorre quasi uguale, dentro e fuori dalla circoscrizione. I vicini di casa rispondono con i loro professionisti di fiducia, assumendosi il rischio di non trovare più posto nemmeno loro. Lo scopo di questi gruppi del resto è proprio favorire l'aiuto reciproco e gratuito degli abitanti di una stessa strada.

Nei vent'anni di esistenza del social lanciato da Mark Zuckerberg il 4 febbraio 2004, anche la vicinanza geografica è diventata un'occasione per ritrovarsi online. In questo contesto, nel 2013 ha preso piede in Italia la *social street*, quando Luigi Nardacchioni e Federico Bastioni hanno aperto il gruppo di via Fondazza a Bologna con tre criteri: socialità, gratuità, inclusione. Bandita ogni forma di pubblicità, vietati i post a scopo commerciale, esclusa la politica. L'unico obiettivo era «ricreare

un contesto abitativo che negli ultimi 50 anni è andato distrutto», spiega Nardacchioni. L'idea è rimbalzata sui media e sono arrivate richieste su come aprire una *social street* nelle altre città e persino all'estero. «Un ragazzo neozelandese che era stato in via Fondazza ha creato una *social street* a Glenduan per connettere tra loro cinque o sei fattorie».

Milano si è presto attivata: i primi a nascere sono stati i gruppi di via Montegani, Niguarda, via San Gottardo e via Meda, NoLo, Baia del Re. Dieci anni dopo, l'elenco conta sul territorio milanese 80 gruppi: essere inseriti nella lista delle *social street* non comporta vantaggi perché non c'è nessuno scopo di lucro. Nemmeno il marchio è mai stato registrato: farne parte vuol dire solo accettare determinate regole. Per i fondatori si tratta ancora di «un esperimento sociale».

Partendo dalle regole di base, ogni gruppo finisce per adattarsi alle esigenze del proprio territorio. La pagina virtuale di piazza De Angeli assomiglia alla configurazione fisica della piazza: «Sono strade che si intersecano verticalmente, non è un

piazzale tondo con delle panchine. È un luogo di scorrimento, non un posto dove ci si ferma a chiacchiere», spiega l'amministratrice Marta Vinci. Allo stesso modo, molti dei post si limitano a risolvere le necessità pratiche: oltre al medico di base vanno forte le chiavi e i cani smarriti. Poche invece le occasioni di scambio. «Due fratelli ogni tanto postano delle foto di come era il quartiere una volta, e questo coinvolge tanto gli abitanti», dice Vinci. Intorno a via Ravizza le attività commerciali si infilano una dietro l'altra. Alcune storiche resistono, altre durano pochi mesi, altre ancora vengono trasferite: «La chiusura della Mondadori di via Marghera è stata vissuta come un lutto cittadino».

Un'opportunità per il dibattito è arrivata con la pedonalizzazione della vicina piazza Sicilia, tra chi l'ha odiata, pensando ai parcheggi perduti, e chi ha apprezzato l'installazione dei tavoli da ping pong. Gli utenti più presenti sono spesso i genitori dei bambini che vanno a scuola lì, ma tendono a sparire quando i figli finiscono le elementari, mentre è difficile coinvolgere gli adolescenti e i



Piazza Sicilia pedonalizzata  
(foto di Anna Maniscalco)



L'adesivo con il logo del gruppo Quartiere Solari attaccato sulla vetrina di un negozio (foto di Anna Maniscalco)

ventenni, che non usano più Facebook o addirittura non hanno mai avuto un profilo.

A pochi metri di distanza, oltre la circoscrizione, anche la pagina di Gambarà conta soprattutto membri tra i 30 e i 50 anni. L'amministratrice Luciana Bussadori aveva cercato di variegare gli iscritti, per «non fare presa solo su una categoria», ma i diciottenni sono difficili da tirare dentro. È comunque rimasta colpita dalla voglia di comunicare degli abitanti del quartiere: alcuni si organizzano per andare in palestra insieme.

A differenza del gruppo De Angeli, dove il tema della sicurezza è poco affrontato, in quello di Gambarà è più presente: scippi e piccoli furti vengono riportati sulla pagina, così come lamentele su ciò che non funziona o sui rifiuti per strada. Questi post creano abbastanza dibattito ma, spiega Bussadori, «spesso il commento finisce per essere solo uno sfogo e non un'informazione».

Accanto alla soddisfazione di mettere in contatto le persone, chi gestisce i gruppi Facebook deve infatti moderarli, bloccando i commenti aggressivi e gli insulti. «A volte si manifestano atteggiamenti razzisti e xenofobi. C'è una corrente che non vede l'ora che arrivi la gentrificazione per liberarsi di «quelli là»», raccontano Annalisa Turoni, Paola Fauliri e Beatrice Bianchet, organizzatrici del gruppo di Calvairate, lungo la direttrice sud-est di Milano. La loro

*social street* è tra le più varie: «Tutte le estrazioni sociali, tutti i generi, tutte le nazionalità». L'augurio di gentrificazione del quartiere non è lanciato nel vuoto: con i lavori di riqualificazione dell'ex Macello, i prezzi stanno salendo. Tra i post più comuni c'è proprio la ricerca di stanze e case: «È bello però vedere che le persone che vivono qui si sono trovate bene e vorrebbero restarci».

Dal gruppo è nata anche un'associazione, la Loggia di Calvairate, che ora gestisce la pagina. (Specificano: «È un nome ironico perché ci rivolgiamo solo agli abitanti del posto»). Anche se associazione e gruppo sono due entità distinte, la prima ha contribuito a fornire un'identità aggiuntiva ai membri della pagina Facebook: «Gli utenti tra di loro si chiamano «Loggers»». Fuori dal virtuale, le iniziative sono numerose, da *Swap your plant*, dove i partecipanti si scambiano le talee («Si mettono in contatto diverse generazioni attraverso queste piante»), o il *Rockabilly* al centro anziani. Calvairate ha ospitato anche spettacoli teatrali del circuito ufficiale e off del *Fringe*, portando il pubblico in un quartiere dove «le persone che non ci abitano difficilmente vengono». Queste sono tutte realtà che hanno scelto il modello di *social street*, ma altri gruppi di quartiere hanno scelto una modalità diversa. È il caso di Quartiere Solari - Social Network (QS): «Net per la rete, Work perché ne fa parte anche chi lavora qui e sceglie

di avere la palestra in zona», racconta la fondatrice Stella Bonavolontà. Con un passato nel campo della ricerca di mercato, Bonavolontà è abituata a mappare le zone e a vedere cosa la gente desidera e cosa manca. I membri fanno parte del ceto medio-alto, per lo più sono donne («al 70%»), ma c'è anche qualche giovane, iscritto per trovare lavori come baby sitter o dog sitter. Spazio, come sempre, ai consigli sui professionisti, ma anche cineforum, club del cucito, aperitivi in presenza nei locali di zona. Un format di particolare successo è il *Fai amicizia*: un vicino regala un oggetto che non usa più, chi lo accetta offre all'altro un caffè e lo scambio diventa un modo per conoscersi dal vivo.

La pubblicità, nei limiti, è ammessa, e, se ben bilanciata, anche lo scambio su temi politici. Non trovano comunque spazio le lamentele fini a se stesse: «L'amministrazione cittadina ci legge, noi diamo il polso della situazione», spiega Bonavolontà, «se c'è un problema i consiglieri municipali vanno taggati». Le attività di Quartiere Solari, che ha un proprio logo attaccato fuori dai negozi, vanno oltre i confini dell'omonimo parco: raccolte fondi durante il Covid-19, raccolte di alimenti per l'Ucraina all'inizio del conflitto.

Pur muovendosi in un contesto più ampio rispetto alle regole della *social street*, la base è la stessa: «La rete aiuta». Nel quartiere, la stessa Bonavolontà ha trovato supporto da persone che il momento prima erano quasi sconosciute, ma subito pronte a mettersi a disposizione: «Quando ero malata, con i bambini piccoli, una ragazza è venuta a prepararmi la spremuta d'arancia. Un'altra mi ha lavato i piatti. A volte nemmeno gli amici fanno questo: servono i vicini».

# Girare per le cantine con Go wine

Il turismo vinicolo si è evoluto e ora la visita si paga  
Dall'Oltrepò alla Valtellina, le tappe lombarde scelte da MM

di ALBERTO FASSIO  
@albiz2.0

Camminare per l'Italia attraverso il vino. È questo l'obiettivo dell'associazione Go wine che da oltre 20 anni racconta, con eventi e guide, la storia agricola ed enogastronomica del nostro Paese. Nata ad Alba, in Piemonte, è radicata un po' su tutto il territorio grazie agli oltre 2mila soci e alle delegazioni presenti nelle principali città italiane, tra cui Milano. Proprio qui il 25 gennaio, all'hotel Melià, si chiuderà l'ultima tappa del tour "Autoctono si nasce..." dedicato ai vitigni autoctoni: «È un evento di presentazione e degustazione che siamo riusciti a portare avanti anche, con i limiti del caso, durante il periodo del Covid», spiega il presidente di Go wine Massimo Corrado. «Abbiamo voluto valorizzare i vitigni del nostro territorio, tra conosciuti e rari, anche per riflettere sul tema della biodiversità».

La novità di quest'anno però riguarda la guida *Cantine d'Italia 2024* che raccoglie oltre 800 cantine e che l'associazione cura da diverso tempo. In questa edizione, per la prima volta, è stato introdotto il costo della visita di una cantina dividendo tra esperienza base ed esperienza completa secondo la proposta di ciascun locale. «Negli anni il turismo enogastronomico si è evoluto», racconta Corrado. «Le cantine si sono specializzate e di



La nuova guida *Cantine d'Italia* (foto di Alberto Fassio)

conseguenza la visita è più strutturata: si paga e si prenota come in un ristorante. L'indicazione del prezzo ci sembrava utile per far capire agli enoturisti l'accessibilità. Il vino, con le dovute differenze di qualità, deve essere idealmente un prodotto per tutti».

Per completare il quadro informativo della guida, Go wine ha assegnato ad alcune cantine le "Impronte d'eccellenza", un riconoscimento di qualità. Il numero massimo di impronte ottenibili è tre e vengono calcolate sulla base di alcuni parametri: vino, luogo e accoglienza. Ognuna delle voci riceve un punteggio che va da uno a cinque stelle. Se la somma fa 12 si ottiene un'impronta, da 12,5 a 13 se ne ottengono due, da 13 in poi il massimo.

Allora, seguendo i consigli della

guida di Go wine, MM ha costruito un percorso tra le migliori cantine della Lombardia, partendo proprio da Milano. Lasciando alle spalle il caos cittadino, la prima tappa del nostro viaggio enogastronomico è l'Oltrepò Pavese. A Rocca de' Giorgi, provincia di Pavia, la centenaria cantina "Conte Vistarino" propone come vino di punta l'Oltrepò Pavese Brut Metodo Classico 1865. Uno spumante creato per ricordare il primo metodo classico prodotto in Italia da Carlo Gancia e Augusto Giorgi di Vistarino.

Risalendo verso Lodi, troviamo San Colombano al Lambro, unica località in provincia di Milano a produrre vino. Qui, la tenuta "Panigada Antonio-Banino", propone un Rosso San Colombano tranquillo e vivace con un tratto brioso dato dalla leggera rifermentazione in bottiglia. Punto forte è il luogo che offre anche la possibilità di assaggiare salumi lavorati artigianalmente dall'azienda. Da sud ci dirigiamo verso nord-est per un'immancabile tappa in Franciacorta dove si trovano i migliori spumanti metodo classico della regione a base di uve, pinot nero, pinot bianco e chardonnay.

A Erbusco, provincia di Brescia, località già nota per il ristorante stellato di Gualtiero Marchesi, c'è la cantina "Bellavista" a cui Go wine attribuisce tre impronte d'eccellenza. Un luogo incantevole con una terrazza naturale da cui si possono ammirare le colline moreniche in cui crescono le migliori uve della zona. Ultima tappa, costeggiando il lago d'Iseo, si risale verso la Valtellina, famosa per i suoi vitigni coltivati a terrazza sulle pendici dei monti. A Chiuro, provincia di Sondrio, la Cantina "Nino Negri", all'interno di un castello rinascimentale in pietra, produce dal 1897 diversi vini rossi valtelinesi tra cui l'Inferno", il Sassella e lo Sforzato" entrambi ricavati dall'uva Nebbiolo.



I campi di San Colombano al Lambro, unica località della provincia di Milano a fare vino (foto di Casa Valdagna)

# Le sfide della big band di Chao

In arrivo *Time chamber*, il primo album della "Jazz Orchestra" ispirato alla stanza dello spirito e del tempo di *Dragonball Z*

di MARTA DI DONFRANCESCO  
@marta.ddn



La musicista Monique Chao (foto di Monique Chao)

Tutti quanti vogliono fare jazz, cantavano gli *Aristogatti* della Disney. Forse non è davvero il sogno di tutti, ma di certo è quello dei 19 musicisti che compongono la big band di Monique Chao. L'artista, originaria di Taiwan e cittadina italiana, ha creato la "Monique Chao Jazz Orchestra" nel luglio del 2023 ed è già in attesa dell'uscita del primo disco dal titolo *Time Chamber*.

Il prossimo concerto, il primo dell'anno per la big band, è previsto per il 27 gennaio nella sede del circolo culturale Corte dei Miracoli, nel sud di Milano. La big band porta il nome dell'artista perché i brani sono tutti inediti, composti dalla stessa Chao. Ed è proprio questo il tocco in più rispetto ad altre grandi orchestre di jazz, che si limitano ad arrangiare degli standard, ovvero delle composizioni diventate parte del repertorio comune dei jazzisti. «La band è nata per creare della musica più personale, innovativa. E per me la vera sfida sta proprio qui: riuscire a vendere della musica di artisti poco conosciuti», spiega la compositrice. Avere una big band che porti il proprio nome significa, quindi, anche comporre svariate melodie da portare in concerto o incidere in un disco, ma la paura di un blocco creativo

non sembra essere contemplata: «Io scrivo e compongo tutti i giorni, non temo di rimanere senza brani. Non mi mancano mai idee per creare musica nuova per la mia band».

Il disco è stato finanziato dalla stessa artista, che lontana dai palchi è un'insegnante di musica in una scuola secondaria, tiene dei corsi di musica serali ed è docente da remoto per una pre-accademia di jazz a Taiwan. I soldi, però, non sempre sono sufficienti: «Per alcuni locali è impegnativo riuscire a pagare tutti i componenti. Speriamo che presto arrivi qualche sponsor che creda in questo progetto», dice sorridendo.

e nel jazz: «In parte ho scelto questi musicisti perché hanno una tecnica pazzesca, ma la cosa più importante è che hanno ambizione. Già il fatto che abbiano deciso di mettersi in gioco con questo esperimento anziché rimanere nella loro comfort zone lo dimostra».

Il sogno di Chao è iniziato con la composizione del suo primo brano per la big band, dal titolo *Hyperbolic Time Chamber*, nome preso in prestito da un celebre cartone animato giapponese: «Ho scelto di chiamarlo come la stanza dello spirito e del tempo di *Dragonball Z* perché descrive perfettamente la vita di un



La "Monique Chao Jazz Orchestra" al completo (foto di Monique Chao)

Anche se per l'artista taiwanese la difficoltà maggiore è quella organizzativa: «Tutte le volte impazzisco nel cercare di stabilire una data che vada bene al locale, a me e a tutti loro. Inoltre bisogna farsi pubblicità, creare e mantenere i contatti. Non è sempre facile, ma una dei trombettisti della band, Valentina Cappello, mi dà una grossa mano». Per i musicisti Chao si è affidata alla sua esperienza, selezionando soltanto artisti con cui aveva già collaborato e che aveva avuto modo di apprezzare. Non solo per la loro bravura, ma anche per la loro capacità di credere in lei

jazzista. Nell'anime i guerrieri si chiudono dentro questa camera dal tempo illimitato e ne escono molto più forti. Anche i veri jazzisti fanno così, quelli che tengono davvero alla qualità della musica».

È il sogno un po' di tutti i compositori avere una propria big band, come racconta Chao, ma per farlo non basta saper dare vita a della musica originale: «Serve anche il coraggio di mettersi in gioco. C'è chi ne ha di più e chi meno. Io ci ho sempre creduto, non ho mai smesso di pensare che sarei riuscita a metterne insieme una. E avevo ragione a crederci».

## Dubbi esistenziali o morali

La professione è arrivata in Italia nei primi anni Duemila  
Il counselor Alessio De Angelis: «Non siamo terapeuti, lavoriamo

di STEFANO GUARRERA  
@stefanoguarrera

«**M**io figlio è morto. Ora cosa devo fare della mia vita?». «Sono un bullo: perché mi comporto male con gli altri? Perché sono in un gruppo e non ho amici?». «I medici dicono che se non abortissi, potrei morire a causa della mia malattia, ma io non posso farlo: è la mia fede in Dio a dirmelo. Cosa scegliere?». Queste sono solo alcune delle domande che affliggono i clienti di un consulente filosofico, mestiere che rientra tra le «professioni non organizzate in ordini» ai sensi della legge n. 4 del 2013 e che a Milano si diffonde sempre di più.

Ma che cos'è il counseling filosofico? È una pratica nata in Germania nel 1981, quando il tedesco Gerd Achenbach fondò il primo studio di consulenza e poco dopo la Società per la pratica filosofica. Per Achenbach la consulenza filosofica è «un'istituzione per le persone che pensano di essere rimaste impigliate, assillate da domande a cui non riescono a rispondere e di cui non riescono a liberarsi». In altre parole, questa pratica, con strumenti e concetti filosofici, aiuta l'individuo a prendere decisioni, risolvere dubbi, gestire crisi e migliorare relazioni attraverso un'indagine della propria visione del mondo. «Il counseling interviene», spiega a MM Alessio De Angelis, consulente filosofico milanese 29enne, «in aiuto di chi non sa più come procedere nella quotidianità. Compito del counselor è vivificare questo sentirsi "ancorati", contrastare visioni del mondo rigide e cristallizzate».

In Italia questa pratica arriva ufficialmente nel 1999, quando sorge a Torino l'Associazione italiana di counseling filosofico. Negli anni 2000 nascono altre associazioni che riuniscono i professionisti del settore mentre il primo master universitario



Il consulente filosofico  
Alessio De Angelis nel suo studio  
(foto di Alessio De Angelis)

in Consulenza filosofica è aperto nel biennio 2005-2007 all'Università Ca' Foscari di Venezia. Nel frattempo, emerge la diversità di vedute nella concezione del mestiere tra gli esperti e così nascono le prime scissioni. Scissioni e dissidi. Come mostra il rapporto travagliato che la consulenza filosofica ha con la terapia psicologica. Ci sono stati persino casi in cui i terapeuti hanno perseguito i counselor accusandoli di esercizio abusivo della professione di psicologo. Il costo delle sedute è simile (quello della consulenza filosofica varia in base alla complessità del problema e all'esperienza del counselor) ma le somiglianze finiscono qui. «A volte i problemi non sono psichiatrici o psicologici ma esistenziali», dice De Angelis. «Il pensiero della morte che mi angoscia è dovuto a un concetto, non a una patologia. Noi lavoriamo con le idee, non con le emozioni. La filosofia, inoltre, non è terapeutica: non tenta di curare nessuno e non dice cos'è giusto o sbagliato, sano o

malato. Spesso il non convenzionale è percepito come disadattato ma non per noi. Ecco perché il consulente è provocatorio nelle sedute individuali, in azienda, nei comitati etici». C'è chi si sente meno giudicato o "malato" negli incontri con un consulente rispetto a delle sedute di terapia psicologica: «A noi si rivolgono ospiti di un po' tutte le età, che conoscono già o no la consulenza filosofica. Ho avuto clienti che mi sono stati mandati da psicologi», dice il consulente. De Angelis guida la neonata sezione lombarda di Pragma society, un'associazione di categoria professionale fondata nel 2017 a Torino dal docente di Filosofia Morale all'Università degli Studi di Torino Luca Nave. La sezione lombarda dell'associazione conta oggi 27 professionisti su un totale di 70 soci a livello nazionale. La prima sede regionale è stata fondata in Lombardia ma l'obiettivo è aprire sezioni in tutte le regioni. Qui a Milano gli spazi di viale Monte Santo 5 ospitano

## L'aiuto della consulenza filosofica

e in Lombardia si è organizzata con un'associazione di categoria  
con le idee. L'obiettivo è contrastare visioni del mondo rigide»

problemi e dubbi e si inseriscono questi in una sua più generale visione del mondo», dice De Angelis, «poi, il terzo e il quarto sono momenti provocatori. C'è uno scontro tra noi e si evidenziano le contraddizioni. Qui chiedo all'ospite: chi sei veramente, nel profondo? E poi si impara anche a riconoscere il disagio, a nominarlo». Infine, conclude il consulente, «nelle ultime due sedute il cliente ricostruisce il percorso fatto insieme e compie una verifica su di sé. Partito dal conoscere se stesso, l'ospite arriva a diventare ciò che è, seguendo la massima di Socrate».

Un percorso che spesso si compie insieme ad altre figure professionali ma che si avvale sempre di strumenti filosofici. Nietzsche, Schopenhauer, Kant, Kierkegaard sono i pensatori che stimolano di più questo percorso per De Angelis. «A volte, durante gli incontri, leggiamo una pagina di *Così parlò Zarathustra*. Io chiedo: Come ti fa sentire? Cosa ti fa pensare?».

Per De Angelis le parole d'ordine del percorso di counseling sono "visione del mondo", "maieutica", "carezza", "erotica" e "filosofia trasformativa". Si parte cercando similitudini e differenze tra pareri e posizioni su singole questioni in rapporto alla propria visione del mondo. Visione del mondo che a volte ha quella che De Angelis chiama carezza: «Carezza si ha quando una tua visione non è un tuo prodotto critico ma è stata accettata perché insegnata dalla società o perché si è sempre fatto così».

Si procede quindi attraverso un metodo maieutico. Il consulente non ha un atteggiamento giudicante, non suggerirà mai una "soluzione": «Lì dentro ogni cosa è valida, non ci sono ideologie né religioni. Si parte anche da atteggiamenti giudicati solitamente come disfunzionali come

se non fossero tali». Il consulente lo aiuta a capire cosa sta cercando. Qui entra in gioco l'erotica. Per erotica non si intende ciò che comunemente si pensa. Ci si riferisce al mito di Eros in Platone. Eros, come la filosofia, è ricerca di qualcosa che manca e che non si ha. «Per avere qualcosa non devi possederla. L'ospite, in quest'ottica, realizza che spesso pretende che il giudizio degli altri sia il proprio. Erotizzare, invece, significa innamorarsi di ciò che non si possiede, della diversità dell'altro». Negli ultimi incontri si trasforma lo sguardo dell'ospite in una nuova consapevolezza. È la filosofia trasformativa. Se il percorso arriva a buon fine, nota De Angelis, si possono osservare degli «effetti collaterali belli», e cioè cambiamenti nella vita della persona che non erano all'inizio oggetto del percorso.

Una professione, quella del consulente filosofico, oggi poco conosciuta a causa dell'ignoranza diffusa nel merito, di un ancora poco sviluppato giro di affari e di una mancata alleanza tra il mondo dell'università e quello della filosofia pratica. Ma qualcosa sembra cambiare. Non ci sono solo bandi o progetti con le scuole all'orizzonte. «Vogliamo far conoscere il counseling anche attraverso eventi in cui incontriamo le persone. I caffè filosofici, i cineforum o gli aperitivi con un tema di riflessione sono degli esempi. Partiremo presto con un programma serrato qui a Milano».

Se il «filosofo di quartiere» diventerà una figura più rilevante nei prossimi anni è questione aperta. Di sicuro, al centro del dibattito non potrà non esserci l'intelligenza artificiale e i limiti da porle. Per cercare di capire che ruolo avrà l'umanità dell'uomo in tutto questo. Sempre in bilico tra due domande: che cosa devo fare? E che cosa sto facendo?

# Alla Bicocca il primo laboratorio di uncinetto universitario

Così l'attività manuale, diventata famosa online, riunisce le persone

di MARTA DI DONFRANCESCO  
@marta.ddn

**E**videnziatori, dispense e... gomitoli. Nella borsa di tela dello studente universitario della Bicocca di Milano c'è qualcosa di nuovo in questa sessione d'esame. L'arte dell'uncinetto è arrivata nelle aule della più giovane università meneghina grazie all'iniziativa dello studente Marzio Gigliobianco, lo scorso novembre, quando il ragazzo e la sua collega Giulia Cantatore hanno deciso di dare vita al laboratorio di uncinetto universitario: «L'obiettivo è quello di creare uno spazio di socialità alternativa dove poter scambiare due chiacchiere al di fuori di qualsiasi logica di apprendimento tradizionale», racconta Gigliobianco. Gli organizzatori avevano iniziato a praticare quest'arte due anni prima: «Io e lei abbiamo iniziato a

fare l'uncinetto insieme durante la pandemia, quindi Giulia ha accolto con favore la mia proposta di portare avanti il progetto», spiega lo studente. Per riportare in auge l'arte del crochet, certo, ma anche per spronare i propri coetanei a credere in loro e a imparare a esprimersi: «Noi ci rendiamo conto che tutta la nostra generazione è abituata a una passività per cui si è persa l'idea che ognuno abbia qualcosa da dare, possa creare qualcosa di bello e soprattutto che si possa fare insieme». L'idea è stata subito ben accolta dall'associazione studentesca Studenti indipendenti, che ha deciso di finanziare l'iniziativa con l'acquisto del materiale. La scelta degli spazi è stata più complessa: «All'inizio non abbiamo detto niente all'università. Abbiamo preso un'aula autonomamente, scegliendone una che fosse libera il martedì dalle 17 alle 20», aggiunge. La decisione si è resa necessaria quando, al primo incontro, si sono presentati circa 60 partecipanti. Troppi, per poter entrare tutti nella saletta che aveva messo a disposizione l'associazione. Ma i social dimostrano che a essere interessate sono molte più persone: il gruppo Telegram è composto da più di 200 membri, mentre la pagina

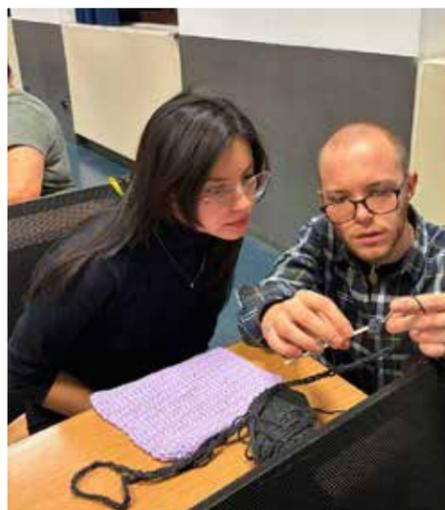
Instagram è sotto la lente di almeno 600 follower.

Non solo studenti della Bicocca, ma anche esterni. «Ogni tanto vengono dei ragazzi. Di solito quelli che frequentano il laboratorio si sono già confrontati con il loro femminile e non trovano che fare l'uncinetto intacchi la loro virilità», spiega lo studente. «Anche i ragazzi dovrebbero sganciarsi dagli stereotipi e provarlo. Sarebbe per loro un ottimo modo per capire la mentalità delle ragazze», afferma la studentessa Natalia Rossi. Molti sono matricole, ma col tempo anche dottorandi e docenti hanno scelto di passare tre ore a settimana col gomitolino sul banco.

«Su alcune cose, però, sono un po' critico», racconta l'organizzatore. «I banchi sono rivolti verso la cattedra, non c'è modo per gli studenti di guardarsi in faccia e questo ha le sue ripercussioni anche sul nostro gruppo. L'università è sterile a livello di umanità degli spazi». Lo scopo è creare un gruppo dove a prevalere sia la logica del confronto e della condivisione: «La nostra idea principale è che tante mani, insieme, possono fare le cose in grande». Il consiglio dei due ideatori è di affacciarsi all'aula del laboratorio, anche se si è soli: «È un'occasione per aprirsi e per fare amicizia, specialmente per i più timidi come me», concorda Rossi.

Ognuno con i suoi tempi, ognuno col suo livello di abilità, i partecipanti iniziano dalla creazione di quadrati. «L'intenzione è quella di assemblare una coperta da donare a un'associazione che la dia ai senzatetto», spiega Gigliobianco.

Per il futuro c'è grande aspettativa. Già da marzo si prevede grande partecipazione. Gigliobianco guarda ancora oltre: «Sicuramente c'è la speranza di espandere il progetto ai ferri o al lavoro a macchina. A tutto quello che significa "creare"».



Una dei partecipanti mentre lavora all'uncinetto. A sinistra, Marzio Gigliobianco aiuta una studentessa della Bicocca con il suo lavoro (foto di Marta Di Donfrancesco)



# La scienza del fantacalcio

Lo staff di Fantaculo (foto di Alfredo Fantetti)



Fantaculo è un progetto che grazie a modelli matematici e dati consente di ridurre il fattore C nel gioco virtuale delle squadre

di SIMONE DAGANI  
@simone\_dagani

**F**ino al 2021 il fantacalcio si strutturava su tre "C": Conoscenze, Casualità e C..., fattore fortuna. Poi è nato Fantaculo, il tool scientifico che si è posto l'ambiziosa missione di calcolare scientificamente il ruolo della fortuna nel fantacalcio.

Per quei pochi che non lo conoscessero, il fantacalcio è un gioco che consiste nell'organizzare e gestire per svago squadre virtuali formate da calciatori reali, scelti tra quelli che giocano nel torneo di riferimento, per poi schierare gli 11 migliori e affrontare la formazione di un altro partecipante. Il gioco, nato nel 1990, strizza l'occhio agli Stati Uniti, dove inizialmente si praticava per il campionato di baseball americano. Oggi sono poco più di 6 milioni gli italiani che ne hanno fatto un passatempo abituale ed è stato superato il numero dei praticanti del calcio "classico", che conta circa 4 milioni e mezzo di tesserati.

«Due anni e mezzo fa, nella nostra lega di Fantacalcio tra amici, ci siamo ritrovati nella situazione in cui il primo in classifica vinceva tutte le partite con un distacco minimo», racconta Alfredo Fantetti, uno dei

soci fondatori del progetto Fantaculo, «allora invece di lamentarci abbiamo deciso di utilizzare il nostro background scientifico per creare un mini-algoritmo che quantificasse matematicamente la sua fortuna incrociando i calendari di tutti i giocatori».

Ma come si combatte la fortuna grazie a dei modelli matematici? Con l'analisi dei dati per prevedere le performance dei calciatori, in maniera non molto diversa da quella che viene già applicata dai top club dei massimi campionati di calcio in Europa. Fantaculo Pro tiene in considerazione le ultime tre stagioni sportive e valuta il numero delle presenze, la quantità di gol fatti, gli assist prodotti, i cartellini presi, i dribbling riusciti, i falli fatti, quelli procurati e, ovviamente, anche i voti delle redazioni di riferimento. Insomma, un'analisi a tutto tondo di ogni calciatore che permette di valutare quali sono quelli più affidabili e costanti nel rendimento.

Ma non finisce qui. Per traslare il calcolo delle performance nel mondo fantacalcistico l'algoritmo di Fantaculo prende anche i prezzi dei vari giocatori in sede d'asta, quando in estate si assegnano i veri calciatori nelle squadre di ogni partecipante, e ne fa una previsione. Così facendo,

chi usufruisce del pacchetto Pro di Fantaculo, può avere un sostegno statistico su quali sono i migliori giocatori da acquistare, sul budget da investire per loro e su quali schierare a seconda del momento di forma o della squadra che il vero calciatore affronterà nella realtà.

«Lo scopo è cercare di aiutare quanti più utenti possibili, per questo motivo miglioriamo costantemente i nostri tool, per cercare di abbattere il fattore fortuna. Nella scorsa stagione il 63 per cento degli utenti che ha utilizzato Fantaculo Pro si è classificato nei primi tre posti della classifica (quelli che solitamente rappresentano un premio in denaro deciso prima dell'inizio della stagione sulla base delle quote fissate e versate da ogni partecipante) mentre il 47 per cento ha vinto almeno un fantacalcio tra quelli a cui gioca», spiega ancora Fantetti.

La probabilità che si contrappone al caso, l'analisi dei dati che si contrappone alla fortuna. Fantaculo offre un supporto ai fantallenatori, pur essendo consapevoli che non si possa eliminare del tutto la componente del fattore C. Perché alla fine, anche lamentarsi della fortuna del primo in classifica, è parte dell'esperienza del fantacalcio.

# Sul ring tra business e storytelling

Il wrestling è acrobazie e racconto, ma da noi non è una professione  
«Non tutti pagano gli atleti. Manca una visione imprenditoriale»

di VELIA ALVICH  
@velia.alvich

Il wrestling non è solo uomini in costumi sgargianti e volteggi su un ring. La disciplina, a metà fra sport e intrattenimento, è anche un business. O almeno, lo è a livello internazionale dove si riesce a guadagnare persino 7 milioni di dollari in una sola serata. È il caso della World wrestling entertainment, conosciuta anche come Wwe, il gigante americano che domina il settore. In Italia, però, questo business bisogna crearlo da zero. Così, la Milan wrestling federation sta cercando di imporsi nel panorama nazionale.

«Nel nostro Paese è sempre mancata una visione imprenditoriale della disciplina: di solito si fa “lo show che mi piace, dove voglio e con gli incontri che preferisco”, racconta Andrea Cesana, vicepresidente dell’associazione sportiva. Una critica ad altre federazioni che concentrano nelle mani e nei desideri di una sola persona tutto lo sforzo creativo che, alla fine, porta alla realizzazione di uno show mensile.

Senza tenere in considerazione, però, quello che vuole il pubblico. Sono scelte di booking, come vengono chiamate in gergo, cioè chi portare sul ring e chi, alla fine, vincerà l’incontro. Un segreto, quello dei risultati predeterminati, che non è tale per chi segue questo sport. Parlarne solo in termini di finzione, però, non rende giustizia alla disciplina che fa dello storytelling acrobatico il proprio cavallo di battaglia. A contare in realtà è la capacità di narrare una storia in un quadrato di 6 metri per lato.

«Non c’è bisogno di

una storia troppo complicata se la dinamica fra *face* e *heel* (cioè fra buoni e cattivi, ndr) è ben fatta», spiega Gaetano Durante, presidente della Mwf.

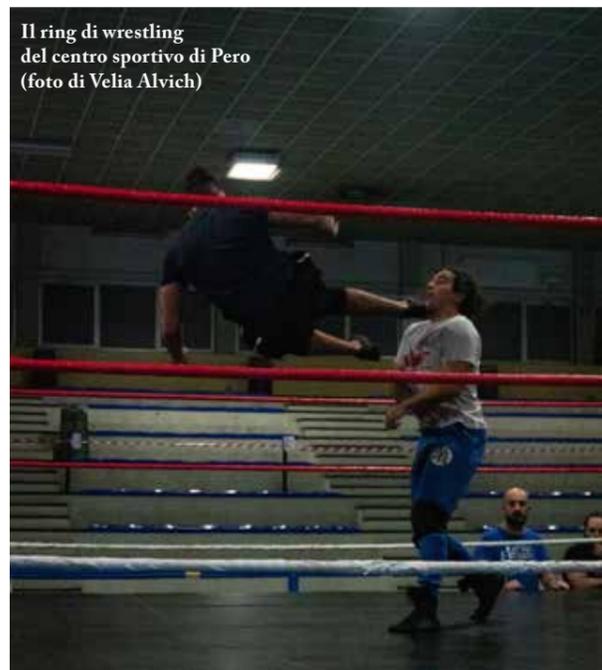
A importare è l’intesa che si crea fra lottatori e pubblico, quanto si riesce a coinvolgere gli spettatori nello show. Tutte le reazioni sono ben accolte, dagli applausi ai fischi, perché significa che la storia è stata raccontata a dovere. La sensibilità e l’esperienza per suscitare emozioni nel pubblico si sviluppa nel tempo. La federazione lo fa dal 2019, cioè da quando è nata. Meno di un anno più tardi è arrivato lo stop per colpa della pandemia. Allora, il rischio è stato quello di perdere i 200 medi spettatori racimolati fino a quel momento.

Tuttavia, la popolarità è arrivata a novembre 2022: all’evento chiamato “Rissa reale” sono accorsi in 600. Il merito è anche dello sforzo pubblicitario per promuovere lo show. Un vero e proprio investimento in inserzioni digitali che ancora oggi è il modo per farsi conoscere dal pubblico

occasionale. «Con promozioni da 200 euro possono anche tornarne 2mila in biglietti venduti», spiega Cesana.

L’attrezzatura è tutta un’altra storia: un ring, le luci, l’impianto audio, schermi, scenografie, solo per nominarne alcuni. I materiali vengono rispolverati non solo in occasione degli show, ma vengono anche affittati. «Offriamo anche il service per altre compagnie o promoter indipendenti», raccontano. Una prestazione può costare 1.500 euro. Un lavoro dietro le quinte per la Mwf, che vende così la propria esperienza ad altre federazioni. In alcuni casi, invece, sono le abilità degli atleti a essere offerte per eventi privati. Come quello organizzato a Busto Arsizio in occasione della festa dell’indipendenza messicana (nel Paese nordamericano resiste un’antica tradizione di lottatori mascherati). Una terza fonte di guadagno, quella dell’organizzazione di eventi privati, potrebbe diventare più frequente in futuro grazie a un accordo commerciale di cui non sono stati rivelati i dettagli.

L’obiettivo è quello di rendere la federazione popolare soprattutto fra le persone che non seguono la disciplina. «I fan del wrestling sono molto pretenziosi. È difficile fare presa su di loro», confessa Cesana, che ha cominciato in questo mondo come arbitro nei match di un’altra compagnia. «Noi vogliamo rivolgerci soprattutto alle famiglie». Il business, però, passa anche attraverso due aspetti che non sono di natura economica. In primo luogo, l’ambizione di collaborare in maniera continuativa non solo con le altre federazioni italiane (per esempio la bergamasca Italian championship wrestling e la Bologna wrestling team) ma anche con quelle della



Il ring di wrestling del centro sportivo di Pero (foto di Velia Alvich)



Durante un allenamento, il wrestler israelo-tedesco Yuval Goldshmit si fa mettere in una sottomissione dal suo avversario, che sul ring si fa chiamare Conte. In basso, Andrea Cesana e Gaetano Durante, rispettivamente vicepresidente e presidente della Milan wrestling federation (foto di Velia Alvich)

rete europea.

Nella pratica, significa che spesso i lottatori viaggiano da una compagnia all’altra per esibirsi negli show di tutto il continente. In secondo luogo, non meno importante, c’è il desiderio di professionalizzare i wrestler. Per adesso, gli atleti della Mwf sono tesserati a quella che è a tutti gli effetti un’associazione sportiva dilettantistica. Nessuno, insomma, si esibisce sul ring per lavoro. Uno studente universitario, un operatore socio-sanitario, un grafico, persino un membro della Guardia di finanza. Questi i ruoli che li definiscono di giorno, prima di andare al centro sportivo di Pero per allenarsi.

La professionalizzazione dei lottatori, però, passa dalla loro attitudine nei confronti della disciplina. «Noi paghiamo agli atleti un gettone di presenza a ogni show. Non tutte le altre federazioni lo fanno», spiega il presidente della Mwf. Questo cambia i rapporti fra chi organizza gli spettacoli e chi

offre le proprie prestazioni sportive. Chi lo fa gratis talvolta viene preferito a chi invece valorizza la professione anche attraverso un compenso economico. «Ora quando vanno in altre federazioni per degli eventi, i nostri atleti si fanno

pagare», aggiunge con orgoglio Durante.

La professionalità, poi, passa anche dall’atteggiamento negli allenamenti. A partire dai dettagli, cioè quando viene montato e smontato il ring nel centro sportivo con cura. Bullone dopo bullone, in meno di mezz’ora viene tirato su il palco dove si allenano in spettacolari salti, cadute sul tappeto rumoroso e pedate che sembrano vere, mentre alcuni colpi non possono essere simulati in nessun modo. Gli allenamenti vengono presi con la massima serietà, concedendosi pochi momenti di divertimento. Specialmente quando sul ring c’è un ospite invitato di proposito per le sue capacità. L’ultima volta è toccato a Yuval Goldshmit, wrestler israelo-tedesco chiamato dalla Mwf in vista di un seminario. «Sono venuto ad allenarmi una settimana prima della lezione per conoscere le persone con cui lavorerò», spiega l’atleta in inglese, la lingua franca usata anche per descrivere le azioni sul ring.



I seminari, racconta Durante, sono sempre offerti agli atleti della federazione. Un lusso per pochi, visto che in altre palestre viene chiesto ai wrestler di coprire il costo dell’incontro. «Con me porto l’esperienza maturata nel resto

d’Europa. Il wrestling è anche scambio di saperi e contaminazione fra le varie realtà», aggiunge poi Goldshmit. Lo osservano con attenzione a bordo ring mentre si esibisce in acrobazie o mentre spiega qual è il modo migliore per eseguire un *big boot*, un violento calcio sul volto dell’avversario con la pianta del piede.

Dietro ogni allenamento e durante ogni show, il sogno è uguale per tutti. Essere notati da una celebrità del wrestling per fare il salto di qualità. Non è una possibilità remota, anzi. È successo a pochi chilometri da Pero, in un’altra federazione. Francesco Akira, giovane promessa di Bergamo, durante uno show è stato notato da Tajiri, un famoso lottatore giapponese con esperienza anche nell’americana Wwe. L’incontro non sarebbe stato possibile senza la collaborazione fra federazioni e lo scambio di talenti che Durante e Cesana stanno incoraggiando. Al tempo stesso, non sarebbe stato possibile senza il prezioso talento del giovane, che gli ha fatto vincere un biglietto di sola andata per il Paese asiatico, dove la tradizione del wrestling ha radici molto profonde. E così, lo scorso novembre Francesco Akira (pseudonimo di Francesco Begnini) ha vinto un importante riconoscimento, sotto lo sguardo ammirato dei suoi colleghi italiani. Smontando un pezzo dopo l’altro il ring all’inizio dell’allenamento, i 30 atleti sanno che per fare strada bisogna mettercela tutta perché il wrestling diventi un business e una professione anche in Italia.

# Combattere contro i pregiudizi

Chi vuole dimagrire, chi scarica lo stress, chi impara a concentrarsi  
Le palestre si riempiono: «La boxe non è violenza, ma disciplina»

di MATTEO CIANFLONE  
@teocianflo

**D**a Las Vegas a Rio de Janeiro, dalle favelas alle periferie di tutto il mondo, le arti marziali uniscono agonisti e appassionati senza distinzione di età, genere o nazionalità.

Praticate fin dall'antichità, affondano le proprie radici nel pancrazio greco. Un misto di lotta, pugilato e altre tecniche in cui si esercitava anche il filosofo ateniese Aristocle, che proprio alla larghezza delle sue spalle deve il soprannome con cui è conosciuto: Platone (dal greco *platýs*, ampio).

Non si tratta di un unico sport, ma di un insieme di diverse discipline. Karate e Judo giapponesi, Sambo russo, Jiu jitsu brasiliano, Muay thai thailandese, Savate francese, Taekwondo coreano, lotta olimpica e pugilato, la "nobile arte di autodifesa": secondo l'inglese James Figg, sono le prime voci di un elenco che potrebbe proseguire ulteriormente, facendo tappa in ogni Paese.

Nell'ultimo decennio, gli sport da combattimento hanno iniziato a diffondersi maggiormente anche in Italia, dove sono state aperte palestre che offrono corsi per atleti e amatori. È il caso, per esempio, dell'Opi Gym boxing club Milano, un'associazione sportiva dilettantistica con sede in Porta Romana, fondata nel 2011 da Alessandro Cherchi, Gianluca Bracca e Alberto Canuzzi.

«Era un periodo di completa recessione e all'epoca eravamo tre amici d'infanzia poco più che ventenni», spiega Canuzzi. «Allora c'erano pochissime palestre di pugilato e noi ci siamo buttati». A distanza di 13 anni, l'Opi Gym è una delle realtà più affermate della città, con richieste di iscrizione da tutti i municipi, compresi quelli più distanti dal centro.

L'organizzazione è la seguente. Bracca si occupa della parte contabile.



All'interno della palestra Opi Gym c'è la locandina che promuoveva un match di Mike Tyson previsto a Milano, ma mai tenutosi, nel maggio 2000 (foto di Matteo Cianflone)

Canuzzi degli aspetti pratici. Cherchi di quelli promozionali, in continuità con l'impegno avviato dalla propria famiglia con la società di gestione di atleti e organizzazione di eventi Opi since 82.

Nel suo complesso, l'associazione agisce come un corpo unico, con l'obiettivo condiviso di «dare a chiunque la possibilità di praticare gli sport da combattimento, anche solo per tenersi in forma».

In sala le attività sono svariate. Superato il cancello, al piano meno uno del corso di Porta Romana 116A c'è chi fa ginnastica, chi corre sul tapis roulant, chi colpisce il sacco, e chi fa *sparring* con guantoni e protezioni.

Il tutto sotto lo sguardo vigile dei campioni ritratti sulle pareti. Più che una palestra, sembra un famedio sportivo con poster, immagini e cimeli

ovunque. I volti di Floyd Mayweather, Rocky Marciano, Muhammed Ali, George Foreman, Evander Holyfield, Joe Frazier dominano i muri. Agli angoli ci sono locandine degli incontri più famosi e teche con guanti firmati da campioni come Óscar de la Hoya. In posizione centrale, c'è persino un cartellone promozionale di un match di Mike Tyson previsto a Milano il 20 maggio 2000. Competizione alla fine mai disputatasi, ma che ancora elettrizza Canuzzi al solo pensiero. Diversificate sono le fasce d'età degli iscritti. Ci sono i piccolissimi dai 5 ai 12 anni, gli adolescenti tra i 13 e i 18, i ragazzi più grandi e gli over 50 che hanno scelto di allenarsi. Numerose, precisa Canuzzi, sono anche le donne che frequentano i corsi di pugilato, compresa un'atleta agonista.

Per sostenere alcuni professionisti più



Le immagini dei più grandi campioni di pugilato della storia sulle pareti della palestra.  
In basso, Biagio Grimaldi, 22 anni, atleta professionista e istruttore (foto di Matteo Cianflone)

promettenti, la palestra permette loro di lavorare come istruttori. Arrotonda in questo modo, per esempio, Biagio Grimaldi, 22enne originario di Cinisello Balsamo. «Ho iniziato a boxare per caso, quando avevo 13 anni, perché volevo dimagrire. Da allora non ho mai smesso», racconta. «Vivere solo di pugilato è dura da un punto di vista economico. Andare a combattere significa inoltre farsi lunghe macchinate, affrontare il freddo e aspettarsi poco pubblico. Un giorno mi piacerebbe tanto andare in America».

Dal 2011 al 2024, insieme alla graduale crescita della palestra, c'è stato anche un cambiamento culturale: «Le persone hanno finalmente capito che la boxe non è violenza, ma disciplina», ragiona Canuzzi. «Siamo però ancora lontani da Stati Uniti e Regno Unito. Manca un personaggio in grado di avvicinare le folle come ha fatto Valentino Rossi per la MotoGP. Il pugilato si porta ancora dietro la noia di essere uno sport truccato». Il crescente interesse per le arti marziali a Milano è confermato dal numero di iscritti ad altre associazioni sportive. Tra queste, c'è l'Asd Combat Sport Uof, che dal 2013 ha sede in zona Ripamonti.

L'associazione nasce su iniziativa dell'atleta Max Greco, oggi insegnante, e di Vanessa Suraci, attuale presidente. Fitness e sport da combattimento sono le due aree principali di cui si occupa, sotto i rispettivi marchi University of Fighting e Allenamento Funzionale Milano. Nel primo ambito, offre corsi di allenamento a corpo libero (Calisthenics) o con pesi. Nel secondo, lezioni di boxe, kick boxing e Capoeira.

Nonostante il pubblico sia generalmente diverso, non bisogna



immaginare due compartimenti rigidamente distinti. Come chiarito dalla stessa presidente Suraci, è possibile sottoscrivere abbonamenti *all inclusive* che permettono di partecipare a entrambi i tipi di allenamento. Dopo la pandemia di Covid-19, inoltre, si è registrato un crescente numero di interessati al modello *open gym*. Una nuova modalità di frequentazione della palestra che consiste nella fruizione di uno spazio interno dove praticare in piena autonomia esercizi impartiti a distanza, sul proprio smartphone, dal proprio personal trainer.

Secondo Sturaci, grazie ai social network, le nuove generazioni sono più informate sull'allenamento rispetto a quelle precedenti. «Mi capita», racconta la presidente, «che alcuni genitori mi chiamino per dirmi: "Mio figlio vuole fare C... Calisthenics", senza sapere che cosa sia. I figli invece sanno tutto».

Da dove nasce il motivo di tale interesse? Max Capussela, istruttore di arti marziali miste, ha un suggerimento. Il motivo, a suo avviso, sta nel fatto che gli sport da contatto possono aiutare a concentrarsi solo sul

presente. «Allenarsi», sostiene, «ferma i vortici mentali giornalieri. A volte capita di fare un pezzo di strada senza rendersene conto, perché nel mentre si stava pensando a cosa si sarebbe dovuto fare l'indomani. La fatica ti obbliga a rimanere concentrato sul qui e ora».

Non solo. Un'altra ragione che spinge le persone ad allenarsi, secondo Capussela, potrebbe avere a che fare con la gratificazione che ne deriva. «Noi viviamo in una società depressa che ci trattiene, con lo sport invece scarichi, rilasci stress». La sua soddisfazione più grande, aggiunge, è vedere persone che in questo modo riescono a stare meglio nella vita di tutti i giorni. «Con le arti marziali si possono affrontare le problematiche che si vivono all'esterno e che in palestra tendono a ripresentarsi, come la paura di essere da meno, il fatto di scappare dalle proprie emozioni o l'incapacità di controllarsi». L'obiettivo del vero marzialista, conclude, «è quello di incanalare con umiltà le proprie energie verso il raggiungimento di un obiettivo, vincendo sé stessi prima ancora del proprio avversario».

5 domande a...Paolo Giacomelli e Lisa Giupponi

# L'importanza di donare

I responsabili dell'associazione Amici del Policlinico:  
«Sempre meno gente per le trasfusioni. Puntiamo sui giovani»

di SIMONE DAGANI  
@simone\_dagani

«**C**i muoviamo su tutto il Paese e siamo la più grande associazione ospedaliera d'Italia». Inizia così, con una punta di orgoglio, l'intervista a Paolo Giacomelli e a Lisa Giupponi, rispettivamente presidente e responsabile comunicazione dell'associazione Amici del Policlinico. Attiva dal 1974, oggi conta più di 32mila associati ed è il punto di riferimento a Milano per i donatori di sangue, che siano passati, presenti o futuri. Oggi, oltre che con il Policlinico di Milano, dove si trova la sede operativa e il laboratorio di ricerca, coopera con altri 10 ospedali cittadini.

## Di cosa si occupa esattamente l'associazione?

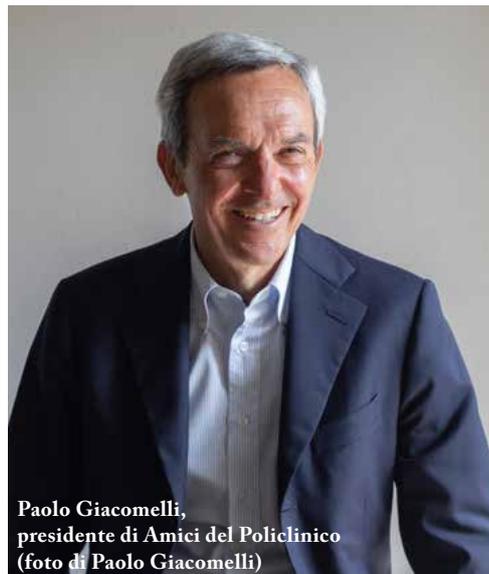
L'attività principale riguarda quello che viene chiamato marketing sociale, ovvero diffondere la cultura della donazione, informare chi è interessato a diventare donatore e mantenere attivo il flusso di quelli che ci sono già. Infatti nonostante la medicina abbia fatto molti progressi dal 1974, negli ultimi anni c'è stato un calo importante nei numeri. L'altro compito di cui ci occupiamo è una specie di *customer care*, ovvero diamo supporto ai donatori per quanto riguarda la prenotazione di visite cardiologiche convenzionate e gestiamo la parte burocratica per conto del Policlinico, quindi rispondiamo ai dubbi di tipo sanitario, interagiamo con i donatori e ci occupiamo dell'organizzazione all'interno del centro trasfusionale.

## Nei 50 anni di attività, come si è evoluta l'associazione?

Lo scopo non è cambiato rispetto al primo giorno, ed è quello di mantenere i donatori che ci sono già e cercare di aumentarne il numero. Per raggiungere l'obiettivo ci siamo concentrati molto sui giovani,

soprattutto sugli ultimi anni di liceo, organizzando delle iniziative con le scuole per suscitare l'interesse e farli diventare associati appena compiuto il diciottesimo anno di età. Potessimo, cercheremmo di coinvolgere anche i ragazzi delle scuole medie. Per questo siamo molto attivi sui social, Facebook e soprattutto Instagram, dove pubblichiamo almeno un paio di volte la settimana, raccontando storie di donatori particolari oppure offrendo delle pillole di informazione utili per i potenziali nuovi donatori.

## C'è un buon numero di donatori in



Paolo Giacomelli,  
presidente di Amici del Policlinico  
(foto di Paolo Giacomelli)

## Italia?

Non esattamente. Da qualche anno a questa parte la donazione è diventata quasi un tabù e solo il 3 per cento della popolazione lo fa regolarmente, il che è un peccato perché è un ottimo modo per tenere anche monitorati i valori principali del sangue. In più, la normativa impone di aspettare un minimo di 90 giorni prima di riconvocare una persona, per evitare qualsiasi tipo di complicazione legata alla salute. Va detto che, delle quattro donazioni annuali possibili, in media un donatore ne fa meno

della metà, quindi uno dei compiti dell'associazione è anche quello di cercare di alzare questa percentuale, perché se chi è già iscritto rispettasse tutte le convocazioni ci sarebbe sangue in abbondanza per tutta la sanità italiana.

## Qual è il percorso che fa il sangue dopo la donazione?

Una volta prelevati, i 450 grammi di sangue donato vengono immediatamente portati in laboratorio. Qui, dopo i controlli del caso, vengono inseriti in una centrifuga, che li separa stratificandoli

nelle tre componenti principali: globuli rossi, plasma e un mix di globuli bianchi e piastrine. Da qui vengono suddivise in sacche apposite e somministrate in pazienti in base alle necessità. Circa il 98 per cento del sangue donato segue questo percorso, la restante parte invece viene sottoposta a dei test di ricerca. Sono davvero poche le sacche che di fatto vengono scartate.

## C'è un ricordo particolare legato alle donazioni?

Una storia molto bella ci è successa l'anno scorso, quando una ragazza è venuta a donare con la sua compagnia di amici e amiche. Questo gruppetto ci ha incuriosito, allora abbiamo indagato e abbiamo scoperto che era il giorno del suo compleanno e come regalo aveva chiesto che gli amici la accompagnassero e che donassero insieme a lei. Da qui è nata una campagna, chiamata "ME,WE", che incoraggia i donatori a portare un'altra persona al centro trasfusionale. Come riconoscimento regaliamo un braccialettino di coppia, che è diviso in due metà, una con scritto "ME" e una con scritto "WE". Le due metà quindi si completano solo se vengono messe vicine.