

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

MM

Quindicinale N. 17 - 20 GENNAIO 2026

TRA GENERAZIONI

**I WORKSHOP DEGLI OVER 55
PREPARANO AL POST DIPLOMA**

GABRIELE VAGNATO

**DA YOUTUBE A FIORELLO,
LA STAR DEL WEB SI RACCONTA**

GASHAPON MANIA

**COLLEZIONISMO GIAPPONESE
A PORTATA DI PALMO**

Ricerca mirata

**Nelle persone con disabilità
è difficile riconoscere disturbi psichiatrici
Al San Raffaele gli studi sulla nuova molecola**

Boomer a chi?

Il progetto Kaumatua porta nelle scuole workshop di manager e professori over 55 per preparare al lavoro: «Sempre più studenti»

di ALAN ARRIGONI

Sopra i 55 anni e spesso pensionati, ma con il forte desiderio di mettere l'esperienza professionale di una vita a disposizione delle nuove generazioni. Sono i volontari di Kaumatua, progetto non profit lanciato nel 2018 dall'associazione del terzo settore MilanoAltruista, a partire dalla volontà della sua presidente Odile Robotti di promuovere la collaborazione tra persone di fasce d'età differenti.

Come agiscono nel concreto? Tra le attività di cui si occupano i Kaumatua, termine che rimanda agli anziani-guida del popolo Maori, spiccano i workshop che organizzano in diverse scuole superiori del capoluogo lombardo per aiutare ragazze e ragazzi nella preparazione all'ingresso nel mondo del lavoro. Incontri che stanno ripartendo in queste prime settimane dell'anno. «L'obiettivo è duplice: da un lato, valorizzare l'adulto maturo e le sue competenze, facendolo sentire parte attiva nella società. Dall'altro, dare una mano ai più giovani», spiegano Antonella Pozzi e Gianluigi Aliprandi, capiprogetto di Kaumatua. Con l'iniziativa *Il Periscopio: vedere oltre il diploma*, il gruppo è riuscito a coinvolgere 600 studenti soltanto tra l'autunno 2024 e la scorsa estate. «E quest'anno, considerando i workshop che stanno cominciando, saranno molti di più», preannuncia Aliprandi. «Lavoriamo soprattutto con le classi di quinta vicine all'esame di maturità, ma ci sono stati richiesti incontri su argomenti specifici anche per le terze e quarte». Dalla scuola professionale Kandinsky all'Istituto Cremona, che comprende anche il percorso di liceo scientifico, sono varie le strutture scolastiche che nel tempo hanno manifestato interesse e si sono aggiunte all'Istituto Torricelli, il primo a ospitare le lezioni di Kaumatua



Una lezione del *Periscopio: vedere oltre il diploma*, iniziativa di Kaumatua (foto di Kaumatua)

nell'anno scolastico 2022-2023. «Nel 2021 abbiamo iniziato a prendere i primi contatti con i dirigenti degli istituti per presentare l'idea del *Periscopio*. Abbiamo cominciato a farci conoscere, dopo che la pandemia di Covid aveva un po' rallentato le attività di Kaumatua. Oggi sono sei le scuole con cui abbiamo accordi», raccontano i due capiprogetto. L'iniziativa si suddivide in cinque moduli differenti, con incontri che si concentrano su tematiche specifiche legate alle fasi di ricerca del lavoro. In particolare vengono dati consigli su come scrivere in modo efficace il curriculum e su come sviluppare le cosiddette *soft skills*, dalle capacità di comunicazione a quelle di lavoro in team. Altri approfondimenti riguardano la preparazione di un colloquio lavorativo e l'utilizzo dei social per trovare più rapidamente un'occupazione. «Cominciamo a spiegare ai ragazzi come creare un profilo su LinkedIn e come alimentarlo sin da subito, anche se stanno ancora studiando», continua Aliprandi. Infine, Kaumatua organizza lezioni sulle basi di educazione finanziaria: «Vediamo che gli studenti sono molto interessati a quest'area». Nei workshop, che in alcuni istituti

rientrano nelle ore di formazione scuola-lavoro (ex alternanza scuola-lavoro), trova spazio inoltre il tema dell'intelligenza artificiale, con le sue criticità e le numerose opportunità che offre. «Spieghiamo come utilizzarla al meglio per cercare lavoro o per ricevere un aiuto nell'individuare il proprio percorso. Raccontiamo anche come le società di recruiting usano l'AI nei processi di selezione. Stiamo pensando per l'anno prossimo di introdurre un modulo specifico sull'argomento da proporre agli istituti». I Kaumatua che conducono gli incontri sono principalmente ex manager, sia nel campo delle risorse umane che nell'area marketing e comunicazione. Persone con particolare competenza sugli argomenti trattati davanti agli alunni. «Tra la ventina di volontari operativi, non ci sono però solo pensionati», sottolinea Pozzi. «In vari ancora lavorano, ma vogliono comunque ritagliarsi del tempo per fare volontariato, rendendo ai più giovani quello che hanno imparato negli anni. Abbiamo in gruppo anche professori, docenti universitari e liberi professionisti». Il minutaggio dei singoli workshop è variabile. Di base i moduli hanno

la durata di un'ora, ma con le scuole vengono presi accordi in relazione alle specifiche richieste. «Adattiamo la lunghezza in base a quello che gli istituti ci chiedono. Quest'anno, ad esempio, in una scuola abbiamo fatto tre ore di educazione finanziaria, tre ore tra curriculum e preparazione ai colloqui e due sull'uso dei social, senza la parte di definizione delle competenze individuali». Flessibilità ma non solo. Il gruppo che si occupa dell'iniziativa di scambio intergenerazionale ci tiene a far emergere tutte le differenze con le attività proposte alle scuole da altre organizzazioni. «Non è il classico progetto che viene offerto dalle associazioni di categoria. Qui c'è partecipazione emotiva: lo scopo è dare agli studenti pillole su cui cominciare a riflettere e creare la relazione diretta tra i giovani e gli adulti maturi che li possono aiutare». Oltre ai workshop, Kaumatua offre infatti supporto individuale ai ragazzi che lo desiderano. «Indipendentemente dall'iniziativa *Periscopio*, siamo entrati in contatto con vari giovani che ci hanno chiesto consigli e indicazioni nella fase d'ingresso nel mondo del lavoro o anche nella scelta del percorso di

studi. Per quanto ci riguarda, uno dei ruoli fondamentali è ascoltarli», il racconto di Aliprandi. «Negli incontri di *mentorship* prevale l'aiuto nella preparazione del curriculum e dei colloqui lavorativi. Spesso si simula il colloquio stesso. E in alcuni casi si dà una mano nel cercare di chiarire le idee sul futuro professionale». Tutto ciò grazie all'impegno di volontari che non provengono soltanto da Milano: «C'è una signora molto attiva che partecipa al progetto dalla Svizzera, occupandosi online di supporto *one to one*».

In alcuni casi si è arrivati persino a creare legami duraturi tra ragazzi, soprattutto tra i 18 e 25 anni, e volontari. Pozzi ricorda un caso in particolare: «Il Kaumatua che presentava alcuni workshop il primo anno di incontri all'Istituto Torricelli, ex addetto alle risorse umane, fu contattato da un ragazzo che chiedeva un aiuto nella scelta del percorso universitario. Ancora adesso, dopo due anni, sono in costante contatto tra loro».

Un'altra iniziativa su cui si concentra il gruppo di volontari riguarda la scuola elementare Radice di via Pier Alessandro Paravia, in zona San Siro. «Qualche anno fa

Odile Robotti fu contattata da una consigliera del comune di Milano (Alice Arienta, ndr) per contribuire ad allestire una biblioteca all'interno dell'istituto, frequentato in grande maggioranza da bambine e bambini di origine straniera. Noi abbiamo subito cominciato a dare una mano alle maestre nella preparazione, registrazione e catalogazione dei libri». Nel 2024 la biblioteca è stata inaugurata alla presenza del sindaco Giuseppe Sala e tuttora i volontari di Kaumatua portano un contributo quotidiano nelle attività della biblioteca.

Kaumatua offre poi supporto all'autoimprenditorialità, dando assistenza nella stesura di un *business plan* iniziale, e fa parte della Rete lavoro del municipio 5 di Milano, che riunisce varie associazioni impegnate nel capoluogo lombardo e organizza iniziative sul territorio per l'inserimento lavorativo. Il gruppo di volontari over 55 collabora infine con la Ong ActionAid allo sviluppo dello spazio Baroni85, in via Costantino Baroni 85. Un centro polifunzionale, aperto nell'autunno del 2023, dedicato ai giovani tra i 14 e i 25 anni che si trova nel quartiere di Gratosoglio, nella periferia Sud di Milano.



I volontari di Kaumatua, progetto non profit dall'associazione del terzo settore MilanoAltruista (foto di Kaumatua)

La molecola per i disturbi d'umore

Al San Raffaele al via i test preclinici dello studio internazionale.
La discriminazione sanitaria è solo uno dei problemi:

di **FRANCESCA MENNA**
@franci.lamiel

Quando Vincenzo finalmente dorme, anche la casa respira. Per anni, nella sua famiglia, la notte è stata un campo di battaglia fatto di risvegli continui, agitazione, cadute improvvise. Sua madre, Loredana Pensabene, ricorda ogni dettaglio del giorno in cui ricevette la diagnosi definitiva sul figlio: «Il medico che lo aveva visitato, il commento sul body con gli elefantini, detto come si dicono le cose leggere quando non si sa ancora come dire quelle pesanti. E poi, dopo un silenzio, quella frase che doveva arrivare diretta, senza mezzi termini: “Suo figlio non sarà mai come tutti gli altri”».

Vincenzo oggi ha 27 anni e convive da sempre con una rara sindrome genetica, la Phelan-McDermid. Non parla, ha bisogno di assistenza continua e, per molto tempo, non riusciva a mantenere un ritmo sonno-veglia stabile.

L'ansia, l'agitazione e la depressione, insieme a disabilità cognitiva e ritardo nello sviluppo, sono tra i problemi più invalidanti nelle forme rare di autismo genetico come la sindrome di Phelan-McDermid e quella dell'X fragile. Ed è proprio su questi sintomi che si concentra un nuovo progetto di ricerca internazionale appena vinto dal professor Danilo De Gregorio, neuroscienziato dell'ospedale San Raffaele di Milano e dell'Università Vita-Salute. Il finanziamento, nell'ambito dell'alleanza europea Erdera sulle malattie rare, servirà a testare una molecola capace di agire su quei circuiti cerebrali che tengono insieme sonno, umore e comportamento.

La sostanza, chiamata COS-01, è stata brevettata all'Università McGill di Montréal dal gruppo della professoressa Gabriella Gobbi, supervisor di De Gregorio durante



il suo periodo di ricerca in Canada. «È una molecola che attiva in modo selettivo un recettore della melatonina», spiega De Gregorio, «ma allo stesso tempo modula anche i sistemi serotoninergico e dopaminergico, che sono centrali nella depressione, nell'ansia e nei disturbi dell'umore». Negli studi preliminari ha già mostrato di ridurre l'agitazione, migliorare la sociabilità e regolare il sonno, tre nodi cruciali nello spettro autistico.

Il progetto coinvolge centri di ricerca in Italia, Francia, Svezia e Canada. L'obiettivo è chiarire i meccanismi d'azione della molecola e portarla, entro tre anni, ai primi studi clinici sull'uomo. A Milano il gruppo di De Gregorio sarà impegnato nella fase preclinica, investigando il meccanismo d'azione della molecola su roditori che presentano la sindrome di Phelan-McDermid e quella dell'X fragile. In parallelo, una startup svedese produrrà una formulazione adatta ai pazienti. Prima, però,

saranno necessari test su volontari sani per studiarne assorbimento e sicurezza.

La posta in gioco è alta, perché la cura dei disturbi psichiatrici che colpiscono le persone con disabilità intellettiva «è un problema storico». A segnalarlo è Giovanni Merlo, direttore di Ledha, la Lega per i diritti delle persone con disabilità. «Queste persone hanno un rischio molto più alto di sviluppare depressione, ansia e altri problemi di salute mentale. Il vero nodo, però, non è solo la maggiore esposizione al rischio, quanto il fatto che spesso non ricevono cure adeguate. Succede che la psichiatria veda solo la disabilità e non il disturbo». È un fenomeno noto come *shadowing*: una condizione, come l'autismo o la disabilità cognitiva, finisce per oscurare tutto il resto. Secondo Merlo, questo meccanismo produce una grave discriminazione sanitaria, perché disturbi dell'umore o altri problemi psichiatrici vengono sottovalutati o non riconosciuti. Nella sindrome dell'X fragile, che

nelle persone con disabilità cognitiva

Le associazioni: «Nell'autismo sottovalutate ansia e depressione»
«Oltre al farmaco serve inserimento e riconoscimento sociale»

I ragazzi e le famiglie di Aisphem, l'associazione italiana per la sindrome di Phelan-McDermid (foto di Francesca Menna)

l'agitazione viene trattata con farmaci sedativi generici: «Molte persone affette dalla sindrome di Phelan-McDermid non riescono a parlare, come Vincenzo. Non è facile capire quando hanno una sofferenza fisica e quando usare un antinfiammatorio al posto di un ansiolitico», dice Pensabene che oggi è presidente dell'Associazione italiana per la sindrome di Phelan-McDermid. Per questo la conferma dei risultati degli studi di De Gregorio potrebbe aprire nuove possibilità terapeutiche per persone che hanno poche opzioni e alleggerire il carico quotidiano di chi vive accanto a loro. «Ridurre i problemi di comportamento significa ridurre lo stress di tutta la famiglia», spiega Brunetti. «E anche permettere alle persone di costruire relazioni, di stare nel mondo».

Ma la ricerca, da sola, non basta. «Il miglior farmaco del mondo serve a poco se la persona non ha un posto dove vivere, un lavoro, una rete di relazioni», avverte Brunetti

dell'Associazione X fragile. «Quello che manca davvero è un supporto a una vita adulta di senso». Le associazioni cercano di colmare questo vuoto, offrendo supporto dall'inserimento scolastico a quello lavorativo, fino all'abitare autonomo. «La società deve riconoscere un ruolo a queste persone», dice Brunetti. «Non basta una pensione di invalidità: serve un posto nella storia, la possibilità di svegliarsi la mattina e sentire che ci si muove verso ciò che dà senso alla propria vita».

Una direzione, insomma. Vincenzo la sua l'ha trovata in acqua: da un anno ha iniziato la TMA, la terapia multisistemica in acqua, un potente attivatore emozionale e motorio. «Mi sono detta: “Vabbè, proviamo anche questa”», racconta sua mamma, ormai abituata a vederlo girare per casa senza una meta tutto il giorno. «Ma con grande meraviglia, qualche settimana fa ho visto Vincenzo seguire i comandi dell'istruttore e muoversi in acqua in autonomia: nuotava».

in Italia colpisce circa un neonato maschio ogni 4mila e una femmina ogni 8mila, la vulnerabilità psichica è anche biologica. Queste persone mostrano livelli di cortisolo più elevati e prolungati, segno di una risposta allo stress più intensa. Durante l'adolescenza, poi, i rischi aumentano. «È una fase in cui l'identità, le relazioni, la sessualità diventano temi centrali», spiega Alessia Brunetti, presidente dell'Associazione italiana X fragile. «Ma spesso manca un accompagnamento psicologico adeguato e molti ragazzi non hanno nemmeno gli strumenti linguistici per raccontare ciò che provano».

Quando questi giovani diventano adulti, il vuoto si allarga ed è stato così anche per Vincenzo, come ricorda la madre: «Dopo i 18 anni molti vengono abbandonati dai professionisti», racconta Pensabene. «Il neuropsichiatra infantile non può più seguirli e quello degli adulti spesso dice: “Non conosco questa sindrome, non so cosa fare”». In quei momenti,



Il prof. Danilo De Gregorio, project leader dell'Unità di Neuropsicofarmacologia dell'ospedale San Raffaele (foto di ufficio stampa ospedale San Raffaele)

«Faccio il lavoro dei miei sogni»

Gabriele Vagnato, creator calabrese di 24 anni, ha 5 milioni di fan
Da un inizio difficile alla conduzione in tv: «Fiorello? Un maestro»

di **GABRIELE SCORSONELLI**
@gabri.scorso

«**H**o 24 anni e faccio il lavoro dei miei sogni. Conduco su Rai 2 e ho partecipato a un programma con Fiorello. Mia mamma è insegnante, forse avevo meno possibilità di farcela di altri». Quando ripensa al suo percorso artistico, Gabriele Vagnato è ancora incredulo: «Non so come sia successo, ma è tutto vero». Cresciuto a Catanzaro Lido, ma di stanza a Milano da ormai diversi anni, è uno dei creator più seguiti della Generazione Z: 5 milioni di follower tra YouTube, Instagram e TikTok. Una community che ha cominciato a costruire già da adolescente e che ha visto crescere in modo esponenziale a partire dal 2020. Tre anni prima, ancora minorenne, era volato per la prima volta nel capoluogo lombardo in occasione di una fiera di videogiochi che ospitava anche gli youtuber. E gli era sembrato di atterrare su un altro pianeta: «Sono rimasto sconvolto dai supermercati aperti per 24 ore, dai grattacieli, dalla vita notturna», spiega, «ma anche da una città in cui potevo esprimere la mia creatività e nessuno mi giudicava per quello che facevo. Ai tempi, in tutta la provincia italiana pubblicare video su internet era una roba da nerd».

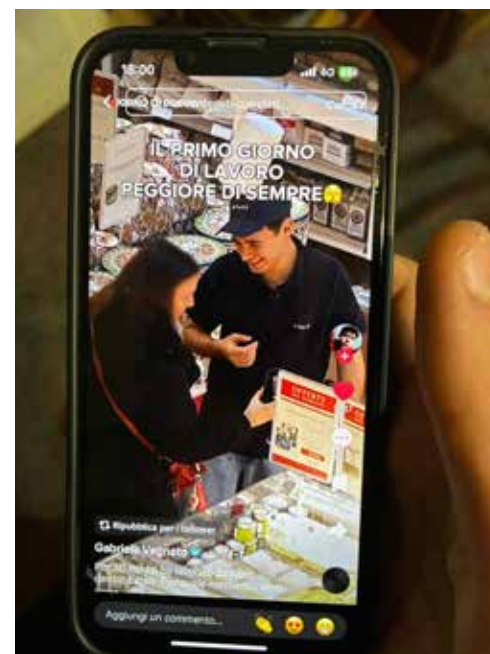
Dal primo approccio, Milano l'ha stregato. Mentre in Calabria, dopo il diploma, la madre gli consigliava di lasciar perdere il web e studiare. «Lei stava uscendo da una brutta malattia, il mio fratellino era piccolo e mio papà non c'era più. Avere un figlio nella città della movida che voleva fare il comico su internet era assurdo. Era impaurita dalla mia lontananza». Ma già da prima di finire la scuola, Vagnato registrava quando non c'era nessuno in casa: «Ogni volta che potevo compravo nuova attrezzatura: il cavalletto, la luce, il green screen». Nel 2019 il patto con la mamma

è stato un anno di tempo per trasformare la passione in lavoro. «Ho iniziato a cercare un posto dove stare con un amico, ma è stato un disastro. Avevo solo cinque mensilità, le agenzie volevano troppo anticipo e non potevamo permettercelo; i privati chiedevano un garante, ma mia madre diceva che c'era il rischio che ci avrebbero rubato i soldi», ricorda. La soluzione è stata l'affitto nella mansarda di un amico, a Cesano Boscone. «A Milano, forse, andavo una volta alla settimana, ci voleva

un'ora tra bus e metro. All'inizio è stato difficile: ero totalmente isolato, contavo i soldi e spendevo i pochi risparmi a disposizione per tornare in Calabria ogni 20 giorni, anche perché mi ero fidanzato. Quando non ero al Sud, stavo al telefono. Mi sono davvero chiesto se valesse la pena continuare a vivere in quel modo».

Per Vagnato, i primi quattro mesi nella città che, poco tempo più tardi, avrebbe fatto decollare il suo progetto, sono stati un incubo: «Non mi vergogno di dire che tante notti piangevo. Avevo

Il content creator e conduttore Gabriele Vagnato
(foto di Emiliano Cabona)



Un fan mentre guarda un reel dell'influencer
(foto di Gabriele Scorsone).

In basso, Vagnato alla conduzione dell'evento benefico *Love Mi*
(foto di Arianna Carotta)



convinto tutti che potevo farcela e a 18 anni sentivo quella responsabilità per la prima volta nella vita». Dopo il primo periodo di assestamento, una combinazione di fattori gli ha dato le chiavi per vincere la sua scommessa: «Ho sfruttato i contatti e gli strumenti che offre Milano, ho trovato un videomaker e prodotto la mia prima serie su YouTube», rivela l'influencer classe 2001.

Con l'arrivo del Covid, poi, sono esplosi anche i social. E lui si è trovato pronto senza averlo pianificato. Come tutti i ragazzi della sua età, però, ha sofferto le conseguenze della pandemia. «Sono tornato in città dopo la prima ondata e ho cambiato casa. Poi è scattata un'altra quarantena. Quegli anni mi hanno creato problemi relazionali, penso sia successo un po' a tutti. Un posto così grande li accentua, perché su dieci rapporti forse uno diventa di amicizia: scoprirlo sulla mia pelle è stato uno shock».

Da una parte il prezzo di un'iniziale solitudine, dall'altra il vantaggio di un ambiente che aveva abbracciato la crescita del digitale. E che ha regalato a Vagnato la popolarità sul web. Prima con un late show scorretto, poi con il format *Social network* per raccontare i fenomeni trash, i gossip tra creator, le nuove stelle della rete e Onlyfans quando ancora nessuno ne parlava. Fino all'ideazione di *Giorno di prova*, la sua proposta più seguita: entrare nel mondo dei mestieri più particolari o affascinanti per raccontarli alla sua generazione. Paparazzi, maggiordomi,

cercatori di fantasmi e venditori di castelli. «È diventata la mia cifra. Conoscere i sogni di tante persone mi ha dato la carica per continuare a girare questo tipo di video. Quando ho registrato con le squadre di supporto per l'antiterrorismo dei carabinieri e ho scoperto che i ragazzi mi conoscevano, ho realizzato quanto internet sia democratico. Arriva a ogni settore sociale, chiunque abbia uno smartphone può guardarti».

Proprio la rete, per il creator calabrese, è stata un trampolino di lancio. Nel 2022 è arrivata la proposta di papa Francesco per condurre un evento con i giovani in piazza San Pietro, nello stesso anno quella come inviato tra il pubblico al *Love Mi*, un concerto benefico organizzato da Fedez a Milano. Il biglietto d'entrata per la tv. «Un paio di giorni dopo l'evento in piazza Duomo mi ha telefonato Fiorello per propormi di partecipare a *Viva Rai2!*. Lui non stava facendo trasmissioni da un po' e quella chiamata è stata assurda», sottolinea Vagnato. «Gli sono piaciute le gag in cui mi prendevo in giro e la mia voce. Non ho mai avuto molta autostima, ma il riconoscimento di un mostro sacro come lui mi ha fatto pensare di non essere così male». Una notizia, quella del lavoro con il mattatore siciliano, che non ha sbandierato ai quattro venti, «un po' per scaramanzia, un po' perché non sopporto chi si pavoneggia».

Da quel momento, sono cominciati due anni che definisce indimenticabili:

dal primo servizio in piazza Castello sull'esclusione dell'Italia ai Mondiali in Qatar ai contenuti registrati da Sanremo, fino ai consigli di Fiorello. «Mi ha insegnato il rispetto per il pubblico. E che fare comicità non significa prendersela con i più deboli, ma con il potere. È una regola che per me è oro. Lo ringrazierò sempre perché mi ha dato un'occasione in un momento in cui in tv non c'era spazio per i giovani».

Oggi, Vagnato continua a pubblicare sul web. Nel frattempo, conduce su Rai 2 *Playlist, tutto ciò che è musica*, ma sulla salute del piccolo schermo non ha risposte. «Mi chiedo se sopravvivrà. In un mondo così veloce, non puoi avere una struttura e replicarla, devi sempre inventare contenuti nuovi. Su YouTube è più facile perché decidi tu il linguaggio da usare».

In ogni caso, non ha un personaggio da difendere: «Non ho filtri, mi capita pure che mi scappi qualcosa che non avrei voluto dire pubblicamente», riconosce. E sottolinea: «La popolarità non mi ha cambiato». Il maestro, in questo, è ancora Fiorello: «Lui va a fare colazione nel suo bar ed è una persona normalissima. È vero che c'è un altro mondo assurdo e patinato, ma non ambisco a entrarci». Il sogno, ora, è non smettere di fare il lavoro che ama. Ma anche dedicare del tempo alla famiglia. «Sono andato via di casa che mio fratello aveva 11 anni. Sto cercando di ricucire la distanza, voglio rendere felici lui e mia mamma».



Giovani talenti cercano di farsi notare in una partita di Eccellenza
(foto di Matteo Pesce)

Oltre la firma: vita da procuratori

Alessandro Balbiano è un agente Fifa per Epic Sports Italy
«Grazie al mio passato in D riconosco i dubbi dei giovani giocatori»

di **MATTEO PESCE**
@matte_fish

Per un procuratore calcistico le giornate iniziano presto e finiscono tardi. Ci sono settimane in cui voli da una città all'altra, incontri dirigenti, osservi allenamenti, parli con famiglie. Un lavoro che non conosce orari e che impone una presenza costante, spesso silenziosa, ma decisiva. Dall'esterno resta l'immagine patinata delle firme sui contratti, delle foto ufficiali e dei comunicati, ma dietro le quinte il tempo è scandito da telefonate, viaggi, trattative e relazioni da coltivare. Tra calcio, finanza e relazioni internazionali, Milano è il perno naturale di questo settore e l'agenzia targata Francesco Facchinetti punta a diventare un riferimento stabile in questo ecosistema in continua evoluzione. «Ho giocato, ho fatto tre anni al Genoa. Poi per problemi fisici sono stato scartato e fino ai 21 anni ho militato in Serie D». Alessandro Balbiano, procuratore certificato Fifa, lavora dal 2024 con Francesco Facchinetti all'interno di Epic Sport Italy, agenzia nata con l'accordo tra lo stesso Facchinetti e Ali Baratt,

fondatore di Epic Sports, che ha portato alla creazione della filiale italiana.

Un progetto costruito con un'idea precisa: lavorare con discrezione, lontano dall'immagine dell'agenzia-personaggio e concentrarsi sull'operatività quotidiana. *Scouting*, pianificazione delle carriere, gestione dei rapporti con club e famiglie sono i pilastri di una struttura che punta sulla solidità più che sull'esposizione mediatica. «La visione di Epic è globale», spiega, e proprio per questo «l'agenzia guarda al futuro, sperando che l'ampliamento del nostro team ci permetta di lavorare e relazionarci sempre di più con squadre di alto livello».

Classe 1999, Balbiano è uno dei membri più giovani dell'agenzia, ma porta con sé un vissuto che va oltre l'età anagrafica. «Giocare in Serie D mi ha fatto capire come funzionava il calcio vero, quello degli adulti, dandomi una panoramica reale di tutto ciò che ruota intorno al sistema». Campi difficili, trasferte lunghe, contratti brevi e poche certezze: un'esperienza

che gli ha permesso di osservare il calcio lontano dalle luci della ribalta, in cui la passione convive con il dubbio. Un percorso che ha inciso profondamente sul modo in cui oggi interpreta il ruolo di agente. «Quando hai vissuto certe dinamiche da giocatore, sai riconoscere i momenti delicati, le fragilità e le aspettative dei ragazzi». Un elemento che diventa centrale soprattutto nel lavoro con i giovani, chiamati a prendere decisioni importanti in fasi precoci della loro carriera.

Il punto di forza del progetto è la sua dimensione internazionale: «Le agenzie top italiane, quando devono fare un'operazione all'estero, spesso si devono appoggiare a intermediari locali. Noi invece le persone le abbiamo dentro». Una differenza sostanziale che permette di ridurre passaggi, tempi e margini di errore. Tradotto: relazioni dirette, conoscenza dei mercati e presenza costante nei principali campionati europei. Un vantaggio competitivo che si riflette direttamente sulle opportunità offerte ai giocatori assistiti. «Noi i

giovani forti li abbiamo e all'estero li vogliono. Molte squadre con cui lavoriamo, come Borussia Dortmund, Hertha Berlino, Bayer Leverkusen e Lipsia, ci richiedono ragazzi di 21-22 anni da far esordire». Un dato che evidenzia una distanza strutturale tra il calcio italiano e quello europeo, più propenso a investire sui giovani e a concedere spazio reale in prima squadra. «In Italia questo percorso è spesso più complicato», spiega Balbiano, «e proprio per questo il mercato estero diventa una possibilità concreta di crescita».

L'ingresso nel mondo delle procure non può essere improvvisato. Prima di ottenere l'abilitazione ufficiale come agente Fifa è necessario affrontare un percorso di studio e formazione rigoroso, che porta a confrontarsi con regolamenti complessi, normative internazionali e dinamiche contrattuali spesso poco visibili all'esterno. Una scelta maturata nel tempo, alimentata da una passione per il calcio mai nascosta e dalla volontà di misurarsi con un settore competitivo, in cui la credibilità si costruisce sul campo, giorno dopo giorno.

Una volta preso il tesserino si entra nel vivo dell'azione. «Questo lavoro non ha giornate tipo», racconta Balbiano. «Una persona, da fuori vede solo la fine del percorso, la firma del contratto, ma dietro c'è molto di più». Il lavoro dell'agente si articola in più fasi. «La prima è quella di *recruitment*: visionare i giocatori, andare sui campi, vedere partite,

individuare profili interessanti e proporre il nostro progetto». Ma il percorso non si esaurisce con la firma della procura. «Una volta che il giocatore ti sceglie, firma con te un mandato che dura due anni. Qui inizia il lavoro di *sales*», ovvero quello che può essere considerato piazzamento: individuare la squadra più adatta, trattare l'ingaggio, valutare opportunità di sponsorizzazione e costruire una strategia coerente. «Molti pensano che il nostro compito sia solo far guadagnare il più possibile il giocatore. In realtà il lavoro è farlo crescere».

Crescere significa anche saper scegliere il momento giusto. Un altro elemento centrale del metodo Facchinetti è il tipo di rapporto instaurato con i giocatori. Pur mantenendo una chiara distinzione professionale, l'obiettivo è costruire legami basati sulla fiducia e sulla continuità. La carriera viene affrontata come un percorso condiviso, in cui le decisioni non sono solo economiche, ma anche sportive e personali. In alcuni casi questo comporta rinunciare a scelte apparentemente vantaggiose nel breve periodo per privilegiare una crescita più sostenibile.

Non manca una riflessione sulla responsabilità del procuratore, soprattutto quando lavora con ragazzi molto giovani. In un sistema spesso accusato di eccessi e distorsioni, la tutela del calciatore diventa parte integrante del ruolo del procuratore, così come la capacità di dire no quando una scelta rischia di compromettere il percorso. «Il procuratore ha una responsabilità enorme», continua Balbiano, «perché può indirizzare una carriera in modo determinante».

Proprio su questo tema, i collaboratori di Facchinetti sanno bene che serve essere un punto di riferimento per i ragazzi. «Abbiamo un *day by day* con i giocatori molto concreto, perché lavoriamo con pochi ragazzi,

Il giocatore Cesare Casadei con Francesco Facchinetti il giorno della firma con il Torino (foto di Epic Sports Italy).
In basso, la pagina Instagram dell'azienda (foto di Matteo Pesce)



ma selezionati, e su di loro diamo attenzioni a 360 gradi tutti i giorni». Un metodo che si basa su un rapporto che va oltre il semplice mandato professionale. Anche un messaggio, una chiamata dopo la partita, una cena o la presenza sugli spalti fanno parte di un approccio che punta alla fiducia: «Dettagli che fanno la differenza e che ci distinguono dai nostri competitor», conclude. Questa tipologia di lavoro permette soprattutto ai più giovani, molti anche minorenni, di sentirsi seguiti e protetti in un ambiente complesso come quello del calcio professionistico. Sì, perché ci sono oneri e onori. E i giocatori lo sanno. Allenamenti, impegni con gli sponsor, obiettivi e scadenze da rispettare. E chi non riesce a portare a casa il risultato rischia di essere buttato fuori. Di questo il procuratore ne è a conoscenza e deve evitarlo a ogni costo. Come? Costanza e attenzione verso il giocatore. Costruire un percorso serio che metta al primo posto la sua crescita, tanto professionale, quanto caratteriale.

Milano rappresenta un osservatorio privilegiato per cogliere le trasformazioni dello sport più seguito in Italia. Business, comunicazione e innovazione si intrecciano, imponendo a chi opera nel settore un aggiornamento costante e una visione orientata al lungo periodo che non solo faccia fatturare, ma che permetta di creare le fondamenta per un progetto duraturo. Perché, al di là delle firme e degli annunci ufficiali, il vero valore è il lavoro di ogni giorno che permette di far crescere le carriere delle giovani promesse e consolidare credibilità dell'agenzia nel tempo.



Il tifo di Roma e Napoli nei pub «Siamo una piccola famiglia»

I supporter delle due squadre ricreano nei Club l'atmosfera da stadio
Appassionati riuniti con eventi, beneficenza e tornei sportivi

di FRANCESCO PELLINO
@franc_pellino

Quando Pino De Luca arriva al *Porter House*, casa del Roma Club Milano, l'atmosfera cambia all'istante. Tutti i presenti iniziano a intonare cori in suo onore, lui ringrazia sorridendo, per poi entrare subito in clima gara. «L'accoglienza che mi fanno quando arrivo, il fatto che mi considerano, mi fa piacere», dice con un sorriso che tradisce una commozione trattenuta. Gli altri soci lo chiamano affettuosamente «il nonno», e lui, 93 anni e mezzo e una lucidità impressionante, rappresenta il ponte vivente tra la Roma del dopoguerra e quella contemporanea. «La prima partita che ho visto è stata nel settembre del 1947, Roma-Livorno 1-0. Gol su punizione di Amadei», ricorda con precisione chirurgica. A Milano dal 1958, Pino è stato portato in questo Club dal figlio «che è venuto su con il culto della Roma». La sua presenza non è soltanto un omaggio

alla longevità. È la dimostrazione concreta di come questi luoghi siano autentiche famiglie allargate, dove concetti come la trasmissione della memoria e rispetto sono valori concreti.

Le due squadre più importanti del Sud, Roma e Napoli, hanno una casa nel capoluogo meneghino. Quella giallorossa, che oggi conta intorno ai 370 iscritti, non è sempre stata così. «Era già attiva dal 2010 all'*Hemingway Cafè* e aveva una quarantina di membri», spiega Giuseppe Barra, presidente del Club. «Poi un mio socio e io abbiamo deciso di riprenderlo, di tirarlo su perché ne abbiamo intuito le potenzialità». Barra è molisano, ma prima di trasferirsi a Milano ha vissuto a Roma per 10 anni.

Le attività qui sono molteplici: «Pranzi, cene, presentazioni di libri, trasferte insieme. Organizziamo tornei di calcetto contro gli altri Roma Club del Nord Italia. Ma soprattutto

facciamo beneficenza: abbiamo adottato un bambino in Kenya, donato un macchinario alla terapia intensiva pediatrica dell'Ospedale Buzzi», racconta Alessio Congiu, membro del Roma Club Milano da una decina d'anni. Oltre a questo, l'Airc (Associazione italiana Roma Club) garantisce l'ingresso gratuito allo Stadio Olimpico ai rappresentanti dei Roma Club, come quello del capoluogo lombardo, dando la possibilità agli iscritti di coronare un sogno.

Il Rcm aiuta anche le persone appena arrivate in città ad ambientarsi: «Non è facile quando sei in una città che non conosci trovare un posto dove ti puoi sentire a casa», continua Congiu. «Il Club è un networking vasto che ti aiuta a muoverti in una città come Milano».

Nei momenti di tensione durante il match, ci pensa il segretario del Rcm Ugo Tommaselli a far partire i cori e



Il segnaposto del Napoli Club Milano. Nella pagina a fianco, padre e figlio assistono alla partita della Roma all'interno del pub *Porter House* (foto di Francesco Pellino)

tenere alto l'umore: «Io sono calabrese di nascita. Mi sono innamorato della Roma vedendola a Catanzaro. Vengo qui da 10 anni, non mi sono quasi mai perso una partita».

Il Club è gestito da manager e imprenditori come un'attività secondaria dalla quale non guadagnano nulla. «È tutto trasparente, le iscrizioni le reinvestiamo in gadget per i soci e beneficenza», afferma Barra.

Al Roma Club concordano: «Si è creata una piccola famiglia». Come a quei pranzi e cene, dove un 93enne siede accanto a un 20enne, un manager chiacchiera con un operaio, un sardo stringe amicizia con un molisano e un romano doc.

Secondo Barra, essere romanisti a Milano richiede equilibrio. «Se la squadra vince contro l'Inter o il Milan, non si va a fare sfilate. Quando andiamo a San Siro siamo nel settore ospiti a tifare, sempre molto rispettosi». Un'eccezione c'è stata: la finale di Conference League. «Eravamo quasi 300 persone al *Porter House*, siamo stati costretti a smistare altre 400 persone in diversi bar. È stata l'unica volta che abbiamo oltrepassato i limiti andando a festeggiare in piazzale Loreto. Ma spero che gli interisti e i milanisti ce l'abbiano perdonata».

Il giorno della partita, il locale si trasforma. Ecco manifesti, striscioni personalizzati e portafortuna. Per essere sicuri di trovare posto bisogna prenotare, perché gli iscritti e i soci hanno le sedie contrassegnate con un segnaposto, come se fosse un abbonamento al Maradona: «Il Club

Se il Roma Club Milano esiste dal 2016, ancora più longevo è il Napoli Club Milano. Fondato nel 2006 da Giuseppe De Laurentiis, napoletano a Milano da 27 anni. «Con altri soci ci siamo conosciuti su un forum del Napoli. I tifosi partenopei a Roma avevano già trovato una casa, noi milanesi non riuscivamo a organizzarci. Quindi è stata anche una sorta di sfida personale. In più, in quel periodo il Napoli non stava facendo bene come adesso. Eravamo in Serie C e proprio in quell'anno siamo riusciti a tornare in B. In un certo senso la fondazione ha dato una scossa anche alla squadra», dice De Laurentiis scherzando.

Il 5 maggio 2006 hanno organizzato una pizzata e da lì è nato il progetto: «Tante volte ti incontri con persone conosciute online e non ti piaci, noi ci siamo piaciuti». Da allora, 16 anni al *CarlsbergØL*, nei pressi di via Solferino, tra partite, eventi e feste di fine anno.

Per lui, il terzo scudetto del Napoli resta il momento più alto da presidente: «Non vincevamo da 33 anni. È stato vero, sudato, bellissimo. Siamo andati in piazza Duomo con le sciarpe. Con amici interisti e milanisti ci scherzo ancora».

è la cosa più vicina allo stadio», spiega De Laurentiis. «È bello poter condividere, urlare senza essere giudicati. Io non riesco a vivere le partite da solo a casa. Mi sento come un leone in gabbia».

Al *CarlsbergØL* vengono anche tifosi che a Milano sono solo di passaggio, come Emilio Spirito. «Sono in città per lavoro ed è la terza volta che veniamo qua con la mia famiglia. Diversi pub fanno vedere la partita ma qui sai che sei tranquillo». Ci sono quelli che partono da altre città lombarde pur di non restare soli, come Maurizio Vietri. «Vivo a Lodi, vengo qua da cinque anni perché con il tempo si è creata una bell'atmosfera e ci si scambia opinioni sulla partita. A casa purtroppo non posso confrontarmi con nessuno». Ma il Club ha ospitato anche personaggi della cultura partenopea: «Abbiamo condiviso dei bei momenti con Maurizio de Giovanni e Alessandro Siani», ricorda con fierezza il presidente.

Come al Roma Club, anche quello a tinte azzurre ha cambiato la vita a tanti: «Non ti dico quante persone hanno trovato qui l'amore, una casa, un lavoro. È un punto di incontro. Conosco gente da 20 anni con cui mi fa piacere condividere le gioie che ultimamente ci sono state».

Proprio per il 20esimo anniversario dalla fondazione, De Laurentiis ha deciso di tatuarsi il logo del Club come ricordo e simbolo di chi ha creato un piccolo punto di riferimento per i napoletani in città. «Ho anche registrato il logo e lo slogan "La nebbia negli occhi, Napoli nel cuore". Dopo aver toccato il traguardo delle 400 iscrizioni mi sembrava giusto celebrarlo».

Per lui, il terzo scudetto del Napoli resta il momento più alto da presidente: «Non vincevamo da 33 anni. È stato vero, sudato, bellissimo. Siamo andati in piazza Duomo con le sciarpe. Con amici interisti e milanisti ci scherzo ancora».

Lo spartito delle Alpi Il coro Cet porta i monti in città

Un momento delle prove alla parrocchia Santa Maria Assunta di Turro
(foto di Valerio Benigni)



**Dal 2000 il gruppo a trazione giovanile fa vivere la musica popolare
«Riscopriamo le emozioni di cantare attorno al fuoco»**

di **VALERIO BENIGNI**
@lerio.ben

Pensando a Milano, sicuramente non sono le Alpi la prima cosa che viene in mente, e men che meno un coro di montagna. Se qualcuno ci dicesse che una corale alpina milanese esiste e gran parte dei suoi membri ha poco più di vent'anni, crederemmo che abbia sbagliato luogo ed epoca. Invece, è tutto vero: dal 2000 il capoluogo lombardo ospita un vivace coro di montagna e, se non bastassero tutti gli elementi precedenti a causare stupore, si tratta di uno dei più dotati in Italia. Il suo nome è Cet: Canto e tradizione.

«Per tanti anni siamo stati apprezzati per il fatto che abbiamo un organico giovane. In un periodo di estinzione dei cori di questo tipo, avere un gruppo con tanti ventenni cattura subito l'attenzione», spiega il maestro Alessandro Ledda. «I giovani capiscono che ci dedichiamo fino in fondo a ciò che per noi ha valore. Penso che questo sia più efficace che cambiare anima e repertorio per venirgli incontro. Poi siamo stati fortunati a nascere nell'ambiente

universitario e a rimanerci collegati». Ledda è stato uno dei fondatori del Cet, che ha appena celebrato il quarto di secolo. «Eravamo in sette, ma non siamo partiti da zero: tutti avevamo avuto esperienze pregresse all'interno di cori universitari che praticavano il repertorio tradizionale. Si trattava di brani che provenivano da Trento, tanto che poi nel corso degli anni abbiamo iniziato a organizzare macchinate il lunedì sera per impararli direttamente



Il lago di Toblino e il suo castello
(foto di Valerio Benigni)

dalla sezione allievi del coro della Sat, la Società degli alpinisti tridentini», ricorda il direttore. «A metà degli anni 90 erano nati i cori del Politecnico e della Cattolica, c'è stata un'ondata di freschezza portata dai gruppi di Comunione e Liberazione, che mostravano un'attenzione particolare al canto popolare. Lo si riteneva un veicolo efficace di temi significativi». Poi alcuni coristi delle prime formazioni si sono uniti per rendere meno effimere le loro esperienze, che finivano con la laurea. «Ci siamo specializzati per tanti anni sul repertorio della Sat, una raccolta così grande e interessante in cui si possono inventare decine di percorsi senza mai annoiarsi. Nel tempo l'organico si è ampliato e così anche l'assortimento di brani. Abbiamo cominciato a fare concorsi, dischi e siamo arrivati ad assestarci tra i 25 e i 30 coristi».

La scelta di pezzi è ormai così variegata che l'etichetta di coro di montagna appare riduttiva: «Durante il 2025 abbiamo lavorato su tre linee principali. Una è quella di continuare a studiare e ad approfondire il repertorio su cui ci siamo formati, la seconda è quella di ricercare cose

nostre: brani arrangiati da compositori contemporanei esplicitamente per noi. La terza riguarda invece autori originariamente esterni al nostro perimetro. Stiamo studiando ad esempio dei brani popolari dell'Est Europa arrangiati da Béla Bartók, compositore ungherese di inizio Novecento, e poi, in corrispondenza delle festività, ci siamo messi alla prova con la musica sacra colta, ad esempio quella di Giovanni Pierluigi da Palestrina».

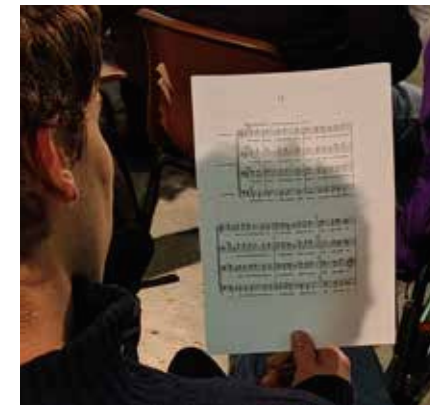
È da anni che comunque il repertorio si è espanso al di fuori del canto di montagna: «Nel 2023 siamo stati impegnati in un grande progetto riguardante Beethoven. Abbiamo fatto trascrivere per coro una ventina di arrangiamenti che il compositore tedesco aveva prodotto basandosi su una tradizione di brani popolari che spaziava dal Portogallo alla Russia. Abbiamo prodotto un disco e un libro di partiture, un grandissimo sforzo».

Un altro impegno importante è rappresentato dai concorsi, dove vengono portati brani preparati e collaudati per mesi. L'ultima volta che il Cet ha partecipato, ha vinto: era il prestigioso Pigarelli di Arco nel 2019. «Vogliamo farne un altro. Non so se quest'anno, ma probabilmente nel 2027 riusciremo. Si tratta di un'occasione per mettersi alla prova sul versante tecnico. Bisogna programmare bene l'avvicinamento, come con una competizione sportiva. L'utilità si esprime soprattutto nel modo in cui lavora il gruppo, come si

Un corista esegue un brano tratto dalle *Quattro preghiere di San Francesco* di Francis Poulenc
(foto di Valerio Benigni)

affinano la sensibilità dei singoli e la relazione tra coro e direttore».

Se l'anno appena terminato si è chiuso registrando in totale una ventina di concerti, quello nuovo si è aperto come al solito con una fase di ripresa e scelta dei brani. Ritrovati nella sala prove della parrocchia di Santa Maria Assunta di Turro, il maestro Ledda ha introdotto nel primo incontro un nuovo pezzo tratto dalle *Quattro preghiere di San Francesco d'Assisi* di Francis Poulenc: «Sarà tra le sfide più tecnicamente difficili che abbiamo affrontato. Però ci darà grandi soddisfazioni e avremo modo di partecipare alle celebrazioni per gli 800 anni dalla morte del santo». I coristi sembrano apprezzare la prova all'orizzonte. Approfittano del ritrovo per scherzare, abbracciarsi e aggiornarsi dopo le vacanze natalizie. Non c'è il rischio di attriti tra vecchia guardia e nuove leve. Tra queste ultime c'è Giacomo Squicciarini, studente 22enne della Cattolica. È uno dei più giovani e appartiene alla cosiddetta «seconda generazione»: «Mio zio faceva parte del gruppo e io sono cresciuto ascoltando i cori della Sat. Mi piace lo spirito dei canti alpini e li apprezzo anche dal punto di vista armonico. Il mio preferito è *Serenada a Castel Toblino*, della tradizione trentina», spiega il corista. «Cantare qui è una fortuna, il livello è molto alto. Il clima è serio, ma non esagerato. Si respira la passione e si viene accolti come in una famiglia». Per alcuni cantare insieme è



letteralmente una questione familiare, come per i fratelli Giovanni e Andrea Conconi, rispettivamente di 39 e 28 anni. «La cosa più bella del coro è la tessitura delle varie parti. Sapere che ognuno si impegna al massimo nella propria e il risultato sarà stupendo dà grande soddisfazione», racconta Giovanni. «Paradossalmente spesso non ho voglia di andare alle prove, ma poi finisco sempre per apprezzarle molto. A trascinarci è mio fratello Andrea, è stato lui a convincermi a unirmi al Cet».

Il fratello minore ha meno di trent'anni ma già da 10 fa parte della formazione, avendo cominciato nel 2016 dall'allora sezione «allievi»: «Ho iniziato al liceo grazie a un professore. Ciò che mi attira del canto popolare è la possibilità di comunicare i sentimenti tramite la musica come un tempo, quando si superava la nostalgia in trincea insieme o ci si radunava intorno al fuoco dopo cena. È esattamente quello che succede anche ora», scherza Andrea: nella stanza gli ultimi rimasti dopo le prove hanno in mano una fetta di panettone e intonano il canto *Siam prigionieri*, posizionandosi a semicerchio intorno al maestro. «Vedere come questa esperienza sia arrivata a noi e viva in modo spontaneo è incredibile».

Un sentimento espresso anche da Giovanni Zuccante, dottorando di 29 anni: «Ogni volta che partecipiamo al funerale di qualcuno legato al coro, si canta sempre, seguendo l'emozione. Il collegamento istintivo è con *Signore delle Cime*. Anche per Zuccante il Cet è un modo di tornare in uno scenario che non c'è più: «Mi immagino il mondo contadino di cui mi raccontava mio nonno, sembra di trasferirsi in un paesino di montagna». E così la distanza fra Milano e i paesaggi dolomitici sembra non esistere più.



La produzione discografica del coro Cet
(foto di Valerio Benigni)

Palestra d'amore

In città ci sono 127 love coach, esperti di sentimenti senza albo
«Non siamo psicologi, ricuciamo le ferite dei rapporti finiti male»

di MICHELA CIRILLO
@_michelacirillo_

Di solito ci si rivolge a un «coach», un allenatore, per migliorare la prestanza di bicipiti, quadricipiti, pettorali. Ma cosa succede se il muscolo da «ingrossare» è il cuore? A quel punto il bilanciare forse non basta, serve un esperto di sentimenti. Un «love coach». Una figura nuova di consulente. Eppure a Milano ce ne sono già ben 127. Per contarli non esiste un albo: non sono ancora una professione con un ordine riconosciuto. Per individuarli serve districarsi tra siti web e profili social di «specialisti di relazioni» che vendono un aiuto per migliorare la propria vita sentimentale.

«Non solo questo», spiega Alessandro Camassa, love coach di professione. «Lavoriamo sull'autostima, sui valori e i talenti delle persone. A differenza di uno psicologo ci concentriamo sulla parte sana, sulle risorse che si trasmettono all'altro in una relazione». Camassa sul lavoro usa il nome «Motivamore»: ha un'idea chiara del profilo del o della cliente che si rivolge a lui: «C'è chi non crede nell'amore perché ha avuto brutte esperienze. In questi casi lavoro su quello che non ha funzionato nei rapporti passati». Sulla poltroncina dello studio di Camassa si siedono single e coppie: «Capita che uno dei due si accorga che la relazione si sta spegnendo, e venga da me per tentare di recuperare le cose, di ristabilire una serenità». Nella sua esperienza a rivolgersi ai love coach sono principalmente gli uomini. «Ci sono ovviamente anche donne, ma credo che questa prevalenza si spieghi con la vergogna che molti provano ad andare da uno psicologo per questioni di cuore, si ha paura di dire di essere stati rifiutati o che non si riesce ad avvicinare una persona verso la quale si prova attrazione. In questi casi il love coach viene visto come una figura specifica nell'ambito



I love coach Alessandro «Motivamore» Camassa (foto di Alessandro Camassa) e, nella pagina accanto, Mary Baccaglini (foto di Mary Baccaglini)

relazionale, mentre lo psicoterapeuta è spesso percepito come qualcuno che risolve i problemi più gravi e basta». Tra gli psicologi i pareri sono contrastanti: «L'approccio è completamente diverso», spiega la dottoressa Flavia Lena, «i love coach tendono a fornire un «manuale» completo, che nella quotidianità non può funzionare sempre e per tutti. Non metto in dubbio che qualcuno possa trarne beneficio, se la richiesta sono delle istruzioni specifiche andrà benissimo. Ciò su cui dubito è la durata dell'efficacia, ci sono dei limiti».

C'è chi invece vede nell'emergere di questa professione una potenziale risorsa, come la psicologa Micaela Livia Dottorini, specializzata nelle relazioni: «Serve ampliare lo sguardo e ca-

pire che figure come queste possono anche essere utili. Sono convinta che non sia solo questione di formazione, ma anche di «match», di compatibilità con il paziente. Pur essendo formata e specializzata ci sono tante persone con cui non riesco a lavorare. Certo, può essere rischioso affidarsi a qualcuno che non è preparato nel modo corretto e non appartiene a un elenco riconosciuto dalla legge, ma i danni possono essere fatti da chiunque, quindi può esserci anche un risvolto positivo».

Più di un amico sempre pronto per una pacca sulla spalla, meno di uno psicologo. Se si dovesse riassumere la figura del love coach forse la descrizione che si avvicina di più sarebbe questa. Ma come si

diventa consiglieri d'amore? Spiega Alessandro «Motivamore» Camassa: «Ho seguito un corso alla fine del quale mi è stato rilasciato un diploma. Si può scegliere l'ambito in cui specializzarsi, c'è chi predilige quello lavorativo, io ho sempre avuto un interesse per le relazioni sentimentali, quindi mi sono orientato verso questo ramo».

Camassa ha partecipato a un pacchetto di lezioni nella sede dell'associazione culturale Oceano Sintesi di Milano, che ha cessato la sua attività dopo la pandemia. «Gli incontri sono tenuti da coach e psicologi che trasmettono la loro esperienza». Basta dunque iscriversi e frequentare le lezioni, e tutti possono fare il love coach. Spesso il punto di partenza è la volontà di incanalare i propri trascorsi in un aiuto per gli altri, come per Mary Baccaglini: «La spinta è stata direttamente personale. La sfera dei sentimenti mi ha sempre interessato, poi nella vita ho sofferto moltissimo per le relazioni e fin da quando ero ragazzina ho cercato delle soluzioni. Mi rifiutavo di accettare che l'amore potesse essere lasciato al caso. Non avevo bisogno di strategie, ma di comportamenti, di creare quell'educazione sentimentale che a me era mancata».

Da lì è iniziato lo studio: «Sono partita da conoscenze sulla comunicazione. Ho fatto migliaia di interviste per capire le persone, poi ho cominciato come blogger parlando di amore sano, nel 2012. Da dieci anni faccio la coach, all'epoca in Italia questo settore non esisteva. Lavoro per cercare delle spiegazioni che sono mancate a me quando ho sofferto: l'amore per me è l'unione di una parte razionale e una emotiva. Io posso aiutare sulla prima, sulla consapevolezza, la comunicazione, l'autostima. Sulla seconda non faccio nulla, perché le persone si devono innamorare da sole, spontaneamente. La sfida è mettere insieme mente e cuore».

Baccaglini ha aperto una «accademia», con la quale collaborano psicologi e alla quale possono partecipare anche esperti in relazioni, o aspiranti tali:

«Noi facciamo consulenze, non sedute psicologiche. Sono anni che creo «protocolli per l'amore sano», basati su autostima e comunicazione di coppia». Ciò che conta alla fine è il riscontro da parte dei clienti: «C'è chi mi ha raccontato di aver trovato l'amore, di essersi sposato e di aver avuto figli. Quello su cui lavoro io però non sono i risultati, ma è in primis l'autostima, che è un'abilità. Non è una questione di sicurezza in sé stessi, ma di capire che si può essere amabili. Il mio obiettivo non è che le persone si sposino, ma che si sentano in grado di avere una storia d'amore sana. Se mi rendo conto che quello di cui hanno bisogno è affrontare le proprie problematiche in un percorso di psicoterapia, sono io stessa a consigliare di rivolgersi a qualcun altro».

Con la crescita esponenziale del numero di «esperti di sentimenti», è aumentata anche la preoccupazione di chi fa questo mestiere: «Non vorrei finire nel calderone, perché il panorama dei love coach è spesso desolante», confessa Baccaglini. Basta aprire Instagram per trovare decine di profili che, rivolgendosi principalmente agli uomini, si propongono come la soluzione per conquistare la persona desiderata. Questi, che spesso offrono i propri servizi sotto forma di seminari online, sono orientati sulla comprensione dell'universo femminile, come se una serie di lezioni potesse spiegare agli uomini come sono fatte le donne e le tecniche migliori per conquistarle. C'è Marco Scoma, in arte Gigolò Alan, che da un paio d'anni è tra i love coach più famosi sui social, dove conta 54 mila follower a cui dispensa consigli in reel da un minuto. Sul suo profilo trova soluzioni a ogni problema di cuore: c'è «il metodo delle 5 E», fondamentale per costruire una relazione (empatia, elaborazione, emozione, eccitazione ed ecosistema), o gli svariati trucchi per riaccendere la passione e «trasformare il cellulare in un ponte emotivo per riconnetterti con il partner che hai perduto». Un altro esempio è la Love coach

Academy, che nella sua descrizione promette di dare tutti gli strumenti per «conquistare donne in meno di 90 giorni». Nei video spiegano «come far impazzire una donna a letto», i «tre segreti per avvicinare una donna».

E (addirittura) su TripAdvisor fioccano le recensioni positive: «Ho iniziato questo corso per migliorare sotto l'aspetto sentimentale, ma andando avanti i coach mi hanno dato il giusto input per migliorare anche su altri ambiti, come quello lavorativo e sociale. È stata una delle migliori scelte della mia vita», scrive Lorenzo. L'obiettivo dei love coach, slogan ammiccanti a parte, va infatti oltre la trasmissione di abilità seduttive. Gianluca Rebaudengo ha seguito un percorso con un esperto, e racconta che di questa esperienza gli rimarrà «quello che non emerge immediatamente, ma che arrivi a comprendere solo in un secondo momento, con dedizione e impegno: con questi corsi acquisisci consapevolezza di qualità che prima non vedevi perché senza rendertene conto attuavi pratiche di autosabotaggio. Grazie a questa formazione capisci il valore dell'auto responsabilizzazione, del prendere in mano la tua vita per cambiarla».



“Deviazioni creative” tra arte e design Alla Sartoria Bassani l’abito è scultura

La ricerca lunga 40 anni: «A Tokyo le forme perfette»

di GIOVANNI SANTARELLI
@gvsnt_



Il catalogo dei bozzetti
dei dieci abiti esposti a 10 Corso Como nel 1997.
A destra Fabiana Bassani, fondatrice
della Sartoria Bassani con la sorella Daniela
(foto di Giovanni Santarelli)

Non basta un libro per raccontare la storia, gli incontri, le «deviazioni» creative della Sartoria Bassani. Ma un libro, oggi, è il punto da cui Fabiana Bassani sta provando a riannodare i fili per condividere una memoria che, finora, è rimasta solo nei bozzetti e nei tessuti.

Nata in Liguria negli anni Ottanta dalle sorelle Daniela e Fabiana, la Sartoria lavora tra Finale Ligure e l'atelier milanese. «Mi sono innamorata di questa città già ai tempi del liceo», racconta. Alle sue spalle una lampada di carta giapponese di Ingo Maurer, sul tavolo bozzetti di abiti da sposa e foto di kimono «fatti a pezzi». «Venivo a comprare i colori e i cartoncini da disegno in via Brera, poi i tessuti». È il 1982, gli anni della grande moda italiana. Le sorelle Bassani aprono il primo atelier in corso di Porta Vigentina, uno spazio di sperimentazione: «La tessitrice Anne Backhaus faceva borse a telaio e l'artista Inge Dusi lavorava sullo shibori...». Poi la storica sede di via Cesare Correnti. Oggi, in via Gian Giacomo Mora, lontano dalla Milano della moda patinata, la ricerca è sulla sposa e la sartoria costruisce abiti che vogliono evocare e raccontare. Bassani descrive il suo lavoro come

una pratica a metà tra architettura e scultura. La logica che regge un bozzetto di arredo può reggere quella di un abito, si tratta sempre di costruire una presenza. La stoffa prende forma quando incontra il corpo e si definisce registrando postura, carattere, memoria. Non è un caso: prima della sartoria, Bassani studiava Architettura. Struttura, proporzioni, l'immaginario non è quello dei patinati fashion: «Compravo Domus invece che Vogue», confessa. In questo territorio mentale, l'incontro con Lea Vergine. La critica d'arte e curatrice diventa cliente e nascono le collaborazioni con suo marito, il designer Enzo Mari. Due figure che avvicinano l'abito al mondo dell'arte. La distanza dai grandi marchi e dalla speculazione è quasi un atto politico. «Non seguo più la moda come prima, vado avanti nel mio mondo», e difende l'importanza del «fare» in un tempo dominato dal profitto.

In sartoria la relazione conta quanto il taglio: il passaparola porta persone che conoscono il valore del su misura prima che della firma. «Mi piace far uscire la bellezza della personalità. Mi dicono: «Tutti gli abiti che fa sono diversi». Io rispondo che tutti i caratteri sono diversi». Il Giappone, poi, è una trama

profonda. La passione nasce da ragazzina e diventa lavoro. Per 30 anni la Sartoria ha presentato le sue collezioni a Tokyo e da quella cultura arriva un principio: riparare non significa nascondere. Come il *kintsugi*, tecnica che valorizza la frattura ceramica riparandola con l'oro. Bassani la traduce nel tessuto con macchie dipinte e buchi ricamati, kimono antichi reinventati senza dissacrare la materia. «Sono piegati come origami», e ne mostra uno da sposa di inizio Novecento.

Anche il rapporto con l'arte è concreto. L'esposizione a 10 Corso Como su invito di Carla Sozzani nel 1997, l'abito-immagine per Riva Motoscafi, la chiusura delle Paralimpiadi di Torino 2006 («Patti Smith ci suonava lì a 10 metri»). E c'è un gesto che vale più di molte dichiarazioni: «Vetrina Bassani» ha messo l'atelier di via Correnti a disposizione di artisti contemporanei e, in uno degli allestimenti, gli sposi sono diventati una scena vivente. L'influenza è quella del teatro, di Gabriele Vacis e Roberto Tarasco allo Stabile di Torino. L'atelier conserva i bozzetti delle dieci ragazze dell'Accademia delle Belle arti di Genova chiamate a disegnare personaggi. A breve, sfogliando un libro, forse tutti potremo ammirarli.



Il recinto d'oro delle lumache

In Italia il mercato dell'elicicoltura vale 350 milioni
«Allevare è sempre più difficile per l'imprevedibilità del clima»

di FABRIZIO ARENA
@fabrizioarena_



Un recinto può ospitare mezzo milione di lumache. Mezzo milione di molluschi dalle mille potenzialità, ricchi di proteine e scarsi di grassi. Ad allevarli, o meglio coltivarli, ci pensano gli elicicoltori, maestri agricoli che trovano il loro spazio anche nel milanese.

Alle porte del capoluogo lombardo, al centro del Parco agricolo sud Milano, tra nebbia invernale e risaie, si trova l'azienda F-Helix. È nata nel 2015 dalle mani di Giovanni Merlo, un veterinario zootecnico in pensione che per 40 anni ha dedicato la sua vita alla qualità dei prodotti animali. Oggi, a 78 anni, cura con passione le sue chioccioline, con la stessa filosofia di sempre: «Tu sei quello che mangi, se mangi bene vivi anche meglio». Una cura alla qualità che si nota subito passeggiando tra i suoi otto recinti di lumache.

F-Helix è la prima azienda sperimentale per la Lombardia dell'Istituto internazionale di elicicoltura di Cherasco, un'eccellenza nel settore del nostro Paese. L'idea era quella di testare le conoscenze sulle lumache per migliorare il metodo del ciclo naturale continuo, dove le chioccioline maturano senza interventi umani. «Se lo rispetti questo mollusco ti darà il massimo in qualità e gusto»,

spiega Merlo. Grazie alle sue scoperte, l'ex veterinario ha contribuito a migliorare l'elicicoltura italiana, con nuove tecniche.

Una lumaca vive 24 mesi e si riproduce al secondo anno di vita: per coltivarle occorrono pazienza e conoscenza. Questi molluschi possono accoppiarsi anche tre volte deponendo ogni volta circa 250 uova. «Se non ci fossero i predatori saremmo invasi dalle chioccioline».

Se l'obiettivo di Merlo era creare un impianto «a

misura d'uomo», quella dei fratelli Paglia è un'esperienza diversa. Mirko e Gabriele Paglia sono due ingegneri edili che nel 2015, vista la crisi del settore, hanno scelto di dedicarsi all'elicicoltura aprendo l'azienda Lumache della Brianza.

Oggi hanno 10 mila metri quadri nel Parco regionale della Valle del Lambro con più di 40 recinti. «Per noi è un secondo lavoro», spiega Gabriele Paglia, «ma ruba tempo ed energie». I due fratelli, tra le altre cose, producono ragù di lumache e trifolate, ma anche cosmetica a base di bava e calmanti per la tosse.

Anche i Paglia, seppur con un metodo

diverso, seguono il ciclo naturale delle lumache all'aperto. Una tecnica vantaggiosa per la qualità ma che porta con sé molte difficoltà: «Iniziare non è stato facile. Nel Nord Italia il freddo dura più a lungo e le lumache riposano di più». Si riducono i tempi di riproduzione e raccolta, sempre se tutto è andato come previsto. «Anche se qualcuno lo nega, il cambiamento climatico lo viviamo sulla nostra pelle. È sempre più difficile allevare per l'imprevedibilità del clima».

Perdere le lumache vuol dire perdere anche tanti soldi. «Un investimento per un progetto di tre anni costa 80 mila euro. Guadagnare è più difficile di quello che promettono su internet». Si tratta di un mercato in crescita che in Italia vale 350 milioni, 2 miliardi nel mondo. È uno dei pochi settori agricoli dove la domanda è più alta dell'offerta: «Abbiamo difficoltà a soddisfare la richiesta degli acquirenti e per questo i prezzi salgono». Una chiocciolina da riproduzione costa 30 euro al chilo, una da gastronomia 16. Nonostante venga associata alla cucina gourmet, Giovanni Merlo di F-Helix rimane convinto che la lumaca sia un piatto popolare: «Si deve mangiare in compagnia. Per iniziare consiglio paté di lumaca su un crostino di pane. A condire un bicchiere di vino bianco».



L'allevamento di lumache di Giovanni Merlo, a Zibido San Giacomo (foto di Fabrizio Arena).
In alto, una delle chioccioline di Lumache della Brianza
(foto di Lumache della Brianza)

Dal Giappone con passione Sui Navigli arrivano i *gashapon*

Con 5 euro giri la manovella e la macchinetta “sputa” gadget

di **NICOLÒ PIEMONTESE**
@piedmontyes

Dalla frenesia dei Navigli alla cultura del Giappone. Attraversando una porta ci si ritrova catapultati nel quartiere di Tokyo di Akiabara. È passato più di un mese dall'apertura del *gashapon* di Bandai Namco in Ripa di Porta Ticinese, ma l'entusiasmo di clienti abituali, appassionati o semplici curiosi non è svanito.

Bandai, casa videoludica nipponica detentrica di marchi come Dark Souls, Pac Man o Tekken, ha voluto sperimentare portando in Italia un fenomeno tipico del Sol Levante, quello dei *gasha*. Il loro nome è onomatopeico e serve a ricordare il rumore della manovella che gira e quello della pallina che cade. Nel concreto sono delle macchinette di plastica sputapalline che contengono piccoli oggetti o portachiavi.

Il cliente entra in negozio e scambia gli euro con gettoni d'oro metallici, con un rapporto di uno a uno. Per far funzionare le macchine ne servono 5 o 6. Una volta scelta quella che

più gli piace basta inserirli, girare la grande manopola al centro del totem e attendere che si presenti la capsula. «L'uso di questi soldi finti, piuttosto che inserire direttamente le monete nella macchina, così come la canzone tipica che inonda il negozio, sono scelte di Bandai. Hanno voluto ricreare un luogo che fosse nel maggior modo possibile simile a quelli originali, proprio come se entrando ci trovassimo lì da loro», racconta lo store manager Luigi Cirillo.

Cosa si può trovare all'interno? Di tutto, e non è un semplice eufemismo. Passiamo dai più classici personaggi di serie animate giapponesi più in voga (da *Dragon Ball* a *Jujutsu Kaisen*) fino alle cose più strane, come per esempio la riproduzione in scala reale delle chiavi delle macchine Mazda di fine anni 90. Il gusto dei giapponesi però si spinge anche oltre, presentando agli acquirenti cose sempre più stravaganti, da riproduzioni in miniatura di animali che prendono il sole, con tanto di occhiali scuri rimuovibili per

far vedere il segno dell'abbronzatura, fino alla riproduzione dell'iconica copertina del disco dei Beatles mentre attraversano la strada, solo che in questo caso sono dei nigiri conditi con varietà diverse di pesce.

Questo luogo è un unicum in Italia, ma non in Europa, Londra è stata la prima ad aprire fuori dal Giappone. Ma l'arrivo nel nostro Paese simboleggia un vero passo in avanti verso l'esportazione della loro cultura in tema collezionismo. Se per noi questi oggetti possono suscitare ilarità e curiosità, nel Paese asiatico hanno origini antiche e sono quasi come una religione. Anzi derivano proprio da lì: «L'idea nasce all'interno dei templi giapponesi, nella cultura Shinto, dove dando un'offerta potevi aprire a caso un cassetto in cui trovavi delle preghiere all'interno di sfere», racconta Lorenzo Longoni. Lui è un appassionato di questo mondo e sui social, con lo pseudonimo di @longx93, condivide «il nerd che è in lui» con la sua comunità di circa 33mila



persone. Conosce il giapponese ed è stato più volte sull'isola.

«La prima volta che sono stato lì mi hanno parlato di questi negozi, me li immaginavo come quello che c'è a Milano. Mi trovavo a Ueno, un quartiere di Tokyo, e ne ho visitato uno. Sono rimasto senza parole. Un palazzo con muri alti cinque metri pieni di *gashapon* tutti diversi. Andavano dai più classici a riproduzioni di dinosauri, fino a macchinette vintage che al di fuori del Giappone sarebbero introvabili», spiega Longoni.

Per la recente apertura si possono trovare alcuni difetti nel negozio italiano. Lo sottolinea anche un altro content creator del settore, Matteo Dolci, conosciuto come @asso.matte97: «Per ora la merce esposta è scarsa e ripetitiva, tante macchinette ma molte identiche». Nonostante questo, sia per Dolci sia per Longoni la strada tracciata sembra quella giusta, il secondo spiega: «Parlando con il gestore del negozio ho saputo che doveva essere solo un esperimento temporaneo, ma già dopo un mese hanno deciso di prolungare la permanenza, se dovesse continuare così potrebbero renderlo permanente. Da noi il pubblico è molto vario, non c'è il collezionista di *gashapon* e basta. C'è chi raccoglie tutto di un certo anime e allora viene qui per arricchire il suo reparto o il semplice curioso che vuole tentare la sorte, fino al bambino che si fa comprare dal padre una pallina e potrebbe non tornarci più». L'obiettivo di Bandai, oltre ad aprire un negozio che potesse essere proficuo, è quello di iniziare gradualmente a diffondere e far conoscere i *gasha*, questo anche per poter combattere il mercato dei falsi che, soprattutto in Italia, continua a farsi strada.



Oltre alla merce che si spaccia per originale, c'è anche tutto il settore delle imitazioni, aziende italiane e non, che vedendo il successo di questi oggetti nel 1970 hanno dato origine ai loro modelli. Proprio come quelli che si possono trovare all'interno dei bar con il classico colore giallo e blu. A vincere per ora sono ancora loro, per via del prezzo che si aggira sulla media di 1 o 2 euro a pallina rispetto ai 5 o 6 euro, anche se per finitura e qualità non hanno nulla a che vedere con quelli nipponici.

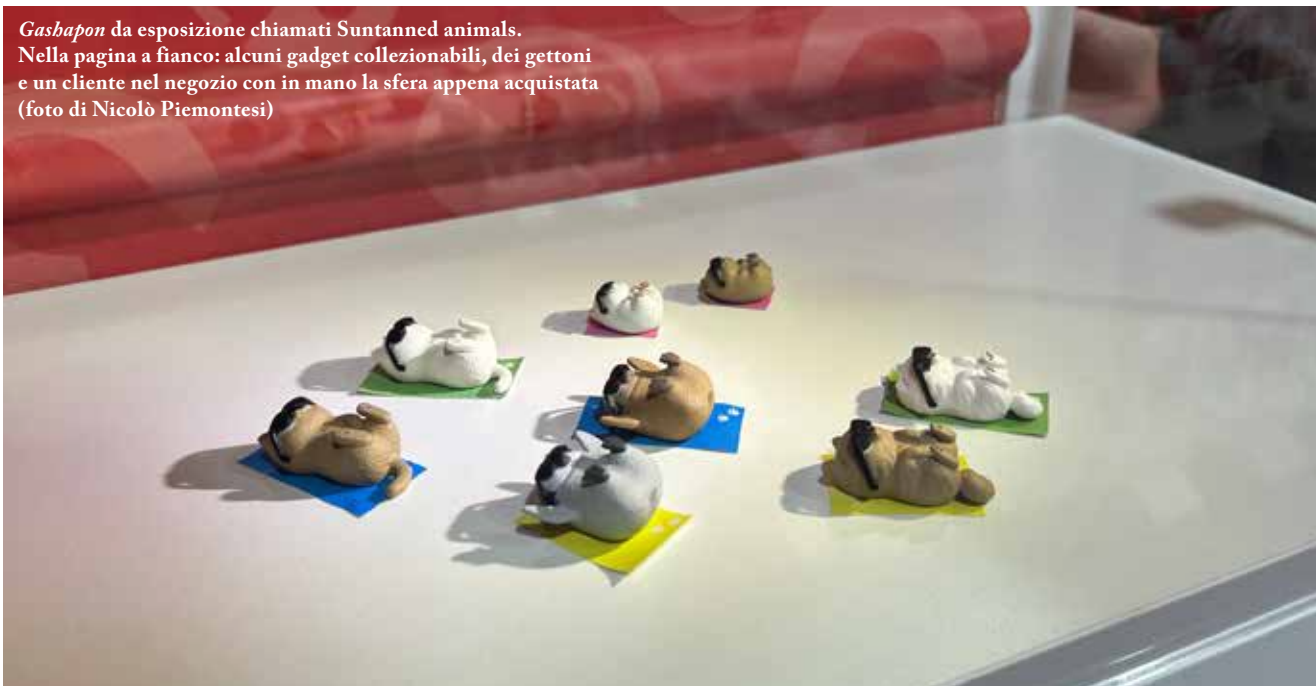
Infine, si vuole creare una comunità che ruoti attorno a questi oggetti, far sì che gli appassionati si conoscano e creino un vero gruppo che possa alimentare ancora di più la fama dei *gashapon* in Europa. Sebbene il negozio sui Navigli sia aperto da poco, sta già iniziando a succedere, come spiega Cirillo: «Cominciano a esserci i primi clienti abituali, in molti casi si danno anche appuntamento fuori dal negozio e poi entrano tutti insieme. Un ragazzo, grande appassionato della serie *One Piece*, dopo aver saputo che ci erano arrivati dei *gasha* a tema è partito da Firenze e si è fatto un fine settimana qui a Milano solo per poter venire a comprarli».

I set che si trovano all'interno delle macchinette non sono composti da molti pezzi, in media tra i sei e gli otto oggetti. Completarli non è molto



difficile, sebbene non ci sia la certezza di quale si otterrà una volta girata la manovella. Molto spesso però sono i pezzi singoli a rappresentare qualcosa che va ben oltre la semplice esposizione sulla mensola, proprio come quello preferito da Longoni: «È ancora lì, incellofanato e chiuso dentro la sua pallina. Me l'ha dato Hideo Kojima (autore di videogiochi di grandissimo successo, considerato una delle personalità più importanti e di spicco nel mondo videoludico, ndr) ed è il *gashapon* con il simbolo della sua azienda». Un momento toccante per Longoni, quasi come quello del primo acquistato: «Ero in vacanza al mare, in vero stile macchinette non sapevo cosa sarebbe uscito dalla sfera semitrasparente, all'improvviso eccolo: Gogeta Super Sayan di quarto livello. Era il periodo in cui in televisione davano *Dragon Ball Gt* e quello era il personaggio più forte della serie. Inutile dire che ero felicissimo, oltre che essere, tra i miei amici, il bambino più figo della spiaggia».

Gashapon da esposizione chiamati Suntanned animals. Nella pagina a fianco: alcuni gadget collezionabili, dei gettoni e un cliente nel negozio con in mano la sfera appena acquistata (foto di Nicolò Piemontesi)



Dalla crisi abitativa non si scappa

Affitti brevi: inevitabili

di MICHELA CIRILLO
@_michelacirillo_

Milano è una città veloce. La sua evoluzione è rapida e chi ci vive deve stare al passo delle cose che cambiano. Non ha bisogno di tanto tempo, per conoscerla non serve fermarsi a lungo, basta morderla e fuggire come un trancio di Spontini o uno spritz bevuto con i colleghi tra le 18 e le 18.30.

Gli affitti brevi rispondono a una domanda reale di immediatezza, offrendo la flessibilità e la varietà ricettiva che il sistema alberghiero da solo non è sempre in grado di garantire.

In un contesto di costi elevati, tasse immobiliari e mutui onerosi, mettere in affitto una proprietà diventa per i privati un modo di mantenere e valorizzare immobili che altrimenti rischierebbero di rimanere sfitti o degradati. Non si tratta solo di profitto e ingordigia di chi vuole sempre di più, ma di sostenibilità economica. Se il risvolto sui singoli non bastasse, i soggiorni lampo portano in città persone che spendono e che tengono in piedi attività di ristorazione, negozi, trasporti, cultura e servizi. Le spese legate ai soggiorni come prenotazioni, tasse e Iva contribuiscono a rimpinguare le casse comunali. Demonizzare gli affitti brevi significa ignorare queste ricadute e attribuire loro colpe che derivano da problemi strutturali più ampi, come la scarsità di edilizia residenziale pubblica e le politiche abitative insufficienti. Regolare è necessario, vietare è miope. Milano ha bisogno di soluzioni equilibrate, capaci di coniugare accoglienza, sviluppo economico e tutela dei residenti, senza rinunciare a una risorsa che, se ben governata, può essere parte della soluzione e non solo del problema. Per una città che aspira al futuro serve un mercato libero, accompagnato da soluzioni alternative. Proibire gli affitti a breve termine non risolve la necessità di trovare vie parallele, come un apparato funzionante di studentati e case popolari che rendano possibile e accessibile la vita a Milano, ma non tarpino le ali all'imprenditoria autonoma e al turismo.

Ma non aiutano la città

di FRANCESCO PELLINO
@franc_pellino

Le città italiane stanno morendo. Non per mancanza di vita, al contrario. Pullulano di turisti, trolley e selfie stick. Eppure, allo stesso tempo, si svuotano: i residenti fuggono, i negozi di quartiere chiudono. La causa? Un mercato degli affitti brevi totalmente deregolamentato che sta trasformando i nostri centri storici in giganteschi alberghi diffusi.

Proprietari e grandi società immobiliari hanno compreso che affittare per pochi giorni garantisce profitti molto superiori rispetto ai guadagni che derivano dai contratti tradizionali. Il risultato è stato un'esplosione incontrollata: secondo le stime, solo in Italia ci sono oltre 700.000 annunci su piattaforme come Airbnb.

Le conseguenze sono devastanti per chi vive e lavora in città. Milano, Roma, Venezia, Firenze, ovunque la stessa storia: gli affitti per residenti sono schizzati alle stelle, rendendo interi quartieri inaccessibili a lavoratori, studenti, giovani coppie.

Non si tratta solo di costi abitativi. L'overtourism alimentato dagli affitti brevi sta uccidendo l'identità urbana. Quartieri si trasformano in scenografie per vacanzieri, perdendo negozi di prossimità, servizi essenziali, comunità. Il panettiere diventa cocktail bar, la merceria diventa tourist shop. Questo modello è insostenibile: le città non possono essere solo destinazioni turistiche per pochi privilegiati.

Nel 2023 Firenze, sotto la guida del sindaco Dario Nardella, ha fatto da apripista mostrando che alternative esistono, introducendo regole ferree: stop a nuove licenze per affitti brevi nel centro storico, registri obbligatori, controlli severi. Un modello che altre città europee come Barcellona e Berlino hanno già adottato con successo.

Ma le iniziative locali non bastano. Serve una legge nazionale che regolamenti in modo organico il settore, una normativa che tuteli il diritto all'abitare dei cittadini senza demonizzare il turismo ma riequilibrando un mercato oggi pericolosamente sbilanciato.

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

Segreteria del Master
Tel. +390250321731
E-mail: elisa.sgorbani@unimi.it

MM

direttore responsabile
Venanzio Postiglione

vicedirettore
Claudio Lindner

direttrice della Scuola
Nicoletta Vallorani

coordinamento di redazione
Valeria Valeriano

In collaborazione
con
Cassa Depositi e Prestiti

cdp 

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

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