

Liberi nell' Agorà

M A G A Z I N E

SPECIALE EXPO: I TALENTI MONZESI CRESCONO

La missione civica del centro studi Liberi nell'Agorà: il coinvolgimento dei Cittadini

Ludes l'Università internazionale che ama la città di Monza

Venture Capital: investire nelle aziende che sanno come inventare il futuro



STUDIO TECNICO

CIFRA DUE

**PRESENTE SUL TERRITORIO DA OLTRE 30 ANNI,
SI AVVALE DI ESPERTI PROFESSIONISTI
NELL'INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE**

Vi offre consulenza senza impegno per una valutazione del Vostro immobile e per preventivi di ristrutturazione con relative pratiche per la detrazione fiscale. Fornisce inoltre servizi di gestione e rivalutazione del patrimonio immobiliare, amministrazione stabili e certificazioni energetiche.

**VI ASPETTIAMO PRESSO I NOSTRI UFFICI
PER ILLUSTRARVI L'INNOVATIVA FORMULA
"AFFITTO CON RISCATTO"**

CIFRA DUE S.R.L.

via Monte Cervino 19 20900 Monza (MB)

Tel. 039/736564 - 039/736405

Fax. 039/745152

E-mail: info@cifradue.it cifradue@pec.it



EDITORIALE

Questo è il primo numero di Agorà Magazine, una nuova rivista. Nasce nell'epoca in cui la disaffezione alla lettura, il rifiuto dell'approfondimento e della riflessione critica hanno raggiunto il loro culmine. Istantanea, visiva, acritica: questi i caratteri della comunicazione attuale, dai quali abbiamo la ferma intenzione di prendere la più assoluta distanza.

Ideata da "Centro Studi Liberi nell'Agorà" - l'associazione culturale che promuove la partecipazione attiva e consapevole dei cittadini alla vita politica - Agorà Magazine è uno spazio per riflettere, far pensare, mettere in crisi le opinioni consolidate ma non sufficientemente soppesate. Uno spazio pubblico per ragionare sui temi della complessità e della diversità: i concetti indispensabili per comprendere la nostra contemporaneità, ma non solo. Agorà Magazine, è una rivista al servizio di Monza e del territorio culturale che la città esprime. Laddove per cultura si deve intendere cultura progetto, della crescita imprenditoriale e dello sviluppo civile.

Per questo affermiamo subito che Agorà Magazine non si rivolge alla gente ma alle persone. Una differenza sostanziale. Sono infatti le persone coloro che sostanziano quell'entità apparentemente intangibile sino a sembrare metafisica che chiamiamo "opinione pubblica", senza la quale non può esistere nessuna forma di civiltà democratica.

Sono persone gli individui in grado di farsi collettività libera e responsabile, consapevole che la vita nella comunità della polis è fatta di inscindibili diritti e doveri. Sono persone il motore che consente ad ogni progetto di crescita (culturale, civile, economica) di trasformarsi in atto e produrre nuova ricchezza.

Agorà Magazine nasce quindi per dare voce alla volontà di crescita e al bisogno di cambiamento. I suoi obiettivi: promuovere la partecipazione attiva e consapevole dei cittadini alla vita politica, con particolare attenzione ai temi dei diritti di libertà, eguaglianza e buona amministrazione sanciti dalla Costituzione; diffondere i valori dell'etica e dei diritti delle persone contro ogni logica di sopraffazione da parte degli apparati di potere economico, finanziario, partitico e statale; sostenere e diffondere i valori di libertà e democrazia civiltà occidentale cui apparteniamo.

Un impegno da far tremare i polsi. Ma se non ora, quando?

Luca Bertazzini
Direttore editoriale

JAHRESWAGEN **ZENTRUM**

LISSONE via Trieste 40/42 Tel./Fax 039.462359 jwzliissone@live.it - www.jwzmonza.com

CENTRO USATO MULTIMARCHE

VETTURE CON CHILOMETRAGGIO CERTIFICATO E GARANTITE

AUTO AZIENDALI

DELLE MIGLIORI MARCHE E CON GARANZIA UFFICIALE

PROVENIENTI DIRETTAMENTE DALLA FABBRICA

È POSSIBILE SELEZIONARE

MODELLO - COLORE - ALLESTIMENTO - OPTIONAL



Mercedes-Benz

SCONTI ESCLUSIVI SUI LISTINI TOYOTA
AMPIA DISPONIBILITÀ DI VETTURE A
KM 0



IN QUESTO NUMERO

Rubriche

- 6** Strettamente personale
- 7** Il Centro Studi Liberi nell'Agorà
- 10** Speciale Università
- 27** L'opinione - Expo
- 30** Venture Capital
- 32** interviste impossibili
- 33** Letti pe voi

COLOPHON

Agorà Magazine
Numero 01

Direttore Responsabile
Cristina Tonelli

Direttore Editoriale
Luca Bertazzini

Redazione
Giuseppe Ravera

Art director
Alessio Santamaria

Progetto grafico
www.fluxstudiolab.com

Redazione e pubblicità
ravera@grpcomunicazione.it

www.agoramag.it
www.liberinellagora.it

CENTRO STUDI LIBERI NELL'
AGORÀ



14

E LUCE FU

Il segreto di "Palazzo Italia" sono migliaia di piccoli led installati con precisione svizzera. O meglio, monzese



16

QUELLA GRANDE INVENZIONE CHIAMATA CIBO SOCIALE

L'innovazione nella tradizione, ovvero il piacere del cibo gustato in compagnia



19

IL MEDIUM È IL MESSAGGIO

Fare branding in un contesto unico e irripetibile



22

L'AMICA RISANATA

Villa Reale ritorna agli antichi splendori. L'alleanza progettuale tra risorse pubbliche e private non è un'utopia



28

LA LEZIONE DELL'EXPO

Quando le istituzioni dialogano con una visione sul futuro, il futuro si crea. Intervista all'Assessore Fabrizio Sala

IL CIRCUITO PIÙ BELLO DEL MONDO

Nella Formula Uno il circuito non è un banale dato di contesto ma l'evento stesso

La storia è nota. Si parla, e purtroppo si continua parlare, della possibilità che il Gran Premio di Monza non faccia più parte del Mondiale di Formula Uno. Un problema di soldi, tanti, maledetti e subito. Quelli che mister Ecclestone – il padrone della FOM (Formula One Management), la società privata che controlla e gestisce l'organizzazione degli eventi di Formula Uno – vuole mettere in cascina. Per far parte del Mondiale ogni Gran Premio deve pagare una quota d'iscrizione. La battaglia riguarda, appunto, l'ammontare della quota. Una banale questione di domanda offerta, dunque. Una libera contrattazione tipica di un libero mercato? Nient'affatto. Perché la "Formula Uno", come tutti gli sport trasformati in spettacolo, vive e funziona se trasmette emozioni, sogni, brividi, speranze, lacrime e grida d'esultanza, gioia e sconforto. I meravigliosi doni delle autentiche opere d'arte: come un quadro di Leonardo, un cartone di Walt Disney, una finale sul centrale di Wimbledon, una versa competizione automobilistica corsa allo spasimo in un circuito vero e non in uno farlocco inventato dal marketing.

Nella Formula Uno, come nel tennis, nel teatro o nell'Opera lirica, il circuito non è un banale dato di contesto: è l'evento stesso. Provate a immaginare una cena a lume di candela in un ristorante a Rialto o a Parigi; poi prendete la scena e trasportatela in una pizzeria d'asporto di Pizzighettone o in un cinese di Campobasso e mi dite l'effetto che fa. Eliminare il GP di Monza - quello che si corre dal '22, quello con le più alte velocità medie, quello dove – incredibile!- si posso-



no vedere ancora dei sorpassi – ricorda la scelta dello sciagurato marito che si tagliò gli zebedei per fare dispetto alla moglie.

La Formula Uno di oggi è probabilmente l'"oggetto" mediatico che più ha bisogno di una radicale riforma. Persino più dell'Onu o del sistema legislativo italiano. Da momento di straordinaria tensione emotiva che era, trionfo del coraggio, dell'abilità umana e delle capacità tecniche, è stato trasformato in barnum commerciale che con lo sport, il duello e il sogno più nulla ha in comune. Un monumento alla noia. Un trionfo di prevedibile ripetitività. Il crollo verticale degli ascolti e dell'interesse lo testimonia impie-

tosamente. Nonostante ciò, gli appassionati non rinunciamo a Monza. Ogni pilota lo sa: il brivido di Monza è unico al mondo. Ma al signor Ecclestone neppure questo interessa. Alla sua età contano più i soldi che i sogni.

Alla città di Monza, invece, interessa moltissimo. Il Circuito è parte ineludibile della città, della sua storia, del suo fascino, della sua unicità. Di ciò che fa essere Monza e non qualsiasi altra città attraversata da un fiume ai piedi delle colline.

Per questo il Circuito va difeso anche da noi stessi. Che troppo spesso non siamo capaci di dare valore ai nostri valori.



IL CENTRO STUDI LIBERI NELL'AGORÀ



Una missione civica: il coinvolgimento attivo dei Cittadini

Il Centro Studi Liberi nell'Agorà è nato nel 2007 da un gruppo di imprenditori, professionisti, uomini e donne con uno spiccato senso civico. Il presupposto essenziale di questa associazione risiede nel principio che la partecipazione alla vita pubblica non richiede per forza l'adesione ad un partito ma è necessaria piuttosto la volontà di farsi carico in prima persona dei bisogni comuni nonché di mettersi a disposizione per contribuire a risolvere le criticità del rapporto tra pubblica amministrazione e privato.

Fin dalle prime attività, gli esponenti del Centro Studi Liberi nell'Agorà hanno sempre avuta chiara l'esigenza che la propria attività potesse incidere più che sugli effetti, sulle cause del mancato rag-

giungimento dei bisogni delle persone nonché del buon governo e della tutela di tutti i Cittadini, con azioni propulsive e di sostegno all'attività della Pubblica Amministrazione.

Il coinvolgimento attivo dei Cittadini è

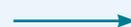
Il coinvolgimento dei *Cittadini* è fatto di progetti, produzione di informazioni e stimoli alla partecipazione

stato così interpretato in modo da passare da una mera presenza testimoniale ad un modello operativo più complesso, fatto di progetti, di produzione di informazioni, di strategie e di stimoli alla partecipazione.

Nell'art. 2 dello Statuto, tra gli scopi vi è un punto di particolare importanza: "**dif-**

fondere e far condividere i valori prioritari della moralità pubblica e dell'etica politica nonché i valori liberali dei diritti dell'individuo contro ogni logica di sopraffazione da parte degli apparati di potere, della massificazione, delle strutture di potere economico, finanziario, partitico e statale. Si riconosce nei valori di libertà e democrazia rappresentati dalla civiltà occidentale cui apparteniamo."

Proprio con questi fini, recentemente (2015) il Centro Studi ha avviato il corso di principi di pubblica amministrazione, con partecipazione gratuita estesa a tutti i cittadini ed in modo particolare a coloro che vogliono impegnarsi attivamente nella vita pubblica.



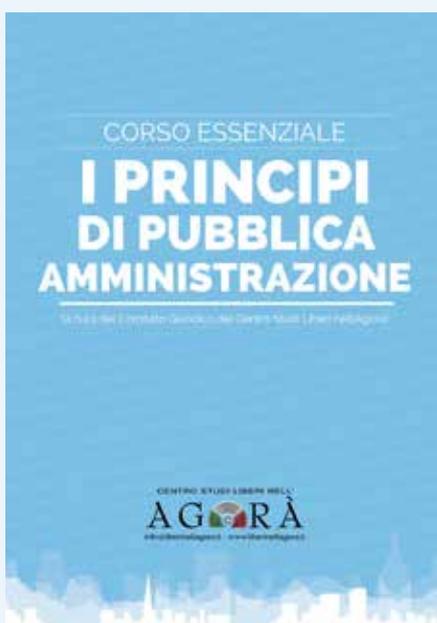


IL DIFENSORE CIVICO

Del Centro Studi è anche l'iniziativa del Difensore Civico presso l'Amministrazione comunale di Monza, restia alla nomina e alla fine costretta proprio da un intervento incisivo del Centro Studi a nominare un difensore civico.

Difensore che è stato poi "cancellato" da una nuova Legge che ha eliminato i Difensori presso i Comuni ed oggi pro-

prio il Centro Studi Liberi nell'Agorà ha istituito, onde dare comunque garanzia ai Cittadini di un supporto legale civico, uno specifico **Sportello Difensore Civico** (info@liberinellagora.it), dove tutti indistintamente si possono rivolgere per sottoporre problematiche ed iniziative di interesse comune, per il bene e per la valorizzazione della società civile.



Molte le iniziative che dal 2007 sono state portate a termine dal Centro Studi, come uno studio preliminare per portare effettivamente la metropolitana anche sul territorio monzese, studio offerto all'Amministrazione comunale, così come l'attivazione di corsi SDA Bocconi proprio a Monza, con la possibilità di erogare delle borse di studio ai soggetti meno abbienti.

Sempre del Centro Studi Agorà è stata la collaborazione all'iniziativa editoriale Best To Brianza, collaborazione che oggi viene appunto sostituita e arricchita con questa nuova rivista specifica dedicata in modo esclusivo ai compiti e finalità del Centro Studi Agorà.

Molte volte siamo intervenuti in sostituzione dell'Amministrazione, quando questa non ha potuto svolgere compi-

ti essenziali per il bene comune, come quando il Centro Studi ha realizzato la promozione della giornata della lettura, offrendo centinaia di libri gratuiti alla popolazione oppure quando, in occasione del 150° dell'Unità d'Italia, sono state regalate da parte del Centro Studi migliaia di bandiere dell'Italia a tutti i Cittadini monzesi.

Così pure è stato il Centro Studi Liberi nell'Agorà a volere l'iniziativa "sostieni una famiglia" con cui sono stati erogati fondi periodicamente ad una famiglia indicata dal Comune di Monza, in particolare stato di bisogno.

Numerose poi le iniziative e conferenze su problematiche fondamentali per la Città di Monza, come le questioni connesse alla Villa Reale, dal primo mo-



PROSSIME INIZIATIVE

Tra le prossime iniziative del Centro Studi Liberi nell'Agorà, oltre a continuare nell'opera del proprio blog, ci sarà un laboratorio per le start up, l'individuazione di particolari spazi e occasioni di lavoro anche per i più giovani, la costituzione di un osservatorio permanente di garanti cittadini contro la corruzione e l'infiltrazione mafiosa,

una politica del fare, mirata a costituire nuovi posti di lavoro e soprattutto a rilanciare l'economia del nostro territorio, economia che non può trascurare industrie importanti come il mobile, i componenti edilizi, illuminazione e tutti quei fondamentali settori che ruotano comunque intorno al sistema edilizio.



mento difesa proprio in quella iniziativa di ristrutturazione e di rilancio che oggi tutti condividono ma che all'epoca era osteggiata proprio da buona parte dei politici che attualmente governano la Città.

E da poco più di un anno, grazie all'apporto collaborativo fondamentale dell'ing. Luca Bertazzini, è stato istituito un blog che permette a tutti i Cittadini di partecipare attivamente ai temi e agli approfondimenti di questioni importanti a livello generale, a livello locale e soprattutto per il bene comune.

Particolarmente apprezzato questo **blog** (www.liberinellagora.it) che vede soprattutto avvicinare ai temi e alle iniziative del Centro Studi Liberi nell'Agorà i giovani,



desiderosi di dare il loro apporto ma soprattutto entusiasti di vedere nel nostro Centro Studi una interpretazione della politica e dell'impegno civico ispirato ai principi di etica, morale e di buon governo.

Gli uomini e le donne del Centro Studi Liberi nell'Agorà si batteranno per la realizzazione di questi fini, per il miglio-

ramento sociale economico e morale del nostro territorio e si augurano che ai già tanti industriali, professionisti, artigiani, negozianti, uomini e donne di cultura, pensionati e gente comune si uniscano altre persone di buona volontà, animate dall'unico desiderio di contribuire fattivamente al miglioramento del nostro territorio e al benessere dei cittadini. ■

LA FORMULA DEL SAPERE



Offrire una formazione professionale di grande qualità ad allievi dotati e motivati



Manuela Di Martino Sotgiu
Presidente di L.U.de.S

Ludes l'Università internazionale che ama la città di Monza

La formula non è affatto complicata: basta moltiplicare il capitale intellettuale per il fattore internazionalizzazione. Ovvero mettere insieme cervelli di prim'ordine per offrire una formazione professionale di grande qualità ad allievi dotati e motivati. Sembra un gioco da ragazzi (appunto) ma non lo è affatto. Sono davvero poche le strutture universitarie che ci riescono. Il caso di Ludes è ancora più eccezionale. Nata nel 1999 da un'idea del professor Paolo Sotgiu, Ludes persegue un approccio formativo basato sull'unità interdisciplinare dei saperi; unendo l'ambito scientifico a quello umanistico e superando in tal modo le barriere che li tengono separati in modo artificiale e anacronistico, è possibile offrire agli studenti gli strumenti che consentono loro

di comprendere e governare le complessità tipiche del nuovo mondo del lavoro. Una visione internazionale – l'Università ha sedi a Malta, negli Emirati Arabi e in Svizzera – l'unità dei saperi e l'estrema attenzione al mondo del lavoro, sono i caratteri fondanti di Ludes i cui corsi di laurea attualmente comprendono discipline quali criminologia, psicologia, fisioterapia, dietetica.

Per saperne di più, - in particolare riguardo alla scelta di Monza quale nuova sede – abbiamo intervistato Manuela Di Martino Sotgiu, Presidente di L.U.de.S

Quali sono le linee di sviluppo dell'Università?

“Accanto all'implementazione dell'offerta formativa - dall'economia al mondo della comunicazione, all'odontoiatria – l'elemento qualificante della nostra Università è la ricerca scientifica che, fin dalla fondazione, riveste un ruolo

È MONZESE IL PRO-RETTORE DELLA LUDES

Monza è particolarmente rappresentata



in seno ai docenti della LUDES.

A cominciare dal **pro-Rettore avv. prof. Bruno Santamaria** che è anche docente di diritto amministrativo e responsabile insieme al Rettore dello sviluppo delle nuove facoltà.

Altro fiore all'occhiello della LUDES è il

prof. Dott. Marco Lanzetta, professionista di fama internazionale, molto conosciuto anche in Svizzera. Nel corpo docen-



te è entrato a pieno titolo il **prof. Dott. Roberto Pessina**, già primario ortopedico presso l'Ospedale di Vimerate.

Di tutt'altro settore si occupa **l'ing.**

Giuseppe Locati, noto filosofo monzese, responsabile presso la LUDES delle pubblicazioni di filosofia.

Di recente è entrato a far parte dei docenti anche il **prof. Massimo Messina**, molto noto negli ambienti sportivi in quanto segue sportivi di livello inter-



nazionale, sia nel campo del golf che del canottaggio, pallavolo, rugby e calcio.

E con il recente conferimento della massima onorificenza accademica, un altro monzese eccellente è divenuto ambasciatore della cultura nel mondo in nome della LUDES, **il prof. Pier Franco Bertazzini**.

A breve, con la nuova facoltà di criminologia, altri monzesi illustri entreranno a far parte della LUDES.



fondamentale. Punto di forza è l'Istituto "Paolo Sotgiu" i cui studi sulla Depressione Maggiore e la Sindrome bipolare hanno ottenuto riconoscimenti internazionali davvero gratificanti. Il lavoro condotto dai ricercatori dell'Istituto "Paolo Sotgiu" - un biochimico, Massimo Cocchi; un biomatematico, Lucio Tonello, un filosofo, Fabio Gabrielli - realizzati in collaborazione con vari studiosi internazionali, riflette in modo puntuale lo spirito della L.U.de.S.: dare vita ad un dialogo continuo tra saperi diversi e complementari, finalizzato a tutto ciò che promuove la vita.

Ludes è un'Università internazionale. Qual è il rapporto con l'Italia?

Abbiamo un rapporto privilegiato: moltissimi dei nostri studenti sono italiani, così come un buon numero di docenti. La nostra Università ha una vocazione internazionale e non può, quindi, prescindere dalla ricchezza umana e culturale dell'Italia, un Paese che ha segnato

la cultura occidentale.

E la relazione con Monza?

Con Monza abbiamo da anni rapporti professionali e accademici importanti, basti pensare al nostro prorettore Bruno Santamaria, ai nostri docenti Marco Lanzetta, Roberto Pessina, all'ingegner Giuseppe Locati, al professor Pier Franco Bertazzini. Persone conosciute non solo a Monza, come ad esempio il notissimo chirurgo della mano Marco Lanzetta. A Monza abbiamo già organizzato una serie di eventi culturali che abbiamo intenzione di implementare nel tempo. Siamo rimasti affascinati fin dai primi contatti, dallo spessore aristocratico, dalla bellezza artistica, dalla imponente portata storica di Monza. Una città che esprime tutta la ricchezza culturale dell'Italia. Un rapporto privilegiato che pone Monza in una posizione di netto vantaggio su tutte le altre città qualora Ludes decidesse di aprire una sede in Italia. ■

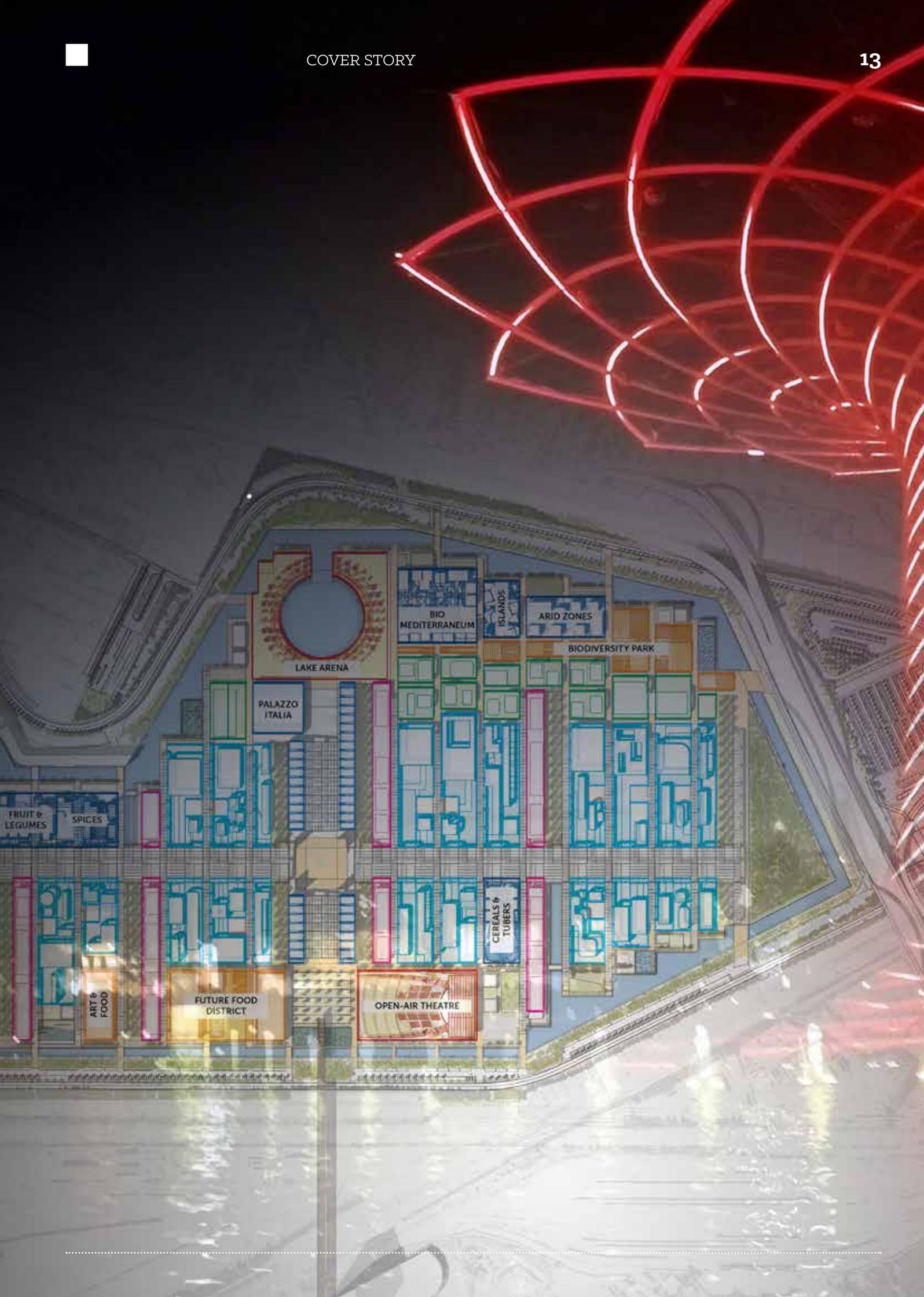


Antonello Martinez
Rettore di L.U.de.S

INCREDIBILE MA EXPO: IL BRUTTO ANATROCCOLO SI È TRASFORMATO IN CIGNO

Il successo genera infelicità: quella altrui, beninteso. Alla luce dei giudizi del pubblico e della critica – ottimi se non addirittura entusiastici – potrebbe essere questo l'aforisma da dedicare all'Expo, la manifestazione "fallita prima ancora di nascere" che invece tanto successo ha ottenuto e tanto lustro ha dato all'immagine un po' ammaccata dell'amato Belpaese. Così, scordando per una volta il classico (adattissimo anche in questa circostanza) "gli italiani sono specialisti nell'arte di correre al soccorso del vincitore" e le legioni di Cassandra che hanno visto la luce non sulla via di Damasco ma più banalmente all'incrocio tra Cardo e Decumano, vogliamo offrire una lettura (un poco) diversa del grande evento. Dove inevitabilmente, incontestabilmente, irrevocabilmente, Milano e la milanesità la fanno da leone. Eppure, non è tutto Milano ciò che luccica. C'è anche molta Monza e molta monzesità alacre e sagace all'Expo. Leggere per credere.





E LUCE FU

Il segreto di “Palazzo Italia” sono migliaia di piccoli led installati con precisione svizzera. O meglio, monzese

Il cane di Giuseppe Porro è innamorato perso. Al punto da non uscire dalla stanza per il timore di non esservi più ammesso. La stessa incontenibile passione che il suo padrone nutre per il proprio lavoro che a settantasette anni suonati portati da far invidia, gli impedisce di dedicarsi a più che legittimi ozi. Di andare in pensione proprio non se ne parla. Raccontare della grande festa in Villa Reale illuminata a giorno dal sistema di luci progettato dalla sua azienda, impianto che ora è parte integrante della struttura, o della corsa contro il tempo per installare le strutture multimediali che lasciano a bocca aperta i visitatori dell'Expo, gli fanno brillare gli occhi di meritissimo orgoglio. E' la consapevolezza di chi fa, di chi costruisce, di chi crea per sé e per gli altri nuova ricchezza. “Noi buttiamo la bellezza alle ortiche. Siamo pieni di bellezza che non sappiamo né vogliamo valorizzare” esordisce Giuseppe Porro. E' la dichiarazione che abbiamo sentito affermare da tutte le persone intervistate nel corso di questi incontri dedicati al tema “Monza all'Expo”. E' il convincimento radicato e assoluto che guida le motivazioni degli “uomini del fare”, così diversi dall'immagine che certa vulgata cerca di appiccicare loro. Un'idea dell'uso delle risorse che vede lungo, che si sforza di fare sistema, nonostante tutti i lacci e laccioli che dai tempi della denuncia di Luigi Einaudi impania la libera impresa nel nostro paese. Giuseppe Porro è il più deciso soste-



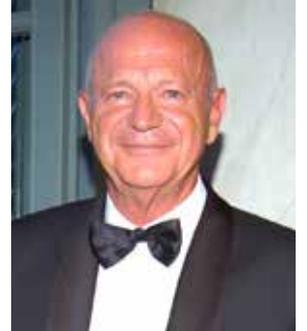
nitore di questa tesi: la bellezza è la nostra più grande risorsa, afferma con decisione. Lui che è tutta la vita che lavora nella fabbrica della bellezza. Dal mondo dei suoni - quando registrava magistralmente i grandi della lirica - a quello delle luci e delle immagini, ovvero la gestione totale dei contenuti dello spettacolo.

Si potrebbe affermare che del contributo di Leading Technologies all'Expo di Milano non richieda molte parole: è lì da vedere. Nel senso più letterale del termine. Uno spettacolo che ha dell'incredibile. Che ha incantato, insieme a tutti gli altri visitatori, anche Michelle

Obama, rimasta a bocca aperta davanti allo spettacolo di Palazzo Italia.

“Un lavoro durissimo” racconta Giuseppe Porro. “Si trattava di dare concretezza al concept ideato da Marco Balich. Tre mesi per la produzione delle strutture, quindici giorni per l'installazione. 25 persone a tempo pieno, giorno e notte. Ma ce l'abbiamo fatta e la gente è disposta a fare anche ore di code pur di entrare a vedere il caleidoscopio, l'installazione che è piaciuta di più”.

Palazzo Italia non è il solo lavoro realizzato da Leading Technologies. Anche il padiglione iraniano parla italia-



no, o meglio monzese, sotto forma di uno schermo lungo 42 metri. Un'installazione che richiede una precisione nel montaggio che si misura un centesimo di millimetro. Un solo errore per quanto piccolo rischia di compromettere l'allineamento della proiezione. Un lavoro che richiede un'infinita pazienza oltre che competenze fuori dal comune. Un pezzo di saper fare italiano che al termine i Expo verrà smontato e prenderà la strada che porta a Teheran. Un segno augurale per il futuro del lavoro italiano nel mondo.

QUELLA VOGLIA DI FARE IMPRESA

“Migliaia, milioni di individui lavorano, producono e risparmiano nonostante tutto quello che noi possiamo inventare per molestarli, incepparli, scoraggiarli. È la vocazione naturale che li spinge; non soltanto la sete di guadagno. Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare, acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste, ampliare gli impianti, costituiscono una molla di progres-

so altrettanto potente che il guadagno. Se così non fosse, non si spiegherebbe come ci siano imprenditori che nella propria azienda prodigano tutte le loro energie ed investono tutti i loro capitali per ritirare spesso utili di gran lunga più modesti di quelli che potrebbero sicuramente e comodamente ottenere con altri impieghi.

(Luigi Einaudi, secondo Presidente della Repubblica, 15 settembre 1960).

QUELLA GRANDE INVENZIONE CHIAMATA CIBO SOCIALE



L'innovazione nella tradizione, ovvero il piacere del cibo gustato in compagnia

Incontriamo Eugenio Galbiati in una delle giornate più calde dell'estate. Seduto a uno dei tavoli all'aperto del suo "Ristorante del centro" sta lavorando con Luca Locatelli insieme al quale ha dato vita a "Ristogest", società specializzata nell'ideazione di format innovativi nel campo della ristorazione. Cosa sia un "format ristorativo" è presto detto. È un'idea che mette insieme due tra le cose fondamentali dell'umano consenso: il piacere del cibo e il desiderio di gustarlo in contesti ad alto tasso di socializzazione. Insomma, roba buona da

mangiare insieme agli altri. Sembra facile. Non lo è affatto. Con il cibo non si scherza. Basta un errore, una sbavatura, una piccola caduta sul servizio, è la fritata è fatta. Appunto.

Chi non conosce Galbiati non immagina l'energia, l'entusiasmo e l'ottimismo che quest'uomo con l'aria da antico marinaio sprigiona. Parla, racconta, descrive, una, dieci, mille iniziative imprenditoriali con sicurezza priva di presunzione. La sicurezza di chi sa che "fare le cose" implica competenza, impegno e accettazione del rischio.

Tema dell'incontro è l'ultima invenzione di Ristogest in fatto di format alimentari.

"Abbiamo saputo del bando dell'Expo sullo street-food. Decidiamo di partecipare. Expo pone le condizioni: non più di cinque compagini nel settore street food, ognuna delle quali deve gestire 7 postazioni. Postazioni ognuna diversa dall'altra, riconducibili - e qui sta il bello del bando - ad attività commerciali che esistono già. Noi schieriamo le nostre esperienze consolidate - Toast&Zuppe, Popi, Sweeting, BBQ Hooligans, Sharky, Gour-

met Zini, Street Burger - proponendole in chiave street-food in modo assolutamente innovativo. Quindi partecipiamo al bando proponendo toast e zuppe, fritto misto e sushi, pizza e porchetta, carni al barbecue, in chioschi che interpretano in chiave street-food quello che già proponiamo in città”.

La ristorazione statica diventa dinamica... (Galbiati è un treno in corsa e star-gli dietro non è semplice).

“Certo, nel modo più innovativo. Innovazione nel mondo della ristorazione significa fare una cosa tradizionale, che esiste già, in modo nuovo. Nel nostro caso un modo non invasivo, rispettoso dell'ambiente, perfettamente sostenibile. Niente motorini, inquinamento, puzze. Noi abbiamo preso dei vecchi container navali dismessi comprati per nulla dando loro una nuova vita. Un'idea che abbiamo realizzato insieme a tre ricercatori dell'Università di Livorno”.

Obiettivo dell'operazione?

“Expo è un'opportunità troppo importante e non volevamo perderla. Volevamo assolutamente cogliere l'occasione di mettere in mostra ciò che di buono la città di Monza sa fare. Volevamo esserci. Anche se ero piuttosto incredulo riguardo ai bandi, abbiamo partecipato e abbiamo vinto: primi classificati. E abbiamo avuto il diritto di esporre le nostre proposte con grande successo. Avevo un motto...”





Quale Galbiati?

“Volevo portare un po’ di luganega all’Expo, un po’ di brianzolit , un po’ di Monza in mezzo a Milano, prendere un po’ di spazio anche per Monza e per le cose che sappiamo fare bene. Una presenza che non riguarda solo il cibo. Abbiamo voluto portare nella manifestazione fieristica tutto quello che nel corso del tempo ha funzionato in citt , ha avuto successo. I materiali che abbiamo usato sono tutti riciclati, grande attenzione anche all’usa e getta. Siamo l’unico street-food in Expo non su ruote. siamo diventati un punto di riferimento. Hooligans barbecue   stato giudicato il miglior chiosco, e il suo hamburger ha conquistato il secondo posto nella gara del miglior street food in Expo”

Risultati di vendita.

“I numeri che abbiamo oggi in mano ci rendono assolutamente contenti dal punto di vista imprenditoriale. Contenti, non felici (ride). Ma c’  tempo per migliorare ancora. Siamo contenti anche perch  abbiamo dato lavoro a pi  di 40 persone attingendo anche sul mercato del lavoro di Monza. Lavoro per i giovani ma anche per i meno giovani, che   la cosa pi  dura. Oltre all’Expo collaboriamo anche con l’Autodromo dove ci occupiamo di ristorazione. Tornando all’Expo, alle voci che correavano sul fatto che non fosse finito o fosse stato finito male e di fretta, posso dire che non credevo che fosse un posto cos  bello. Bellissimo, ospitale. Le inevitabili criticit  di avviamento - scontate

per chi fa questo lavoro - superate brillantemente nei primi giorni.   un posto fantastico”.

E il rapporto con l’Universit ?   Locatelli che ci risponde adesso.

“A gennaio abbiamo vinto il bando. Ai primi di febbraio parto per Livorno per incontrarmi con i tre studenti che hanno ideato il progetto partendo dal concetto di elaborazione dei container del porto. E li abbiamo aiutati a trasferire le idee dalla carta alla realt  Un container che non far  pi  il contenitore di merci ma diverr  qualcos’altro. Da l  meccanismo   partito. Abbiamo preso un capannone di 1500 m2, stivarlo con i container, e iniziare i lavori di carpenteria, meccanica, che hanno trasformato gli oggetti originari. Ci abbiamo messo 55 giorni per trasformare 16 container: le nostre postazioni, i chioschi, sono fatti da 2 o 4 container abbinati.”

Quando Expo chiuder  i battenti che fine faranno i chioschi-container?

“Andranno sul lago di Garda, o sul lago di Lecco, andranno.. ancora non lo so (ride). A settembre penseremo al seguito del progetto. Li collegheremo in posti dove ci vorranno! Un container va ovunque, no? Anche in Giappone. Io vado in Giappone e faccio il food-street italiano”.

IL MEDIUM È IL MESSAGGIO

Fare branding in un contesto unico e irripetibile

Il terzo ambasciatore della città di Monza a Expo 2015 si chiama Roger Botti. Il suo lavoro è quanto più di concettuale possa esistere. Partner e direttore creativo di Robilant Associati, agenzia specializzata nella definizione di strategie di sviluppo e innovazione, Roger porta avanti un progetto di studio e sperimentazione sull'utilizzo di spazi non convenzionali in cui sia possibile dare vita a modalità di interazione innovative tra le Marche e il loro pubblico. Una definizione, diciamo la verità, di non così immediata comprensione, che per nostra fortuna diventa immediatamente intellegibile quando Roger racconta con l'intensità e la passione di chi ama perduto il proprio lavoro cosa sta facendo all'Expo per i propri clienti.

“Sono diventato monzese da quando ho iniziato a frequentare l'Istituto d'Arte alla Villa Reale. Divento monzese con la scuola. Da allora ho sempre abitato a Monza, città che mi piace ogni anno di più”. Inizia così il racconto di un uomo che ha messo la propria cultura di designer al servizio di agenzie di branding, ovvero quelle attività di comunicazione che favoriscono la costruzione di una Marca in termini di identità e valori. Roger ci tiene a specificarlo: non sono un pubblicitario. Sto il più lontano possibile da ogni forma di advertising, dice. La pubblicità è logorata dall'uso, ed è più volatile di un litro di benzina. Chi fa branding come noi, sostiene, lavora sugli asset più durevoli di una Marca, magari intangibili, ma durevoli nel tempo.

Non sono discorsi accademici, né tantomeno teorizzazioni metafisiche anche se l'am-

biente, un gradevole ristorante all'aperto nel quartiere dei Navigli, potrebbe suggerirlo. Sono le premesse di come la sua esperienza e le sue idee suo lavoro si concretizzano all'Expo, e di come (cosa se possibile ancora più interessante) gli piacerebbe una volta terminata la manifestazione milanese trapiantarle a Monza.

“La comunicazione sul punto vendita è uno dei territori del mio lavoro e della mia sperimentazione. Si tratta di creare una narrazione appagante e proporla sia negli spazi fisici dei negozi e nei luoghi di incontro e relazione, sia in quelli virtuali della realtà digitale” prosegue Roger.

Cosa avete portato in Expo?

“Diciamo che la cosa più importante è stato aiutare i nostri clienti a trovare il modo più corretto di andarci. Nel modo giusto: evitando le comparsate, l'esserci per l'esserci, l'utilizzo dei mezzi tradizionali in un contesto che tradizionale non è affatto. Ad esempio, pretendere di fare advertising. In quel contesto, nella realtà dell'Expo, sarebbe sbagliato”.

Già. Come definirebbe l'Expo quindi?

Per noi è uno spazio esperienziale per raccontare la marca, per dire cose che normalmente gli spazi tradizionali non consentono di dire. L'Expo offre questo: uno spazio di intrattenimento, di approfondimento culturale sulle cose che stanno dietro i prodotti e che di solito non si conoscono; ogni marca valida ha molta da dire. Notizie, informazioni, storie che altrove, in televisione, sui giornali e persino dei punti vendita della marca stessa, non è possibile a raccontare.



Per problemi di tempo, di spazio, di situazioni. Stare nel modo giusto in Expo significa quindi realizzare progetti diversi da quelli che avremmo potuto fare in centro città.

Mi fa una sintesi dei più importanti?

I nostri progetti portati ad Expo sono tre. Ferrari spumante: uno spazio di 250 metri 2 ospitato all'interno della struttura Eataly. Uno spazio per le relazioni di lavoro ad alto livello, il solo dotato di servizio al tavolo (il resto di Eataly è tutto self-service) che sta lavorando molto bene a livello di business to business. In questo contesto abbiamo anche preso coscienza del desiderio delle aziende italiane di creare eventi all'interno di Expo.

Expo rappresenta per Ferrari spumante un'occasione unica che non ha mai avuto in 100 anni di attività per raccontare la propria natura e la propria identità; la storia di come l'azienda viti-vinicola è nata ed è cresciuta. La storie e le radici, anche dal punto





vista agricolo, biologico e geologico: la predisposizione di quella terra a far crescere quel prodotto.

Il secondo progetto riguarda Ferrarini salumi. Il loro prodotto storico per il quale sono conosciuti e apprezzati è il prosciutto cotto. Ma l'azienda vive uno straordinario legame con il territorio di Modena nel quale produce oltre ai salumi anche un parmigiano reggiano di grande valore, assolutamente particolare, con il latte delle mucche Jersey. Producono anche uno straordinario aceto balsamico e un tipo di vino. Per loro abbiamo inventato uno spazio chiamato "Casa Ferrarini". Una soluzione che permettere di accendere un faro sull'unicità culturale di un'azienda che fa del legame con il territorio il motore della propria eccellenza. Poiché questi prodotti (parmigiano e aceto) non sono distribuiti a livello di mass-market, l'Expo rappresenta l'occasione e il motore giusto per trasferire alla Marca questi valori. Il messaggio quindi diventa: "nel mio prosciutto cotto c'è tutta

la maestria e la cura che metto nel produrre il parmigiano e l'aceto". Questo è il significato della presenza di Ferrarini all'Expo: un posto dove posso raccontare queste storie, non solo mangiare un panino o assaggiare

L'Expo è uno spazio esperienziale per raccontare la marca, per dire cose che gli spazi tradizionali non consentono di dire.

le cose più incredibili del mondo realizzate apposta dagli chef.

Il terzo è birra Moretti, marca di proprietà di Heineken. Abbiamo ricreato la tipica atmosfera di una birreria e l'abbiamo dotata di una grande terrazza dedicata al cibo, agli incontri e alla relazione fra le persone. Expo è una realtà grande e complessa che può insegnare molte cose a chi fa branding. Così la nostra Agenzia ha organizzato per clienti una serie di visite guidate; un tour che propone una riflessione critica sulle cose migliori realizzate; esperienze dalle quali c'è da imparare per fare bene branding. In un giorno concentreremo tutto il

meglio di Expo, le esperienze che consideriamo imperdibili. Uno studio che ci è costato molte giornate di lavoro. Dall'Expo abbiamo imparato che è importante pensare non solo e non tanto alle "belle idee", alle idee intelligenti, quanto alle cose che si possono fare e che è utile fare. Una "magnifica idea" irrealizzabile, è solo una perdita di tempo

Come si può trasferire l'esperienza Expo?

Qualcuno ipotizza di farlo proseguire per altri sei mesi; forse la cosa più semplice è smontare qualche padiglione e utilizzarlo in un'altra situazione. Immaginiamo una struttura che ha avuto successo, ricollocata al termine di Expo in un altro contesto dotato di un fascino unico come l'Autodromo. E' una riflessione che credo sia giusto fare. Al termine dell'Expo ci sarà il problema dello smaltimento dei materiali. Se invece di smaltire fosse possibile riutilizzare in modo intelligente, perché no? Molti padiglioni potrebbero essere valorizzati e contribuire a creare nuovo valore.

Corsi di Laurea

Fisioterapia
Dietistica
Psicologia
Criminologia



Sistema educativo
Svizzero



Formazione di alto
livello



98% degli studenti
inseriti nel mondo del lavoro



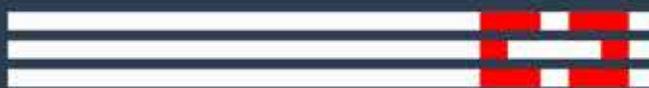
Counselling e sportello DSA



L'idea migliore, la scelta giusta.



L.U.de.S.



Follow us



L'AMICA RISANATA

***Villa Reale ritorna agli antichi splendori.
L'alleanza progettuale tra risorse pubbliche
e private non è un'utopia***

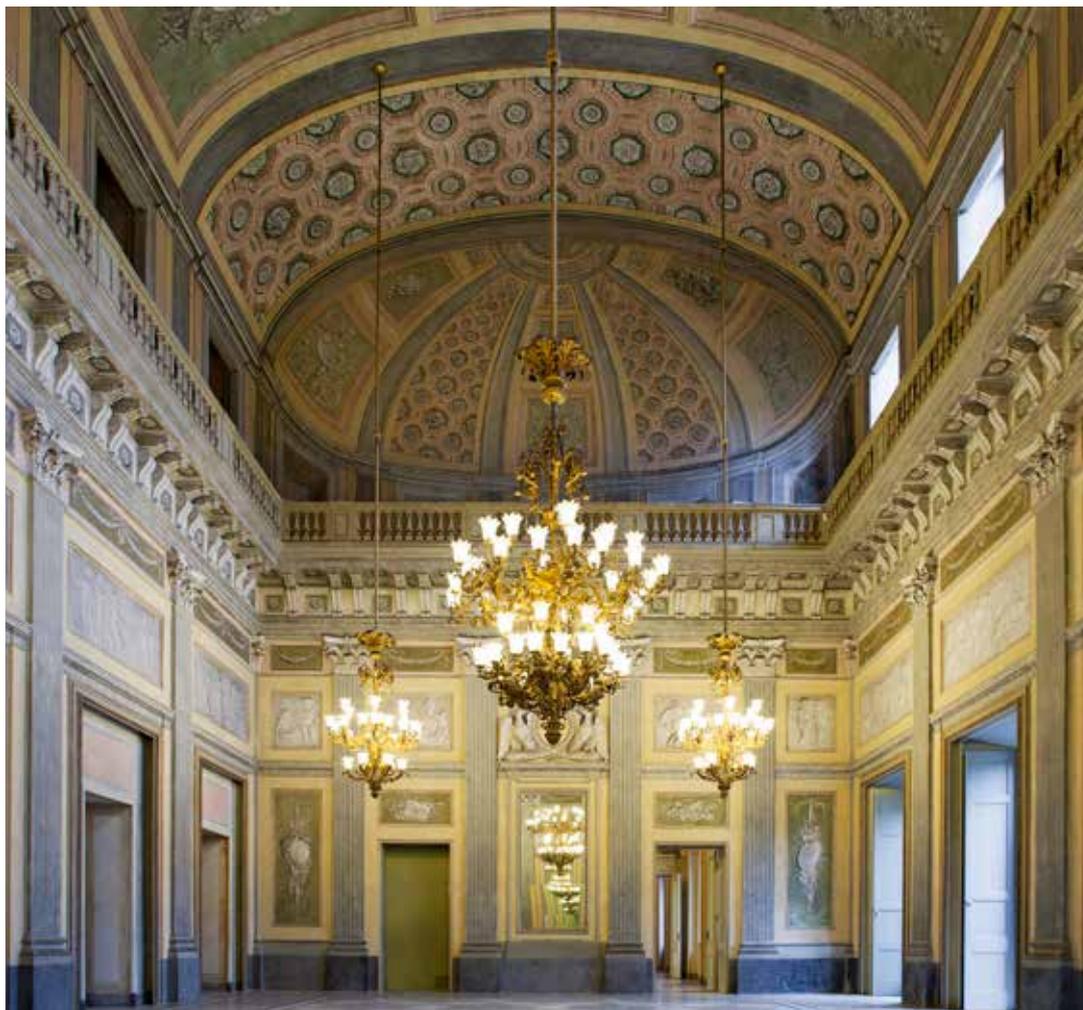
La buona notizia è nota. È l'Italia il paese con il più grande patrimonio artistico. Il 60% della bellezza mondiale abita qui. Bellezza che di norma fa rima con ricchezza grazie all'indotto messo in moto dal turismo culturale, moneta sonante anticiclica per chi sa fare sistema.

La brutta nel senso di notizia, è che il paese della grande bellezza trascura il proprio patrimonio con disinvoltata sistematicità. Ma anche questa è nota "Con la cultura non si mangia" affermò in tempi non sospetti un autorevole uomo politico. Peccato che altrove - praticamente ovunque nell'Europa intelligente e civile - l'arte, la storia e la cultura siano invece messe a profitto sapientemente. Un atteggiamento mentale che caratterizza con equanime neghittosità le nostre amministrazioni a prescindere dal colore e dall'orientamento politico: così fan tutti, destra, sinistra, centro. In caso di dubbio, bastare buttare un occhio a Pompei, il più importante e più maltrattato sito archeologico del mondo, roba da telefono azzurro dei beni culturali, o da reparto di psichiatria intensiva.

Per fortuna nostra e dei nostri discendenti (la bellezza è un patrimonio che le generazioni future ci hanno dato in prestito) ogni tanto tenaci uomini di buona volontà riescono ad invertire la tendenza. A recuperare. A tutelare. A salvare beni altrimenti destinati alla rovina. È il caso della Villa Reale di Monza. Un oggetto storico-architettonico-paesaggistico che rappresenta un asset fondamentale della città. Un oggetto complicato da tutti i punti di vista, a partire dalla proprietà. I "padroni" della Villa sono molti, con interessi, obiettivi e responsabilità non necessariamente convergenti: Ministero dei Beni Culturali, Regione Lombardia, Comune di Monza, Comune di Milano, Confindustria di Monza e Brianza, Camera di Commercio, Provincia, ognuno uguale e ognuno diverso, col suo pezzetto di responsabilità e con il diritto di esprimere veti. Il Consorzio che è stato costituito non è un miracolo ma poco ci manca: consente di mettere







Per la Villa è stato realizzato il primo project financial d'Italia. Il modello potrà essere applicato con successo alle molte residenze in rovina del nostro paese

intorno ad un tavolo tutti i soggetti proprietari, prendere decisioni, e mandare avanti il complesso Villa Reale e Parco di Monza.

È grazie a questa soluzione operativa che la Villa, come l'amica del Foscolo, è stata finalmente risanata.

Ne ricostruiamo le tappe insieme a Samantha Ceccardi, fondatrice e CEO di Vision Plus, società specializzata nella gestione di eventi, dirigente de "Gli eventi di Villa Reale", la società che tanta parte svolge nella rinascita della Villa. L'inizio prede avvio dal-

la decisione del Governatore Maroni di identificare la Villa quale sede istituzionale. Successivamente Regione Lombardia indice un bando concettualmente molto semplice. Promuove l'alleanza tra l'investimento pubblico e privato, offrendo a quest'ultimo l'opportunità di gestire attività commerciali per vent'anni. Il

bando è stato vinto da "Italiana Costruzioni", società specializzata nel settore del restauro che vanta interventi di grande delicatezza come quello dedicato al colonnato del Bernini a Roma. Italiana Costruzioni dà vita a "Nuova Villa Reale Spa", procede al restauro del corpo centrale della villa, del piano terra dove ora c'è il ristorante, del secondo piano dove si trovano gli appartamenti e il Belvedere. Il

Regione Lombardia ha indetto un bando concettualmente molto semplice che promuove l'alleanza tra pubblico e privato

primo piano era stato restaurato nel 2007 dalla Sovrintendenza delle Belle Arti; ma poiché si sono manifestati cedimenti strutturali si è proceduto al rinforzo del lato Nord-Est. Terminato il restauro durato due anni e mezzo, si sono identificate le figure imprenditoriali e professionali adeguate allo sviluppo del sito. Così Fede

Group, società specializzata nella ristorazione alberghiera, ha assunto la gestione de "Le cucine di Villa Reale". Il primo piano nobile è dedicato a cene di gala, convention, eventi; il secondo piano è stato invece destinato alle grandi mostre e la gestione affidata ad una società creata ad hoc - "Cultura domani" - per affrontare in chiave specialistica questo complesso settore d'attività.

L'ultimo piano della Villa è invece territorio della Triennale di Milano che, in collaborazione con la Camera di Commercio di Monza, celebra

il ritorno del design nella sua patria d'origine attraverso le collezioni dei prodotti creati dalle aziende brianzole dagli anni '20 ad oggi.

Un'alleanza pubblico-privato che ha salvato un patrimonio unico e irripetibile, un approccio strategico che produce ricchezza; la storia della Villa Reale di



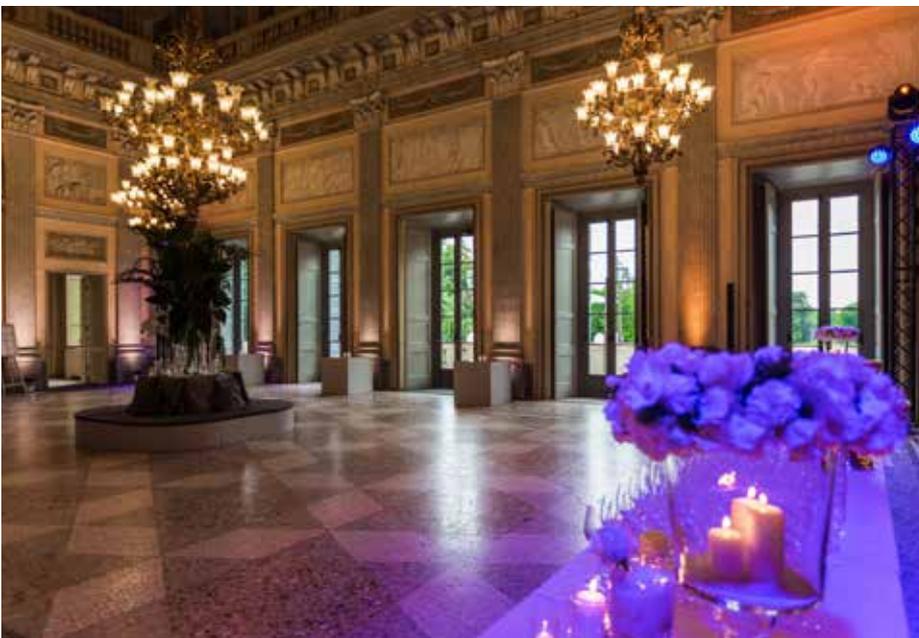
Monza è la storia del primo project financial d'Italia, un modello che potrà essere applicato con successo alle molte straordinarie residenze in rovina del nostro paese. Un approccio obbligato non solo dal buon senso e dalla ragione, ma anche dalla penuria di risorse. Quando i soldi pubblici scarseggiano o non ci sono del tutto, sollecitare l'intervento degli investitori si rivela indispensabile. Eppure, come spesso accade nel paese più bello del mondo, questa strada sperimentata con successo in tutto il resto del mondo, ha fatto storcere - eufemismo - più di un naso. Presenza privata in luogo pubblico? Vade retro Satana!, hanno strillato da più parti. Il "pubblico" non può, non deve, essere privatizzato. Anche se in tal modo il bene andrà in rovina. Perché il "privato è per definizione abuso, saccheggio, sfruttamento. Villa Reale, la nostra Villa, diverrà un luna park, ricordate? Verrà data in concessione all'azienda delle polpette



nel panino, e nel parco - il parco! - si spanderà l'olezzo delle frittore. La Villa Reale, la nostra povera Villa, sfigurata dai neon delle insegne pubblicitarie, svilita e volgarizzata dal più orribile consumo di massa.

È passata un po' d'acqua sotto i ponti. La Villa risanata risplende illuminata dalle luci offerte da Sound Light Technologies della famiglia Porro, un altro dei preveggenti promotori della sua rinascita. E ora, ora che le cose funzionano con un





orologio della non lontana Svizzera, ora come da tradizione nel BelPaese sono in molti ad accorrere in soccorso del vincitore ipotecendo meriti e preveggenze. Eppure il segreto del successo è semplice a dirsi, un po' più difficile a farsi: la Villa è viva perché è attiva. Un risultato

su tutti: l'ultima mostra (Steve Mccurry, "Oltre lo sguardo") è stata visitata da 114 mila persone. Visitatori che in larghissima parte non abitano a Monza. Persone curiose che, dopo la mostra, sono interessati a visitare il museo della Villa e il parco. Persone che esplorano, consuma-

no, acquistano. Vivono e fanno vivere.

Cosa abbiamo imparato? O meglio, cosa stiamo imparando di nuovo come se fosse la prima volta? Bisogna fare sistema. La Villa non sta nel deserto dei Tartari, è tutt'uno con la città, il territorio, le eccellenze del territorio, le cose che lo rendono unico al mondo. Ad una condizione: queste cose, gli oggetti di valore, il patrimonio di famiglia, devono essere integrate tra loro. Stare insieme in modo organizzato e coerente. Abbiamo imparato che la Villa è un aggregatore in grado di attivare un indotto produttivo per tutta la città la cui entità è ancora incalcolabile; l'evento all'interno della Villa, la convention, il congresso o la cena di gala, si trasformano regolarmente in richieste di visita agli appartamenti reali, alla mostra in corso, in occasione di esperienza con tutto ciò che di buono e interessante la città può offrire. Gli Expo per quanto belli e interessanti passano. Le città d'arte restano. ■

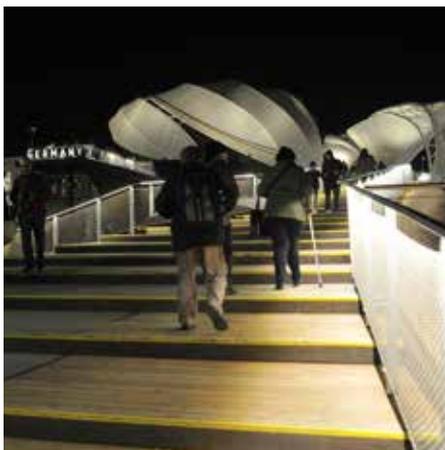
LA BELLEZZA FUNZIONALE DEL GENIO ITALIANO

Esperienze professionali e impressioni estetiche di un visitatore particolare

Come è purtroppo ampiamente noto, per fare impresa con successo nel paese più bello del mondo, idee, competenza e risorse economiche non sono sufficienti. Troppo spesso questi capitani coraggiosi devono districarsi nella selva oscura delle leggi e delle tecnicità amministrative. Ostacoli che non hanno impedito ai nostri imprenditori di offrire un grande contributo al successo di Expo 2015. Ne parliamo con l'Avvocato Santamaria che si è occupato del "dossier Expo" per alcune aziende.

È andata così anche all'Expo, vero avvocato?

Effettivamente sì. Ho avuto il piacere di condividere con alcuni protagonisti dell'imprenditoria italiana, tra cui i monzesi Giuseppe Porro per Palazzo Italia e Galbiati e Locatelli per Street food, l'avventura dell'Expo, una vicenda imprenditoriale dove l'entusiasmo e la tenacia hanno fatto la differenza. E, di nuovo come sempre, ho imparato che bisogna saper vedere al di là della siepe per andare avanti e progredire.



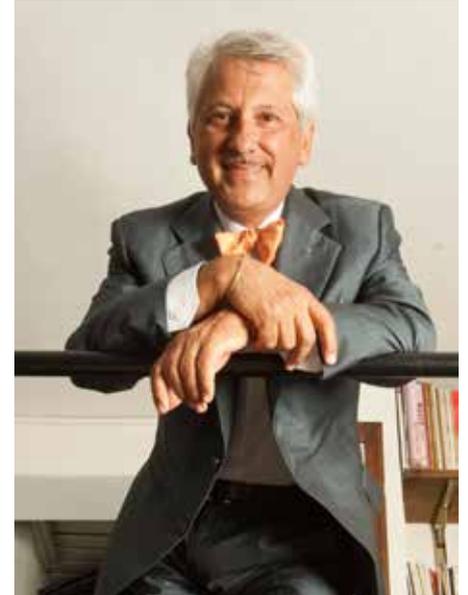
Quali sono le sue impressioni di visitatore professionale?

Risolti i problemi legali e burocratici questi imprenditori hanno dimostrato di possedere quello che io chiamo "il gene del made in Italy" realizzando strutture e impianti innovativi in tempi impensabili. La loro capacità e la loro determinazione hanno sicuramente contribuito a rendere Expo 2015 una delle più belle manifestazioni mondiali degli ultimi decenni. Mi sono recato in Expo sei o sette volte prevalentemente per motivi di lavoro; ogni volta sono rimasto entusiasta, soprattutto nel percepire una grande soddisfazione da parte degli operatori, ottimismo e fiducia nel futuro di cui sentiamo tutti un grande bisogno.

Ho potuto conoscere, occupandomene professionalmente, anche di molti altri aspetti dell'universo Expo come, ad esempio, le numerose trattative d'affari generate dalla manifestazione. Un esempio fra i tanti, l'acquisto di capannoni sedi di paesi africani di cui alcuni clienti erano interessati per l'utilizzo una volta terminato Expo. Un'ulteriore dimostrazione di fermento imprenditoriale, intuizione e capacità inventiva.

Le sue impressioni di natura squisitamente estetica?

Non posso scordare la bellezza di alcune sedi, a cominciare dal nostro "Palazzo Italia" sino all'iper ecologico "Palazzo Angola" costruito interamente in legno da progettisti e imprese italiane che hanno saputo coniugare il design all'impiego di materiali eco-sostenibili. Ma desidero ricordare soprattutto il genio italiano profuso da chi ha saputo realizzare tutta questa bellezza



funzionale in uno spazio limitato e di complessa gestione; il genio di chi per realizzare un'esposizione mondiale così vasta ha escogitato l'idea semplice e brillante insieme delle antiche vie romane, Decumano e il Cardo. Sono orgoglioso di poter affermare che ogni spazio, ogni struttura – anche quelle ospitanti paesi stranieri – emanava un non so che di Italia e di italiano. Lo dico senza boria e senza presunzione nazionalistica: è una sensazione che percepiamo soprattutto gli ospiti stranieri. Noi italiani – finalmente – abbiamo potuto essere orgogliosi di noi stessi, i cittadini del paese più bello del mondo.

Una definizione in sintesi di Expo

Expo ha permesso alle donne e agli uomini dotati di intraprendenza, di voglia di fare e di coraggio, di ottenere straordinari benefici: sia immediatamente economici che di natura promozionale. Una eccezionale vetrina per il saper fare, per le aziende, i prodotti e la cultura del made in Italy. Una boccata di ossigeno per la nostra economia e un grande segnale di positività e fiducia nel futuro.

LA LEZIONE DELL'EXPO

Quando le istituzioni dialogano con una visione sul futuro, il futuro si crea. Intervista all'Assessore Fabrizio Sala



Di questi tempi incontrare Fabrizio Sala non è facile. Non tanto per via del nutrito elenco di responsabilità del suo assessore in Regione - Casa, Housing Sociale, Expo 2015 e Internazionalizzazione delle Imprese - quanto per via dell'incredibile successo di Expo, il principale "time consumer" della sua giornata. Ecco il suo pensiero su questa straordinaria esperienza e sulle positive ricadute sul territorio lombardo.

Adesso ci siamo scordati il clima che c'era intorno a Expo nel mese di marzo. Senza dubbio non lei, vero Assessore?

Nel 2013 eravamo sicuri che Expo 2015 avrebbe superato i 20 milioni di visitatori, ma erano davvero pochi a crederci. Oggi abbiamo la certezza che quel numero è stato raggiunto. Fino al 30 aprile dire che Expo sarebbe stato un successo, era considerato un'eresia in questo nostro Paese bravissimo a tirarsi la zappa sui piedi nonostante le mille eccellenze di cui dispone. Oggi scopriamo che non eravamo folli, ma conoscevamo bene le potenzialità della Lombardia e di questa manifestazione straordinaria.

Un grande successo pop, ma anche un buon lavoro di ricerca e di riflessione: i risultati del dibattito politico e scientifico sul tema di come nutrire il Pianeta pare siano molto interessanti

Come Regione Lombardia abbiamo se-

guito un indirizzo preciso: quello, oltre alla lotta alla contraffazione alimentare, della promozione del nostro cibo tradizionale, un cibo buono, sano e che rappresenta una fonte di ricchezza per i nostri produttori. Expo è stata, tra le altre cose, l'occasione per far apprezzare questi nostri prodotti, in quanto hanno un grande valore aggiunto determinato dalla cultura, dalla storia e dalla tradizione del nostro Paese. Abbiamo investito e continueremo ad investire sui territori; proprio per favorire la valorizzazione delle nostre eccellenze, siamo l'unico socio Expo che ha avuto un suo spazio all'interno del sito, in posizione centrale, tra

Regione Lombardia ha indetto un bando concettualmente molto semplice che promuove l'alleanza tra pubblico e privato

Cardo e Decumano. Un'opportunità di visibilità mondiale per tutti i nostri territori che hanno potuto mettere in vetrina il meglio dei prodotti del comparto agroalimentare. I temi dell'Esposizione di Shanghai, grande cinque volte quella di Milano erano generici, così come quello scelto da Dubai. Il tema di Expo 2015 - l'alimentazione, il cibo buono e sano, la lotta alla contraffazione alimentare - sono argomenti strategici per il futuro dell'umanità.

Ma anche un grande successo della macchina organizzativa. Un esempio di "saper fare" che possiamo replicare in

tutta la Regione?

Ma certo. Expo è stato un successo per diversi motivi. Tra questi il fatto che le istituzioni abbiano collaborato alla sua riuscita senza farsi coinvolgere da divergenze politiche. Abbiamo remato tutti insieme nella stessa direzione e questo è stato il risultato. Anche quando avevamo tutti contro. E ora desideriamo lavorare nella stessa maniera sul progetto del post Expo, dove parteciperanno ancora una volta Regione Lombardia, il Governo e il Comune di Milano. Quando le istituzioni dialogano con una visione sul futuro, il futuro si crea. Un altro esempio è quello della Villa Reale di Monza, che è

stata riportata a nuova vita e che, tra l'altro, è sede di rappresentanza dell'esposizione universale. E' un modello che deve essere replicato su

tutti i progetti di una certa complessità.

A proposito di futuro, quali sono i progetti per il dopo Expo?

Regione Lombardia crede molto nel futuro dell'area Expo. Come per Expo S.p.A. anche per il post Expo investiremo altri 50 milioni di euro nella società Arexpo, oltre a rinunciare al ritorno sul capitale già investito nell'esposizione universale. In totale questo significa destinare 100 milioni di euro nell'operazione. Per quanto riguarda il progetto di lungo periodo non dobbiamo dimenticare che grazie a Expo Milano e la Lombardia si sono internazionalizzate e hanno attrat-



to capitale estero. Perciò dobbiamo realizzare un progetto che guardi all'Italia ma anche al mondo, con un campus che sia d'eccellenza a livello internazionale. A questa idea stiamo lavorando insieme all'Università Statale di Milano. E' chiaro però che per arrivare a un progetto definitivo ci vorrà del tempo. Basti pensare che a Shanghai la riconversione dell'area dell'Expo del 2010 è ancora in corso. Non dobbiamo farci rincorrere dalla pressione mediatica. Per questo motivo abbiamo lanciato l'idea del Fast Post Expo. L'idea di realizzare qualcosa che possa far vivere l'area, possibilmente basata sui temi dell'Esposizione universale, in attesa che si concretizzi il progetto del Post Expo. E' già in corso una verifica su quali padiglioni potrebbero essere reimpiegati.

Cosa pensa abbiamo imparato da questa esperienza come cittadini e come amministratori?

Con Expo abbiamo imparato una cosa importantissima. Più che "imparato" po-

tremmo dire che ci siamo ricordati di chi siamo noi lombardi, noi italiani. Siamo produttori di eccellenza. Ed è a questo che dobbiamo puntare per affrontare l'economia globale: vendere la nostra eccellenza per attrarre investimenti esteri. E' in questa direzione che bisogna muoversi. Il risultato finale di Expo non può non tenere conto dell'incredibile lavoro di promozione svolto da Regione Lombardia lungo il corso degli ultimi due anni. In particolare mi riferisco al Lombardia Expo Tour, che ha toccato tutte le province lombarde e al World Expo Tour, nel quale abbiamo promosso l'Esposizione universale in giro per il mondo incontrando delegati di governi stranieri e delegazioni che poi effettivamente hanno partecipato con entusiasmo alla manifestazione. Tale risultato ha permesso di attrarre sul territorio delegazioni estere di grande qualità e capacità di investimento, tanto che l'indotto di Expo è per ora calcolato da Assolombarda in circa 3 miliardi di Euro e 100mila posti di lavoro creati. ■

VENTURE CAPITAL IL MESTIERE DI INVENTARE IL FUTURO

La quint'essenza del venture capital: individuare e investire nelle aziende che hanno una chiara idea di come inventare il futuro.

Marc Andreessen è l'uomo che ha fondato Netscape, l'ha quotata nel 1995 e l'ha poi venduta integralmente nel 1999 ad AOL per circa 10 miliardi di dollari.

È stato nel consiglio di amministrazione di Facebook, Hewlett – Packard ed eBay. Marc è certamente una delle persone più influenti della Silicon Valley e quindi, di riflesso, anche di tutto ciò che ha a che fare con l'innovazione tecnologica e digitale in tutto il mondo.

Possiamo immaginarlo come un demiurgo che non solo interpreta i trend del futuro, ma li plasma per le condizioni del presente investendo le risorse necessarie che consentano a delle semplici "tendenze di ciò che sarà" di diventare reali e concrete nell'oggi.

Concretamente questo si traduce in dati e numeri: poiché non è certo banale anticipare il futuro, per approssimazione possiamo dire che di 10 idee finanziate da Andreessen con il suo fondo "Andreessen Horowitz" (<http://a16z.com/>), sei saranno probabili fallimenti, tre prospereranno diventando società da milioni di dollari di fatturato mentre una diventerà una possibile "billion dollar startup" o, per essere più coerenti con la termino-

logia della Valley, una "Unicorn startup". Per individuare e investire in queste "unicorn" occorre rompere completamente con gli schemi mentali del presente e del passato: si pensi a che cosa abbiano rappresentato, ad esempio, il PC, internet, Facebook e l'iPhone negli anni passati da un punto di vista di sconvolgimento delle abitudini quotidiane, sociali, lavorative e comportamentali delle persone.

La capacità visionaria di Andreessen è riassumibile in questo esempio: nel 2006 Yahoo fece un'offerta di acquisto per Facebook per un miliardo di dollari. Tutti gli investitori di Facebook volevano vendere. Chi non l'avrebbe fatto, del resto, a quelle cifre. Andreessen invece convinse Zuckerberg a non vendere: oggi Facebook vale circa 200 miliardi di dollari.

Marc è uno dei tanti attori, forse primus inter pares, che rendono la storia della Silicon Valley così reale, affascinante e autentica.

Si potrebbe facilmente obiettare che il capitale di rischio investito dai fondi di venture capital nelle startup, molto spesso fallisce da un punto di vista di ritorno finanziario.



Andrea Colombo

si è laureato in Giurisprudenza presso l'Università Bocconi. Durante il suo percorso universitario, Andrea è stato per cinque anni consigliere comunale nel comune di Monza, presiedendo la commissione Parco, Autodromo e Villa Reale. Dopo delle brevi esperienze di internship a Londra in Lehman Brothers e Credit Suisse, nel 2012 fonda U-Start, una boutique di consulenza che supporta investitori privati e aziende nell'individuare le più interessanti opportunità di investimento in ambito digitale e tecnologico. Nel novembre 2014 U-Start dà vita allo U-Start Club, un esclusivo Club di investitori privati i cui membri hanno investito più di 10M di Euro in 11 società digitali provenienti da 6 diversi Paesi del mondo. Andrea è inoltre advisor di uno dei principali acceleratori di startup italiani, Luiss Enlabs, e di tre startup italiane che hanno raccolto cumulativamente più di 1.6M di Euro di capitale.





Questa affermazione può essere in parte veritiera: ma considerate per un momento il ritorno anche sociale di questi investimenti. Si investe direttamente sul talento degli imprenditori con l'effetto visibile e potente di creare un ecosistema di competenze che a loro volta generano valore per l'intero tessuto industriale e imprenditoriale del territorio.

Ed è per questo che la Valley funziona: in pochi chilometri quadrati hanno sede le più importanti aziende tecnologiche del mondo mentre intorno ad esse orbita un sistema universitario d'eccellenza che sforna costantemente giovani menti brillanti che vanno a crea-

re ricchezza per l'intero Paese. Lì la scala sociale è realmente verticale. Internet e la tecnologia democratizzano in maniera dirompente l'accesso alle opportunità.

La morale di questa storia è molto semplice: le startup, e il venture capital in generale, non sono realtà lontane, effimere e un po' naïf.

Sono il motore del progresso sociale ed

Le startup sono il motore del progresso sociale ed economico di un Paese

economico di un Paese. E quando anche noi, qui in Brianza e in generale in Italia, lo capiremo con convinzione, potremo avviare quel circolo virtuoso che porterà

i patrimoni a investire nel talento e il talento a ripagare i patrimoni, il tutto con esternalità più che positive per l'intero sistema Paese.

Questo è il motivo che ha spinto questo giornale a ritagliare uno spazio importante per il mondo dell'innovazione e del venture capital.

Perché le nostre attività quotidiane siano sempre improntate a costruire il futuro e non semplicemente ad adattarsi ad esso.

E approfondendo il mondo del venture capital, vogliamo aiutarvi ad avere le chiavi di lettura giuste per questo viaggio.

L'UOMO CHE RADDRIZZAVA LE CURVE

Tazio Nuvolari, correre per il puro piacere di competere

Signor Nuvolari... Signor Nuvolari? Su, la prego, risponda, lo so che è lì. Colpi di tosse ripetuti. Silenzio. Signor Nuvolari, la prego: sono venuto sin qui per chiederle dell'autodromo...

- Quale autodromo?

Quello di Monza.

Colpi di tosse ripetuti.

- Proprio quello di cui non vorrei mai parlare!

Ma come, signor Nuvolari! Lei ha corso in modo incredibile su quel circuito...

- Cosa vuole che le dica: da quando hanno tolto la Parabolica, non è più la stessa cosa.

Ah, finalmente la vedo!

- Cosa vuole vedere, un anziano che non può più correre...

Non dica così signor Nuvolari, lei che ha corso sino a 58 anni! Ah, finalmente posso vedere il suo maglione giallo e la tartaruga portafortuna che le donò D'Annunzio!

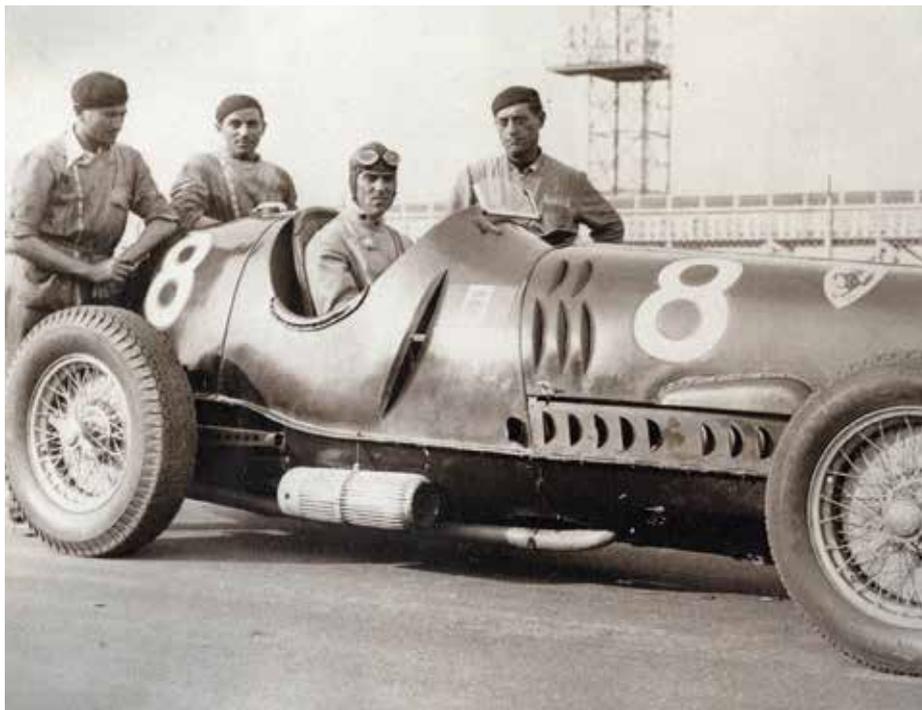
- Sì, giusto un regalo di quel mattochio. Pensi, era la fine del '32 se non ricordo male. Mi invita al Vittoriale e mi regala 'sta piccola tartaruga d'oro. C'è anche la dedica: «all'uomo più veloce l'animale più lento»...

Gentile...

- Gentile un corno! Pensi che mi chiese in cambio di vincere la Targa Florio che si sarebbe disputata dopo due settimane. E allora, che c'è di strano?

- Giovanotto, le rispondo come risposi a lui: «Io corro solo per questo».

E poi la vinse



- Certo che sì. Ma cosa voleva sapere da me dell'autodromo?

Tira un brutta aria. Dicono sia in lizza con quello di Imola. Che il padrone della Formula Uno chieda un sacco di soldi... Risata omerica che si trasforma in un lungo colpo di tosse.

- Il padrone della Formula Uno, creda a me, sta ammazzando questo sport. Non capisce niente di sport e neppure di spettacolo. Dove vuole andare a correre, in Indonesia forse? Nel Borneo? O hanno forse confuso Monza col Mozambico?!? Beh, dicono che...

- Dicono fesserie! Le cose le so anch'io anche se sono fuori dal giro da un pezzo. Ragazzo, ricordi bene una cosa: da che mondo è mondo le corse vivono di emozioni, di ricordi, di mito. Senza memoria e senza storia, addio emozioni. Senza mito niente emozioni. E senza emozioni, niente spettacolo, niente folla in delirio, niente gloria e neppure sogni. Creda a uno che di emozioni ne ha donate parecchie...

Certo, senza dubbio, ma... Dove sta andando signor Nuvolari? Non la vedo più... Rallenti per favore, sta correndo troppo in fretta... Signor Nuvolari... Signor Nuvolari?

Tazio Nuvolari

(Castel d'Ario, 16 novembre 1892 – Mantova, 11 agosto 1953) è stato un pilota motociclistico e pilota automobilistico italiano.

La sua carriera sportiva abbraccia un trentennio dal 1920 al 1950, con l'interruzione di oltre sei anni a causa del secondo conflitto mondiale. La carriera di quello che sarà ricordato dalla stampa e dagli appassionati con gli pseudonimi di "Mantovano volante" e di "Nivola", fu tutt'altro che in discesa. Nei primi anni di corse Nuvolari dovette superare molte difficoltà e inseguire per lungo tempo quei successi che non volevano arrivare.

Nuvolari è universalmente riconosciuto come uno dei più grandi piloti della storia dell'automobilismo mondiale ed è ancora oggi ricordato e ammirato per le sue molte e speciali qualità, nonché per le sue doti umane



La memoria che nasce dal caos

Le cartoline di Alfredo Viganò

La scrittura è una brutta bestia. Nel senso che, come una malattia congenita, se ne sei affetto non hai altro modo di liberarti che praticarla. Assiduamente, tutti i giorni. Con l'inevitabile affetto che alla lunga si prova per le proprie manie e le proprie passioni.

Ma la scrittura, quando e se è giocosa, è il più bel pretesto per dare ordine al caos, per giocare liberamente con le associazioni, i rimandi, gli stimoli. Ed è anche, quando è ben scritta, uno dei più grandi doni che un uomo possa fare ai suoi simili.

Parliamo di "scrivere la scrittura" con Alfredo Viganò, architetto, uomo politico, amministratore pubblico, appassionato cercatore di *trouvailles*, quelle cose che non si sapeva di star cercando, ma che quando si



inizia diventano parte del tuo abito mentale, come le pepite per Paperon de' Paperoni, i biglietti della lotteria per Gastone e la mala sorte per Paperino.

Parliamo in un pomeriggio tremebondo di acqua e vento di come sia iniziato questo amore per le "cartoline di Monza" e di come si sia trasformato in un bel volume di ricordi, racconti, libere associazioni, senza un ordine apparente, senza alcun metodo che non sia il piacere della scoperta e della condivisione.

"*Si parte da una data, una data qualsiasi*", spiega Alfredo Viganò, "*Si guarda la cartolina e si scopre un pezzo di mondo, il legame tra le cose. E si lavora sulla storia delle piccole cose: non solo i grandi eventi fanno la Storia*". Ha cominciato così, per caso e per gioco, quando un lontano giorno si mise a frugare in una bancarella ad Albenga, scoprendo per caso tre cartoline di Monza dei primi anni del Novecento.

Così, bancarella dopo bancarella, la caccia è proseguita e il numero delle cartoline cresciuto in modo esponenziale. Ogni cartolina ha iniziato a suggerirgli una storia scritta per il puro piacere del racconto. Senza un ordine apparente. Senza rispettare gli usuali (e francamente abusati) criteri tassonomici tipo il tempo o la tipologia di evento, genere, categoria. In totale casualità, nell'elogio di quel caos apparente che tanto Viganò apprezza: libera circolazione di idee, esempio del grande caos che da sempre regge e governa l'universo.

Monza e la monzesità, quindi. Le sue storie, le cronache, gli eventi, i personaggi, i luoghi. Ma anche le dicerie e i pettegolezzi. Nulla è escluso a priori, proprio come nell'universo mondo nulla si crea e nulla si distrugge.

"*Sono le cartoline che cercano me, non io che cerco loro*" sostiene l'autore che è sulle piste delle "cartoline di Monza" in ogni città dove gli capita di recarsi. Oggi sono più di 1300, senza contare i ritagli originali dei giornali d'epoca.

Se gli si chiede cosa sia stata Monza e quale progetto per il futuro bisogna perseguire, le risposte di Viganò sono copiose e stimolanti come l'acqua che oggi cade a Milano. Secondo Viganò non spetta all'Autodromo il merito di aver gettato Monza nella modernità (usa proprio questa espressione tipica della filosofia di Heidegger). Il merito è della Villa Reale, dello straordinario Parco, capolavoro botanico assoluto, della capacità di innovare che la città esprime. Il primo contratto di lavoro tra operai e industriali, sostiene, è stato sottoscritto a Monza. Qui vede la luce la prima associazione industriale italiana, qui viene realizzata qui la seconda linea ferroviaria italiana dopo la Napoli-Portici del Borbone.

Di cosa ha bisogno la città oggi? Secondo l'autore di "Cari saluti da Monza", ha bisogno di ritrovare la memoria: "È una città che per seguire la modernità e l'industrializzazione ha demolito il passato, distruggendo opere di grande valore storico e architettonico".

Capire bene qual è il suo ruolo – Monza è la terza città della Lombardia – riflettere a fondo per comprendere quali sono i suoi valori autentici. Ripensare al passato per progettare il futuro, per tornare ad essere uno dei luoghi più innovativi d'Europa.

Ce la possiamo fare, sostiene Viganò. Lui intanto, cartolina dopo cartolina, storia dopo storia, sta completando il secondo volume di "cartoline" e ha messo in lavorazione il terzo. Il lavoro come passione è uno dei tratti storici che la città sembra non aver smarrito.



Gli umori del mosto

Un romanzo di
Antonio Tanga e Luigi Florio

Ho presentato, nella sala de "il Cittadino", il romanzo di Antonio Tanga e Luigi Florio "Gli umori del mosto", edito da L.U.de S. University Press di Lugano.

È la storia di un adolescente, non ancora diciottenne, che, nella seconda metà del secolo scorso, lascia la Puglia nativa in cerca di fortuna e parte per Milano "la grande, la bella, la mitica".

Vi trova lavoro. Ma non era venuto a Milano "per morire operaio. Si sentiva nato per volare alto." Riprova a lavorare, ma incontra a Sesto San Giovanni una banda di ladri, formata da ragazzi milanesi e figli di emigrati. Con essi apre una FIAT 600 in sosta notturna. Diventa così ladro di professione. Qualche giorno dopo, mentre tenta di procurarsi benzina, viene arrestato e, siccome da pochi giorni ha compiuto diciotto anni, trasferito a San Vittore, pro-

cessato in tribunale, condannato a mesi 5 e giorni 15 di reclusione, pena sospesa e immediata liberazione.

Purtroppo in prigione ci tornerà altre volte, a Milano, a Monza, a Teramo, sempre più bravo come ladro d'auto "con lo spadino per aprire le portiere, una pinza per smontare lo stereo e una chiave inglese per forzare il bloccasterzo".

"Rubare e spendere". Vestiti, divertimenti, donne. Prostitute a Sesto in zona Bicocca. Grandi alberghi "rapida, comprata ma sempre splendida femminilità".

Può capitare anche al protagonista di innamorarsi.

"To un ladro, lei un angelo".

Ma Marina, che sembrava gradire un caldo rapporto di amicizia, rifiuta con decisione di prendere in considerazione un legame più vincolante.

Così il protagonista smette di lavorare onestamente e riprende a fare il ladro.

Nei pressi di Bresso lo arrestano e finisce a San Vittore, condannato a mesi 8 e giorni 15 di reclusione.

Milano e il circondario sono raccontati con precisione. Molte pagine descrivono le prigioni e la vita che vi si conduce. Certo Beccaria ha impedito che continuassero la tortura e la pena di morte, ma quel che leggo nell'opera di cui sto parlando, vorrebbe una vita carceraria meglio rispondente alla maturità dei tempi e alla risorta dignità umana.

Alla fine il protagonista, di fronte alla necessità di adeguarsi a forme di delinquenza più alte nelle bande vere, torna al paese, prende moglie, ha 5 figli, vende pantaloni e magliette, persuaso "di essersi buttato via, come il mosto andato a male".

Le agenzie educative sono state inesistenti, specie la famiglia. Il padre, violento, pe-



sta d'abitudine la moglie, si fa arrestare e condannare in momenti di agitazione sociale, poi abbandona moglie e figli, allontanandosi con un'altra donna.

Nella scuola, interrotta per povertà dopo la fuga del padre, non c'è ricordo di docenti o dirigenti che abbiano esercitato opera di formazione.

Nella vita raccontata non c'è traccia di religione, non c'è ricordo di parrocchia o di oratorio.

E Dio?

"Ma Dio non c'era nelle mie notti delinquenti".

E quando, malato con febbre alta, pensa di cambiar vita, confessa: "Non potevo chiedere aiuto nemmeno al Cielo perché mi ero autosospeso dalla condizione di figlio di Dio, per non doverGli rendere conto".

Alla fine se ne sta lì, "buon padre di famiglia con i suoi quattro soldi di buon senso e la sua razione di felicità".

E spesso, riflettendo alla sua vita di ribelle, ammette, conclude, confessa: "Mi son buttato via come il mosto andato a male".

Ho letto con interesse e con soddisfazione. Soprattutto sottolineo l'invito ai giovani a voler respingere, per quanto possano essere fascinosi ed allettanti, inquiete, deviate progettualità di vita.

Pier Franco Bertazzini

UN GRANDE PROGETTO DI RIQUALIFICAZIONE A COMO



L'area ex-Albarelli ubicata nel Comune di Como è uno spazio di rilevanza strategica per lo sviluppo del territorio comunale. Il progetto promosso da XX prevede la realizzazione di strutture commerciali, alberghiere, un centro sportivo e benessere e spazi per uffici per una superficie totale di 26.900 mq

Per informazioni: DUE G LARIO SRL Corso Concordia n. 5 – 20129 Milano Tel. 039 685 8623



Il "Ristorante del Centro" è situato nel centro storico di Monza, splendida cittadina da cui si può raggiungere rapidamente Milano o la Brianza e nel contempo poter godere della bellezza di un centro storico che può offrire, nello spazio di poche centinaia di metri, la possibilità di ammirare la splendida facciata del Duomo, l'Arengario, passeggiare nei giardini della Villa Reale e fare shopping nell'ampia isola pedonale dove si possono trovare negozi prestigiosi.

Sempre più la società contemporanea sta recuperando e mettendo al centro della vita la dimensione dello "stare a tavola", inteso come momento in cui ci si riappropria dei sapori e dei profumi della cucina.

Il "Ristorante del Centro" risponde in pieno a questa esigenza. Ricerca quotidiana, tradizione decennale, qualità dei cibi ed un ambiente informale, sono la chiave del suo successo.

