

Tendenze
& welfare

STILI DI VITA

Sport & business

a cura di Michele Pennetti

Con «Palermo al vertice» un consorzio di società al lavoro per gli impianti

«Palermo al vertice» non è solo un auspicio, ma anche un nome. È il titolo che si è dato un consorzio di società aggregate per far rinascere lo sport nel capoluogo siciliano. È il modello da cui ripartire in una città segnata da un'eterna debolezza in tema di impiantistica. La presentazione del progetto è avvenuta giovedì scorso, teatro Villa Niscemi. Una vetrina salutata dalla partecipazione dell'assessore comunale Cesare Lapiana oltre che dall'orgoglio di Giorgio Locanto, presidente di un'associazione che comprende l'Asdc Kelona (pallamano), l'Asd Futsal P5 (calcio a cinque femminile), l'Asd Green Basket 99 (pallacanestro maschile), la Polisportiva Domenico Scinà (pallamano), l'Asd Ludos (calcio femminile), i Palermo Cardinals (football americano), l'Asd Giovanni Verga (pallacanestro femminile), il Circolo Nautico Palermo (canoa polo), la Di Volo International (pallavolo maschile) e la Telimar (pallanuoto maschile). «Abbiamo deciso di metterci insieme - ha sottolineato Locanto - per una questione di mera sopravvivenza. Vogliamo dialogare con tutte le componenti del mondo sportivo: istituzioni, enti locali, sponsor privati, cittadini. Vogliamo soprattutto migliorare le condizioni degli impianti in cui giochiamo, che sono sempre più precarie, e provare a ottimizzare le scarse risorse di cui disponiamo». Una maniera per dire che, nello sport, Palermo - appunto - vuole tornare al vertice.



L'assessore Cesare Lapiana presente alla prima del progetto palermitano

La Nike sarà sponsor tecnico del Bari per il prossimo campionato di serie B. L'accordo, per il club del presidente Gianluca Paparesta, ha un sapore per certi versi storico. Ad eccezione del Napoli, realtà tra le più importanti del panorama calcistico italiano, mai nessuna squadra del torneo cadetto si era vestita con il materiale firmato dal colosso americano dell'abbigliamento sportivo. La stessa società biancorossa, in previsione della stagione 2015-2016, ha lanciato una campagna abbonamenti assai originale. A curarla, in termini di idee e proposte, sono stati i ragazzi dell'agenzia Convergenze Creative scalzando addirittura Giovanni Sasso, il guru che ha inventato le campagne di comunicazione del governatore pugliese Michele Emiliano - celebre lo spot «Mettila a Casano» - e dell'attuale sindaco Antonio Decaro, oltre che del premier Matteo Renzi in occasione delle primarie per la segreteria del Pd. Un anno fa era stata l'agenzia di Sasso, Proforma, a promuovere la campagna abbonamenti del Bari risorto dalle ceneri dei Matarrese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'esperienza L'iniziativa e il marchio dopo tre anni di lavoro

Nato «Costa degli Dei» il profumo di Tropea

Da un'idea di due giovani della perla di Calabria due essenze per conservare gli aromi dei luoghi



Due delle creazioni di Fabrizio Giuliano e Fabio Muzzupazza, i giovani che hanno dato vita al progetto di «Costa degli Dei, essenza del Mediterraneo»

DI CONCETTA SCHIARITI

Da una vacanza a Tropea e a Capo Vaticano si torna a casa portandosi sulla pelle il sapore del Mediterraneo. È qui che si scopre la storia, la cultura, gli odori e i sapori, attraverso un'esperienza sensoriale che parla di gente di mare e della propria terra. Spinti dal desiderio di far conoscere il territorio, Fabrizio Giuliano e Fabio Muzzupazza, titolari della Publicom, società di comunicazione e marketing di San Nicolò di Ricadi in provincia di Vibo Valentia, hanno creato un profumo. Lo hanno chiamato «Costa degli dei, essenza del Mediterraneo» per farne uno strumento di promozione di questi luoghi, che lascia l'impronta sulla pelle.

L'idea è chiara. Nasce dal desiderio di trasmettere un messaggio positivo della Calabria seguendo la scia dei suoi profumi. Così, chiunque giunga a Tropea e a Capo Vaticano, al suo rientro a casa, continua a vivere questa esperienza attraverso un'essenza che parla di Mediterraneo. «Abbiamo fatto venire dei creatori di profumi, i cosiddetti nasi, per far loro conoscere il promontorio - ha spiegato Fabrizio Giuliano - Poi, li abbiamo accompagnati nella nostra regione, partendo da Capo Vaticano e da Tropea. Così, dopo tre anni di ricerca e di analisi intorno ai nostri modi di fare e di essere, ai territori, alla storia e alla cultura, sono riusciti a creare un profumo che racconta di noi».

Hanno attraversato le viuzze, i sentieri, le scogliere ricoperte da macchia mediterranea e poi si sono fermati a parlare con la gente per carpirne i

tratti caratteriali. Da questa intensa avventura hanno dato vita ad un profumo realizzato con nove erbe aromatiche. In ognuna c'è l'essenza di una parte sostanziale della Calabria. Dal profumo del mare a quello degli scogli, alla terra coi suoi colori, ma anche alla cultura dei piccoli borghi dell'entroterra e alla storia con le sue tradizioni. Tutto è stato catturato in due linee di profumo. La prima si chiama «Oro» e ha un'essenza calda e dolce come il sole ma anche accogliente come il carattere della gente che vive al Sud. La seconda si chiama «Blu» ed è molto più fresca e nel contempo decisa e forte come il piglio ruvido degli abitanti.

Per coronare e presentare il progetto, hanno aperto a Tropea un «Concept Store» dove chi entra è coinvolto in un percorso di conoscenza arricchito da un messaggio di cultura, storia, odori e colori. Poi, a chi fa un acquisto, in regalo è offerto un «cofanetto di soggiorni esperienziali». Al suo interno è possibile trovare in dono una cena in un localino tipico oppure una battuta di pesca o magari un'escursione lungo la costa.

«Il nostro obiettivo è quello di raccontare la positività della Calabria - conclude Giuliano - dove, nonostante la crisi, noi giovani vogliamo vivere per raggiungere i nostri traguardi». Così, a fine vacanza, al rientro a casa, invece di un classico souvenir, basterà una goccia di profumo sulla pelle per rivivere un tuffo nel mare cristallino di Capo Vaticano o una passeggiata lungo le viuzze suggestive di Tropea, per risentire così il sapore intenso del Mediterraneo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tv e dintorni

DI PAOLO CUOZZO

«Mamma li turchi», Wtc porta le telecamere a Bari



Una puntata del programma televisivo «Welcome to...» dell'emittente turca World Travel Channel sarà interamente dedicata alle bellezze della Puglia. Le riprese sono cominciate il primo luglio scorso a Bari e termineranno dopo un lungo giro della Puglia il 10 luglio. «Welcome to» è uno dei programmi più seguiti di World Travel Channel, la più importante tv turca che ha nella sua compagine azionaria anche alcuni importanti tour operator turchi. Niente sarà trascurato della Puglia: dai riferimenti alla storia e all'arte e quindi borghi, palazzi, cattedrali, castelli, alle bellezze naturali in particolari le spiagge e i parchi, fino alle curiosità della enogastronomia e della vita notturna. La troupe televisiva dopo la tappa barese con san Nicola, in «Terralanza», le orecchiette e la focaccia, sarà a Trani e a Castel del Monte, quindi Monte Sant'Angelo e le saline di Margherita di Savoia. Il 4 luglio sarà la volta di Polignano, Monopoli e le Grotte di Castellana. Proseguendo verso Sud l'area di Fasano, le dune e Ostuni. Quindi il Salento con Brindisi e Lecce, l'area archeologica di Rudiae e Castro. Uno dei momenti più particolari sarà l'8 luglio, la visita in barca a Taranto dell'area di coltivazione delle cozze e poi dopo un pranzo a base di piatti del mare la visita al castello aragonese; quindi Grottaglie e in serata Alberobello a cui dedicare la giornata

successiva insieme alla visita di Locorotondo. Durante il tour sono previste visite e degustazioni in alcune masserie tipiche.

Rai, ok a emendamenti ma non a quelli sulle tv locali

La commissione Lavori pubblici al Senato ha votato gli emendamenti presentati al disegno di legge di riforma della Rai, dall'articolo 1 ai primi 30 presentati all'articolo 2. Approvato un unico emendamento, di Gal a prima firma Antonio Scavone. Accantonati ben 5 emendamenti all'articolo 1. Gli emendamenti accantonati riguardano, nella gran parte dei casi, la riscrittura del comma relativo all'autonomia finanziaria e contabile delle sedi Rai che garantiscono il servizio di trasmissione radiofonica e televisiva per le minoranze linguistiche. Tra gli accantonati l'emendamento 1.27 della Lega prevede l'attribuzione di «numerazioni automatiche dei canali della televisione digitale terrestre destinate ai canali nazionali» ai «fornitori di servizi di media in ambito locale che raggiungano una copertura pari ad almeno l'80 per cento della popolazione nazionale, attraverso accordi con operatori di rete locali, e che abbiano un patrimonio netto non inferiore a euro 6.200.000 ed impieghino non meno di venti dipendenti in regola con le vigenti disposizioni di legge in materia fiscale, previdenziale e contributiva».

Un libro, un caso

a cura di Monica Mattioli

A spasso (e in casa) con i robot, siamo già entrati nell'era Cingolani e Metta schiudono una realtà vicina al compimento: sono come «umani»

Robot in grado di comunicare fra loro e con gli umani, usando lo stesso linguaggio (verbale o gestuale), capaci di comprendere le situazioni fondamentali e persino di prendere piccole decisioni: non sono i protagonisti di Metropolis, Blade Runner, Guerre stellari ma il frutto degli studi di ricercatori serissimi. Nel 2060 un terzo della popolazione Ue avrà più di 65 anni: il rapporto tra cittadini lavoratori e senior non attivi e/o pensionati sarà sostenibile? In un futuro immediato

per ogni persona attiva ce ne sarà una inattiva. «Un paradosso per cui il vecchio welfare richiederà un nuovo welfare per consentire agli anziani di invecchiare bene».

L'«umanoide cognitivo» più avanzato del mondo si chiama iCub, ed è nato nell'Istituto italiano di tecnologia di Genova. I robot umanoidi diventeranno i «compagni dei cittadini», aiutanti domestici tuttofare. Nel giro di pochissimi anni saremo circondati da «robot ispirati agli esseri viventi, umanoidi, quadrupedi, volatili, capaci di



Umani e umanoidi Roberto Cingolani, Giorgio Metta Il Mulino, 184 pagine, euro 15 (e-book euro 9,99)

interagire con l'essere umano e di assisterlo nelle sue necessità». Come la Caterina di Alberto Sordi, o l'Uomo bicentenario di Isaac Asimov, queste macchine avranno un aspetto quasi-umano, e saranno human friendly: «Elastiche e non rigide, gentili al tocco e al contatto con l'uomo, capaci di utilizzare tutti i nostri attrezzi e suppellettili». I robot del futuro avranno un'intelligenza artificiale ben sviluppata, potranno comunicare con l'uomo e fra loro, sapranno comprendere le situazioni, si esprimeranno

wireless, e i loro pensieri saranno archiviati nel cloud. Macchine progettate per essere operative in un ambiente umano, sapranno guidare un'auto, usare un interruttore, abbassare una maniglia, premere pulsanti. Oltre a diventare i prodotti principali dell'industria manifatturiera avanzata, serviranno per la manutenzione delle infrastrutture, per la sostenibilità della mobilità, per la gestione dei rifiuti, per l'organizzazione dei grandi agglomerati urbani.

momatt@iol.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MEZZOGIORNO

ECONOMIA

CORRIERE DEL MEZZOGIORNO

Anno X - N. 24

€ 0,50 (non vendibile separatamente dal Corriere della Sera)

Direttore responsabile: ENZO D'ERRICO

Redattore capo centrale: CARMINE FESTA

a cura di MICHELANGELO BORRILLO

Editoriale del Mezzogiorno srl con socio unico,

soggetta a direzione e coordinamento da parte

della società RCS Mediagroup S.p.A.

Presidente: ALESSANDRO BOMPIERI

Amministratore delegato: DOMENICO ERRICO

Sede legale: Vico II S. Nicola alla Dogana, 9 - 80133 Napoli

Registrazione al Tribunale di Napoli n. 55 del 26.05.2006

Redazione, produzione e amministrazione:

NAPOLI 80133 - Vico II S. Nicola alla Dogana, 9

Tel. 081-760.20.01 - Fax 081-580.27.79

e-mail: redaz.na@corrieredelmezzogiorno.it

Redazione BARI 70122 - Via Villari, 50

Tel. 080.576.61.11 - Fax 080.527.57.62

e-mail: redaz.ba@corrieredelmezzogiorno.it

Internet: www.corrieredelmezzogiorno.it

© Copyright Editoriale del Mezzogiorno s.r.l.

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può essere

riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione

sarà perseguita a norma di legge.

Stampa: RCS Produzioni S.p.A.

Viale Ciamarra 351/353 - 00173 ROMA

Società Tipografica Siciliana S.p.A.

Strada V Zona Industriale, 35 - 95030 CATANIA

Proprietà del marchio

CORRIERE DEL MEZZOGIORNO®

RCS Mediagroup S.p.A. Divisione Quotidiani

Distribuito con il

CORRIERE DELLA SERA

Direttore responsabile

LUCIANO FONTANA

http://edicola.corriere.it - Per info: edicola@rcsdigital.it

Codice cliente: 5644788

Copyright 2010 © RCS Digital Spa - TUTTI I DIRITTI REGISTRATI