



RESTO
al Sud

Le storie di Resto al Sud

Le storie di Resto al Sud

Fare impresa al Sud è spesso una sfida particolarmente impegnativa. Ma in questa complessità nascono esperienze capaci di lasciare il segno: imprese che crescono, si affermano sul mercato e raccontano storie di determinazione, identità e legame profondo con i territori. Storie che parlano di scelte coraggiose e di futuro costruito giorno dopo giorno.

Per trasformare un'idea in un'impresa servono visione, energia, capacità di superare gli ostacoli e strumenti che permettano di partire con basi solide. **Resto al Sud**, incentivo gestito da Invitalia dal 2018 al 2025, ha rappresentato proprio questo: un'opportunità concreta per chi ha deciso di mettersi in gioco.

La misura ha sostenuto migliaia di imprese fondate da giovani, donne e uomini che hanno scelto di tornare dopo esperienze lontano da casa o di restare, con convinzione, nelle proprie regioni.

Questa pubblicazione nasce con l'obiettivo di scoprire meglio il senso e l'impatto di Resto al Sud. Lo fa attraverso le storie di **40 imprese**, rappresentative delle migliaia nate o cresciute grazie all'incentivo, suddivise in sei temi: *Donne e impresa, Giovani imprenditori, Impatto sui territori, Made in Italy, Sostenibilità e Green Economy, Transizione digitale.*

Temi che funzionano come coordinate, senza esaurire la ricchezza e la complessità di ogni percorso.

In queste pagine si è scelto di dare spazio alle persone, ai valori che le guidano, agli obiettivi, alle sfide affrontate e ai traguardi raggiunti, per restituire il significato di una misura come Resto al Sud e offrirci una fotografia autentica di un Mezzogiorno che ha voglia di crescere, innovare e che crede nel proprio futuro.

5 1. DONNE E IMPRESA

- 7 Al Corso
- 13 CheTesta
- 19 Creativamente Arte & Design
- 26 Le Angeliche
- 32 Sunrise B&B
- 38 Tierra Osteria
- 45 Unexpected Italy

51 2. GIOVANI IMPRENDITORI

- 52 Birrificio Partenia
- 59 Bustout Eyewear
- 65 Cinquanta - Spirito Italiano
- 71 Coquus
- 77 Hostel Nap
- 84 Natieco
- 90 Southbound Press

96 3. IMPATTO SUI TERRITORI

- 97 Cala La Pasta
- 103 Distinto Ristorante
- 109 MARTHA - Music ART House Academy
- 115 Metropolitan
- 121 Naples Artist Home
- 127 Social Work 2.0

133 4. MADE IN ITALY

- 134 Anna Corona Liuteria
- 140 Ceramiche Siciliane Pattesi
- 147 Boar Games
- 153 Coltelli Giagu
- 160 Fiori d'Arancio
- 167 Formato
- 173 Lilybaem Yacht
- 180 Pastificio Svevo
- 186 Persit

192 5. SOSTENIBILITÀ E GREEN ECONOMY

- 193 Agricolab
- 199 Centauroos
- 205 Ficomore
- 211 Nakura
- 217 Nostos

223 6. TRANSIZIONE DIGITALE

- 224 Badil
- 230 BMS - Sistema Metabolico Bruni
- 236 Cyclopes
- 243 Drone Inspection
- 250 Generazione App
- 256 Travelino

1.

DONNE E IMPRESA

RESTO
al sud

Al Corso

📍 Amatrice, Lazio





Al Corso

Ad **Amatrice**, un territorio segnato dal **sisma del 2016**, **Claudia Mozzetti** ha trasformato una fase di incertezza in un nuovo inizio. Per anni aveva lavorato nel supermercato più grande del paese, al banco gastronomia e macelleria, mentre coltivava in parallelo un **interesse crescente per la cucina**: corsi, esperienze in ristorante, un amico fornaio che le trasmetteva tecnica e passione. Poi il terremoto ha cancellato tutto: casa, lavoro, punti di riferimento. «**A cinquant'anni era difficile trovare un'altra occupazione come dipendente - racconta - ma non volevo andare via**».



UN'IDEA SU RUOTE

Dalla liquidazione nasce la prima svolta: l'acquisto di un **food truck**. Claudia vuole restare ad Amatrice, ma anche portare i prodotti tipici fuori dal territorio. Così nasce il **supplì alla amatriciana** - battezzato senza mezzi termini "1000 calorie amatriciana" - testato per mesi «sugli amici di mio figlio».

Tra il 2016 e il 2017, mentre la comunità viveva nelle tende e aspettava le casette, quel progetto sperimentale diventava la sua risposta concreta all'emergenza. «È stato bellissimo, ma faticoso: chilometri su chilometri. Quel lavoro va fatto almeno in due».

AMATRICE E LA RICETTA STORICA DELL'AMATRICIANA

Il piatto simbolo del territorio è la salsa all'amatriciana. Nella versione tradizionale, riconosciuta dal Comune e dai ristoratori della zona, gli ingredienti sono: **guanciale di Amatrice**, pomodoro, pecorino locale stagionato e peperoncino. La ricetta nasce da una preparazione ancora più antica, la "**gricia**", in origine senza pomodoro.

DAL FOOD TRUCK A UN LOCALE VERO

Nel frattempo, dopo il sisma, molte attività vengono spostate in un centro commerciale temporaneo. Quando un locale si libera, il Comune apre un bando. In parallelo, grazie all'**estensione di Resto al Sud al cratere sismico**, Claudia può partecipare nonostante l'età superiore ai requisiti ordinari. Con il supporto della **CNA**, presenta la domanda: prima a Rieti, poi ad Amatrice per permettere ad altre persone del territorio di conoscerne le opportunità.

Ottiene lo spazio e avvia i preventivi. I costi sono alti: solo la cucina professionale arriva a 50.000 euro. Nel **marzo 2020** presenta la domanda a Invitalia per finanziare la ristrutturazione e gli impianti. «**Senza quel supporto non sarebbe stato possibile**».



L'APERTURA

Nel **luglio 2020** apre **Al Corso, tavola calda e rosticceria**. Il contesto è complesso: pandemia, lockdown, difficoltà logistiche e ritardi nei materiali. Ma proprio in quei mesi l'attività diventa un punto di riferimento. «Ero l'unica aperta e con tutti i permessi necessari per poter effettuare l'asporto e la consegna a domicilio. Qui non è una pratica abituale: siamo un paese di montagna, ma piano piano le persone si sono abituate».

Consegne anche sotto la neve, lavoro continuo, 24 ore su 24, e una gestione quasi interamente sulle sue spalle. L'aiuto più importante arriva dal figlio in quel periodo. E tanti ragazzi trovano nella rosticceria un luogo di ritrovo.

CRESCERE INSIEME AL TERRITORIO

Dopo la pandemia Al Corso evolve insieme ai bisogni del territorio. Dalle pinse e i panini serali, l'attività si orienta soprattutto verso i **menù completi del pranzo**: due primi, due secondi, contorni e dolci, mantenendo prezzi accessibili senza rinunciare alla qualità. A riempire la sala sono soprattutto gli operai e i tecnici impegnati nella ricostruzione di Amatrice: 35-40 persone che ogni giorno condividono la pausa pranzo in compagnia di Claudia e della sua cucina.

Anche il locale viene riorganizzato: fino a **20 posti all'interno, oltre ai tavolini all'esterno**. Claudia assume una ragazza per la sala, e intanto alle 5 del mattino è già in cucina, pronta a iniziare la preparazione dei piatti. «**Per me è un divertimento cucinare**», dice, nonostante i ritmi intensi.



RESTARE COME SCELTA

Oggi Claudia continua a lavorare quasi senza pause, ma con una soddisfazione profonda: «È una rivincita. Dopo tanti anni di sacrificio, lavoro per me». Restare, d'altronde, non è mai stato in discussione:

**«Qui ho i miei genitori.
Questo progetto mi ha dato la possibilità di rimanere»**

CheTesta

📍 Monterosso Calabro, Calabria



CheTesta

Il **neuromarketing** nasce da un'esigenza precisa: andare oltre ciò che le persone dicono di preferire e capire come reagiscono davvero davanti a un sito, a un'immagine, a un packaging, a un messaggio. Da qui prende forma **CheTesta**, un'agenzia che affianca alle **strategie di marketing e comunicazione tradizionali**, strumenti di **analisi neurometrica** e un approccio integrato tra competenze economiche, sociologiche e psicologiche, lavorando su user experience, brand identity, packaging, strategia digitale, piani marketing e formazione.

Dietro c'è il percorso di **Caterina Fanello**, nata nel 1989 in Calabria: dopo gli studi in Economia e una seconda laurea in Sociologia, si sposta per lavoro e formazione tra diverse città, fa uno stage a Barcellona e lavora a un progetto con Google. Alla fine di quell'esperienza si ritrova con un piccolo portafoglio clienti che decide di continuare a seguire tornando a Monterosso Calabro, il suo **paese di origine**: apre la partita IVA e avvia un'**attività di marketing**, iniziando da casa con risorse limitate e una struttura essenziale.



DAL PORTFOLIO CLIENTI A RESTO AL SUD

Per passare dal marketing e la ricerca di mercato tradizionale al neuromarketing applicato non basta la curiosità: servono **strumenti specifici** e investimenti importanti. È in quel punto che Caterina inizia a cercare un bando che le permetta di acquistare **hardware e software dedicati** e di dare una struttura più solida all'attività. La scelta ricade su **Resto al Sud**, soprattutto per la possibilità di finanziare l'acquisto di attrezzature tecnologiche.

L'**iter**, racconta, scorre più **veloce** del previsto: in pochi mesi presenta la domanda, sostiene i colloqui, ottiene il finanziamento bancario, acquista le attrezzature e completa il collaudo.

«**Tutti mi dicevano che ci sarebbero voluti anni, invece in sei mesi ho fatto tutto**»

L'investimento complessivo per la strumentazione neuroscientifica ammonta a circa 45-50 mila euro, una cifra che da sola non avrebbe potuto sostenere in modo sicuro in quel momento.

STRUMENTI E COLLABORAZIONI

Con il sostegno di Resto al Sud, nel 2022, Caterina può finalmente passare dalla teoria alla pratica e dotarsi degli strumenti necessari per il **NEUROMARKETING**:

Nell'esperienza di Chetesta il **NEUROMARKETING** è l'integrazione tra le ricerche di mercato tradizionali e gli strumenti delle neuroscienze. Accanto a questionari e metodi statistici, si utilizzano dispositivi come eye-tracker, GSR ed EEG per misurare movimenti oculari, variazioni biometriche e attivazione cerebrale mentre le persone osservano una campagna, un video o un allestimento. Questi dati servono a valutare attenzione, memorizzazione e risposta emotiva agli stimoli proposti, senza "leggere nella mente" né manipolare le scelte, ma fornendo alle organizzazioni informazioni più precise sull'efficacia delle loro comunicazioni.



un **eye-tracker** da applicare al **computer** per registrare i movimenti oculari e valutare i punti dello schermo osservati, un **eye-tracker mobile** a forma di occhiale per seguire i percorsi visivi in contesti reali, un **dispositivo GSR** che misura parametri biometrici come sudorazione e battito cardiaco, e un **casco EEG** che rileva l'attivazione cerebrale legata ad attenzione e memorizzazione. Il tutto per capire più a fondo come reagiscono davvero le persone di fronte alle campagne di marketing e ad alcuni prodotti.

CheTesta lavora senza dipendenti, ma con una rete stabile di collaboratori: Caterina segue la parte commerciale, amministrativa e strategica, mentre due psicologi la affiancano in modo continuativo nell'interpretazione dei dati. Caterina non smette di formarsi e consegue un **Master in Neuromarketing**.

FARE IMPRESA IN CALABRIA

L'**ufficio** di CheTesta è a **Monterosso Calabro**, il paese di origine di Caterina. Ma il lavoro, nella pratica, raramente resta fermo: gli strumenti viaggiano in valigia e le ricerche si fanno in spazi neutri, silenziosi, facili da raggiungere per i campioni selezionati. È un'**attività itinerante**, che attraversa città come **Napoli, Bari, Torino e Lamezia Terme**, seguendo di volta in volta le condizioni migliori per osservare le reazioni.

Fare impresa al Sud significa confrontarsi con imprese meno digitalizzate e con maggiori difficoltà a trovare personale qualificato, ma anche poter costruire rapporti più stretti e un accompagnamento più profondo nei processi di cambiamento. Nonostante le sfide, Caterina **rifarebbe la scelta di rientrare** nella sua regione. Continua a investire sulla propria formazione con l'obiettivo di applicare il neuromarketing anche alla comunicazione culturale e sociale.



Creativamente Arte & Design

📍 Tertenia, Sardegna



Creativamente Arte & Design

Elisabetta Colato apre le porte del suo negozio-laboratorio, **Creativamente Arte & Design**, in Ogliastra, sulla costa sarda: una zona di passaggio turistico, viva d'estate e più complessa nei mesi freddi. Lo spazio è costruito come lo desiderava: un interno "magico", curato, scenografico, pensato per far capire subito che qui non si entra solo per comprare un oggetto, ma per incontrare un immaginario.

Il suo motto lo dice senza giri: "Fuori c'è Tertenia, ma qua siamo a New York".



UNA CREATIVITÀ CHE TORNA SEMPRE AL LABORATORIO

La storia parte da lontano: Elisabetta si definisce “creativa” prima di tutto. **In passato** aveva già aperto un’attività a Oristano, in società, occupandosi di **lavorazione artistica del vetro**. Poi l’esperienza si interrompe e lei riparte da un’altra strada: si iscrive all’università, si laurea in **Architettura**, continua a creare anche durante gli studi. Il gioiello arriva quasi come valvola di sfogo: prima bigiotteria, pinze e assemblaggi “per rilassarsi”, a seguire esposizioni hobbistiche, poi l’innamoramento per il settore.

DALLA BIGIOTTERIA ALL’OREFICERIA

A un certo punto il salto: **corsi di oreficeria**, ritorno al laboratorio come luogo “totale”. Oggi la maggior parte della produzione è dedicata ai gioielli, con un forte focus sulla **FILIGRANA** sarda, lavorazione molto riconoscibile e molto apprezzata da chi passa in negozio.

Elisabetta racconta un rapporto diretto con le persone: entrano, chiedono, vogliono capire le lavorazioni, vedere “di più”. E questo la gratifica, perché chiude il cerchio tra manualità, identità e valore percepito.

La **FILIGRANA** è una tecnica orafa tradizionale. Consiste nel creare un gioiello utilizzando fili sottilissimi di metallo prezioso, intrecciati e saldati tra loro per costruire motivi decorativi complessi. Non è un rivestimento né una decorazione applicata: la forma nasce direttamente dall’intreccio dei fili, che diventano struttura e disegno allo stesso tempo.



RESTO AL SUD: PARTIRE ATTREZZATA, DAL PRIMO GIORNO

Per Elisabetta la differenza la fa l'avvio: con **Resto al Sud** riesce ad attrezzare subito un **laboratorio orafa completo**, con strumenti che spesso nemmeno botteghe da più tempo sul mercato hanno già in dotazione.

Tra le dotazioni rientrano una **saldatrice laser, una stampante 3D e i software per il disegno tridimensionale**, oltre alla realizzazione dell'e-commerce, attivo fin dall'apertura. Un vantaggio iniziale che, per un laboratorio, significa poter lavorare meglio e più velocemente fin da subito.

LA PARTE DIFFICILE: LICENZE, TEMPI, STAGIONE

L'aspetto più faticoso non è la creazione, ma la burocrazia. Vendere preziosi richiede documentazioni, controlli e dispositivi specifici: tempi lunghi che possono diventare un problema serio se, nel frattempo, il negozio deve sostenere costi fissi.

Elisabetta decide di non aspettare oltre: apre comunque, inizialmente solo con la **bigiotteria**, e poi integra i **preziosi** quando le licenze arrivano. Intanto fa i conti con la stagionalità: l'estate "regge" bene, l'inverno è il momento più duro, e proprio per questo decide di puntare sull'**e-commerce**, l'equilibratore necessario.

UN ATELIER PICCOLO, MA CON UNA FORTE IDENTITÀ

Elisabetta porta avanti il laboratorio **in prima persona**. Accanto a lei c'è una tirocinante che sta imparando il mestiere e che, per attitudine e sensibilità

manuale, si è inserita in fretta: in laboratorio lavora con autonomia crescente e la affianca anche su un fronte pratico come le fotografie e i materiali per l'e-commerce. La **relazione** con chi entra in negozio, invece, resta fortemente **legata a Elisabetta**: molti clienti la cercano direttamente, perché riconoscono nel suo modo di lavorare e nel suo gusto l'identità stessa della realtà.

«Un atelier deve rimanere una piccola realtà, ma avere un'identità chiara e profondamente umana. Non è semplicemente qualcosa che mi appartiene: coincide con me. Dentro c'è tutto ciò che amo, ed è per questo che lo chiamo il mio carapace.»

Il prossimo passo è far crescere davvero l'e-commerce: **campagne, social, marketing**. Non per trasformare l'atelier in qualcos'altro, ma per far sì che quella piccola realtà produca "il frutto migliore che può", soprattutto nei mesi in cui il paese si svuota.



Le Angeliche

📍 Palermo, Sicilia



Le Angeliche

Le Angeliche nascono dall'incontro di tre strade molto diverse.

Veronica Schiera, con una formazione in antropologia e anni di esperienza tra cooperazione internazionale ed educazione ambientale in Sicilia, a un certo punto sceglie di cambiare ritmo e si specializza in tecniche delle produzioni alimentari. **Floriana Lo Bue** studia giornalismo e comunicazione, lavora come addetta stampa nel mondo della moda a Milano, ma sente il richiamo di Palermo e dei legami familiari.

Chiara Napolitano è la più giovane: dopo un lungo percorso nel Coro delle Voci Bianche del Teatro Massimo si iscrive a Medicina, arriva al quarto anno e decide di fermarsi. L'idea del ristorante prende forma proprio in quella fase di transizione e diventa l'occasione per iniziare qualcosa di nuovo.



DAL PROGETTO A RESTO AL SUD

Nel **2018** le tre socie decidono di aprire un **ristorante nel mercato del Capo**, uno dei quartieri popolari e storici di Palermo. Veronica porta l'esperienza nella scrittura di progetti europei, Floriana quella nella comunicazione, e un amico le affianca sulla parte economica.

Presentano una domanda di finanziamento per **Resto al Sud tra le prime in Sicilia**. Il progetto viene approvato rapidamente, dopo un colloquio in presenza a Roma. Il supporto di Resto al Sud permette di allestire cucina, sala e giardino esterno, con circa **100 coperti**, dando all'impresa una base economica solida per partire.

«Siamo arrivate in punta di piedi, senza grandi lanci: passaparola, relazione diretta e coerenza con quello che promettevamo»

UNA CUCINA DI STAGIONE, SENZA SCORCIATOIE

Le Angeliche aprono a Capodanno 2018 per testare la risposta del pubblico, poi da gennaio 2019 il ristorante entra a regime. Intorno c'è il **MERCATO DEL CAPO**: un micromondo popolare nel pieno centro di Palermo, attraversato da turismo crescente e forti contrasti sociali.

Con il tempo il ristorante costruisce una clientela mista, circa metà palermitani e metà turisti. La filosofia passa dal **menù**: è **stagionale**, cambia ogni tre mesi e si basa sull'uso di **materie prime siciliane**,

Nel **MERCATO DEL CAPO**, uno dei più **antichi e vivaci** di Palermo, convivono bancarelle di street food, botteghe storiche, studi professionali e locali di nuova apertura, tra vie strette e colorate che ricordano un souk mediterraneo. Inserire un ristorante con cucina stagionale, ricerca sulle materie prime siciliane e un giardino interno curato, ha contribuito a cambiare la percezione di questo pezzo di città: chi vive e lavora nel quartiere riconosce sempre più il valore degli spazi restaurati e tende a "proteggerli", rendendo il mercato un **punto d'incontro tra quotidianità popolare e nuova ristorazione**.



legumi, farine, ortaggi e prodotti locali. In cucina non entrano semilavorati: **pane, grissini, pasta fresca, fondi vegetali e preparazioni di base vengono realizzati internamente**, con l'idea semplice e impegnativa di fare tutto, davvero, lì. E poi c'è il **cortile**. Un tempo era un parcheggio, oggi è un **giardino curato** con grande attenzione, diventato per il quartiere uno spazio riconosciuto e da proteggere.

UN LAVORO CHE FA RETE

Fin dall'inizio le tre imprenditrici decidono di non organizzare il lavoro con turni spezzati. Il ristorante funziona con **due squadre in cucina e due in sala**, per garantire tempi di vita più sostenibili sia a loro sia al personale. Intorno all'impresa ruotano oggi **circa 18 persone** tra socie, dipendenti stabili e collaboratori stagionali, tutte e tutti con contratti regolari; negli ultimi due anni, con l'apertura della piccola **pasticceria take-away** di dolci antichi siciliani "**Le Angeliche Dolci al Volo**", sempre nel mercato del Capo, l'attività si è ampliata.

Nel tempo il lavoro diventa anche leva di inclusione: alcune persone arrivano da percorsi di fragilità, trovano qui un'occupazione stabile e riescono a costruire casa e famiglia. Per le socie, vedere crescere queste traiettorie è una parte centrale del senso del loro fare impresa. E dentro questo senso c'è anche un'idea semplice, ma non scontata: costruire uno **spazio di conforto**, per la clientela e per chi ci lavora. Per questo, nell'arredare, hanno scelto i **mobili delle loro nonne**, per creare un luogo che potesse far sentire le persone accolte.

UNA PASTICCERIA E UN FUTURO DA CONSOLIDARE

Oggi l'obiettivo è consolidare ciò che è stato costruito: continuare a migliorare l'organizzazione interna, rafforzare la pasticceria e continuare a garantire un equilibrio sostenibile tra lavoro e vita privata. E forse è proprio qui la misura della loro ambizione: tenere insieme crescita e sostenibilità, senza perdere l'equilibrio che si sono date.



Sunrise B&B

📍 Salina, Sicilia



Sunrise B&B

A **Salina**, la più verde delle isole Eolie, **Giorgia Ristuccia** ha trasformato un progetto personale in un'attività radicata nel territorio. Dopo una laurea in Promozione turistica e anni di lavoro nella ristorazione - tra Londra, New York e l'Australia - decide di tornare sull'isola dove è cresciuta. Le esperienze all'estero le hanno insegnato l'inglese e un'idea precisa di accoglienza.

«Ogni volta che partivo, dopo pochi mesi volevo tornare. L'idea che tutti andassero via mi dispiaceva: Salina può dare molto», racconta.



TORNARE PER RESTARE

Nel 2018, insieme alla madre, Giorgia inizia a lavorare all'idea di una piccola struttura ricettiva nella casa di famiglia. Con l'incentivo **Resto al Sud** riescono ad arredare gli spazi e completare la ristrutturazione interna. La posizione panoramica, rialzata rispetto al porto, diventa subito un tratto distintivo. Nel luglio **2019** apre ufficialmente il **B&B Sunrise**. «Il giorno dell'inaugurazione non ci credevo: con i ritardi dei materiali e i lavori in corso sembrava impossibile arrivare alla fine».

LE PRIME STAGIONI

La prima estate porta risultati oltre le aspettative, nonostante l'apertura tardiva. Le foto online e le prime recensioni aiutano a creare fiducia. L'anno successivo, nonostante la pandemia, da giugno la stagione riparte: luglio e agosto registrano il tutto esaurito. Il B&B conta **tre camere, per un totale di sette posti letto**. Giorgia si occupa personalmente dell'accoglienza e della gestione quotidiana, ed è affiancata da una collaboratrice per le pulizie.

UNA SCELTA PROFESSIONALE E PERSONALE

Per Giorgia, il B&B rappresenta una forma di autonomia: «Chi lavora nella ristorazione conosce turni e ritmi duri. Qui, anche se lavoro tantissimo, lo faccio per qualcosa di mio. È una rivincita dopo anni di studio e sacrifici». L'aspetto più gratificante resta l'esperienza degli ospiti: «Quando arrivano e vedono il panorama, la loro espressione cambia».



OSPITALITÀ SOSTENIBILE

Fin dall'inizio Giorgia ha aderito alla rete **SALINA ISOLA VERDE**, che promuove pratiche di **turismo responsabile**. Nel B&B non vengono utilizzati prodotti monouso: stoviglie e utensili sono lavabili e riutilizzabili, e la colazione include prodotti locali, come le marmellate artigianali di una giovane produttrice dell'isola. La scelta è legata anche a un tema concreto: sull'isola l'acqua arriva con navi cisterna, e ridurre gli sprechi è essenziale.

SALINA ISOLA VERDE è l'**associazione albergatori di Salina**, nata nel 2006 su iniziativa delle strutture ricettive dell'isola. L'obiettivo è promuovere un turismo di qualità, migliorando e qualificando l'accoglienza con particolare attenzione agli aspetti culturali e naturalistici. L'associazione si impegna a **proteggere e valorizzare Salina**, parte dell'arcipelago delle Eolie e patrimonio dell'umanità, offrendo ai viaggiatori la possibilità di godere delle sue bellezze in modo sostenibile. L'isola è caratterizzata dal verde della vegetazione e da un mare cristallino premiato con le Cinque Vele di Legambiente, riconoscimento attribuito alle località turistiche che meglio coniugano offerta turistica e rispetto per l'ambiente.

UNA COMUNITÀ CHE SOSTIENE

L'apertura del B&B è stata accolta positivamente dai 2.300 abitanti di Salina: «Mi dicevano auguri, erano contenti che una ragazza giovane avesse scelto di restare». Per Giorgia, questa fiducia ha rafforzato la convinzione di poter costruire futuro sull'isola:

«Si può partire, fare esperienza, ma poi tornare e creare qualcosa di bello qui è la cosa più gratificante»



Tierra Osteria

📍 Matera, Basilicata



Tierra Osteria

Tierra nasce dal desiderio di **Roberta Divincenzo e Domenico Zingaro** di **rientrare al Sud** dopo anni di lavoro all'estero e costruire qualcosa di proprio. Roberta e Domenico arrivano a Matera dopo un lungo **percorso nella ristorazione**, maturato tra sala e cucina, fatto di metodo, disciplina e visione. L'esperienza fuori dall'Italia è stata formativa non solo dal punto di vista professionale, ma anche umano, perché ha insegnato regole, organizzazione e un modo diverso di vivere il lavoro quotidiano.

Matera non è un ritorno a casa, ma un punto di equilibrio. È al centro delle loro origini, tra Puglia e Basilicata, ed è abbastanza distante da permettere un nuovo inizio. Tierra porta nel nome ciò che spinge Roberta e Domenico ad aprire questa osteria: il **ritorno alle origini**, alle tradizioni, alle **radici**. Non come nostalgia, ma come base su cui costruire una visione personale e contemporanea della cucina.



UN'OSTERIA CONTEMPORANEA, NON UN RISTORANTE TIPICO

Fin dall'inizio Tierra prende una direzione precisa. I prodotti del territorio sono il punto di partenza, ma vengono letti attraverso l'idea dello chef e una visione attuale della cucina. Come racconta Roberta:

«Noi siamo un'osteria contemporanea, usiamo i prodotti del territorio, ma li rivisitiamo secondo un'idea dello chef e cambiamo il menù quattro volte l'anno in base alle stagioni»

Il **MENÙ** è essenziale e segue la **stagionalità** reale degli ingredienti e il lavoro dei produttori. I piatti sono pochi, pensati per essere raccontati e compresi. L'obiettivo non è proporre una cucina tipica nel senso più immediato del termine, ma accompagnare chi entra verso un'esperienza accessibile, costruita sul **dialogo** e sulla **curiosità**.

In Italia, fino a non molti decenni fa, l'idea di **MENÙ** come lo intendiamo oggi non era diffusa fuori dai grandi centri. In molte trattorie **si mangiava ciò che c'era**, senza alternative scritte, in base alla spesa del giorno e alla disponibilità reale degli ingredienti. La **stagionalità nasce così**: non come tendenza, ma come necessità concreta.

DIECI TAVOLI PER POTER PARLARE CON LE PERSONE

Il locale è volutamente piccolo. Dieci tavoli all'interno e pochi posti all'esterno nei mesi estivi. Una scelta che riguarda soprattutto il tempo, quello necessario



per instaurare una relazione con chi si siede a tavola.

Questo assetto permette di spiegare un piatto, raccontare un ingrediente, chiarire una lavorazione o un abbinamento. Il servizio diventa parte integrante dell'esperienza e restituisce valore all'**accoglienza** e al **racconto**.

RADICATI NEL TERRITORIO, SENZA RIGIDITÀ

La selezione dei fornitori privilegia la prossimità geografica, ma senza rigidità ideologiche. Per Roberta e Domenico non esiste un'idea assoluta di chilometro zero, ma quella di **prodotto giusto**, coerente con la cucina che vogliono proporre.

Carni, verdure e legumi arrivano spesso da piccoli produttori, con disponibilità limitate e variabili. Se un ingrediente finisce, non viene sostituito. È il menù ad adattarsi alla realtà, non il contrario. Una scelta che richiede flessibilità, ma restituisce autenticità.

RESTO AL SUD COME STRUMENTO DI EVOLUZIONE

Il primo supporto di **Resto al Sud** consente l'avvio di Tierra. Il secondo permette un passaggio ulteriore, il trasferimento dell'osteria in una **nuova sede**, più coerente con la sua identità e con l'idea di accoglienza maturata nel tempo.

Dalla prima location **nasce Agua, cocktail bar** contemporaneo. Non un'espansione numerica, ma un affinamento dell'idea, con due spazi distinti e complementari, ciascuno con un proprio linguaggio.

CRESCERE SENZA PERDERE MISURA

Roberta e Domenico condividono il lavoro e la vita quotidiana, costruendo un equilibrio in cui cucina e sala dialogano continuamente. Al **centro** resta sempre l'**ospite**, con le sue esigenze, le intolleranze e le domande che accompagnano ogni scelta.

Oggi Tierra è una **realtà riconosciuta**, seguita anche da chi torna a ogni cambio menù.

Il futuro non è una corsa verso l'ingrandimento, ma un percorso di consolidamento consapevole: migliorare ciò che già funziona, restare piccoli ma solidi, continuare a fare ristorazione come scelta culturale e quotidiana.



Unexpected Italy

📍 Bari, Puglia



Unexpected Italy

L'Italia è uno dei Paesi più visitati al mondo, ma spesso i turisti percorrono gli stessi itinerari, negli stessi mesi, vivendo esperienze sovraffollate e standardizzate, mentre una parte enorme del territorio resta ai margini, invisibile.

È proprio da questa frattura, tra ciò che il turismo mostra e ciò che il territorio davvero offre, che nasce **Unexpected Italy**.



DA LONDRA ALL'ITALIA, PASSANDO PER L'INATTESO

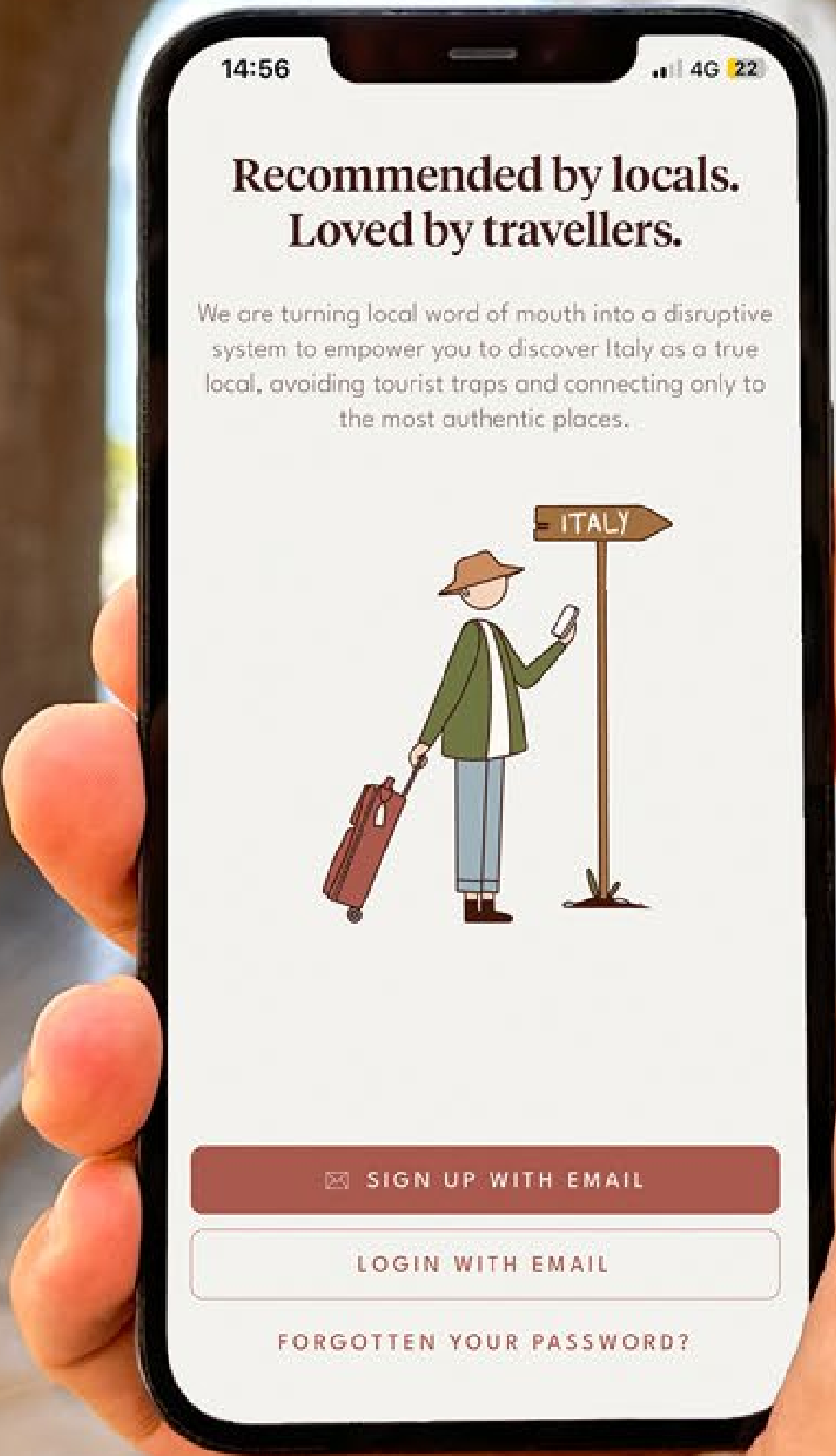
Elisabetta Faggiana, vicentina, e **Savino Losito**, pugliese, si incontrano a Londra. Lei arriva dal mondo del marketing e dello spettacolo; lui da quello dell'ospitalità e del fitness. Nel 2017 fondano **Unexpected London**, una startup che trasforma l'esplorazione urbana in un'esperienza di benessere, camminando per la città a ritmo di musica e fuori dai percorsi convenzionali.

Il progetto funziona, ma durante la pandemia tutto si ferma. Bloccati in casa, iniziano a chiedersi come portare quell'approccio — relazionale, umano, lento — in Italia. Se era stato possibile a Londra scovare realtà indipendenti tra le grandi catene, in un Paese come l'Italia le potenzialità sembrano enormi.

NASCE UNEXPECTED ITALY

Nel **2022** Elisabetta e Savino tornano in Italia e fondano **Unexpected Italy**, startup e Società Benefit con l'obiettivo di costruire una rete di eccellenze locali — piccole imprese, artigiani, produttori, strutture indipendenti — capaci di offrire **esperienze autentiche e fortemente legate al territorio**.

Unexpected Italy ha sede a Bari e non è un marketplace aperto a tutti. L'accesso alla rete avviene tramite una selezione rigorosa, supportata oggi anche da un **software di screening** che valuta sostenibilità, filiera e impatto locale, per creare una rete di alto profilo, fatta di realtà che eccellono per qualità dei servizi offerti, ma anche per etica e impegno legato al territorio.



14:56

4G 22

Recommended by locals. Loved by travellers.

We are turning local word of mouth into a disruptive system to empower you to discover Italy as a true local, avoiding tourist traps and connecting only to the most authentic places.



SIGN UP WITH EMAIL

LOGIN WITH EMAIL

FORGOTTEN YOUR PASSWORD?

TECNOLOGIA AL SERVIZIO DEL VIAGGIO RESPONSABILE

Grazie ai finanziamenti di **Resto al Sud**, il progetto compie un salto decisivo, dallo spazio editoriale online alla tecnologia. Nel **2024** viene lanciata **l'app** Unexpected Italy, accolta da un'attenzione mediatica internazionale. *The Guardian* la definisce "l'antidoto italiano al turismo di massa".

L'app permette ai viaggiatori di **costruire itinerari personalizzati** in base a interessi e passioni, tenendo conto anche di stagione, meteo ed eventi locali. Oggi la piattaforma conta oltre 30.000 realtà iscritte e 75.000 viaggiatori, con tredici province attive e una rete in continua espansione.

OVERTOURISM: quando il turismo consuma i luoghi

L'overtourism non è solo un **eccesso di visitatori**, ma un modello che **svuota i territori della loro identità**: alza il costo della vita, espelle i residenti, uniforma le esperienze e trasforma le città in scenografie. In molte destinazioni italiane il turismo di massa ha rotto l'equilibrio tra chi vive i luoghi e chi li attraversa.

Unexpected Italy nasce come risposta a questo squilibrio: rallentare, distribuire, selezionare. Portare i **viaggiatori fuori stagione** e **furi dai percorsi saturi**, sostenendo le comunità locali e restituendo al viaggio una dimensione più giusta, consapevole e umana.

«Vogliamo che le persone scoprano l'Italia in base a chi sono, non solo in base a dove vanno»

UNA RETE CHE CREA VALORE

Unexpected Italy lavora sempre più spesso insieme alle amministrazioni locali, fondendo pubblico e privato per raccontare i territori in modo consapevole. Guide digitali, mappe gastronomiche, artigianato, eventi, sagre e mercati diventano strumenti per distribuire il turismo nel tempo e nello spazio, contrastando gentrificazione e spopolamento.



2.

GIOVANI IMPRENDITORI

RESTO
al sud

Birrificio Partenia

📍 Montefusco, Campania



Birrificio Partenia

Rossella De Santis e **Gianluigi Pilunni** hanno deciso di costruire il loro futuro professionale nella loro terra di nascita, l'**Irpinia**, tra montagne, sorgenti e paesaggi verdi. Il progetto imprenditoriale nasce da una **passione** condivisa per la **birra artigianale** e dall'idea, coltivata nel tempo, di aprire un giorno un birrificio tutto loro.

Lei arriva da una formazione in Giurisprudenza, lui da Ingegneria: due percorsi diversi che hanno imparato a far dialogare. Oggi Gianluigi è **mastro birraio** e segue la produzione, mentre Rossella **coordina amministrazione e distribuzione**, tenendo insieme visione e organizzazione.



IL TERRITORIO COME SCELTA

Per anni hanno osservato coetanei e amici lasciare la Campania in cerca di opportunità, mentre loro sceglievano la direzione opposta: **restare**. La decisione non nasce da chiusura, ma da consapevolezza: il territorio offre qualità da valorizzare, una **cultura gastronomica solida** e **materie prime eccellenti**. Il birrificio artigianale diventa così uno strumento per unire passioni, competenze e risorse locali, trasformando il legame con la terra in valore concreto.

Il percorso prende forma quando vengono a conoscenza l'incentivo **Resto al Sud**, in cui si riconoscono fin da subito. Studiano il bando e preparano la domanda in modo tecnico e strutturato, come se l'azienda esistesse già. A gennaio **2019** la richiesta viene approvata, un momento importante per Rossella e Gianluigi, che commentano così:

Il nome Partenia deriva dal **MONTE PARTENIO**, massiccio dell'Appennino campano vicino al territorio in cui ha sede il birrificio. L'**acqua delle sorgenti** di quest'area è un elemento chiave nella produzione della birra artigianale, motivo per cui il riferimento geografico è stato scelto come parte integrante dell'identità del marchio.

«Investire nei giovani è fondamentale:
può davvero smuovere un territorio»

Nasce così il **BIRRIFICIO PARTENIA**, un nome scelto per dichiarare fin da subito l'appartenenza geografica e identitaria del progetto.




PARTHENYA

TALE
ITALIAN CRAFT BEER


PARTHENYA

TIPPA
ITALIAN CRAFT BEER


PARTHENYA

TOST
ITALIAN CRAFT BEER

Con i fondi di Invitalia acquistano il primo impianto e avviano i lavori in un capannone a **Montefusco**, in provincia di Avellino. In parallelo costruiscono l'identità del brand, sviluppando il sito web e l'e-commerce. Partenia nasce con un tono "pop", che per Rossella e Gianluigi parla di **amicizia, condivisione e giovinezza**. Il motto è una dichiarazione d'intenti: *nata per essere condivisa*.

All'inizio di marzo **2020** parte la produzione. Una settimana dopo, però, inizia il lockdown dovuto alla pandemia da Covid, mettendo in difficoltà proprio quell'idea di aggregazione alla base del brand. Il tempo sospeso però non si traduce in attesa: lavorano sulle **ricette**, migliorano la **qualità**, investono nella **comunicazione digitale** e ampliano le competenze. Quando la situazione riparte, arrivano i primi riscontri e una crescita graduale.

LE BIRRE E LA LORO IDENTITÀ

Gianluigi e Rossella producono **tre tipologie di birra** in formato 33 cl: la Tips, una Blonde Ale; la T-Ipa, una Session IPA; e la Tato, una Irish Red Ale, pensate per un pubblico giovane ma attento alla qualità e allo stile.

Partenia vende direttamente a ristoranti, pub e locali, accompagnando spesso la consegna con spiegazioni su temperature di servizio, abbinamenti e metodi produttivi. La distribuzione parte dalla Campania, per poi ampliarsi progressivamente.

UN MONDO DA SCOPRIRE

Tra fasi di intensa attività e momenti più tranquilli, Partenia si trasforma e cresce. Arrivano anche i **riconoscimenti**: vengono citati da *Repubblica* e inclusi nella guida *L'Espresso – Birre d'Italia*.

Ma nel quotidiano sono le **visite guidate** a dare maggiore soddisfazione. In un territorio a forte vocazione vinicola, la birra artigianale è spesso poco conosciuta. Chi entra nel birrificio lo fa senza aspettative precise e scopre un mondo nuovo: il processo produttivo, la degustazione, il modo corretto di assaggiare e abbinare una birra. «**Per me è la parte più bella: far capire come funziona il mondo della birra, il nostro mondo**», racconta Rossella.

Oggi Gianluigi e Rossella continuano a studiare, sperimentare e pianificare nuove linee. L'obiettivo è ampliare la rete, proporre **nuove tipologie di birra** e crescere senza perdere la natura artigianale.



Bustout Eyewear

📍 Volla, Campania



Bustout Eyewear

A Volla, in provincia di Napoli, due amici, **Vincenzo Ascione e Roberto Masucci**, hanno trasformato un'idea nata per gioco in un'attività imprenditoriale. Il primo arriva da un percorso universitario in Economia Aziendale, il secondo dal Design. Iniziano a sperimentare: creano **occhiali dal taglio contemporaneo**, pensati per chi vuole distinguersi, e in poco tempo si trovano la casa invasa di modelli, come racconta Vincenzo.



OCCHIALI FUORI DAGLI SCHEMI

Il nome nasce prima degli occhiali: Roberto produce t-shirt con la scritta “Bustout”, che significa “**uscire dagli schemi**”. Quando l’idea degli occhiali prende forma, quella frase diventa naturale anche per il nuovo progetto: ogni modello racconta un’attitudine, un punto di vista unico.

Nei primi mesi i prototipi prendono forma a casa, tra materiali selezionati e prove quotidiane, fino alla prima apparizione ufficiale al **MIDO di Milano con tredici modelli**.

RESTO AL SUD E LA CRESCITA

Nel **2018** i due amici presentano la domanda per **Resto al Sud**. La decisione, inizialmente incerta, si rivela decisiva: i fondi consentono di consolidare produzione e visione. Con gli investimenti, Bustout dà vita al suo laboratorio, dove creatività e sperimentazione diventano routine, uno spazio in cui le idee prendono forma tra macchinari e mani esperte.

Intanto l’azienda cresce. Nel **2025** apre una **nuova sede** a Casalnuovo di Napoli: uno stabilimento di 1000 metri quadri pensato per aumentare la produzione, ma anche per rispettare l’ambiente, con una forte attenzione al **fotovoltaico e alla sostenibilità**. Anche il team si amplia, con una figura di coordinamento dei rappresentanti del brand e un ufficio stampa che cura la comunicazione.

UN BRAND CHE RACCONTA STILE E PERSONALITÀ

Gli occhiali Bustout arrivano oltre il Sud, in Italia e all’estero. La collezione



unisce design moderno e materiali scelti con cura. Per i due soci ogni occhiale deve unire **qualità e originalità, street-style e MADE IN ITALY**, diventando uno strumento di espressione per chi lo indossa.

Il brand si amplia con **linee parallele**, come **BSTT**, pensata per un pubblico più ampio, e **Officine Vinci**, dedicata al private labeling e alla creazione di relazioni forti con i partner attraverso la personalizzazione.

Creatività e innovazione guidano la produzione. Nasce così l'**occhiale "Twist"**, da loro brevettato, che con una semplice rotazione delle asticelle permette di cambiare colore, offrendo a chi lo indossa la libertà di scegliere ogni giorno la propria personalità.

Il **MADE IN ITALY** nell'occhialeria. L'occhialeria italiana è sinonimo di qualità, lusso e Made in Italy. Riconosciuta a livello internazionale per l'elevata **qualità dei materiali e per l'abilità artigianale** che accompagna ogni fase della produzione. Dal design alla lavorazione delle montature, molti passaggi avvengono ancora in **laboratori specializzati**, dove esperienza e innovazione convivono per dare vita a occhiali unici, capaci di coniugare funzionalità, stile e personalità.

IL SUD COME SCELTA

Per Vincenzo e Roberto restare al Sud non è mai stato un limite.
Racconta Vincenzo:

«Molti pensano che si debba andare via per realizzarsi. Io sono voluto restare perché qui ho tutta la mia vita. E poi penso che qui al Sud ci sia tanta creatività: serve solo impegno, volontà e un po' di fortuna»

Bustout Eyewear racconta così una storia di **amicizia, audacia e radici**. Un brand nato quasi per gioco, che cresce giorno dopo giorno, spinto dalla forza della creatività e da un'identità unica.



Cinquanta - Spirito Italiano

📍 Pagani, Campania



Cinquanta - Spirito Italiano

A volte le idee più innovative nascono da ciò che sembra già noto, quasi scontato. **Cinquanta - Spirito Italiano** nasce dal desiderio di riportare al centro il **bar all'italiana**: non solo un luogo di consumo, ma uno spazio di relazione, un rito quotidiano, un presidio sociale.

Il progetto prende forma nel **2021** dall'incontro di tre percorsi diversi, ma complementari. **Alfonso Califano** arriva dalla sala e dall'economia del turismo, con un'esperienza internazionale maturata a Londra. **Natale Palmieri** è barman e imprenditore, cresciuto dietro al bancone fin dall'adolescenza. **Antonio Fontanella** rappresenta la quarta generazione di una famiglia di distributori. Nel 2024 si aggiunge **Emanuele Monteverde**, entrato in squadra come dipendente e diventato poi socio: una crescita interna che racconta bene lo spirito del progetto.



IL BAR ALL'ITALIANA, OGGI

L'obiettivo è semplice e ambizioso allo stesso tempo: attualizzare il **BAR ALL'ITALIANA**. Un modello unico, capace di tenere insieme **caffetteria e cocktail bar, mattino e sera, quotidianità e socialità**. Cinquanta guarda agli anni del dopoguerra e del boom economico, quando il bar diventa simbolo di rinascita e centro della vita di quartiere. Da qui nasce l'idea di un locale che unisca memoria e visione contemporanea, servizio curato e atmosfera informale.

Il **BAR** è da sempre uno spazio narrativo centrale nella **cultura italiana**. È il luogo delle confessioni ne *La vita agra* di Luciano Bianciardi, delle attese e dei silenzi nel cinema di Ettore Scola, delle chiacchiere di paese raccontate da Cesare Zavattini. Nei film di Risi e Monicelli, il bar è **osservatorio privilegiato dell'Italia che cambia**. Cinquanta si inserisce in questa tradizione, aggiornandola e aprendola al presente.

«Il bar è il primo luogo dove impari a stare con gli altri»

PERCHÉ PAGANI

Aprire a **Pagani**, in provincia di Salerno, all'inizio sembra una scelta controcorrente. Una città complessa, con poche proposte dedicate a una fascia d'età adulta. Proprio quel vuoto diventa intuizione: Cinquanta nasce per colmarlo, diventando un punto di riferimento non solo per la città, ma per tutto il territorio intorno. Un bar di paese, capace però di attrarre persone che si spostano apposta per viverne l'esperienza.

Cinquanta

SPIRITO ITALIANO



COSTRUIRE UN LUOGO

Il contributo di **Resto al Sud** è decisivo nella fase di avvio, permettendo di disegnare un progetto quasi interamente su misura. **Artigiani, creativi e designer vengono coinvolti** con un obiettivo condiviso: costruire bellezza. Anche la comunicazione segue questa logica, partendo dall'offline. Il lancio avviene con manifesti che ritraggono i **baristi storici di Pagani e dei paesi vicini**, testimoni di una continuità culturale.

CRESCERE SENZA SNATURARSI

Oggi, Cinquanta conta circa **25 collaboratori** e continua a crescere senza perdere identità. Sono nati così **Cubezilla**, fabbrica di ghiaccio per cocktail, e **Nazionale Spirito Italiano**, brand di liquori per il canale Horeca, aziende all'interno delle quali alcuni degli storici collaboratori sono diventati anche soci. Accanto al bar si sviluppa anche una **divisione catering**. E tra gli obiettivi prossimi c'è quello di riproporre degli **eventi benefici di raccolta fondi** che, durante il primo anno, popolavano gli spazi del bar con chef stellati e famosi pizzaioli a sostegno di onlus locali e nazionali.

Tutto questo dà forma a un ecosistema che ruota attorno a un'idea chiara di **ospitalità**: capire il cliente, rispettare il momento, creare relazione dentro e fuori il locale.



Coquus

📍 Lucera, Puglia



Coquus

A **Lucera**, in provincia di Foggia, **Mirko Esposito** ha trasformato anni di formazione tra Italia ed estero in una scelta precisa: aprire un ristorante di piccole dimensioni, fondato sulla cura, sulla tecnica e su una forte identità personale.



LE ORIGINI E LE ESPERIENZE

La cucina entra presto nella sua vita. Figlio di ristoratori, trascorre l'adolescenza tra sala e cucina, osservando il lavoro del padre. Nel passaggio tra scuola media e **istituto alberghiero** mette per la prima volta le mani sui fornelli: da quel momento la direzione è chiara e, dopo il diploma, inizia a lavorare in ristoranti diversi, entrando in cucine più strutturate e tecnicamente avanzate e affinando metodo, disciplina e rigore.

La crescita prosegue tra Italia ed estero. A **Londra** entra nella brigata dell'Embassy Mayfair, ristorante di cucina francese, dove precisione, gestione del tempo e attenzione al dettaglio diventano quotidiane. **Rientrato in Italia** continua il percorso in **contesti gourmet** e in **cucine a vista**, approfondendo tecniche come il sottovuoto e la costruzione del piatto contemporaneo. È in questi anni che matura l'idea di aprire una realtà piccola, curata in ogni dettaglio.

LA NASCITA DI COQUUS

Il ritorno a Lucera coincide con la scoperta di **Resto al Sud**. Nell'ottobre **2018** presenta la domanda, approvata nei mesi successivi. Grazie al finanziamento acquista attrezzature professionali e realizza gli impianti necessari.

Il **4 agosto 2019** inaugura Coquus: otto tavoli per un massimo di venti coperti, un **locale contenuto ma curato**, dove ogni piatto è pensato con precisione. Nel 2023 arriva il primo riconoscimento ufficiale: il **BIB GOURMAND** della **Guida Michelin**, per l'eccellente rapporto qualità-prezzo.

Il **BIB GOURMAND** è un riconoscimento della Guida Michelin che premia i ristoranti che offrono il **miglior rapporto qualità-prezzo**. Si può considerare una via di mezzo tra la semplice menzione e la stella, un sigillo che valorizza locali dove mangiare bene non significa spendere molto, che si distinguono per tecnica, ingredienti e sapori, senza ricorrere a menu costosi o grandi formalità.



LA GESTIONE QUOTIDIANA E LA FORMAZIONE

Il team resta contenuto: due persone in cucina e due in sala, per garantire precisione e cura in ogni servizio. La sala non è solo accoglienza, ma anche **racconto dei piatti** e conoscenza della carta dei vini, composta da circa cento etichette.

Oltre ad occuparsi del ristorante, Mirko insegna in una scuola alberghiera di Pietramontecorvino, lavorando con studenti in situazioni di fragilità che, a volte, trovano spazio direttamente nella cucina di Coquus. Un modo concreto per trasformare formazione e competenze in opportunità reali.

NUOVI PROGETTI

Intanto Coquus cresce senza rinunciare alla qualità. Da dicembre 2025 Coquus è anche all'**Hotel Palace di Lucera**, partner di Best Western, con tre sale capaci di ospitare fino a 300 persone e una sala ristorante da 50 coperti.

Coquus dispone anche di un **food truck**, unico in zona, che in estate si sposta tra Lucera e i **Monti Dauni**, raggiungendo piccoli paesi e sagre. Il menu varia in base all'evento: primi piatti, friggitoria, panini, focacce e dessert, adattandosi a ogni contesto. Nell'ambito di **Lucera Capitale della Cultura Pugliese**, il food truck è protagonista del progetto Food Art, con brunch domenicali nelle piazze e postazioni più suggestive della città, unendo cucina, arte e socialità.

CRESCERE INSIEME

«Ho deciso di rimanere perché se tutti i giovani talenti partono per trovare successo fuori dal proprio paese, il Sud non cresce mai»

Lucera ha un **patrimonio storico importante** - un anfiteatro romano, un castello federiciano, stratificazioni culturali - ma non ancora un flusso turistico proporzionato al potenziale. Coquus diventa così non solo un progetto professionale, ma, per Mirko, anche un **contributo alla vita culturale della città**.



COQUUS

CIBO DA STRADA

Hostel Nap

📍 Napoli, Campania



Hostel Nap

A Napoli, tre amici di lunga data, **Francesco Guida, Giovanni Cristiani e Raffaele Albo**, hanno trasformato un'idea coltivata fin dall'adolescenza in un progetto imprenditoriale. Crescono insieme con la curiosità di scoprire il mondo zaino in spalla, imparano l'inglese, viaggiano e fanno tappa in ostelli di diverse città europee. In quegli spazi condivisi, fatti di cucine comuni e racconti serali, prende forma un'idea di viaggio che è soprattutto incontro.

Dopo anni di lavori diversi - dal commercio alla giurisprudenza - sentono il bisogno di tornare a quelle esperienze. Non per replicare ciò che hanno visto altrove, ma per costruire qualcosa che parli di loro e del legame profondo con Napoli.



UN OSTELLO COME SCELTA

La decisione è chiara: aprire un **OSTELLO**, non un B&B. Un luogo aperto, attraversabile, pensato per chi viaggia con curiosità e apertura. Qui la convivialità non è un dettaglio, ma parte del progetto: spazi comuni, relazioni spontanee, consigli scambiati attorno a un tavolo. **HostelNap** nasce così, come punto di contatto tra persone, storie e culture diverse, e come modo per vivere la città dall'interno.

Gli **OSTELLI** nascono in Europa all'**inizio del Novecento** con un obiettivo preciso: rendere i viaggi accessibili anche a giovani, studenti e lavoratori. Il modello iniziale prevedeva spazi essenziali, camere condivise e ambienti comuni per favorire l'incontro tra persone provenienti da luoghi diversi. Nel tempo la struttura è cambiata, ma l'idea di base è rimasta la stessa: l'**ospitalità** non come semplice servizio, ma come **esperienza collettiva**.

«Il nostro obiettivo non era solo aprire un ostello, ma contribuire a raccontare un'altra Napoli»

COSTRUIRE HOSTELNAP

Nel **2018** arriva l'occasione di **Resto al Sud**. Francesco, Raffaele e Giovanni lavorano alla stesura del progetto e, dopo un percorso lungo e complesso, aprono la struttura nel **dicembre 2020**.

HostelNap prende forma lungo **Spaccanapoli**, nel cuore pulsante della città. **Quarantacinque posti letto**, camere da dieci a quattro persone, uno stile caldo e riconoscibile, tutto in legno, e un giardino che diventa spazio di



incontro. La gestione è innovativa: un braccialetto consente agli ospiti di muoversi liberamente e accedere ai servizi.

UN LUOGO CHE CREA RELAZIONI

Fin dai primi mesi HostelNap accoglie persone molto diverse: viaggiatori internazionali, ciclisti, pensionati che attraversano l'Europa, giovani alla scoperta del Sud. La struttura diventa un luogo dove chi arriva e chi vive il quartiere si parlano e si riconoscono.

Con l'arrivo della primavera, il giardino si anima. **Corsi di cucina, musica e cinema** diventano occasioni di condivisione, pensate per gli ospiti ma aperte anche agli amici. Momenti semplici, in cui passioni personali e cultura si intrecciano, tra film cult degli anni '90 e musica rock.

L'IMPEGNO PER LA CITTÀ

I tre soci vogliono mantenere le porte dell'ostello aperte su Napoli. Organizzano **incontri tra gli ospiti e gli scugnizzi del quartiere**: i ragazzi imparano a guardare il mondo da prospettive diverse e gli ospiti scoprono storie locali. Momenti di scambio che rendono l'ostello vivo e intrecciano vite che altrimenti non si sarebbero incontrate.

Ma l'impegno va oltre il quartiere. L'ostello collabora anche con **associazioni della città**, in particolare con realtà che lavorano sull'**integrazione di richiedenti asilo e rifugiati**. Attraverso un progetto della Regione Campania, un ragazzo del Gambia inizia un tirocinio in struttura. Sei mesi dopo viene



assunto a tempo indeterminato, diventando parte integrante della famiglia di HostelNap.

RESTARE COME SCELTA

Fare impresa a Napoli è una decisione consapevole per i tre amici e soci. Significa affrontare percorsi complessi e tempi lunghi, ma anche **costruire valore** in un contesto dove la presenza di giovani imprenditori può incidere sul futuro del territorio.

L'inaugurazione, con amici e persone del quartiere che attraversano per la prima volta gli spazi dell'ostello, resta uno dei momenti più intensi del percorso. La soddisfazione nasce anche dal contesto: costruire qualcosa a Sud e vedere crescere un progetto in cui pochi credevano rende il risultato ancora più tangibile.

Natieco

📍 Santa Maria Capua Vetere, Campania



Natieco

Quando per crescere professionalmente l'unica strada sembra essere quella di andare via, può scoccare la scintilla dell'imprenditorialità.

È ciò che accade a **Giuliana Boccia e Francesco Grant**, coppia nella vita e nel lavoro. Lei, laureata in **Farmacia**, lui in **Biotechnologie**, iniziano come dipendenti: Giuliana assume il ruolo di qualified person (QP), con la responsabilità della conformità della produzione, Francesco diventa responsabile dello stabilimento, guidando l'organizzazione e i processi produttivi. Carriere avviate, ruoli importanti. Eppure il desiderio di costruire qualcosa di proprio cresce fino a diventare irrinunciabile. Così, lasciano le loro professioni e decidono di darsi un'opportunità nel loro territorio, in provincia di Caserta.



UN PERCORSO RAPIDO

Nel **marzo 2022** presentano domanda per **Resto al Sud**. Nasce così **Natieco**, un nome che racchiude i valori fondanti del progetto: “nati” come nascita e innovazione; “eco” come sostenibilità e responsabilità. In cinque mesi la società è operativa: i fondi consentono l’acquisto dei macchinari e l’allestimento di uno stabilimento moderno, pensato per integrare efficienza produttiva e attenzione all’ambiente.

L’azienda si specializza nella **produzione per conto terzi di cosmetici e integratori alimentari**, affiancando la grande distribuzione nello sviluppo dei propri prodotti. Alla base del lavoro quotidiano c’è una filosofia chiara: riduzione degli sprechi e diffusione di una mentalità “**zero waste**”.

«Volevamo costruire qualcosa di nostro, puntando su competenze e passione, l’unico modo per noi per far crescere davvero un’impresa e in maniera etica»

CRESCITA E RELAZIONI

I clienti crescono rapidamente e in maniera eterogenea: poco più della metà nel Sud Italia, gli altri distribuiti nelle regioni del Nord, mentre i primi contatti **internazionali** arrivano da Portogallo, Spagna, Francia e Albania.

Natieco sceglie però di non essere soltanto un fornitore: il rapporto diretto con i **clienti** diventa un valore centrale, tanto da considerarli veri e propri **partner di progetto**. Dialogo costante, ascolto e collaborazione permettono di affrontare ogni commessa come un percorso condiviso, rafforzando relazioni solide nel tempo.



 **Natieco**
innovazione e ricerca



RETI E TERRITORIO

L'attenzione alle persone si traduce anche in un coinvolgimento attivo con il territorio. Da due anni Natieco collabora con l'**Università Vanvitelli di Caserta**, partecipando ai comitati di indirizzo dei corsi di studio e, dal 2026, fa parte del corpo di esperti di un master in **NUTRACEUTICA** e cosmetica.

Diversi giovani del team provengono proprio dai **tirocini universitari** svolti in azienda: un modo concreto per trasformare la formazione in opportunità lavorative reali.

La **NUTRACEUTICA** è l'incontro tra alimentazione e salute: riguarda prodotti alimentari che, oltre a nutrire, possono avere effetti benefici sul corpo e sul benessere, come vitamine, integratori o estratti naturali. È un settore che unisce ricerca scientifica, innovazione e qualità degli ingredienti.

OGGI E DOMANI

Oggi Natieco conta diversi collaboratori con profili scientifici attivi tra ricerca e sviluppo, controllo qualità e affari regolatori. Nel corso dell'anno l'azienda ha anche ottenuto **due certificazioni** che attestano la **conformità e la qualità dei processi produttivi**.

Lo sguardo sul domani è rivolto all'espansione: un nuovo stabilimento totalmente ecosostenibile, il miglioramento del rating ESG (criteri ambientali, sociali e di governance), l'ingresso strutturato nei mercati esteri e l'ampliamento delle competenze interne.

Al di là delle prospettive industriali, la soddisfazione più grande è aver costruito un **progetto scientifico e imprenditoriale nato nel Sud** e cresciuto grazie a competenze tecniche, visione e continuità.




Natieco

Table with columns for 'Date', 'Lot', 'Specimen', 'ID', 'Type', and 'Status'. The document is partially open, showing a grid of data.

Southbound Press

📍 Cosenza, Calabria



Southbound Press

In provincia di **Cosenza** la cultura punk e hardcore underground ha trovato una casa dove nessuno se l'aspettava. Nel 2016 **Luigi Posteraro** e **Ilario Musco** fondano l'etichetta indipendente Duff Record e, dopo qualche anno, insieme a **Giorgia Conte** e **Pasquale Zicchillo** danno vita a **Southbound Press**: un'azienda dedicata alla **produzione di vinili per artisti ed etichette indipendenti**.

Tutti provengono da percorsi diversi e lontani tra loro: Luigi, laureato in Giurisprudenza, attraversa un periodo di disoccupazione; Ilario, musicista, si sente bloccato in un lavoro che non lo rappresenta; Giorgia è ballerina professionista, anche lei laureata in Giurisprudenza e grande appassionata di vinili; Pasquale ha una formazione in Chimica e Tecnologia Farmaceutiche e competenze informatiche. A unirli è la stessa volontà: trasformare una passione condivisa in una professione concreta.



DALL'INTUIZIONE AL PROGETTO

Nel 2019 Luigi scopre che il mercato del vinile sta vivendo una nuova crescita, ma in Italia esistono soltanto quattro impianti di stampa, tutti concentrati al Nord. Da qui nasce un'intuizione radicale: portarne uno in Calabria, a Rende.

Dopo mesi di studio delle press plant europee, nel 2020 il gruppo coglie l'opportunità di **Resto al Sud**. Con il supporto di Invitalia i soci acquistano una **macchina semiautomatica** dalla Germania e avviano l'allestimento dell'impianto, dando forma a un progetto che mette insieme competenza tecnica, visione artistica e una profonda appartenenza alla scena indipendente.

UNA SCELTA CONTROCORRENTE

Southbound Press sceglie consapevolmente di stare fuori dalle grandi produzioni legate alle major. La sua strada è un'altra: **tirature ridotte**, tra 100 e 500 copie, spesso suddivise in edizioni limitate, pensate per artisti ed **etichette underground**, soprattutto dell'area punk e hardcore.

Non è un percorso semplice: tra burocrazia, installazioni e sviluppo delle competenze tecniche, l'**avvio della produzione**, in uno spazio di 300 mq, arriva solo nel marzo **2024**. Da allora il lavoro cresce costantemente, confermando che la scommessa iniziale risponde a un'esigenza reale del mercato e della scena indipendente.

QUALITÀ, RELAZIONE E SOSTENIBILITÀ

I quattro soci lavorano su due turni giornalieri, con le macchine sempre in funzione. Il lavoro è fisicamente impegnativo, ma ciò che conta davvero è la **qualità di ogni vinile**. Centrale è anche il rapporto diretto con i clienti: ascolto,



dialogo e fiducia costruiscono relazioni personali che alimentano un passaparola costante e danno vita a una rete che cresce insieme all'azienda.

La **sostenibilità** è parte della visione: gli scarti di produzione vengono triturati e miscelati con materiali ecosostenibili, dando vita a nuovi vinili dai colori unici e più accessibili, senza rinunciare a qualità ed estetica.

TRA MOMENTI INDIMENTICABILI E FUTURO

La clientela è distribuita in tutta **Italia**, soprattutto al Nord, e in **Europa**, con contatti anche negli **Stati Uniti** e in **Giappone**. Tra i momenti più emozionanti, la collaborazione con artisti ascoltati fin da ragazzi, come Kaos One e DJ Gruff dei Sangue Misto, per i quali sono stati realizzati vinili di altissima qualità adatti allo **SCRATCHING**. Racconta Luigi con un pizzico di orgoglio:

Lo **SCRATCHING** è una tecnica inventata negli anni '70 dal **DJ newyorkese Grand Wizard Theodore**. Consiste nella manipolazione ritmica del vinile sotto la puntina per creare suoni e effetti che valorizzano la performance del DJ. Nata nella cultura hip hop, questa pratica si è poi diffusa anche in altri generi musicali. Oggi lo scratching resta un elemento centrale per valutare l'**abilità dei DJ**, protagonisti di competizioni internazionali dedicate a questa tecnica.

«Chi l'avrebbe mai detto che l'artista che ascoltavo a tredici anni sarebbe venuto a stampare il disco proprio da me?»

Southbound Press non stampa solo dischi: costruisce competenze locali, forma manodopera specializzata e rafforza il tessuto produttivo del territorio. Lo sguardo è rivolto ad una crescita coerente con la visione di partenza: raddoppiare la produzione fino a 20-25 mila vinili al mese, ampliare le collaborazioni internazionali e continuare a crescere restando fedeli allo spirito indipendente che li ha portati fin qui.



3.

IMPATTO SUI TERRITORI

RESTO
al sud

Cala La Pasta

📍 Napoli, Campania



Cala La Pasta

Napoli è una città che vive di contrasti: bellezza e fragilità, accoglienza e complessità. Nel centro storico, patrimonio UNESCO, il **quartiere di Forcella** rappresenta in modo emblematico questa convivenza. È qui che, nel novembre **2018**, i fratelli **Danilo, Fabio e Raffaele Del Gaudio** hanno deciso di aprire **Cala La Pasta**, trasformando un'idea semplice in un progetto imprenditoriale radicato nel territorio.

L'ispirazione arriva da un viaggio ad Amsterdam passato a osservare il **format "Wok to Walk"**, una catena di ristoranti da asporto specializzati in cucina asiatica. Cala La Pasta nasce così, dall'idea di portare la pasta fuori dai contesti tradizionali, rendendola uno **street food veloce e accessibile**, ma legato ai sapori napoletani. Non una copia quindi, ma un adattamento consapevole di quel format olandese, pensato per i flussi turistici e per la vita quotidiana del quartiere.



UN FORMAT CHE CRESCE

All'inizio Cala La Pasta è un **take-away**, con cucina a vista e servizio continuo. I finanziamenti di **Resto al Sud** permettono ai fratelli di **ristrutturare il locale e acquistare le attrezzature necessarie**: “Senza quel supporto”, raccontano, “l'attività non sarebbe mai partita”. Nel tempo il progetto si consolida, attraversando anche momenti difficili. Nel 2022 l'attività subisce un **grave episodio di violenza legato alla criminalità organizzata**. La scelta è netta: denunciare, riaprire, restare. Un passaggio che segna l'azienda in maniera radicale e rafforza la volontà di crescere invece di arretrare.

«La violenza subita ci ha indotto a crescere invece di scappare»

AGGIUNGI UN POSTO A TAVOLA

Nel **2025** Cala La Pasta cambia passo. Al civico storico, il 179, dedicato al format originale, si affianca il civico 180, un locale adiacente che **introduce il servizio al tavolo**. Non un cambio di identità, ma un ampliamento: lo street food resta, ma convive con una nuova modalità di esperienza.

I numeri raccontano la trasformazione: **17 collaboratori** tra full-time e part-time, un fatturato annuo di circa 700.000 euro, una clientela più ampia e diversificata. L'attività diventa un punto di riferimento stabile, mantenendo prezzi accessibili e attenzione alla qualità.



Cala La Pasta



Consegna a domicilio

081 18745627
334 7670253

UN PRESIDIO DI LEGALITÀ

Operare a **FORCELLA** significa fare impresa assumendosi anche una **responsabilità sociale**. Cala La Pasta è oggi riconosciuta come un “**faro di legalità**”: videosorveglianza e assunzioni regolari di giovani del quartiere aiutano a migliorare la situazione più di tante altre cose. I fratelli partecipano attivamente all’**Associazione dei commercianti di Forcella**, costruendo reti, collaborazioni e iniziative condivise.

Nel tempo nascono legami con realtà culturali del territorio, dall’**Ospedale degli Incurabili al Pio Monte della Misericordia**. La crescita non è solo economica, ma relazionale.

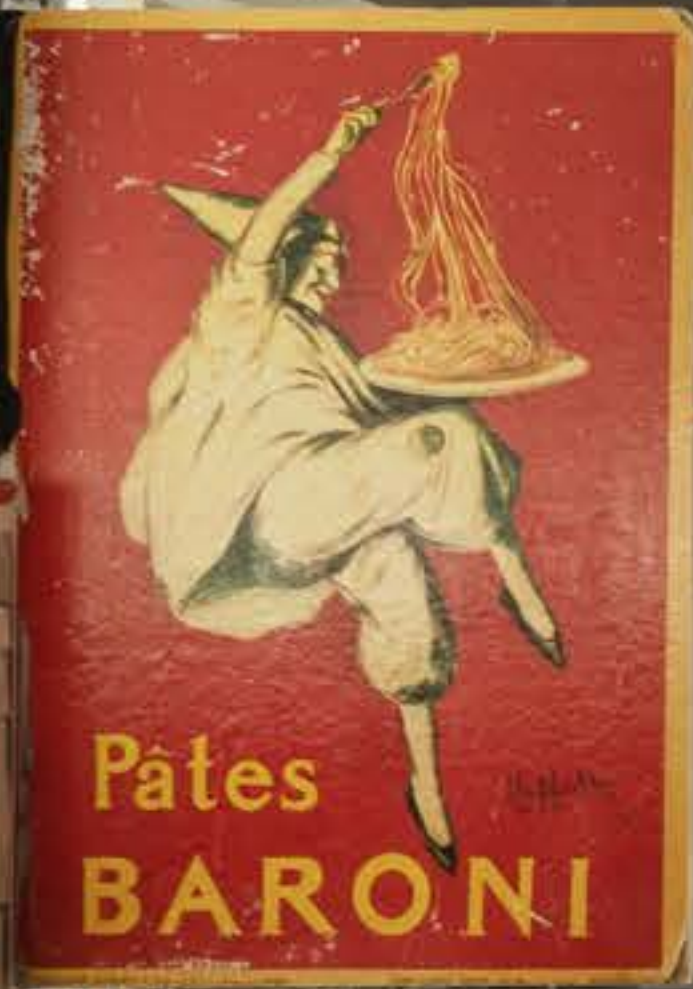
SGUARDO IN AVANTI

Il marchio Cala La Pasta è oggi registrato. L’**idea del franchising**, già presente agli inizi, resta viva: l’obiettivo è creare una rete, prima ancora che una replica seriale. Crescere, senza perdere il legame con il luogo da cui tutto è partito.

FORCELLA oggi.

Forcella è uno dei quartieri più complessi del **centro storico di Napoli**. Accanto a criticità storiche, Forcella custodisce un **patrimonio culturale** e umano straordinario, vivo già dai tempi degli antichi greci. Nonostante un passato controverso, in cui il quartiere ha giocato un ruolo centrale nelle dinamiche della Camorra, Forcella è oggi, per molti napoletani, un punto importante della città, con i suoi vicoli stretti, le antiche botteghe e un progetto di rigenerazione urbana che passa anche attraverso realtà come Cala La Pasta.

ABR Epache



ESTINTORE IDRICO



Distinto Ristorante

📍 Isernia, Molise



Distinto Ristorante

Distinto nasce da un'idea semplice e, allo stesso tempo, controcorrente. Tornare in Molise dopo anni di lavoro all'estero e provare a costruire qualcosa di personale in un territorio poco abituato a certe sperimentazioni. **“Fuori cresci tanto, ma a un certo punto senti il bisogno di fare qualcosa che sia davvero tuo”**, racconta Vincenzo Scarselli.

Vincenzo è **chef**, formato tra Molise, Riviera romagnola, Francia e Inghilterra. A Londra lavora in cucine che servono centinaia di coperti al giorno. È lì che, insieme alla **compagna – pasticciera** siciliana – matura la decisione di rientrare. Con loro c'è anche la sorella di Vincenzo, **sommelier**. Tre competenze diverse, un'idea comune.



UN RISTORANTE NATO PER DISTINGUERSI

Distinto apre a **luglio 2020**, nel cuore di **Isernia**, all'interno di un palazzo storico ottocentesco. Il nome non è casuale: Distinto punta a distinguersi dall'offerta esistente, senza rinnegarla.

Il locale è piccolo: pochi tavoli e un grande bancone centrale pensato per lo **show cooking di pasticceria**. La cucina è curata, il servizio attento e ogni piatto viene raccontato. Un'esperienza completa, più che un semplice pasto.

L'impatto iniziale con i clienti non è semplice. Alcuni piatti spiazzano, come una "mozzarella" che in realtà è una sfera **MOLECOLARE**.

Ma lentamente il passaparola fa la differenza. Distinto diventa un luogo scelto per anniversari, compleanni e occasioni speciali.

Alla base della **CUCINA MOLECOLARE** c'è la volontà di portare la gastronomia a un livello superiore, creando una rivoluzione nel nostro rapporto con il cibo. Grazie all'aiuto della scienza, la cucina molecolare amplia i confini del gusto, utilizzando **tecniche d'avanguardia come la sferificazione, il sous vide e il criocongelamento**. Il risultato sono piatti dai sapori esplosivi, che conservano tutta l'intensità dei singoli ingredienti. La cucina di Distinto fa sua questa visione, maturata nelle esperienze internazionali di Vincenzo Scarselli, adattandola a un contesto più intimo e territoriale.

CRESCERE, NONOSTANTE TUTTO

Dopo pochi mesi dall'apertura arriva il lockdown. Una frenata brusca, affrontata senza arretrare sull'identità del progetto. Nel frattempo, arrivano anche i primi riconoscimenti: menzioni da parte della guida de **L'Espresso**, del **Gambero Rosso** e dell'**Agenda dei 365 - I migliori ristoranti d'Italia**.

«È faticoso, non stacchi mai davvero. Ma quando vedi il tuo lavoro riconosciuto, capisci che ne vale la pena»



Negli anni Distinto diventa un riferimento locale, capace di innescare un cambiamento più ampio: altri ristoratori iniziano a sperimentare, ad alzare il livello tecnico, a guardare oltre la tradizione più rassicurante.

DAL LOCALE AL TERRITORIO

Nel 2023 e nel 2024 Vincenzo viene scelto dall'**Ambasciata italiana a San Paolo, Brasile**, per **rappresentare il Molise** in eventi dedicati alla cucina italiana. Un riconoscimento che rafforza la visione del ristorante come ambasciatore del territorio.

Distinto continua a crescere: aumenta l'attività di **catering**, collabora con enti pubblici e privati e prepara l'apertura di un **nuovo bistrot** a Isernia, prevista per il 2026. Un progetto più informale, che unirà cucina regionale molisana e tradizione siciliana, omaggio alle radici familiari.

Con Distinto, Vincenzo Scarselli dimostra che anche in Molise una piccola città può trasformarsi in destinazione. La sua scelta di tornare e investire sulla qualità nasce dall'ambizione di dare forma ad una proposta autentica, radicata e riconoscibile.



MARTHA - Music ART House Academy

📍 Palermo, Sicilia



MARTHA - Music ART House Academy

Si può creare con successo una startup innovativa nel mondo dell'arte e della musica in Sicilia? È quello che hanno fatto le quattro fondatrici di **MARTHA - Music ART House Academy: Chiara Volpes, Martina Martire, Paola Lo Curto e Francesca Adamo**, nate tra il 1987 e il 1992.

Tutto inizia nel **2018**, quando Chiara, **pianista** diplomata al conservatorio di Palermo, dopo alcuni studi successivi presso il conservatorio di Piacenza, torna a Palermo con l'idea di fondare uno spazio per il perfezionamento musicale, consapevole che in Sicilia esistono poche strutture simili. Scopre **Resto al Sud** e, con l'idea di utilizzare un appartamento storico in centro appartenente alla famiglia, coinvolge le altre tre fondatrici con cui condivide queste passioni: Paola e Francesca sono **musiciste e cantanti**, mentre Martina è **storica dell'arte e curatrice di mostre**.



LA CASA DELL'ARTE E DELLA MUSICA

Nel **2020** ricevono il **finanziamento** e nasce MARTHA, il primo spazio dedicato alla **musica classica a Palermo**. L'appartamento di oltre 400 m² viene ristrutturato per ospitare un'**accademia, una galleria d'arte e uno studio di registrazione e produzione audiovisiva** per musica da camera. Sale da concerto e stanze per masterclass sono trattate acusticamente, con **PANNELLI IN OTTONE** per garantire qualità professionale. Un luogo unico nel suo genere.

Le attività principali comprendono l'**Accademia di Alto Perfezionamento**, rivolta a musicisti post-conservatorio, che nei primi tre anni ha accolto circa 100 studenti tra masterclass e corsi annuali. Si affiancano percorsi psicofisici, produzione video professionale e, dal 2023-2024, una stagione artistica con **14 House Concert** e **due mostre** all'anno, dove arte visiva e musica dialogano. Le mostre privilegiano giovani **artisti siciliani**, arricchendo l'offerta culturale della città.

L'ARTE CHE UNISCE PERSONE E TERRITORIO

Le fondatrici non si limitano alle attività interne ma creano relazioni con il territorio, puntando su **sponsorizzazioni e partnership con aziende locali**, soprattutto enogastronomiche, convinte che investire in arte e cultura faccia crescere tutti. Al termine degli **House Concert**, le fondatrici presentano prodotti locali in momenti di convivialità tra spettatori e artisti: «In ogni attività cerchiamo di trasmettere calore e conoscenza», spiegano.

I **PANNELLI IN OTTONE** sono utilizzati nelle sale da concerto perché rifrangono le onde sonore in più direzioni, **migliorando proiezione e chiarezza del suono**. È un materiale di nicchia e molto apprezzato nelle sale di musica classica, scelto non solo per le qualità acustiche, ma anche per **l'eleganza che conferisce agli spazi**.



Ma le relazioni con il territorio non si limitano alle aziende, le fondatrici collaborano anche con **associazioni culturali**, come la **Fondazione Vie dei Tesori**, per valorizzare artisti locali e far conoscere MARTHA come “Tesoro nascosto”. L’obiettivo è creare una rete attiva di persone, imprese e realtà culturali, costruendo una vera **comunità attorno all’arte e alla musica**.

UN’ESPERIENZA DESTINATA A CRESCERE

Oggi le quattro fondatrici hanno **ruoli ben definiti**: Chiara è CEO e Direttore artistico, Paola è Project manager, Francesca è Responsabile didattica e formazione docenti, Martina è Responsabile progetti d’arte. Ma MARTHA coinvolge tante altre professionalità: tecnici del suono, fotografi, artisti e professionisti dello spettacolo.

Per il prossimo triennio, l’obiettivo è ampliare l’Accademia, sviluppare campus estivi, massimizzare l’uso dello studio di registrazione e incentivare residenze artistiche, continuando a **creare momenti di incontro, musica e arte**, e trasformando ogni attività in un’esperienza che unisce persone, artisti, cultura e territorio.

**«Volevamo rimanere nel settore che ci piace, di nostra competenza
- raccontano - e così abbiamo deciso di creare
noi stesse il lavoro che volevamo fare»**



Metropolitan

📍 Sant'Anastasia, Campania



Metropolitan

Sant'Anastasia conta meno di 30.000 abitanti e si trova a pochi chilometri da Napoli. Una distanza breve sulla mappa, ma spesso ampia quando si parla di offerta culturale. Qui, dove i presidi culturali rischiano facilmente di scomparire, il **cineteatro Metropolitan** ha scelto di tornare a vivere.

A crederci sono stati **Antonio Merone**, attore da quasi 40 anni, sua moglie **Clelia Mosca** e i figli **Gabriele** e **Francesco**. Dopo la pandemia, con la chiusura dello storico cinema da parte del precedente proprietario, la famiglia ha deciso di raccogliere un'eredità che sembrava destinata a perdersi.



UNA STORIA DI FAMIGLIA E DI TEATRO

Il Metropolitan non è uno spazio qualunque per Antonio. Fu costruito da suo nonno, impresario edile, e proprio sul palco del “vecchio” Metropolitan interpretò il suo primo ruolo, a 13 anni. Questo segnerà l’inizio di una lunga carriera, che lo porterà a fondare nel 1993 la **Compagnia di Teatro Cavalier Antonio Merone**, che ancora oggi mette in scena due o tre produzioni all’anno.

Quando il teatro resta vuoto, l’idea di farlo rinascere diventa una scelta naturale, ma non semplice.

«Il desiderio di creare un luogo dedicato alla cultura lo avevamo da sempre»

RESTO AL SUD COME ATTO DI FIDUCIA

La svolta arriva con i finanziamenti di **Resto al Sud**, scoperti quasi per caso sui social. Senza capitali propri da investire, il sostegno di Invitalia permette un **piccolo restauro**, **l’allestimento degli spazi** e soprattutto la nascita del **CAFFÈ METROPOLITAN**, aperto ogni giorno, indipendentemente dalla programmazione.

Il Metropolitan **riapre** nel novembre **2022** come **cinema, teatro e luogo di incontro**, uno spazio capace di accogliere spettacoli, rassegne

I **CAFFÈ DEL TEATRO**: luoghi dove nasce la vita

Nella storia europea, i caffè dei teatri erano molto più di un servizio: si trattava di un’estensione della scena. Era lì che - tra Ottocento e Novecento - **artisti, intellettuali e spettatori si incontravano** prima e dopo gli spettacoli, mescolando idee, polemiche e visioni. Nei secoli, questi spazi hanno ospitato conversazioni decisive, manifesti artistici, amicizie e rivoluzioni culturali.

Il **Caffè del Metropolitan** si inserisce in questa tradizione: non solo luogo d’attesa, ma **cuore sociale**, dove lo spettacolo continua anche a luci spente. Un presidio quotidiano che restituisce al teatro la sua dimensione più viva: quella dell’incontro.

METROPOLITAN

Cinema Teatro Caffè

MORENO



cinematografiche, saggi di fine anno, eventi culturali e una mostra permanente dedicata al teatro di tradizione.

UN PRESIDIO CULTURALE CHE FUNZIONA

I risultati arrivano presto: abbonamenti teatrali sold out, nuove repliche aggiunte per rispondere alla richiesta, rassegne con artisti di rilievo nazionale. I biglietti restano volutamente accessibili, con prezzi simili a quelli degli anni precedenti. Il cinema vive più faticosamente, come accade in molte realtà di provincia, ma il **teatro diventa il cuore pulsante del progetto.**

Un luogo apprezzato anche dagli artisti, che riconoscono nel Metropolitan la cura di chi il teatro lo vive da dentro: **camerini accoglienti, attenzione ai dettagli, rispetto per il lavoro di chi sale sul palco.**

Oggi il Metropolitan è l'unica sala teatrale e cinematografica dei comuni vesuviani.

RESTARE, NONOSTANTE TUTTO

Fare impresa culturale al Sud resta una scommessa. I costi sono alti, le sovvenzioni spesso necessarie. Ma il valore generato è evidente. **“Se fosse scomparso il teatro, sarebbe scomparsa una delle poche cose belle del paese”**, dice Antonio.

Il Metropolitan è anche un'eredità: per i figli, che oggi lavorano nel progetto, e per una comunità che ha ritrovato un luogo dove incontrarsi.



Naples Artist Home

📍 Castel Volturno, Campania



Naples Artist Home

Alessandro Ciambrone disegna da quando era bambino, seduto ai tavoli del ristorante dei genitori a **Castel Volturno**. Gli architetti di passaggio gli ripetevano che da grande avrebbe fatto l'**architetto**, e così è stato: laurea in Architettura con 110 e lode, borse di studio internazionali in Stati Uniti e Irlanda, dottorato in cotutela tra Italia e Francia, lavoro all'università su cooperazione internazionale e beni culturali.

Dieci anni fa il sindaco di Capua lo chiama a dirigere un museo di arte contemporanea. In mezzo agli artisti, Alessandro ricomincia a **dipingere**: il primo quadro viene venduto subito, poi molti altri. In dieci anni realizza più di **mille tele** e oltre **10.000 metri quadrati di murali**, lavorando di giorno in università e di sera, all'alba e nei weekend con i colori.



UN LABORATORIO-CASA D'ARTISTA NEL VECCHIO RISTORANTE

A un certo punto decide di vivere solo di arte. Scopre **Resto al Sud** partecipando prima a un percorso del Comune di Napoli sulla misura, poi presentando un proprio progetto: trasformare il vecchio ristorante di famiglia in una **casa-laboratorio d'artista**, sul modello delle grandi botteghe del passato.

«L'idea era di creare una casa laboratorio d'artista,
come facevano i grandi artisti della nostra storia»

Il finanziamento di Invitalia permette di ristrutturare gli spazi e adeguarli all'attività. Nasce così **Naples Artist Home** a Castel Volturno, in provincia di Caserta: Alessandro ci vive, dipinge di notte e **accoglie** di giorno **studenti, scuole, imprenditori, amministratori locali**, affinché possa diventare un punto di riferimento per tutti.

UN MURALE DA GUINNESS

La svolta arriva con un progetto estremo: **realizzare il MURALE più grande al mondo** firmato da un solo artista, all'interno di un **carcere**, quello di **Santa Maria Capua Vetere**. In 50 giorni dipinge 5.500 metri quadrati, lavorando dalle sei del mattino alle nove di sera, ospitato nella caserma della polizia penitenziaria. L'opera, chiamata "**Muro della Libertà**" e dedicata a Papa Francesco, viene stimata 250.000 euro e Alessandro decide di donarla.

Il **MURALES** è una forma di **pittura** pensata per dialogare con l'**architettura**. A differenza della pittura su tela, l'artista deve adattare il disegno alle superfici, alle irregolarità del muro, alla luce naturale e alle condizioni atmosferiche. La **progettazione** è fondamentale: prima dell'esecuzione vengono spesso realizzati bozzetti in scala e studi cromatici, perché una volta iniziata la pittura l'errore diventa difficile da correggere. È una tecnica che unisce gesto artistico, resistenza fisica e capacità di lettura dello spazio urbano.

LOVE PACE

HOLLYWOOD
SUNSET
VENICE BEACH
SAN FRANCISCO
CHICAGO
NEW ORLEANS
MIAMI
OF AMERICA



THE BEST WAY TO PREDICT YOUR FUTURE IS TO CREATE IT
ABRAHAM LINCOLN

Se vogliamo migliorare le nostre vite dobbiamo occuparci di questioni ben più elementari come la sopravvivenza dei bambini e le risorse alimentari
Bill GATES

WE ARE THE WORLD
WE ARE THE CHILDREN
We are the ones who make
Brighter day
So Let's start giving

THERE IS A CHOICE WE ARE MAKING
WE'RE SAVING OUR OWN LIVES
IT'S TRUE WE'LL MAKE A BETTER DAY
JUST YOU AND ME

FRATELLI D'ITALIA L'ITALIA S'E' DESTA
DELL'ELMO DI SCIPIO S'E' CINTA LA TESTA
UNIAMOCI AMI AMOCI
L'UNIONE E L' AMORE
RIVELANO AI POPOLI LE
VIE DEL SIGNORE

MILANO
FRENZE

Suona un organo che vibra per te e per me
immensità del cielo
e per la voce dei cantori
due paesi E per te
A righe E per te lo stesso
quattro parole non fanno

Per coprire i costi di materiali, mezzi, assicurazioni e iscrizione al **Guinness World Record** raccoglie 60.000 euro in due giorni, coinvolgendo dieci imprenditori del territorio. L'investimento in comunicazione internazionale è enorme: l'opera finisce sulle piattaforme del Guinness, viene raccontata da più servizi Rai e moltiplica in pochi mesi la visibilità dell'artista e del suo laboratorio.

IMPRESA CREATIVA E IMPATTO SUL TERRITORIO

Naples Artist Home è una piccola impresa culturale che unisce **produzione artistica e rigenerazione urbana**. Alessandro lavora soprattutto per aziende private e istituzioni, con murales in scuole, ospedali, carceri e spazi pubblici, mantenendo prezzi accessibili per le tele e riservando parte del proprio lavoro a donazioni.

Il fatturato dei primi due anni supera ampiamente le previsioni iniziali del business plan, anche grazie all'effetto dei progetti più simbolici. Ma la leva principale resta la motivazione: «Per me l'aspetto economico passa davvero in secondo piano», racconta. La priorità è usare **arte e cultura come motore di sviluppo**, portando eventi, conferenze e visitatori in un'area, quella di Castel Volturno, che ha bisogno di nuove opportunità economiche e narrative.

L'ARTE CHE CREA RETE

Per celebrare i **2.500 anni di Napoli**, Alessandro realizza nuovi murales in tre scuole del centro storico, con **opere partecipate** da studenti, docenti e cittadinanza. Sta anche lavorando all'organizzazione di un grande convegno scientifico internazionale, spostato dal circuito costiero più turistico verso il casertano, con l'idea di generare indotto su alberghi, ristorazione e servizi locali.

La visione di lungo periodo è chiara: continuare a coinvolgere tutte le fasce della popolazione nel processo creativo, costruendo intorno all'arte una **rete stabile** tra istituzioni, imprese e comunità, in cui Naples Artist Home sia un punto di riferimento riconoscibile.



ARRIARIATE

LAVAZZA



INQUADRA PER SCOPRIRE DI PIU'

TABAC
LOTT

SASK
PARKING

335.6010379 - NOLEGGIO

Social Work 2.0

📍 Matera, Basilicata



Social Work 2.0

La **cooperativa “Social Work 2.0”** nasce a Matera da una domanda semplice: si può lavorare nei **servizi sociali** in modo diverso? Così prende forma l’idea di provare a innovare la **tutela dei minori**, migliorando la qualità, attraverso un’attenzione maggiore al trauma.

Il progetto parte da **Cosimo Damiano Ambrosecchia**, insieme a **Raffaella Ambrosecchia** e **Immacolata Di Noia**, laureati in Scienze del Servizio Sociale e Scienze dell’Educazione e Formazione, e già impegnati in diversi progetti sociali in città. Tra riflessioni e confronti sul campo, capiscono che è il momento di mettersi in gioco e unire competenze ed esperienze. È nella cantina di Cosimo, tra fogli sparsi e serate di brainstorming, che nasce il progetto della cooperativa e della prima comunità di accoglienza per minori.



IL SOGNO PRENDE FORMA: LA TENDA DI ABRAM

Intercettano la misura **Resto al Sud** e sviluppano il piano economico e organizzativo. Nel dicembre 2018 nasce ufficialmente la cooperativa e dopo soli sei mesi, a giugno **2019**, apre “**La Tenda di Abram**”, una **comunità familiare socio-educativa** per minori da zero a 12 anni provenienti da contesti segnati da abusi, maltrattamenti e violenza assistita, con 12 posti disponibili.

Per Cosimo, Raffaella e Immacolata la comunità non deve solo accogliere: scelgono di puntare su un **APPROCCIO RELAZIONALE**, grazie al quale ogni bambino viene accompagnato attraverso percorsi di **psicoterapia, musicoterapia e teatroterapia**, pensati per curare il trauma, costruire relazioni significative e restituire fiducia in se stessi e negli altri.

UN'ÉQUIPE CHE FA LA DIFFERENZA

La cooperativa si avvale di un'**équipe multidisciplinare** di circa 13 persone: assistenti sociali, psicologi, educatori professionali, psicoterapeuti e una pediatra. L'integrazione delle competenze riduce i rischi nei casi più complessi, e la **rete territoriale** - associazioni, protezione civile, Chiesa - garantisce un supporto importante per la comunità anche nei momenti più

L'**APPROCCIO RELAZIONALE** considera il **trauma** e le difficoltà psicologiche non solo come problemi individuali, ma come esperienze che si sviluppano all'interno delle **relazioni e dei contesti di vita**. I modelli **ericksoniani e sistemici** pongono l'attenzione sulla qualità dell'ambiente, della comunicazione e dei legami, valorizzando le risorse già presenti nella persona e nel suo contesto. L'intervento è flessibile e adattato alla storia e alle relazioni di chi è coinvolto, con l'obiettivo di favorire il cambiamento attraverso **relazioni più sicure** e significative.



difficili, come durante la pandemia.

NUOVE COMUNITÀ DI ACCOGLIENZA

Superata la fase più critica della pandemia, l'organizzazione consolida la propria struttura e amplia i servizi. Accanto a *La Tenda di Abram* nasce **Azzurro Cielo**, una nuova comunità con dieci posti letto per percorsi residenziali e semi-residenziali. Non solo, nel 2023 viene avviato un **centro diurno polivalente** per la prevenzione delle devianze, con 15 posti.

Parallelamente, la cooperativa struttura un ufficio amministrativo che si occupa anche di **progettazione sociale**. Un investimento che permette finanziamenti e partenariati con realtà nazionali come Fondazione Con i Bambini, Intesa Sanpaolo e CESVI.

FARE LA PROPRIA PARTE OGNI GIORNO

I progetti per il futuro sono tanti, tra questi l'attenzione è rivolta anche ai **ragazzi tra i 18 e i 21 anni**, per accompagnarli all'uscita dalle comunità ed evitare che i percorsi si interrompano al raggiungimento della maggiore età. Un progetto, che come tutti quelli di Social Work 2.0, nasce dalla stessa motivazione: il legame con la città e il forte desiderio di contribuire concretamente al **benessere comune**.

«È l'amore per la nostra **Matera** a darci la motivazione per restare. Il forte senso di **responsabilità politica ed etica** ci spinge a impegnarci per il bene della comunità» racconta **Cosimo**.



4.

MADE IN ITALY

RESTO
alsud

Anna Corona Liuteria

📍 Palermo, Sicilia



Anna Corona Liuteria

Quando **Anna Corona** avvia la sua attività è tra i **primi progetti finanziati con Resto al Sud, nel 2018**. In quel momento ha trentacinque anni e una storia fuori dagli schemi: appartiene a una generazione per la quale restare al Sud, a Palermo, era vissuto come un'onta, una vergogna, e costruirsi un futuro lì sembrava quasi impossibile. Per la sua famiglia non sarebbe stato possibile sostenerla nell'avvio di un'impresa, ma l'incentivo le offre l'occasione per provarci, nonostante i consigli contrari di chi le chiedeva "ma chi te lo fa fare a metterti in proprio?".

Anna si dedica a un'attività di nicchia, **la liuteria**, con un mercato limitato anche a livello nazionale, e in un settore **tradizionalmente maschile**. Racconta però che le questioni di genere le ha percepite più a livello ideologico che nei fatti: a contare, nel suo percorso, sono state soprattutto competenze, continuità e serietà nel lavoro.



DALLA MUSICA ALLA LIUTERIA ELETTRICA

La musica è la sua passione più grande. Avrebbe voluto studiare al conservatorio, ma la famiglia non credeva che potesse diventare un lavoro. Dopo il liceo classico sceglie l'indirizzo che desidera davvero e si forma in **filosofia della musica contemporanea**, un percorso che definisce bello e stimolante e che le dà una visione particolare del rapporto tra suono, gesto e strumento.

Durante l'università **visita spesso botteghe di liutai** e nasce quella che lei stessa descrive come una "malattia": pensa continuamente a come realizzare strumenti e non riesce più a smettere. Con i soldi dei regali di laurea **acquista i primi attrezzi, affitta un box auto e lo trasforma nel suo laboratorio.** I clienti arrivano poco alla volta e da allora non si ferma più: impara il mestiere da autodidatta e sceglie di dedicarsi alla **LIUTERIA ELETTRICA**, un ambito specifico che unisce **legno, elettronica e musica contemporanea.**

Nella **LIUTERIA ELETTRICA** si lavora soprattutto su **strumenti solidbody**, cioè ricavati da blocchi pieni di legno, molto diversi dalle casse armoniche sottili degli strumenti acustici. Per questo servono essenze selezionate, stabili e adatte a sostenere la vibrazione del suono. I legni più pregiati non sono facilmente reperibili a livello locale: è frequente rivolgersi a **ditte specializzate in legni per liuteria**, con fornitori in diversi Paesi europei e negli Stati Uniti, in grado di garantire materiali di prima scelta pensati specificamente per la costruzione di strumenti elettrici.

UN SALTO DI QUALITÀ CON RESTO AL SUD

Quando si rivolge a Invitalia, Anna lavora già da anni ma aspira a qualcosa di più. Il finanziamento ricevuto le consente di dotarsi di macchinari molto costosi e di un luogo più adatto alla sua attività. «**È stato un salto di qualità enorme: ho acquistato una macchina che non avrei mai potuto permettermi da sola.** E da lì i tempi di lavorazione sono cambiati: molto più rapidi. Per me è stata una spinta decisiva nel mio percorso professionale», racconta.



In quindici anni di lavoro la sua bottega riempie un vuoto nella città, offrendo ai musicisti uno spazio in cui essere accompagnati in modo diverso nella scelta e nella cura degli strumenti. Negli ultimi anni Palermo è cresciuta molto sul piano musicale e la liuteria di Anna ne diventa parte attiva, anche grazie al passaggio in laboratorio di artiste e artisti che le hanno dato stimoli e soddisfazioni: ne è un esempio la collaborazione con **La Rappresentante di Lista**.

«Tra i momenti più emozionanti c'è stata la partecipazione, anche se indiretta, a Sanremo 2021: sapere che i miei strumenti erano sul palco, mi ha fatto un certo effetto»

RESTARE AL SUD E GUARDARE LONTANO

«Amo il Sud e la mia terra, ma a volte mi fa rabbia: ci sono difficoltà quotidiane che qui esistono e che al Nord molti colleghi non incontrano». Fare impresa in questo contesto, spiega Anna, significa misurarsi con ostacoli che non aiutano l'imprenditorialità, ma che le danno anche un **motivo di orgoglio per essere rimasta**. È convinta che la mancata crescita di alcune aree potrà diventare, in futuro, un vantaggio da capitalizzare, se la Sicilia saprà coglierlo.

Il lavoro in liuteria le permette intanto di **superare i confini nazionali**: oggi è conosciuta anche all'estero, dalla Norvegia al Giappone. La sua clientela è fatta di **allievi di musica, collezionisti, studenti di conservatorio, persone con una piccola band**, quasi tutti uomini. Questo dato la fa riflettere: le piacerebbe vedere più ragazze coinvolte nella pratica musicale, nelle accademie e nei doposcuola. Tra i suoi progetti c'è la partecipazione al Guitar Show di Bologna e la presentazione del suo **secondo modello di strumento**, quello che considera una sorta di "**capolavoro**" in cui far confluire tutto il lavoro degli ultimi anni.



Ceramiche Siciliane Pattesi

📍 Patti, Sicilia



Ceramiche Siciliane Pattesi

A Patti la **ceramica** non è soltanto un prodotto: è un mestiere che **attraversa generazioni** e dà forma all'identità del paese. Per oltre un secolo, un'azienda locale ha tenuto viva questa tradizione, costruendo un sapere fatto di argilla, smalti e decorazioni dipinte a mano. Poi, tra fallimenti e passaggi di proprietà, quella storia ha rischiato di interrompersi.

Nel giugno 2021 un gruppo di ex dipendenti ha scelto di provarci: sette lavoratori, insieme a un'ottava figura esterna amministrativa, hanno fondato una **cooperativa** per non lasciare che la ceramica di Patti diventasse un ricordo. È nata così **Ceramiche Siciliane Pattesi**: un'impresa con radici antiche e con l'obiettivo di continuare a produrre senza spezzare il filo della tradizione.



UNA COOPERATIVA PER TENERE INSIEME LAVORO E RESPONSABILITÀ

La forma cooperativa non è stata un dettaglio tecnico, ma una scelta di metodo: essere in tanti, condividere decisioni e responsabilità, “unire le forze” e restare un gruppo compatto. Oggi la cooperativa riunisce il presidente **Paolo Giuttari**, il vicepresidente **Giuseppe Miragliotta** e la consigliera **Anna Mirenda**, con le tre decoratrici **Giuseppina Cavallaro**, **Maria Scaffidi** e **Mariella Caglio**, lo smaltatore **Antonino Giuttari** e il magazziniere **Alberto Mazzeo**. La divisione dei compiti serve a reggere i ritmi di una produzione artigianale che non ammette scorciatoie e a sostenere il lavoro quotidiano.

«Abbiamo pensato di essere un gruppo, ecco, unire le forze e essere un gruppo compatto»

IL LABORATORIO, IL FOTOVOLTAICO, LA RIPARTENZA

Dopo il mutuo per l'acquisto del capannone, la cooperativa ha scelto di usare l'incentivo **Resto al Sud** per sostenere gli investimenti produttivi: l'acquisto di un **forno per la cottura** delle ceramiche, la realizzazione di un **impianto fotovoltaico** per ridurre il peso dei consumi elettrici e l'acquisto di altri macchinari e attrezzature necessarie al lavoro quotidiano.

Grazie all'incentivo richiesto tra il 2022 e il 2023, la cooperativa ha potuto realizzare investimenti che, con le sole risorse proprie e il peso del mutuo, sarebbero stati difficili da sostenere.



UN MERCATO CHE PARLA SOPRATTUTTO ALL'ESTERO

Le ceramiche partono da Patti e fanno il giro del mondo. Nascono tra pennelli e forni accesi, poi attraversano oceani per arrivare sulle tavole di **ristoranti** negli Stati Uniti, in Messico, in Australia, in Francia, in Svizzera. Ogni spedizione porta con sé un frammento di Sicilia.

I clienti più frequenti sono i ristoratori, ma anche **distributori e piccoli negozi**; una parte della produzione prende forma per **conto terzi**. I contatti si allargano fino a Israele e Giappone, mentre l'**e-commerce** continua a raggiungere soprattutto il mercato italiano, creando un filo diretto tra laboratorio e case.

Le fiere restano centrali in questo percorso. La partecipazione annuale ad **Ambiente Frankfurt** è un appuntamento chiave: mesi di preparazione che iniziano in autunno e che spesso si trasformano, nel tempo, in relazioni solide e nuovi ordini.

OGNI PEZZO HA LA SUA STORIA

Il catalogo delle **CERAMICHE SICILIANE PATTESI** raccoglie disegni e linee riconoscibili, ma il vero tratto distintivo è la **personalizzazione**: cambiare colori, dipingere scritte, progettare decorazioni su misura. A volte, per un singolo pezzo, serve anche un'ora di lavoro paziente, interamente svolto **a mano**. È in quel tempo lento che si riconosce l'identità dell'azienda.

Come nasce una **CERAMICA PATTESE** dipinta a mano?

Il processo comincia dal grezzo: terracotta/argilla cotta ad alta temperatura, intorno ai 1000 °C, una scelta che punta su resistenza e qualità, pur aumentando le difficoltà di lavorazione. Da lì, ogni fase resta manuale: pulizia e levigatura, smaltatura, riposo e asciugatura per molte ore, poi la decorazione, a pennello, con tempi che cambiano da pezzo a pezzo. La seconda cottura è il passaggio di trasformazione: è lì che il semilavorato diventa prodotto finito, con la lucentezza tipica della ceramica smaltata.

Proprio da questa attenzione nasce anche la scelta di ridurre lo spreco. Nel capannone trova spazio un piccolo negozio interno dove vengono proposti i pezzi di “seconda scelta”: ceramiche con minime imperfezioni che non ne compromettono l’uso, ma che permettono di valorizzare il tempo, l’energia e la materia impiegati in ogni creazione.

Ceramiche Siciliane Patesi nasce per evitare che la storia della ceramica a Patti si interrompa. Oggi quella stessa attenzione al lavoro e alla materia diventa prospettiva: **consolidare i mercati**, far crescere l’organico, mantenere centrali i prodotti dipinti a mano come segno identitario, continuando a far evolvere l’offerta senza perdere le radici.



Boar Games

📍 Giulianova, Abruzzo



Boar Games

A **Giulianova**, in provincia di Teramo, **Giovanni Pennelli, Lorenzo Sabatini, Stefano Fagioli e Valerio Di Loreto** hanno trasformato in un progetto imprenditoriale una passione nata nell'infanzia e cresciuta con loro. Per loro i **giochi di ruolo** non sono mai stati un semplice passatempo. Negli anni Ottanta e Novanta passavano ore tra libri gioco e i primi giochi di ruolo da tavolo, in un universo allora poco conosciuto, il cui esempio più celebre era **DUNGEONS & DRAGONS**; un passatempo che oggi verrebbe spesso etichettato come "da nerd". Ma il punto, per loro, è sempre stato un altro: stare insieme, immaginare, scegliere, costruire mondi, un pezzo alla volta.

Nel tempo ognuno prende la sua strada, ma il gruppo di amici resta sempre legato a quei mondi fantastici. Il punto di **svolta** arriva tra il **2020 e il 2021**. Con più tempo a disposizione, a causa della pandemia da Covid, e nuove tecnologie ormai accessibili, come le **stampanti 3D**, decidono di mettere insieme competenze diverse e provare a realizzare un proprio gioco di ruolo. Nasce così **Boar Games**.

DUNGEONS & DRAGONS, nato negli Stati Uniti negli anni Settanta, è considerato il **primo gioco di ruolo** da tavolo moderno. La sua forza sta nell'**assenza di un percorso fisso**: ogni partita cambia in base alle scelte dei giocatori. È lo stesso principio che ha reso i giochi di ruolo longevi nel tempo e che oggi alimenta il ritorno al gioco "in presenza", fatto di **immaginazione** condivisa, **strategia** e relazione.



DAL GIOCO ALL'IMPRESA

L'idea prende forma da una mancanza precisa. Nel gioco di ruolo tradizionale tutto vive nella mente e nei dadi, ma quando lo scenario diventa fisico, la **modellistica** esistente non offre abbastanza libertà. I sistemi disponibili non permettono di costruire in verticale, di espandere lo spazio, di adattare ogni ambiente alle esigenze della partita.

Nasce così il primo prodotto, **Castle System**, un **sistema modulare e magnetico** che consente di creare castelli, edifici e scenari completamente personalizzabili. Un prodotto pensato per chi ama il gioco di ruolo, ma cerca anche un supporto fisico flessibile, espandibile e realistico. Lo raccontano i creatori:

«**Abbiamo realizzato uno strumento di gioco con la massima adattabilità, capace di crescere in ogni direzione**»

La partecipazione a **Resto al Sud** segna un passaggio decisivo. Il percorso li obbliga a strutturare l'idea, a porsi domande nuove, a trasformare un'intuizione in un progetto imprenditoriale vero e proprio.

ARTIGIANATO 2.0

La società nasce nel **2021**, dopo una lunga fase di sperimentazione. Il passaggio dal modello digitale alla produzione reale non è immediato: servono test continui, studio delle tolleranze delle stampanti 3D, suddivisione dei pezzi, prove di incastro. È un lavoro lento, fatto di tentativi, errori e miglioramenti successivi. Boar Games decide di restare su una **produzione artigianale evoluta**. I modelli non



vengono realizzati in serie industriale, ma prodotti attraverso tecniche di stampa 3D a Giulianova e **rifiniti a mano**. Le materie prime arrivano in gran parte dall'estero, ma la lavorazione, la pittura manuale e la manutenzione delle macchine vengono gestite internamente.

COMPETENZE CHE SI INCONTRANO

Il progetto cresce grazie alla somma di competenze diverse. Giovanni sviluppa la **modellazione 3D e disegna i modelli**. Lorenzo lavora sulla visione di business e sulle **campagne di crowdfunding**, che consentono di finanziare la produzione e raggiungere un maggior numero di appassionati. Stefano porta una solida esperienza nella **pittura e nella rifinitura manuale**. Valerio, rientrato dall'Inghilterra, segue l'organizzazione, il **customer service** e i rapporti con l'estero.

UN MERCATO INTERNAZIONALE

Boar Games vende direttamente al cliente finale e oggi il cuore del mercato è fuori dall'Italia: grazie alle campagne di crowdfunding su piattaforme internazionali, circa il 66% delle vendite è negli **Stati Uniti**, dove la cultura del gioco di ruolo e del gioco da tavolo è più radicata. L'Italia pesa per una quota ridotta, mentre il resto si distribuisce tra **Europa e Regno Unito**.

In questo scenario, la scelta di non puntare alla produzione di massa non è un limite ma una direzione precisa e vincente: gli appassionati sono entusiasti della **qualità del prodotto**. L'alto livello di **personalizzazione** rende ogni fase più complessa, ma resta perfettamente allineato all'idea di partenza: creare lo strumento di gioco che loro stessi avrebbero voluto usare, senza compromessi.



Coltelli Giagu

📍 Pattada, Sardegna





Coltelli Giagu

A **Pattada**, in provincia di Sassari, il coltello non è solo un utensile: è memoria, identità e tradizione. Da secoli questo piccolo centro dell'entroterra sardo è conosciuto nel mondo per la **pattadese, coltello multifunzionale** che accompagna la vita dei pastori e che nel tempo è diventato simbolo dell'isola.

Nel **2018 Adriano Giagu**, dopo la laurea in ingegneria energetica al Politecnico di Torino, è tornato a Pattada per trasformare in impresa l'arte del coltello, presente nella sua famiglia fin dal Settecento, dando vita a **Coltelli Giagu**.

UN SAPERE ANTICO, UN'IMPRESA GIOVANE

Il laboratorio di Adriano è piccolo, ma organizzato con precisione: una stanza è riservata alla lavorazione, l'altra all'esposizione dei coltelli finiti. Qui ogni pezzo viene **realizzato a mano** dall'inizio alla fine: si parte dall'acciaio grezzo, che viene forgiato e sagomato, per arrivare all'affilatura della lama e alla rifinitura del manico.

Il materiale scelto più spesso è il **corno di montone**, che offre tonalità e sfumature sempre diverse: nessun coltello risulta identico a un altro. Questo processo rende la **PATTADESE** non solo uno strumento funzionale, ma un manufatto che porta con sé le tracce del **materiale naturale** e della mano che l'ha creato.

La **PATTADESE**, conosciuta anche come **sa resolza**, è il **coltello tradizionale** di Pattada, in Sardegna. Si caratterizza per la **lama a foglia di mirto**, ispirata alla pianta simbolo dell'isola, e per il **manico in corno di montone**, materiale che garantisce infinite variazioni di colore e venature, rendendo ogni pezzo unico.

Nata come strumento dei pastori, la pattadese era utilizzata nelle attività quotidiane: dal lavoro nei campi alla preparazione del cibo. Con il tempo è diventata anche un **oggetto di pregio**, apprezzato da collezionisti e studiosi di tradizioni popolari. Le sue **origini** risalgono almeno al **XVIII secolo**, quando i maestri locali iniziarono a perfezionare le tecniche di lavorazione, trasmesse di generazione in generazione.

TRADIZIONE E NUOVE LINEE

La **resolza del pastore** rimane al centro della produzione, ma Giagu ha iniziato a sviluppare anche una **linea di coltelli da cucina**. Ispirati alle forme tradizionali, questi pezzi rispondono alle nuove esigenze di un pubblico diverso, attratto dal boom gastronomico degli ultimi anni e dalla popolarità di programmi come Masterchef. È un modo per **diversificare senza snaturare**: proporre strumenti funzionali che mantengono il legame con la tradizione e al tempo stesso si aprono a nuovi mercati.



A fine 2024 Adriano ha portato Coltelli Giagu a Dubai per un'**esposizione dedicata ai prodotti italiani** e che ha visto la partecipazione di circa 20 aziende del Made in Italy: un passaggio che ha ampliato la rete di contatti e aperto opportunità nel mondo dell'**hôtellerie di fascia alta**, con **forniture dedicate** sia alla sala sia alla cucina. In parallelo, nello stesso periodo, è proseguita anche la crescita sul piano della comunicazione, con una presenza social più strutturata.

L'ARTE COME VOLANO PER L'ENTROTERRA

Se la Sardegna è spesso identificata con le località costiere, Pattada dimostra come l'**entroterra** custodisca **risorse culturali** capaci di attrarre visitatori e appassionati. Il coltello è parte di questo patrimonio: ha reso il paese noto a livello internazionale e continua a rappresentare un richiamo per chi cerca oggetti autentici. In questo senso, l'attività di Giagu non è soltanto personale, ma contribuisce a mantenere viva una comunità che nel coltello ha la sua firma distintiva.

CONTINUITÀ FAMILIARE

Tornare in Sardegna è stata per Adriano una scelta di fiducia verso la propria terra.

«È stata la decisione giusta e la rifarei senza esitazioni»



Avviare un'attività artigianale nell'entroterra significa affrontare ostacoli reali, ma anche avere la soddisfazione di costruire un progetto radicato nella propria storia. Oggi una delle sorelle ha iniziato a imparare il mestiere, segno che la tradizione potrebbe continuare con nuove mani. E, mentre il laboratorio cresce, l'attività esplora anche una dimensione più di nicchia, puntando sul **coltello come oggetto da collezione**, a partire da un modello celebrativo della storia di Coltelli Giagu in edizione limitata.

Su un'idea della sorella sta nascendo anche una **linea** legata all'approccio anti-spreco, con **gioielli realizzati** interamente in **corno** a partire dal **materiale di scarto**. In un contesto in cui la produzione industriale tende a uniformarsi, il coltello artigianale resta un elemento distintivo, capace di raccontare la differenza attraverso la manualità e il tempo dedicato a ciascun pezzo.

Fiori d'Arancio

📍 Santo Stefano Quisquina, Sicilia



Fiori d'Arancio

Nel cuore dell'entroterra siciliano, a **Santo Stefano Quisquina** in Provincia di Agrigento, due sorelle hanno trasformato un gesto antico in un'attività imprenditoriale. Tutto nasce dal pizzo chiacchierino, raffinata **tecnica di ricamo** nata in epoca vittoriana e profondamente radicata nella tradizione isolana. Cresciute tra fili, pizzi e mani esperte, **Francesca e Marilena Alfieri** coltivano sin da bambine la passione per questa arte antica.

Anche negli anni in cui Francesca studiava psicologia e Marilena frequentava il liceo, il desiderio di entrambe era di trasformare il pizzo in qualcosa di più. Nel **2019**, con il sostegno dell'incentivo **Resto al Sud**, il sogno prende forma: nasce **Fiori d'Arancio**, un laboratorio artigianale che unisce radici e visione.



DAL FILO ALL'IMPRESA

Nel laboratorio il **PIZZO CHIACCHIERINO** si trasforma: da decoro della tradizione diventa dettaglio da cerimonia, **accessorio di design, gioiello tessile contemporaneo**. Ogni creazione è realizzata interamente **a mano**, senza macchinari, in un tempo che va da una a sei ore. È un lavoro lento e preciso, che restituisce valore alla cura, alla pazienza, alla storia.

Francesca immagina, disegna e coordina. Si occupa della produzione e dello sviluppo commerciale, cercando ogni giorno nuove strade per far crescere il progetto. Marilena lavora al pizzo con la stessa attenzione appresa da bambina. Accanto a loro, spesso, c'è la madre: tre generazioni che intrecciano fili, storie e memoria, dando vita a **due collezioni all'anno** dallo stile unico, autunno-inverno e primavera-estate, e **capsule** pensate per **occasioni speciali**, come Natale o San Valentino.

UN MODELLO DI ARTIGIANATO SOSTENIBILE

Ogni creazione nasce da materiali scelti con cura: **arancia, fico d'India, oro 24 carati**, forniti da altre realtà siciliane che condividono lo stesso rispetto

Il **PIZZO CHIACCHIERINO** è una tecnica di **lavorazione a mano** che consiste nell'**intrecciare sottili fili di cotone**, seta o lino con l'ausilio di una **navetta** o, in alcuni casi, di **un ago**. Il risultato è una **trama decorativa di nodi e anelli**, leggera e resistente, usata tradizionalmente per realizzare centrini, veli da sposa e ornamenti da corredo. La tecnica arriva in Europa nel **XIX secolo** e si diffonde rapidamente anche in Italia, in **particolare nel Sud**. Rispetto ad altri merletti, il chiacchierino si distingue per la sua struttura modulare e per la possibilità di creare motivi geometrici molto complessi partendo da un semplice nodo. Il nome deriva probabilmente dal fatto che, durante la lavorazione, le **donne conversavano** tra loro: "chiacchieravano".



per la terra. Il risultato è un prodotto autentico, con una **filiera corta e sostenibile**, pensato per durare nel tempo.

Nei mesi più intensi il laboratorio può realizzare fino a **300 pezzi unici**. Intanto l'**e-commerce cresce** giorno dopo giorno, con un obiettivo chiaro: portare oltre i confini dell'isola un'identità che si riconosce al primo sguardo. Anche le **modelle** scelte per indossare le creazioni delle due imprenditrici fanno parte di questa narrazione: sono **ragazze dei paesi vicini**, che rappresentano il territorio in modo vivo e autentico.

Nel tempo le sorelle hanno avviato anche **collaborazioni con realtà formative** del territorio, dando vita a **corsi di ricamo** pensati per trasmettere una lavorazione antica, ma rivisitata, alle generazioni più giovani. Per Francesca e Marilena è un passaggio fondamentale: un modo per custodire il sapere e, allo stesso tempo, per creare una rete di collaboratrici nei momenti di maggiore intensità produttiva.

FARE IMPRESA AL SUD

Oggi Fiori d'Arancio partecipa a **fiere di settore**, espone i suoi prodotti all'estero e collabora con realtà locali. **Amsterdam, Londra e Los Angeles** sono mercati in cui i loro prodotti hanno trovato un solido riconoscimento. Ma Francesca resta fedele a una scelta precisa, che racconta così:

«Se fossi andata al Nord, quest'impresa non l'avrei mai aperta».

Il laboratorio fa parte della rete **Creativity Sicily** e Francesca rappresenta le



imprenditrici della **CNA di Agrigento**. Per lei costruire il futuro in Sicilia significa soprattutto questo: credere nel territorio e imparare a fare rete.

L'IDENTITÀ COME LEVA

Fiori d'Arancio non è un ritorno nostalgico al passato, ma un modo nuovo di custodirlo e trasformarlo. Un'**impresa artigianale** che coniuga **lentezza, cura, sostenibilità, strategia e innovazione**. E che dimostra come da un filo, se non lo si spezza, può nascere una visione.

Formato

📍 Tolentino, Marche





Formato

A **Tolentino**, in provincia di Macerata, territorio dalla forte tradizione manifatturiera ancora in ricostruzione dopo il sisma del 2016, nasce l'avventura dei fratelli **Francesca e Marco Scattolini**, classe 1989 e 1996. Laureata in Architettura lei, in Scienze Storiche lui, crescono tra il profumo del legno e il **lavoro artigianale del padre, falegname** per oltre cinquant'anni, ora in pensione. Un'esperienza quotidiana che li porta ad appassionarsi a quel mondo fatto di manualità, cura e materiali.

Nel **2021** prende così vita **Formato**, realtà che raccoglie l'eredità familiare trasformandola in un progetto contemporaneo. Un percorso che Francesca e Marco definiscono "molto naturale": **dalla piccola falegnameria allo studio di interior design artigianale**. L'apertura arriva anche grazie a Resto al Sud, da loro considerato l'unica via concreta per poter avviare un'impresa mantenendo un forte legame con il territorio.

ARTIGIANALITÀ MODERNA E SOSTENIBILITÀ

“*Formato, Sustainable Furniture*”: non è solo uno slogan, ma uno dei pilastri del progetto. L’obiettivo è realizzare arredi su misura che uniscono **sostenibilità e autenticità dell’artigianato italiano**. L’azienda utilizza **VERNICI ALL’ACQUA** e materiali privi di formaldeide, le pannellature e le strutture sono realizzate con legno certificato FSC oppure con legno massello locale, di cui conoscono la provenienza e la stagionatura.

Grazie ai finanziamenti di **Resto al Sud**, i due fratelli acquistano **macchinari 4.0**, tra cui una cabina pressurizzata per la verniciatura a base acquosa. Formato gestisce internamente l’intero ciclo produttivo: dalla falegnameria alla laccatura, fino al montaggio. Questo consente di ridurre trasporti, imballaggi e sprechi, limitando l’impatto ambientale.

CRESCITA E MERCATO

Oggi Formato realizza arredi su misura per clienti privati, ristoranti e studi di architettura, seguendo anche la progettazione grazie alla formazione di Francesca e al supporto di un giovane architetto nel team. Circa il 90% delle commesse proviene da città come **Roma e Milano**, dove il mercato permette progetti più ampi e articolati. Resta però centrale la **filiera locale**, con una rete di piccole e medie imprese marchigiane che forniscono lavorazioni complementari, costruendo un ecosistema produttivo fortemente radicato nel territorio.

Le **VERNICI AD ACQUA** utilizzano l’**acqua come principale solvente** al posto dei tradizionali prodotti chimici, riducendo le emissioni di composti volatili (VOC) nocivi per l’aria e per la salute. Questo le rende ideali per ambienti chiusi, proteggendo chi lavora e chi vive gli spazi. Inoltre, durante l’applicazione producono meno odori e meno inquinamento e, lungo il ciclo di produzione, riducono l’impiego di sostanze chimiche aggressive: così l’intero processo risulta più sostenibile. Una scelta responsabile che fa la differenza per le persone e per l’ambiente.



Parallelamente Marco e Francesca investono su **branding e comunicazione** per ampliare il portafoglio clienti senza snaturare l'anima artigianale della produzione, che resta rigorosamente su misura. Anche la sperimentazione con l'**influencer marketing** si rivela efficace, portando nuovi contatti da tutta Italia e confermando il ruolo dei social nel settore dell'arredo.

IMPEGNO PER LA COMUNITÀ E NUOVI PROGETTI

Nel 2024 Formato riceve il **premio Intesa Sanpaolo per l'innovazione e la sostenibilità**. L'impegno si estende anche alla comunità locale, con sponsorizzazioni di eventi culturali e collaborazioni per iniziative cittadine, attività che Marco e Francesca portano avanti con convinzione.

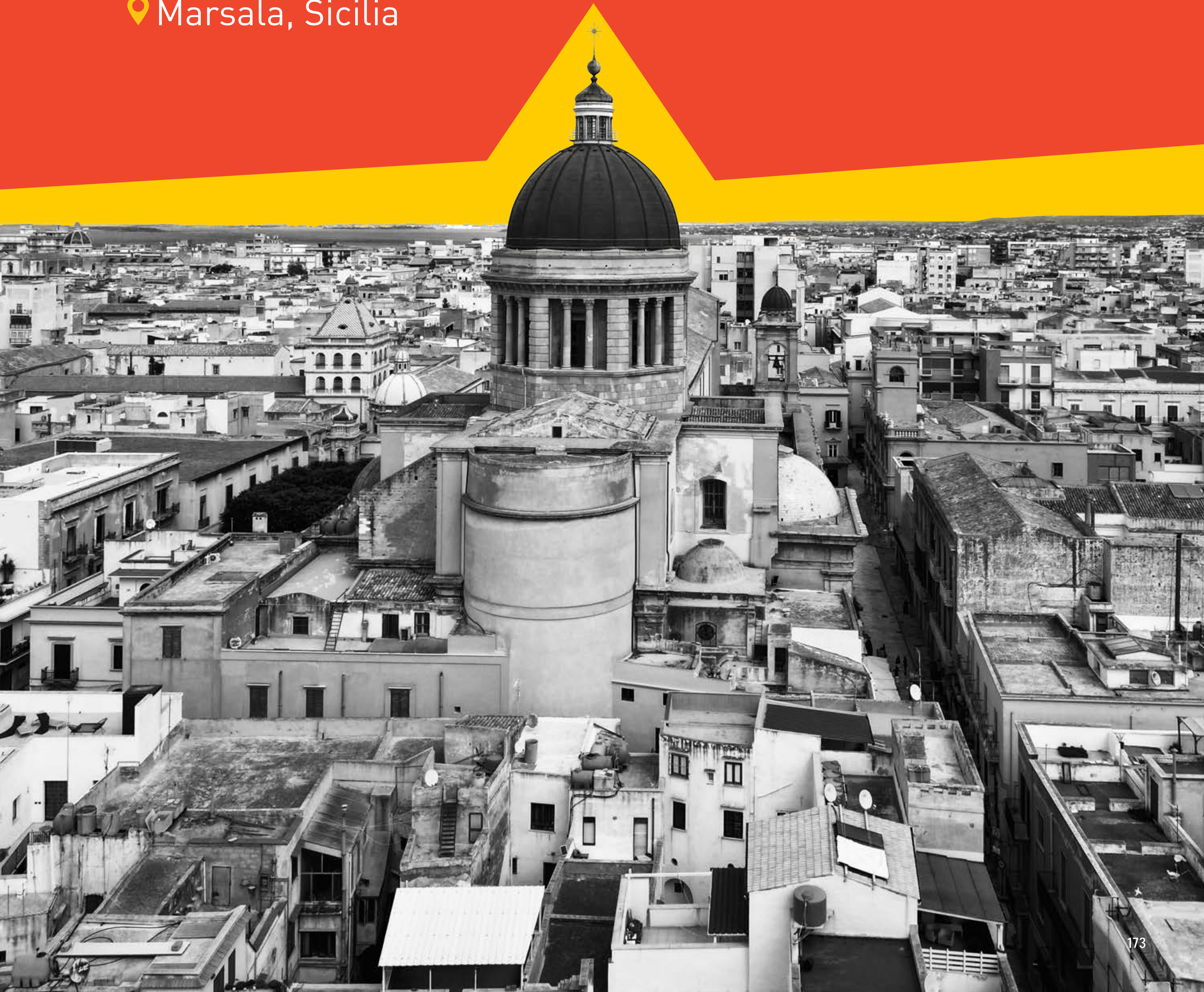
«Per noi è una gioia poter dare il nostro contributo alla città, sostenendo e arricchendo la sua vita culturale.»

Il futuro guarda a nuovi investimenti: macchinari sempre più efficienti, una figura dedicata al marketing e una presenza più strutturata a Milano. Con Formato, Francesca e Marco danno nuova linfa a una storia di famiglia, dimostrando ogni giorno che **tradizione e innovazione possono crescere insieme**.



Lilybaeum Yacht

📍 Marsala, Sicilia



Lilybaeum Yacht

Il mare come punto di partenza e di ritorno. È intorno a questa passione che prende forma **Lilybaeum Yacht**, il cantiere nautico fondato a Marsala da **Giorgio Maggio** e **Vincenzo Pecorella**.

Il nome richiama l'antica denominazione latina della città, Lilybaeum, scelta come segno di continuità tra radici e futuro. Dopo gli studi a **Milano**, i due soci hanno deciso di riportare in Sicilia competenze diverse ma complementari: **architettura navale ed economia d'impresa**. Dal **2020** progettano e costruiscono **imbarcazioni da diporto** con l'obiettivo di unire design contemporaneo e manifattura cantieristica locale.



IL VARO DELLA PRIMA BARCA

Il primo traguardo arriva nel 2021 con la **Levanzo 25**, dal nome di una delle Isole Egadi, un **DAY-BOAT** di otto metri ispirato allo stile dei fisherman americani. Progettata da Giorgio e seguita sul piano economico e commerciale da Vincenzo, la barca ha unito **robustezza, agilità e abitabilità**. È il modello che ha segnato l'ingresso di Lilybaeum Yacht nel settore e che ha raccolto subito interesse anche all'estero, fino a vincere tre premi internazionali.

Un **DAY-BOAT** è un'imbarcazione di **piccole dimensioni**, solitamente tra i 7 e i 10 metri, pensata per **uscite giornaliere** in mare. Privilegia maneggevolezza, velocità e vivibilità degli spazi esterni, mentre l'interno è ridotto al minimo, con cabine essenziali o assenti. Negli ultimi anni questo tipo di barca ha conosciuto una **forte diffusione**, grazie al design sempre più curato e alla versatilità d'uso, che la rendono adatta sia alla **navigazione costiera** sia alla **pesca sportiva**.

DALLA PRIMA USCITA AI MERCATI ESTERI

Dal varo del primo prototipo, il percorso di Lilybaeum ha preso rapidamente forma. Già nel 2021 le imbarcazioni entrano nei circuiti di **dealer internazionali**, con vendite in più di 16 Paesi: dalla Spagna al Portogallo, dalla Francia fino agli Stati Uniti e all'Australia.

Ad oggi sono state realizzate **70 unità della Levanzo**. Intanto, il dialogo con i clienti si è fatto sempre più stretto e ambizioso: sono cresciute le richieste di modelli più grandi, con maggiore autonomia di navigazione e più spazio da vivere a bordo.

Da qui prende forma una gamma articolata: **quattro modelli complessivi**,



LYBÆUM
YACHT

tre differenti layout della Levanzo 25 e la **Lipari 31**, un'imbarcazione di 10 metri. Ma lo sguardo è già rivolto avanti. Vincenzo e Giorgio hanno progettato una **barca a emissioni zero**, con motore elettrico, sviluppata in collaborazione con startup della mobilità sostenibile: una soluzione pensata anche per contesti diversi, come la navigazione nei laghi. Parallelamente, sono in fase di studio e progettazione **nuove imbarcazioni** di dimensioni maggiori, fino a raggiungere i **12 metri**.

FARE IMPRESA A MARSALA

La scelta di tornare in Sicilia non è stata semplice. «Non esiste una filiera nautica strutturata come in Toscana - spiegano - e reperire manodopera specializzata è una sfida continua».

Nonostante le difficoltà, l'azienda ha scelto di strutturarsi con pazienza e visione. Da un lato ha **internalizzato** alcune **maestranze**, investendo nella formazione dei più giovani; dall'altro sta costruendo una **rete di collaboratori e artigiani** tra Trapani e Palermo, che partecipano insieme a loro a tutte le fasi della costruzione: dagli stampi agli impianti elettrici, fino all'assemblaggio finale.

La soddisfazione ripaga gli ostacoli. Creare un'impresa a Marsala significa restituire **valore al territorio**, intrecciare competenze e aprire nuove possibilità di crescita.

UNA SFIDA CHE GUARDA AVANTI

Lilybaeum Yacht non è soltanto un'impresa, ma un tassello nella



LILYBAEUM

costruzione di una **filiera nautica siciliana**. L'obiettivo è crescere, aumentare la componente interna delle lavorazioni, ampliare la gamma di modelli e consolidare la presenza sui mercati esteri.

Per Vincenzo e Giorgio, tornare a casa e mettere a frutto le competenze acquisite altrove è già una soddisfazione, ma il progetto guarda più lontano: fare di Marsala un punto di riferimento per la nautica da diporto.

«Tornare in Sicilia per fare impresa? Qualcuno ci ha presi per matti. Per noi invece fare gli imprenditori al Sud è assolutamente possibile.»

Pastificio Svevo

📍 Gioia del Colle, Puglia



Pastificio Svevo

Questa storia inizia d'estate, tra i campi di grano di **Gioia del Colle**, in Puglia, con quattro amici e nonno Minguccio che li aspettava in masseria con ciò che serviva: un posto dove dormire, una colazione semplice, vecchie biciclette e un pallone arancione. Poi tornava ai campi, perché "il grano non aspetta". Quando il pallone finiva tra le spighe, oltre al rimprovero, sempre stemperato da un sorriso, arrivava la richiesta di un aiuto a riempire di grano dei vecchi sacchi di iuta, con gesti ripetuti con attenzione. In quelle estati c'era già un'idea chiara: il valore delle cose nasce dalla cura e dal tempo che si sceglie di dedicarvi.

Anni dopo **Donato De Marinis, Enrico Soria, Giuseppe Paradiso e Patrick Laterza** decidono di tornare alle radici: lavorare solo **grani della tradizione pugliese e lucana**, selezionati per l'alto contenuto proteico, e trasformare quel legame in un progetto imprenditoriale. Così prende forma il **Pastificio Svevo**, di cui i primi tre amici sono soci.



UN GUSTO CHE ATTRAVERSA I MILLENNI

La **pasta** è uno degli alimenti più famosi al mondo, **simbolo dell'Italia** e risultato di una lunga stratificazione culturale che racconta la storia del nostro paese. Quando all'inizio del XIII secolo arrivò Federico II di Svevia a fare della Puglia uno dei centri del suo regno, fu proprio il cibo semplice e ben fatto a lasciare il segno.

A Gioia del Colle, terra federiciana, il grano è sempre stato una presenza costante: sole, vento e campi aperti definiscono ancora oggi il carattere di questo luogo. È qui che il passato diventa misura, non nostalgia. La stessa misura che guida il Pastificio Svevo, che porta proprio il nome di quel Federico II: una **lavorazione artigianale**, a filiera corta, che rispetta la materia prima e i suoi tempi.

CON LE PROPRIE MANI

Pastificio Svevo nasce, con il supporto di **Invitalia**, nel **2019** da una scelta condivisa: licenziarsi e costruire qualcosa di proprio. Grazie alle competenze acquisite come dipendenti in altri pastifici, oggi Donato segue l'area commerciale, Enrico è responsabile della qualità, Patrick è responsabile del confezionamento e Giuseppe, mastro pastaio, è il riferimento della produzione. All'inizio gran parte del lavoro era manuale, in un opificio essenziale.

La svolta è arrivata nel 2022, l'anno di maggiore crescita, mentre nel **2023**, con l'acquisto di nuovi essiccatori, è arrivato un ulteriore **consolidamento**, trasformando il laboratorio in una struttura moderna, senza però perdere l'approccio artigianale. Scelta confermata dalla **cura del packaging**, pensato come un pacco regalo, con un fiocco legato a mano che trasforma il pacco di



pasta in un *dono*.

È in questo contesto, fortemente legato alle tradizioni, che si afferma la pasta di **GRANO ARSO**, con il suo sapore forte, capace di distinguersi. Un percorso che porta alla menzione del **Gambero Rosso** e consolida l'identità del pastificio.

«Strumenti come Resto al Sud incentivano i giovani a non abbandonare l'Italia e a provare a costruire qualcosa nella terra di origine»

IN GIRO PER IL MONDO

Fin dai tempi della sua invenzione, una volta prodotta, la pasta veniva conservata in botti, così da poter viaggiare ed essere conservata a lungo. Nella scia di questa tradizione, oggi la pasta del Pastificio Svevo raggiunge soprattutto il mercato degli **Stati Uniti**, con una nuova **espansione in Europa**, in particolare in Spagna, e una selezionata distribuzione d'eccellenza nell'Italia del nord, attraverso piccole botteghe, distributori scelti e progetti di private label.

In questi anni il team è cresciuto fino a 13 persone, segno di uno sviluppo solido e costante. I piani per il futuro includono l'apertura di ulteriori mercati, anche attraverso una campagna fieristica importante.

Con la loro esperienza, i fondatori sperano di dimostrare che anche nel territorio d'origine è possibile fare impresa, creare lavoro e costruire futuro. Senza allontanarsi, ma restando.

La pasta di **GRANO ARSO** è un prodotto legato alla **tradizione contadina di Altamura**, la capitale del pane, quando i contadini raccoglievano i chicchi di grano rimasti sui campi dopo la bruciatura delle stoppie. Il risultato è una **pasta dal colore scuro** e dal gusto tostato e deciso, con un tono leggermente affumicato che la rende perfetta per accompagnare piatti di verdure.



Persit

📍 Gioia Tauro, Calabria



Persit

Spesso le intuizioni migliori sono quelle maturate nel tempo. È il caso di **Persit**, “Persiane Italiane”, fondata da **Rocco Morrone, Gaetano Mazzitelli, Erica Timpani ed Elisabetta Esposito** - colleghi in altre aziende del settore, con esperienze diverse ma complementari - con l'aiuto di **Salvatore Timpani**, che segue l'area commerciale ed è il punto di contatto diretto con i clienti. Nel novembre 2021 l'idea prende forma, a **gennaio 2022** diventa attività concreta.

In un contesto reso difficile da bonus edilizi, domanda altissima, prezzi delle materie prime in aumento e tempi di consegna sempre più incerti, loro decidono di partire. Non per inseguire un'occasione veloce, ma per costruire qualcosa di proprio, “cucito” sulle finestre delle case italiane.



CHIUDERE LA CASA, BENE

Il primo prodotto di Persit è la **persiana in alluminio**. Da qui anche il nome: Pers-IT, persiane italiane. Perché, nel paese del sole, al centro dell'obiettivo dell'azienda c'è la volontà di far star bene le persone nelle proprie case. Ma Persit ha nel suo nome anche un richiamo all'information technology, a sottolineare come fin dall'inizio l'apporto della **tecnologia** abbia aiutato ad offrire il miglior prodotto.

La produzione inizia a marzo 2022 e cresce rapidamente. Alle persiane si affiancano gli **infissi in ALLUMINIO a taglio termico**, realizzati con gli stessi macchinari e la stessa attenzione. Si tratta di finestre su misura, necessarie perché in Italia spesso ogni apertura è diversa dall'altra. È un prodotto tecnico, che richiede competenza non solo in fabbrica ma anche in fase di posa. Per questo Persit lavora a stretto contatto con i **rivenditori e con gli installatori**, considerandoli parte integrante del progetto.

L'**ALLUMINIO** è una scelta tecnica di **grande qualità**. Si tratta di un materiale stabile, resistente e preciso nelle lavorazioni. Non si deforma nel tempo, sopporta gli agenti atmosferici e garantisce alte prestazioni, soprattutto se abbinato al taglio termico. È inoltre completamente **riciclabile**, una qualità che ne rafforza il valore nel lungo periodo. Per Persit, l'alluminio rappresenta l'equilibrio tra affidabilità, efficienza e responsabilità.

ORGANIZZAZIONE, TECNOLOGIA, RELAZIONI

Uno degli elementi distintivi di Persit è l'ufficio tecnico interno, che permette un alto livello di personalizzazione e una ricerca costante dedicata al design. A questo si affianca un **software proprietario**, messo a disposizione dei rivenditori: uno strumento che consente di verificare ordini, avanzamenti e dialogare direttamente con l'azienda.



«Crediamo molto nel supporto che le nuove tecnologie possono dare, non solo nei prodotti finiti ma anche nella sfera gestionale e nell'offerta di servizi dedicati a supporto del cliente»

Ma la differenza non è solo tecnologica, è nel modo di stare sul mercato, non dicendo sì a tutto, ma scegliendo di rispettare gli impegni presi. La lealtà verso i partner diventa una strategia precisa: progettare insieme, crescere insieme.

CRESCERE SENZA PERDERE IL CENTRO

In pochi mesi l'azienda passa da **9 a 50 dipendenti**. A giugno 2022 lo spazio iniziale non basta più; a ottobre arriva il trasferimento in una ex area produttiva di quasi 5.000 metri quadrati.

Oggi Persit conta oltre **400 clienti in tutta Italia**, conquistati grazie a relazioni dirette e alla credibilità guadagnata sul campo. Nel 2023 arriva un riconoscimento inatteso: la partecipazione a **Made Expo di Milano**. In due anni, Persit è passata dall'idea allo stand, avendo accanto fornitori, concorrenti e partner che riconoscono il lavoro fatto.

LAVORARE BENE PER LAVORARE MEGLIO

Alla base di tutto c'è una visione chiara: la **dignità del lavoro**. Far stare bene le persone non è un dettaglio, ma una condizione necessaria. Orari flessibili, attenzione agli spazi, senso di squadra. Perché si passa più tempo in azienda che altrove, e quel tempo deve avere valore.

«Non è solo fare un prodotto», ripetono spesso i fondatori. «Bisogna ricordarsi che quella casa ospiterà delle persone». È questa consapevolezza che tiene insieme **tecnica e responsabilità**, crescita e misura. E che fa di Persit non solo un'azienda che produce chiusure, ma un progetto che tiene aperta una direzione, chiara e coraggiosa.



5. SOSTENIBILITÀ E GREEN ECONOMY

RESTO
al sud

Agricolab

📍 Catania, Sicilia



Agricolab

Giuseppe Rizzo, laureato in Giurisprudenza, e **Fawn Soon**, laureata in Psicologia, si incontrano in Argentina. Dopo un periodo trascorso a Singapore, dove avviano un primo progetto di produzione di lievitati, decidono di tornare nella terra d'origine di Giuseppe: la Sicilia. Li attraggono una **biodiversità straordinaria** e un **tessuto di realtà agricole giovani e innovative**, ancora in parte da valorizzare.

Nasce così l'idea di costruire un'impresa capace di intrecciare territorio, agricoltura e cucina. Nel **gennaio 2018**, poco più che trentenni, presentano la **domanda per Resto al Sud**. Grazie al finanziamento ristrutturano un ex panificio a Catania e acquistano le attrezzature necessarie.

A giugno apre **Agricolab**, un ristorante pensato per trasformare i prodotti dell'agricoltura siciliana in cibo "di sostanza": piatti genuini, pronti e accessibili, pensati per la vita quotidiana in città, dove sono gli ingredienti locali e stagionali a guidare il menù. «**A tavola raccontiamo storie di persone, territori e sapori: li uniamo e creiamo qualcosa di nuovo**», racconta Giuseppe.



UN'EVOLUZIONE NATURALE: IL LABORATORIO DI PRODUZIONE

Con l'arrivo della pandemia il progetto affronta una fase complessa, ma Giuseppe e Fawn scelgono di reagire ampliando le attività. Nasce così il **laboratorio di produzione e confezionamento** a Sortino, in provincia di Siracusa, con l'obiettivo di sostenere i produttori agricoli locali e facilitare l'accesso a pasti pronti basati su una **FILIERA AGRICOLA CORTA**, trasparente e priva di conservanti superflui.

In questo periodo prende forma anche la linea dei **veggie burger siciliani**, realizzati con ciò che offre la campagna – ortaggi, legumi, mandorle – confezionati in **imballaggi compostabili**. Accanto a questi vengono realizzate e messe in produzione verdure pronte e altre preparazioni pensate per una cucina semplice e quotidiana.

FARE RETE

Attorno ad Agricolab si costruisce nel tempo una **rete di agricoltori** provenienti da tutta la Sicilia, fondata su collaborazione, qualità delle produzioni e fiducia reciproca. Fare rete rappresenta una parte essenziale del progetto, riassunta nel loro motto: «**Se uno cresce, cresciamo tutti**».

Agricolab cerca di rispondere a una delle difficoltà principali del settore

Per **FILIERA AGRICOLA CORTA** si intende un percorso in cui ci sono **pochissimi intermediari** tra chi produce il cibo e chi lo consuma.

Questo permette di mantenere più intatte le caratteristiche del prodotto, riconoscere un prezzo più giusto ai produttori, ridurre trasporti e passaggi superflui e offrire alimenti più freschi e tracciabili. In questo modo la spesa quotidiana diventa anche un gesto che **sostiene i territori agricoli** e rende più visibile il lavoro di chi coltiva.



A
AGRICOLAB
— Redda rassa pura —

agricolo di qualità: la distanza tra produttori e consumatori. Il progetto prova a costruire una via intermedia tra filiera tradizionale e grande distribuzione, creando **canali più diretti** che rendano accessibili prodotti d'eccellenza senza snaturarne l'origine e i valori.

UN NUOVO CONCEPT A CATANIA

Proprio con questo sguardo oggi il progetto apre un nuovo capitolo, ancora con il supporto di Resto al Sud: un **punto di distribuzione 24 ore su 24** basato su **vending machine** di nuova generazione. Si tratta di distributori non tradizionali, che ospitano prodotti Agricolab e di altre piccole realtà agricole e artigiane selezionate, spesso escluse dai circuiti della grande distribuzione. L'obiettivo è duplice: ridurre una parte dei costi fissi e garantire un accesso continuo a cibo buono, sano e territoriale.

Il filo conduttore resta invariato in tutte le evoluzioni di Agricolab, dal ristorante al laboratorio, fino alla distribuzione.
Come sintetizzano Giuseppe e Fawn:

«Vogliamo offrire pasti genuini, agricoli e accessibili per promuovere buone abitudini alimentari e regalare momenti di gioia»



ASSAGGI €5

- ratatouille
- bibita schiatica
- sfornato di verdure
- insalata di cipolla di Garrafana

PASTA FRESCA

- rigatoni con ragù e burragne €9
- fusilli con pesce spada e aglio in bianco in sugo scoglio
- tagliatelle con braciotti, cipolla, pomodoro e mandorle €9

ASSORTIMENTO DI FOCACCE €3/5

SECONDI PIATTI

- filetto di pesce spada, rissotto €10
- arrosti di manzo €10
- ariete con cipolla, burragne e pomodoro seccato €9

DOLCI

- cioccolato biondo €9
- cioccolato €5

Centauroos

📍 Ascoli Piceno, Marche



Centauroos

Nel **2016** una lunga **sequenza sismica** colpisce il Centro Italia, devastando borghi e comunità nelle Marche, in Umbria e nel Lazio. È da quelle macerie, materiali e simboliche, che nasce l'idea di **Centauroos**.

Marco Galasso, architetto marchigiano, in quegli anni vive e lavora in Olanda. Si occupa di infrastrutture e collabora con università e centri di ricerca, ma dopo il terremoto inizia a seguire anche **progetti di ricostruzione dei borghi** colpiti. È lì che emerge una frattura evidente: la necessità di ricostruire in fretta porta quasi sempre all'uso del cemento armato, una soluzione efficace dal punto di vista strutturale, ma spesso distante dalla storia e dall'identità dei luoghi.



UNA TECNOLOGIA CHE PARTE DALLE MACERIE

Nel **2021**, insieme a **Giovanni Marinelli** e a **Roberto Cognoli**, Marco fonda Centauroos con un obiettivo chiaro: trasformare macerie e **rifiuti da demolizione in nuova materia prima**. Attraverso un **braccio robotico** di **STAMPA 3D**, l'azienda realizza elementi di **arredo urbano** e architettonici, progettati per essere più resistenti ai terremoti grazie a sistemi di incastro evoluti.

Il progetto trova inizialmente ascolto all'estero: viene presentato nei Paesi Bassi, ottiene il supporto dell'Università di Eindhoven e del fondo d'investimenti Creative Industries. Ma il cuore del problema è italiano, e Marco sa che la vera sfida è tornare a casa.

TORNARE NELLE MARCHE PER COSTRUIRE NEL TEMPO

Grazie all'incentivo **Resto al Sud**, nel **2022** Centauroos ottiene le risorse necessarie per **acquistare macchinari complessi** e avviare la sperimentazione produttiva in Italia. Un passaggio decisivo per i tre soci, fondamentale per trasformare la ricerca in impresa.

A **maggio 2024** - anche grazie a un **nuovo socio finanziatore** entrato in squadra, la società edilizia **Panichi srl** - viene inaugurata l'**unità produttiva ad Ascoli Piceno**,

La **STAMPA 3D** secondo Centauroos.

Centauroos utilizza la stampa 3D in modo non convenzionale, applicandola all'edilizia storica e alla rigenerazione urbana. Il cuore del processo è un braccio robotico in grado di **“stampare” elementi in pietra riciclata**, ottenuta da macerie e rifiuti da demolizione. A differenza delle tecniche tradizionali, la stampa consente di progettare incastri complessi e geometrie su misura, migliorando la **resistenza antisismica delle strutture** e riducendo l'uso di nuovi materiali.

La tecnologia non sostituisce la tradizione costruttiva in blocchi, ma la aggiorna: permette di lavorare con precisione, di adattarsi ai contesti storici e, in prospettiva, di intervenire direttamente in cantiere, avvicinando produzione e ricostruzione.



negli spazi dell'ex cartiera Mondadori: un luogo simbolico dove oggi non si stampa carta, ma pietra.

DAL PROTOTIPO AL TERRITORIO

Tra il 2024 e il 2025 Centauroos passa dalla sperimentazione alle prime realizzazioni pubbliche. Nasce il primo elemento installato: un **totem informativo con panchina** in Piazza Roma ad Ascoli Piceno. Seguono interventi in aree terremotate come Ussita e Amatrice, dove l'azienda realizza un **sistema di sedute** in collaborazione con il **collettivo Cracking Art**.

Nel frattempo, Centauroos viene selezionata per la Biennale di Architettura di Venezia 2025, dove espone un progetto dedicato all'uso della stampa 3D in contesti storici. Un riconoscimento che conferma la validità di una visione nata da una ferita aperta.

Fare impresa, per Marco Galasso, ha significato tornare nelle Marche e lavorare sui propri luoghi, accettandone le complessità. Con Centauroos la ricostruzione non è solo tecnica: è un atto culturale, che prova a immaginare un futuro dove anche le macerie possono diventare fondamenta.

«Con tutte le sue difficoltà, vivere in Italia vuol dire tornare a casa e accedere a uno stile di vita migliore»



Ficomore

📍 Avola, Sicilia



Ficomore

Andrea Spada, romano, si laurea in Scienze Politiche e per quindici anni lavora come commerciale per l'estero in imprese private. Da sempre, accanto a questo percorso, **coltiva una passione, i rettili**, vissuta tra allevamenti, fiere europee e curiosità costante.

Proprio da questo mondo nasce l'idea di **Ficomore**, quando, durante la pandemia Covid, lascia il lavoro in un'azienda di riprogrammazione di centraline auto e deve reinventarsi. Le richieste di **pale di fico d'India come alimento per animali esotici** aprono una possibilità inattesa: trasformare uno scarto agricolo in una materia prima per la zootecnia e, in prospettiva, per la nutraceutica e la cosmetica. Dopo un periodo a Panama, Andrea sceglie di trasferirsi in **Sicilia**, terra d'origine del padre, luogo ideale per iniziare il suo nuovo progetto.



UN LABORATORIO NEL CUORE DEL DISTRETTO DEL FICO D'INDIA

Nel **2021** presenta, con successo, la domanda per **Resto al Sud**. Il finanziamento ottenuto diventa il passaggio che gli permette di attrezzare un **laboratorio per la trasformazione di materia prima agricola**: essiccatore professionale, polverizzatore, sminuzzatore, tavoli e scaffalature in acciaio inox. È la base per lavorare in sicurezza i cladodi – le pale del fico d'India – e portarli, passo dopo passo, da prodotto fresco a prodotto essiccato e polverizzato.

L'idea poggia su un vantaggio geografico preciso: tra il versante etneo (Belpasso, Biancavilla, Santa Maria di Licodia) e l'area di San Cono si concentra quasi il **90% della produzione europea di FICO D'INDIA**. Le pale, potate e scartate per favorire la fruttificazione, diventano la materia prima che Andrea acquista da piccoli produttori e organizzazioni di agricoltori locali, per trasformarla in risorsa ad alto valore aggiunto.

Nel **distretto siciliano del FICO D'INDIA**, le pale tagliate durante la potatura sono sempre state considerate un materiale senza valore, da lasciare seccare in campo o da smaltire. Oggi, grazie a tecniche di essiccazione e micronizzazione, quello stesso “**scarto**” può diventare una **polvere ricca di fibre e calcio**, capace di viaggiare in sacchi e fusti verso zoo europei e laboratori asiatici, trasformando un gesto agricolo di routine in una micro-filiera globale.

UN MERCATO DI NICCHIA, MA INTERNAZIONALE

Dal 2022 l'attività entra a regime: le pale vengono raccolte, pulite, despinare, tagliate, essiccate e ridotte in polvere. Il prodotto finale viene venduto soprattutto all'estero come alimento e integratore per animali esotici. I clienti principali sono **giardini zoologici, bioparchi, centri di recupero fauna** e strutture specializzate nel Nord Italia e in tutta Europa; la polvere va anche in Asia, soprattutto in Giappone e a Hong Kong, come ingrediente per **mangimi e integrazione zootecnica**. Il lavoro tecnico è stato in gran parte sperimentale: non esistono macchinari



pensati apposta per le pale di fico d'India e la pianta è naturalmente "progettata" per resistere alla disidratazione. Temperature, tempi di essiccazione e processi di taglio sono stati messi a punto per tentativi, mentre veterinari e nutrizionisti - contatti che Andrea aveva già dal mondo dei rettili - hanno contribuito a validare l'uso del prodotto dal punto di vista nutrizionale.

CRESCITA, BUROCRAZIA E PROSSIMI PASSI

L'impresa è composta da due persone, Andrea e sua moglie, originaria del Venezuela e conosciuta grazie alla stessa passione per i rettili. I ruoli sono distinti: lui segue la produzione, lei la parte commerciale e i rapporti con i clienti in inglese, francese e spagnolo.

Oggi Ficomore si muove in due direzioni. La prima è l'ampliamento della gamma zootecnica, con l'**estensione** dell'uso della polvere di cladodi a **uccelli, conigli e altri animali** d'affezione. La seconda guarda più lontano e più in grande: l'**alimentazione umana e la cosmetica**. In collaborazione con pizzerie, produttori di **basi per pizze e nutrizionisti**, Andrea sta testando impasti in cui una piccola percentuale di farina di cladodi contribuisce a contenere il picco glicemico della pizza, senza modificarne gusto e consistenza. Un dettaglio tecnico che apre uno spazio potenziale in un mercato molto più ampio.

Guardando avanti, l'obiettivo si traduce in passi concreti: consolidare i volumi, ampliare il portafoglio prodotti, arrivare ad assumere personale per alleggerire il carico operativo quotidiano. Ma il cuore del progetto resta lo stesso:

«lo faccio un po' da raccordo tra le aziende locali e realtà di tutto il mondo, come il giardino zoologico di Danimarca» dice Andrea.

È una frase che tiene insieme un campo sotto l'Etna e un recinto per tartarughe a migliaia di chilometri di distanza, e spiega meglio di qualsiasi piano industriale che cosa sia diventata Ficomore.

FIComore

natural superfood



Prickly pear pad powder

Operti lo ficus indica

Polvere puro di
cattoli di fichi d'India

NATURAL
SUPPLEMENT
FOR HERBIVOROUS
TURTLES,
LIZARDS,
AMPHIBIANS AND
EXOTIC PETS

Utilizzare almeno 10 grammi al giorno per tartarughe terrestri, uccelli, rettili e anfibi.

Net Wt
100 g
3.52 oz



100% VEGAN
NATURAL
GLUTEN FREE



Nakura

📍 Montesilvano, Abruzzo



Nakura

La **cosmesi** è un mercato enorme, spesso guidato da produzioni standardizzate e da un consumo elevato di plastica e acqua. Eppure, negli ultimi anni, la domanda di **prodotti più sostenibili** è cresciuta sempre più. Offrire qualità artigianale, biologica e a basso impatto ambientale, con una produzione interna, resta però una sfida complessa, soprattutto per una startup. È in questo spazio, tra spinta dei consumatori e possibilità concrete di produrre in autonomia, che nasce **Nakura - Bio-cosmeceutica**.

A **Montesilvano**, in provincia di Pescara, il progetto prende forma grazie a tre soci: **Michela Viola**, con un background in farmacia e dermocosmesi, **Alessandro Pompei**, con esperienza commerciale, e **Giulia Caruso**, conosciuta all'università e laureata alla Bocconi, che si occupa dello sviluppo commerciale e strategico. L'obiettivo è ambizioso: creare un laboratorio per produrre **dermocosmetici ecosostenibili**, usando materie prime naturali ed ecologiche provenienti dall'Abruzzo.



RESTO AL SUD E IL SALTO OPERATIVO

Per anni i tre soci lavorano al progetto, lo affinano, lo mettono alla prova. L'idea è solida, ma manca la spinta necessaria per trasformarla in una struttura produttiva autonoma. La svolta arriva quando vengono a conoscenza della misura Resto al Sud: la domanda viene accolta e i finanziamenti consentono finalmente di investire in spazi, attrezzature e produzione interna, trasformando l'intuizione in un'impresa concreta.

«Resto al Sud ci ha permesso di realizzare un progetto che era in piedi, ma non aveva le gambe per camminare» ricorda Michela.

A marzo 2020 tutto sembra pronto: linee di produzione e sito web sono operativi. Poi arriva il Covid. La priorità cambia e il laboratorio si **riconverte temporaneamente** a realizzare prodotti per l'igiene, mantenendo però l'impronta naturale e sostenibile. Nasce così **Amas Igiene Più**, una **linea per mani e tessuti** al 98% naturale, arricchita con olio essenziale di eucalipto e confezionata in flaconi funzionali e dal packaging ridotto, coerente con l'attenzione all'ambiente. Con il rallentamento della fase più critica, Nakura torna gradualmente alla sua linea principale.

NUOVI PRODOTTI, SEMPRE PIÙ ECOLOGICI

Nel tempo, Nakura amplia la gamma e si orienta verso la cosmesi solida, water free e plastic free, puntando su formule biologiche. Nascono saponi solidi, shampoo solidi, sali da bagno, bombe effervescenti da bagno e dischi



da doccia confezionati in carta riciclata o **BIOPLASTICA COMPOSTABILE**.

Tra le novità, anche lenitivi per punture di zanzara senza sostanze chimiche e saponi vegani in quattro fragranze.

Ma non è solo la formula a contare: l'esperienza sensoriale diventa parte del racconto, con playlist Spotify abbinate alle profumazioni, un piccolo gesto che trasforma il prodotto in un momento di piacere quotidiano.

DIFFONDERE LA COSMESI SOSTENIBILE

Nakura vende tramite **e-commerce** e Amazon Prime, ma mantiene una presenza fisica in alcune farmacie locali. Una parte dell'attività riguarda lavorazioni conto terzi per altri marchi, con fornitori principalmente dal **Nord Italia**. Le vendite coprono l'Italia e **diversi Paesi europei**, tra cui Francia, Spagna e Germania.

Accanto allo sviluppo commerciale resta centrale una **sfida culturale**: far capire il valore di un prodotto qualitativamente superiore alla media e perché qualità e sostenibilità incidano sul prezzo.

Nakura è più di un marchio: è l'impegno di tre soci per creare **prodotti naturali e sostenibili**, con l'Abruzzo come laboratorio e l'Europa come obiettivo.

Le **BIOPLASTICHE COMPOSTABILI** sono materiali progettati per **degradarsi biologicamente** in condizioni controllate, come quelle degli impianti di compostaggio industriale. Per essere definite compostabili devono rispettare **criteri precisi**, stabiliti a livello europeo dallo standard EN 13432, che verifica la capacità del materiale di disintegrarsi e biodegradarsi senza lasciare residui nocivi. Quando certificate, queste bioplastiche possono essere conferite nella raccolta dell'organico insieme ai rifiuti umidi, contribuendo al processo di compostaggio.



Nostos

📍 Oristano, Sardegna



Nostos

Francesca Bina, bolognese, ed **Emanuele Pinna Massa**, sardo, si incontrano a Torino durante gli studi in Cooperazione Internazionale. Uniti dal desiderio di fare la differenza nel mondo, dopo l'università partono insieme per un anno di **servizio civile in Mozambico**, tra villaggi rurali, campi coltivati e alveari, dove lavorano con agricoltori e apicoltori per rafforzare la filiera agricola locale. È qui che imparano a rispettare la terra e chi la coltiva.

Tornano in **Sardegna** due settimane prima del lockdown e, con occhi nuovi, si accorgono che la filiera agroalimentare italiana fatica a smaltire i prodotti: frutta e verdura rimangono invendute, rischiando di andare perse. Nasce così l'idea di **trasformare l'eccedenza** in qualcosa di nuovo, costruendo un cambiamento sostenibile a partire dalla propria terra d'origine.



IL RITORNO ALLA TERRA

Nel **2020** prendono forma sia l'intuizione sia il nome. Nostos, dal greco antico, significa **ritorno**: alla terra, ai valori dell'essenzialità e della sostenibilità. Presentano la domanda per **Resto al Sud**, lavorano alla stesura del progetto e definiscono la struttura del laboratorio. A fine 2020 arriva l'ok di Invitalia: acquisiscono gli strumenti necessari e individuano uno spazio nel centro di Oristano.

Il laboratorio viene inaugurato nel settembre **2021**. L'investimento principale riguarda macchinari provenienti dal Molise che permettono la **cottura sottovuoto a basse temperature**, un processo innovativo nel contesto locale, ideale per i loro prodotti: **confetture e conserve di alta qualità**.

L'IDENTITÀ DEL PROGETTO TRA RECUPERO E COMMERCIO ETICO

Fin dall'inizio la scelta è chiara: acquistare la materia prima dai **piccoli produttori locali**. Parte del lavoro arriva anche dai **mercati ortofrutticoli**, recuperando l'invenduto: pomodorini troppo maturi, clementine che rischierebbero di essere scartate e che invece, come dice Francesca, "hanno un sapore autentico". Dare nuova vita a ciò che verrebbe buttato diventa una parte centrale dell'identità del progetto.

Accanto alla lotta allo spreco, Nostos introduce un ulteriore elemento distintivo: l'utilizzo di prodotti certificati **FAIRTRADE**, a partire dallo zucchero di canna. Una scelta che aumenta i costi, ma che per la coppia rappresenta un valore etico irrinunciabile, un

La certificazione **FAIRTRADE** nasce alla fine degli anni '80 nei Paesi Bassi per diventare nel tempo un punto di riferimento internazionale. La certificazione garantisce che un prodotto sia sostenibile e quindi realizzato nel rispetto dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente. Assicura ai produttori un **prezzo equo**, **condizioni di lavoro dignitose** e il divieto di sfruttamento minorile, favorendo uno sviluppo sostenibile delle comunità locali. Scegliere prodotti Fairtrade significa sostenere un commercio più giusto e responsabile, che mette **al centro le persone** oltre al profitto.



modo tangibile di **sostenere una filiera giusta e responsabile**.

DALLE BOTTEGHE LOCALI ALLA GRANDE DISTRIBUZIONE

I prodotti Nostos vengono venduti in **piccole botteghe** turistiche e negozi specializzati e, con una linea dedicata, anche nella **GDO**. Per Conad sviluppano un prodotto differenziato, realizzato anche con semilavorati, per rispondere alle esigenze della grande distribuzione. A questo si affianca l'e-commerce, il cui sviluppo resta un obiettivo per il futuro.

Per il 2026 è previsto un ampliamento della gamma: il primo progetto riguarda l'**essiccazione dello zenzero**, pensata per l'ingresso in nuovi mercati. Nel frattempo arrivano anche piccoli riconoscimenti: partecipano a servizi radiofonici, e registrano in laboratorio una puntata per la televisione giapponese.

LA COOPERAZIONE COME METODO

La cooperazione resta una strada naturale per Francesca ed Emanuele. L'hanno studiata all'università, sperimentata in Mozambico e oggi la vivono nel lavoro quotidiano. Attorno a Nostos si è formata infatti una **rete di produttori con cui confrontarsi e collaborare**.

«Quello che ci ha sempre dato molta forza è stato trovare altri piccoli produttori con cui lavorare, scambiarsi opinioni e aiutarsi. E questo ci rende orgogliosi»

Tra le prime applicazioni concrete di questo approccio c'è la collaborazione con una piccola realtà sarda che produce formaggi vegani, con l'obiettivo di sostenersi a vicenda nella partecipazione a fiere ed eventi. Un approccio alla cooperazione che non è rimasto teoria, ma si è trasformato in pratica quotidiana.



Frutti Fragole 74%,
succo di canna, succo di
canna 15%. Ingredients:
strawberries 74%, cane sugar,
honey 15%.
Net weight:
per 100g di prodotto
per 100g di prodotto

**COMPOSTA
DI FRAGOLE & MIELE**
STRAWBERRIES & HONEY COMPOTE



•OTTIMA PER INIZIARE LA GIORNATA•

240G

6.

TRANSIZIONE DIGITALE

RESTO
al sud

Badil

📍 Battipaglia, Campania





Badil

Ogni settimana un oggetto entra nelle case e sparisce altrettanto in fretta: il volantino del supermercato.

Quando **Rosario Di Lascio**, durante il dottorato, analizza la digitalizzazione della Grande Distribuzione Organizzata (GDO), si accorge che dietro quella routine c'è un vuoto: nessun dato, nessun modo per capire che cosa viene davvero visto, cercato, scelto.

È lì che nasce l'idea di trasformare quei fogli in una piattaforma digitale e interattiva. A **Battipaglia**, dove vive e lavora, Rosario arriva a questa intuizione dopo un percorso tecnico fatto di laurea triennale e magistrale in **Ingegneria Informatica** e un dottorato di ricerca sull'**Intelligenza Artificiale**.

DAL VOLANTINO ALLA PIATTAFORMA

Il punto di partenza è il sistema di creazione dei **VOLANTINI PROMOZIONALI**, ancora legato a un **modello tradizionale** fatto di agenzie, stampa e consegna porta a porta. Per le piccole catene, oltre tutto, è un costo che non restituisce informazioni: quante persone hanno visto il volantino, quali prodotti hanno guardato, quali contenuti potrebbero essere aggiunti oltre lo spazio limitato della carta.

Da qui prende forma **Badil**, acronimo di “Business Analytic and Digital Information Lab”, un’azienda pensata per sviluppare un prodotto capace di **trasformare il tradizionale volantino cartaceo in qualcosa di misurabile**, ricco e utile: un volantino digitale sfogliabile per presentare i prodotti in maniera interattiva, multimediale e condivisibile con un click. Nasce così “**Volantino Interattivo**”, il primo software sviluppato da Badil pensato per la GDO.

Il **VOLANTINO** ha una storia molto più lunga di quanto sembri: i suoi antenati compaiono già tra **Quattrocento e Cinquecento**, quando la stampa rende possibile diffondere fogli brevi da affiggere o distribuire. All’inizio servono soprattutto a pubblicizzare libri e novità commerciali. Secoli dopo, continua a cambiare forma, ma conserva la stessa funzione essenziale.

RESTO AL SUD COME BASE CONCRETA

L’azienda nasce nell’agosto **2018**, quando viene approvato il progetto finanziato da **Resto al Sud**. Il contributo serve per acquistare pc, arredi, database di immagini, sostenere i lavori di ristrutturazione dell’ufficio e coprire le prime spese, compreso il fitto. È la base materiale che permette



all'idea di diventare impresa.

All'inizio il gruppo è piccolo: prima un grafico, poi una figura dedicata all'area marketing e commerciale. Nel tempo la struttura cresce fino a una ventina di persone tra dipendenti e collaboratori, con **sviluppatori, marketer e grafici**. Se all'inizio il radicamento è soprattutto locale, oggi i clienti sono distribuiti in **tutta Italia** e iniziano ad arrivare anche i primi ingressi all'**estero**, tra Germania, Svizzera, Francia e Polonia.

IL CAMBIO DI PELLE DI INPUBLISH

Nel tempo il prodotto si evolve e si rivolge a **nuovi settori**: non solo GDO, ma anche bricolage, arredamento, moda. Quello che nasce come “Volantino Interattivo” diventa “**Inpublish**”, piattaforma con una propria identità, un proprio sito e un posizionamento pensato anche per l'estero. Il **rebranding** parte nel **2024** e nella seconda parte del 2025 la crescita accelera: le piccole aziende possono iscriversi in autonomia, scegliere un piano e creare progetti e pubblicazioni, mentre le grandi imprese continuano a essere seguite con un lavoro personalizzato.

La piattaforma permette di **progettare qualsiasi pubblicazione online e renderla interattiva** con l'utilizzo di due editor pensati per livelli diversi di competenza grafica. Grazie all'intelligenza artificiale, ogni progetto prende vita: volantini, cataloghi, magazine, possono essere arricchiti con **video, ricette o link esterni**. Con un click, la pubblicazione genera **link, QR code e codici di integrazione**, trasformando la pubblicazione in una vetrina digitale e un **e-commerce**, grazie allo strumento *inShop*.

FARE IMPRESA E LA SFIDA DI RESTARE

I primi anni sono quelli più duri: insieme allo sviluppo del prodotto servono consulenze e altri lavori digitali per sostenere i costi e far crescere la struttura. Ancora oggi l'azienda resta in una logica di reinvestimento, allargando il **focus all'intelligenza artificiale applicata ai dati raccolti** e a un utilizzo della piattaforma anche in chiave B2B, come catalogo dinamico per gli agenti di vendita.

Intanto Rosario e i suoi colleghi lavorano anche per altri settori, sviluppando gestionali per centri medici, centri sportivi e strutture turistiche.

Su tutto resta una consapevolezza molto concreta del fare impresa:

**«Devi essere un po' avvocato, commercialista, consulente del lavoro, psicologo»
racconta Rosario sorridendo.**

Intanto, **restare a Battipaglia e nel Sud**, pur tra ostacoli e diffidenze, è una scelta precisa, un **"mantra giornaliero"**. Sul sito dell'azienda quel legame con la Valle del Sele è dichiarato con una parola semplice: casa.

BMS - Sistema Metabolico Bruni

📍 Aquila, Abruzzo



BMS - Sistema Metabolico Bruni

Rimettere la persona al centro del percorso di cura, proponendo **percorsi alimentari e nutraceutici studiati per ogni singolo caso**: questo è il punto di partenza di BMS, Sistema Metabolico Bruni, che coniuga **psicologia, nutrizione clinico-genetica e medicina olistica** in un approccio unico. Un progetto che prende forma dall'esperienza ventennale di **Emiliano Bruni**, biologo molecolare e nutrizionista, e si consolida grazie al lavoro condiviso con il **dottor Yuri Canfora**, psicologo a orientamento umanistico, e con **Tiziana Rosini**, ponte tra visione olistica e struttura organizzativa.

L'idea di fondo è semplice e radicale insieme: la salute non può essere ridotta a una dieta standard, né a un dato biologico isolato. Serve un modello capace di **tenere insieme corpo, mente e biologia profonda**, mettendo il benessere della persona al centro.



DAL LAVORO CLINICO AL METODO

Il metodo BMS prende forma nel **2020**, ma nasce da oltre vent'anni di ricerca clinica di Emiliano Bruni. Al centro del processo ci sono i **TEST GENETICI**, strumenti che permettono di comprendere come ogni organismo risponde al cibo: **metabolismo, infiammazione, stress ossidativo, assorbimento dei nutrienti**. Un patrimonio di dati che mette in discussione la nutrizione standardizzata e apre a un approccio fortemente personalizzato.

In BMS non esistono diete valide per tutti: lo stesso alimento può avere effetti opposti su persone diverse, perché diversa è la loro genetica. È qui che l'incontro con Yuri Canfora diventa decisivo. Perché il dato genetico, per quanto preciso, non basta a spiegare il rapporto che ciascuno ha con il cibo. **Emozioni, comportamenti e dinamiche relazionali influenzano** in modo diretto le scelte alimentari e la capacità di aderire a un percorso.

APPLICARE LE GENETICA ALLA NUTRIZIONE

La nutrigenetica è la scienza che studia il modo in cui il nostro patrimonio genetico influisce sul modo in cui il nostro corpo reagisce a quello che mangia. Lo fa analizzando il **DNA** per capire come questo influenzi la risposta del corpo a particolari cibi e nutrienti. Tramite analisi genetiche specifiche, quindi, la nutrigenetica offre la possibilità di comprendere **quali cibi si adattino meno e quali meglio** al nostro organismo, contribuendo a mantenerlo in salute.

«Il test genetico è un dato freddo e preciso. La relazione psicologica è calda e complessa. BMS nasce per farli dialogare»



BMS
ACADEMY
BRUNI

FORMAZIONE
SPERIMENTATA

Da questa integrazione il progetto evolve da pratica clinica individuale a metodo strutturato e replicabile. Un **primo centro pilota all'Aquila** ne conferma l'efficacia anche fuori dalla gestione diretta dei fondatori, facendo emergere l'esigenza di formalizzare e trasmettere il modello.

L'ACADEMY E LA SCALABILITÀ

Nel **2024 nasce la BMS Academy**, cuore strategico del progetto: un incubatore culturale che forma biologi, nutrizionisti e operatori olistici a un approccio integrato e scientifico.

I **centri BMS oggi attivi** – da Napoli a Reggio Calabria – sono il frutto diretto di questo percorso formativo. Non semplici affiliazioni, ma una rete viva: i professionisti condividono casi clinici, aggiornamenti e strumenti, mantenendo un confronto costante con il team centrale. A questa rete di persone viene concesso l'**uso esclusivo del software di proprietà di BMS**, cuore tecnologico del metodo, senza il quale BMS non sarebbe BMS.

TECNOLOGIA, DATI E FUTURO

Grazie ai fondi di Invitalia, lo sviluppo del software BMS diventa possibile. Si tratta di un sistema unico che **incrocia dati genetici, clinici e cronobiologici**, automatizzando un lavoro che prima richiedeva anni di esperienza manuale.

Il software BMS, dunque, nasce per profilare la persona nella sua complessità: genetica, metabolismo, ormoni, infiammazione, cronobiologia. Attraverso un algoritmo proprietario – realizzato grazie al complesso lavoro dell'ingegnere informatico Matteo Renzi – il software **incrocia decine di variabili e restituisce piani nutrizionali personalizzati** in base ai diversi momenti della giornata.

UNA STRATEGIA DALLE RADICI SOLIDE

Questa straordinaria base tecnologica apre anche a nuove e strategiche collaborazioni, come quella con **OTI Terapie Innovative**, azienda farmaceutica tra le più significative nel settore delle medicine non convenzionali.

BMS è oggi un progetto giovane nella forma, ma profondo nelle radici. Un esempio di come la ricerca, se sostenuta da visione e relazioni, possa diventare impresa senza perdere umanità.

Cyclopes

📍 Benevento, Campania



Cyclopes

La storia di **Cyclopes** nasce nelle **aree interne del Sud Italia**, territori spesso considerati marginali ma ricchi di potenzialità. È qui che prende forma un progetto che guarda all'innovazione non fine a se stessa, ma come leva di sviluppo territoriale.

Augusto Ozzella, beneventano, con una formazione in Web Interaction e un percorso tra progetti digitali, eventi e comunicazione, incontra **Daniela Miele**, irpina, laureata in Conservazione dei Beni Culturali, esperta di progettazione europea e marketing territoriale. Nasce una stima professionale che diventa confronto continuo e visione condivisa.

Digitale, arte, progettazione culturale e conoscenza dei fondi pubblici diventano i punti di contatto da cui emerge una domanda ambiziosa: come **ridurre il divario digitale** di un territorio interno, spesso lontano dai grandi centri dell'innovazione?



DALL'IDEA AL PROGETTO DI IMPRESA

Da quella domanda nasce una decisione precisa: creare una realtà capace di mettere in relazione persone, imprese e istituzioni, restando profondamente radicata nel territorio. Un **progetto digitale** che non si limita alla tecnologia, ma che mette al centro le **relazioni umane** e il **legame con i luoghi**.

Nel luglio **2020** prende forma **Cyclopes - Tecnologie di prossimità**, startup innovativa con l'obiettivo di accompagnare sia piccole e medie imprese che istituzioni del territorio nei processi di digitalizzazione e transizione tecnologica.

TECNOLOGIA AL SERVIZIO DEL TERRITORIO

Cyclopes è una **digital agency** che offre servizi che spaziano dallo sviluppo digitale al digital marketing, dalla realtà aumentata e virtuale alle installazioni interattive, dal mapping 3D alle tecnologie di prossimità, fino all'organizzazione di eventi e formazione digitale.

Il supporto, però, non si esaurisce nei servizi. Spesso sono proprio Augusto e Daniela a **orientare imprese** ed enti verso strumenti, bandi e **opportunità disponibili**, grazie a un monitoraggio costante delle misure attive.

Intanto cresce la **collaborazione con enti pubblici** su progetti di **valorizzazione del territorio**: dalla mappatura virtuale di fauna e flora del Parco Regionale del Partenio, alla digitalizzazione di alcuni comuni dell'Alta



PORTFOLIO

Web app
Gestione servizi
al lavoro

PROJ

E-commerce

LESS

virtual tour
fotografica

FUTUR

CYCLOPES

Irpinia e alla realizzazione di dispositivi touch per offrire informazioni in aree turistiche, fino al progetto di un hub territoriale in Cilento sviluppato insieme ad altre imprese.

Nel tempo, Cyclopes ha affiancato numerose imprese e istituzioni in Campania, Lazio, Puglia e Molise, operando in settori diversi - dall'agroalimentare alla moda, dall'arte al turismo e all'ambito museale - avviando, al contempo, un percorso di espansione anche verso il Nord del Paese.

UN NUOVO POLO DI INNOVAZIONE

Il percorso di Cyclopes si consolida grazie al sostegno di **Resto al Sud**, che consente di investire in sede, tecnologie e formazione. Nasce l'idea di creare un **polo tecnologico**: non solo una digital agency, ma uno spazio fisico in cui sperimentare, formare e creare connessioni.

Il polo apre a **fine 2021**: circa 500 metri quadri su due livelli ad Apollosa, a pochi chilometri da **Benevento**, scelti anche per la presenza di connettività avanzata. Lo spazio ospita corsi, incontri con le scuole, eventi e progetti di inclusione, con l'obiettivo di avvicinare alle tecnologie anche giovani con disabilità.

Nel tempo Cyclopes costruisce un team giovane e una rete di collaborazioni, lavorando per creare competenze locali e ridurre la dispersione di professionalità.

«Chi decide di rimanere qui è coraggioso. È facile andare via, è difficile restare, inventarsi e reinventarsi ogni giorno. È come un terreno da dissodare. Serve amore per il proprio territorio e volontà di emergere e riemergere»

Oggi l'idea di fondo prende forma in azioni concrete: dalle competenze che restano sul territorio, alle relazioni costruite tra imprese e istituzioni, fino ai progetti che trasformano la tecnologia in nuove opportunità per tutti. Cyclopes dimostra così che anche dalle **AREE INTERNE** può nascere innovazione concreta, duratura e condivisa.

Le **AREE INTERNE** in Italia sono territori lontani dai grandi centri urbani e dai principali servizi essenziali, quali educazione, sanità e mobilità, spesso caratterizzati da paesaggi rurali, montagne e piccoli borghi. Pur essendo ricchi di storia, cultura e risorse naturali, questi luoghi affrontano sfide importanti, come l'accesso limitato a infrastrutture, opportunità di lavoro e innovazione tecnologica. Allo stesso tempo, le aree interne custodiscono un enorme potenziale: comunità coese, tradizioni uniche e spazi in cui sperimentare nuovi modelli di sviluppo sostenibile e digitale.



Drone Inspection

📍 Napoli, Campania



Drone Inspection

Drone Inspection nasce a **Marano di Napoli** nel **2018** dall'iniziativa di tre studenti di Ingegneria: **Francesco Rusciano, Francesco Chiappetta e Roberto Granato**. Arrivano da un percorso tecnico puro e trasformano quell'impostazione in un metodo di lavoro: analisi, procedure, attenzione ai dettagli. L'idea di applicare i **droni all'ispezione nei settori energetici ed industriali** prende forma mentre uno di loro sta concludendo la laurea, in mesi intensi divisi tra tesi e costruzione di un business plan sviluppato passo dopo passo.

La leva che accelera il progetto è l'incentivo **Resto al Sud**. La domanda li costringe a mettere ordine nelle idee e a tradurre un'intuizione tecnica in una struttura sostenibile, fatta di investimenti, priorità e tempistiche. Partono da competenze ingegneristiche e imparano rapidamente il resto: «La nostra conoscenza del mondo aziendale era pressoché nulla, venivamo da un ambito completamente tecnico».



DALL'IDEA ALLA STRUTTURA OPERATIVA

Grazie a Resto al Sud arrivano i primi fondi, investiti nell'acquisto dei droni e nella formazione specialistica. I mesi iniziali sono dedicati alla costruzione delle procedure tecniche, dei protocolli di volo e dell'organizzazione interna.

Drone Inspection si specializza in due servizi principali. Il primo, nel settore energetico, è la **termografia aerea per i campi fotovoltaici**, utilizzata per verificarne efficienza e sicurezza, individuando dispersioni termiche e pannelli danneggiati. Il secondo, nell'ambito dell'ingegneria civile, è il **rilievo topografico** tramite **FOTOGRAMMETRIA** con drone.

All'interno del team i ruoli si definiscono in modo naturale e complementare. Roberto Granato segue i servizi tecnici e la produzione. Francesco Chiappetta si concentra sulla termografia conseguendo anche le certificazioni necessarie. Francesco Rusciano è responsabile commerciale e amministratore della società.

La **FOTOGRAMMETRIA** è una tecnica che consente di determinare la **posizione, la forma e le dimensioni di un oggetto o di un'area** a partire da immagini fotografiche scattate da diverse angolazioni, permettendo la ricostruzione di modelli tridimensionali accurati. La fotogrammetria con drone sfrutta questo principio per ottenere **rilievi estremamente precisi** di oggetti e territori.



DALL'ENERGIA RINNOVABILE ALLE INFRASTRUTTURE CRITICHE

Nel tempo Drone Inspection ha ispezionato circa un gigawatt di impianti fotovoltaici, affermandosi come una delle realtà più attive nel settore a livello italiano. Accanto al fotovoltaico, sta estendendo l'uso dei droni alla **manutenzione degli impianti eolici** e degli **elettrodotti**.

Parallelamente è in fase avanzata lo sviluppo di sistemi per l'ispezione delle parti esterne delle navi, oggi affidate a metodologie lente, costose e spesso rischiose. Un altro ambito di lavoro riguarda le **infrastrutture critiche**: l'azienda collabora su progetti di monitoraggio di ponti e grandi opere, con l'obiettivo di rendere più efficiente la manutenzione periodica, riducendo rischi, tempi e costi.

LA CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ COME ELEMENTO DISTINTIVO

Uno dei tratti che caratterizzano Drone Inspection è l'attenzione ai processi. L'ottenimento della certificazione **ISO 9001, Sistemi di Gestione di Qualità**, rara per realtà di queste dimensioni, consolida un modello basato su autocontrollo interno e standardizzazione delle procedure. Ogni servizio segue protocolli definiti, replicabili e verificabili.

La qualità non è un elemento accessorio, ma strutturale. È questo approccio che consente all'azienda di lavorare con grandi operatori nazionali e di essere selezionata come fornitore per attività complesse e continuative nel tempo.

UN PERCORSO CHE PARTE DA SUD

Oggi il team conta una decina di persone e la sede è stata trasferita a Napoli. Drone Inspection lavora con importanti **attori a livello nazionale**, collabora con Terna per la sorveglianza degli elettrodotti e con Enel per il parco eolico, integrando l'intelligenza artificiale nei processi di analisi per aumentare la produttività senza ridurre l'occupazione.

La scelta di restare al Sud è consapevole e pragmatica.

«Io resto al Sud, ma come imprenditore» dice Francesco Rusciano.

Non una posizione ideologica, ma il risultato di un percorso che dimostra come anche in queste regioni sia possibile costruire un'impresa tecnica, strutturata e competitiva, capace di fornire servizi di qualità al resto del Paese.



Generazione App

📍 Valderice, Sicilia



Generazione App

Sono i luoghi del quotidiano, a volte, a far scaturire le intuizioni migliori. **Generazione App** prende forma nel 2016, tra i banchi di un istituto tecnico informatico di Trapani, quando **Giacomo Buzzitta** ha appena diciotto anni. Durante la ricreazione gli viene affidato il compito di raccogliere le **ordinazioni cartacee per la merenda** e portarle al bar della scuola. Un gesto semplice, ripetuto ogni giorno, che accende una domanda: perché non digitalizzare tutto?

Da quell'intuizione nasce Breakapp, un'idea prima scritta su carta, poi trasformata in prototipo, quindi in progetto imprenditoriale.



DALL'IDEA ALL'IMPRESA

Dopo aver studiato **Ingegneria Informatica** al Politecnico di Milano, Giacomo sceglie di tornare in Sicilia e nel **2019**, grazie al supporto di **Resto al Sud**, avvia Generazione App come ditta individuale, ottenendo il primo finanziamento per trasformare un'idea nata durante gli studi in un prodotto reale. Nasce così una startup con una missione chiara: progettare applicazioni digitali capaci di semplificare la quotidianità delle persone, partendo dai bisogni reali.

La sede viene aperta a **Valderice**, un piccolo centro in provincia di Trapani. Una scelta consapevole: creare un polo di innovazione in un territorio poco presidiato dal digitale, dimostrando che anche da lì possono nascere progetti scalabili.

BREAKAPP: LA RICREAZIONE CAMBIA FORMA

Breakapp consente agli studenti di **ordinare la merenda**, o il pasto, direttamente dallo **smartphone**, collegandosi a esercenti locali selezionati per qualità e prossimità. Nessun rider, nessun costo per le scuole, meno assembramenti e più tempo per socializzare.

Con il tempo Breakapp si evolve, proponendo due soluzioni: **Ricreazione 2.0**, l'evoluzione dell'idea iniziale, e **SMAD, Servizio Mensa Alternativo Distribuito**, dedicato agli istituti comprensivi. Un sistema più strutturato, che risponde a una necessità specifica delle scuole che non hanno un **SERVIZIO MENSA** e che in questo modo possono garantire il tempo

La **MENSA SCOLASTICA**: un equilibrio delicato. In molte scuole italiane la mensa è un **servizio essenziale, ma complesso** da gestire. Presenze variabili, diete speciali, comunicazioni frammentate e burocrazia rendono difficile garantirne la continuità, soprattutto nei contesti con meno risorse.

Quando la mensa viene meno, aumentano le disuguaglianze e il carico organizzativo per famiglie e istituti. In questo spazio critico, la **tecnologia può fare la differenza**: strumenti digitali pensati per il quotidiano aiutano a semplificare i processi, ridurre errori e rendere sostenibile un servizio fondamentale per **l'inclusione e la qualità della vita scolastica**.



Breakapp

Classe 4B

prolungato. Il servizio coinvolge famiglie, scuole ed esercenti, permettendo di gestire digitalmente menù, allergeni, pagamenti e contenuti educativi per imparare ad alimentarsi in modo sano.

Oggi Breakapp è attiva in oltre **120 scuole** e in **otto regioni italiane**, con l'obiettivo di eliminare le macchinette industriali e valorizzare l'economia locale.

CRESCERE RESTANDO

Il **team è giovane e fluido**: sviluppatori, team marketing e area commerciale lavorano tra ufficio e lavoro da remoto. Molti collaboratori hanno meno di 25 anni.

«Non è facile fare impresa al Sud», ammette Giacomo, “ma non è impossibile. Serve perseveranza e qualcuno disposto a scommettere sul progetto»

Generazione App cresce così, scuola dopo scuola, territorio dopo territorio, con l'ambizione di portare il modello anche in Europa nei prossimi anni.

che b...

IL TUO SPRINT QUOTIDIANO



breakapp

FOCACCIA
TONNO



#breakapp

pane...

Travelino

📍 Palermo, Sicilia



Travelino

Federico Lima, siciliano, approda al **traveltech** dopo un percorso articolato. Inizia laureandosi in **Giurisprudenza**, ma presto capisce che quella non è la sua strada e decide di fare un master in **Economia del turismo** alla Bocconi. Parte da Palermo e passa per Milano, dove lavora in alcune startup digitali, fino ad arrivare in Svizzera, in una multinazionale del travel online, dove ha la sua prima esperienza nello sviluppo di un'app: è qui che nasce la sua passione per la tecnologia applicata al settore turistico.



CAPIRE IL MERCATO DAL CONTATTO DIRETTO CON LE AGENZIE

Durante il master, Federico nota un problema: l'**esperienza di prenotazione** è spesso **lenta e tradizionale**, mentre gli strumenti digitali sono costosi e poco accessibili alle piccole e medie strutture.

Nel **2019** decide di approfondire di persona, entrando in più di cento agenzie di viaggio per osservare come funzionano i processi. L'analisi è netta: l'esperienza dell'utente può essere migliorata e c'è spazio per **soluzioni innovative** che semplifichino il lavoro degli operatori. Questa convinzione lo spinge a creare qualcosa di suo.

L'AI PER IL TURISMO, PRIMA CHE DIVENTASSE "DI MODA"

Nel **2020** Federico fonda **Travelino** a Palermo, con l'obiettivo di sviluppare soluzioni proprietarie di **intelligenza artificiale e marketing avanzato** per tour operator, agenzie di viaggio e hotel.

Il primo prodotto è un **assistente virtuale**, integrabile su WhatsApp, Messenger, Instagram e sito web, capace di apprendere dai dati dell'azienda grazie a un algoritmo di **MACHINE LEARNING**. L'assistente risponde alle domande dei clienti, semplifica la prenotazione e rende

Il **MACHINE LEARNING** è una tecnologia dell'**intelligenza artificiale** che permette ai computer di **imparare dai dati** e migliorare le proprie prestazioni nel tempo, senza essere programmati con istruzioni fisse. Analizzando grandi quantità di informazioni, i sistemi di machine learning possono **riconoscere schemi, fare previsioni, classificare dati e prendere decisioni** autonome. È alla base di strumenti come i motori di raccomandazione, il riconoscimento vocale e le auto a guida autonoma.

CON LE NOSTRE
**strategie
su misura**

trova nuovi partner

attira nuovi clienti

aumenta le vendite

*Siamo il punto di riferimento
in Sicilia. Supportiamo tour operatore,
viaggio e hotel nel raggiungimento
obiettivi digitali e nella crescita*

*Nel 2019 nasce il nostro grande centro
nel cuore di Palermo, un hub tecnologico
accogliamo tutti gli operatori della filiera
costruire insieme strategie su misura che
generano impatto nelle loro aziende turistiche*

**HAI GIÀ UN PARTNER
CHE TI SEGUE?
RESTA CON LUI!**

**partner: colui che ti rassicura che va tutto bene
QUANDO IN REALTÀ NON LO È*

travelino

più efficiente la comunicazione. Una scelta controcorrente, perché all'epoca parlare di AI nel turismo sembrava prematuro e molti operatori percepivano la tecnologia come distante e complessa.

LA PRIMA ACCELERAZIONE E IL SALTO DI VISIBILITÀ

I primi risultati arrivano rapidamente: un accordo con Skyscanner permette di reinvestire nello sviluppo del prodotto, e nel 2021 Travelino viene selezionata da **Bravo Innovation Hub**, percorso di accelerazione gestito da Invitalia, che rafforza struttura e visione del progetto.

A ottobre dello stesso anno il prototipo viene presentato a **Smau** di Milano: l'interesse supera le aspettative, con migliaia di accessi in poche ore e un sistema che va in saturazione. Da lì nasce il contatto con Booking.com e un accordo di partnership che segna il primo salto di scala.

TRE PRODOTTI, UNA SOLA FILIERA

Nel tempo Travelino si struttura come una suite completa per il mondo del travel. Il primo prodotto, **Travelino AI Chat**, è l'assistente virtuale integrato nei canali di comunicazione dell'operatore. Il secondo, **Travelino AI HR Process**, digitalizza e semplifica i processi delle risorse umane, migliorando efficienza e accesso alle informazioni. Il terzo, **Travelino AI Season Strategy**, è lo strumento più strategico: una rete neurale che supporta decisioni su prezzi, rinnovi contrattuali e marginalità, pensata soprattutto per i tour operator che acquistano servizi con largo anticipo. Su questo sistema è stato depositato un **brevetto**, attualmente in iter.

UN HUB PER IL TRAVEL TECH E LA SCELTA DELL'INDIPENDENZA

L'azienda apre un **hub nel centro di Palermo**: circa 300 metri quadri pensati come spazio di lavoro per le risorse umane di Travelino e come luogo di incontro con partner e operatori. Un ambiente che rende tangibile una tecnologia spesso percepita come distante.

Arrivano intanto riconoscimenti e proposte di acquisizione, ma Federico sceglie di restare indipendente: crescere troppo in fretta avrebbe cambiato la direzione del progetto.

«La mia priorità è creare impatto sul territorio e supportare chi ha davvero bisogno di evolversi. Amo il mio lavoro, ma soprattutto amo vedere le aziende trasformarsi», racconta.

INNOVARE IL SETTORE A 360 GRADI

Guardando avanti, Federico immagina Travelino come un **hub connesso**, basato su **quattro pilastri**: ricerca e sviluppo, formazione per colmare il gap tecnologico nella filiera turistica, valorizzazione dei big data e innovazione del retail per avvicinare un target più giovane di viaggiatori con tecnologie dedicate.

L'obiettivo è accompagnare operatori e territori in una trasformazione graduale, innovando senza perdere il contatto con chi il turismo lo costruisce ogni giorno.



I numeri di Resto al Sud

Resto al Sud è l'incentivo gestito da Invitalia dal 15 gennaio 2018 al 14 ottobre 2025 con l'obiettivo di sostenere la creazione e lo sviluppo di nuove imprese e, successivamente, anche di attività libero-professionali nel Mezzogiorno. Inizialmente rivolte alle regioni del Sud, le agevolazioni sono state estese, da ottobre 2019, al cratere sismico del Centro Italia e, da novembre 2021, alle isole minori marine, lagunari e lacustri del Centro-Nord.

Le quaranta storie raccontate in questo volume offrono uno spaccato imprenditoriale ricco e sfaccettato, ma anche profondamente umano. Sono racconti che ci permettono di entrare dentro le singole imprese, di conoscerne i volti, le motivazioni, le difficoltà e le scelte.

Accanto alle storie di chi ce l'ha fatta, è opportuno riassumere anche i principali numeri dell'incentivo, che ci aiutano ad avere una visione più completa della sua efficacia e del suo impatto.

In sette anni *Resto al Sud* ha finanziato circa **20.000 progetti**, con oltre **940 milioni** di euro di agevolazioni concesse, **1,37 miliardi** di euro di investimenti generati e più di **63.000 nuovi posti di lavoro**.

Risultati che testimoniano come la misura sia stata una delle principali opportunità di sostegno pubblico per le persone fino a 55 anni che aspiravano a fare impresa nella propria terra d'origine, evitando di trasferirsi altrove o scegliendo di rientrare da altre regioni d'Italia o dall'estero.

Le imprese finanziate si distribuiscono principalmente nei seguenti settori: turistico (**40%**), servizi alla persona (**23%**), attività manifatturiere e artigianali (**16%**).

Questi dati raccontano un impatto concreto: *Resto al Sud* ha aperto nuove possibilità a donne imprenditrici, a giovani che hanno scelto di investire sul proprio futuro e a territori interni spesso rimasti ai margini dei principali flussi di sviluppo economico. Ha contribuito a ridurre distanze, non solo geografiche ma anche sociali, creando occasioni laddove mancavano alternative.

Nel loro insieme, i dati e le storie di Resto al Sud mostrano l'efficacia della misura sotto diversi profili: la nascita di migliaia di attività con un elevato tasso di sopravvivenza, la permanenza o il rientro nel Mezzogiorno, il rafforzamento dell'ecosistema imprenditoriale locale, lo sviluppo di competenze e di una cultura d'impresa diffusa, l'incidenza anche in settori innovativi, ancora poco sviluppati in alcune aree del Sud.

Resto al Sud è stato, prima di tutto, uno strumento. Ma sono state le persone a dargli forma, senso e risultati. I numeri descrivono la portata dell'impatto; le storie raccontano i risvolti umani e sociali. Insieme, compongono il ritratto di un intervento pubblico che si è dato l'obiettivo di trasformare delle idee imprenditoriali in opportunità concrete: restare, tornare, costruire, innovare.

RESTO al Sud

Questa pubblicazione è stata resa possibile grazie al lavoro delle persone che hanno seguito, coordinato e sostenuto le diverse fasi dell'incentivo Resto al Sud fin dal suo lancio, con l'obiettivo di valorizzare esperienze imprenditoriali concrete e restituirne l'impatto.

Resto al Sud

Vincenzo Durante
Gianmarco Verachi
Stefania Esposito
Mauro Dobici

Ufficio Stampa e Servizi di Comunicazione

Silvia Gambacorta
Enzo Laudando
Riccardo Padelli

Un ringraziamento speciale a tutte le imprese che hanno collaborato alla realizzazione della pubblicazione.

Realizzata in collaborazione con Onde Alte.