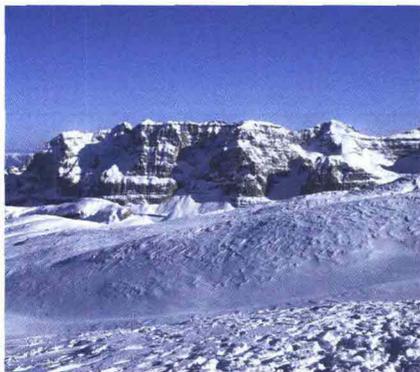


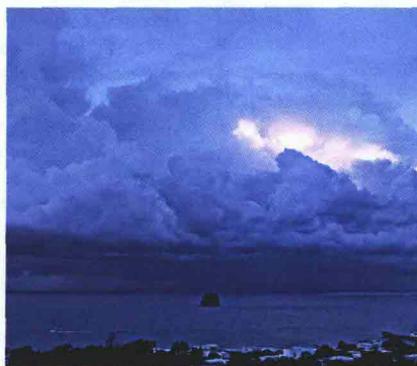
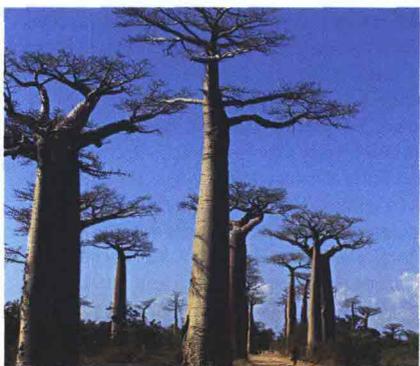
|Vita da manager|

www.ecostampa.it



DAI DIARI - ANCHE FOTOGRAFICI - DI ALCUNI NUMERI UNO AZIENDALI

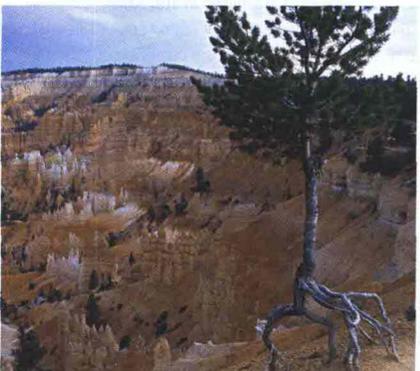
Viaggiare per scoprirsi



**LUOGHI DI BUEN RETIRO,
IN MONTAGNA O AL
MARE. DESTINAZIONI
D'OLTREOCEANO, E TESORI DA
(RI)SCOPRIRE NEL BELPAESE.
NUOVE CONSAPEVOLEZZE
E VIVACI STIMOLI CULTURALI
DA METTERE A FRUTTO**

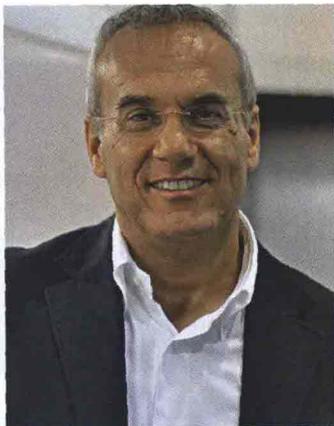


**AL RIENTRO IN UFFICIO. SEI TOP MANAGER E IMPRENDITORI
ITALIANI RACCONTANO VACANZE IN POSTI PARTICOLARMENTE
CARI, DIVENTATI METE ABITUALI PER LORO E LE LORO
FAMIGLIE. ESPERIENZE RIMASTE IMPRESSE PER SUGGERZIONI
PANORAMICHE, CULTURALI E CULINARIE O TRASFERTE RECENTI
SIGNIFICATIVE. PERCHÉ, COME AFFERMAVA MARCEL PROUST,**



**«UN VERO VIAGGIO
DI SCOPERTA» NON CONSISTE
TANTO, E SOLAMENTE,
NEL «CERCARE NUOVE TERRE»,
MA SOPRATTUTTO NELL'AVERE
(E NEL TORNARE A CASA CON)
«NUOVI OCCHI»
DI CRISTINA PENCO**

Vita da manager



Enrico Bracalente
fondatore di NeroGiardini

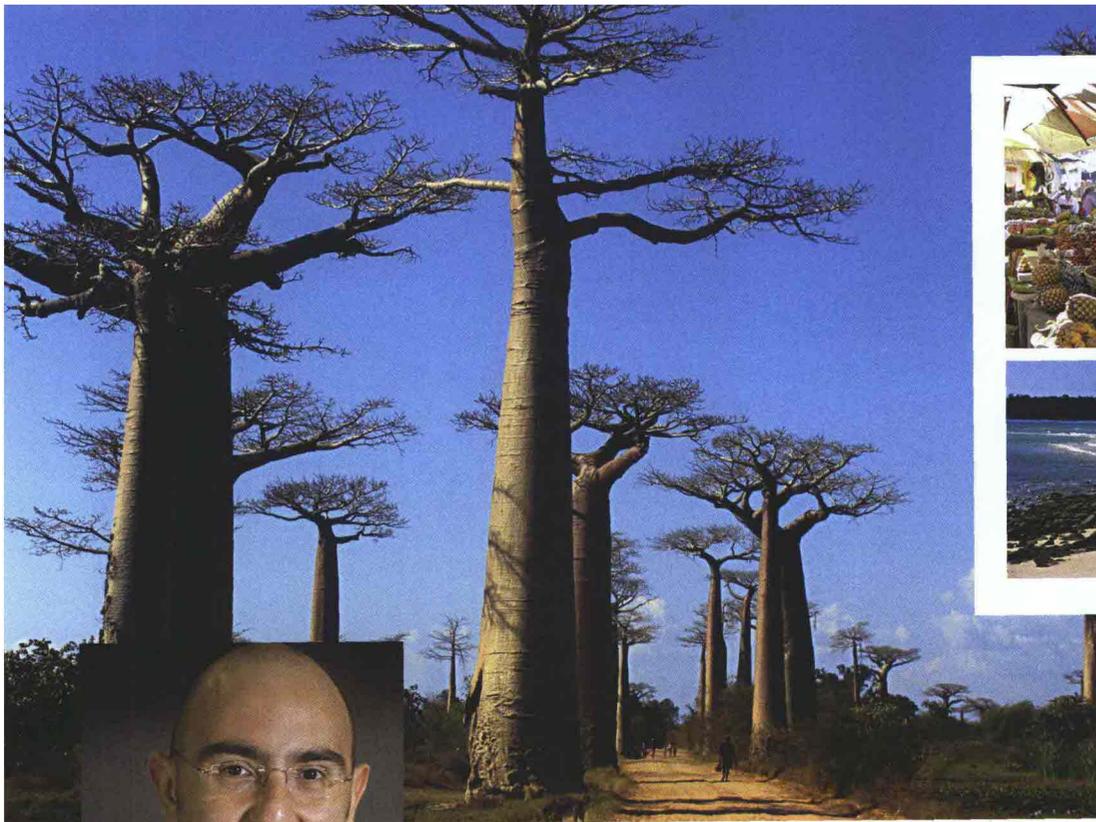
DALLE DOLOMITI ALLA MAJELLA SCIVOLANDO SUGLI SCI

È un grande appassionato della montagna Enrico Bracalente, fondatore del marchio di calzature NeroGiardini. «D'inverno vado sempre a sciare», racconta a *Business People*. «In Abruzzo frequento i dintorni di Roccaraso (Aq), quei posti dove da piccolo ci portava il parroco del mio paese, anche se all'epoca andavo solo sullo slittino! E intanto guardavo con ammirazione quei signori sulle seggiovie che, a differenza mia, sapevano stare sugli sci, eccome... Io ho imparato con gli anni, cercando di migliorarmi sempre di più». Una passione che è diventata un'ulteriore sfida accanto a quelle lavorative: «Anche per sciare bene sono molti i sacrifici da affrontare, e tanta la tenacia e la costanza richieste. Quando ce la fai, sei gratificato: sei riuscito a diventare bravo in un ambito dove hai sempre sognato di eccellere». Pur essendo molto legato al suo territorio, Bracalente ama però, in particolare, «le Dolomiti. Nei mesi freddi mi piace divertirmi a Plan de Corones (Bz) in compagnia degli amici, mentre con la famiglia vado più spesso a Madonna di Campiglio (Tr). Mio figlio ancora oggi mi chiede di andare a sciare insieme, anche se, pur amando sempre quest'hobby, non ho più l'entusiasmo del passato! Ricordo, poi, con tenerezza una scena di tanti anni fa, sulla pista di Pradalago. Mi sono incantato a osservare l'altra mia figlia, all'epoca una bimba, che stava prendendo il sole su una sdraio. Indossava un paio di occhiali scuri quasi più grandi di lei, tanto era minuta... Sembrava una piccola diva!». I momenti di relax estivi, così come quelli invernali in montagna, sono anche l'occasione, per Bracalente, per dedicarsi con la giusta tranquillità a un altro amato passatempo: la lettura. «Mi piacciono i libri incentrati su imprenditori famosi. Conoscere le loro storie e provare a carpire i segreti del loro successo rientra nel tentativo di migliorarsi sempre e superare se stessi». Lo appassionano le vicende di storici patron aziendali come François Michelin o testi come quello, letto di recente, di Alberto Galgano: *Toyota. Perché l'industria italiana non progredisce*. «Amo coloro che non hanno creato solo un'impresa, ma un vero e proprio indotto per il territorio in cui hanno operato, come Adriano Olivetti. Negli anni '50 la sua azienda attraversò un momento difficile e lui, anziché tagliare il personale, assunse nuovi commerciali e li mandò in giro per il mondo...». Un modello gestionale messo in atto dallo stesso Bracalente, specie negli ultimi anni. «Da fine 2008, pur sotto i colpi della crisi, ho cercato di mantenere in piedi il gruppo, senza creare disagi ai collaboratori e alle loro famiglie, anzi facendo entrare nuovi venditori e nominando nuovi capi area. Tant'è che fino al 2011 abbiamo continuato a crescere. Dal 2012, invece, sono state necessarie strategie alternative, per esempio legate all'internazionalizzazione. Ma siamo rimasti a produrre in Italia, perché crediamo fortemente nella forza del made in Italy. Dobbiamo impegnarci a non fare andare via le nuove generazioni, creando lavoro e ricchezza per i nostri territori e per il nostro Paese, tutt'oggi numero uno al mondo nella creatività».

» La montagna rappresenta una passione, una sfida, un'occasione per stare con famiglia e amici

Una pista a Madonna di Campiglio (Tr), sulle Dolomiti. Sopra, due immagini di Enrico Bracalente. Sotto, alcune seggiovie sulla Majella, in Abruzzo





Nella foto grande, il Viale dei Baobab a Morondava. A destra, il mercato di Antananarivo; sotto, la spiaggia di Madirokely a Nosy Be.



Carlo Carollo Sales & Marketing Director -
Telecom & Network Division di Samsung Electronics Italia

IN MADAGASCAR, ISOLA DAI MILLE COLORI E PROFUMI

«Una delle vacanze più significative che ho fatto risale al 2004, in Madagascar. Eravamo quattro persone, due coppie di amici». Una vacanza durata in tutto due settimane, organizzata in grande autonomia dal gruppo di cui faceva parte Carlo Carollo, Sales & Marketing Director - Telecom & Network Division Samsung Electronics Italia. «Abbiamo prenotato i voli e le prime due notti nella capitale dell'isola, Antananarivo, per il resto tutto è venuto da sé, affittando anche i vari mezzi di trasporto in loco».

Molti i ricordi legati a quel viaggio, «in una terra che da sola potrebbe costituire un piccolo continente, tanto è varia e particolare, popolata da diverse etnie». A cominciare dal mercato di Antananarivo, «una vera e propria esplosione di colori, un tripudio di gente e di cibi. In Madagascar ho assaggiato i frutti più buoni che abbia mai mangiato: mango, lychees, ananas e guava solo per citarne alcuni», sottolinea Carollo. Che idealmente ripercorre le tappe principali di quell'itinerario, proseguendo con il Viale dei Baobab di Morondava: «un posto sicuramente da visitare, soprattutto al tramonto, quando regala la vista di scorci incredibili». E, ancora, «la riserva naturale di Tsingy di Bemaraha, che presenta uno scenario davvero unico, con delle formazioni calcaree molto particolari *en plein air*, e la spiaggia di Madirokely a Nosy Be, una delle spiagge più belle dove abbiamo affittato per qualche giorno anche una casa. È definita anche, e non a caso, l'isola dei profumi». E, dalla sua memoria olfattiva, Carollo attinge soprattutto

le dolci essenze di vaniglia e cannella. Per quanto riguarda gli abitanti, invece, il manager conserva l'immagine «del sorriso dei loro bimbi», e poi il particolare "razana", ovvero il rispetto degli antenati, e i rituali funebri locali: «anche se ci sono delle "sacche" di cristianesimo tra la popolazione locale», spiega, «il popolo malgascio osserva un culto molto vicino all'animismo. In alcune tribù, quando un membro passa a miglior vita, si "festeggia" uccidendo tutti i capi di bestiame appartenuti al defunto, e si va avanti a mangiare e bere a oltranza. Questo perché la morte viene da loro considerata un rito di passaggio, certamente un fatto di cui dolersi, ma anche da onorare da parte della comunità di cui si faceva parte». Pur avendo con sé dispositivi mobili, e potendo comunicare con l'Italia tramite normale roaming internazionale, «quella vacanza è stata un'occasione per staccare completamente», sottolinea infine Carollo. «Oltretutto alcuni dei posti che abbiamo visitato sembrano appartenere a un'altra dimensione, sono totalmente separati dal resto del mondo. È la loro grande bellezza, ed è un bene che rimangano tali».

» *Dei malgasci ricordo soprattutto il sorriso dei bimbi e il "razana", la venerazione per gli antenati*

Vita da manager



Alberto Contri presidente di Pubblicità Progresso

STROMBOLI, LE MAGIE DEL VULCANO



Alcuni scatti che lo stesso Alberto Contri ha realizzato sull'isola delle Eolie, a cui ha dedicato il libro fotografico *Stromboli Dreaming*. Riguardo alle sue abitudini vacanziera aggiunge: «Amo mangiare al ristorante Il Canneto: fanno degli spiedini di pesce spada eccezionali. Hanno anche una pasticceria sopraffina, che merita qualche visita. E poi adoro i rigatoni alla Norma, tipico primo della cucina siciliana»

la breve separazione, lei andò con un'amica a Stromboli e, in procinto di rappacificarci, m'invitò a raggiungerla. La prima volta che vidi quel posto mi fece un'impressione tremenda. «Mi hai fatto venire su una discarica di carbone!», così rimproveravo scherzosamente la mia consorte». E invece la natura selvaggia e i ritmi al rallentatore della gente locale lo hanno conquistato, tanto da comprare, dopo anni di affitti, una piccola casa in mezzo agli ulivi con vista su Strombolicchio, il particolare collo vulcanico alto poco più di 900 metri sul livello del mare. «Quasi un dito che punta dritto al cielo», così lo descrive Contri. «Alle volte non scendo nemmeno al mare, resto per ore sulla terrazza a ondeggiare sull'amaca e a contemplarlo in totale relax. È uno spettacolo naturale ipnotizzante!».

«Di ricordi ne ho di bellissimi, legati a posti altrettanto splendidi che ho visitato negli anni», spiega Alberto Contri, presidente di Pubblicità Progresso. Mi piace però soffermarmi, in particolare, sulle vacanze che faccio da trent'anni a questa parte a Stromboli, nelle Eolie: un posto davvero unico». Va bene la fuga dal caos e dalla frenesia metropolitani, ma come ci è arrivato là un milanese? Contri ride. «È vero, partire da Milano per raggiungere quella meta richiede un lunghissimo tragitto tra aerei, traghetti, etc... Praticamente una follia». Com'è accaduto, dunque, che lui, «da sempre amante della montagna», abbia finito per innamorarsi di quell'isola vulcanica?

«Le racconto com'è andata. Dopo dieci anni di matrimonio, io e mia moglie facemmo una sonora litigata. Durante

L'isola è stata anche propizia per la coppia, considerato che «erano dieci anni che io e mia moglie cercavamo di avere un figlio, senza successo. Al ritorno da quella prima vacanza non è stata tanto bene e, in seguito a un controllo, ha scoperto di essere rimasta incinta». Merito, forse, anche della radioattività naturale dell'isola, che, secondo quanto avrebbe spiegato loro anche un medico, aumenterebbe la fertilità. «Quando la nostra affittuaria, una vecchia signora ottantenne, ci vedeva tornare col bambino, esclamava, indicando il vulcano: "Figghiu d'Iddu"!», figlio di Quello, ovvero lo Stromboli.

Nel suo libro fotografico *Stromboli Dreaming*, Alberto Contri ha raccolto 180 suoi scatti attraverso cui racconta «la terra di fuoco». «Appena cento copie a tiratura limitata e numerata», il cui ricavato è stato devoluto a sostegno della storica libreria dell'isola, che da alcuni anni costituisce un piccolo, ma molto frequentato centro di cultura per turisti e residenti.

» *A volte me ne sto sul terrazzo, a contemplare mare e vulcano. Uno spettacolo incredibile...*

Da 14 anni, poi, va avanti un vero e proprio rito, diventato un atteso appuntamento per gli amici dei coniugi Contri, come lo descrive il presidente di Pubblicità Progresso: «Certe sere riunito fino a 90 persone sulle nostre terrazze». Come biglietto d'ingresso, ognuno deve portare qualche ricetta tradizionale del luogo di provenienza. «Per un'ora e mezzo ce ne stiamo a contemplare in silenzio il tramonto, ascoltando musiche che ho selezionato durante l'anno. Una sorta di programma radiofonico dal vivo!». La colonna sonora ideale? «La musica celtica. Le balze della montagna mi fanno venire in mente tanti folletti che scendono a valle... Non a caso le prime volte proponevo le melodie di una band folk irlandese, i Clannad».

Sotto, una veduta di Los Angeles e le luci di una Las Vegas in versione notturna. «Quella sensazione di assoluta libertà e distanza da tutto e da tutti, provata a 21 anni durante quella vacanza, è qualcosa che difficilmente si può sperimentare oggi, nell'attuale mondo interconnesso», commenta il top manager Warner Italia, con una punta di nostalgia



Nicola Maccanico

direttore generale di Warner Bros. Italia

UN MESE DA LEONI... IN CALIFORNIA!

Aveva 21 anni Nicola Maccanico, oggi direttore generale di Warner Bros. Italia, quando è andato nel luglio del 1993 un mese in California, con un suo caro amico. «Era estate, avevamo entrambi problemi sentimentali e nessuna vacanza organizzata. Lui decise di partire e io lo seguii, avendo prenotato solo il biglietto di andata, quello di ritorno e un'auto ad attenderci all'aeroporto di Los Angeles». Maccanico desidera raccontare questo viaggio, in particolare, «perché poi gli Stati Uniti, soprattutto la West Coast, hanno assunto un ruolo centrale nella mia vita professionale. Anche se allora proprio non avrei immaginato che sarei tornato là 11 anni dopo quell'esperienza in veste di manager di Warner». Quando ci ripensa, gli viene in mente tutta l'energia dei vent'anni, ma anche quella che riesce a trasmettere a uno straniero la terra a stella e strisce, l'emozione delle scoperte e, più di tutto, la grande libertà, «un senso magari illusorio, ma realmente percepito, di autodeterminazione». Oltre, naturalmente, «all'assoluta distanza da tutto e tutti», complice anche il fatto che «all'epoca non esistevano i cellulari, chiamavo a casa tramite la famosa Collect Call, che oggi aggiunge un sapore vintage, un po' romantico».

Tra i ricordi più cari campeggiano «il divertimento che provai appena atterrammo a Los Angeles, vedendo i cartelli stradali: mi facevano venire in mente i telefilm che seguivo e amavo». E poi il fascino di Las Vegas: «La raggiungemmo arrivando in autostrada da San Diego: vedere tutte quelle costruzioni artificiali sbucare in mezzo al nulla del deserto fu emozionante». Proprio nel capoluogo del Nevada i due amici vissero una *Notte da leoni* ante litteram, per citare uno dei blockbuster degli ultimi anni distribuiti dalla stessa Warner. «Non ci trovammo una tigre in stanza, la mattina dopo», scherza Maccanico, riferendosi a una delle scene cult della saga, «ma sicuramente vivemmo momenti divertenti. E ancora: «Una volta, sulla spiaggia di Newport Beach, giocammo a volleyball con dei ragazzi del luogo che, al termine della partita, ci invitarono a un party serale, sottolineando che ci sarebbero stati alcolici. Negli Stati Uniti la legge impedisce di bere al di sotto dei 21 anni... Rimanemmo molto colpiti, sia perché noi italiani non eravamo abituati a questo genere di restrizioni, sia perché ciò mi trasferì il senso di come a volte proibire le cose le renda più desiderabili». A proposito di bevande, come dimenticare «la birra più economica del mondo, la Michelob: potevamo permetterci delle bottiglie per tutto il mese senza sfiorare il nostro limitato budget». Conclude infine Maccanico: «In un'altra occasione ci trovammo nei pressi di San Francisco e conoscemmo alcune persone. Un uomo sulla quarantina ci chiese da dove venivamo. «Roma!», esclamò stupito. «Meravigliosa. È in Grecia, vero?». Ecco, in quel momento capii che eravamo davvero dall'altra parte del mondo e ciò che noi potevamo dare per scontato in realtà non lo era affatto».

» Non dimenticherò mai la grande energia che ho sentito da subito, atterrato nella «Città degli Angeli»



Vita da manager

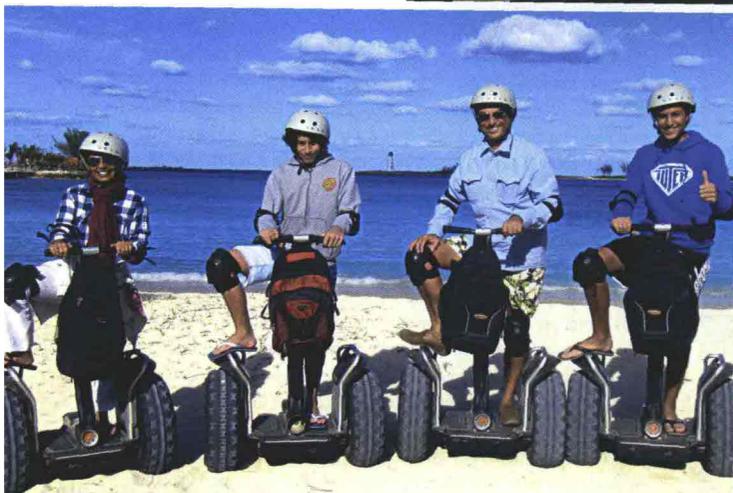
Tutti pronti per l'avventura su una spiaggia californiana, a bordo dei Segway: Lorenzo Montagna con la moglie e i figli oggi adolescenti. Sotto, uno scorcio particolare del National Park di Bryce Canyon. Questi scatti sono pubblicati anche sul profilo Flickr dell'amministratore delegato e direttore commerciale di Yahoo! Italia



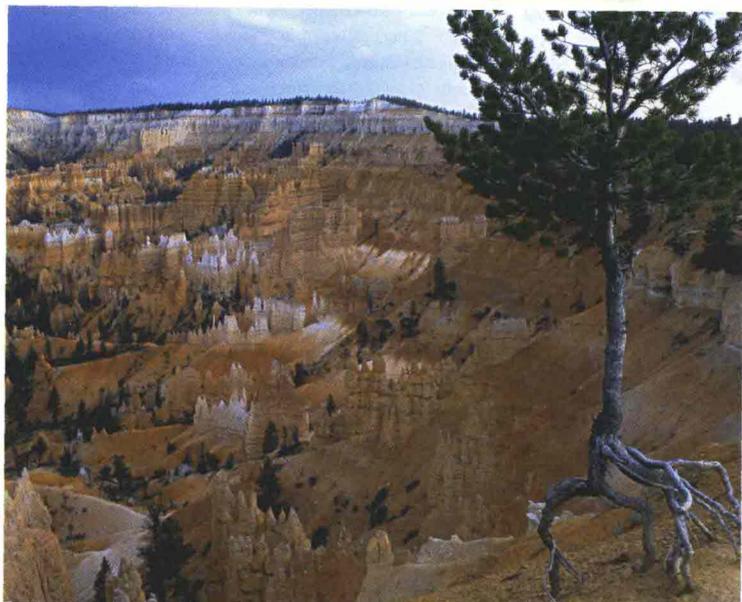
Lorenzo Montagna amministratore delegato e direttore commerciale di Yahoo! Italia

MITICO COAST-TO-COAST AMERICANO CON FAMIGLIA

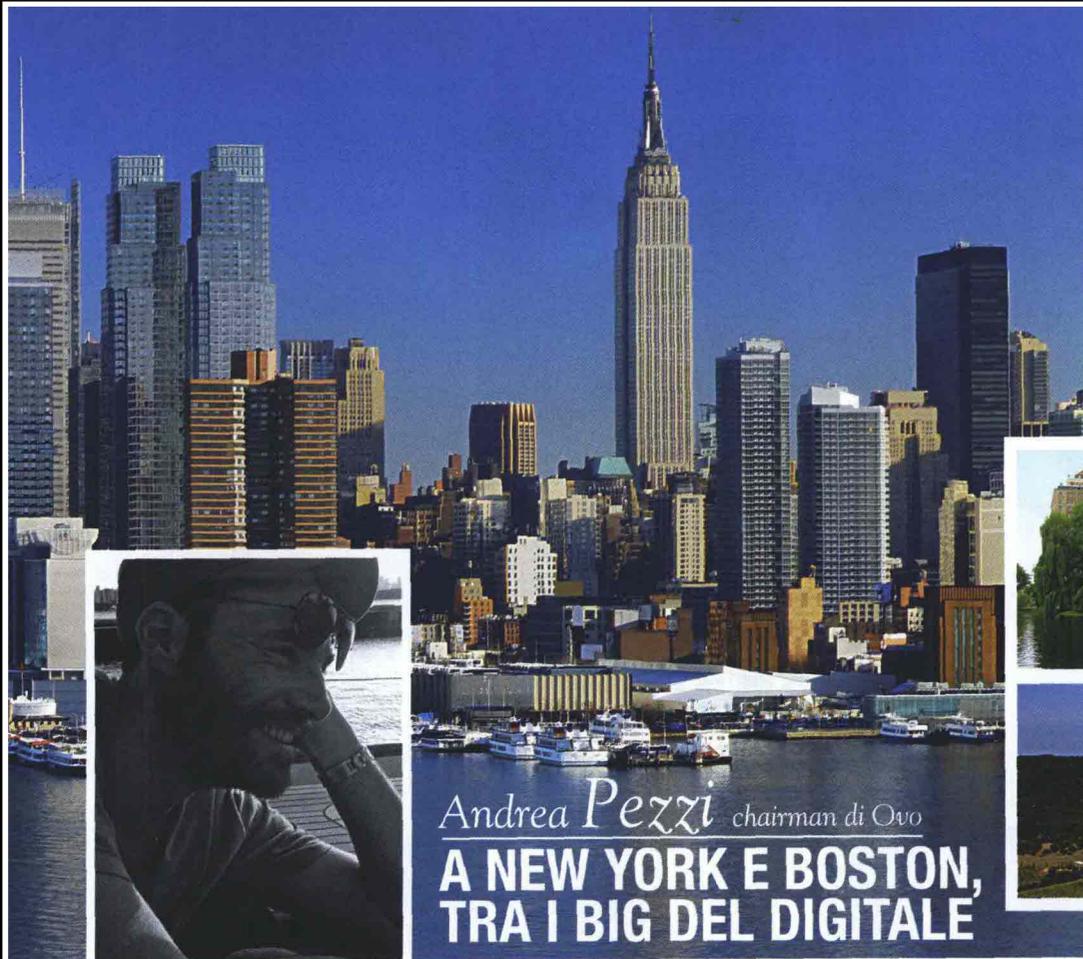
«La vacanza della mia vita? Nell'estate 2010, con la famiglia. È stato il classico coast-to-coast, principalmente in auto, soffermandoci in particolare in California e nella splendida zona dei parchi». Di quel viaggio Lorenzo Montagna, amministratore delegato e direttore commerciale di Yahoo! Italia, conserva molti scatti che, da appassionato di fotografia qual è, ha scelto di condividere anche su Flickr, la piattaforma di *photo sharing* completamente rinnovata dal motore di ricerca, dopo averla acquistata nel marzo 2005. «Vivere quel Paese per tre settimane, in modo itinerante e avventuroso, come abbiamo fatto con mia moglie e i miei due figli, allora teenager, mi ha permesso di entrare in contatto con le grandi diversità, paesaggistiche e culturali, dei vari Stati americani. Nevada e Utah sono molto vicini geograficamente, ma mentre il primo è noto per essere patria del gioco d'azzardo e della prostituzione, il secondo presenta molti vincoli, vigendo una sorta di cultura mormona anche ai di fuori della comunità specifica che vi abita. O ancora, mi ricordo di essere rimasto sorpreso a San Francisco di fronte alla zona finale della locale Chinatown



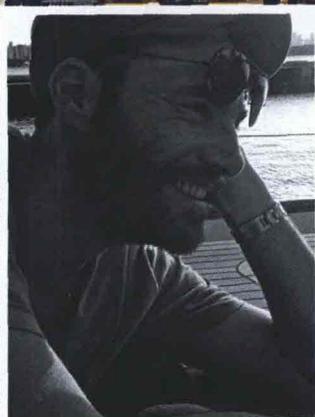
» Per me e per i miei cari è stata un'esperienza appagante sotto il profilo culturale e soprattutto umano



che termina bruscamente nel distretto finanziario, come se qualcuno avesse di colpo tirato una riga». A proposito di panorami, «indimenticabili certi scorci del Bryce Canyon National Park: dopo una pioggia improvvisa e un fuggi fuggi generale dei visitatori, mi ritrovai lì da solo al tramonto, in un contesto davvero magico». E poi non sono mancate alcune «lezioni di vita» imparate sul posto. «Per esempio quanto sia vero negli Usa che "l'abito non fa il monaco". Noi italiani siamo molto legati alla forma; soprattutto in America, invece, ci si rende conto che le persone non vanno proprio valutate in base a come si presentano». Secondo insegnamento, «client is the king», ovvero «la grande attenzione riservata ai consumatori negli alberghi, nei ristoranti o nei negozi. Pensiamo solo che per cinquant'anni uno dei motti di Avis, compagnia di autonoleggio, è rimasto "We try harder": consapevole di essere secondari rispetto ad altri brand, il gruppo s'impegnava agli occhi dei clienti a fare sempre di più, e meglio». Per i figli di Montagna si trattava del primo viaggio in Usa. «I ragazzi sono stati conquistati dalla capacità degli americani a fare ogni cosa in grande stile, sapendo creare uno spettacolo dal nulla e facendolo diventare pure un business. Si ricordano ancora di un giovane indiano che accatastava in modo magistrale sassi e ciottoli l'uno sull'altro, senza farli cadere. Facile a dirsi, difficilissimo a farsi. Era in grado di attirare l'attenzione di tutti passanti, e a fine giornata riusciva anche a racimolare un bel gruzzoletto!».



In primo piano, la Grande Mela. In basso, una delle aree più verdi di Boston, in Massachusetts. Sotto, un tipico panorama maremmano, in cui Andrea Pezzi si è "rifugiato" appena rientrato dagli adrenalinici quanto frenetici States



Andrea Pezzi *chairman di Ovo* A NEW YORK E BOSTON, TRA I BIG DEL DIGITALE



Quando *Business People* lo raggiunge telefonicamente, Andrea Pezzi è appena rientrato da alcuni giorni trascorsi a New York e a Boston: tra settembre e ottobre, infatti, Ovo, la media company che ha fondato e guida, inizierà a erogare contenuti dall'Inghilterra negli Stati Uniti, in attesa di avere una sede stabile a stelle e strisce, prevista per il 2014. Ai primi di luglio, nella Grande Mela e in Massachusetts Pezzi ha incontrato «i più grandi venture capitalist del mercato digitale. Quelli, insomma, che hanno creato Facebook, Twitter... La bellezza del dialogo con loro risiede soprattutto nel fatto che sono interlocutori che capiscono cosa sto dicendo e facendo». A differenza dell'Italia? «Non è che da noi gli investitori non siano in grado di comprendere, ma il mio modello di Web business è più sofisticato rispetto allo stato dell'arte del settore nella Penisola. Negli Usa, invece, la rivoluzione 2.0 è già sistema e industria, e inevitabilmente è un contesto molto più stimolante». Durante i giorni americani, comunque, non sono mancati momenti di svago. E certo l'ex conduttore di programmi Tv famosi come *Kitchen*, tutt'oggi ancora appassionato di cucina, non si è fatto sfuggire l'occasione di gustare dei veri hamburger all'americana. «Eccellenza quelli di Shake Shack, nel ristorante di Madison Square Park, all'incrocio tra Madison Avenue e la 23esima Strada. Una destinazione fondamentale per gli amanti del genere, assieme a un altro "tempio" come JG Melon, all'angolo tra la Terza e la 74esima». Aggiunge Pezzi: «Ormai sono anni che non faccio tante vacanze di piacere, ultimamente viaggio soprattutto per lavoro. E operando adesso a livello internazionale, posso beneficiare di un punto di vista privilegiato». Tanto che, per esempio, potendo approfondire alcuni risvolti sulle multinazionali digitali e sulle conseguenze delle loro

attività sulla sfera economica e finanziaria delle nazioni, il chairman di Ovo sta scrivendo un libro sull'argomento. «Un'attività a cui mi dedico soprattutto nei momenti di svago e di relax totali, che passo soprattutto al mare».

Oltre agli Stati Uniti, in vista dell'espansione del suo progetto su altri mercati esteri, nei mesi scorsi Pezzi ha lavorato molto anche in Paesi emergenti come la Russia. Che l'imprenditore ravennate conosce bene, visto che si è laureato nel 2006 in psicologia all'Università Statale di San Pietroburgo. «Amo molto "il cuore russo": trovo le persone del posto profondamente umane. Quelli che vedo lì, come negli Stati Uniti del resto, sono tanti "bambinoni cresciuti". Con la differenza che in America sono dei robot e alcuni vanno avanti a Prozac, in Russia, al limite... a vodka», scherza.

Tuttavia per Pezzi «l'Italia resta un Paese bellissimo. Dopo quest'ultimo viaggio negli Stati Uniti, appena atterrato, sono andato in Toscana, tra Capalbio e Saturnia. Mentre in Usa non vedo un dialogo, un'interazione tra la natura e l'uomo - si passa da scenari totalmente *wild* a imponenti costruzioni artificiali - da noi l'incontro tra i due mondi è spesso avvenuto all'insegna di una grande armonia, come dimostra la Maremma. Davanti a quello spettacolo incantevole, mi sono fermato, e non ho potuto trattenerne un sospiro d'ammirazione».



*In passato ho viaggiato molto per piacere.
Adesso mi muovo più che altro per lavoro.
Quest'anno sto andando spesso negli Usa*