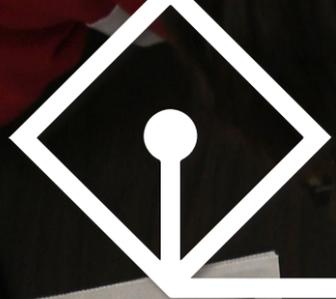


#7

Anno 21
30 maggio 2025



FUTURA MAGAZINE

Periodico del Master in giornalismo "Giorgio Bocca" - Università di Torino

LE STORIE/1
**Kermasofia
e Fonderie Ozanam**
Giopp, Platini | P4

LE STORIE/2
**Impact Hub
e Refugee Restart**
Borghero, Brighenti | P5

SCELTI DA NOI
**I libri
dell'estate**
Borghero, Brighenti,
Giopp, Platini | P6

IMPACT JOURNALISM E COMUNITA'

L'informazione che cambia la vita

Lorenzo Borghero, Vittoria Brighenti,
Mattia Giopp e Virginia Platini
Pagine 2 e 3

FOTO DI MATTIA GIOPP

di **Lorenzo Borghero**,
Vittoria Brighenti
e **Mattia Giopp**

Cosa volete cambiare con il vostro articolo?» Per Richard Addy, economista e consulente inglese, è questo il cuore del giornalismo d'impatto. Una sesta domanda oltre alle classiche chi, come, dove, quando e perché, che può trovare risposta in quattro linee guida che sono emerse durante i tre giorni dell'Impact Journalism Spring Lab organizzato da Torino social impact e UniTo. Primo: per ottenere un impatto concreto il mondo dell'informazione deve riuscire ad avere un ruolo nella società. Secondo: individuare i temi più urgenti per una comunità specifica. Terzo: constatare un problema non è sufficiente, anzi è talvolta controproducente se ci si limita a riportarlo. Quarto: vanno misurate le conseguenze ottenute da una data inchiesta, per esempio, confrontando gli effettivi cambiamenti dopo la pubblicazione. L'obiettivo: «La promozione dell'economia sociale deve passare attraverso il giornalismo. E per questo abbiamo dato vita a numerose collaborazioni con testate che scelgono questo approccio», ha spiegato Lorena Di Maria, project manager di Torino social impact.

LE COMUNITÀ

Le comunità di lettori sono l'essenza stessa dell'impact journalism. Dai loro bisogni nascono le idee per articoli e inchieste ed è sempre a loro che il giornalista deve rivolgersi quando riporta i risultati. Senza un rapporto solido e consapevole tra giornale e lettori, non può esistere un giornalismo d'impatto. Ancora Addy, co-fondatore e direttore della società di consulenza Akas specializzata nella misurazione dell'impatto della comunicazione: «Non si può prescindere dal contesto. Per questo dobbiamo conoscere il nostro pubblico come se fosse un nostro parente: i suoi valori, i suoi gusti e le sue



CREDIT: SPRING LAB



IL GIORNALISMO D'IMPATTO CAMBIARE IL MONDO UN ARTICOLO ALLA VOLTA

Oggi l'informazione non può prescindere dal contributo delle comunità

preoccupazioni. Per questo affidarsi a sondaggi e statistiche aiuta a definire il piano editoriale. Così potremmo scoprire che uno degli elementi che più preoccupa la popolazione italiana è la disoccupazione». Elemento che è anche tra i più trattati da tv e giornali, contribuendo così a «allontanare e spaventare». Un controsenso, se pensiamo che il giornalismo dovrebbe innanzitutto coinvolgere il pubblico. Motivo per cui, dal punto di vista pratico, è essenziale ripensare il rapporto con i lettori attraverso

nuove forme che stimolino la loro partecipazione. Con la membership, per esempio, il lettore diventa parte del giornale e lo sostiene dall'interno, ottenendo anche un ruolo più centrale nella scelta dei temi da trattare.

I PERICOLI

L'approccio dell'impact journalism, nonostante il potenziale positivo, comporta diversi rischi e pericoli, sia per i giornalisti, sia per il mondo dell'informazione. Uno tra questi è l'attivismo emoti-

vo e digitale che si caratterizza per un'enfasi sul sentimento, con una conseguente rappresentazione parziale della realtà e la creazione di un'informazione di parte. Il rischio di glorificazione ingenua, invece, si manifesta quando il giornalismo d'impatto si concentra troppo sugli aspetti positivi, trascurando le criticità delle situazioni trattate. Questo non aiuta il pubblico a sviluppare un approccio analitico della realtà ma tende a rafforzare le bolle emotive e le visioni parziali. Infine

«le notizie inutili, quelle negative, il sovraccarico informativo e la perdita di fiducia sono fenomeni che portano le persone a evitare le notizie» ha spiegato Raphael Zanotti, giornalista de La Stampa. Sebbene l'impact journalism nasca per contrastare la sfiducia e punti a proporre storie costruttive e soluzioni, spesso l'approccio risulta troppo carico emotivamente e viene percepito come opprimente. Le conseguenze sono la creazione di senso di impotenza, stress e rassegnazione. Inoltre, «se le storie sono

I PROTAGONISTI

LA GIORNALISTA

«Il nostro lavoro deve fondarsi sulla realtà»

di **Virginia Platini**

L nostro lavoro è essere uno specchio per il mondo, se raccontiamo solo le storie più brutte non lo stiamo facendo in modo completo» Tina Rosenberg, giornalista e vincitrice di un premio Pulitzer per la saggistica nel 1996, è la fondatrice del Solutions Journalism Network, organizzazione non profit con l'obiettivo di «trasformare il giornalismo perché tutti abbiano accesso a notizie che li aiutino a immaginare e costruire un mondo più sostenibile ed equo».

L'indicazione di Rosenberg è chiara: «Una storia di giornalismo delle soluzioni, per essere davvero costruttiva, deve essere fondata sulla realtà, su risultati concreti nel presente».



TINA ROSENBERG
Giornalista e autrice

L'ECONOMISTA

«È decisivo capire a chi vogliamo parlare»

di **M.G.**

Cosa volete cambiare con il vostro articolo?» Si apre così l'intervento di Richard Addy all'Impact Journalism Spring Lab. Addy, economista e consulente inglese, è il co-fondatore di Akas, un'azienda di consulenza internazionale nata nel 2012 che opera nel campo dell'audience strategy. Per Addy, quando si parla di giornalismo «è fondamentale capire a chi vogliamo parlare per raggiungere il nostro scopo». Audience diverse hanno aspettative diverse, e richiedono diversi linguaggi. Proprio le comunità, che si tratti di lettori o semplici cittadini, rappresentano il cuore dell'impact journalism: il lavoro del giornalista deve infatti partire da loro, e a loro deve restituire i risultati.



RICHARD ADDY
Economista, fondatore di Akas

LA PROJECT MANAGER

«Il processo editoriale deve essere comprensibile»

di **V.B.**

Bisogna fornire comprensione, contesto e capacità di scelta alle persone». Non si tratta di fare advocacy, ma di esercitare una responsabilità editoriale: l'obiettivo è aumentare la comprensione del pubblico e migliorare la fiducia nei media. Caterina Rosini è una systemic designer e project manager del Cottino Social Impact Campus, il centro dedicato alla diffusione della cultura dell'impatto e alla promozione di modelli di business orientati alla creazione di valore per le comunità. Rosini si occupa dello studio e della definizione delle fasi necessarie per pianificare subito quali impatti si vogliono rilevare, utilizzando metriche sia qualitative, sia quantitative.



CATERINA ROSINI
Systemic designer e project manager



CREDIT: SPRING LAB

orientate solo dall'emozione, possono portare il pubblico a disconnettersi dall'informazione per proteggere il proprio benessere, rischiando di allontanare invece che coinvolgere» ha concluso Tina Rosenberg, co-fondatrice del Solutions Journalism Network.

MISURARE L'IMPATTO

Misurare l'impatto del prodotto giornalistico finale non è semplice. Per questo è necessario stabilire dei criteri. Secondo Zanotti alcune delle unità di misura dell'impatto sono i «cambiamenti legislativi provocati, la mobilitazione pubblica e le partnership con le organizzazioni». Obiettivi concreti, che necessitano di una strategia precisa. Anche avere cognizione di causa di quanto i competitor trattino un determinato tema è cruciale: «Guardando i dati scopriamo che in Italia si scrive poco di cambiamento climatico, potremmo coinvolgere una comunità su questo argomento».

IL GIORNALISTA

«L'impact journalism serve a proporre soluzioni»

di Lorenzo Borghero

L'occhio dei lettori è un esempio di giornalismo partecipativo, ideato quando ancora non sapevamo cosa fosse il giornalismo d'impatto» racconta Raphael Zanotti, giornalista de *La Stampa*. La rubrica si poneva l'obiettivo di partire dalle idee dei lettori per trasformarle in inchieste. L'iniziativa venne accolta con entusiasmo. Grazie alle segnalazioni nacquero le prime inchieste, che esploravano a 360 gradi i disagi vissuti da pendolari e viaggiatori, riuscendo così ad aggirare le logiche imposte dalle big tech, il cui successo si misura sul traffico generato. Giornalismo d'impatto significa coinvolgere e proporre soluzioni, senza concentrarsi solo sui problemi».



RAPHAEL ZANOTTI
Primo curatore de *L'occhio dei lettori*

PARLANO I DIRETTORI

Comunità, territori, giovani: il ruolo del giornalismo locale

Varese News e L'Eco del Chisone rappresentano due modelli virtuosi su come fare informazione di qualità in provincia

di Virginia Platini

Due giornali diversissimi, una sola strategia per sopravvivere alla crisi dell'informazione e aumentare il proprio impatto sul mondo: mettere la comunità al centro. L'Eco del Chisone, che ha raccontato ai pinerolesi quasi 120 anni di notizie, e nella sede conserva la linotype con la quale venivano impaginati i primi numeri, e Varese News, classe 1997, uno dei primi giornali locali a nascere come digitale puro, guardano all'impact journalism come metodo «per continuare a mantenere la rilevanza che abbiamo ottenuto», spiega Paola Molino, direttrice dell'Eco, ma anche perché, per Marco Giovannelli, direttore e fondatore di Varese News, «se un giornale non è strategico per un territorio, non ha un impatto su quel territorio, non serve a niente. Siamo nati - aggiunge Giovannelli - perché che ci piaceva l'idea che l'informazione in questa provincia avesse più voci possibili, all'inizio eravamo un giornale contro, ma nel tempo siamo diventati un giornale per, abbiamo smesso i panni di contestatori per acquisire un ruolo più importante, stare in mezzo alle comunità e ascoltarle tutte: la chiave è essere presenti sul territorio, fare sì che i lettori ti conoscano». Gli fa eco Molino: «Siamo un presidio di cittadinanza, quando testate locali come la nostra muoiono i territori dei quali si occupano perdono la propria voce. Il nostro obiettivo è essere un giornale di comunità, e costruire una community, non solo raccontarla. Non solo siamo presenti, ma cerchiamo di diventare uno snodo di collegamento, un motore di sviluppo, cerchiamo di promuovere iniziative e di stimolare la politica».

LA STRATEGIA

Uscire dalle redazioni, quindi, dare agli abbonati, ma anche a chi legge il giornale occasionalmente, il modo di essere parte attiva del processo di informazione, rinsaldare i legami con il territorio. Come, però? La risposta Varese News l'ha trovata nel promuovere, dai primi anni di attività, «progetti collaterali, che non snaturassero il sito di notizie ma fossero una spinta per stare meglio e per capire i bisogni della popolazione»: la festa popolare. Anche io, il festival di giornalismo digitale Glocal, arrivato alla quattordicesima edizione, e, da marzo, Materia.

L'ultima creatura di questo istinto al radicarsi senza però rinunciare a uno sguardo globale è una ex scuola



A SINISTRA PAOLA MOLINO A DESTRA MARCO GIOVANNELLI

IL LABORATORIO

Lo Spring LAB al Master

Per tre giorni, grazie alla collaborazione tra Torino Social Impact, il Master in Giornalismo di Torino "Giorgio Bocca", e Anso, l'Associazione nazionale stampa online, esperti italiani e stranieri hanno raccontato agli studenti che cosa significhi realizzare progetti con un impatto concreto, dal punto di vista giornalistico ma non solo. Durante le giornate anche workshop partecipativi guidati da Marco Giovannelli e Paola Molino, che hanno condiviso le strategie delle proprie testate. La prima edizione del corso, patrocinato dall'Ordine dei Giornalisti, si è conclusa con una tavola rotonda, inserita nel programma del Festival della Tv di Dogliani, sulle *Storie che fanno la differenza*.

elementare a Castronno - a 15 minuti in auto da Varese - dal nome polisemico, in cui oltre alla sede della redazione di Varese News, «uno spazio aperto, tutto di vetro», racconta Giovannelli, trovano posto iniziative ed eventi: «dove i bambini avevano la loro palestra abbiamo fatto una sorta di agorà, e una biblioteca di libri locali; nelle aule, polifunzionali, svolgiamo molte attività, sul tetto ci sono i pannelli solari perché siamo promotori di una comunità energetica rinnovabile». Dall'apertura Materia ha proposto un evento quasi ogni sera, spesso riempiendo la sala.

UNA PIAZZA PER TUTTI

A Pinerolo, parallelamente, guidato dall'idea che il giornale sia «un bene comune, una piazza in cui discutere», come dichiara Molino, l'Eco del Chisone organizza tribune

I DIRETTORI

Paola Molino dirige L'Eco del Chisone dal 2018
Marco Giovannelli guida Varese News dal 1999

elettorali in occasione delle elezioni amministrative, pubblica libri, dà lo spunto per strategie di valorizzazione delle risorse per il turismo: «Oggi nel pinerolese esiste una rete di dimore storiche, un circuito nato grazie a noi, che abbiamo realizzato una serie di articoli sulle residenze nobiliari, a partire dai quali i proprietari hanno deciso di collaborare», interviene Sofia D'Agostino, presidente del consiglio d'amministrazione e vicedirettrice.

Non solo, durante il periodo del Covid, poiché «il telefono della redazione continuava a squillare, a ogni ora del giorno», è stato aperto un numero verde, per aiutare soprattutto le fasce più deboli a gestire il lockdown: «la solidarietà mostrata dai lettori ci ha colpiti molto», conclude D'Agostino.

SGUARDO AL FUTURO

Perché tutto questo non vada perso, però, è fondamentale guardare alle nuove generazioni: «Uno dei problemi che il giornalismo vive è quello anagrafico, le redazioni sono attualmente troppo anziane» dichiara Giovannelli, problema che l'Eco del Chisone affronta con attività di avvicinamento dei ragazzi all'informazione che iniziano alle scuole elementari e arrivano al portare ogni anno un gruppo di liceali a realizzare un numero speciale del mensile Extra.

LE STORIE/1



CREDIT GIULIA GRIGNANI



CREDIT FONDERIE OZANAM

«L'emancipazione economica è decisiva per una reale parità»

Kermasofia: educazione finanziaria per tutti

di Mattia Giopp

Circa la metà delle donne italiane (45 per cento) non lavora. Il 40 per cento non possiede un conto corrente personale e solo una su quattro si ritiene finanziariamente alfabetizzata. Mancanze che spalancano la strada a situazioni di abuso e violenza economica. Kermasofia è un ente no profit che nasce per arginare questo fenomeno, con due obiettivi: fornire alle persone una conoscenza di base in campo finanziario e favorirne l'emancipazione economica. «Negli anni mi sono resa conto di quanto fosse critica la situazione dell'alfabetizzazione finanziaria, soprattutto tra le donne» spiega Giulia Grignani, consulente finanziaria che nel 2023 ha creato Kermasofia insieme ad alcuni colleghi. A ispirarli, la consapevolezza dei rischi derivanti dalla mancanza di queste conoscenze e la volontà di risolvere il problema. «Vogliamo aiutare le persone, restituire loro la libertà spiegando loro che non possono essere veramente libere se non hanno il controllo dei propri soldi», aggiunge Grignani. Attualmente il team conta tredici persone tra consulenti del lavoro, avvocati, commercialisti e giornalisti. Le attività si dividono tra corsi su temi specifici e workshop, a cui si aggiungono progetti nelle scuole e, presto, anche all'interno dei centri antiviolenza. Il metodo di formazione seguito è semplice: un'educazione fatta dalle donne, per le donne. «Ma le nostre attività non sono rivolte esclusivamente alle donne, perché la scarsa alfabetizzazione finanziaria è un fenomeno diffuso in maniera trasversale nella nostra società, travalica confini di età, genere e reddito». Una situazione che col-

pisce tantissime persone, anche se in modi diversi. «Quando a chiederci aiuto sono soggetti fragili, spesso si tratta di informazioni per la vita di tutti i giorni: come usare una carta di credito o come ritirare contanti al bancomat». Gli specialisti di Kermasofia offrono corsi di educazione finanziaria per il lungo periodo pensati per i giovani e altri di gestione della pensione con un focus sulle persone più anziane. Non mancano gli incontri specifici per le donne che stanno affrontando divorzi o separazioni, che spesso finiscono per trovarsi in posizione di inferiorità rispetto al coniuge. «Cerchiamo, un passo alla volta, di scalfire



«NON SI È DAVVERO LIBERI SE NON SI HA IL CONTROLLO DEI PROPRI SOLDI»

quel pregiudizio culturale che vede le donne come incapaci di occuparsi di questioni economiche», ribadisce Grignani. Un aspetto tanto radicato nella nostra cultura da spingerle ad autoescludersi dalle questioni economiche sin da piccole. Fenomeno che gli operatori di Kermasofia sperano di arginare portando sempre di più l'educazione finanziaria nelle scuole, a partire dalle elementari. «Attraverso l'empowerment economico femminile e la ricerca di una vera parità di genere cerchiamo di portare avanti un cambiamento che migliori il benessere sociale non solo delle donne, ma di tutti». Una volontà che hanno voluto esprimere a partire dal logo stesso di Kermasofia: un'altalena a dondolo, come quelle dei parchi giochi, con un uomo e una donna in equilibrio.

«È necessario accorciare le distanze tra teoria e pratica»

Fonderie Ozanam forma giovani svantaggiati

di Virginia Platini

Non vogliamo che le persone vengano al nostro ristorante perché siamo sociali, ma che vengano perché da noi si mangia bene e si passa una bella serata, e possano in seguito scoprire la nostra storia»: Loris Passarella, presidente dell'associazione Meeting service, che gestisce Fonderie Ozanam e il bistrot «Qui da noi», sintetizza così la vocazione della cooperativa: non fare solo assistenza, ma dare alla possibilità alle persone che segue di sperimentare un ambiente di lavoro vero ed essere per loro un punto di partenza, un trampolino



«IMPARARE A LAVORARE SIGNIFICA POTER IMMAGINARE UN FUTURO INDIPENDENTE»

di lancio verso una vita autonoma. Per questo dal 1987 forma, con corsi di cucina, pizzeria, pasticceria, giovani svantaggiati «all'inizio si trattava soprattutto di minori italiani provenienti da famiglie fragili del quartiere della nostra sede, le Vallette. Ora, invece, ci occupiamo di molti ragazzi disabili, anche perché non sempre gli istituti alberghieri sono in grado di seguirli o di trovare per loro tirocini. E poi minori stranieri non accompagnati e italiani neet (coloro che non studiano e non lavorano ndr.)», spiega Passarella. L'idea è nata da un gruppo di professori delle scuole medie, in risposta all'alto tasso di abbandono scolastico nella periferia torinese: dopo un anno è stata aperta la prima sede, in via Santa Chiara, e subito gli insegnanti hanno iniziato a coinvolgere

gli studenti in attività di catering. Nel 2006, grazie alla collaborazione della Circoscrizione 5, il trasferimento in quella attuale in via Foligno, in una ex fonderia dove già erano nati laboratori artigianali di comunità. «Presto abbiamo sviluppato un metodo, capendo che era necessario accorciare le distanze tra la scuola e il lavoro vero: già durante la formazione mostriamo ai nostri allievi che cosa significa lavorare e poi ci impegniamo molto nell'inserimento. Alcuni ragazzi rimangono con noi, ma molti trovano impiego altrove, anche grazie a una rete di legami costruita nel tempo che porta molti locali a chiamarci quando hanno bisogno di assumere», continua Passarella, che aggiunge: «Per alcuni dei ragazzi poter lavorare in autonomia è qualcosa di enorme, significa poter immaginare un futuro indipendente». È così per le quattro persone disabili impiegate al bistrot «Qui da noi» (in corso Francia 325), come per chi arriva alle Fonderie come minore non accompagnato: «Negli ultimi anni abbiamo gestito un bando con capofila Slow Food, seguendo trentaquattro giovanissimi stranieri, molti dei quali non parlavano ancora l'italiano: oggi ventuno di loro hanno un posto di lavoro». Nel periodo complicato della pandemia Covid, inoltre, le Fonderie hanno avviato un'attività per produrre conserve: grazie alla collaborazione con un'altra associazione trasformano le rimanenze dei mercati, frutta e verdura non più vendibile, ma ancora commestibile, in confetture, caponata, antipasti, tutti prodotti caratterizzati da un ingrediente speciale, il miele prodotto dalle api allevate sul tetto della sede, dove le arnie coesistono con un orto urbano.

LE STORIE/2



CREDIT: IMPACT HUB TORINO



CREDIT REFUGEE RESTART

Innovazione e sostenibilità Ecco le startup di Impact Hub

«Partire dal locale per arrivare al globale»

di **Lorenzo Borghero**

Innovazione, collaborazione e impatto sul territorio sono i tre concetti chiave su cui si basa l'operato di Impact Hub Torino. L'obiettivo dell'azienda è infatti quello di lanciare nuove startup, seguendole nel percorso di crescita. Talvolta il processo di incubazione parte quando ancora non è presente un'impresa strutturata: «Basta una bella idea, talvolta anche di studenti propositivi, per avviare una startup con noi» racconta il responsabile Edoardo Ramondo. La selezione parte proprio dalla valutazione dell'idea, che si basa su precisi criteri: «La startup deve essere sostenibile dal punto di vista culturale, sociale e ambientale. Altrimenti tiriamo una riga e la scartiamo». Sostenibilità sociale significa coinvolgere tutti gli stakeholder del territorio: «Puntiamo a guardare oltre il mero interesse economico. Vogliamo che ci sia un servizio per la cittadinanza, non solo per i clienti». Un esempio virtuoso, in questo senso, è quello del Mercato itinerante; i cittadini possono ordinare online i prodotti venduti dal mercato rionale e dalle attività di vicinato meno distanti. In questo modo ci guadagnano tutti: gli ambulanti, assistiti da un processo di digitalizzazione, e la comunità cittadina, che riceve la spesa a casa. «Questo tipo di innovazione è un bisogno della cittadinanza. Abbiamo ancora qualche difficoltà, perché per ora è attiva solamente a Porta Palazzo, ma stiamo lavorando con l'amministrazione locale per coinvolgere altri mercati rionali». Collaborare con Comune e aziende «più mature» non è sempre facile. Nelle grandi aziende, infatti, «il processo innovativo comporta un

cambio culturale non indifferente. L'approccio è quello di cercare di continuare a performare con ciò che si è portato avanti fino al giorno precedente». L'interconnessione tra startup e aziende più grandi è, però, un punto fondamentale per Impact Hub. Le startup, durante il periodo di incubazione, sono seguite da una squadra di mentor, che formano e seguono gli aspiranti imprenditori sviluppando l'idea o la realtà già esistente. I 40 mentor hanno competenze specifiche per i settori più disparati e sono in grado di garantire un percorso di crescita personalizzato. Ma non solo: «L'obiettivo è rendere



**«L'IMPRESA CHE COLLABORA
CON NOI DEVE ESSERE
SOSTENIBILE A 360 GRADI»**

le nuove startup resistenti alla concorrenza delle aziende già presenti sul mercato. Così possono essere competitive da subito». Un risultato raggiunto nel caso della collaborazione con Weroad, piattaforma dedicata ai viaggi di gruppo on the road, che oggi può vantare una collaborazione con Sky per il programma Pechino Express. La storia di Weroad, incubata alla sede di Milano, incarna pienamente lo spirito e le idee di business di Impact Hub, impegnata nel locale, ma sempre «con uno sguardo sul globale». Impact Hub ha infatti tre sedi in Italia: a Torino, Firenze e Milano, e più di 110 in 65 paesi. Perché per quanto il contributo per tutti gli stakeholder del territorio sia fondamentale «bisogna ricordarsi che il mondo non finisce ad Alpignano».

L'obiettivo di Refugee Restart: includere per crescere insieme

L'incubatore che trasforma i sogni in imprese

di **Vittoria Brighenti**

Tutto è cominciato a Milano con un incontro. «Ho conosciuto Ahmud, veniva dal Senegal. Parlava più lingue di me, voleva cambiare vita e soprattutto non aveva paura di chiedere aiuto». Antonio Di Marco ricorda bene quel momento. È stato l'inizio di un percorso che lo ha portato a fondare Refugee Restart, un incubatore 100 per cento online dedicato a talenti e startup nate da persone con background migratorio. «Da quel giorno ho voluto indagare: ho intervistato cento persone e ho scoperto un modello comune.



**«OGNUNO È PROTAGONISTA
DEL PROPRIO PERCORSO
E DEL PROPRIO FUTURO»**

Tutti condividevano una grande capacità di affrontare le avversità, una forte propensione al rischio e straordinarie competenze

Le stesse caratteristiche tipiche di un imprenditore. È lì che ho capito che dovevo fare qualcosa». Refugee Restart nasce con la missione di rendere l'educazione all'imprenditorialità accessibile e creare opportunità economiche per chi, arrivando in Europa, si trova spesso bloccato da barriere culturali, linguistiche e burocratiche. L'incubatore propone un percorso di cinque mesi, strutturato in diverse fasi.

La prima è quella della selezione, progettata per essere il più possibile inclusiva. Non servono esperienze pregresse in azienda, ciò che conta sono le storie personali, le motiva-

zioni e l'idea. Una doppia intervista e un test aiutano a valutare il potenziale imprenditoriale, il livello di innovazione e soprattutto la determinazione dei candidati.

Chi supera la selezione viene affiancato da un mentor internazionale, che lo segue settimanalmente, e da un incubation manager, sempre disponibile a risolvere problemi pratici.

La fase centrale del programma alterna lezioni online, momenti di confronto e checkpoint per monitorare i progressi e sessioni di networking con aziende, investitori e altri protagonisti del progetto. Alla fine, arriva il momento cruciale: il lancio della startup e la ricerca di capitale. Refugee Restart continua a supportare i neo-imprenditori anche in questa fase, mettendoli in contatto con una rete globale di esperti, finanziatori e organizzazioni partner.

Tra le storie di successo c'è quella di Giocherenda, fondata da Diawara Bandiougou. L'azienda produce giochi e articoli tessili, a partire da materiali riciclati, e utilizza i suoi prodotti per raccontare il valore della diversità in scuole e aziende. «Siamo molto fieri di questo progetto - racconta Di Marco - ma ne stanno nascendo molti altri. Abbiamo scoperto che alcune aziende vogliono anche assumere talenti. Per questo stiamo avviando percorsi di formazione specialistica che rispondano alle loro esigenze».

Oggi Refugee Restart è attivo principalmente in Italia, ma un obiettivo futuro è quello di espandersi nei paesi del Nord Europa, dove le politiche di inclusione sono più avanzate e le imprese mostrano una maggiore apertura verso l'integrazione di rifugiati e migranti nei propri team.

I CONSIGLI DI FUTURA OTTO LIBRI PER L'ESTATE

a cura di **Lorenzo Borghero, Vittoria Brighenti, Mattia Giopp e Virginia Platini**

VALENTINA FURLANETTO

Vicende di malattie psichiatriche

Franco e Rosa, nati entrambi nel 1924, vivranno senza mai incontrarsi: per lui gli studi e la rivoluzione della psichiatria, per lei un grave incidente e decenni in cui si alternano ricoveri in manicomio e periodi di libertà. Valentina Furlanetto intreccia e districa le storie di due vite che raccontano l'evoluzione della cura delle malattie psichiatriche in Italia, partendo da-



gli anni Venti e arrivando ai nostri giorni, alternando con lucidità un racconto personale a un'analisi delle condizioni attuali dei pazienti psichiatrici in un Paese che ha superato i manicomi e l'elettroshock, ma non lo stigma e le pratiche di contenzione fisica e chimica, in cui ancora c'è chi muore per essere stato legato a un letto o per un Tso eseguito in modo sbagliato.

Cento giorni che non torno - Laterza, 20 euro

WILLIAM GOLDING

Un classico da riscoprire

Qual è la vera natura dell'uomo? Il signore delle mosche è un classico della letteratura moderna, un libro che affronta l'inquietante discesa nella barbarie di un gruppo di ragazzini naufraghi su un'isola deserta, in fuga da un mondo in guerra. Ralph, carismatico quanto ingenuo leader, viene presto sostituito dall'autoritario e violento Jack, mentre gli altri ragazzi si abbandonano sempre di più alla crudeltà di un mondo senza adulti e senza controllo. Il



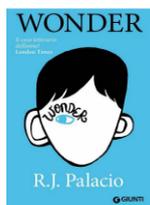
lettore osserva impotente il collasso di questa società in miniatura, in cui la visione disillusa di Golding emerge perfettamente in quella che è a tutti gli effetti un'allegoria della natura umana. L'innocenza iniziale si scontra con il caos e la violenza, mettendo in luce il conflitto tra civiltà e istinto primordiale. L'autore riflette sulla fragilità dell'ordine sociale e sulle ombre dell'animo umano attraverso una storia in cui tutto, persino la morte, non è altro che un gioco.

Il signore delle mosche - Mondadori, 18 euro

R.J. PALACIO

Il bullismo e la paura del diverso

August Pullman è un bambino di dieci anni nato con una deformazione cranio facciale, causata dalla sindrome di Treacher Collins. Nel romanzo d'esordio di Palacio sono affrontati diversi temi: il bullismo, la paura del diverso, la disabilità e l'importanza della gentilezza con la quale il protagonista si confronta al suo arrivo in una nuova scuola. La narrazione è divisa in otto parti, ognuna



raccontata da un personaggio e introdotta da una citazione o da una canzone. Originariamente pensato per un pubblico giovane, Wonder ha conquistato lettori di tutte le età grazie a uno stile empatico. Il suo successo ha portato alla richiesta di altre pubblicazioni da parte dei fan: l'autrice ha infatti pubblicato tre spin-off. Nel 2017 è inoltre uscito l'omonimo film, nei panni dei genitori di Auggie, Julia Roberts e Owen Wilson.

Wonder - Giunti, 16 euro

LEILA GUERRIERO

La tragedia della dittatura argentina

Silvia Labayru aveva vent'anni quando, incinta di cinque mesi, è stata sequestrata dall'esercito argentino durante la dittatura di Videla. A più di sessanta sceglie di raccontare la propria storia alla giornalista Leila Guerriero, dopo aver resistito a un anno e mezzo di prigionia, torture, violenze sessuali. E dopo aver, da sopravvissuta - anche se, parlando del rapimento, spesso



dice «quando sono morta» - portato il peso del rigetto degli ex compagni di militanza, che non si spiegano come sia potuta uscirne senza tradire, e quello di sentire che la lotta armata non fosse la scelta giusta. Un libro di non fiction nato da decine di interviste di protagonisti della stagione della dittatura militare argentina, che si uniscono nel racconto corale della storia di una donna.

La chiamata - Sur, 23 euro

JULIAN BARNES

Un viaggio sul filo dei ricordi

Tony Webster è un uomo grigio. Un lavoro noioso, pochi amici e un matrimonio fallito alle spalle. Il fragile equilibrio della sua vita viene scosso quando riceve una lettera inaspettata: a scrivergli è la madre della sua prima fidanzata, conosciuta durante una breve vacanza molti anni prima. Prima di morire la donna gli invidia, senza apparente motivo, dei soldi e una lettera di scuse. Per Tony inizia quindi un viaggio a ritroso che lo riporta ai tempi della sua giovinezza,



facendo riaffiorare ricordi e dolori che credeva sepolti. Attraverso la memoria e i rimpianti del protagonista Julian Barnes gioca con il concetto di tempo, smontando e ricomponendo la verità con riflessioni e colpi di scena. Sullo sfondo, un sottile quanto magnetico velo di mistero ci accompagna per tutta la storia. Un libro che esplora il rapporto tra presente e passato con un'introspezione raffinata, finché non è il lettore stesso a chiedersi quanto ci sia di vero nei propri ricordi.

Il senso di una fine - Einaudi, 17,50 euro

JOEL DICKER

Democrazia, inclusione e misteri

Il nuovo romanzo di Joel Dicker, edito da La Nave di Teseo, presenta tutti gli aspetti tipici che hanno reso celebri i romanzi dell'autore svizzero: mistero, intrecci insospettabili e flashback. Protagonista del romanzo, uscito a inizio 2025, è Josephine, la cui visita allo zoo si trasforma in catastrofe. La vicenda rimane avvolta nel mistero. I genitori della ragazza scopriranno una realtà molto più



complessa del previsto. La catastrofica visita allo zoo si propone di affrontare anche temi nuovi per la produzione di Dicker, come democrazia e inclusione. Centrale anche il rapporto tra genitori e figli. L'autore dimostra come il mondo adulto abbia molto da imparare da quello dei bambini. Il libro esce dopo il grande successo di "Un animale selvaggio", libro più venduto nel 2024 ed è il classico giallo da leggere sotto l'ombrellone in estate.

La catastrofica visita allo zoo - La Nave di Teseo, 20 euro

CARLO GREPPI

Desaparecidos le loro storie

Un libro che combatte l'oblio di una delle trentamila storie dei desaparecidos durante la dittatura militare in Argentina del generale Videla. La diciottenne Franca Jarach viveva una vita serena con i genitori Vera e Giorgio, ebrei italiani rifugiatisi oltreoceano dopo le leggi razziali. Il sequestro della giovane, avvenuto il 25 giugno del 1976, cambia per sempre la loro vita. Soltanto dopo sette anni di ricerche e false piste, i genitori conosceranno un primo frammento di verità. Vera li porterà a scoprire cos'era successo a Franca. Carlo Greppi ricostruisce minuziosamente la sua corta vita attraverso fotografie, documenti, lettere e interviste.



Figlia mia - Laterza, 19 euro

DINO BUZZATI

I racconti di un maestro

La boutique del mistero è la raccolta dei migliori racconti scritti da Dino Buzzati e selezionati dall'autore stesso. I racconti indagano il lato perturbante dell'essere umano, lasciando spesso un senso di inquietudine e di irrisolto nel lettore. Le paure più recondite, l'affanno di fronte allo sconosciuto sono temi che emergono per esempio ne "Il colombre" e "Una goccia". Uscita nel 1968, La boutique del mistero è una raccolta che rimane attuale ancora oggi e spinge il lettore a rispecchiarsi nei protagonisti delle storie facendo i conti con i propri timori.



La boutique del mistero - Mondadori, 12,50 euro



IL COLOPHON

Futura è il periodico del Master in Giornalismo "Giorgio Bocca" dell'Università di Torino Registrazione Tribunale di Torino numero 5825 del 9/12/2004 Testata di proprietà del Corep

Direttore Responsabile: Marco Ferrando
Segreteria di redazione: Sabrina Roglio
Progetto Grafico: Nicolas Lozito
Impaginazione: Sabrina Roglio

Redazione: Leonardo Becchi, Simone Bianchetta, Lorenzo Borghero, Vittoria Brighenti, Bianca Caramelli, Caterina Carradori, Nicolò Corbinzolu, Giovanni D'auria, Beatrice Galati, Mattia Giopp, Luca Marino, Pietro Menzani, Anna Mulassano, Andreea Alexandra Onofreiasa, Marco Papetti, Sofia Pegoraro, Cecilia Perino, Virginia Platini, Matteo Revellino, Valeria Schroter.

Ufficio centrale: Sandro Bocchio, Emanuele Franzoso, Luca Indemini, Paolo Piacenza, Matteo Spicuglia, Maurizio Tropeano.

Contatti: giornalismo@corep.it