

MAGAZINE

ELETTRICI
I NUOVI MOTORI
CHE DARANNO
UNA SCOSSA
AL MERCATO
DELL'AUTO

ANTICIPAZIONI
GLI ARTISTI
SCELTI
PER LA BIENNALE
DI VENEZIA

MODA
A FIRENZE
PER CAPIRE
L'UOMO
DEL 2009

HANNO SCRITTO

BEPPE SEVERGNINI •
GIAN ANTONIO STELLA •
ALDO GRASSO •
PIETRO CALABRESE •
MANUELA DVIRI •
PIERO OSTELLINO •
ERRI DE LUCA •
CESARE FIUMI •
ANTONIO D'ORRICO •
UMBERTO RAPETTO •
PIERLUIGI BATTISTA •

20
italiani
che stanno
cambiando
l'Italia

*Uno dei 20 Italiani:
Lucio Guarino,
palermitano,
gestisce le terre
confiscate a Totò Riina*

Foto di Gianni Giansanti
Testi di Enrico Mannucci

REC
9 782242 000000

20 italiani che stanno cambiando L'ITALIA

**DALLA SICUREZZA DEL TERRITORIO ALLA CREAZIONE
DI GIOCATTOLE, AL RECUPERO DEI BENI DI MAFIA: IL RITRATTO
DI QUELLI CHE NON SI ARRENDONO ALLA PIGRIZIA MENTALE**

TESTI DI ENRICO MANNUCCI - FOTOGRAFIE DI GIANNI GIANSAANTI

C'è stato un tempo, non molto lontano, in cui sembrava che l'ideale di noi umani fosse diventato Peter Pan, insomma il mito della fanciullezza eterna. Non è più quel tempo. Certo, sono evaporate le ideologie e sono svaniti i bersagli chiari e distinti contro cui battersi, ma soltanto questo apparenta l'oggi alla *Generazione X* cantata da Douglas Coupland in un fortunato libro degli anni Novanta. E forse ha fatto il suo tempo anche l'apologia dell'immarità: ricordate quante volte si è letto un personaggio pontificare: «non vorrei mai diventare adulto»... Be', capita sempre più di rado. È quel che emerge da un reportage condotto dalle redazioni di *Magazine* e *Lo donna*, in pratica un mini-sondaggio per individuare le donne e gli uomini che silenziosamente stanno cambiando l'Italia. Che, appunto, si impegnano in campi variegati e combattono avversari diversissimi, magari con un nemico costante: la sciattezza e l'approssimazione. Storie molto individuali, spalmate sull'arco delle esistenze senza confini di età. Che però smentiscono, per larga parte, il luogo comune che

vuole l'Italia un Paese per vecchi. E in cui tornano spesso due caratteristiche: una sensazione e un metodo. La prima è l'apparente banalità che molti dei nostri personaggi avvertono in quello che fanno, e che invece, attorno a loro, viene spesso visto come del tutto eccezionale. Il secondo è una specie di filigrana che si scorge nelle loro storie di successo. Ed è lo sforzo di collegare mondi a prima vista separati e incomunicanti: la conservazione del passato e l'innovazione per Fiorenzo Galli, per esempio, oppure la ricerca farmacologica e le applicazioni terapeutiche per Francesco Bertolini, ma anche, più semplicemente, razionalità organizzativa e pubbliche istituzioni come capita a Cuno Tarfusser. Per tutti è una chiave per affrontare il mondo che li distingue da chi si acquatta nella routine. No, questo non dev'essere un Paese di vecchi. E non si intende il puro dato anagrafico ma il luogo comune che fa combaciare l'età che avanza con la pigrizia mentale, la miopia ottusa, il timore di osare. Ma non è neppure il Paese dei bamboccioni.

E le foto sono in mostra a Palazzo Strozzi, a Firenze

La mostra con le immagini di Gianni Giansanti - *Gli italiani che cambiano l'Italia* - è aperta a Firenze, nella prestigiosa sede di Palazzo Strozzi, fino a

domenica prossima in coincidenza con le manifestazioni di Pitti Immagine Uomo. La mostra è promossa da *Magazine-Corriere della Sera* e da *lo*

donna in collaborazione con la Fondazione Palazzo Strozzi, istituzione che li organizza mostre, concerti, performance, dibattiti e conferenze.



GIUSEPPE FATTORI

DIRETTORE COMUNICAZIONE
E MARKETING AUSL DI MODENA

IL MARKETING PER STAR BENE PASSA ANCHE DA PREMI E BAR

L'idea di progresso è volatile, slitta continuamente. Nel campo della salute, per esempio, oggi sono tante le malattie curate come un tempo non succedeva. E però altri problemi insorgono, balzano agli occhi, creano dolore e richiedono risorse per guarire chi soffre. L'origine può essere ancor più complessa di microbi o epidemie e si riassume in due parole: comportamenti umani. La nuova frontiera medica è lì, nella cosiddetta prevenzione primaria, a tutto campo, distinta dalla più nota, secondaria, mirata già a un male da sconfiggere. È una linea dove, a Modena, si combatte anche con scritte sui bicchieri dei pubblici esercizi, chioschi di consulenza nei centri commerciali, concorsi a premio, manifesti e design mirato per gli erogatori di prodotti sanitari. Forme di "marketing sociale" giudicate del tutto originali dagli esperti europei. Un marketing dello "star bene" che è guidato da Giuseppe Fattori, responsabile del programma comunicazione e promozione della salute delle Aziende sanitarie modenesi. Un felice medico – «Lì qualche soddisfazione si ha» – emigrato alla gestione: «Dove, invece, si prendono tutte le colpe». Al di là degli scherzi, però, Fattori trova soddisfazioni anche nella nuova carriera, intrapresa nel '94 quando da medico rianimatore passò all'organizzazione sanitaria dopo un corso alla Bocconi.

HO CONOSCIUTO MEDICI FELICI

Giuseppe Fattori, 55 anni, sposato con un figlio, fotografato davanti alla porta del Duomo di Modena che guarda su piazza Grande