

Tendenze
& welfare

STILI DI VITA

La storia La start up è nata nel 2011 dall'idea di sei ragazzi. I clienti sono negozi o alberghi

Bici di cortesia per lo shopping Caserta vuol diventare la capitale

«City4Bike» è presente in 20 comuni da Aversa a Lecce passando per Bari
«Così la bicicletta diventa uno strumento di turismo oltre che di trasporto»

DI PAOLA CACACE

Il prezzo della benzina sale da sempre ma le gambe non costano nulla, quindi tanto vale andare in bici, tenersi in forma e soprattutto risparmiare. Sono sempre di più i servizi di bike-sharing e noleggi per i veicoli a 2 ruote senza motore. È la nuova filosofia che unisce salute, poco inquinamento e sempre più spesso la possibilità di arrivare velocemente nei posti dove, anche per le numerose Zil nate negli ultimi anni, non si può arrivare con l'auto. Proprio partendo da questa prospettiva 5 ragazzi di Caserta si sono inventati «City4Bike», il servizio che fornisce ad alberghi, enti turistici e negozi «bici di cortesia» da prestare ai propri clienti.

«Siamo nati nel 2011 — spiega Gaetano Riccardelli, uno dei giovanissimi fondatori — con il servizio di bici di cortesia personalizzate. Oggi siamo in 20 comuni e stiamo iniziando ad allargare il nostro business verso il settore del noleggio». I 20 comuni che usufruiscono del servizio cortesia di City4Bike sono Caserta, Aversa, Camigliano, Capua, Marcellinara, Pignataro Maggiore, Roccamonfina, Santa Maria Capua Vetere, Fasano, Salerno, Bari, Bisceglie e Lecce. Un discreto business per questi start-upper campani dato che una bicicletta personalizzata costa dai 150 euro ai 200 euro. Come funziona? Il cliente — che può essere un ente turistico, un negozio, un hotel o chiunque ne abbia voglia — acquista dai ragazzi di «City4Bike» un set di bici personalizzate con i propri loghi, immagini, siti internet e account facebook, tutto ciò che vuole. L'azienda prende le bici dalla «Mario Schiano», specializzata nelle bici pieghevoli e in quelle vintage, le decora, correlandole di accessori e rastrelliere in pendant per poi consegnarle all'acquirente. Dopo di che il lavoro, di gambe in questo caso, spetta ai clienti che arrivati in negozio possono, presentando un semplice documento di riconoscimento, prendere in prestito la bici, andando in giro e facendo pubblicità al negozio o ente che gli ha dato la bici. «Così — aggiunge Riccardelli — la bici diventa uno strumento di turismo oltre che di trasporto. Si tratta di una innovazione sociale. Un po' come

Il noleggio

L'esperimento
di Ischia

Il renting è il nuovo business dei giovani imprenditori di City4Bike. «È — spiega Gaetano Riccardelli — un modo per ampliare il nostro giro d'affari visto che il noleggio ci permette di dare più aria, ossia fondi, alla nostra start-up. Così stiamo valutando alcuni contatti con altre regioni e stiamo pensando di portare il nostro service a Valencia in Spagna, Intanto faremo un esperimento a Ischia». Esperimento non da poco vista la partnership con la compagnia di navigazione AliLauro e viste la normativa sulla circolazione delle auto nel periodo estivo sull'isola partenopea. I turisti diretti a Ischia si potranno informare presso le biglietterie della compagnia dei Lauro e potranno poi trovare le bici nei 2 punti di smistamento, quello al porto e quello a Forio d'Ischia. Il costo del noleggio dipende dal modello di bici fittata. Per quella «a pedalata assistita», meglio nota come bici-elettrica si parte dai 6 euro per la prima ora fino ad arrivare a 50 euro per tenere la bici per tutto il weekend. Per quelli pronti a pedalare invece si parte dai 4 per arrivare ai 40 euro.



Il Team City4Bike made in Caserta
In alto da sinistra: Giuseppe Mondrone e Francesca Caterino; in basso da sinistra Gaetano Riccardelli e Giovanni Rossi

dimostra il nostro successo a Bari».

Nel capoluogo pugliese, infatti, l'associazione del borgo Murattiano, uno dei punti più vivi della città di Bari, ha acquistato 100 bici da suddividere tra i propri commercianti. Questi dando il veicolo a 2 ruote (o anche a più ruote come nel caso dei tandem) in comodato d'uso gratuito ai propri clienti si sono garantiti prima di tutto un quartiere meno inquinato e poi un discreto ritorno d'immagine. Senza contare che le bici possono essere facilmente usate anche dai gestori e dipendenti stessi, per lasciare a casa l'auto. Cosa che possono fare non solo i turisti ma anche i cittadini visionando sull'app «City4Bike» chi ha una bici da prestare a un cliente. Ma Riccardelli e Giuseppe Mondrone, Francesca e Nicola Caterino, Giovanni Rossi e Antonella Roca, al secolo il team di «City4Bike» non ha intenzione di fermarsi qui. Hanno infatti dato il via a un nuovo modello di business, il noleggio, che sarà sperimentato per la prima volta quest'estate a Ischia in associazione nientemeno che con la storica compagnia di navigazione AliLauro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sport & business

a cura di
Michele Pennetti

Per Lotito e Salerno la Figc cambia norma

Proprietà plurime e nuove regole



Tanto tuonò che il Consiglio federale fece piovere una modifica di legge. Tutto nasce dalla Salernitana neopromossa in Prima Divisione e dal suo azionista, Claudio Lotito (nella foto all'Arechi durante la festa dell'aprile scorso), presidente (anche) della Lazio. L'organismo presieduto da Giancarlo Abete ha cambiato l'articolo 16 bis, comma 4, delle carte federali che autorizza uno stesso socio a una partecipazione plurima. «Il ritocco — rileva proprio il numero uno del calcio italiano — di fatto determina la possibilità che nel momento in cui una società controllata da un membro di una squadra di serie A sale dalla D, serie da cui è partita — proprio il caso che riguarda Lotito e la Salernitana — possa cominciare ad operare nel professionismo sino alla categoria immediatamente successiva a quella dove gioca la compagine dell'azionista di riferimento. Questo — chiosa Abete — non costituisce la soluzione a un problema ma scioglie uno dei nodi esistenti, consentendo un percorso dal basso verso l'alto in relazione alle partecipazioni plurime». La nuova norma, infatti, prevede che non si dia «luogo a sanzioni qualora il controllo derivi da successione *mortis causa* a titolo universale o particolare, o da altri fatti non riconducibili alla volontà dei soggetti interessati», che devono produr-

ne comunicazione alla Federazione italiana gioco calcio entro 30 giorni. Nel Consiglio federale di venerdì, invece, si tratterà della proposta di un campionato Primavera da parte della Lega di A.

La Reggina del centenario sarà vestita da Lotto, brand storico dell'abbigliamento sportivo in Italia nonché sponsor — tanto per citare un nome — di Marion Bartoli, la tennista francese vincitrice dell'ultimo torneo di Wimbledon. La partnership con il club dello Stretto ha durata triennale. Ma non finisce qui, in ambito di accordi commerciali. La società del presidente Lillo Foti ha avviato una collaborazione con Clima Control, azienda di Bovalingo Marina che opera nel campo dell'impiantistica tecnologica. Il marchio in questione apparirà per l'intera stagione sui pantaloncini da gara degli amaranto.

La prima idea merchandising del Napoli di Rafa Benitez sono i bracciali in silicone, multicolorati, che la società non esita a definire «prodotto di tendenza per l'estate 2013». Ma per la bella stagione il club partenopeo, dagli infradito per uomo ai teli spugna per il mare, dai costumi di bagno alle borse, ha lanciato una serie di gadget che i tifosi azzurri potranno orgogliosamente sfoderare sulle spiagge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un libro, un caso

a cura di
Monica Mattioli

Così la crisi del 2008 ha ucciso l'«homo oeconomicus»

Solo la cultura umanistica può fare da «antidoto all'esigenza di ragionare sulla base di certezze»

L'«homo oeconomicus», caro agli economisti classici, ha la mente di Einstein, la memoria di un computer, l'impermeabilità di Epicuro e una fede cieca nell'infallibilità del mercato; il suo mondo privo di emozioni è razionale e misurabile: si può schematizzare in un modello matematico. Quest'individuo ideale e prevedibile, già provato dai progressi delle neuroscienze, è definitivamente morto sotto i colpi della crisi del 2008. A dichiararne il decesso è Giuliano Da Empoli che, in un pamphlet «contro gli specialisti», ripercorre i momenti che hanno portato al trionfo del tecnocrate: l'ignorante istruito, tecnicamente preparato e abilissimo nel

presidiare il proprio «cubicolo cognitivo», però «incapace di cogliere il quadro d'insieme». In questo appassionato elogio dell'indisciplina si celebra la cultura umanistica, «poderoso antidoto all'esigenza di ragionare sulla base di certezze». Se lo sguardo dello scienziato è rivolto solo al futuro, quello dell'umanista è insieme profondo e lungimirante; lo scienziato alimenta la ragione con certezze chiare e distinte, l'umanista con la contraddizione; lo scienziato si nutre di tecnica, l'umanista di filosofia, arte, poesia, scienza. Lo scienziato è al sicuro nei suoi schemi, l'umanista li rompe. In nome del progresso, la cultura scientifica tende a prescindere dalla storia.



Giuliano Da Empoli
CONTRO GLI SPECIALISTI
Marsilio, 12 euro
156 pagine

L'umanesimo, invece, insegna a imparare dalla storia per emulare i propri modelli; a tollerare l'ambiguità e le contraddizioni del mondo reale; a stimolare la cultura; a ridare dignità all'abilità manuale; a rendere comprensibile e accessibile il sapere e controllare la rivoluzione digitale. A ben guardare, «nel corso degli ultimi anni, un nuovo umanesimo ha fatto la sua comparsa in ambiti nuovi e imprevedibili»: la ricerca sembra tendere al superamento delle barriere specialistiche e disciplinari. Come nell'antica Grecia — sconfitta militarmente dai romani ma dominatrice della cultura latina — «le discipline umanistiche saranno anche in crisi all'interno dei campus, ma

la loro diaspora sta cambiando il volto di interi pezzi della nostra società». Al di là dell'accademia, «una giocosa indisciplina — che fa saltare i vecchi confini per generare sinapsi sempre nuove — si è impadronita del mondo». Il nuovo umanesimo è dappertutto e «il mondo gli appartiene». Il nuovo umanesimo rifiuta il «prêt-à-penser degli ignoranti istruiti» per coltivare la capacità negativa: «l'attitudine a prosperare nell'incertezza, ad abbracciare il dubbio e l'insondabile mistero della vita». L'eccesso di specializzazione è «un insulto alla natura umana»: non ci resta che rileggere i classici.

mommatt@iol.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MEZZOGIORNO

ECONOMIA

CORRIERE DEL MEZZOGIORNO

Anno VIII - N. 26

€ 0,40 (non vendibile separatamente dal Corriere della Sera)

Direttore responsabile: MARCO DEMARCO

Vicedirettore: MADDALENA TULANTI

Redattore capo centrale: CARMINE FESTA

a cura di MICHELANGELO BORRILLO

Editoriale del Mezzogiorno srl

Presidente: VINCENZO DIVELLA

Vicepresidente: GIORGIO FIORE

Amministratore delegato: DOMENICO ERRICO

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

Registrazione al Tribunale di Napoli n. 55 del 26.05.2006

Redazione, produzione e amministrazione: NAPOLI 80133 - Vico II S. Nicola alla Dogana, 9

Tel. 081-760.20.01 - Fax 081-580.27.79

e-mail: redaz.na@corriere.delmezzogiorno.it

Redazione BARI 70122 - Via Villari, 50

Tel. 080.576.61.11 - Fax 080.527.57.62

e-mail: redaz.ba@corriere.delmezzogiorno.it

Internet: www.corriere.delmezzogiorno.it

© Copyright Editoriale del Mezzogiorno s.r.l.

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.

Stampa: Sedit Servizi Editoriali srl

Via delle Orchidee, 1 - 70026 Z.I. Modugno BARI - Tel. 080.585.74.39

Proprietà del marchio

CORRIERE DEL MEZZOGIORNO®

RCS MediaGroup S.p.A. Divisione Quotidiani

Distribuito con il

CORRIERE DELLA SERA

Direttore responsabile

FERRUCCIO DE BORTOLI