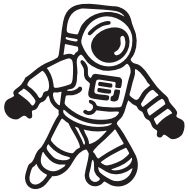

VISIVA
TRACCIARE CONNESSIONI
Incubatore di idee, percorsi, esperienze.

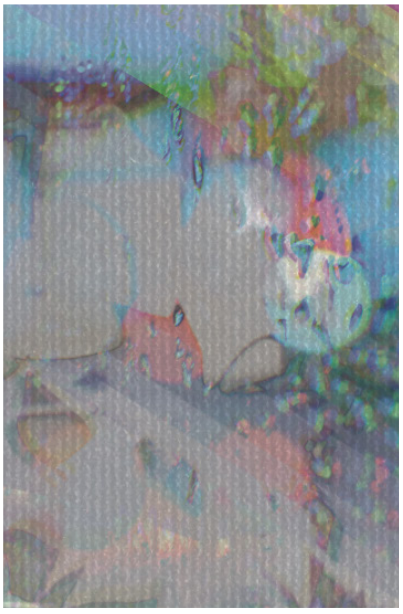


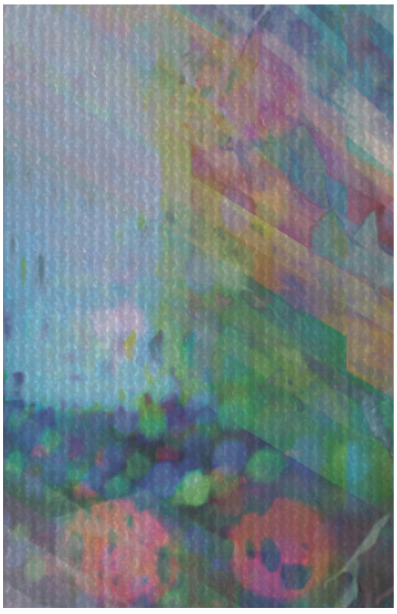
"LE PERSONE NON FANNO I VIAGGI,
SONO I VIAGGI CHE FANNO LE PERSONE."

JOHN STEINBECK

INDICE







7.
L'EDITORIALE

8.
VISIVA 365:
CIÒ CHE RESTA,
CIÒ CHE CRESCE

10.
REALTÀ E PERSONE CHE
FANNO ROMA TUTTI I GIORNI:
L'AMBIZIOSO RACCONTO DEL
FESTIVAL VISIVA 365

14.
OLTRE L'ORIZZONTE

16.
CURA E TERRITORIO: PSICOLOGI
IN ASCOLTO, LA RETE CHE
SUPPORTA ROMA

18.
IL MUSEO CHE RESPIRA
CON LA CITTÀ.

20.
SIAMO DELFINI: COMUNICARE
PER CREARE COMUNITÀ

22.
ARS MUNDI: VIAGGIARE COME
ATTO CULTURALE

24.
FREEWINGS BENEFIT: QUANDO
L'ACCESSO DIVENTA UN DIRITTO

26.
LINGUAGGIO E INCLUSIONE: FONDAZIONE TETRABONDI

28.
CONCILIAZIONE E COMUNITÀ: WORKING MOM

30.
GELATO E SOSTENIBILITÀ URBANA: ZELATO

32.
IL VOLONTARIATO PER TUTTE E TUTTI: LA SFIDA DI ROMALTRUISTA

34.
RIGENERAZIONE URBANA E NUOVE OPPORTUNITÀ: IL MODELLO A IMPATTO SOCIALE DI RIDAJE

38.
L'INQUIETUDINE FECONDA: CRONACA DI UNA ROMA CHE SI RICONOSCE

40.
LA COSTELLAZIONE VISIVA: PILASTRI PER UNA NUOVA IDENTITÀ URBANA

44.
IL 2026: L'ALMANACCO COME BUSSOLA DEL CAMBIAMENTO

46.
IL RACCONTO DI UNA CITTÀ IN MOVIMENTO

52.
OLTRE LA CARTOLINA: I LICEI ROMANI RACCONTANO UNA CITTÀ INEDITA

54.
DAL FRAGORE DELLE QUADRIGHE AL SUONO DEI CONCERTI: CIRCO MASSIMO

56.
PIAZZA TRILUSSA: PALCOSCENICO DELLA NOTTE ROMANA

58.
EUROMA2: PIÙ DI UN SEMPLICE CENTRO COMMERCIALE

60.
MASSIMO TROISI: DA ATTORE A CINEMA

62.
BIBLIOTECA JOYCE LUSSU: UN NUOVO SPAZIO PER LA CULTURA E LA COMUNITÀ

64.
INQUIETUDINE URBANA: LA PROPOSTA DI COVER ART PER IL NUOVO NUMERO DI VISIVA

Visiva. Tracciare connessioni.
Aprile- Giugno 2026 | n.4 | Periodico trimestrale

Direttore responsabile: Matteo Marini
Coordinamento editoriale: Daniela Barbero
Redazione: Cecilia Ivaldo, Sara Ahmed, Giovanni Manco
Impaginazione web: Pierfrancesco Maffieri
Creatività: Andrea Piccinnu
Copertina e Impaginazione: Margherita Avolio
Segreteria di redazione: Arianna Latini
Telefono: +39 06 876 67 668
Email: visiva@santorocomunicare.it
Editore: Santoro Comunicare (di Andrea Santoro)
Sede legale: Via Laurentina 197, 00142 Roma
Iscrizione al Tribunale di Roma: n. 25/2025 del 20/03/2025
Stampa: Tipografia SAN SRL - Via Aurelia 424, 00165 Roma

Tutti i diritti riservati. È vietata la riproduzione totale o parziale dei contenuti senza autorizzazione scritta dell'editore.

Rivista distribuita gratuitamente in edizione limitata.

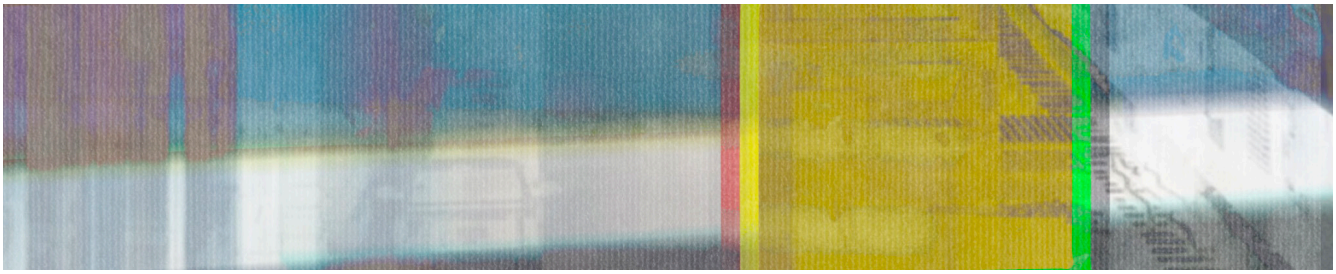
VISIVA un progetto SANTORO COMUNICARE *Relations, Creativity.*

Leggi Visiva anche online

Dedicata a Giovanni Bartoloni

EDITORIALE

DI ANDREA SANTORO.



Siamo arrivati al quarto numero. Per una rivista cartacea, oggi, non è solo un traguardo temporale: è una dichiarazione d'intenti che si consolida. Quando abbiamo dato vita a Visiva – Tracciare Connessioni, abbiamo fatto una scelta di campo precisa: investire risorse, tempo e pensiero in un oggetto fisico che potesse resistere alla frenesia del digitale. Questa rivista vive esclusivamente come investimento della nostra agenzia, Santoro Comunicare: è il nostro modo di restituire valore al territorio e di alimentare una cultura della comunicazione che sia relazione prima che tecnica, responsabilità prima che marketing.

In questo primo anno, abbiamo ospitato ventisei contributi. Ventisei professionisti, esperti e sognatori che hanno accettato di tracciare queste connessioni insieme a noi. A loro va il mio ringraziamento più profondo: ogni pagina è stata una palestra di confronto, un modo per onorare quella curiosità generosa che abbiamo ereditato da Giovanni Bartoloni e che continua a essere il nostro filo conduttore. Ma proprio mentre celebriamo questo percorso, sentiamo l'esigenza di fare un passo ulteriore, portando sulla carta l'energia vibrante che abbiamo vissuto tra ottobre e novembre scorsi.

Questo quarto numero è infatti interamente dedicato al Festival Visiva 365. Il Festival è stato il momento in cui le connessioni tracciate sulla carta si sono fatte carne, sguardi e parole condivise. Per giorni, ci siamo incontrati per parlare di cultura, sviluppo, etica e inclusione. Abbiamo visto persone diverse sedersi l'una accanto all'altra per abitare uno spazio di confronto autentico. Visiva 365 non è stato solo un evento, ma la dimostrazione che esiste un bisogno profondo di luoghi — fisici e mentali — in cui il dialogo non sia uno scontro, ma una costruzione collettiva. In quelle giornate abbiamo capito che "tracciare connessioni" non è un esercizio di stile, ma una necessità vitale per la crescita delle nostre comunità.

È proprio partendo dall'esperienza del Festival che ha iniziato a farsi strada in noi una riflessione più profonda, emersa con forza durante il nostro recente retreat aziendale. Se Visiva è nata per "connettere", ora sentiamo l'urgenza di interrogarci su una parola densa e spesso fraintesa, che guiderà il nostro futuro: Potere.

Vogliamo liberare questa parola dalle incrostazioni del passato. Per noi il Potere non è dominio o gerarchia, ma recupero del termine latino Potis: essere capace di. È la capacità di generare impatto, di influenzare intenzionalmente il corso degli eventi. È quella che lo psicologo Albert Bandura chiama Agentività: il potere di non restare spettatori, ma di diventare attori consapevoli del cambiamento.

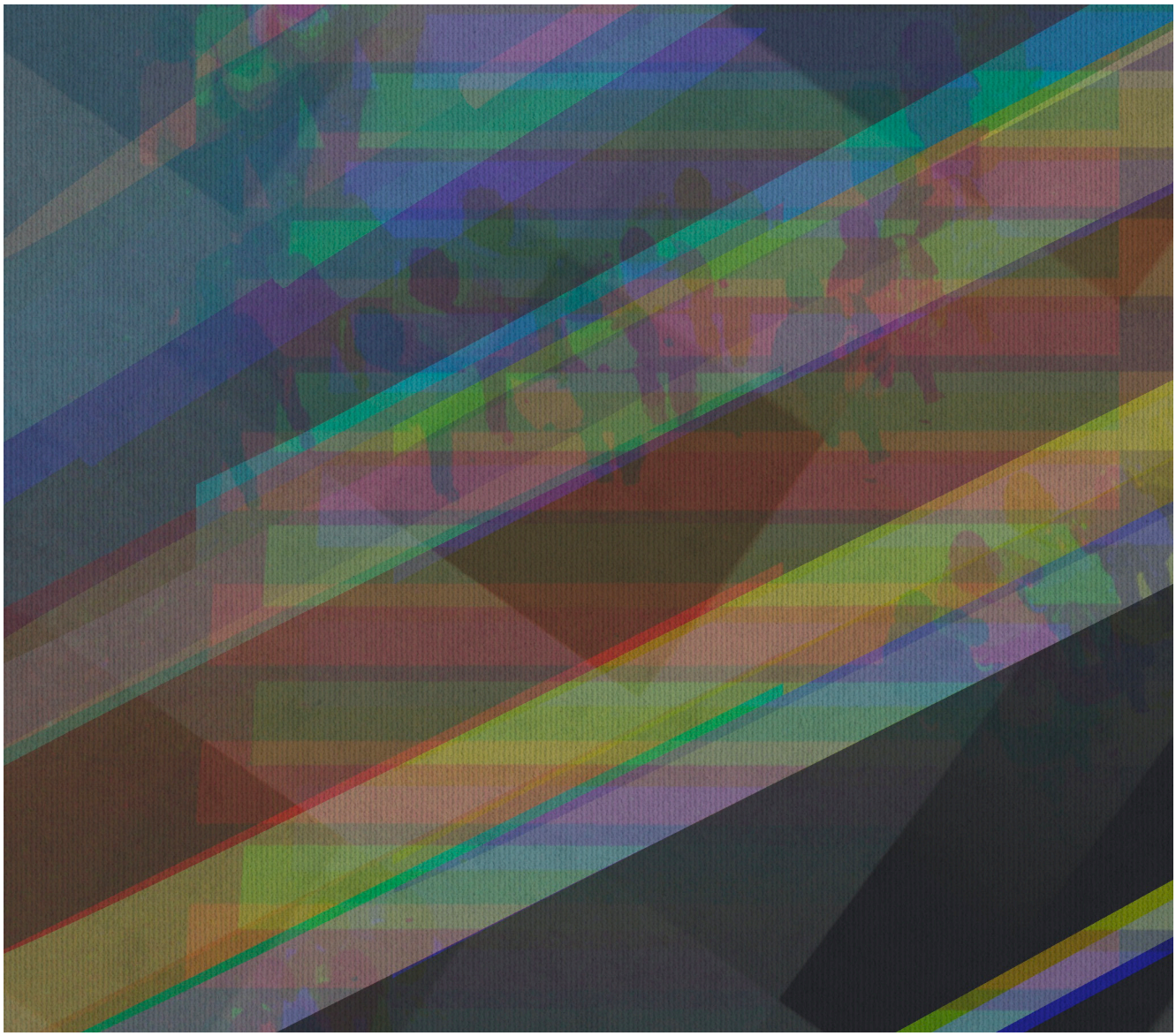
Comunicare, oggi, significa per noi attivare questo Potere. Significa trasformare la nostra agenzia in una "Human Hall", uno spazio di accoglienza e di azione dove l'impatto umano è la misura di ogni scelta. Il team di Santoro Comunicare, che ringrazio per la cura con cui ha reso possibile il Festival e questa rivista, è pronto a trasformare quelle connessioni nate a novembre in scintille di impatto reale.

Arrivare al quarto numero, con il racconto di Visiva 365 tra le mani, significa aver dimostrato che la comunicazione può e deve generare cultura. Significa che il tempo che abbiamo passato insieme a parlare di etica e sviluppo non è stato un intervallo, ma l'inizio di un nuovo modo di essere agenzia.

Grazie per aver sfogliato queste pagine e per aver abitato il nostro Festival. Il percorso continua, con la stessa pazienza degli inizi, ma con una nuova consapevolezza: il vero Potere della comunicazione risiede nella sua capacità di renderci tutti più capaci, più umani e più pronti a lasciare un segno positivo nel mondo.

VISIVA 365: CIÒ CHE RESTA, CIÒ CHE CRESCE.

DI MATTEO MARINI, VISIVA.



Ci sono progetti che nascono come appuntamenti e diventano percorsi. Visiva 365 ha preso forma così: da un'intuizione condivisa a uno spazio abitato nel tempo, da un programma a una comunità che si riconosce e si mette in relazione. Nel corso dell'anno ha assunto un'identità sempre più definita, alimentata dal lavoro quotidiano della nostra agenzia e cresciuta attraverso incontri, confronti, momenti di costruzione silenziosa. Le giornate del festival hanno rappresentato il punto di convergenza di questo cammino, un tempo concentrato in cui energie diverse si sono ritrovate e hanno trovato una direzione comune.

Il festival ha avuto la forza dei momenti in cui le persone si fermano ad ascoltare davvero. Si sono incontrate competenze, sensibilità, generazioni e linguaggi differenti. Professionisti, istituzioni, realtà culturali, organizzazioni pubbliche e private, giovani in formazione hanno condiviso esperienze e visioni, portando domande che hanno ampliato il perimetro del confronto. In quelle giornate si è generato un clima di attenzione reciproca che ha dato profondità alle parole e concretezza alle relazioni. Ogni intervento ha contribuito a delineare un quadro più ampio, quello di una città che riflette su se stessa e di un settore che riconosce la propria responsabilità nel costruire futuro.

Visiva 365 ha mostrato quanto sia necessario creare spazi di dialogo in cui le differenze diventano ricchezza e la complessità viene affrontata con consapevolezza. Ha rafforzato l'idea che la qualità del confronto incide sulla qualità dei progetti e che le relazioni costruite nel tempo generano valore stabile. In questo percorso abbiamo visto nascere nuove connessioni, consolidarsi collaborazioni, emergere visioni che chiedono continuità.

Ciò che resta oggi è una trama più solida e una coscienza collettiva più nitida. Visiva 365 ha acceso un movimento fondato sulla fiducia e sulla responsabilità condivisa. Ha riportato al centro il linguaggio come strumento che orienta le scelte e definisce il modo in cui una comunità si racconta. Ha ribadito che la credibilità si costruisce attraverso contenuti curati, pratiche coerenti e capacità di cooperare tra soggetti diversi che condividono uno stesso orizzonte.

Questo numero nasce da quell'energia e ne custodisce il senso. Racconta ciò che è accaduto, restituisce ciò che abbiamo osservato e prova a dare forma a ciò che abbiamo compreso lungo il cammino. È pensato come uno spazio di riflessione che accompagna il lettore dentro l'esperienza di Visiva 365 e offre strumenti per leggere la Roma del presente con maggiore consapevolezza.

Nelle prossime pagine troverete il bilancio e le riflessioni che hanno guidato il progetto. Troverete il racconto degli eventi di ottobre e novembre attraverso la voce di chi li ha vissuti e costruiti, restituendo il clima e le domande che hanno attraversato quelle giornate. Troverete l'Almanacco con le realtà che hanno animato la nostra comunità e gli approfondimenti dedicati a quelle premiate, come segno di riconoscimento per il lavoro svolto e per l'impatto generato nei rispettivi ambiti.

Troverete una sezione dedicata alle idee emerse durante i talk, le interviste e i momenti di confronto, una sintesi delle parole che hanno attraversato Visiva 365 e che oggi possono orientare il nostro lavoro e le scelte future. In quelle pagine le voci dei protagonisti si intrecciano e restituiscono una direzione condivisa che continua a svilupparsi. Troverete il laboratorio giornalistico, dove i ragazzi hanno osservato e raccontato i luoghi di Roma con il proprio sguardo, trasformando l'esperienza del festival in un percorso di crescita e responsabilità. Troverete infine il profilo di una professionista che incarna lo spirito di questo progetto e ne amplia l'orizzonte attraverso la propria esperienza.

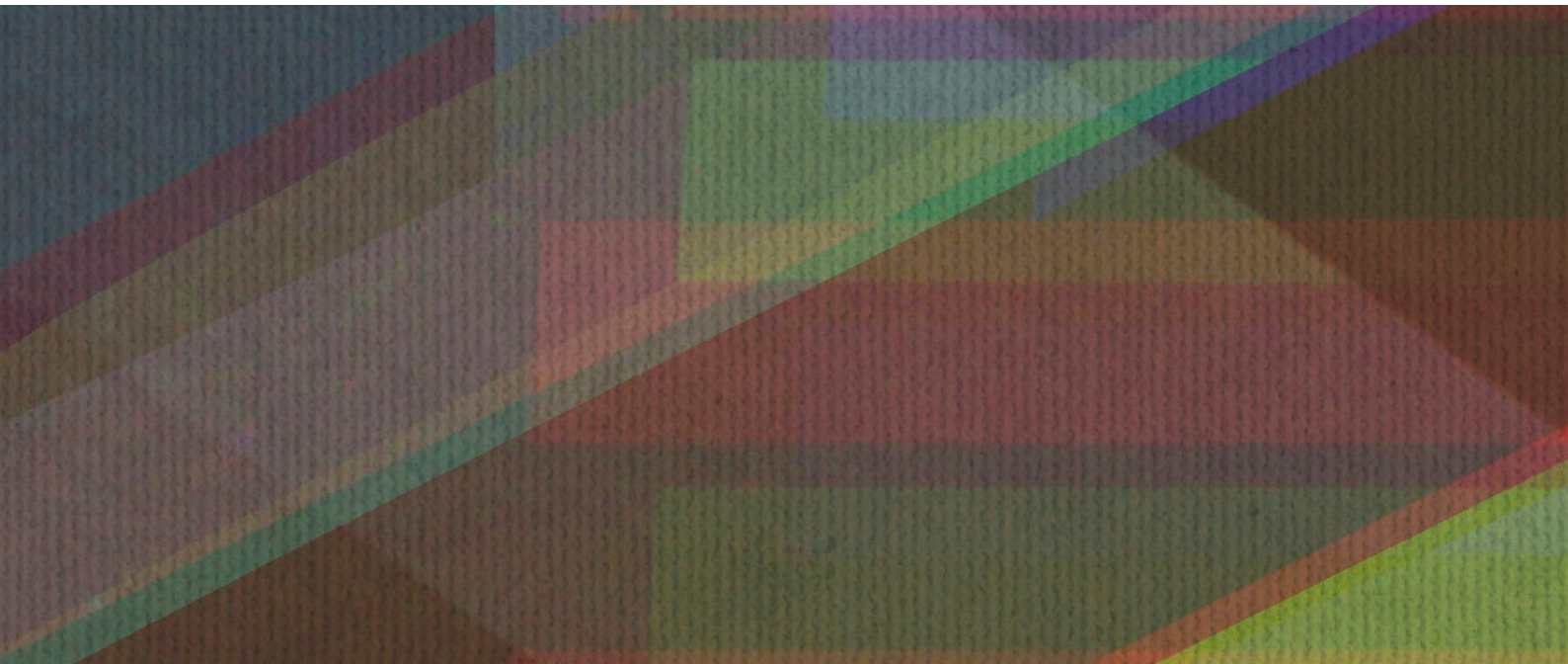
Questo numero raccoglie un percorso di incontri e lo trasforma in direzione. È uno spazio in cui fermarsi e leggere con attenzione, riconoscere il valore del lavoro costruito insieme e comprendere quanto ogni progetto sia parte di un disegno più ampio. È anche un punto di partenza che invita a proseguire il cammino con maggiore consapevolezza, con la volontà di consolidare ciò che è stato avviato e di aprire nuove traiettorie.

Le energie accese durante il festival continuano a vivere nelle relazioni che si sono rafforzate, nelle idee che stanno prendendo forma, nei progetti che si stanno sviluppando. Spetta a noi custodirle, nutrirle e tradurle in azioni capaci di incidere nel tempo e nel tessuto della città. Visiva 365 cresce nella misura in cui ciascuno sceglie di farne parte in modo attivo e responsabile.

REALTÀ E PERSONE CHE FANNO ROMA TUTTI I GIORNI: L'AMBIZIOSO RACCONTO DEL FESTIVAL VISIVA 365.

DAI TALK ALLE VISIONI: CRONACA DI UNA GIORNATA TRA PREMIAZIONI E CONFRONTI PER CELEBRARE CHI COSTRUISCE OGNI GIORNO IL FUTURO DELLA CAPITALE.

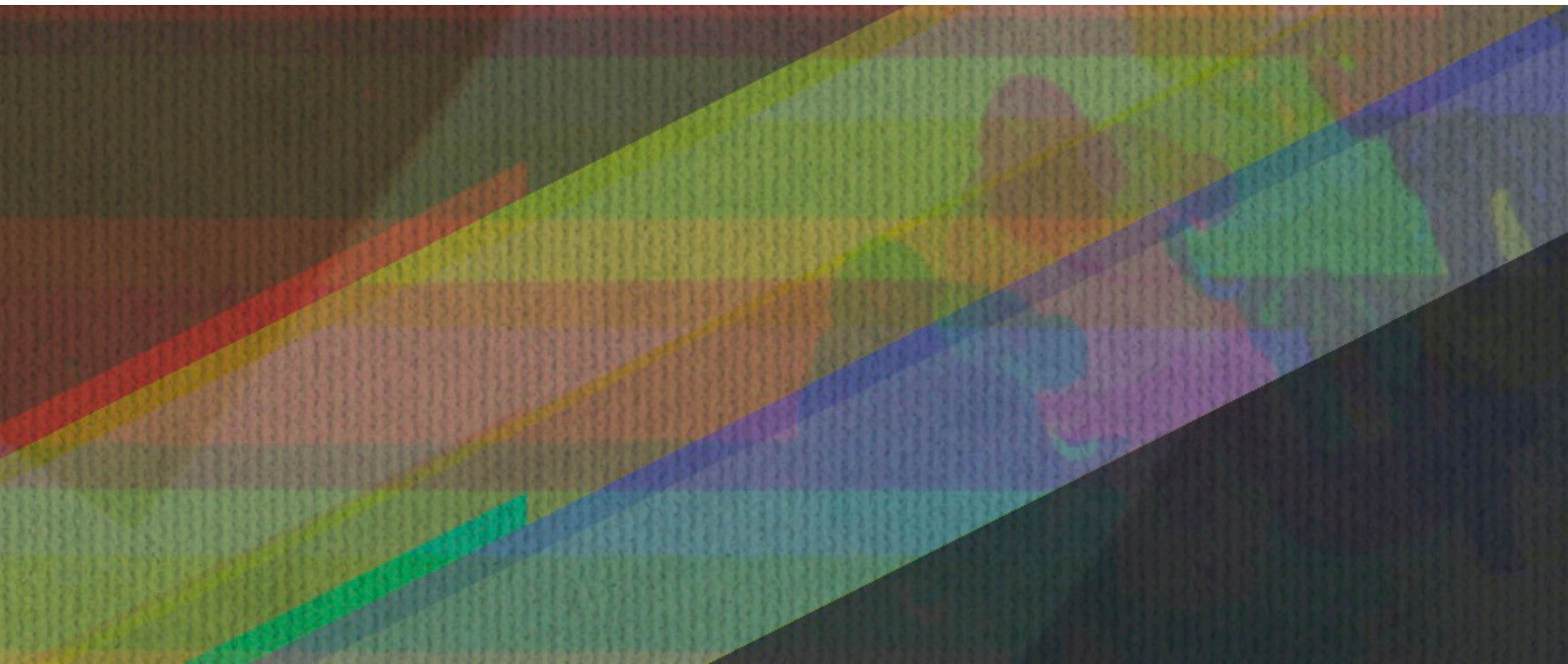
DI GIOVANNI MANCO, VISIVA.



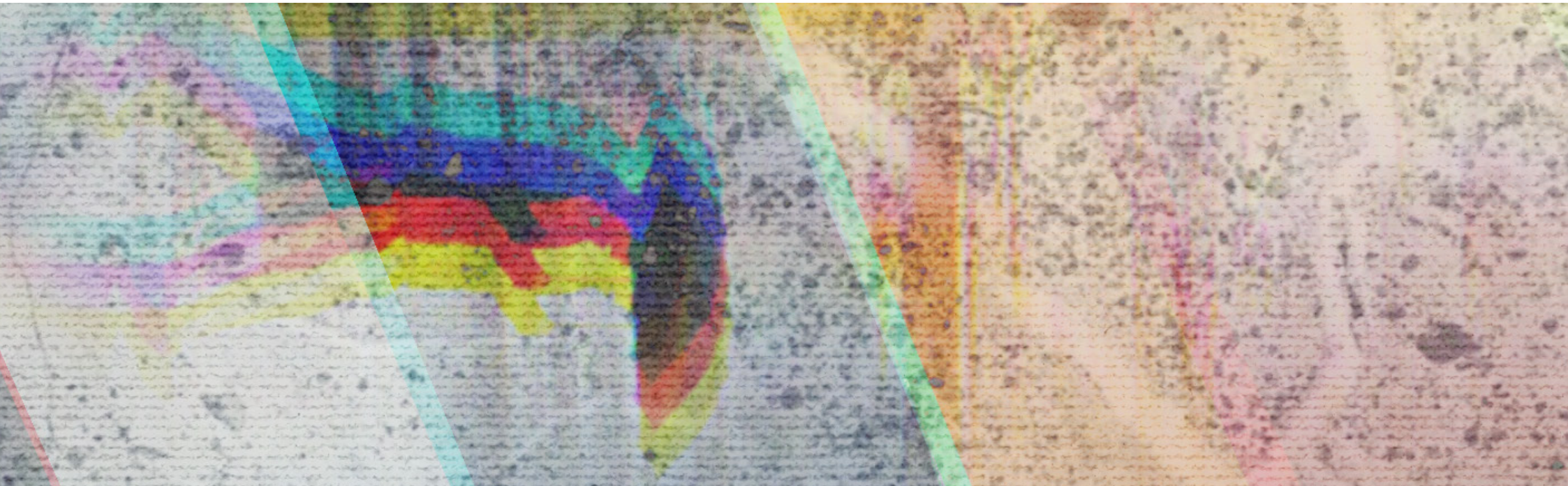
È così grande, Roma, che rischi di perderti dentro. Un sacco di mondi dentro un mondo solo. Mondi di storie, racconti, imprese, successi, insuccessi. Visiva 365, nel suo piccolo, ha avuto proprio questa l'ambizione di fotografare tutto questo. Raccontare, quindi, Roma nei suoi pregi e nei suoi difetti. Nelle sue perfezioni e nei suoi aspetti perfettibili. E lo ha fatto attraverso gli occhi, e le parole, di chi Roma la fa – e la fa bene - tutti i giorni. Ebbene sì, ci sono realtà che tutti i giorni si prendono cura della città e di chi la vive. Ognuna a modo suo, ognuna nel suo pezzettino, ognuna per come può. Storie spesso nascoste, ma che meritano di essere disvelate per quello che fanno. Lo abbiamo fatto in due tappe: l'anteprima del 13 ottobre, quando abbiamo conosciuto alcune di queste realtà. Poi la finalissima dello scorso 22 novembre dove i premi, rappresentati nell'AstroOscar, sono stati consegnati. A chi? A dieci realtà, scelte da una precedente preselezione di 60, che sono state ritenute, a giudizio della giuria, quelle capaci di costruire un ritratto autentico della Roma che agisce, che costruisce, che innova.

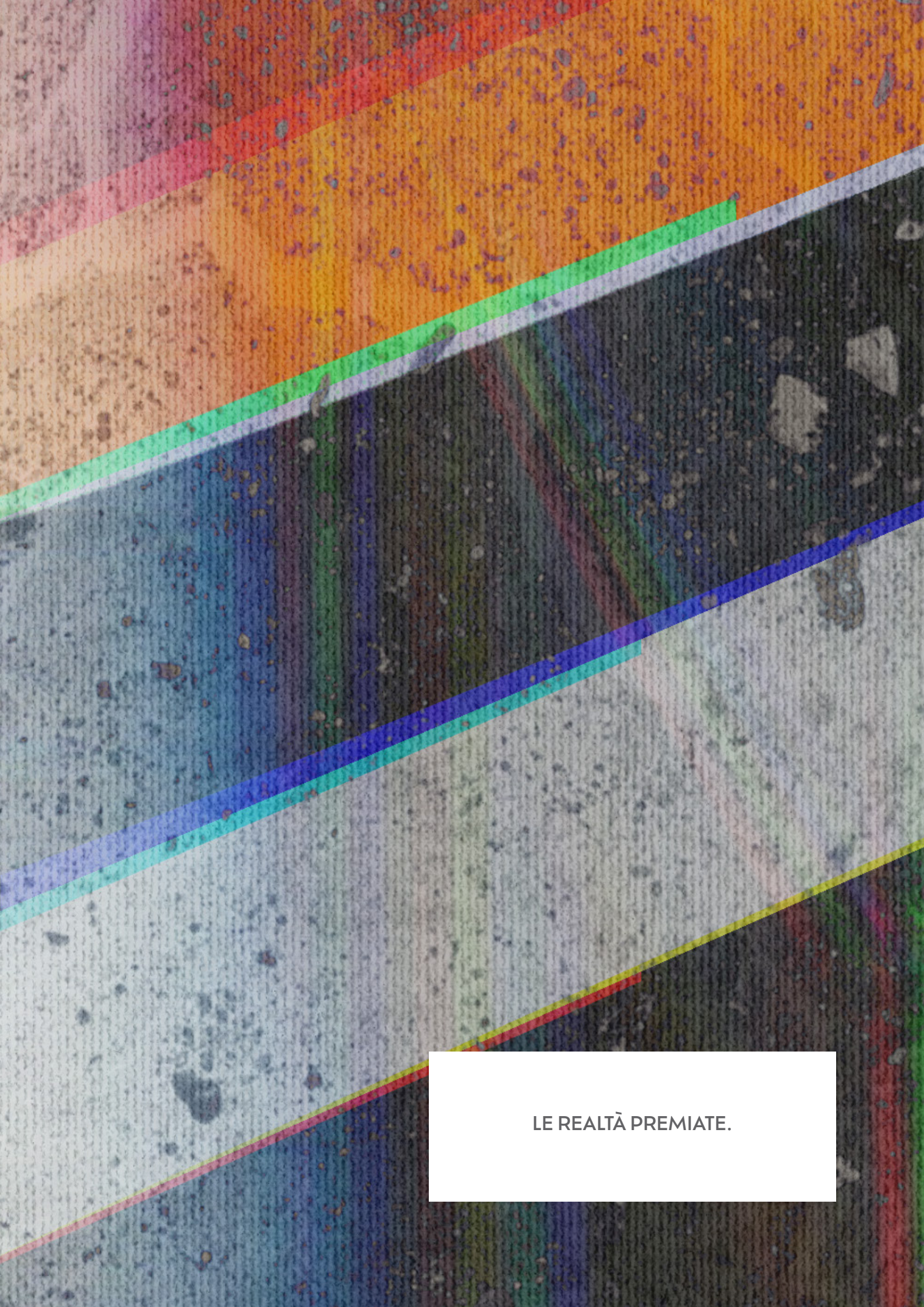
Come Roma Altruista, premiata nella categoria comunità e solidarietà attiva in riconoscimento a tredici anni di impegno nel volontariato. Un contributo alla comunità notevole è anche quello di Tetrabondi – vincitore nella categoria Sport, Benessere & Accessibilità - una fondazione che lavora per cambiare il linguaggio e la cultura della disabilità, ribaltandone gli stereotipi in punti di forza. Creatività e passioni sono anche al centro dell'Aut Art Festiva: il festival che vede protagonisti le persone autistiche e neurotipiche organizzato dall'associazione Siamo Delfini a cui è andato il premio nella categoria Comunicazione, Creatività & Cultura Urbana. Passando alla categoria Formazione, Lavoro & Innovazione Sociale, il nostro premio è andato a Working Mom, start up che ha creato il primo coworking italiano pensato per i genitori. In Turismo Responsabile, invece, si è distinta l'associazione Ars Mundi: inclusione e memoria dei luoghi, costruendo una nuova idea di fruizione culturale per la città. E poi le menzioni speciali. Quelle per il Valore Collettivo sono andate a Zelato, prima gelateria italiana con una filiera, dalle materie prime utilizzate ai metodi di lavorazione, interamente sostenibile; Freewings, impresa che combatte la povertà mestruale distribuendo gratuitamente assorbenti; Psicologi in Ascolto, una rete di psicologi che rende la salute mentale accessibile attraverso tariffe calmierate.

Ma Roma la fanno anche le persone. Ecco perché, oltre ai premi, abbiamo dato voce a uomini e donne che tutti i giorni hanno un ruolo dentro la città. I talk hanno ampliato questo racconto: Serena Bianchini, Massimo Romano e Nicolò Scarano hanno discusso di comunicazione pubblica come tessuto vivo che connette istituzioni e cittadini attraverso fiducia e trasparenza. Il tema dell'accessibilità e dello sport è stato poi affrontato da Stefania Cardenia, Simone Menichetti e Graziana Dizonno, che hanno trasformato la pratica sportiva in un vero atto di cittadinanza. Subito dopo, la visione dei giovani - rappresentata da Valerio Antonioni, Federico Lobuono, Gabriele Ferrieri e dallo chef Matteo Faenza - ha dimostrato come talento e impresa sappiano innovare il volto della città. Un'atmosfera culminata nella proiezione de Il film della città, un mosaico emotivo che ha immerso il pubblico in un silenzio sospeso, prima che l'aperitivo serale riaprisse il confronto. E a proposito di giovani, preme menzionare anche la vittoria di Margherita Avolio al VISIVA Cover Contest, con una copertina capace di sintetizzare rigore ed emozione per il nuovo Almanacco. Ma ne parleremo meglio più avanti. Insomma, realtà e persone hanno fatto Visiva 365. Ma lo scopo è stato e sarà sempre lo stesso: raccontare Roma. Sfida complessa, ma che vale la pena affrontare.



L'ALMANACCO DELLA CITTÀ





LE REALTÀ PREMIATE.



OLTRE L'ORIZZONTE.

DI MATTEO MARINI, VISIVA.

L'Almanacco di Roma è il cuore di questo numero. Nasce dal percorso di Visiva 365 e raccoglie le realtà premiate durante la Cerimonia del Premio VISIVA 365, uno dei momenti più intensi del festival. In queste pagine l'Almanacco diventa racconto, riconoscimento e memoria condivisa di ciò che la città è capace di generare quando visione e impegno si incontrano.

Visiva 365 ha attraversato Roma incontrando progetti, persone e pratiche che lavorano nel quotidiano con dedizione e responsabilità. La cerimonia del premio ha dato forma pubblica a questo percorso, restituendo un ritratto autentico della Roma del presente, che agisce e costruisce valore.

Sul "palco" dello Spazio Espositivo La Vaccheria si sono alternate storie molto diverse tra loro, accomunate dalla capacità di incidere nella vita della città. Roma Altruista ha ricevuto il riconoscimento per Comunità e Solidarietà Attiva, portando al centro il senso dell'aiuto reciproco come infrastruttura sociale. Psicologi in Ascolto è stata insignita di una menzione speciale per il sostegno emotivo collettivo, un lavoro discreto che sostiene fortemente la tenuta delle relazioni.

La cura della bellezza urbana è emersa attraverso il lavoro di Ridaje e di M.U.Ro., riconosciuti per interventi che trasformano luoghi e rafforzano l'identità dei quartieri. Zelato ha ricevuto il premio per Valore Collettivo, mostrando come un gesto semplice possa diventare occasione di comunità e di incontro.

Il premio per Formazione, Lavoro & Innovazione Sociale è stato assegnato a Working Mom, realtà che affronta con concretezza le trasformazioni del lavoro. Sport, Benessere & Accessibilità ha visto protagonisti i Tetrabondi, con una menzione speciale a Freewings, portando al centro l'idea di accesso come esperienza condivisa. Ars Mundi è stata premiata per Turismo Responsabile & Accoglienza, offrendo una visione di Roma sostenibile e consapevole. Siamo Delfini ha ricevuto il riconoscimento per Comunicazione, Creatività & Cultura Urbana, raccontando la città con linguaggi capaci di coinvolgere nuove generazioni.

A ciascuna realtà è stata consegnata una statuina che raffigura un astronauta, figura che richiama l'esplorazione e il coraggio di muoversi oltre i confini consueti. L'astronauta invita a guardare la città da una prospettiva più ampia, a coglierne le connessioni, a immaginare traiettorie future. È un simbolo che accompagna queste storie e ne riflette lo spirito.

Le pagine che seguono approfondiscono le esperienze premiate e ne raccontano il lavoro, le scelte, le direzioni intraprese. Attraverso queste storie prende forma un'immagine di Roma che cresce grazie all'impegno di chi sceglie di contribuire con qualità e visione.

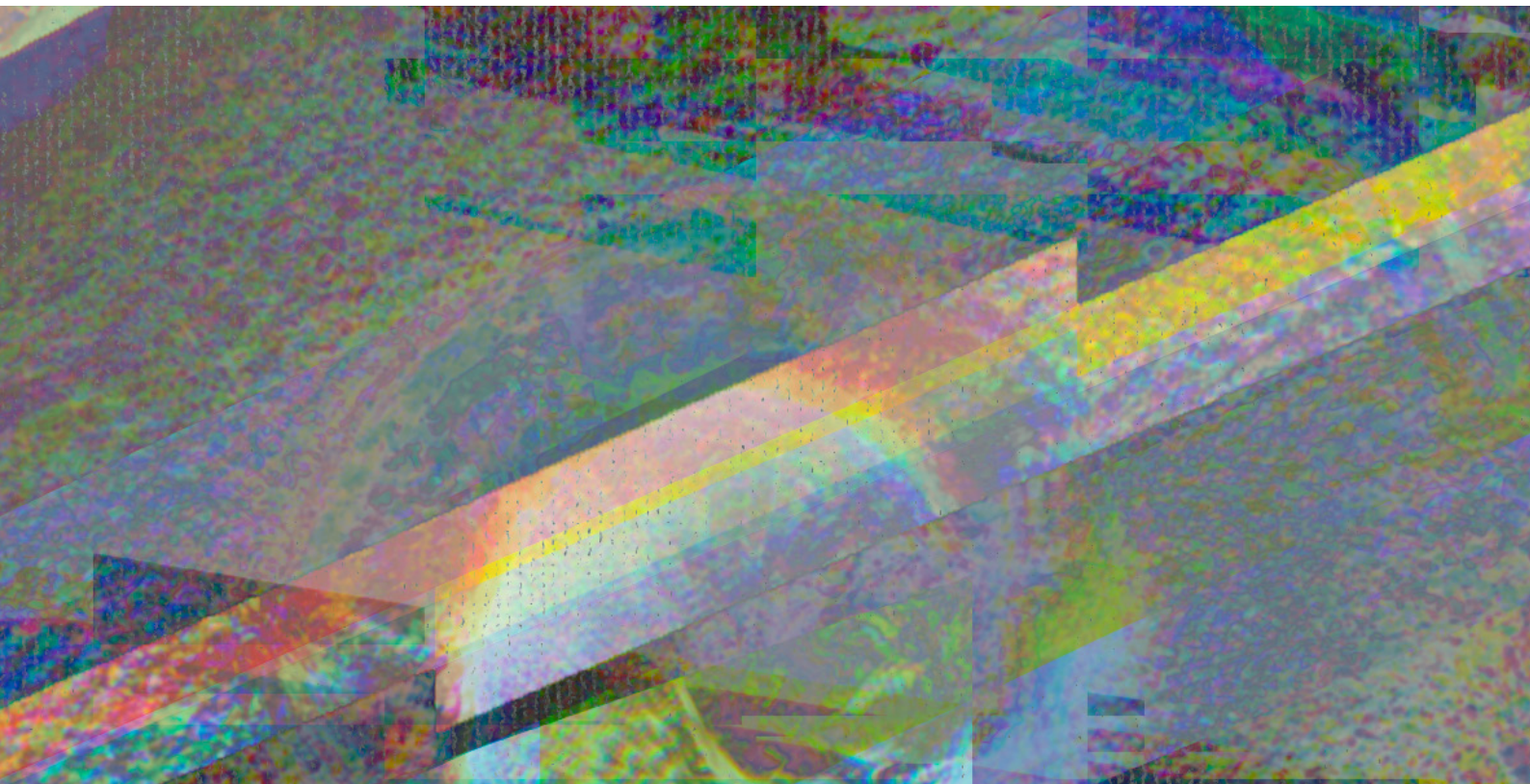
L'Almanacco custodisce lo spirito del festival e lo proietta nel tempo. È una mappa aperta che invita a continuare l'esplorazione. Guardare oltre l'orizzonte significa assumersi la responsabilità di proseguire il cammino con fiducia. È da qui che riparte la città che vogliamo raccontare.

L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

CURA E TERRITORIO: PSICOLOGI IN ASCOLTO, LA RETE CHE SUPPORTA ROMA.

CON SEDI DISLOCATE IN CINQUE MUNICIPI DELLA CAPITALE, PSICOLOGI IN ASCOLTO CONSOLIDA IL DIALOGO TRA PRIVATO SOCIALE E SERVIZI PUBBLICI, GARANTENDO LA CURA ACCESSIBILE A TUTTI I CITTADINI.

DI DANIELA BARBERO, VISIVA.



La salute mentale è un diritto fondamentale, ma l'accesso a percorsi di supporto psicologico e psicoterapia rimane spesso un lusso. In un contesto urbano complesso come Roma, dove il disagio psicologico è diffuso, l'esigenza di servizi accessibili e di alta qualità è cruciale. L'associazione Psicologi in Ascolto risponde a questa emergenza sociale con un modello di "privato sociale" unico, che mira a colmare il gap tra domanda e offerta di cura. Operando con un tariffario calmierato e in stretta collaborazione con le istituzioni pubbliche, l'associazione sta ridefinendo il panorama della salute mentale a Roma. L'obiettivo di questo approfondimento è esplorare la missione, l'organizzazione e l'impatto sul territorio di Psicologi in Ascolto, un'eccellenza premiata a VISIVA 365.

La mission di Psicologi in Ascolto è chiara: garantire l'accessibilità alla cura per ciascun cittadino, abbattendo la barriera economica che spesso impedisce l'accesso alla terapia. Per questo, l'associazione ha stabilito un tariffario a prezzi calmierati sostenibile per l'utente, mantenendo alta la qualità del servizio: 45 euro a seduta per le terapie individuali, 60 euro per la terapia di coppia e familiare, e 80 euro mensili per le terapie di gruppo. Per rendere la salute mentale davvero vicina al cittadino, l'associazione ha scelto la capillarità. Non si concentra in un'unica sede centrale, ma è dislocata in ben cinque Municipi di Roma: Centocelle (V), San Lorenzo (II), San Paolo (VIII), Ponte Marconi (XI) e Re Di Roma (VII). In tutte queste sedi, opera un'equipe multidisciplinare di professionisti, formata da psicoterapeuti, psicologi e psichiatri provenienti da percorsi formativi riconosciuti dal MIUR e regolarmente iscritti all'Albo.
Un elemento distintivo dell'approccio di Psicologi in Ascolto è l'impegno nella psicoterapia sociale. L'associazione offre un primo percorso di consulenza gratuita di quattro incontri, permettendo a chiunque di valutare se iniziare o meno un percorso terapeutico continuativo. La vera peculiarità risiede però nel lavoro terapeutico con i gruppi. Questa impostazione permette di leggere il disagio psicologico non solo come un problema individuale, ma anche in termini sociali e collettivi. La cura viene così estesa a una dimensione gruppale, favorendo il rispecchiamento e il sostegno reciproco, un aspetto fondamentale per la Comunità & Solidarietà Attiva.

Dal 2011 ad oggi, i risultati sono impressionanti: ogni anno l'associazione accoglie più di 500 pazienti, dimostrando la necessità e l'efficacia del loro modello. La missione di Psicologi in Ascolto è consolidare una realtà di privato sociale che possa dialogare e collaborare a stretto contatto con i servizi pubblici. L'associazione lavora da anni con servizi municipali e territoriali, collaborando attivamente con Centri di Salute Mentale (CSM), consultori e servizi sociali. Questa sinergia è cruciale per garantire una rete di supporto integrata. L'associazione è, per esempio, presente nell'elenco di terapeuti fornito dai servizi sociali del Municipio VIII e del Municipio XII, assicurando una continuità assistenziale tra il pubblico e il privato sociale. Per garantire la massima qualità e coerenza del servizio in tutte le sedi, la cura dell'equipe è parte essenziale del loro lavoro: vengono svolte regolarmente riunioni organizzative, supervisioni, intervisioni e riunioni plenarie di sede, garantendo l'aggiornamento e il benessere di tutti i professionisti coinvolti.

Il ruolo vitale svolto da Psicologi in Ascolto a favore dell'accessibilità e dell'innovazione nella salute mentale è stato ufficialmente riconosciuto. L'associazione è stata premiata e inclusa nell'Almanacco di Roma nella categoria "Comunità & Solidarietà Attiva" durante il Festival VISIVA 365. Questo riconoscimento celebra la capacità dell'associazione di agire come un pilastro di solidarietà attiva nella Capitale, offrendo non solo un servizio, ma un modello replicabile per l'accesso universale alla cura psicologica.

Psicologi in Ascolto è molto più di un servizio terapeutico; è un progetto di innovazione sociale che dimostra come la cura del disagio possa essere collettiva, accessibile e diffusa sul territorio. La loro determinazione nel mantenere tariffe calmierate e nel collaborare con il sistema pubblico rappresenta una bussola etica per il futuro della salute mentale urbana.

L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

M.U.Ro IL MUSEO CHE RESPIRA CON LA CITTÀ.

L'ARTE PUBBLICA COME GESTO DI COMUNITÀ,

DI MATTEO MARINI, VISIVA.

C'è un modo di fare arte che nasce all'aperto e cresce dentro la vita quotidiana dei quartieri. M.U.Ro (Museo Urban di Roma) - prende forma nel 2010 e diventa una delle prime esperienze strutturate di museo open air nella Capitale. Fin dall'inizio il progetto lavora per affermare il valore dell'arte urbana come patrimonio culturale contemporaneo, capace di incidere sul patrimonio materiale e immateriale della città, con un'attenzione costante alle periferie.

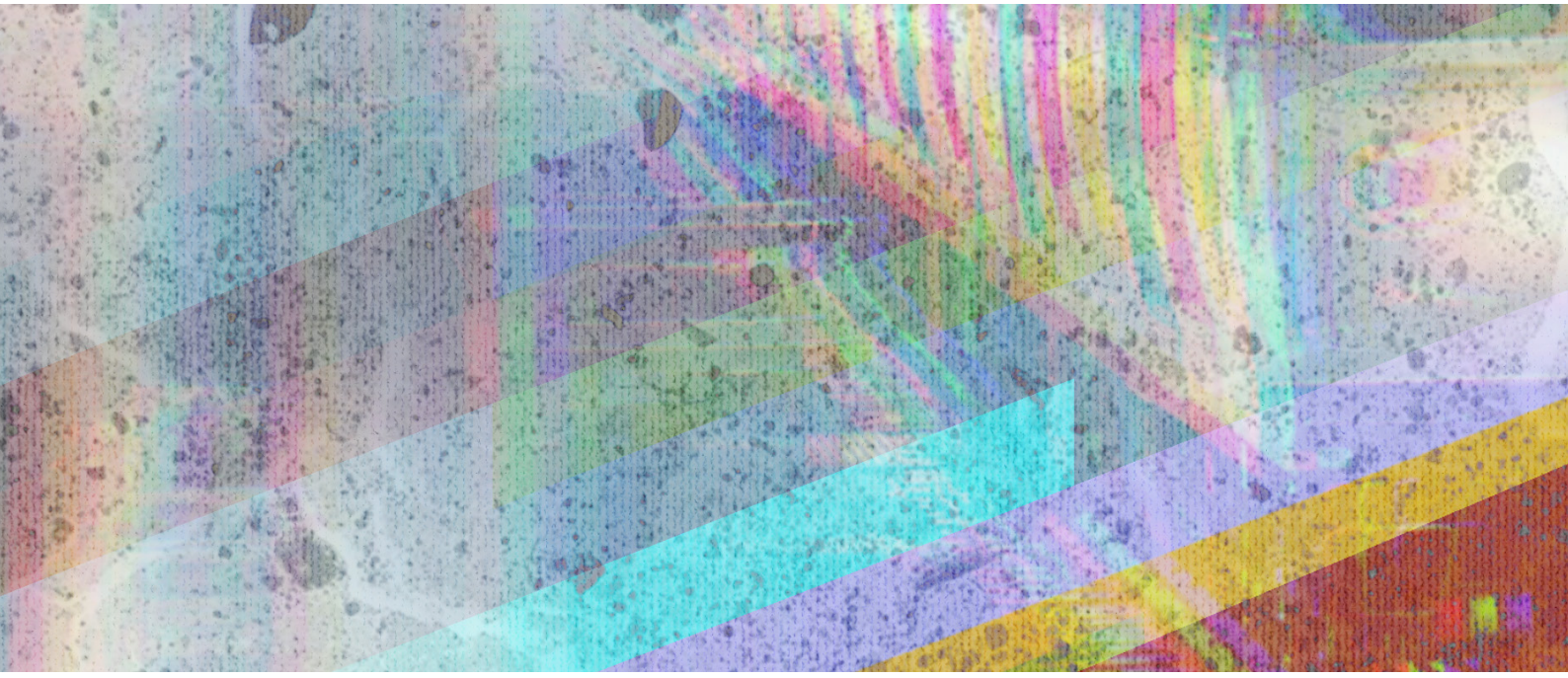
Da un'idea dell'artista Diavù, David Vecchiato, MURo avvia il primo intervento al Quadraro, trasformando le strade in spazi espositivi permanenti. Inizia così un percorso che contribuisce a cambiare lo sguardo su Roma. Le periferie diventano superfici narrative dove memoria e presente dialogano, e i murales aprono nuove geografie urbane, attirando visitatori e curiosi in quartieri che per lungo tempo sono rimasti ai margini delle rotte culturali.

Con il passare degli anni l'associazione amplia il proprio raggio d'azione attraverso progetti condivisi con enti pubblici, istituzioni culturali e partner privati. PopStairs trasforma scalinate in opere di arte contemporanea urbana. GRAArt porta l'arte attorno al Grande Raccordo Anulare, ridefinendo l'idea di margine. I documentari prodotti con Sky Arte raccontano la diffusione del muralismo in tutta Italia, mentre Urban Neapolis

estende questa esperienza anche a Napoli. In questo lavoro emerge una visione coerente: l'arte pubblica rafforza il senso di appartenenza e genera cura nei confronti dei luoghi. Per questo impegno M.U.Ro ha ricevuto, durante la Cerimonia del Premio VISIVA 365, una menzione speciale per la cura della bellezza urbana. Il riconoscimento, condiviso con Ridaje, ha voluto sottolineare il valore di chi interviene sullo spazio pubblico trasformandolo in occasione di relazione e di identità condivisa. In una serata che ha premiato realtà attive in ambiti diversi, M.U.Ro è stata indicata come esempio di come la bellezza possa diventare responsabilità collettiva.

L'ultimo anno di attività conferma questa direzione. A novembre 2024 M.U.Ro cura la comunicazione e il supporto tecnico di PopStairs 2024, progetto vincitore del bando Lazio Street Art, che produce l'opera "What a lovely day, today!" dedicata a Monica Vitti sulla scalinata di via Giovanni Battista Brocchi. Uno spazio quotidiano diventa luogo di memoria condivisa, capace di unire arte e identità cittadina. A marzo 2025 l'associazione partecipa alla XXI Settimana di azione contro il razzismo con l'evento "Origami di umanità". Durante l'iniziativa Diavù realizza dal vivo l'opera "Ius rationis abest ubi saeva potentita regnat" a Villa Lazzaroni. L'intervento porta al centro la dignità della persona e il tema dei diritti, trasformando l'arte in spazio pubblico di riflessione. Nel maggio 2025 prende forma il primo murale italiano dell'artista ceca Ilona Polanski sulle pareti esterne della scuola primaria del plesso Aldo Fabrizi, di fronte al Parco degli Acquedotti. L'opera "Le baracche dell'Acquedotto Felice", dedicata a don Roberto Sardelli e alla sua "Scuola 725", riporta al centro una pagina significativa della storia sociale romana, affidandola a un linguaggio visivo contemporaneo. A ottobre 2025 viene avviato il restauro pilota del murale "Nido di Vespe" di Lucamaleonte, realizzato al Quadraro in ricordo della deportazione nazifascista del 17 aprile 1944. Il lavoro, sviluppato in convenzione con l'Istituto Centrale per il Restauro e con la Fondazione Changes, riafferma un principio chiave: l'arte pubblica è patrimonio vivo e richiede cura nel tempo. Nel novembre 2025 prende forma BASAGLIA ART, progetto ideato da M.U.Ro per il Dipartimento di Salute Mentale della ASL Roma 6. Le pareti della Struttura Residenziale Terapeutico Riabilitativa Estensiva di Salone vengono trasformate in una grande opera muraria dedicata al centenario di Franco Basaglia. Il laboratorio coinvolge i giovani ospiti della struttura in un percorso creativo che intreccia arte e inclusione, restituendo centralità alla persona e alla sua dignità.

Attraverso questi interventi M.U.Ro continua a mostrare come l'arte urbana possa incidere nel tessuto cittadino in modo duraturo. Le opere entrano nella vita dei quartieri e diventano parte del racconto collettivo della città. Nel percorso di Visiva 365, M.U.Ro rappresenta un esempio concreto di come la cura della bellezza urbana possa generare valore condiviso. È la dimostrazione che lo spazio pubblico, quando viene abitato con visione e responsabilità, diventa terreno fertile per costruire comunità.



L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

SIAMO DELFINI: COMUNICARE PER CREARE COMUNITÀ.

CREATIVITÀ URBANA, LINGUAGGI E PARTECIPAZIONE.

DI CECILIA IVALDO, VISIVA.



Comunicare significa costruire relazioni, generare senso condiviso e attivare processi culturali. Da questa visione nasce Siamo Delfini, un progetto che utilizza la comunicazione e la creatività come strumenti per leggere la città, raccontarla e renderla uno spazio di partecipazione attiva.

Nel contesto urbano contemporaneo la comunicazione incide sul modo in cui i luoghi vengono percepiti e vissuti. I linguaggi visivi, digitali e narrativi influenzano l'identità dei territori e il rapporto tra le persone e lo spazio pubblico. Quando questi linguaggi diventano superficiali o autoreferenziali, la città perde complessità e profondità. Questa dinamica rende necessario un approccio capace di connettere creatività e responsabilità culturale.

Siamo Delfini si colloca in questo spazio con una proposta chiara. Comunicare in modo creativo significa interpretare i contesti urbani. L'interpretazione dei contesti genera narrazioni condivise. Le narrazioni condivise favoriscono partecipazione e appartenenza. Questa catena orienta il progetto e ne definisce l'identità.

L'attività di Siamo Delfini si sviluppa attraverso progetti di comunicazione che dialogano con la città e con chi la vive. I linguaggi utilizzati attraversano diversi formati e canali, mantenendo una coerenza di visione. La creatività diventa uno strumento di lettura della realtà urbana e di restituzione culturale. Questo approccio consente di trasformare la comunicazione in un atto collettivo e non solo espressivo.



Il progetto lavora sul confine tra cultura, territorio e immaginario contemporaneo. Le azioni messe in campo favoriscono l'attivazione di comunità e la costruzione di significati condivisi. La città viene raccontata come spazio vivo, attraversato da persone, storie e trasformazioni. Questa narrazione rafforza il legame tra comunicazione e vita urbana.

Questo percorso ha portato Siamo Delfini a vincere il Premio Visiva 365 nella categoria Comunicazione, Creatività e Cultura Urbana. Il riconoscimento segnala la capacità del progetto di utilizzare la comunicazione come leva culturale e sociale, valorizzando il linguaggio creativo come strumento di impatto reale sul contesto urbano.

Siamo Delfini lavora sulla relazione tra contenuto e forma. Ogni progetto nasce dall'osservazione dei luoghi e delle dinamiche sociali. Questa attenzione produce interventi coerenti con i contesti e capaci di generare coinvolgimento. La comunicazione diventa così un dispositivo che attiva relazioni e stimola nuove letture della città.

Il valore del progetto emerge anche sul piano culturale. Utilizzare la creatività per raccontare la città significa contribuire alla costruzione di un immaginario condiviso. Questo processo rafforza il senso di appartenenza e stimola una partecipazione più consapevole alla vita urbana. La comunicazione assume una funzione educativa e trasformativa.

Siamo Delfini dimostra che la comunicazione può essere uno strumento di cultura urbana. La scelta di un approccio creativo e responsabile produce effetti che vanno oltre il messaggio. Questo effetto si traduce in relazione, partecipazione e consapevolezza. Un modello che utilizza il linguaggio come spazio di incontro e la città come luogo di racconto collettivo.

L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

ARS MUNDI: VIAGGIARE COME ATTO CULTURALE.

TURISMO RESPONSABILE, TERRITORIO E IMPATTO SOCIALE.

DI CECILIA IVALDO, VISIVA.



Viaggiare significa entrare in relazione con un territorio, con le persone che lo abitano e con le storie che lo attraversano. Da questa visione nasce Ars Mundi, un progetto che interpreta il turismo come esperienza culturale, consapevole e responsabile, capace di generare valore per chi parte e per chi accoglie.

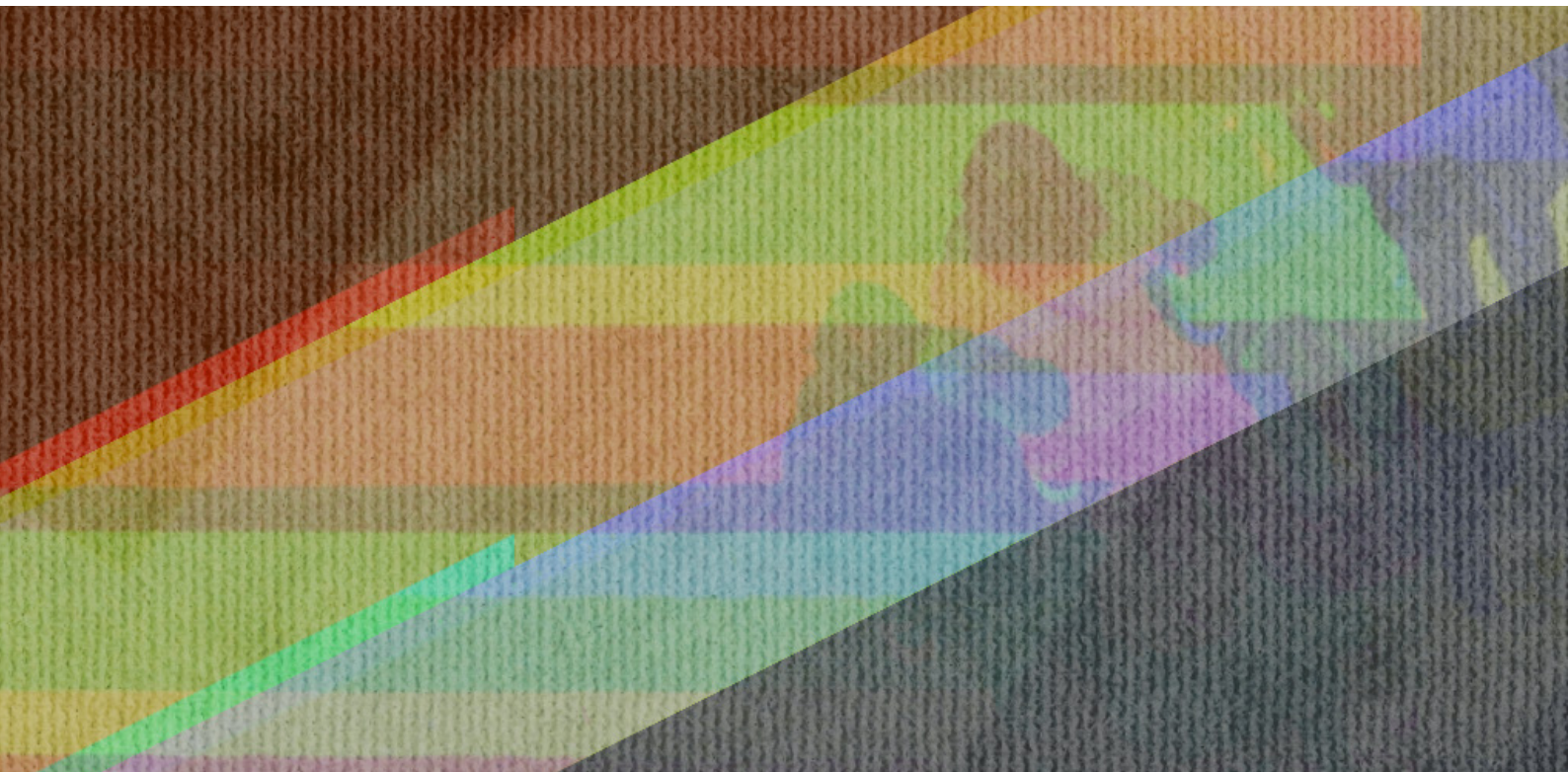
Nel contesto attuale il turismo incide in modo diretto sull'economia locale, sull'ambiente e sulla vita delle comunità. La crescita dei flussi e la standardizzazione dell'offerta producono un consumo rapido dei luoghi. Questo modello riduce la qualità dell'esperienza e indebolisce il legame tra visitatori e territori. Da qui nasce l'esigenza di un approccio diverso, fondato sulla conoscenza, sull'ascolto e sulla cura. Il progetto si colloca in questo spazio con una proposta chiara. Viaggiare in modo responsabile significa rispettare i luoghi e valorizzarne l'identità. La valorizzazione dell'identità rafforza le comunità locali. Il rafforzamento delle comunità genera un impatto positivo e duraturo. Questa catena orienta il progetto e ne definisce la direzione.

L'attività si sviluppa attraverso percorsi ed esperienze che mettono al centro il patrimonio culturale materiale e immateriale. Il viaggio diventa uno strumento di conoscenza e relazione. I luoghi vengono raccontati attraverso chi li vive e li custodisce. Questo approccio restituisce profondità all'esperienza e favorisce una fruizione più consapevole del territorio. Il progetto costruisce un dialogo costante con i contesti locali. Le esperienze si inseriscono nei ritmi e nelle caratteristiche dei luoghi. Questa integrazione riduce l'impatto sul territorio e rafforza il valore culturale del viaggio. Il turismo diventa una pratica che genera equilibrio tra scoperta, rispetto e partecipazione.

Questo approccio ha portato all'assegnazione del Premio Visiva 365 nella categoria Turismo responsabile. Il riconoscimento segnala la coerenza tra visione, pratiche e risultati, confermando il valore di un progetto che utilizza il viaggio come strumento di relazione e responsabilità. Il lavoro si fonda su una relazione equilibrata tra visitatori e luoghi. Le esperienze favoriscono una permanenza attenta e rispettosa. Questa modalità riduce la pressione sui territori e contribuisce alla loro valorizzazione culturale ed economica. Il turismo diventa una risorsa condivisa e non un consumo rapido.

Il valore emerge anche sul piano culturale. Raccontare i territori attraverso pratiche autentiche restituisce centralità alle storie locali. Questo processo rafforza il senso di appartenenza e stimola una nuova attenzione verso il patrimonio diffuso. Il viaggio assume una dimensione educativa e trasformativa.

Ars Mundi dimostra che il turismo può essere uno strumento di responsabilità e relazione. La scelta di un approccio consapevole produce benefici per chi viaggia e per chi accoglie. Questo effetto si traduce in sostenibilità culturale, sociale e ambientale. Un modello che dialoga con i territori e propone un'idea di viaggio fondata sul rispetto e sulla conoscenza.

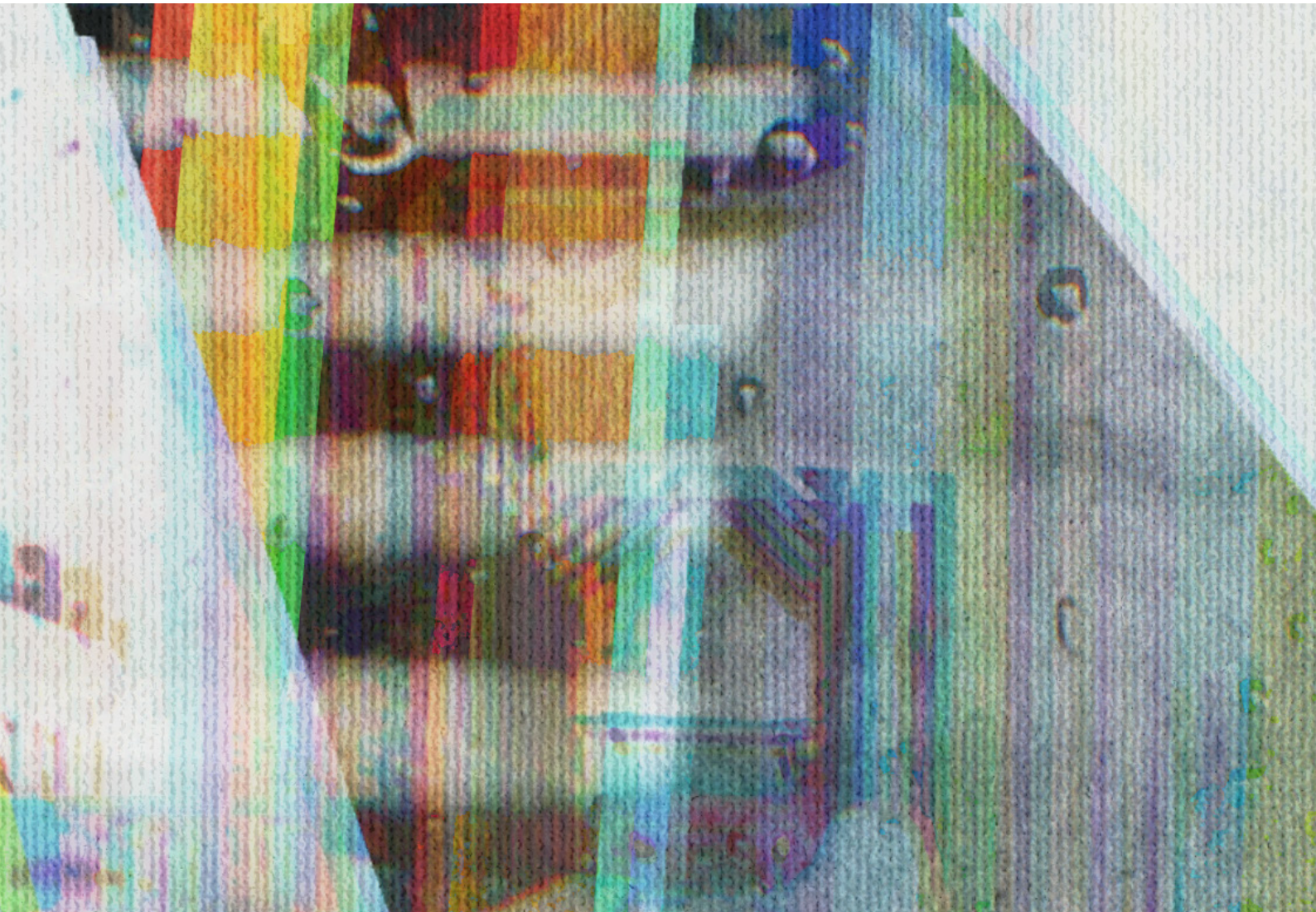


L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

FREEWINGS BENEFIT: QUANDO L'ACCESSO DIVENTA UN DIRITTO.

POVERTÀ MESTRUALE, SOSTENIBILITÀ E IMPATTO URBANO.

DI CECILIA IVALDO, VISIVA.



Garantire l'accesso gratuito agli assorbenti è una questione sanitaria, sociale e culturale. Da questa consapevolezza nasce Freewings Benefit, una società che lavora per ridurre una disuguaglianza quotidiana e diffusa, trasformando un bisogno essenziale in un'azione concreta e misurabile.

In Italia e in Europa la povertà mestruale riguarda milioni di donne. La difficoltà di accedere con continuità ai prodotti igienici incide sulla qualità della vita, sul lavoro e sull'istruzione. Questa condizione produce disuguaglianze economiche che si sommano a barriere culturali ancora presenti. Il ciclo mestruale resta spesso un tema marginale nello spazio pubblico e nelle politiche di welfare. Questa distanza rende necessario un intervento strutturale.

Freewings si inserisce in questo contesto con un obiettivo chiaro. Garantire l'accesso gratuito agli assorbenti riduce una barriera economica. La riduzione della barriera economica favorisce una maggiore parità di genere. Questo principio guida l'intero progetto e ne orienta le scelte operative.

L'attività di Freewings si sviluppa attraverso servizi di distribuzione gratuita di assorbenti in spazi pubblici e privati. Il progetto utilizza dispenser a parete e pop-up store come strumenti operativi e culturali. La presenza fisica del servizio nei luoghi di vita quotidiana rende il bisogno visibile e accessibile. Questo passaggio contribuisce a normalizzare il tema e a inserirlo nella dimensione pubblica della città.

Il rapporto con il contesto urbano è centrale. Freewings opera su Roma come su un sistema diffuso fatto di spazi, persone e relazioni. L'intervento non si concentra su singoli luoghi simbolici ma attraversa la città nella sua interezza, intercettando bisogni reali e quotidiani. Questo approccio ha portato Freewings a ricevere una menzione speciale al Premio Visiva 365, riconoscimento che valorizza realtà attive su tutta la città di Roma che, nell'ultimo anno, hanno prodotto risultati concreti e verificabili. La menzione nella categoria Sport, Benessere e Accessibilità segnala la capacità del progetto di incidere sul benessere delle persone attraverso un servizio essenziale e immediatamente fruibile. Il riconoscimento evidenzia un impatto che nasce dall'utilità e dalla continuità dell'azione.

Il modello Freewings coinvolge anche le aziende partner. Le imprese che aderiscono al progetto partecipano a un'azione concreta di responsabilità sociale. Questa partecipazione consente di entrare in relazione con un pubblico femminile e sensibile ai temi della sostenibilità. Il sostegno alla distribuzione gratuita genera un impatto diretto sulle persone e produce una comunicazione fondata su dati reali. L'azione crea valore sociale e rafforza la credibilità del messaggio.

I risultati raggiunti nei primi mesi mostrano l'efficacia dell'approccio. Sono stati installati sei dispenser e distribuiti quasi seimila assorbenti in quattro mesi. La comunicazione e la distribuzione hanno raggiunto circa cinquantamila persone. Quattro testate giornalistiche hanno raccontato l'iniziativa. Ogni utilizzatrice del servizio ha potuto risparmiare in media tre euro al mese. Questi dati descrivono un effetto immediato e misurabile sul piano economico e sociale.

L'impatto riguarda anche l'ambiente. Gli assorbenti distribuiti da Freewings consentono una riduzione delle emissioni di CO_2 pari al trentacinque per cento rispetto ai prodotti convenzionali. L'energia impiegata nella produzione diminuisce in modo significativo. I costi di smaltimento risultano dimezzati. La scelta dei materiali e dei processi produttivi incide sull'intero ciclo di vita del prodotto e rafforza la coerenza del progetto.

La sostenibilità diventa una componente strutturale. Il benessere delle persone, la riduzione dell'impatto ambientale e la sostenibilità economica procedono nella stessa direzione. Questa integrazione rende il modello replicabile e adatto a diversi contesti urbani.

Freewings agisce anche sul piano culturale. Portare il tema della mestruazione nello spazio pubblico contribuisce a ridurre lo stigma. Rendere accessibile ciò che è necessario modifica il modo in cui si parla di bisogni essenziali. La distribuzione gratuita diventa uno strumento di cambiamento pratico e simbolico.

Freewings dimostra che un'impresa può generare valore sociale, ambientale e culturale partendo da un gesto semplice. Garantire l'accesso produce un effetto diretto sulle persone. Questo effetto si traduce in equità, consapevolezza e responsabilità condivisa. Un modello che dialoga con la città e risponde a bisogni reali.

L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

LINGUAGGIO E INCLUSIONE: FONDAZIONE TETRABONDI.

RISCRIVERE LE PAROLE PER RIDISEGNARE LA SOCIETÀ.

DI SARA AHMED, VISIVA.



Il modo in cui una società parla della disabilità non è mai neutro. Le parole costruiscono immaginari, definiscono confini, creano inclusione o producono esclusione. È da questa consapevolezza radicale che nasce la Fondazione Tetrabondi Onlus, una realtà impegnata in un profondo lavoro di trasformazione culturale che parte dal linguaggio per arrivare alle pratiche sociali, educative e lavorative. Per Tetrabondi, cambiare il modo di guardare ciò che è diverso, sconosciuto o storicamente marginalizzato significa prima di tutto cambiare le parole con cui lo raccontiamo.

La visione della Fondazione è chiara e potente: raccogliere tutte le parole che per secoli hanno alimentato pregiudizi e stigma, responsabili di segregazione, emarginazione ed esclusione, per accartocciarle e gettarle nella pattumiera della storia. In quella stessa pattumiera in cui, troppo a lungo, sono stati relegati i corpi non conformi, le menti divergenti, le persone con disabilità e vulnerabilità. Tetrabondi lavora per ribaltare questo paradigma, affermando che la disabilità non è una mancanza, ma una dimensione della diversità umana che va riconosciuta, compresa e valorizzata.

Al centro del progetto di Tetrabondi c'è la comunicazione della disabilità come strumento politico e culturale. Non una comunicazione pietistica o emergenziale, ma un racconto capace di restituire complessità, diritti, bisogni e potenzialità. Comunicare in modo corretto, rispettoso e consapevole significa creare le basi per immaginare una società realmente inclusiva, priva di barriere non solo architettoniche, ma anche culturali e simboliche. Il linguaggio diventa così il primo terreno di intervento per un cambiamento strutturale. In questa prospettiva, la Fondazione Tetrabondi è promotrice e produttrice di contenuti culturali, eventi, convegni e manifestazioni dedicati alla conoscenza dei bisogni speciali e degli strumenti – educativi, comunicativi e sociali – che ruotano attorno ad essi. Ogni iniziativa è pensata come un'occasione di confronto e crescita collettiva, rivolta non solo agli addetti ai lavori, ma alla cittadinanza nel suo insieme. L'obiettivo è diffondere consapevolezza, superare stereotipi e fornire strumenti concreti per leggere la disabilità fuori dalle narrazioni dominanti. Un ruolo centrale è svolto anche dalla formazione e consulenza rivolta a privati, enti pubblici e aziende. Tetrabondi accompagna organizzazioni e istituzioni in percorsi di cambiamento linguistico e culturale, aiutandole a costruire un nuovo approccio alle persone con disabilità e alle diverse forme di vulnerabilità. Questo lavoro non si limita alla teoria, ma incide sulle pratiche quotidiane, sui modelli organizzativi e sulle politiche di inclusione, favorendo una trasformazione reale e duratura.

Per la Fondazione, inclusione non può essere uno slogan astratto. Deve tradursi in formazione al lavoro, nella costruzione di percorsi personalizzati e di servizi capaci di rispondere ai bisogni specifici delle persone. Significa promuovere la conoscenza e l'utilizzo delle forme di comunicazione alternativa, fondamentali per garantire il diritto all'espressione e alla partecipazione. Significa, inoltre, accompagnare le persone con disabilità nei percorsi di introduzione alla vita adulta e autonoma, sostenendo l'autodeterminazione e la piena cittadinanza. L'azione di Tetrabondi attraversa ambiti diversi e strategici: la scuola, il lavoro, la sanità, la cultura. In ciascuno di questi contesti, la Fondazione lavora per riscrivere le parole della disabilità, consapevole che il cambiamento linguistico è il primo passo per ridisegnare le pratiche, le relazioni e le politiche. Ogni parola trasformata diventa uno spazio aperto, ogni narrazione corretta un passo verso una società più equa.

Fondazione Tetrabondi non è solo un soggetto che parla di inclusione: è un laboratorio culturale che mette in discussione modelli consolidati e propone nuove chiavi di lettura della realtà. Un progetto che ci ricorda come il linguaggio possa essere strumento di oppressione, ma anche leva di emancipazione. Riscrivendo le parole della disabilità, Tetrabondi contribuisce a riscrivere la società stessa, immaginando un futuro in cui nessuna differenza sia più motivo di esclusione, ma parte integrante della ricchezza collettiva.

L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

CONCILIAZIONE E COMUNITÀ: WORKING MOM.

IL COWORKING CHE REINVENTA LAVORO E GENITORIALITÀ A ROMA.

DI SARA AHMED, VISIVA.

In una società in cui spesso la scelta tra carriera e famiglia sembra un bivio obbligato, Working Mom propone un modello nuovo e coraggioso: non bisogna scegliere. A Roma nasce un progetto imprenditoriale e sociale che ribalta l'idea tradizionale di conciliazione tra lavoro e maternità, riportando al centro dignità professionale, benessere familiare e comunità.

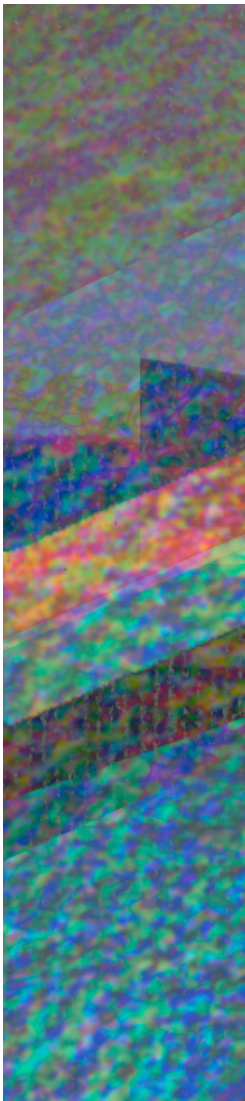
La missione di Working Mom è potente nella sua semplicità: creare uno spazio di lavoro inclusivo dove le mamme (e i genitori) possano lavorare senza separarsi dai propri figli piccoli, superando il falso dilemma tra carriera e cura. Questo non è semplicemente un servizio di childcare o un baby parking - l'obiettivo è costruire uno spazio condiviso in cui la presenza del bambino è parte integrante dell'esperienza lavorativa, con un ambiente che sostiene sia la produttività sia la relazione parentale.

Il modello mette in pratica un'idea radicale: il lavoro e la cura non sono due mondi separati. Nei locali di Working Mom, i genitori lavorano con i propri bambini accanto a sé, mentre personale qualificato propone attività ispirate a metodologie educative come Montessori e Steiner, che favoriscono autonomia, rispetto dei tempi di crescita e stimolazione sensoriale. In questo modo il bambino non è confinato in un'area distante, ma vive lo spazio connesso alle attività quotidiane dei genitori, trasformando il coworking in un ambiente di relazione e apprendimento condiviso.

Working Mom si è costituita come Società Benefit, assumendo per Statuto finalità di beneficio comune e perseguendo un impatto positivo su persone, comunità e ambiente. Questa forma giuridica riflette non solo un impegno comunicativo, ma l'intenzione di integrare responsabilità sociale e impresa, generando valore non solo economico ma soprattutto umano e collettivo.

Il progetto non si limita alla sola offerta di spazi fisici. Collaborazioni con aziende attive nel welfare aziendale permettono, infatti, alle lavoratrici di accedere ai servizi senza oneri aggiuntivi, favorendo una reale conciliazione tra impegni professionali e familiari. Per le aziende partner, Working Mom diventa uno strumento strategico per migliorare retention, benessere dei dipendenti e parità di genere, elementi fondamentali per una cultura organizzativa moderna e inclusiva.

Oltre allo spazio di coworking, l'offerta si estende a workshop, laboratori creativi e momenti

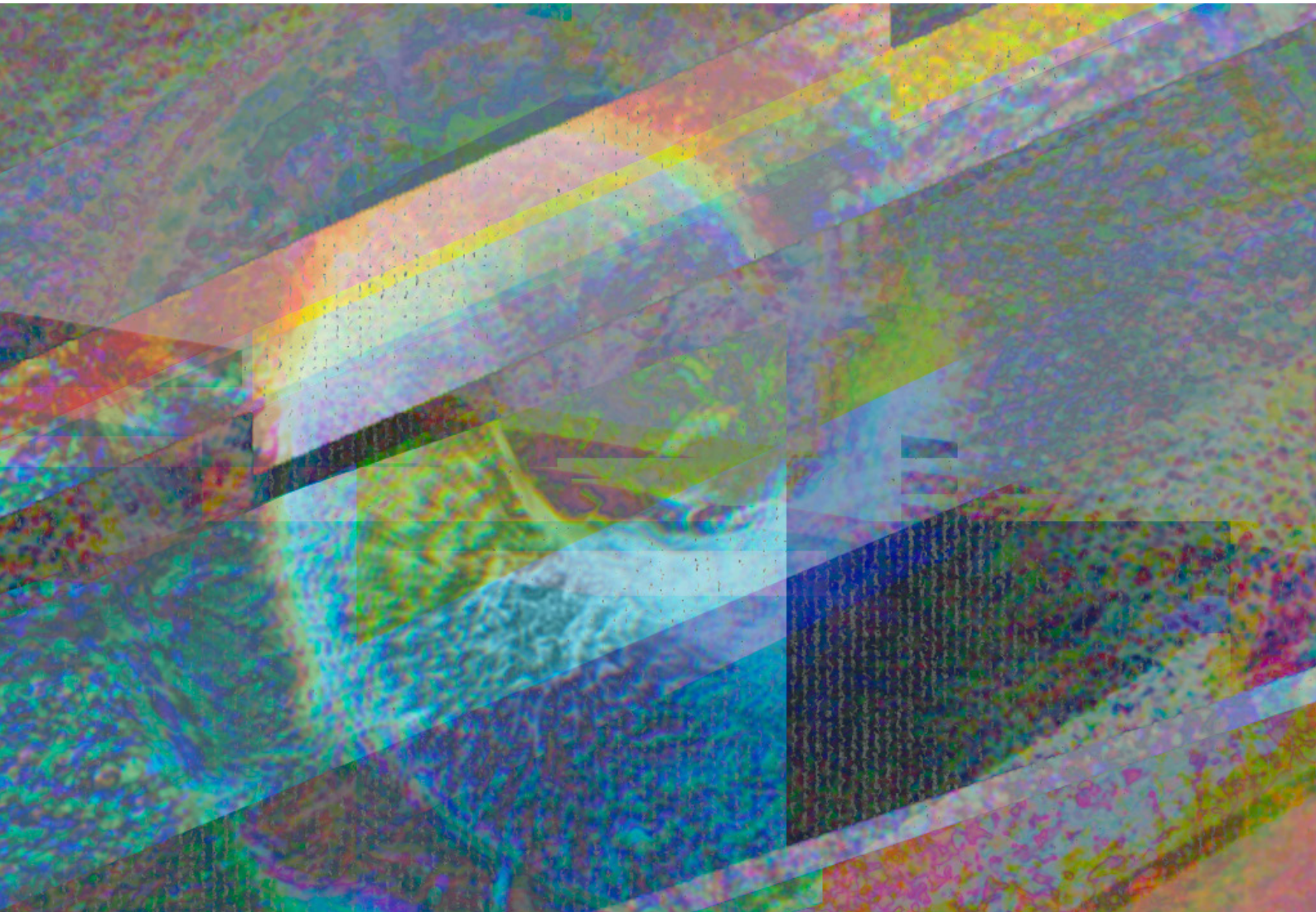


di formazione, pensati per accompagnare i genitori nelle fasi delicate della genitorialità e della crescita personale e professionale. Questi percorsi - suddivisi tra aspetti legati al business e alla cura dell'infanzia - offrono strumenti concreti e occasioni di confronto, contribuendo a rafforzare una comunità di donne e genitori che condividono sfide, successi e visioni.

Working Mom si propone anche come punto di riferimento per il networking professionale, creando occasioni di incontro tra professionisti, imprese e istituzioni. Iniziative di dialogo e confronto, come quelle inserite nel programma di festival dedicati alla parità di genere e all'inclusione, testimoniano la visione più ampia del progetto: non solo un luogo fisico, ma un ecosistema sociale orientato all'impatto collettivo.

Nel cuore di Roma, Working Mom non è dunque solo un coworking per genitori: è un laboratorio di innovazione sociale che ripensa le regole del lavoro e della cura. È un luogo dove la comunità si intreccia con l'economia, dove la maternità non è vista come barriera ma come risorsa, dove il diritto di lavorare e quello di essere presenti nella vita dei propri figli trovano una sintesi concreta.

Con il suo modello, Working Mom apre una riflessione fondamentale: la cura è valore, e il lavoro può essere uno spazio di crescita collettiva. In un tempo in cui le famiglie cercano risposte reali ai nodi della conciliazione, questa realtà rappresenta una bussola etica per il futuro della società urbana.



L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

GELATO E SOSTENIBILITÀ URBANA: ZELATO.

L'INTELLIGENZA ARTIGIANALE CHE RIGENERA ROMA.

DI SARA AHMED, VISIVA.

Nel panorama gastronomico romano, il gelato artigianale è da sempre un simbolo di qualità e convivialità. Ma in una città attraversata da processi di turistificazione, gentrificazione e omologazione commerciale, anche una gelateria può diventare molto più di un luogo di consumo. Può trasformarsi in un presidio urbano, culturale ed economico capace di proporre un modello alternativo di sviluppo.

È da questa visione che nasce Zelato, una nuova realtà del gelato artigianale di qualità a Roma che ha scelto di mettere la sostenibilità al centro del proprio progetto imprenditoriale.

Zelato parte da una convinzione chiara: sostenibilità e imprenditorialità non sono concetti opposti, ma devono procedere insieme, anche e soprattutto per le piccole realtà artigianali. La transizione ecologica e sociale non può essere delegata esclusivamente al mondo corporate, così come l'attivismo e le iniziative sociali hanno bisogno di un tessuto economico vivo per incidere realmente sulla città.

In questo senso, Zelato rivendica il valore di un'Intelligenza Artigianale capace di coniugare qualità del prodotto, responsabilità sociale e radicamento territoriale, opponendosi alla spersonalizzazione delle grandi catene e alle logiche estrattive che svuotano i quartieri della loro identità.

La missione di Zelato è formalizzata anche nella sua struttura giuridica. L'azienda si è costituita come Società Benefit, impegnandosi per Statuto a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti delle persone, delle comunità, dei territori e dell'ambiente.

A quanto risulta, Zelato è la prima gelateria artigianale in Italia ad adottare questa forma societaria, e una delle pochissime attività artigianali a conduzione familiare a farlo. Una scelta che rende la sostenibilità non un elemento accessorio di comunicazione, ma un vincolo concreto che orienta tutte le decisioni aziendali.

L'impegno ambientale è uno dei pilastri del progetto. Zelato lavora per limitare al massimo il proprio impatto ecologico e, dove possibile, per generare un impatto positivo. L'obiettivo dichiarato è la neutralità climatica, perseguita anche attraverso la compensazione delle emissioni in collaborazione con progetti locali.

L'energia elettrica utilizzata proviene esclusivamente da gestori che forniscono energia al 100% da fonti rinnovabili, mentre grande attenzione è dedicata alla riduzione - e quando possibile all'eliminazione - della plastica monouso e delle plastiche non riciclabili. Anche nel settore alimentare, ogni scelta diventa così un

atto politico e ambientale.

Al centro resta, naturalmente, il prodotto. Zelato sviluppa gelati sani e di alta qualità, selezionando con cura le materie prime e privilegiando, ove possibile, ingredienti provenienti da cooperative sociali e da fornitori che condividono gli stessi principi etici.

I processi produttivi sono pensati per essere sicuri, rispettosi dell'ambiente e coerenti con una visione di filiera responsabile. Il gelato diventa così il risultato finale di una catena di scelte consapevoli, che unisce gusto, salute e sostenibilità.

Un altro asse fondamentale del progetto riguarda le persone. Zelato si impegna a offrire opportunità lavorative a chi incontra maggiori difficoltà di accesso al mercato del lavoro, riconoscendo all'impresa un ruolo sociale che va oltre la semplice creazione di valore economico.

Il lavoro artigianale viene valorizzato come spazio di apprendimento, dignità e inclusione, rafforzando l'idea che anche una piccola attività possa contribuire a contrastare le disuguaglianze.

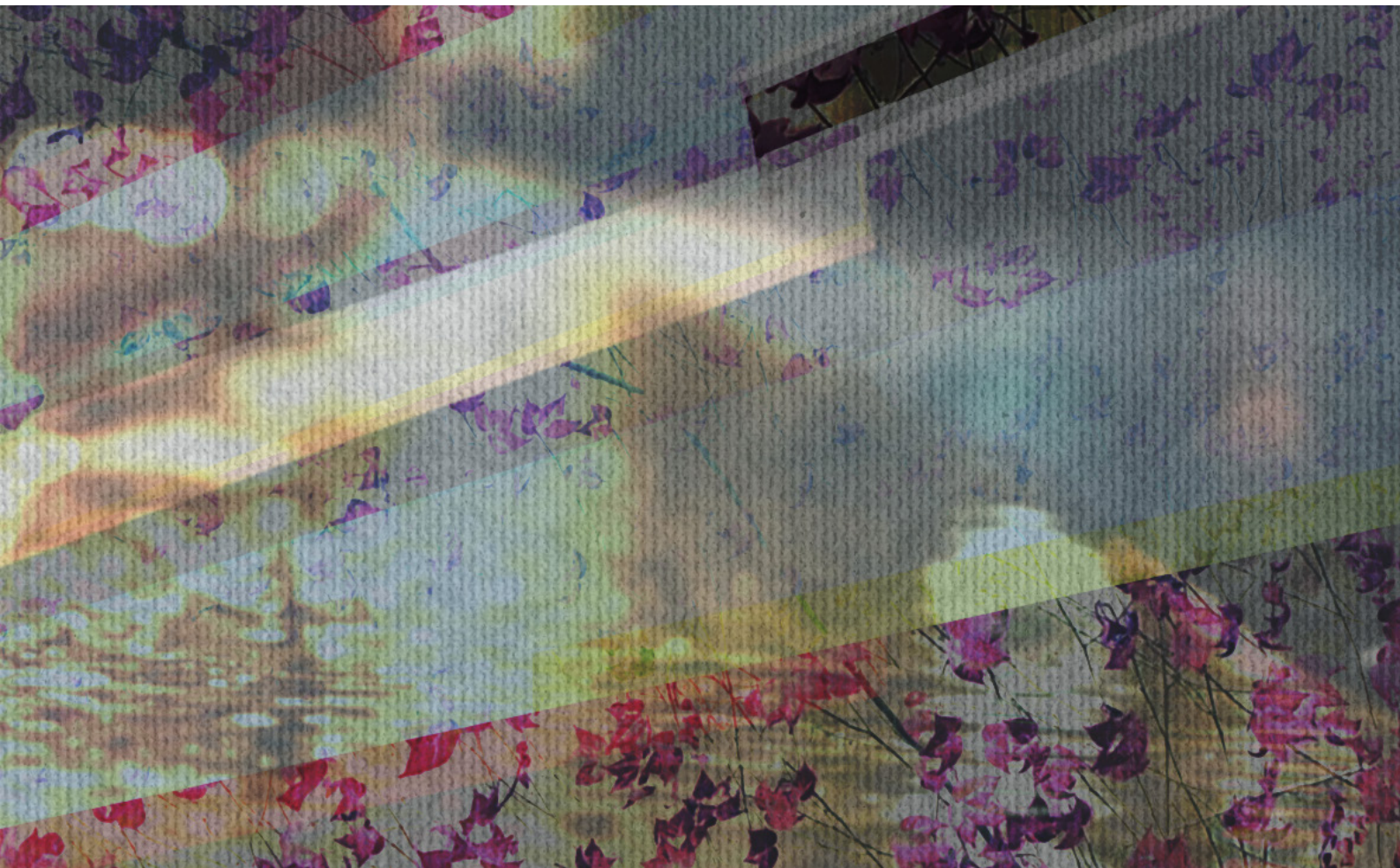
Il legame con la comunità e il territorio è altrettanto centrale. Zelato sceglie di integrarsi in modo rispettoso nel contesto urbano, contribuendo al rafforzamento del tessuto sociale locale. Questo significa dialogare con residenti, associazioni, comitati e realtà di quartiere, sostenendo e partecipando alle iniziative che promuovono valori affini di solidarietà, sostenibilità e cura dei beni comuni.

La gelateria diventa così uno spazio di prossimità, non solo un punto vendita, ma un luogo che riconosce e alimenta la vita del quartiere.

Oltre agli obiettivi formalmente dichiarati, Zelato impronta tutte le scelte aziendali a un'ottica di responsabilità sociale. Dalla selezione dei fornitori alle pratiche quotidiane, ogni decisione è orientata alla coerenza tra valori e azioni. È in questa attenzione costante che il progetto trova la sua forza e credibilità.

Zelato dimostra che anche un'attività apparentemente semplice come una gelateria può diventare un laboratorio di innovazione sociale urbana. Un esempio concreto di come qualità artigianale, sostenibilità ambientale e impegno comunitario possano intrecciarsi, offrendo alla città non solo un ottimo gelato, ma una visione diversa di economia locale.

In una Roma che cerca nuovi equilibri tra sviluppo e tutela del territorio, Zelato rappresenta una piccola ma significativa bussola per immaginare un futuro più giusto, umano e sostenibile.



L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

IL VOLONTARIATO PER TUTTE E TUTTI: LA SFIDA DI ROMALTRUISTA.

FARE DEL BENE ALLA CITTÀ CON UN OCCHIO SUL MONDO.

DI GIOVANNI MANCO, VISIVA.



In una metropoli complessa e frenetica come Roma, il desiderio di rendersi utili si scontra spesso con le barriere del tempo e della burocrazia. Esiste però una realtà che da oltre dieci anni ha deciso di abbattere questi ostacoli, trasformando la solidarietà in un gesto quotidiano, accessibile e, soprattutto, alla portata di tutte e di tutti. Di chiunque. Si tratta di RomAltruista, la onlus che lo scorso 22 novembre 2025 si è aggiudicata il Premio Visiva 365 nella categoria Comunità e Solidarietà Attiva. Un riconoscimento non di certo casuale, che celebra l'impegno costante di un'organizzazione che ha saputo interpretare il volontariato non come un dovere gravoso, ma come una risorsa flessibile capace di rigenerare il tessuto urbano.

RomAltruista è una onlus nata nel 2011 con l'obiettivo di rendere il volontariato facile, flessibile e accessibile. Il suo obiettivo principale è quello di mettere in contatto cittadini e associazioni, creando opportunità concrete di impegno sociale adattabili al tempo e alle esigenze di ciascuno. Il principio è molto semplice: fare del bene in base alle possibilità di ognuno. Perché la vera ricchezza non è dare tanto, ma dare quello che si può. Un modo di fare volontariato che potremmo definire flessibile, agile, 2.0. Al passo con una società frenetica e sfaccettata com'è quella attuale. Per dirlo con le parole di Diana Radrva, Consigliera e Coordinatrice delle attività, che ha ricevuto per conto della onlus il premio: "Crediamo che chiunque, anche con poco tempo a disposizione, possa contribuire a migliorare la propria comunità".

I dati testimoniano il successo di questo approccio. Dalla sua fondazione, RomAltruista ha registrato circa 38.000 volontari sulla propria piattaforma. Solo nel 2025 sono state erogate circa 18.000 ore di volontariato, di cui oltre 1.700 dedicate al volontariato aziendale. L'impatto si estende a tutto il mondo del terzo settore: ogni anno, infatti, oltre 70 organizzazioni non profit ricevono supporto da RomAltruista per il reclutamento di personale o per attività specifiche. L'associazione funge anche da ponte con il mondo produttivo, collaborando con aziende che desiderano promuovere la responsabilità sociale coinvolgendo i propri dipendenti in giornate di solidarietà sul campo.

Nonostante il forte radicamento territoriale, lo sguardo di RomAltruista resta internazionale. L'organizzazione fa infatti parte di Points of Light, la rete presente in 32 Paesi che promuove il volontariato come forza globale di cambiamento. Il Premio Visiva 365 riconosce proprio questa capacità: saper agire localmente, nel cuore di Roma, mantenendo standard e visioni internazionali. Perché l'idea che ha ispirato questo festival è quella di raccontare Roma in tutte le sue innumerevoli sfaccettature, ma è anche vero che una città di questo tipo, per il ruolo che ha avuto e ha nella storia, non può non pretendere un punto di vista più ampio. RomAltruista, con l'occhio della capitale italiana, ci offre proprio questo: una prospettiva sul mondo. Tutto tenuto insieme dal filo rosso, imprescindibile, del voler fare del bene alla società. E in un mondo che corre, RomAltruista ci ricorda che fermarsi ad aiutare l'altro non è solo possibile, ma è la chiave per costruire una comunità più forte e coesa.



L'ALMANACCO DELLA CITTÀ

RIGENERAZIONE URBANA E NUOVE OPPORTUNITÀ: IL MODELLO A IMPATTO SOCIALE DI RIDAJE.

NON SOLO CURA DEL VERDE PUBBLICO: RIDAJE TRASFORMA LE AREE ABBANDONATE DI ROMA IN OPPORTUNITÀ DI RISCATTO SOCIALE.

DI SARA AHMED, VISIVA.

L'attenzione verso la sostenibilità urbana e l'inclusione sociale è oggi una priorità assoluta per le grandi metropoli. Troppo spesso, infatti, il degrado del verde pubblico diventa un simbolo di abbandono e marginalità, amplificando il senso di disconnessione nelle comunità.

L'azienda a impatto sociale Ridaje è nata proprio per rispondere a questa doppia sfida. Combinando la rigenerazione degli spazi verdi con l'offerta di concrete opportunità di lavoro, Ridaje ha creato un circolo virtuoso che è un vero e proprio modello di social business per la Capitale.

L'obiettivo di questo approfondimento è analizzare l'efficacia del modello di Ridaje, esplorando il suo impatto misurabile sull'ambiente e sulla vita delle persone.

Ridaje dimostra che la cura dell'ambiente e l'inclusione sociale non sono obiettivi distinti, ma due facce della stessa medaglia. L'azienda si occupa della manutenzione e rigenerazione di vaste aree verdi, ma lo fa con un approccio unico che definisce la sua identità.

Il cuore della missione di Ridaje è offrire una "seconda chance" a persone che provengono da percorsi di fragilità, difficoltà economiche o emarginazione. Questi individui vengono formati e assunti stabilmente come giardinieri professionisti. Ad oggi, Ridaje dà lavoro stabile a 8 giardinieri inseriti attraverso questi percorsi di rinascita, dimostrando come il lavoro nel verde pubblico possa essere un percorso terapeutico e di riqualificazione, che restituisce dignità e competenze. Questo modello va ben oltre il semplice volontariato; crea valore economico e sociale duraturo, facendo dell'impresa un agente di cambiamento.

In termini ambientali, l'impatto di Ridaje è tangibile in diversi Municipi di Roma. L'azienda gestisce una vasta superficie di aree verdi

precedentemente in stato di abbandono. Attualmente, oltre 50.000 m² di verde pubblico sono gestiti e curati stabilmente da Ridaje. Questo lavoro contribuisce non solo all'estetica urbana, ma anche al miglioramento della qualità dell'aria e della vivibilità dei quartieri.

Un esempio concreto e di grande impatto del modello Ridaje è la collaborazione avviata nell'ultimo anno con BCC Roma. Questa partnership ha permesso l'adozione di quattro aree verdi altamente simboliche e strategiche, tutte situate nei pressi delle Basiliche Giubilari.

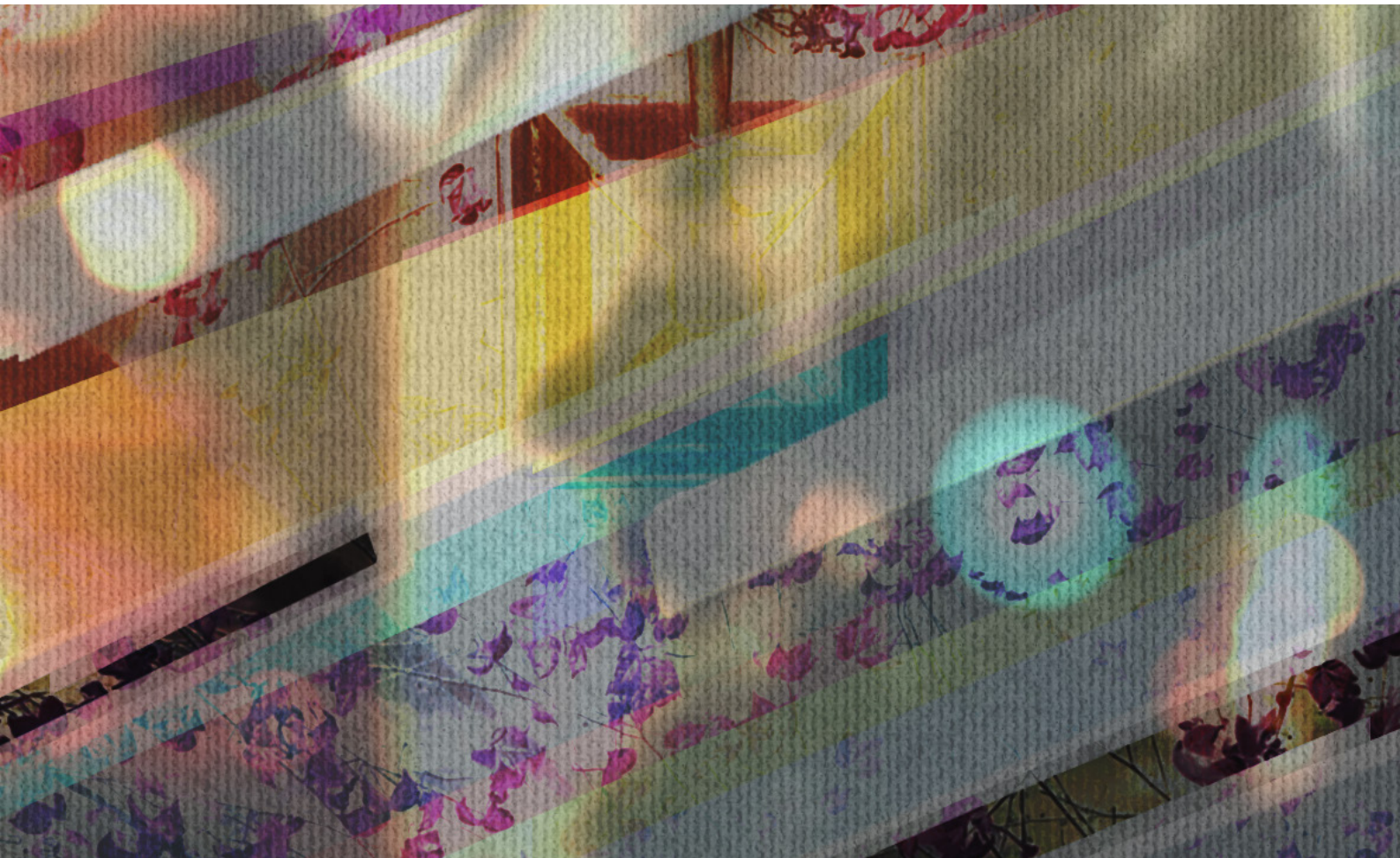
Le aree interessate dall'intervento sono Piazza Riccardi e via Gozzi (nei pressi di San Paolo Fuori le Mura), Piazza Pepe (nel quartiere Esquilino, vicino a Santa Maria Maggiore), l'area Cipro (vicina a San Pietro in Vaticano) e Parco Carlo Felice (nei pressi di San Giovanni in Laterano).

Questa iniziativa dimostra come la sinergia tra terzo settore, banche di credito cooperativo e tessuto sociale possa trasformare luoghi ad alta frequentazione, restituendo alla città e ai suoi abitanti spazi curati e inclusivi in vista di grandi eventi come il Giubileo. L'adozione non è solo manutenzione, ma un segnale di responsabilità civica che punta alla cura del bene comune.

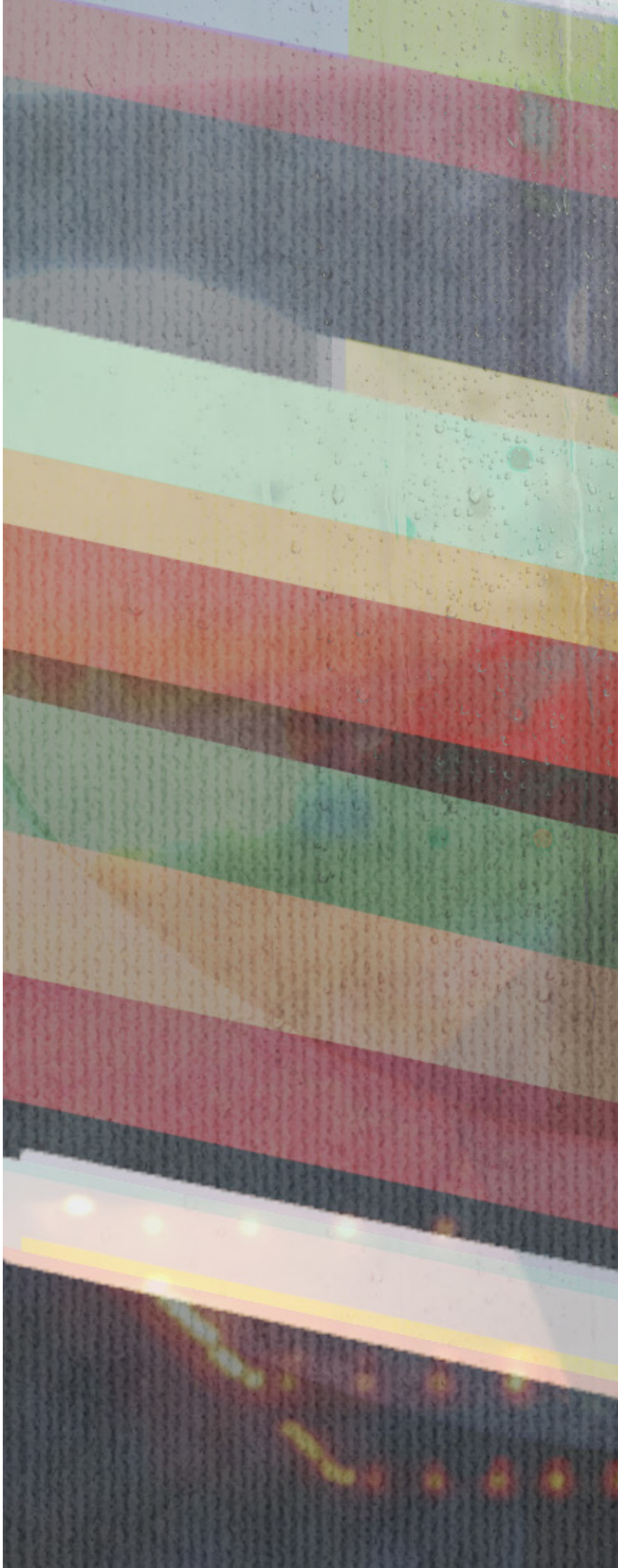
Il modello di eccellenza di Ridaje non è passato inosservato. Durante l'ultima edizione del Festival VISIVA 365, l'azienda è stata ufficialmente premiata e selezionata per essere inclusa nel prestigioso Almanacco di Roma.

Il riconoscimento è avvenuto nella categoria "Spazio Pubblico, Ambiente & Sostenibilità", che premia proprio le iniziative che meglio interpretano la capacità di Roma di innovarsi in modo duraturo e responsabile. L'inclusione nell'Almanacco è la prova che l'approccio di Ridaje rappresenta una delle soluzioni più significative e replicabili per la rigenerazione urbana della Capitale, unendo sostenibilità ambientale e riscatto personale.

La storia di Ridaje è una lezione di innovazione sociale applicata. Dimostra che la sostenibilità economica dell'impresa può e deve coesistere con una forte mission di impatto sociale e ambientale. Il loro lavoro, gestendo 50.000 m² di verde e formando persone in difficoltà, offre un modello concreto: la vera sostenibilità si ottiene quando la cura del pianeta genera contemporaneamente la cura delle persone.



IDEE EMERSE

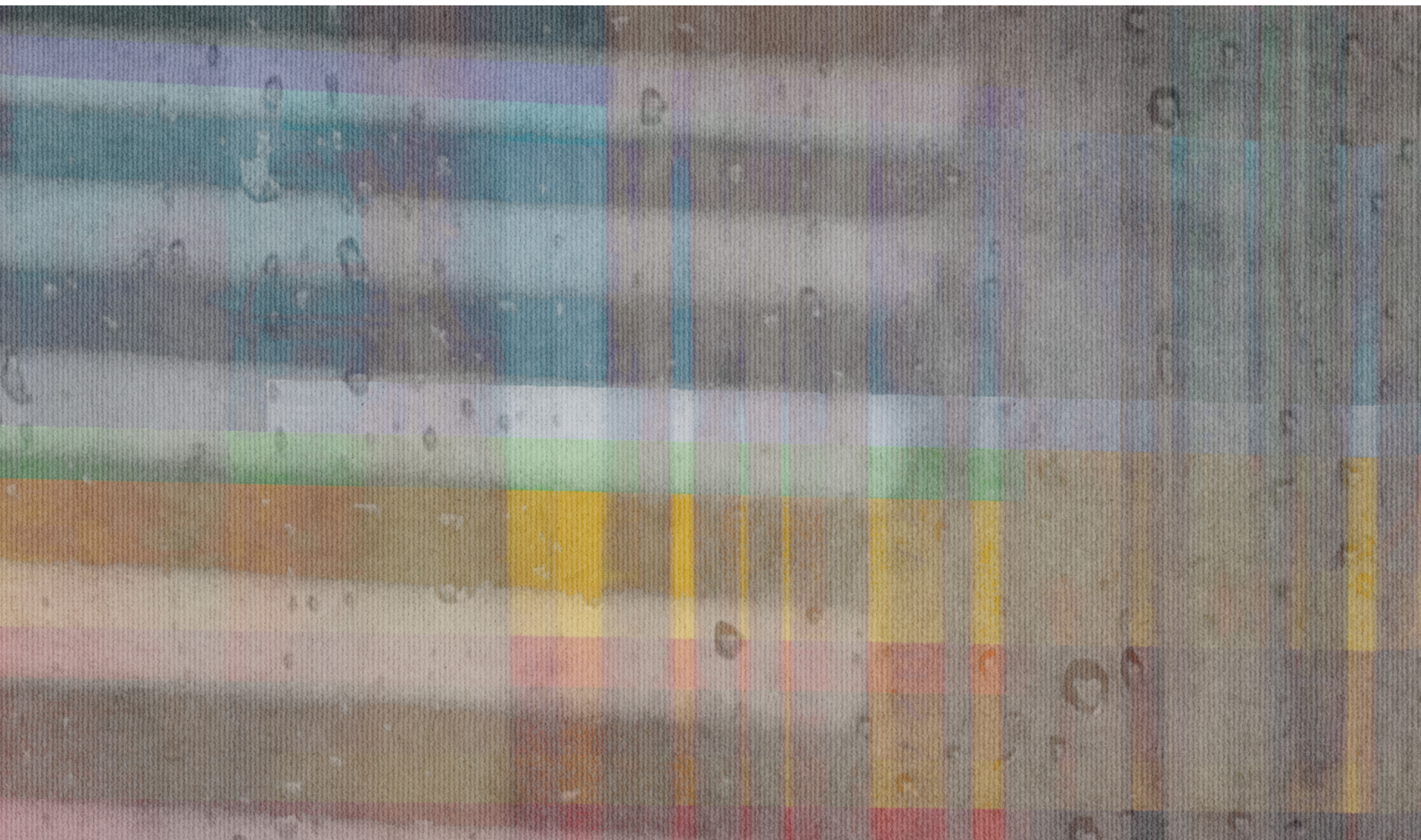




LE PAROLE CHE HANNO ACCESO
VISIVA 365

L'INQUIETUDINE FECONDA: CRONACA DI UNA ROMA CHE SI RICONOSCE.

DI DANIELA BARBERO, VISIVA.

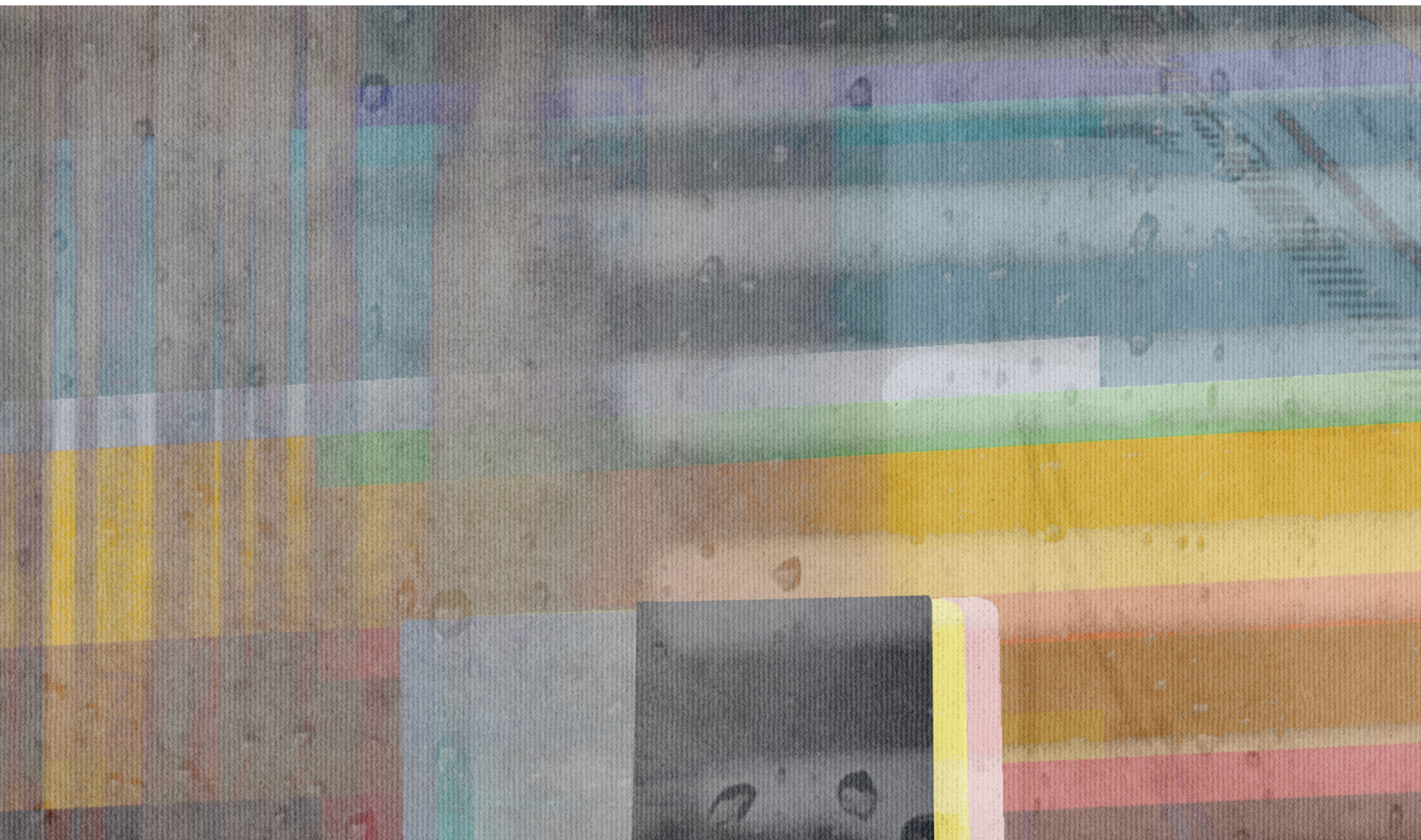


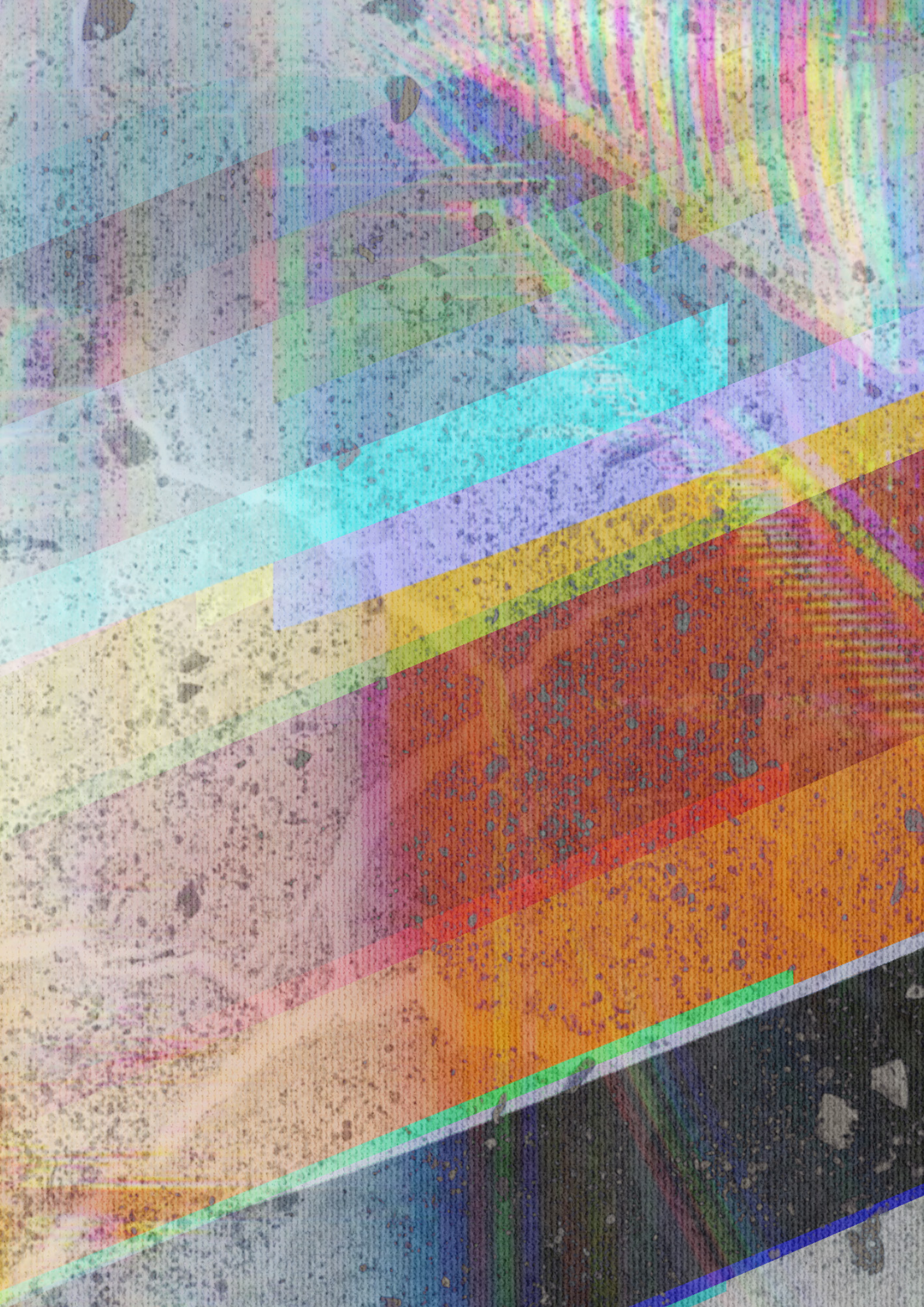
L'evento Visiva 365, ospitato nella solenne cornice architettonica de La Vaccheria, non si è configurato come una semplice rassegna di interventi settoriali, bensì come un momento di profonda e necessaria autocoscienza collettiva. Il clima culturale emerso durante le intense giornate di lavori ha delineato i contorni di una Roma che, superata finalmente la fase della pura nostalgia monumentale o della rassegnazione burocratica, rivendica oggi con vigore il proprio ruolo di laboratorio permanente di innovazione sociale, civile e produttiva. La scelta di uno spazio recuperato dal patrimonio storico e restituito alla pubblica fruizione ha agito da catalizzatore simbolico fondamentale: la rigenerazione urbana non è stata soltanto il tema del dibattito, ma l'atmosfera stessa, tangibile e vibrante, in cui le idee hanno preso forma e sostanza. In questo contesto, l'orgoglio romano è emerso non come retorica del passato, ma come una forza propulsiva che trasforma la tradizione in una radice vitale capace di nutrire visioni future.

L'elemento cardine di questa riflessione è il concetto di "Chaos", magistralmente interpretato dall'opera di Margherita Avolio per la copertina dell'Almanacco. Questo termine non è stato inteso nell'accezione comune di disordine fine a se stesso, ma come la condizione dinamica, magmatica e necessaria per la genesi di nuove strutture sociali e relazionali. Si è percepito un clima di "pazienza attiva", un ossimoro che descrive perfettamente l'attitudine dei nuovi protagonisti della città: una dedizione che rifugge la frenesia del risultato immediato per abbracciare la sostenibilità dei processi nel lungo periodo. Questa attitudine si è tradotta in una narrazione che bilancia il pragmatismo tecnico (necessario per navigare tra bandi, sani principi di bilancio e complessità amministrative) con un'umanità profonda, fatta di storie personali e di un impegno civile che non cerca il palcoscenico, ma l'impatto reale sul territorio.

È emerso, in modo inequivocabile, un senso di riconciliazione tra la cittadinanza attiva e le istituzioni. Roma, spesso percepita nella sua finta indifferenza o nella sua maestosa immobilità, ha dimostrato di saper accogliere e proteggere storie di "restanza" e di ritorno. Dai giovani imprenditori che scelgono di non delocalizzare le proprie ambizioni, alle istituzioni accademiche e museali che decidono consapevolmente di "uscire dalle proprie mura" per contaminarsi con la vita dei quartieri, il clima culturale di Visiva 365 è stato quello di un grande respiro collettivo. Abbiamo assistito alla decostruzione dell'idea di Roma come città-museo a favore di una visione di Roma come "Piazza Aperta". In questo spazio di sospensione feconda, ogni intervento, dal più tecnico al più poetico, ha concorso a definire una nuova etica della responsabilità: l'idea che la bellezza, l'accessibilità e l'innovazione non siano concessioni del potere, ma infrastrutture morali su cui ricostruire il senso di comunità della Capitale.

Il festival ha dunque sancito il passaggio da una cultura dell'evento a una cultura del processo, lasciando in eredità la consapevolezza che Roma è pronta a guidare il cambiamento, partendo dalla valorizzazione del suo capitale umano più prezioso.





“LA COSTELLAZIONE VISIVA: PILASTRI PER UNA NUOVA IDENTITÀ URBANA”.

Il corpo centrale dell’Almanacco si propone di sistematizzare la pluralità di visioni emerse durante il Festival Visiva 365. Questi pilastri costituiscono l’infrastruttura civile e progettuale su cui fondare la Roma del prossimo biennio, valorizzando le competenze e l’orgoglio romano di chi ha preso parte al dibattito.

A. La Metrica del valore sociale: oltre la narrazione

Il primo pilastro affronta la necessità improcrastinabile di oggettivare l’impatto delle politiche pubbliche e delle iniziative private. Nicolò Scarano, Head of Business Development ed External Relations di Open Impact, ha illustrato con rigore l’importanza di strumenti analitici come lo SROI per quantificare il cambiamento sociale generato. In quest’ottica, realtà come l’associazione Roma Altruista e la gelateria Zelato Società Benefit, dimostrano che il profitto e l’attivismo civico possono convergere. Come suggerito da Scarano, non è più sufficiente “raccontare il bene”; è necessario trasformare il dato in una scelta amministrativa consapevole che generi una fiducia duratura tra i cittadini e le istituzioni.

B. L’innovazione di prossimità e il Welfare rigenerativo

Il secondo filone analizza il rapporto simbiotico tra lavoro, genitorialità e sviluppo territoriale, partendo dai contributi di Valerio Antonioni, Presidente di CNA Giovani Imprenditori Roma. Antonioni ha evidenziato come l’innovazione a Roma debba passare per il sostegno ai mestieri tradizionali che sanno rinnovarsi. Un esempio concreto è il progetto Working Mom, premiato per la sua capacità di offrire soluzioni di co-working con servizi per l’infanzia. Questa visione di welfare rigenerativo mira ad abbattere la “maternity penalty”, trasformando la cura della persona in un motore di crescita economica, come testimoniato dalla caparbietà dei giovani imprenditori locali.

C. Cultura e sport come infrastrutture di cittadinanza

Il terzo pilastro ridefinisce il concetto di accessibilità universale. Titti Di Salvo, Presidente del Municipio IX Roma Eur, ha descritto la cultura di prossimità come un diritto, citando La Vaccheria come modello di spazio pubblico. Questa visione è stata arricchita da Cristiana Perrella, direttrice del Museo MACRO, che ha teorizzato il museo come “piazza aperta”, e da Ivana Della Portella, VicePresidente di Azienda Speciale PalaExpo, che ha delineato il progetto della “Città delle Arti”. Sul fronte dell’inclusione motoria e sociale, i contributi di Stefania Cardenia, Direttore Regionale Special Olympics Italia Team Lazio, Simone Menichetti, Presidente UISP Roma, e Graziana Dizonno, Vicepresidente di Calcio Sociale, hanno dimostrato come lo sport e l’uso delle jolette (progetto ASD Filippide) rendano i siti archeologici e i parchi luoghi di inclusione reale per tutti.

D. Il capitale umano: competenza, empatia e squadra

La dimensione umana del lavoro è stata il nucleo del talk sulla comunicazione. Serena Bianchini, delegata FERPI Lazio, ha ribadito che nessuna campagna di relazioni pubbliche può prescindere dal valore dell'individuo e dal "fare squadra". Questa necessità di trasparenza è stata ripresa da Massimo Romano, CEO di Spencer & Lewis, che ha invitato a correre il "rischio creativo" di comunicare la verità. In questo contesto, l'alta formazione promossa da Umberto Croppi, presidente dell'Accademia di Belle Arti di Roma, si pone come il motore per creare le competenze necessarie a gestire la complessità culturale della Capitale nel 2026.

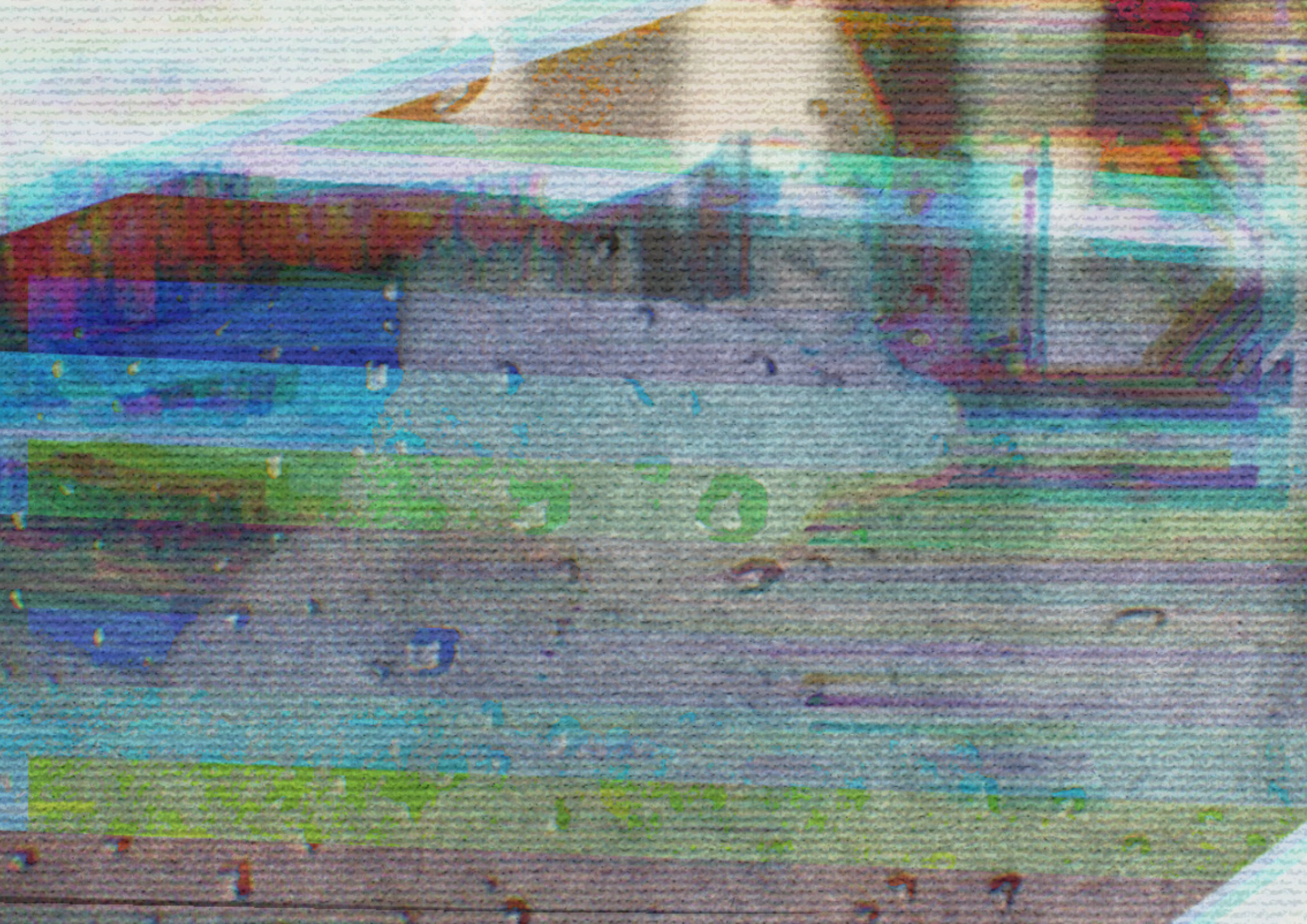
E. La "restanza" visionaria: Roma come scelta di campo

In controtendenza rispetto alla fuga dei talenti, Federico Lobuono, Presidente de La Giovane Roma e Premio 60 Under 30, ha acceso i riflettori sulla scelta consapevole di investire nella propria città. Insieme a lui, Gabriele Ferrieri, Presidente dell'Associazione Nazionale Giovani Innovatori (ANGI), ha descritto Roma come un terreno fertile per la rivoluzione tecnologica e il partenariato pubblico-privato. La "restanza" è una missione politica e imprenditoriale che mira a sostenere i talenti locali affinché possano finalmente contribuire alla modernizzazione della macchina produttiva e amministrativa romana con l'orgoglio di chi appartiene a questo territorio.

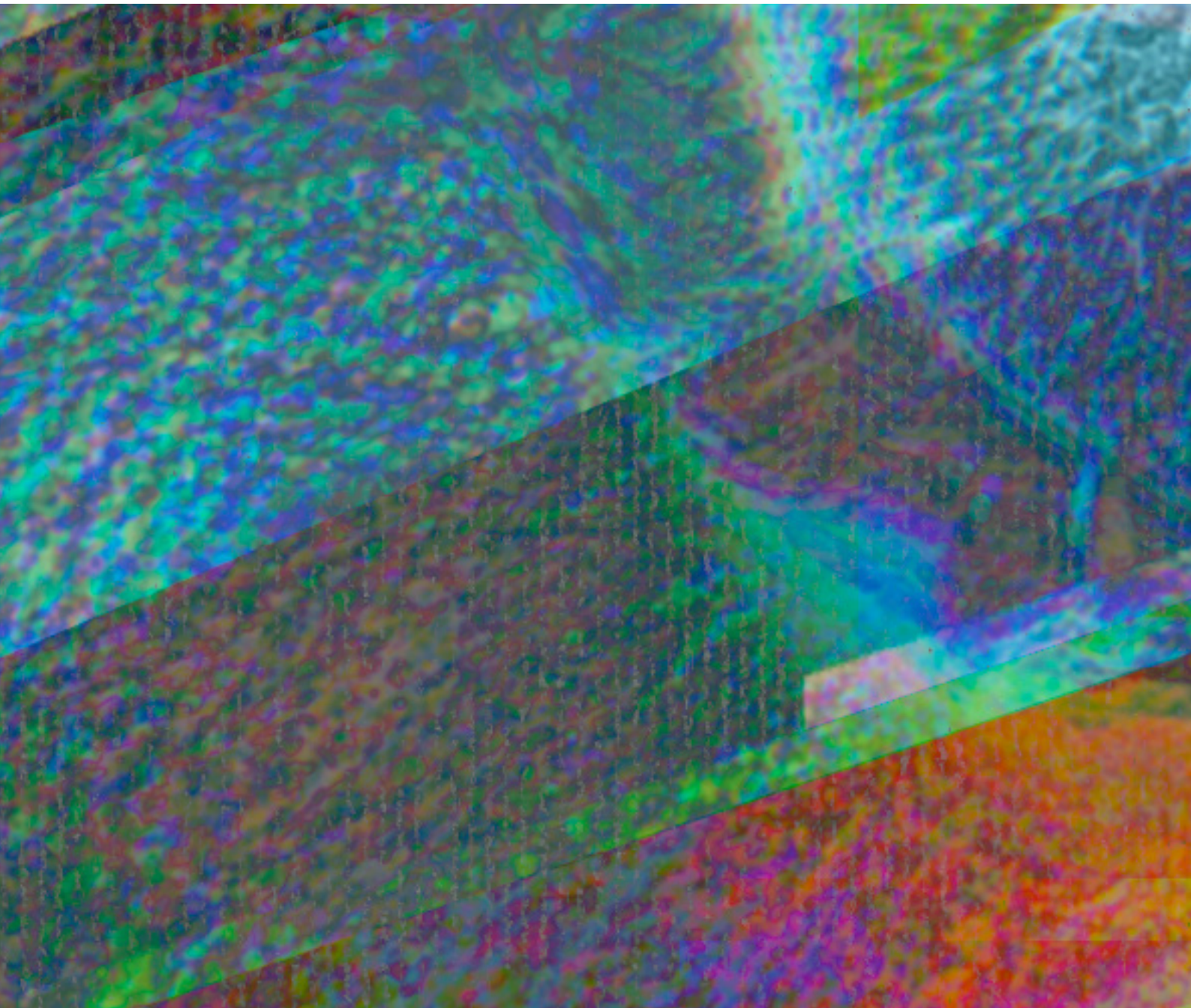
F. La sostenibilità del tempo e la cura del progetto

L'ultimo filone narrativo propone un cambio di paradigma basato sulla cura. Lo chef Matteo Faenza, proprietario di Mogano e vincitore di Emergente Chef 2025, ha introdotto il concetto di "pazienza attiva", sottolineando che per i progetti di grande impatto il tempo è un alleato prezioso. Questa cura si riflette nelle azioni di rigenerazione urbana di Retake Roma, impegnata nell'inserimento lavorativo di persone fragili, e di MU.RO, che trasforma i muri anonimi in narrazioni pubbliche. Infine, il contributo di realtà come Ars Mundi APS, FreeWings Benefit e Psicologi in Ascolto completa questo quadro di una Roma che sceglie di prendersi cura di ogni suo componente, garantendo una crescita armoniosa e duratura.





IL 2026: L'ALMANACCO COME BUSSOLA DEL CAMBIAMENTO.

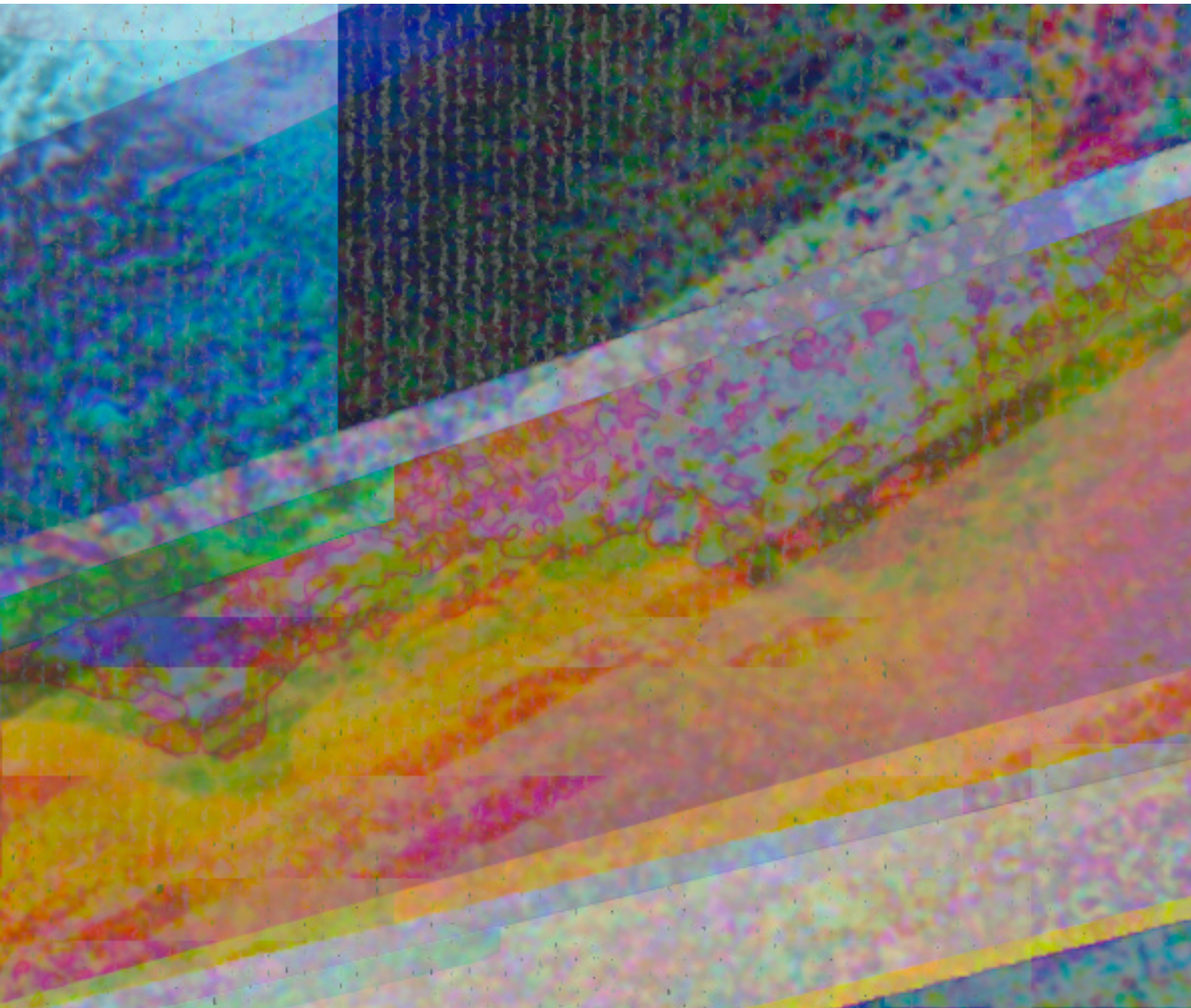


La conclusione di questo primo capitolo di Visiva 365 non rappresenta un punto di arrivo, ma l'attivazione di un processo sistemico. Il passaggio fondamentale risiede nella trasformazione dell'evento in un archivio permanente e consultabile: l'Almanacco di Roma. Ciò che cambia concretamente, a partire da questa edizione, è la percezione dell'azione individuale all'interno del contesto urbano. La solitudine delle eccellenze locali viene superata dalla creazione della "Costellazione Visiva", una rete che permette di mettere a sistema esperienze diverse — dalla gelateria benefit al progetto di rigenerazione urbana tramite la street art.

In prospettiva, il 2026 vedrà il consolidamento di un metodo basato sulla sinergia tra istituzioni pubbliche, come l'Accademia di Belle Arti e i Municipi, e il dinamismo del terzo settore. Cambia la modalità di amministrare la città, che ora può contare su una mappatura ragionata del "bene comune" e su metriche precise per valutarne l'efficacia.

Roma si proietta verso il futuro non più come una città subita, ma come una realtà consapevolmente costruita dai suoi cittadini.

L'Almanacco diventa quindi lo strumento operativo per orientare questa trasformazione, garantendo che ogni idea emersa a La Vaccheria trovi una traduzione pratica nella qualità della vita quotidiana dei romani.



IL RACCONTO DI UNA CITTÀ IN MOVIMENTO.

IDEE, VISIONI E PERCORSI DAI QUATTRO TALK PROTAGONISTI DI VISIVA 365.

IL FILO INVISIBILE: LA TRASPARENZA COME INFRASTRUTTURA SOCIALE.

ESTRATTO DAL TALK "COMUNICAZIONE PUBBLICA, DAVVERO".

Comunicare la cosa pubblica oggi non è più una semplice questione di affissioni o comunicati stampa, ma una sfida complessa che riguarda la costruzione di un'infrastruttura sociale basata sulla fiducia. Durante il confronto di Visiva 365, è emerso con forza che il racconto della città deve trasformarsi in un organismo vivo, capace di nutrirsi di dati certi e narrazioni autentiche. La sfida che attende le istituzioni nel 2026 non riguarda solo il volume delle informazioni prodotte, ma la capacità di abitare lo spazio del dialogo con il cittadino in modo etico e strategico. Secondo la Delegata FERPI Lazio, Serena Bianchini, la vera rivoluzione parte dalla valorizzazione delle reti umane. La comunicazione non è un atto isolato, ma un processo di networking costante che permette di tradurre le grandi strategie amministrative in cambiamenti percepibili nel quotidiano. Per la Delegata, fare squadra tra professionisti e istituzioni è l'unico modo per non disperdere il patrimonio di storie e successi che una metropoli come Roma genera ogni giorno.

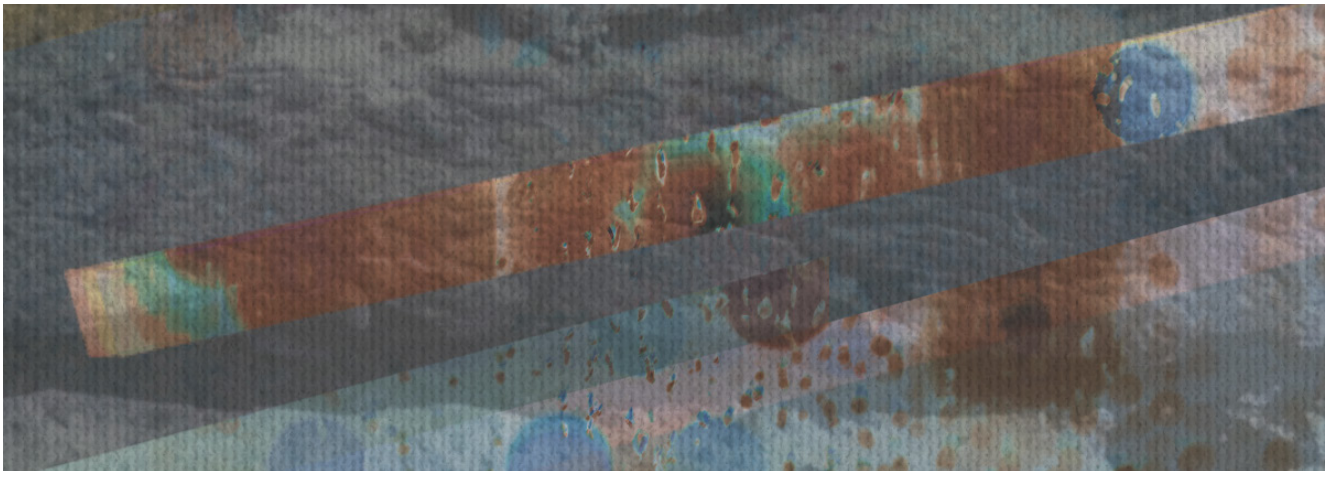
In questo scenario di trasformazione, il confine tra l'efficienza del privato e la missione del pubblico si fa sempre più sottile e fecondo. Il CEO di Spencer & Lewis, Massimo Romano, ha scosso il dibattito introducendo il concetto di "rischio creativo" applicato alla verità. Non si può più pensare di comunicare attraverso slogan vacui se l'obiettivo è incidere realmente sulla coscienza collettiva. La narrazione istituzionale deve avere il coraggio di affrontare le zone d'ombra e le complessità, evitando la scorciatoia della propaganda per cercare invece un impatto duraturo. Il privato, in questa visione, non è un semplice fornitore di servizi, ma un partner strategico che aiuta il pubblico a trovare un linguaggio contemporaneo e coraggioso. Questa necessità di concretezza trova una sponda fondamentale nel metodo scientifico illustrato da Nicolò Scarano, Head of Business Development di Open Impact. Per il Direttore, il dato rappresenta il cuore pulsante di ogni scelta consapevole. Misurare l'impatto sociale della comunicazione significa infatti dare dignità e visibilità a quegli aspetti della vita cittadina che spesso restano nell'ombra. Quando la comunicazione si basa su dati trasparenti, cessa di essere rumore di fondo e diventa uno strumento decisionale potente, capace di dimostrare al cittadino come ogni risorsa investita si traduca in un benessere sociale quantificabile e reale. Il risultato finale è una città che non si limita a parlare di sé, ma che dimostra la propria evoluzione attraverso la chiarezza dei fatti.

OLTRE IL MONUMENTO: LA CULTURA COME RESPIRO QUOTIDIANO.

ESTRATTO DAL TALK "CULTURA E CONVIVIALITÀ".

Roma non può e non deve essere vissuta solo come un solenne museo a cielo aperto, ma come un laboratorio pulsante di convivialità dove l'arte torna a essere un'abitudine quotidiana. Il dibattito di Visiva 365 ha tracciato una rotta ambiziosa: la cultura deve uscire definitivamente dai suoi recinti dorati per farsi piazza, quartiere e momento di incontro spontaneo. Questo nuovo modello di "prossimità" ha trovato una delle sue espressioni più riuscite nell'esperienza del Municipio IX, raccontata dalla Presidente Titti Di Salvo. Attraverso il recupero de La Vaccheria, si è dimostrato come uno spazio storico possa essere restituito alla comunità non come reperto, ma come polo d'attrazione vibrante. La Presidente ha evidenziato come la bellezza e l'offerta culturale di alto livello non debbano essere un'esclusiva del centro storico, ma un diritto di ogni periferia. La cultura di prossimità diventa così uno strumento di democrazia e di lotta alla solitudine, capace di generare un senso di appartenenza che attraversa generazioni e strati sociali diversi.

Questa trasformazione profonda richiede però un cambiamento radicale nella gestione delle istituzioni museali e culturali. Per Cristiana Perrella, Direttrice del Museo MACRO, l'istituzione deve svestire i panni della sacralità per diventare uno spazio realmente ospitale. L'accessibilità, in questa visione, non è un concetto puramente tecnico legato all'abbattimento di barriere architettoniche, ma una sfida cognitiva ed emotiva. Il museo deve trasformarsi in una "piazza coperta" dove il cittadino può entrare con naturalezza, sentendosi parte di un dialogo che non lo giudica ma lo accoglie. A questo approccio si lega la visione di sistema presentata dalla VicePresidente di Azienda Speciale PalaExpo, Ivana Della Portella. L'idea della "Città delle Arti" rappresenta il tentativo di creare una rete organica che unisca i grandi poli della creatività romana, dal Mattatoio al Palazzo delle Esposizioni, in un unico respiro progettuale. Per la VicePresidente, è fondamentale che l'arte sia sottratta alle logiche del consumo rapido per essere restituita alla sua funzione di crescita civile e artistica. In questo grande mosaico, un ruolo cruciale è affidato alla formazione e alla motivazione delle nuove leve creative. Umberto Croppi, Presidente dell'Accademia di Belle Arti, ha ricordato come l'istituzione accademica sia il vero motore immobile della visione urbana. Formare un artista oggi non significa solo insegnargli una tecnica, ma prepararlo a essere un cittadino consapevole che vede nella città il proprio campo d'azione. Gli allievi dell'Accademia sono i futuri narratori di una Roma che vuole essere policentrica e visionaria. Solo unendo la forza delle istituzioni formative, la flessibilità dei musei e la vitalità politica dei municipi, la cultura potrà smettere di essere un evento eccezionale e diventare, finalmente, la linfa vitale della convivialità romana.



IL PRESENTE È CORAGGIO: L'IMPRESA DI RESTARE.

ESTRATTO DAL TALK "GIOVANI E IMPRENDITORI".

L'Italia non può più permettersi di guardare ai suoi giovani come a una promessa del futuro, ma deve riconoscerli come la forza motrice del presente. Il dibattito di Visiva 365 ha scardinato la retorica della "fuga di cervelli" per analizzare la realtà di chi sceglie, con caparbietà, di restare e investire sul territorio. Questa nuova generazione non chiede quote protette, ma spazi decisionali e un ecosistema che sappia trasformare l'ambizione in valore sociale ed economico. Secondo Federico Lobuono, Presidente di Giovane Roma, il vero cambiamento culturale parte dal rifiuto della nostalgia: non bisogna farsi dire "stai al tuo posto", ma rivendicare il diritto di sedere ai tavoli dove si scrive la storia delle istituzioni e della politica. Per il Presidente, valorizzare il talento significa dare opportunità concrete a chi decide di non abbandonare le proprie radici, specialmente nei piccoli comuni, rendendo la permanenza in Italia una scelta ambiziosa e non una necessità subita.

Questa sfida identitaria si intreccia indissolubilmente con la capacità di innovare i processi produttivi e didattici. Per Gabriele Ferrieri, Presidente di ANGI, il futuro del Paese passa per un rinnovato partenariato pubblico-privato e per un'offerta formativa che metta le materie STEM e la pratica al centro del percorso scolastico. L'innovazione non è un concetto astratto, ma si misura nella capacità di trattenere il know-how tecnologico all'interno dei confini nazionali, trasformando le idee in startup capaci di generare occupazione reale. In questa visione, il successo del singolo diventa un bene comune, a patto che il sistema Paese sappia offrire incentivi e visioni di lungo periodo per contrastare l'approccio passivo alla vita e alla professione.

Tuttavia, l'innovazione tecnologica deve saper dialogare con la solidità della tradizione e del saper fare artigiano. Valerio Antonioni, Presidente di CNA Giovani Imprenditori Roma, ha evidenziato come l'imprenditoria under 40 necessiti di un supporto costante per navigare le complessità della burocrazia italiana. Per il Presidente, essere "caparbi come treni" non basta se non si ha la capacità di fermarsi a riflettere sulla sostenibilità del proprio progetto nel tempo. La funzione delle associazioni di categoria diventa quindi quella di bussola, informando i giovani sui bandi e sui crediti d'imposta necessari per programmare una crescita che sia al contempo innovativa e radicata nel territorio. In questo grande mosaico di competenze, un ruolo cruciale è affidato anche alla pazienza e alla cura del capitale umano. Matteo Faenza, Chef del ristorante Mogano, ha ricordato come l'eccellenza nasca dalla sinergia familiare e dalla capacità di godersi il percorso quotidiano senza farsi travolgere dalla fretta. Per lo Chef, l'esperienza all'estero deve essere una palestra per imparare e poi tornare a restituire valore, dimostrando che il ristorante o la bottega non sono solo attività commerciali, ma presidi di identità e convivialità. Solo unendo la visione politica, la spinta tecnologica, il supporto associativo e la passione artigiana, l'imprenditoria giovanile potrà smettere di essere un'eccezione e diventare, finalmente, il pilastro su cui fondare il nuovo orgoglio del Made in Italy.



L'ASTICELLA DI TUTTI: LO SPORT COME CANTIERE DI CIVILTÀ

ESTRATTO DAL TALK "SPORT & ACCESSIBILITÀ".

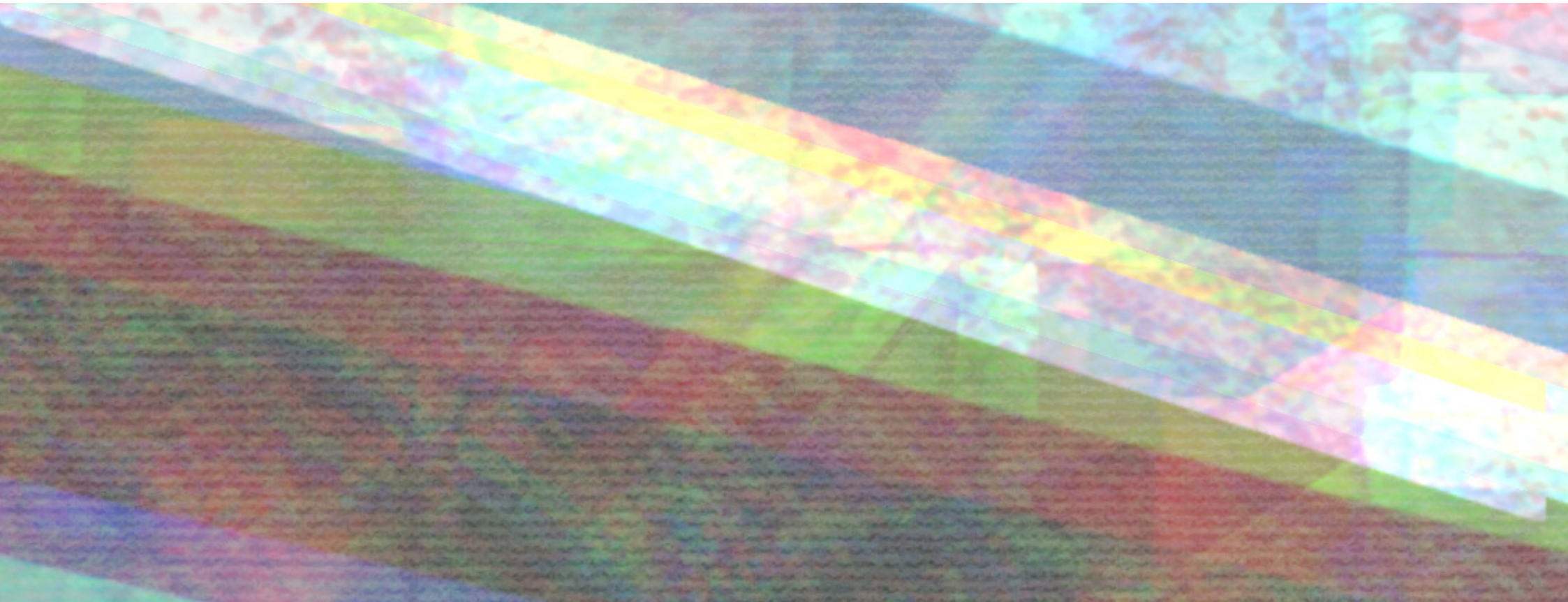
Lo sport non può più essere inteso solo come una sequenza di primati e competizioni esasperate, ma deve essere riscoperto come la più potente medicina contro l'esclusione e il bullismo. Il dibattito di Visiva 365 ha tracciato una visione dove l'attività fisica diventa un linguaggio universale capace di abbattere non solo le barriere architettoniche, ma soprattutto i pregiudizi mentali che ancora isolano il "diverso". Secondo Stefania Cardenia, Direttore Regionale di Special Olympics Italia Team Lazio, l'inclusione non deve restare una parola abusata, ma trasformarsi in un'azione concreta che riconosca l'unicità di ogni individuo. Attraverso lo sport unificato, dove persone con e senza disabilità giocano insieme, si ribalta la prospettiva: non è solo l'atleta fragile a beneficiare del gioco, ma è l'intera comunità a imparare il valore della perseveranza e della diversità come ricchezza. Il giuramento dell'atleta Special Olympics — "Che io possa vincere, ma se non ci riuscissi, che io possa tentare con tutte le mie forze" — diventa così un manifesto politico e sociale per una città che vuole finalmente dirsi umana.

Questa rivoluzione culturale richiede però un cambiamento radicale nel modo in cui pensiamo e gestiamo gli spazi urbani della Capitale. Per Simone Menichetti, Presidente di UISP Roma, è fondamentale superare il paradigma del risultato a ogni costo per abbracciare la filosofia dell' "ostacolo obliquo": ognuno deve avere il diritto di saltare l'asticella all'altezza che le proprie specificità gli consentono. Il Presidente ha denunciato con forza la scarsa manutenzione degli impianti romani, sottolineando che l'accessibilità reale nasce dal recupero della dimensione ludica e dal benessere personale, piuttosto che dalla caccia al record ufficiale. Solo mantenendo viva la "tigna" e la motivazione, anche di fronte alle complessità burocratiche, le associazioni di base possono continuare a offrire a tutt* la possibilità di vivere lo sport come un diritto di cittadinanza.

Il valore dello sport si misura infatti nella sua capacità di trasformare i territori più complessi in centri di speranza e bellezza. Graziana Di Zonno, Vicepresidente di Calcio Sociale, ha raccontato l'esperienza del "Campo dei Miracoli" a Corviale, dove il calcio è diventato uno strumento per veicolare dignità e legalità. In questo modello, le regole del gioco vengono riscritte per premiare l'accoglienza: le squadre sono eterogenee per età e abilità, e il rigore viene battuto dal giocatore meno esperto, ponendo l'educazione pedagogica al di sopra della tecnica pura. Per la Vicepresidente, la sfida per il futuro è portare questi valori fin dentro le curve degli stadi professionistici, formando tifosi e atleti più consapevoli e meno legati alle logiche violente del business. Solo attraverso l'unione delle forze tra le realtà del terzo settore — come dimostrato dall'invito reciproco a collaborare tra UISP, Special Olympics e Calcio Sociale — sarà possibile vivere Roma non come una metropoli frammentata, ma come un "piccolo borgo" dove nessuno viene lasciato solo. La presenza costante e l'ascolto delle famiglie restano i pilastri per costruire una società dove non sia più necessario celebrare una giornata per la disabilità, perché l'inclusione sarà diventata, finalmente, la nostra normalità quotidiana.



LA VOCE EMERGENTE

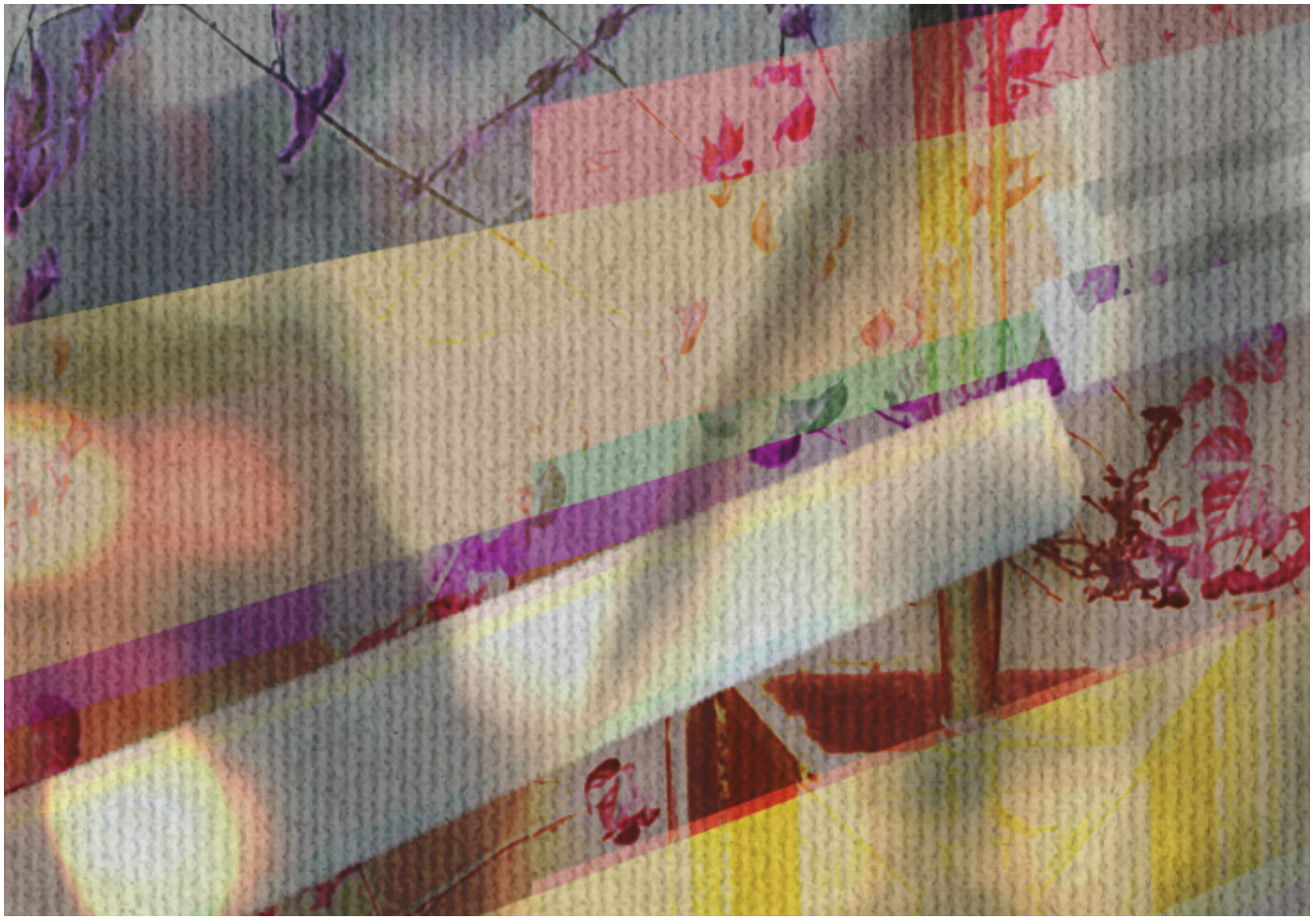




IL LABORATORIO GIORNALISTICO

OLTRE LA CARTOLINA: I LICEI ROMANI RACCONTANO UNA CITTÀ INEDITA.

DI GIOVANNI MANCO, VISIVA.



Raccontare Roma partendo dallo sguardo di chi la vive oggi. È stata questa la sfida del Festival Visiva 365 e, quindi, la richiesta che è stata rivolta agli studenti del Liceo Scientifico Stanislao Cannizzaro e del Liceo Scientifico Aristotele, coinvolti in un progetto che ha messo al centro la città, i suoi spazi e la capacità delle giovani generazioni di interpretarli con sensibilità e spirito critico.

Ai ragazzi e alle ragazze è stato chiesto di raccontare pezzi di Roma: luoghi simbolici, spazi quotidiani, aree in trasformazione. L'obiettivo era quello di spingerli a guardare la città con attenzione, a interrogarsi sul valore dei luoghi, sul loro passato e sul ruolo che ricoprono oggi nella vita delle persone. Un ritratto dei pregi e dei difetti della città. Roma non come cartolina statica, ma come organismo vivo, fatto di storie, contraddizioni, cambiamenti e possibilità.

Una sfida raccolta con entusiasmo e portata avanti nelle stanze del museo espositivo de La Vaccheria, dove le classi coinvolte sono state messe nelle condizioni di collaborare tra loro e formare dei gruppi. L'iniziale timidezza si è presto sciolta con il brio che solo la tenera età sa sprigionare: ed ecco che si sono magicamente messe insieme competenze, punti di vista, stili di scrittura differenti. Il risultato è stato un mescolarsi naturale e virtuoso, in cui le differenze non sono diventate un ostacolo ma una risorsa. I gruppi si sono formati e riformati, le idee hanno circolato liberamente, e ogni elaborato è diventato il frutto di un confronto reale.

I luoghi scelti dagli studenti raccontano una Roma plurale. C'è la rinascita di spazi culturali come il Cinema Troisi, esempio di come un luogo abbandonato possa trasformarsi in un punto di aggregazione per adulti e ragazzi. C'è lo sguardo su realtà contemporanee come Euroma2, interpretato non solo come centro commerciale, ma come spazio sociale. C'è l'analisi del doppio volto di Piazza Trilussa, luogo turistico e al tempo stesso punto di incontro quotidiano. Emergono poi spazi dedicati alla cultura condivisa, come la Biblioteca Joyce Lussu, e grandi simboli della città come il Circo Massimo, capace di passare dal fragore delle quadrighe al suono dei concerti. Infine, il racconto del nuovo parco d'affaccio sul Tevere restituisce l'idea di una città che prova a riconnettersi con il suo paesaggio naturale.

Ogni articolo è diverso dall'altro, ma tutti condividono una stessa energia: la voglia di capire, di raccontare, di dare un senso ai luoghi. Leggendo questi lavori emerge con forza quanto sia importante offrire ai ragazzi occasioni di espressione autentica. Quando viene data loro fiducia, sono capaci di produrre riflessioni mature, attente, spesso sorprendenti.

Ma noi abbiamo detto già abbastanza. Ora lasciamo parola – una parola più smaliziata e senz'altro azzeccata – a loro. Buona lettura.

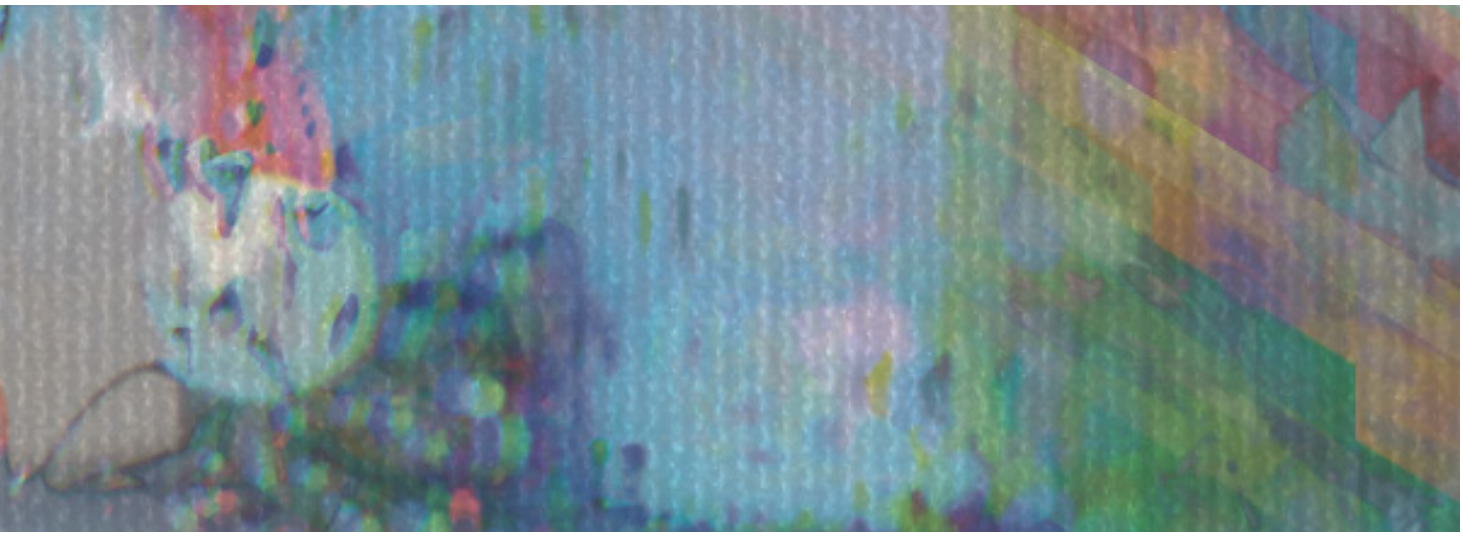
LA VOCE EMERGENTE



DAL FRAGORE DELLE QUADRIGHE AL SUONO DEI CONCERTI: CIRCO MASSIMO.

IL CIRCO MASSIMO NON È SOLO UN MONUMENTO DEL PASSATO, MA UN SIMBOLO VIVENTE DELLA STORIA E DELL'IDENTITÀ DI ROMA.

DI ELENA FUSACCHIA, GIORGIA CAVALIERE, LEONARDO BOI, TOMMASO MICCINILLI, GIORGIO IANNITELLI, FLAVIO ANELLI, VALERIO D'OTTAVIO, FEDERICO RUTA.



Il Circo Massimo è uno dei luoghi più affascinanti e ricchi di storia di Roma, situato tra il colle Palatino e l'Aventino, nel cuore della città. È conosciuto in tutto il mondo come il più grande stadio dell'antichità: poteva infatti ospitare fino a 250.000 spettatori, che accorrevano per assistere alle corse dei carri, ai giochi pubblici e alle celebrazioni imperiali. Fu costruito in età repubblicana e ampliato sotto l'imperatore Augusto, diventando il simbolo della potenza e della grandezza di Roma.

Con il passare dei secoli, il Circo Massimo ha cambiato funzione, trasformandosi da luogo di spettacolo e divertimento a spazio dedicato a fiere, mercati e feste popolari. Nonostante le trasformazioni del tempo, ha sempre mantenuto il suo ruolo di luogo di incontro e partecipazione collettiva.

CIRCO MASSIMO IERI:

Nato nel VI secolo a.C., probabilmente sotto Tarquinio Prisco, il Circo fu più volte ricostruito e ampliato fino a diventare una struttura imponente, capace di ospitare oltre 250.000 spettatori. Con Giulio Cesare e Augusto, l'arena divenne un vero gioiello architettonico: la "spina" centrale era decorata con statue, fontane e un obelisco egizio.

Le corse delle quadrighe erano l'anima del Circo. I Romani si dividevano tra Verdi, Azzurri, Rossi e Bianchi, trasformando ogni gara in una battaglia di passione e identità. Qui non si correva solo per vincere, ma per onorare gli dèi e la gloria di Roma.

Con la caduta dell'Impero Romano, l'edificio perse la sua funzione originaria, ma l'area continuò a essere usata per fiere e celebrazioni popolari. Oggi il Circo Massimo è un grande spazio archeologico e culturale, che unisce passato e presente. Qui si tengono concerti, eventi e spettacoli che riportano in vita lo spirito di festa e di condivisione che lo ha sempre caratterizzato.

Il Circo Massimo resta così un simbolo eterno di Roma, capace di raccontare la storia della città attraverso le sue trasformazioni, dalle corse dei carri alla musica moderna.

CIRCO MASSIMO OGGI:

Oggi, Circo Massimo è tornato a essere protagonista della vita culturale e musicale della città: ospita infatti grandi concerti, eventi sportivi e manifestazioni internazionali che richiamano persone da tutto il mondo. Qui hanno suonato artisti famosi come i Rolling Stones, Vasco Rossi, Laura Pausini e tanti altri, trasformando un luogo carico di storia in un palcoscenico moderno e pieno di energia.

Il perché della sua importanza è chiaro: il Circo Massimo rappresenta un ponte tra passato e presente, un luogo dove la storia antica e la musica contemporanea si incontrano, dimostrando come Roma riesca sempre a rinnovarsi senza dimenticare le sue origini. Oggi vengono usate nuove tecnologie applicate alla valorizzazione dei beni archeologici come realtà aumentata, visite immersive e ricostruzioni 3D.

Parlando di concerti il primo fu nel 2014 di Andrea Bocelli con circa 70.000 spettatori. Lo stesso cita:" Cantare al Circo Massimo è come dare voce alla storia. Ogni moda rimbalzava sulle pietre antiche come un'eco di Roma eterna." Un'altra intervista fu fatta a uno degli spettatori, Luca un turista di Milano dice:" Guardare le luci riflettersi sulle pietre del Circo Massimo è stato emozionante. E' come se la città si fosse trasformata in un teatro senza tempo."

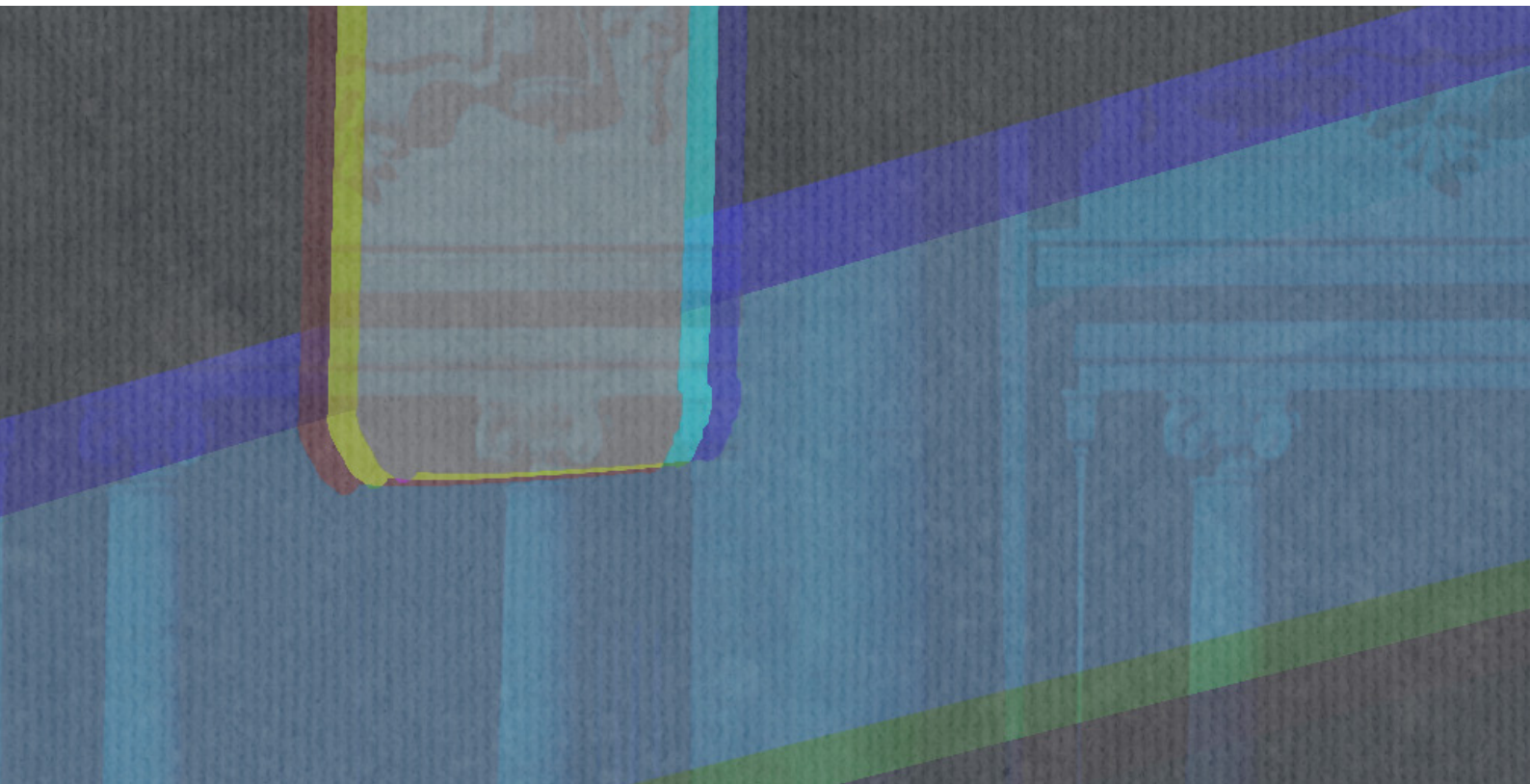
Oggi il Circo Massimo non è più il fulcro di gare e spettacoli come nell'antica Roma, ma resta un simbolo straordinario della storia e della cultura della città. Passeggiare tra le sue vaste aree verdi significa toccare con mano secoli di storia, immaginare l'eco degli applausi dei romani e comprendere l'evoluzione di Roma stessa. Tra eventi culturali, concerti e visite turistiche, il Circo Massimo continua a vivere come luogo di incontro e memoria collettiva, testimoniando che la grandezza del passato può convivere armoniosamente con la vita moderna.

LA VOCE EMERGENTE

PIAZZA TRILUSSA: PALCOSCENICO DELLA NOTTE ROMANA.

TRA DIVERTIMENTO E PAURA, QUESTA È TRILUSSA!

DI GLORIA LONGO, SOFIA GERUZZI, NICOLAS POLICASTRO, LISA BALDASSI, CAMILLA CASCONE, CLAUDIA FERRAMOLA, DANIELE TETI, ANDREA DI SANTO.



Nel cuore di Trastevere, uno dei quartieri più iconici e vivaci di Roma, sorge una piazza che sembra quasi raccontare la storia della capitale attraverso le sue pietre, la sua fontana e la sua atmosfera unica.

Parliamo di Piazza Trilussa, un luogo che non è solo una fermata turistica, ma un angolo vibrante della città che riflette la sua anima più autentica.

Per chi è alla ricerca di un panorama mozzafiato, Piazza Trilussa offre una vista su ponte Sisto e sul fiume Tevere, con il suo flusso lento e maestoso. Il ponte, costruito nel XV secolo, rappresenta un punto storico di Roma, ed è il perfetto connubio tra la bellezza architettonica medievale e la serenità del paesaggio fluviale.

Ciò che rende davvero speciale questa piazza è l'atmosfera che vi si respira. Qui, il ritmo della città rallenta, pur mantenendo quella vitalità che rende Trastevere uno dei quartieri più amati dai romani e dai turisti. E il luogo dove si intrecciano storie di tutti i tipi, dai giovani che si ritrovano per una birra, agli anziani che chiacchierano sulle panchine. La piazza è il simbolo di una Roma che, pur evolvendo, conserva la sua essenza più pura.

La piazza è anche una cornice perfetta per la vita di tutti i giorni. Di giorno, il suo fascino è discreto, con i romani che si fermano per un caffè o una passeggiata. Di sera, invece, la piazza esplode di energia. Bar e ristoranti all'aperto prendono vita, trasformando la piazza in un palcoscenico perfetto per l'aperitivo, con il tramonto che dipinge il cielo di colori dorati e rossi, mentre le luci dei locali illuminano il cuore del quartiere.

Al centro della piazza, la fontana monumentale, conosciuta come il Fontanone di Piazza Trilussa, diventa un magnete per turisti e locali. Con la sua bellezza barocca e l'acqua che scorre incessantemente, la fontana è un vero e proprio punto di riferimento. Non solo un'attrazione visiva, ma anche un luogo dove i romani si ritrovano per socializzare, chiacchierare e rilassarsi. Le sue gradinate diventano un palco naturale per chi cerca un angolo di tranquillità, anche in pieno fermento.

Ma qual è la storia di questa Piazza?

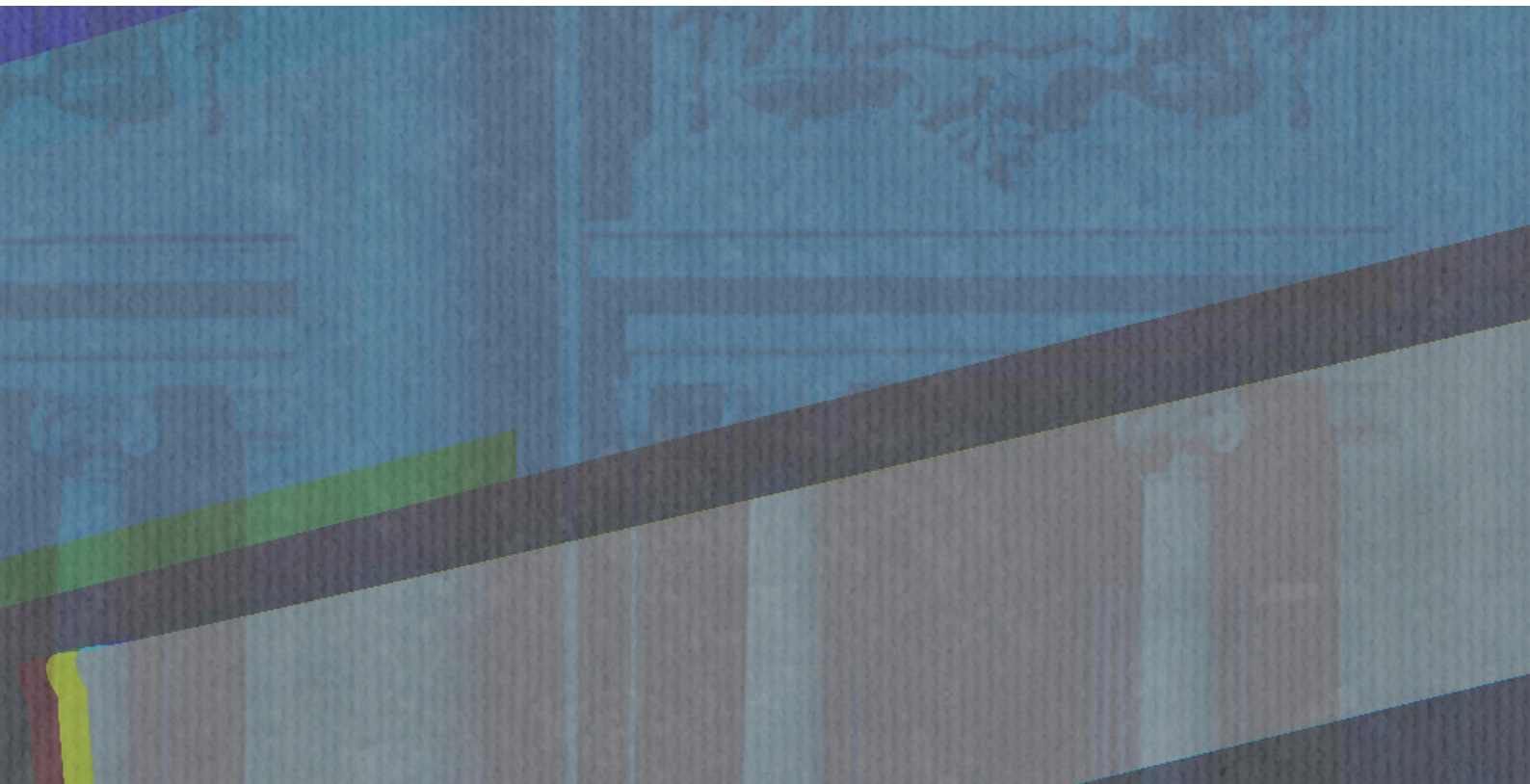
Piazza Trilussa è dedicata a Carlo Alberto Salustri, meglio conosciuto con il nome Trilussa, il poeta romanesco che ha incantato Roma con le sue poesie in dialetto. Nato nel 1871, Trilussa è un simbolo di ironia e saggezza popolare, e proprio nella sua piazza la tradizione romana sembra prendere vita, con le sue voci, i suoi suoni e i suoi colori.

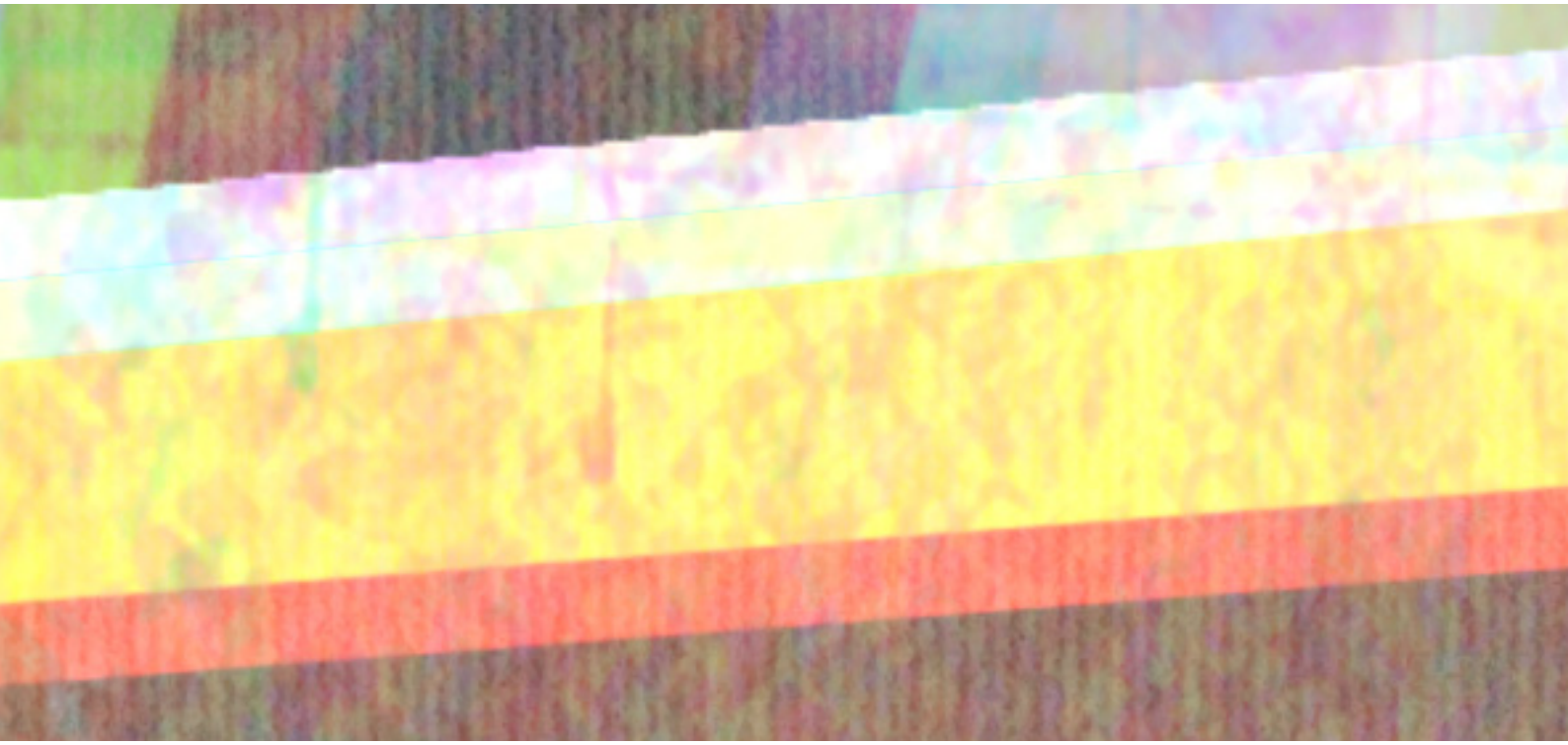
Nonostante Piazza Trilussa sia un luogo molto amato per la sua vivacità e atmosfera, presenta anche alcuni aspetti negativi che ne compromettono la qualità della vita per i residenti.

Tra i principali problemi ci sono il rumore notturno dovuto a schiamazzi e musica ad alto volume, che spesso dura fino a tarda notte. A questo si aggiunge il degrado urbano, con rifiuti abbandonati dopo le serate più affollate.

Non mancano poi segnalazioni di microcriminalità, come borseggi, che aumentano la percezione di insicurezza. Infine, la gestione della piazza risulta spesso insufficiente, rendendo difficile la convivenza tra turismo e vita quotidiana.

Per tutelare la vivibilità del quartiere, è necessario un impegno condiviso tra istituzioni e cittadini.



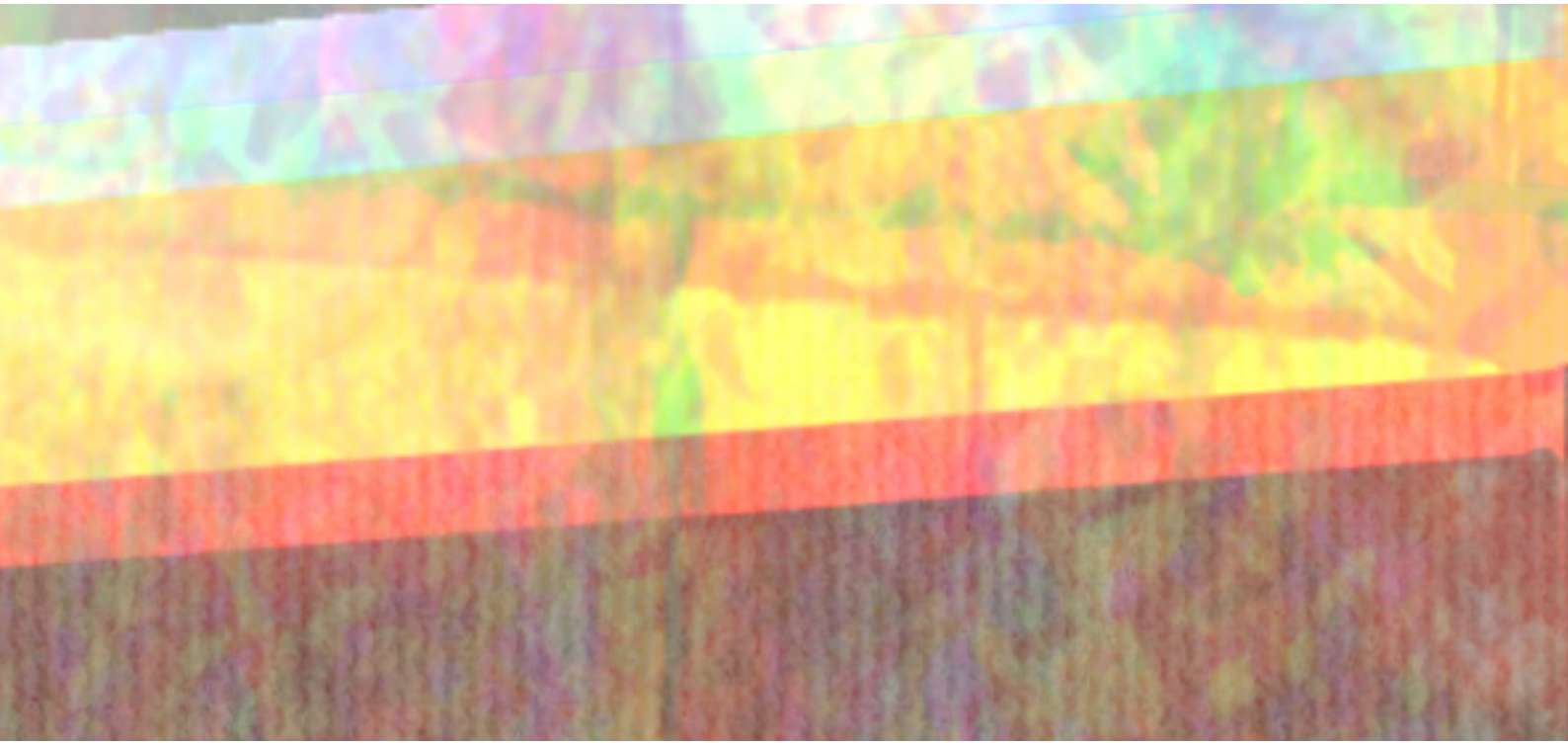


LA VOCE EMERGENTE

EUROMA2: PIÙ DI UN SEMPLICE CENTRO COMMERCIALE.

UN ECOSISTEMA DI ESPERIENZE DOVE CULTURA, SOSTENIBILITÀ E TERRITORIO SI INCONTRANO OGNI GIORNO.

DI ELENA AZZUÈ, ELISA BUSIGNANI, EMILIE CAPOGNI, MELANIA GRAUSO, ANNA MELASECCA, ANGELICA PACIOTTI, EMMA SUSINI.



Euroma2 è uno dei centri commerciali più importanti e popolari a Roma, con in media 32.184 di visitatori al giorno, secondo romamobilità.it. Euroma offre molte attività svolte all'interno del centro commerciale per coinvolgere i visitatori dai più grandi ai più piccoli.

Qui sono riportate alcune fra le attività che hanno avuto più successo, svolte durante quest'anno.

RICERCA SOSTENIBILE – "FAI LA DIFFERENZA, C'È..."

Quest'anno, ad Euroma si è svolta la sesta edizione del festival "Fai la differenza, c'è...". Lo scopo dell'evento è quello di sensibilizzare le persone alla questione climatica. In particolare l'evento offre diverse attività che uniscono l'arte e l'impegno sociale, invitando le persone a contribuire ad un cambiamento per il nostro pianeta.

Le attività comprendevano sia artisti appassionati dell'arte del riciclo che organizzazioni no-profit che hanno tenuto conferenze e interviste. Le opere sono poi state votate dal pubblico, tramite la pagina Facebook di contesteco, per eleggere la migliore opera ecologica.

Le opere più votate sono state:

"Chirurgia d'urgenza" di Iovino Antonella
"Mi rifiuto" di Barreca Gianluca
"Accendiamo la pace" di Spolverini Jacopo.

Il festival si è svolto il 12 e il 13 luglio, ma le opere prodotte sono state esposte al primo piano fino al 10 settembre.

CAFFE' LETTERARIO

L'evento è stato svolto in onore dell'artista e autore recentemente scomparso, Angelo Longoni. Durante l'evento, allestito di fronte alla libreria La Feltrinelli, al secondo piano del centro commerciale, la moglie dell'autore, Eleonora Ivone, ha presentato l'ultimo libro scritto dal marito, intitolato "Destino". L'autore inoltre era già stato invitato come ospite ad un caffè letterario anni prima, portando il suo libro su Modigliani.

Nelle varie presentazioni sono stati proposti anche altri libri di diversi autori come per esempio:

* "Ma l'incertezza è più bella" di Lavinia Monti

Il libro parla della ventiseienne Ludovica, che cerca di trovare il proprio posto nel mondo.

* "Le note ballerine" di Manuela Villa

Il libro tratta del DSA, e punta ad informare grandi e piccoli sull'argomento.

OPEN DAY

Ogni anno Euroma2 ospita gli open day sia delle scuole superiori, sia delle università. Questo evento permette ai giovani di avere una panoramica generale delle loro possibilità riguardo al futuro. Generalmente le università offrono questo servizio intorno al periodo di marzo mentre le scuole superiori intorno al mese di novembre. Questo evento coinvolge più di 30 istituti universitari (sito euroma2) e 40 licei.

ETTORE IL RICCIO VIAGGIATORE

"Ettore il riccio viaggiatore" è un progetto educativo ed una serie di libri per bambini ideati dalla storica dell'arte Camilla Anselmi e promossi dal centro commerciale Euroma. Questi libri conservano l'aspetto di racconto ludico allo scopo di appassionare i bambini. L'evento si svolge intorno al mese di maggio

LA VOCE EMERGENTE

MASSIMO TROISI: DA ATTORE A CINEMA.

COME UNA SALA CINEMATOGRAFICA DEGLI ANNI ‘30 PUÒ DIVENTARE UNO SPAZIO DI AGGREGAZIONE.

DI MATILDE PUNZI, SHAILA MIAH, ANDREA IORFIDA, SARA CASTELLANA, MICHELE NAVA, FEDERICO ALONGE, ALEXANDRA STAN.



Massimo Troisi, noto attore italiano scomparso nel 1994, dà il proprio nome al cinema situato nella zona Trastevere di Roma, al centro di numerosi dibattiti.

LA STORIA

Il Cinema Troisi è una sala cinematografica storica e un centro di aggregazione edificato nel 1933 e commissionato da Luigi Moretti, prendendo originariamente il nome di Cinema Induno. Nacque come sala conferenze, per poi diventare un cinema e acquisire il nome di Cinema Induno negli anni '50, col soprannome di "sala popolare" dovuto al basso costo del biglietto.

Cecchi Gori rilevò la gestione del cinema nel 1997, lo ristrutturò e lo chiamò "Massimo Troisi", in onore dell'attore deceduto pochi anni prima. Il gruppo Ferrero lo gestì dopo Gori fino al 2013, anno della chiusura. Successivamente, il 6 marzo 2015 ci fu uno sgombero, poiché il cinema era occupato e gestito senza alcuna licenza. Alla chiusura furono licenziati tutti i dipendenti. Dopo lo sgombero, Giorgio Ferrero (responsabile delle sale del gruppo Ferrero) decise di far scioperare tutti i cinema. "Vogliono requisire il mio Troisi per darlo agli ex occupanti del cinema America: ma che siamo in Russia?": questa fu la frase detta da Massimo Ferrero, indignato dall'intera situazione.

Nell'agosto 2015 fu pubblicato il bando "Patrimonio Comune" per reperire proposte culturali. In seguito, il 13 aprile 2016, il "Piccolo America" riuscì a ottenere la gestione del cinema. Ci furono diverse problematiche, tra cui alcuni ricorsi al TAR e al Consiglio di Stato. Fu scoperto che la struttura non aveva alcun tipo di idoneità all'uso e certificazione, essendo stata sottoposta ad abusi edilizi dalle gestioni precedenti. Senza un processo di conformità statica, urbanistica ed edilizia, non si sarebbe mai potuto stipulare il contratto con Roma Capitale.

Il 25 gennaio, dopo la regolarizzazione della posizione urbanistica e catastale e dopo che gli abusi furono sanati, è arrivata la firma con il Campidoglio per un contratto di 12 anni in autorecupero di 2.800€ al mese (per un totale di 14.000€). L'investimento per restaurare e risanare l'edificio ha richiesto una cifra di circa un milione e cinquecentomila euro, con il Ministero della Cultura come finanziatore principale. Il 21 settembre 2021, il cinema ha finalmente riaperto dopo otto anni di chiusura; per l'inaugurazione è stato proiettato il film Palma d'Oro "Titane" di Julia Ducournau.

LE INTERVISTE DEL "PICCOLO AMERICA"

"Il Cinema Troisi sta restituendo alla sala cinematografica una missione aggregativa e sociale. Mai come in questo momento assistiamo alla necessità di creare dei luoghi che possano essere punto di riferimento per il territorio e la comunità. Parallelamente agli spettatori registrati, sono infatti ben 90.000 i giovani e meno giovani che hanno attraversato l'aula studio SIAE in un anno", dichiara Giulia Flor Buraschi, vicepresidente del "Piccolo America".

"Al Troisi sono diventate punto di riferimento per il pubblico le seguitissime e quasi sempre sold out rassegne del sabato e della domenica alle 11 del mattino, affiancate costantemente da una ricerca attenta di opere prime o mai distribuite e viste sul grande schermo italiano. Ciò è possibile grazie alla partecipazione e attenzione rivolta sia ai grandi che ai piccoli festival cinematografici", aggiunge Valerio Carocci, Presidente del "Piccolo America".

I RECENTI PROGETTI DEL TROISI

Attraverso un'aula studio che offre a 80 ragazzi la possibilità di studiare e una sala con 298 posti (più due per persone con disabilità), il Cinema Troisi è riuscito a farsi strada nel cuore di Trastevere. Tra le sue proposte cinematografiche troviamo diverse tipologie di film, come le retrospettive dedicate a Hayao Miyazaki, Federico Fellini e Christopher Nolan. Vengono proiettate in lingua originale opere che hanno partecipato ai festival di Cannes e Venezia, come "La chimera" di Alice Rohrwacher, "La valle dei sorrisi" di Paolo Strippoli e "The voice of Hind Rajab" di Kaouther Ben Hania.

Nonostante la recente riapertura, il Troisi ha già ospitato moltissimi attori e registi del calibro di Ken Loach, Damien Chazelle, Paolo Sorrentino, JR, Willem Dafoe e Luc Besson. La sala, oltre ad essere uno spazio frequentato da molti giovani romani, offre attività dedicate ai bambini, come il "Laboratorio di origami" ispirato ai film dello Studio Ghibli o il "CineMini", che ogni martedì alle ore 11 permette ai neo-genitori di godersi un film con i propri bebè grazie a luci soffuse e audio ridotto.

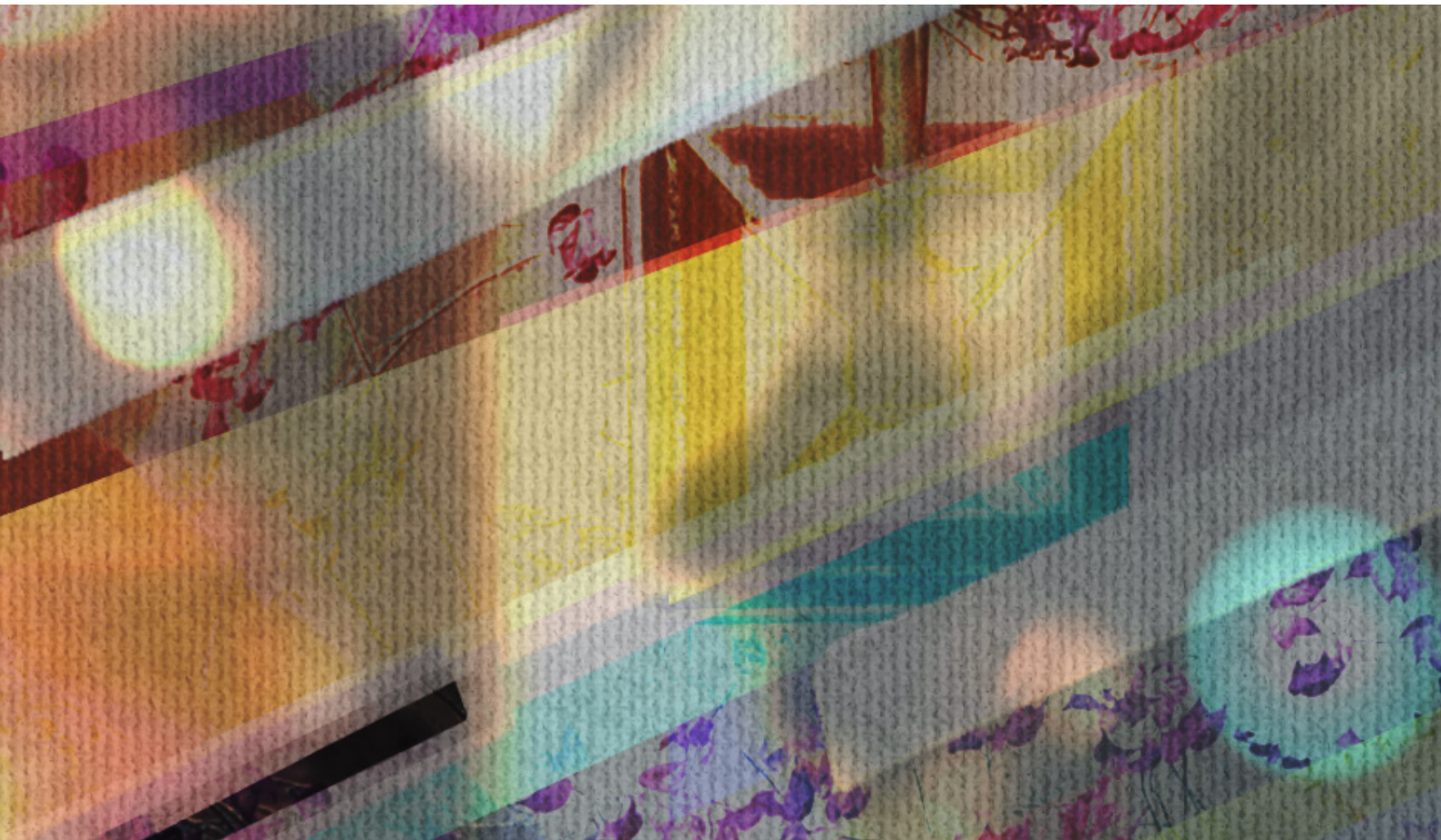
Con l'arrivo della bella stagione, il Cinema Troisi si sposta anche all'aperto con il progetto "Cinema in Piazza", creando un clima di unione e inclusività. In sintesi, il Cinema Troisi è molto più di una semplice sala, come dimostra la vittoria del "Biglietto D'Oro" nella stagione 2022-2023: con oltre 90.000 presenze, si è classificato al primo posto tra i 713 monosala italiani.

LA VOCE EMERGENTE

BIBLIOTECA JOYCE LUSSU: UN NUOVO SPAZIO PER LA CULTURA E LA COMUNITÀ.

BIBLIOTECA JOYCE LUSSU: UN NUOVO PUNTO DI RIFERIMENTO PER IL QUARTIERE.

DI MATILDE PUNZI, SHAIL MIAH, ANDREA IORFIDA, SARA CASTELLANA, MICHELE NAVA, FEDERICO ALONGE, ALEXANDRA STAN.



Aperta in tempi recenti, la biblioteca si presenta come punto di ritrovo per giovani e adulti in cerca di un luogo accogliente e sereno in cui studiare. (Visione esterna della biblioteca Joyce Lussu - fonte UrloWeb).

Prendendo la metro B, scendendo alla Basilica di San Paolo e camminando per dieci minuti, si arriva a Via Costantino. Il navigatore dice che si è giunti a destinazione, eppure non si vede l'ingresso. Proseguendo nella direzione indicata, ci si trova in una piazza avvolta tra due palazzi. Nella fretta non si è nemmeno notata la scritta "Biblioteca Joyce Lussu". La struttura è un centro polifunzionale di oltre 400 mq, ospitata al piano terra del nuovo complesso residenziale, frutto dell'opera di rigenerazione urbana del quartiere.

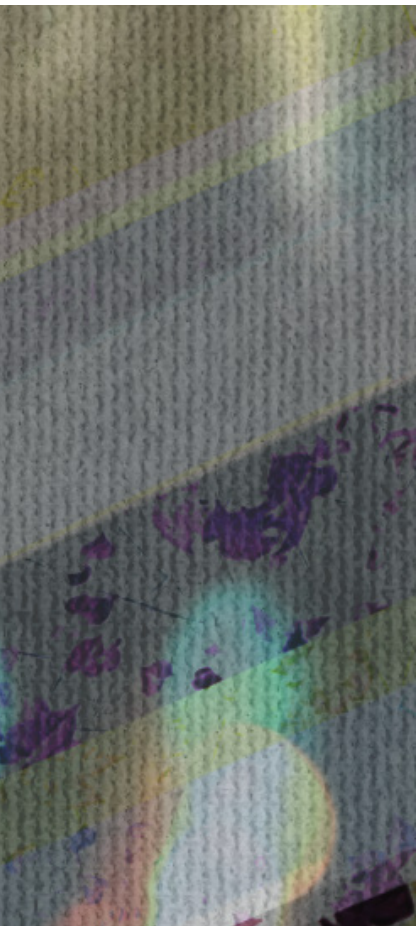
La neonata biblioteca, aperta da appena due anni, guarda in particolare al pubblico dei giovanissimi e dei giovani, anche per via della vicinanza dell'ateneo di Roma Tre; essa è composta da un'aula studio con 44 posti a sedere (30 tavoli attrezzati), una sala bambine e bambini, ragazze e ragazzi, un'area accoglienza con due postazioni al pubblico, una per la consultazione del catalogo online, una per l'auto prestito e, inoltre, una per l'utilizzo dei tablet per consentire l'accesso a diversi contenuti digitali. La struttura offre anche spazi di coworking e rende possibile uno studio tranquillo ed efficace per coloro che non hanno postazioni comode dedicate all'apprendimento e al lavoro. Il personale è sempre cortese e disponibile nel dare una mano. (Visione dell'edificio della biblioteca - fonte ADBR).

La nuova biblioteca civica è stata intitolata a Joyce Lussu, una figura emblematica della cultura e della lotta antifascista. Scrittrice e poetessa, traduttrice, partigiana nelle brigate 'Giustizia e Libertà', fu la promotrice dell'Unione Donne Italiane e militò per qualche tempo nel Partito Socialista Italiano. È importante ricordare una parte fondamentale della sua attività dedicata al rapporto con i giovani, durante la quale occupò parte notevole del suo tempo nelle scuole di ogni ordine e grado.

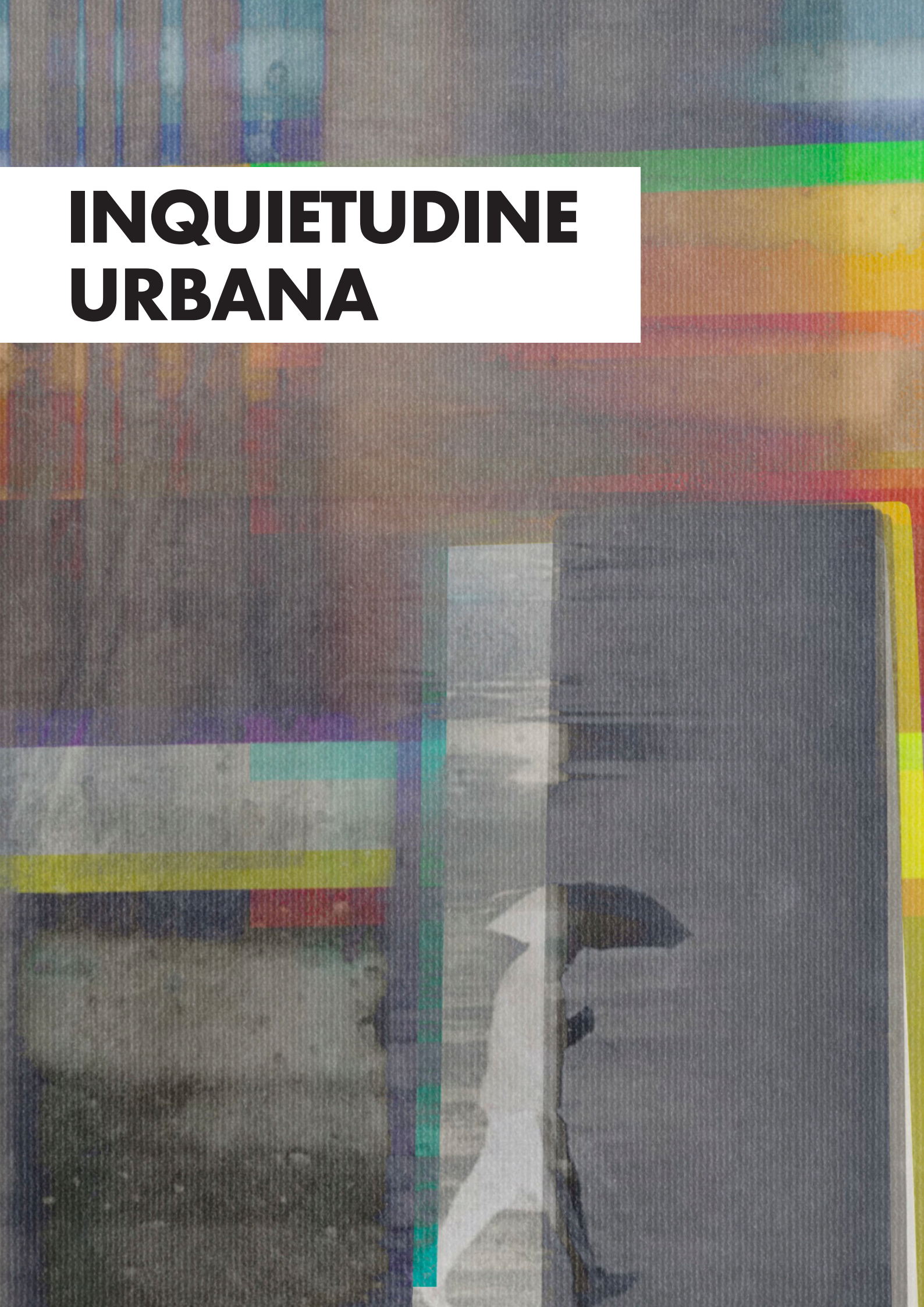
"L'intitolazione a Joyce Lussu – commenta l'assessora Vetri – parla di una storia importante, una storia della resistenza, di femminismo e di grande conoscenza e grande cultura. Averla dedicata a lei ci riporta sicuramente al nostro impegno quotidiano per il miglioramento della vita delle persone a partire proprio dal loro aspetto culturale."

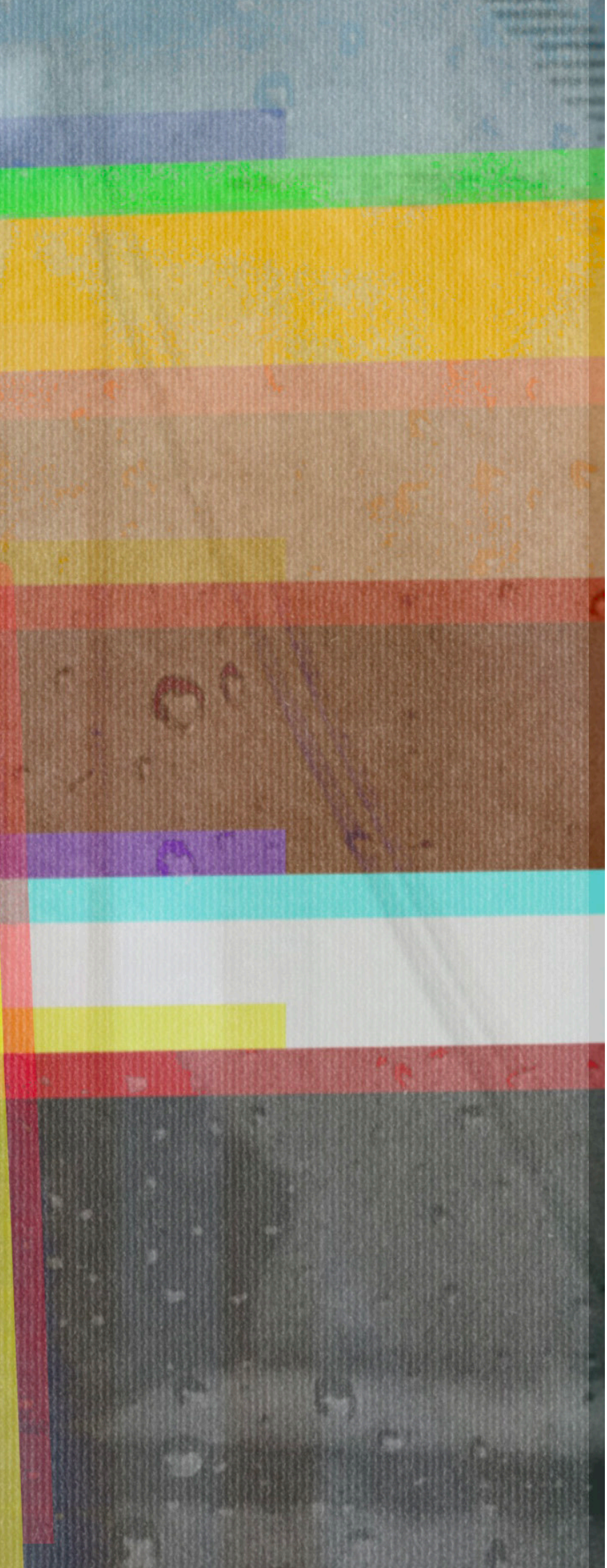
Attualmente, a disposizione dei cittadini ci sono circa 6mila volumi su una capienza massima di 9mila, che variano dalla narrativa alla saggistica, dalla politica alla storia e ai fumetti con una sezione dedicata al progetto nazionale "Nati per Leggere". La biblioteca offre anche corsi gratuiti di italiano: da martedì 4 novembre 2025, inizierà un corso dedicato a donne straniere in gravidanza e neomamme. Tra gli obiettivi del corso c'è anche quello di creare un ambiente di condivisione dedicato alle donne, all'interno del quale possano scoprirsi e raccontarsi attraverso l'utilizzo della lingua italiana.

Con la sua ampia selezione di libri, gli spazi di coworking e gli eventi culturali, è un luogo dove poter scoprire nuovi autori, approfondire le proprie passioni e incontrare nuove persone. Inoltre, è importante da parte degli studenti che compongono la nuova generazione mantenere vivo il ricordo dei valori per cui Joyce Lussu ha lottato in prima persona, crescendo non solo culturalmente ma anche umanamente.



INQUIETUDINE URBANA





l VISIVA Cover Contest 2025 ha cercato una visione inedita per la copertina dell'Almanacco di Roma in uscita a Gennaio 2026. La graphic designer Margherita Avolio, con il suo progetto "Inquietudine Urbana", offre uno sguardo concettuale che indaga il profondo contrasto tra il dinamismo metropolitano capitolino e la quiete forzata, quasi silenziosa, che si annida nell'emotività dell'individuo contemporaneo.

Di seguito la narrazione della sua visione.

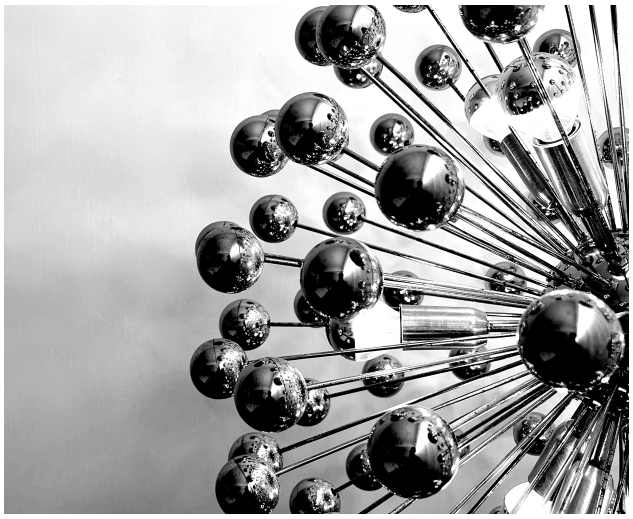
"Inquietudine urbana indaga la contraddizione tra il flusso incessante della città e l'immobilità interiore dell'individuo.

Nel paesaggio metropolitano, dove ogni cosa sembra in movimento, esiste un momento silenzioso, quasi impercettibile, in cui il tempo si dilata e la tensione si fa forma.

Le immagini della serie cercano questo stato di sospensione: momenti in cui il corpo, la luce o la materia sembrano trattenere il respiro.

L'immobilità diventa così un linguaggio visivo, un modo per restituire la densità emotiva nascosta sotto la superficie del quotidiano urbano.

Non c'è quiete, ma un equilibrio fragile — una calma forzata che riflette la condizione contemporanea: costantemente in movimento, eppure immobile." Margherita Avolio



CHI SIAMO

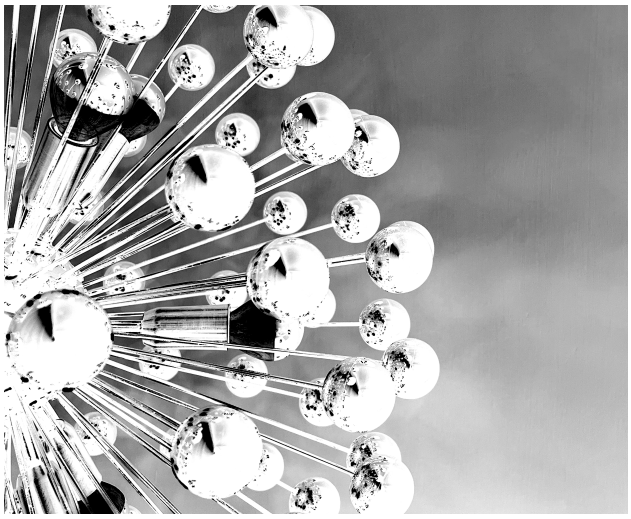
Comunicare non è solo trasmettere un messaggio, ma creare connessioni, dare voce alle idee e costruire relazioni autentiche.

Santoro Comunicare nasce con questa visione. Sviluppiamo strategie su misura per valorizzare identità, contenuti e obiettivi, guidando i nostri clienti in un percorso di crescita e posizionamento efficace.

Specializzati in comunicazione istituzionale, editoriale e aziendale, mettiamo al centro temi di rilevanza pubblica come sanità, ambiente e innovazione. Raccontiamo realtà complesse con un linguaggio chiaro e coinvolgente.

Dal 2005 crediamo nella trasparenza, nella collaborazione e nella forza delle relazioni umane. Per questo, nel nostro HUB abbiamo creato uno spazio dedicato alle pubbliche relazioni, dove istituzioni, imprese, associazioni di settore e media si incontrano attraverso eventi, appuntamenti periodici e podcast audio/video.

Operiamo in un ambiente inclusivo, basato sulla condivisione di competenze e idee, con un impegno concreto verso l'etica, il rispetto delle leggi, la sostenibilità, l'inclusione.

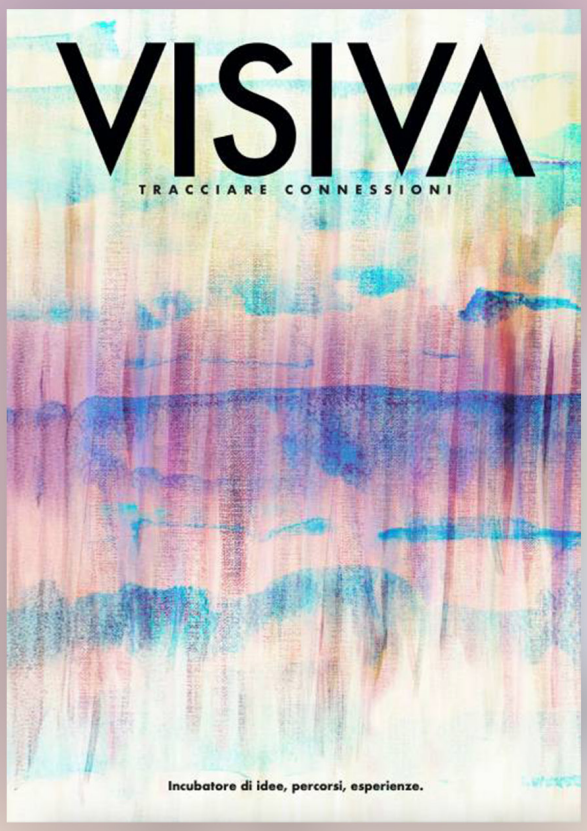


IL TEAM

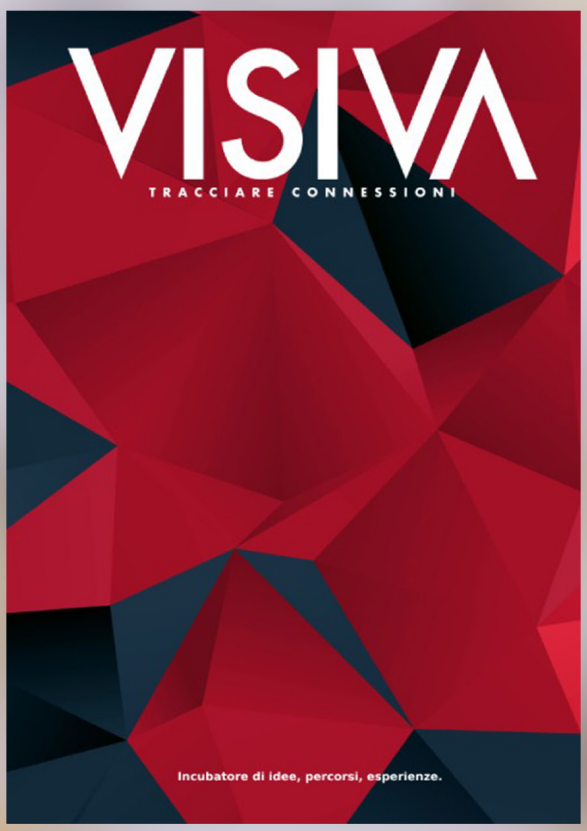
Andrea Santoro - Founder
Arianna Latini – Management Assistant
Cecilia Ivaldo – Account Manager
Giovanni Manco – Project Manager
Sergio Pannocchia – Project Manager
Matteo Marini – Business Developer e Media Relations Manager
Andrea Piccinnu – Creative Designer
Pierfrancesco Maffieri – Web Designer e Event Manager
Daniela Barbero – Social Media Manager
Francesco Pepe – Videomaker
Sara Ahmed - Copywriter

COLLEZIONA VISIVA.

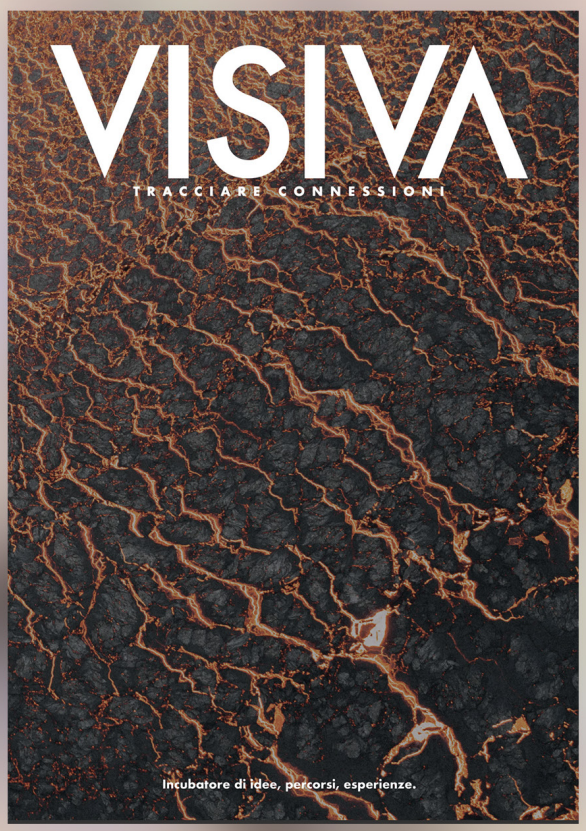
Vai adesso nell'archivio on line o richiedi la copia cartacea del numero che ti interessa.



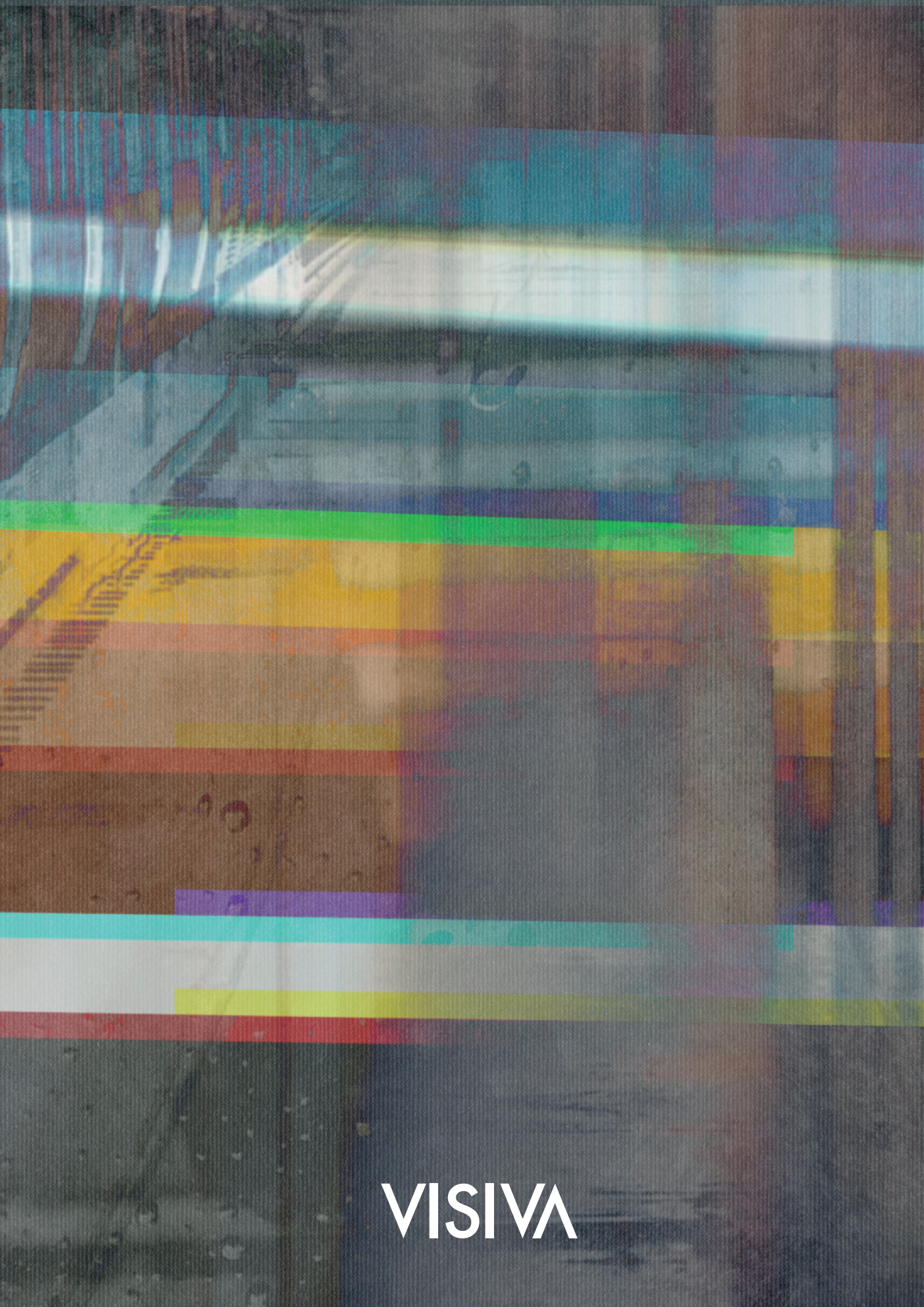
Visiva | Aprile – Giugno 2025 | n°1



Visiva | Luglio – Settembre 2025 | n°2



Visiva | Ottobre – Dicembre 2025 | n°3


VISIVA