



VENTO

IL MANIFESTO

FOUNDING EDITION · 2026

Le relazioni cambiano
il modo di guardare il
mondo.



LA VISIONE

Le relazioni cambiano
il modo di guardare il
mondo.



Indice

Una direzione, prima di tutto.

- 01 Prologo — Un punto di vista, prima di tutto
- 02 Parte I — Perché VENTO
- 03 Parte II — Un progetto editoriale e un social club
- 04 Parte III — Capire come cambia il vento
- 05 Parte IV — Il Club
- 06 Parte V — Le esperienze
- 07 Parte VI — Il modo di fare VENTO
- 08 Parte VII — Persone, luoghi e partner
- 09 Parte VIII — La rotta
- 10 VENTO Code
- 11 Il linguaggio di VENTO
- 12 Epilogo — Una lettera a chi arriverà

Prologo — Un punto di vista, prima di tutto



Le relazioni cambiano il modo di guardare il mondo.

Questo Manifesto nasce per dare forma a VENTO prima che VENTO diventi molte cose insieme. Prima di un calendario, di una membership, di una redazione, di una stagione di esperienze o di una casa fisica, serve una direzione. Serve un testo capace di ricordare perché il progetto esiste, quale idea del presente vuole difendere e quale qualità delle relazioni vuole rendere possibile.

VENTO è un progetto editoriale e un social club. Ogni giorno vive attraverso un podcast e una storia. Durante l'anno prende forma in esperienze curate tra mare, natura, tavola e cultura. Queste due dimensioni non sono separate. I contenuti aprono domande, spostano lo sguardo, mettono in circolo idee. Le esperienze permettono a quelle idee di diventare conversazioni, e alle conversazioni di diventare relazioni reali.

Non vogliamo costruire un pubblico da trattenere davanti a uno schermo. Non vogliamo neppure organizzare occasioni da consumare e dimenticare. Vogliamo creare un rapporto più fertile tra ciò che leggiamo, ciò che ascoltiamo e il modo in cui scegliamo di stare con gli altri. Per questo il progetto editoriale non è una vetrina del Club e il Club non è una semplice estensione commerciale dei contenuti. Sono due modi dello stesso progetto: capire il presente e attraversarlo insieme.

Un manifesto non è un regolamento. Non pretende di prevedere ogni scelta, né di risolvere in anticipo ogni contraddizione. È una bussola. Serve soprattutto quando il progetto cresce, quando arrivano nuove opportunità, quando la velocità rischia di diventare più importante della qualità. In quei momenti, queste pagine dovranno ricordarci che VENTO non si misura soltanto in ascolti, lettori, membri, destinazioni o ricavi. Si misura nella fiducia che riesce a generare, nella qualità delle storie che sceglie di raccontare, nelle prospettive che mette in relazione e nel rispetto che dimostra verso il tempo delle persone e i luoghi che attraversa.

VENTO non nasce contro la tecnologia, contro la velocità o contro il presente. Nasce per usarli con maggiore consapevolezza. Sappiamo che gli strumenti digitali possono avvicinare persone lontane, diffondere conoscenza e rendere accessibili idee che un tempo sarebbero rimaste chiuse. Ma sappiamo anche che la connessione non coincide con la vicinanza e che l'abbondanza di contenuti non coincide con la comprensione. Per questo cerchiamo un ritmo diverso.

Queste pagine non raccontano un luogo già costruito. Raccontano il modo in cui vogliamo costruirlo. Non chiedono adesione incondizionata, ma curiosità, responsabilità e disponibilità al confronto. VENTO sarà credibile soltanto se saprà restare aperto alle differenze senza perdere chiarezza sui propri principi; se saprà crescere senza trasformare la cura in una formula, se saprà parlare di bellezza senza ostentarla, se saprà frequentare il mare senza usarlo come scenografia, se saprà creare relazioni senza ridurle a asettico networking.

La direzione è semplice da dire e impegnativa da praticare: usare i contenuti per aprire nuovi sguardi e le esperienze per trasformare quegli sguardi in relazioni.

*Usare i
contenuti
per aprire
nuovi
sguardi e le
esperienze
per
trasformare
quegli
sguardi in
relazioni.*

PARTE I

Perché VENTO

Il bisogno di capire, di fermarsi e di tornare a stare insieme.

Il rumore che ci circonda

Viviamo dentro un flusso continuo. Notizie, messaggi, riunioni, immagini, notifiche e opinioni arrivano senza pausa. La quantità di informazioni disponibili non ha precedenti, ma la nostra capacità di trasformarle in conoscenza resta limitata. Possiamo sapere in tempo reale che cosa accade dall'altra parte del mondo e, nello stesso momento, non riuscire a capire quali eventi meritino davvero attenzione, quali conseguenze produrranno e in che modo tocchino la nostra vita.

Il problema non è soltanto la velocità. È la frammentazione. Ogni contenuto interrompe quello precedente, ogni urgenza viene sostituita da un'altra urgenza, ogni conversazione rischia di ridursi a una reazione. La realtà si presenta come una sequenza di titoli, mentre il contesto - ciò che permette di comprendere - richiede continuità, memoria, confronto e tempo.

VENTO nasce da questo scarto. Non per sottrarsi al presente, ma per leggerlo meglio. Non per rallentare tutto, ma per scegliere dove vale la pena fermarsi. Non per offrire una spiegazione definitiva del mondo, ma per costruire ogni giorno un punto di osservazione più ampio, più onesto e più umano.

La distanza dentro la connessione

Siamo continuamente raggiungibili, ma non sempre realmente disponibili. Possiamo parlare con molte persone in una giornata e non sentirci davvero in relazione con nessuna. La tecnologia ha moltiplicato le possibilità di contatto, ma la fiducia, l'ascolto e la familiarità continuano a richiedere tempo. Non si scaricano, non si automatizzano e non si misurano soltanto attraverso la frequenza delle interazioni.

La distanza contemporanea non coincide necessariamente con la solitudine visibile. Può esistere in una città affollata, in un ufficio pieno, in una rete professionale estesa. Nasce quando i rapporti restano funzionali, quando ogni conversazione ha uno scopo immediato, quando manca uno spazio in cui poter essere curiosi senza dover dimostrare qualcosa.

VENTO non promette di risolvere la solitudine e non pretende di sostituirsi ai legami che ciascuno costruisce nella propria vita. Può però creare condizioni migliori: contesti curati, piccoli gruppi, temi che meritano attenzione, tempo sufficiente per ascoltare e luoghi che favoriscono una presenza diversa. La relazione non è un servizio da erogare. È una possibilità da proteggere.

I luoghi che abbiamo perso

Per molto tempo la vita collettiva si è appoggiata su luoghi intermedi: caffè, circoli, biblioteche, piazze, porti, botteghe, case aperte, associazioni, librerie. Spazi che non erano né la casa né il lavoro, e nei quali si poteva restare senza dover comprare continuamente qualcosa, produrre un risultato o giustificare la propria presenza.

Molti di questi luoghi esistono ancora, ma spesso hanno perso centralità. La città contemporanea offre un'infinità di servizi e, nello stesso tempo, poche occasioni per una conversazione non programmata. Il lavoro remoto ha liberato tempo e possibilità, ma ha anche indebolito alcune forme spontanee di socialità. Le piattaforme ci permettono di trovare persone simili a noi, ma ci espongono meno a differenze che non avremmo scelto in partenza.

*Le relazioni
cambiano il
modo di
guardare il
mondo.*

VENTO vuole essere anche questo: un luogo che può esistere prima ancora di avere un indirizzo. Un luogo editoriale, quando una storia ci costringe a cambiare prospettiva. Un luogo sonoro, quando una voce accompagna l'inizio della giornata. Un luogo fisico, quando poche persone condividono una tavola, una navigazione, una visita, un laboratorio o una conversazione. Non una fuga dal mondo, ma un modo più attento di entrarci.

Le relazioni come forma di conoscenza

Non impariamo soltanto dai libri, dai dati o dalle lezioni. Impariamo dalle persone: dal modo in cui raccontano un lavoro, un fallimento, un territorio, una scelta. Una relazione autentica non amplia soltanto la nostra rete; modifica le categorie con cui interpretiamo ciò che accade.

Per questo il titolo di questo Manifesto non parla genericamente di stare insieme. Dice che le relazioni cambiano il modo di guardare il mondo. Una conversazione può rendere visibile ciò che prima ignoravamo. Una persona con un'esperienza diversa può incrinare una convinzione, aggiungere una domanda, mostrare un costo nascosto o una possibilità inattesa. La relazione diventa conoscenza quando non è costruita per confermare ciò che già pensiamo.

VENTO cerca questa qualità. Non l'omogeneità, ma una sensibilità comune abbastanza forte da rendere possibile il confronto. Non persone identiche, ma persone disposte ad ascoltare, a cambiare idea, a spiegare senza semplificare e a partecipare senza occupare tutto lo spazio.

Il Mediterraneo come metodo

Il Mediterraneo è una delle matrici culturali di VENTO, ma non è un'immagine da cartolina né un confine esclusivo. È un modo di pensare il tempo, la prossimità e l'ospitalità. È la relazione tra mare e terra, tra città e paesi, tra viaggio e permanenza. È una cultura della tavola che considera il cibo una forma di racconto; una cultura dei porti, dove le identità si formano attraverso scambi, partenze e ritorni; una cultura della misura, che conosce la bellezza ma anche la fragilità dei luoghi.

Assumere il Mediterraneo come metodo significa rifiutare due estremi: la nostalgia e il consumo. Non vogliamo trasformare tradizioni e paesaggi in decorazione, né celebrare un passato immobile. Vogliamo incontrare produttori, artisti, studiosi, marinai, cuochi, imprenditori e comunità locali che tengono insieme innovazione e memoria. Vogliamo frequentare il mare riconoscendone i limiti, le crisi e la necessità di proteggerlo.

VENTO potrà muoversi oltre il Mediterraneo, ma porterà con sé questa grammatica: ospitalità, conversazione, lentezza selettiva, rispetto della materia, curiosità verso ciò che arriva da altrove.

Perché il nome VENTO

All'inizio il nome VENTO poteva sembrare legato soprattutto al mare e alla navigazione. Oggi indica qualcosa di più ampio. Il vento è movimento, cambiamento, direzione. Non si vede direttamente, ma rende visibili i suoi effetti. Muove una vela, cambia il cielo, porta un odore, annuncia un fronte, modifica una rotta.

Anche le idee e le relazioni agiscono spesso in questo modo. Una storia ascoltata al momento giusto può cambiare una decisione. Una conversazione può spostare il modo in cui interpretiamo una notizia. Una persona può aprire una strada che non avevamo considerato. Il cambiamento non arriva sempre con un gesto spettacolare; a volte comincia da una variazione quasi impercettibile.

Capire come cambia il vento significa prestare attenzione ai segnali prima che diventino evidenti. È la promessa editoriale di VENTO e, allo stesso tempo, il suo modo di stare nel mondo.



Le relazioni cambiano il
modo di guardare il mondo.

PARTE II

Un progetto editoriale e un social club

Una sola identità, due tempi che si alimentano a vicenda.

Una sola identità, due tempi

VENTO vive in due tempi. Il primo è quotidiano: il tempo del podcast, del Journal, della newsletter, delle storie e delle domande che accompagnano il presente. Il secondo è stagionale: il tempo delle esperienze, dei piccoli gruppi, dei luoghi e delle relazioni che crescono nel corso dell'anno.

Questi tempi non devono essere confusi, ma neppure separati. Se il piano editoriale fosse soltanto teso a promuovere il Club, perderebbe indipendenza e utilità. Se il Club fosse soltanto una formula per monetizzare un pubblico, perderebbe credibilità e profondità. VENTO deve essere capace di produrre contenuti che valgano anche per chi non diventerà membro e di creare esperienze che non sembrino la messa in scena di un brand.

La domanda è: che cosa merita il nostro tempo? Ogni puntata, ogni articolo, ogni esperienza e ogni partnership dovrebbe essere valutata alla luce di questa domanda. Non basta che un tema sia popolare, che un luogo sia bello o che un partner sia importante. Deve esserci una ragione per dedicare loro attenzione e una forma coerente per condividerla.

Ogni giorno

Ogni giorno VENTO pubblica un podcast e una storia per leggere il presente. Il ritmo quotidiano non è un esercizio di presenza algoritmica. È una disciplina. Costringe a scegliere, verificare, ordinare e spiegare. Impone una relazione costante con chi ascolta e chi legge.

Il podcast parte da una notizia, ma non si ferma al titolo. Ricostruisce il contesto, chiarisce gli interessi in gioco, distingue i fatti dalle interpretazioni e prova a mostrare perché quella vicenda conta davvero. Il Journal amplia il campo: può seguire la stessa domanda attraverso un articolo, una conversazione, un ritratto, un luogo, una fotografia o una guida essenziale.

VENTO non vuole riempire ogni momento libero. Vuole meritare uno spazio preciso nella giornata: pochi minuti di attenzione piena, una storia capace di restare, una domanda da portare con sé che faccia riflettere.

Durante l'anno

Durante l'anno VENTO prende forma in esperienze curate tra mare, natura, tavola e cultura. Non sono una ricompensa per chi consuma più contenuti e non sono una traduzione letterale degli argomenti del giorno. Sono luoghi in cui lo sguardo editoriale incontra persone e territori.

Una storia su come stanno cambiando le coste può diventare una navigazione con un biologo marino. Un episodio sul lavoro può aprire una conversazione con imprenditori e ricercatori in un contesto lontano dalle sale conferenze, in una marina o a cena in un ristorante sul mare. Un articolo su un territorio può condurre a una cantina familiare, a un laboratorio artigiano o a una tavola preparata da chi quel luogo lo vive ogni giorno.

Dai contenuti alle conversazioni

*Una sola
identità, due
tempi che si
alimentano
a vicenda.*

Il passaggio decisivo avviene quando un contenuto non resta soltanto qualcosa da consumare, ma diventa una conversazione. Questo non richiede sempre un'esperienza organizzata. Può accadere attraverso una risposta, una lettera, una segnalazione, una competenza offerta, una domanda inviata via email.

La qualità nasce dalla cura editoriale: scegliere quali contributi approfondire, quali voci mettere in relazione, quali differenze rendere visibili. Il Club estende questa logica nello spazio fisico. Non riunisce semplicemente persone interessate allo stesso tema, ma crea le condizioni affinché possano conoscersi al di là del ruolo professionale e dell'utilità immediata.

Quando funziona, il percorso è circolare: un contenuto apre una domanda, una conversazione la complica, un'esperienza la rende concreta, una relazione produce una nuova storia. VENTO vuole essere un circolo virtuoso di attenzione, conoscenza e partecipazione.

Che cosa è VENTO

VENTO è un progetto editoriale con una voce quotidiana. È un social club costruito con cura. È un sistema di esperienze in piccoli gruppi. È una rete di persone, luoghi, competenze e relazioni. È un progetto imprenditoriale che vuole creare valore economico senza separarlo dalla responsabilità culturale e ambientale.

VENTO non è uno yacht club. Non è un aggregatore di eventi. Non è un'app di dating o di networking. Non è un club di lusso fondato sull'ostentazione. Non è una proposta turistica generica. Non è una community costruita soltanto sull'affinità digitale. Non è una testata che usa il Club come pubblicità e non è un Club che usa la parte editoriale come decorazione.

Questa distinzione deve restare leggibile anche quando il progetto cresce. La chiarezza non limita l'evoluzione; la rende possibile.

Visione, missione, promessa

La visione di VENTO è contribuire a una cultura in cui il tempo, le relazioni e l'attenzione tornino a essere considerati risorse da proteggere. Vogliamo diventare un riferimento italiano capace di unire qualità editoriale ed esperienze reali, con uno sguardo mediterraneo e una presenza aperta al mondo.

La missione è pubblicare ogni giorno contenuti che aiutino a capire il presente e creare, durante l'anno, esperienze curate nei dettagli che permettano a persone diverse di condividere tempo, conoscenze e luoghi. Lo facciamo attraverso il podcast, il Journal, Club Notes (la newsletter), il Club e una rete di autori, ospiti e partner.

La promessa editoriale è: capire come cambia il vento.

La promessa relazionale è: creare condizioni in cui le persone possano conoscersi davvero, fino in fondo.

La firma del brand è: il vero lusso è il tempo condiviso.

An aerial photograph of a coastal landscape. In the foreground, there are rolling hills covered in dense, dark green vegetation and patches of dry, yellowish-brown land. A small town or village is visible in the middle ground, with several buildings and a larger structure that looks like a school or community center. In the background, a rugged, rocky coastline meets the sea, with a small peninsula or headland visible. The sky is a clear, deep blue.

Una sola identità, due tempi
che si alimentano a vicenda.

II • UN PROGETTO EDITORIALE E UN SOCIAL CLUB

PARTE III

Capire come cambia il vento

La voce quotidiana di VENTO.

La promessa editoriale

Il presente non ha bisogno soltanto di altre notizie. Ha bisogno di gerarchie, contesto, linguaggio chiaro e memoria. Capire come cambia il vento significa individuare un fatto capace di raccontare un cambiamento più ampio: una trasformazione politica, economica, sociale, tecnologica, climatica o culturale.

VENTO vuole riconoscere le forze che stanno modificando il campo, che stanno cambiando il mondo in cui viviamo. Ci interessa ciò che accade, ma anche ciò che quell'evento rivela. Ci interessa il titolo, ma soprattutto ciò che viene prima e ciò che potrebbe venire dopo.

La promessa non è neutralità intesa come assenza di sguardo. Ogni selezione editoriale implica una prospettiva. La responsabilità consiste nel renderla trasparente, distinguere i fatti dalle opinioni, citare le fonti, correggere gli errori e lasciare spazio alla complessità.

Il podcast VENTO

Il podcast quotidiano si chiama VENTO. Non ha bisogno di un sottotitolo permanente, perché il nome contiene già la sua funzione: osservare la direzione del cambiamento.

Ogni puntata parte da una notizia. La struttura può cambiare, ma la disciplina resta la stessa: andare oltre il titolo, ricostruire il contesto e spiegare perché quella storia conta, unendo puntini spesso difficili da individuare.

Il podcast, condotto da Giorgio Baglio, giornalista, fondatore di VENTO, non imita un notiziario radiofonico e non cerca il tono concitato della breaking news.

Il Journal

Il Journal è la casa editoriale di VENTO. Non è la trascrizione del podcast e non è un blog promozionale. Può partire dalla stessa notizia del giorno, ma usa la forma più adatta: un'analisi, un ritratto, una conversazione, un reportage, una guida, una raccolta fotografica, la storia di un luogo.

Il Journal ha il ritmo di un magazine. La qualità editoriale viene prima della quantità di elementi in pagina. Ogni articolo deve poter vivere autonomamente e, allo stesso tempo, contribuire all'identità complessiva di VENTO.

Le aree principali possono comprendere storie, conversazioni, luoghi, prospettive e guide. Non sono categorie rigide, ma modi diversi di avvicinarsi al presente. Una storia può nascere da una politica pubblica e arrivare a una persona; una conversazione può partire da un mestiere e aprire una domanda culturale; un luogo può diventare la lente per osservare clima, economia, società.

Club Notes

Club Notes è la newsletter di VENTO. Non deve limitarsi a riepilogare ciò che è stato pubblicato. È una lettera periodica che tiene insieme la voce editoriale, la vita del Club e la direzione del progetto.

*Il presente
ha bisogno
di gerarchie,
contesto,
linguaggio
chiaro e
memoria.*

Può aprirsi con una nota breve, segnalare la storia o la puntata che merita più attenzione, indicare ciò che sta arrivando e raccontare un dettaglio dietro le quinte. Quando esistono nuove esperienze, Club Notes le presenta senza usare il linguaggio dell'offerta commerciale. Quando non ci sono annunci, deve avere comunque una ragione per arrivare: una lettura, una domanda, un luogo, una persona.

La newsletter crea continuità. È meno immediata dei social e più personale della homepage. Deve rispettare la casella di posta di chi la riceve, evitando frequenza eccessiva, formule automatiche e inviti generici all'azione.

Il rapporto con le notizie

VENTO segue le notizie, ma non ne replica il ritmo. La tempestività è importante quando permette di capire; diventa rumore quando sostituisce la verifica. Non vogliamo arrivare per primi a ogni costo. Vogliamo arrivare in tempo con qualcosa di utile.

Questo significa distinguere tra urgenza e rilevanza. Alcuni fatti richiedono una pubblicazione rapida. Altri acquistano senso soltanto dopo che le prime versioni sono state verificate. Il lavoro editoriale consiste anche nel decidere quando parlare e quando aspettare.

VENTO non può coprire tutto. La selezione è parte della sua identità. Privilegiamo storie che mostrano cambiamenti di lungo periodo, che hanno conseguenze concrete, che mettono in relazione politica, economia, società, ambiente e cultura. Cerchiamo l'angolo che manca, non quello che genera più facilmente una reazione.

Fonti, competenze e fiducia

La fiducia editoriale si costruisce con pratiche visibili. Le fonti devono essere affidabili e, quando possibile, accessibili. I dati devono essere contestualizzati. Le citazioni non devono essere piegate a una tesi. Le incertezze vanno dichiarate. Gli errori vanno corretti in modo trasparente.

VENTO valorizza le competenze senza trasformare gli esperti in autorità indiscutibili. Un ricercatore, un imprenditore, un funzionario, un artista o un abitante di un territorio vedono parti diverse della stessa realtà. Il compito editoriale è mettere in relazione queste prospettive, verificare gli interessi in gioco e restituire al pubblico una mappa più leggibile.

La semplicità del linguaggio non deve diventare semplificazione del problema. Scrivere in modo chiaro significa eliminare il superfluo, non nascondere i conflitti o ridurre tutto a una morale.

Indipendenza editoriale

VENTO potrà collaborare con partner, istituzioni e imprese. Queste relazioni non devono compromettere l'indipendenza della voce editoriale. I contenuti sponsorizzati, quando esistono, devono essere riconoscibili. Le partnership non possono determinare silenzi, omissioni o giudizi favorevoli.

L'indipendenza non è isolamento. Significa poter collaborare senza cedere il controllo del criterio editoriale. Un partner può offrire accesso, competenze, luoghi o risorse; non può acquistare credibilità attraverso la confusione tra comunicazione e giornalismo.

La reputazione di VENTO dipenderà dalla coerenza con cui questa distinzione verrà mantenuta, soprattutto quando sarà più conveniente ignorarla.



Il presente ha bisogno di
gerarchie, contesto,
linguaggio chiaro e memoria.

PARTE IV

Il Club

La dimensione reale e relazionale di VENTO.

Un luogo umano

Il Club è il luogo in cui la promessa editoriale diventa presenza. Non è un premio riservato a chi segue VENTO da più tempo e non è un servizio accessorio. È una dimensione distinta, con un proprio ritmo, proprie responsabilità e una cura specifica.

VENTO non avrà bisogno di una clubhouse per essere un Club, ma avrà bisogno di continuità. Un insieme di occasioni isolate non crea relazioni. Servono persone che tornano, riconoscono un tono, incontrano volti già noti e restano aperte a chi arriva. Il Club esiste quando la qualità del rapporto conta più della novità del programma.

La casa fisica potrà venire un giorno. Prima viene la cultura del luogo: il modo in cui si accoglie, si ascolta, si introduce una persona, si protegge una conversazione e si lascia spazio.

Persone diverse, una sensibilità comune

VENTO non nasce per una categoria professionale o anagrafica. Può riunire giornalisti, imprenditori, ricercatori, creativi, professionisti, produttori, insegnanti, viaggiatori e persone che non si riconoscono in nessuna di queste definizioni.

Ciò che conta è una sensibilità comune: curiosità verso il mondo, rispetto per gli altri e per i luoghi, disponibilità all'ascolto, attenzione alla qualità, desiderio di condividere tempo senza trasformare ogni relazione in una transazione.

La diversità non è un elemento decorativo. È ciò che rende utile il Club. Se tutte le persone hanno gli stessi riferimenti, lo stesso lavoro e la stessa visione, la conversazione diventa conferma. VENTO deve cercare differenze capaci di ampliare lo sguardo, senza rinunciare a un patto culturale di rispetto.

Perché piccoli gruppi

I piccoli gruppi non sono una strategia di esclusività. Sono una scelta di qualità. Rendono più facile ascoltare, ricordare i nomi, lasciare spazio a chi parla meno, modificare il programma in base alle persone presenti e costruire fiducia nel tempo.

La dimensione giusta cambia a seconda dell'esperienza. Una navigazione, una cena, una visita o una conversazione pubblica richiedono numeri diversi. Il criterio non è mantenere tutto necessariamente piccolo, ma evitare che la scala distrugga ciò che VENTO vuole creare.

Quando il gruppo cresce, devono crescere anche la cura, la facilitazione, gli spazi e la chiarezza. Non basta aggiungere sedie.

Entrare con cura

L'ingresso nel Club avviene attraverso una richiesta d'invito. Questa formula non deve comunicare superiorità o mistero. Serve a conoscere le motivazioni, proteggere l'equilibrio dei gruppi e assicurare che le aspettative siano coerenti con ciò che VENTO può offrire.

*VENTO
cresce con
cura.*

La selezione non riguarda il prestigio della persona, il reddito o la visibilità. Riguarda il modo di partecipare. Una persona molto nota può essere inadatta se cerca soltanto attenzione; una persona che non ha un profilo pubblico può diventare essenziale per la qualità del Club.

VENTO cresce con cura. Questo significa accogliere progressivamente, spiegare con trasparenza criteri e tempi, evitare promesse che non possono essere mantenute e non usare la scarsità artificiale come tecnica commerciale.

La membership

La membership è il patto pratico che rende possibile la continuità del Club. Non è soltanto un abbonamento a un calendario e non garantisce che ogni esperienza sia inclusa. Sostiene la progettazione, la cura, il lavoro editoriale collegato, la gestione delle relazioni e la costruzione di una stagione coerente.

Essere membri significa poter accedere alle esperienze riservate, ricevere anticipazioni e inviti, partecipare ad alcune conversazioni e contribuire alla vita del Club. Significa anche accettare che non tutto sia costruito intorno alle preferenze individuali. Un Club non è un concierge collettivo.

La membership deve essere spiegata con precisione: che cosa comprende, che cosa richiede un contributo aggiuntivo, come funziona il rinnovo, quali sono i criteri di partecipazione e quali responsabilità assume VENTO. La cura del linguaggio non può sostituire la chiarezza contrattuale.

Contribuire, non soltanto partecipare

La qualità del Club non dipende soltanto da chi lo organizza. Ogni membro contribuisce con il proprio modo di stare. Presentare due persone, condividere una competenza, segnalare un luogo, accogliere chi arriva per la prima volta, lasciare spazio in una conversazione: sono gesti piccoli che costruiscono la cultura di VENTO.

Non chiediamo a tutti di diventare volontari o ambasciatori. Chiediamo una partecipazione responsabile. Il Club deve evitare due rischi opposti: trasformare i membri in clienti passivi o aspettarsi da loro un lavoro gratuito permanente. Il contributo deve nascere da una reciprocità reale.

VENTO può creare occasioni per proporre storie, ospiti, temi ed esperienze. La decisione finale resta affidata alla cura editoriale e organizzativa, ma il progetto deve mantenere canali aperti per ascoltare ciò che le persone vedono e fanno.

La tecnologia al servizio del Club

La tecnologia deve semplificare l'accesso alle informazioni, le prenotazioni, i pagamenti, le comunicazioni e la gestione delle preferenze. Non deve trasformare il Club in un social network parallelo, né spingere le persone a produrre continuamente contenuti.

Una piattaforma può aiutare a ricordare un nome, trovare il programma, condividere materiali e mantenere un filo tra un'esperienza e l'altra. Ma la qualità della relazione non va confusa con il numero di messaggi scambiati. VENTO deve usare strumenti digitali discreti, sicuri e rispettosi dei dati personali.

La domanda guida è sempre la stessa: questa funzione aiuta le persone a partecipare meglio o aggiunge soltanto un altro luogo da controllare?

Carta del Club

La Carta del Club non è un codice di comportamento costruito per controllare ogni dettaglio. È un patto culturale essenziale.

Entriamo in VENTO con curiosità, non con la necessità di avere ragione. Trattiamo il tempo degli altri come una risorsa preziosa. Non usiamo il Club per raccogliere contatti o vendere in modo aggressivo. Rispettiamo la riservatezza delle conversazioni quando viene richiesta. Accogliamo le differenze senza tollerare comportamenti discriminatori o offensivi. Proteggiamo i luoghi che ci ospitano e riduciamo, per quanto possibile, l'impatto delle nostre attività. Condividiamo competenze senza trasformare ogni intervento in autopromozione. Lasciamo ogni esperienza un poco migliore di come l'abbiamo trovata.

La Carta vale anche per chi organizza VENTO. Il Club deve essere trasparente, coerente, puntuale, responsabile nella gestione dei dati e disposto ad ascoltare critiche fondate. La reciprocità comincia dall'organizzazione.



VENTO cresce con cura.

PARTE V

Le esperienze

A full-page background image showing a sailboat on the ocean at dusk. The sky is a deep, dark blue, and the water is a lighter, textured blue. The sailboat is positioned in the center-left of the frame, with its mast and rigging visible against the sky. The overall mood is serene and contemplative.

*Il punto in cui idee, persone e luoghi diventano
presenza.*

Non eventi, ma esperienze

VENTO preferisce la parola esperienze non per rendere più elegante un evento, ma per indicare una differenza reale. Un evento può essere misurato soprattutto dal numero di partecipanti, dalla visibilità e dall'esecuzione del programma. Un'esperienza richiede attenzione a ciò che accade prima, durante e dopo: chi partecipa, perché quel luogo è stato scelto, quale ritmo permette, che cosa resta.

Non tutte le iniziative di VENTO devono essere complesse o spettacolari. Una passeggiata con una persona capace di leggere un paesaggio può essere più significativa di un fine settimana costoso. Una tavola preparata con cura può generare più valore di un grande palcoscenico. La qualità non coincide con il prezzo, ma con la coerenza.

Ogni esperienza dovrebbe avere una domanda, non soltanto un programma. Dovrebbe offrire una ragione per esserci che non possa essere sostituita da una fotografia sui social.

VENTO Compass

La VENTO Compass è il sistema con cui progettiamo e raccontiamo le esperienze. Non è un catalogo di categorie separate, ma una bussola. Ogni esperienza può muoversi lungo quattro coordinate: SEA, TASTE, CULTURE e CONNECTIONS.

La natura e il rispetto dei luoghi attraversano tutte le coordinate. Non sono una quinta categoria da aggiungere quando serve. Una navigazione senza attenzione all'ambiente marino, una degustazione separata dal territorio, un appuntamento culturale indifferente al luogo o una conversazione costruita soltanto per visibilità non sono coerenti con VENTO.

La Compass aiuta a verificare l'equilibrio della stagione. Impedisce che il mare diventi l'unica immagine del progetto, che la tavola venga ridotta a consumo, che la cultura resti astratta e che le relazioni si trasformino in networking.

SEA — Il mare come relazione

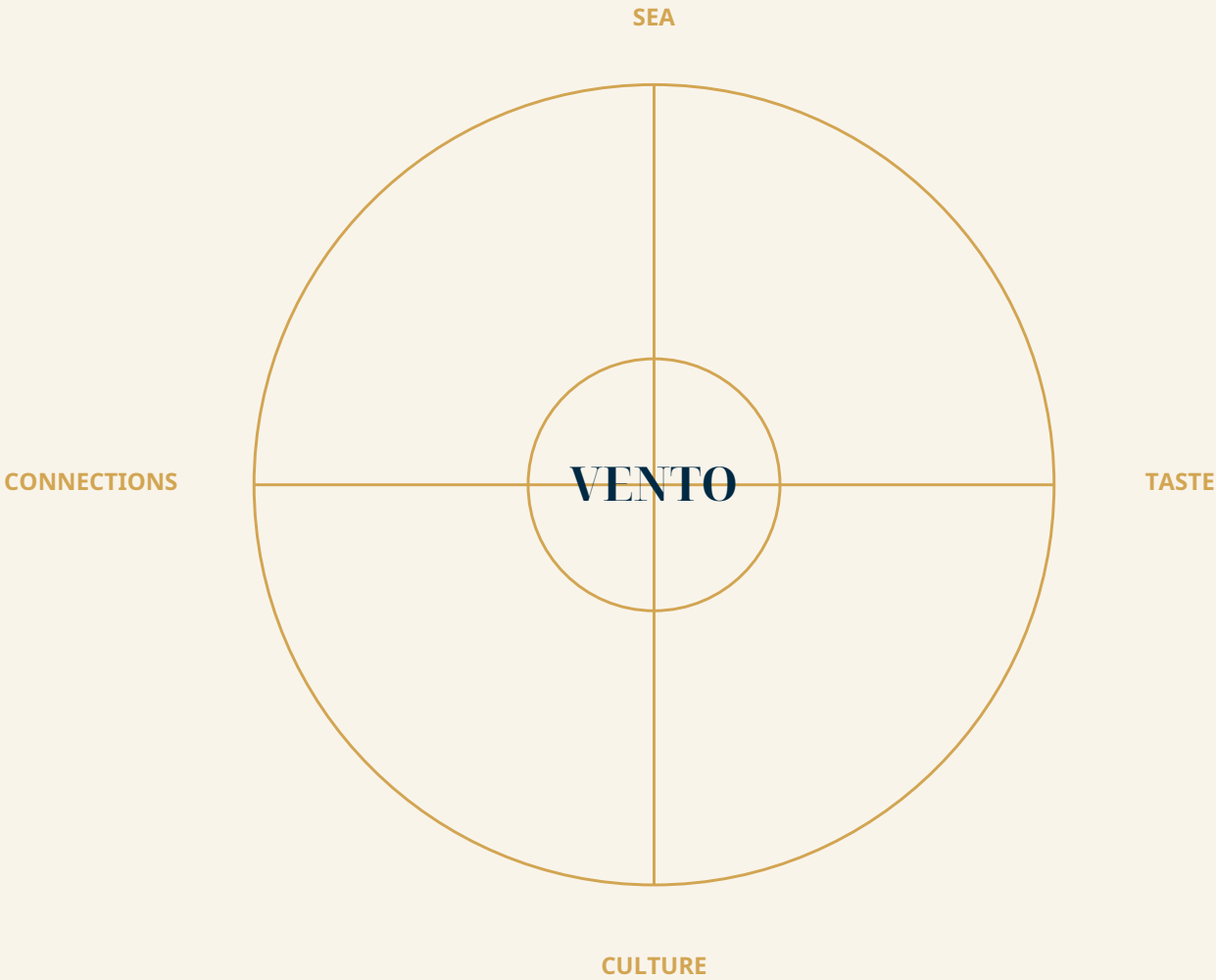
Il mare è all'origine di VENTO, ma non è un fondale. È un ambiente vivo, un limite, una responsabilità e una scuola di attenzione. In mare il programma dipende dal vento, dal tempo, dalle competenze e dalla capacità di adattarsi. Questa condizione restituisce misura.

Le esperienze SEA possono includere navigazioni costiere, uscite al tramonto, fine settimana in barca, visite a porti e marine, conversazioni sulla sicurezza, attività di conoscenza e tutela dell'ambiente marino. Non hanno come obiettivo la performance sportiva né l'esibizione di lusso.

Ogni attività deve rispettare norme, sicurezza, capacità dei partecipanti e fragilità dell'ecosistema. Quando possibile, VENTO collabora con persone e organizzazioni che conoscono il mare non soltanto come opportunità economica, ma come patrimonio da proteggere.

TASTE — La tavola come racconto

*Ogni
esperienza
dovrebbe
avere una
domanda,
non soltanto
un
programma.*



Il mare, la tavola, la cultura e le relazioni sono coordinate di una stessa esperienza.

La tavola è uno dei luoghi più antichi della relazione. Per VENTO non è un servizio accessorio né una sequenza di prodotti da fotografare. È il punto in cui territorio, lavoro, stagioni e ospitalità diventano comprensibili.

Le esperienze TASTE possono includere visite a piccole cantine familiari, degustazioni, cene con chef ospiti, laboratori, mercati, vigneti, frantoi e incontri con produttori. Cerchiamo persone capaci di raccontare le scelte, i limiti e le trasformazioni del proprio lavoro, non soltanto di presentare un'eccellenza.

La qualità della tavola comprende anche responsabilità: attenzione agli sprechi, stagionalità, provenienza, condizioni di lavoro, impatto ambientale e accessibilità. Il gusto non viene separato dal contesto che lo rende possibile.

CULTURE — La cultura come pratica

La cultura non è un settore da aggiungere al programma per renderlo più prestigioso. È il modo in cui una comunità interpreta il proprio tempo. Libri, fotografia, design, cinema, architettura, arte, musica e ricerca permettono di vedere ciò che l'abitudine rende invisibile.

Le esperienze CULTURE possono essere conversazioni con autori, visite guidate da curatori, atelier aperti, laboratori, letture, proiezioni, percorsi fotografici, giornate in archivi e luoghi della produzione culturale. Preferiamo contesti in cui sia possibile porre domande e osservare un processo, non soltanto assistere a una presentazione.

Il Journal e il podcast possono preparare o proseguire queste esperienze, ma non devono trasformarle in contenuti obbligatori. Alcuni momenti hanno valore proprio perché non vengono registrati o pubblicati.

CONNECTIONS — Relazioni senza networking

CONNECTIONS è la coordinata più delicata. Ogni esperienza di VENTO produce relazioni, ma non tutte devono avere come tema esplicito il conoscersi. Quando la connessione diventa obiettivo dichiarato, cresce il rischio di costruire un contesto artificiale, dominato da presentazioni e scambi di utilità.

Le esperienze CONNECTIONS possono includere tavole rotonde in piccoli gruppi, conversazioni guidate, workshop, residenze brevi, momenti di confronto tra competenze diverse e occasioni in cui un tema comune facilita la conoscenza reciproca.

VENTO non promette opportunità professionali, amicizie o collaborazioni. Può creare condizioni favorevoli e lasciare che ciò che ha valore cresca senza forzature.

Come progettiamo

Ogni esperienza viene valutata attraverso alcune domande. Perché dovrebbe esistere? Che cosa può accadere soltanto in quel luogo? Chi può rendere il tema più ricco? Qual è il numero giusto di persone? Quanto tempo serve davvero? Quale impatto produce? Che cosa deve sapere un partecipante prima di arrivare? Che cosa resta dopo?

La progettazione considera accessibilità, sicurezza, trasporti, ritmo, qualità dell'ospitalità, equilibrio tra contenuto e tempo libero, presenza di alternative in caso di condizioni avverse e chiarezza dei costi. L'imprevisto può essere parte dell'esperienza, ma non deve diventare una giustificazione per l'improvvisazione.

La fotografia e la comunicazione devono rispettare ciò che accade. Non ogni momento deve diventare materiale promozionale. Le persone devono sapere quando vengono riprese e poter vivere l'esperienza senza sentirsi comparse di una campagna.

Una stagione, non un catalogo

Le esperienze di VENTO formano una stagione. Questo significa che esiste un ritmo, un equilibrio e una relazione tra i diversi momenti. Non vogliamo riempire il calendario né inseguire ogni opportunità. Una stagione può alternare città e natura, contenuti pubblici e occasioni riservate, mare e cultura, tavole e laboratori.

La programmazione deve lasciare spazio al presente. Alcune esperienze saranno pensate con largo anticipo; altre nasceranno da una storia, da una persona o da un cambiamento che merita attenzione. La flessibilità, però, non può compromettere la qualità organizzativa.

La stagione racconta una direzione. Anche chi non partecipa a tutto dovrebbe poter riconoscere un filo.



Ogni esperienza dovrebbe
avere una domanda, non
soltanto un programma.

PARTE VI

Il modo di fare VENTO

Principi concreti per proteggere la qualità del progetto.

Poche cose, fatte con cura

VENTO non deve dimostrare vitalità attraverso la quantità. Pubblicare, organizzare e comunicare di più non significa necessariamente creare più valore. La cura richiede scelte, rinunce e tempo.

Preferiamo una storia necessaria a cinque contenuti intercambiabili. Una stagione leggibile a un calendario affollato. Un partner coerente a molte collaborazioni decorative. Un'esperienza ben preparata a una novità annunciata troppo presto.

La lentezza non è un valore assoluto. Alcune decisioni richiedono rapidità. Il principio è non confondere la fretta con l'ambizione.

Ospitalità senza formalismi

L'ospitalità è il modo in cui una persona comprende, prima ancora delle parole, che tipo di luogo sta entrando. Inizia dalle informazioni chiare, dalla puntualità, dall'attenzione alle esigenze e dalla capacità di far sentire a proprio agio chi arriva senza conoscere nessuno.

Non richiede rituali rigidi né un servizio ostentato. Richiede presenza. Un nome ricordato, una presentazione fatta con cura, una domanda sincera, un posto preparato, un problema affrontato senza scaricarlo sull'ospite.

L'eleganza di VENTO deve essere leggibile soprattutto nel modo in cui tratta le persone.

Conversazioni, non networking

Il networking parte spesso dalla domanda: che cosa può essermi utile di questa persona? Una conversazione autentica parte dalla curiosità: che cosa vede che io non vedo?

VENTO non vieta che nascano collaborazioni, opportunità o progetti. Sarebbe artificiale. Ma non costruisce contesti in cui il valore di una persona dipende dal ruolo, dal titolo o dalla capacità di offrire un vantaggio immediato.

Per questo evitiamo badge che trasformano ogni nome in una funzione, presentazioni eccessivamente lunghe e formule che obbligano tutti a vendersi in pochi secondi. Il lavoro può essere parte della conversazione, non l'intera identità.

Bellezza senza ostentazione

VENTO attribuisce valore alla bellezza: un carattere tipografico, una luce, una tavola, un oggetto, un paesaggio, un gesto. Ma la bellezza perde forza quando diventa dimostrazione di status o superficie separata dalla funzione.

Cerchiamo luoghi e materiali che abbiano una storia, non soltanto una resa fotografica. Preferiamo l'armonia alla perfezione, la materia alla decorazione, la sobrietà all'accumulo. L'oro è un accento, non un codice del lusso. Il mare è una presenza, non un simbolo di esclusività.

Il design deve rendere il progetto più chiaro, non più distante.

Rispetto del tempo

*Poche cose,
fatte con
cura.*

Il tempo è la risorsa che VENTO chiede più spesso alle persone. Per questo deve trattarlo con responsabilità. Una puntata deve arrivare al punto. Un articolo deve giustificare la sua lunghezza. Un'esperienza deve iniziare e finire con chiarezza. Una riunione deve avere una ragione.

Rispettare il tempo significa anche non riempirlo completamente. Le pause, i momenti liberi e la possibilità di non partecipare a ogni attività fanno parte della qualità. Una giornata perfettamente programmata può lasciare meno spazio di una giornata ben pensata.

Il tempo condiviso è prezioso quando non viene occupato senza misura.

Responsabilità verso mare e natura

Ogni scelta ha un impatto: trasporti, energia, materiali, rifiuti, consumo d'acqua, pressione sui luoghi, produzione di contenuti. VENTO non potrà eliminare ogni impatto, ma deve conoscerlo, ridurlo e dichiarare con onestà i propri limiti.

Preferiamo gruppi compatibili con la capacità dei luoghi, fornitori responsabili, materiali riutilizzabili, stagionalità e attività che non trasformino ambienti fragili in scenografie. Quando possibile, una parte delle esperienze può sostenere progetti locali di tutela, ricerca o educazione.

La sostenibilità non è una sezione del programma. È un criterio di progettazione.

Curiosità prima del giudizio

La curiosità non significa sospendere ogni valutazione. Significa arrivare al giudizio dopo aver ascoltato e compreso abbastanza. In un tempo che premia reazioni immediate, questa disposizione è una forma di disciplina.

VENTO deve saper mettere in relazione persone che non concordano, purché condividano rispetto per i fatti e per gli altri. Non tutte le opinioni hanno lo stesso valore e non ogni provocazione merita un palco. L'apertura non richiede indifferenza verso la verità, la dignità o la responsabilità.

La conversazione migliore non è quella in cui tutti si convincono, ma quella in cui nessuno esce esattamente con le stesse domande con cui è entrato.

La tecnologia con misura

Usiamo la tecnologia per pubblicare, distribuire, organizzare, prenotare, pagare, tradurre, registrare e mantenere un filo. Non la usiamo per simulare una relazione o per trasformare ogni comportamento in dato.

Le scelte tecnologiche devono privilegiare sicurezza, semplicità, interoperabilità e rispetto della privacy. Evitiamo funzioni create soltanto per aumentare il tempo trascorso sulla piattaforma. Un buon strumento può anche diventare invisibile.

L'intelligenza artificiale può assistere ricerca, produzione e organizzazione, ma non sostituisce responsabilità editoriale, verifica, voce, consenso e giudizio.

Le differenze ampliano lo sguardo

VENTO vuole essere un luogo in cui differenze di età, provenienza, professione, esperienza e sensibilità rendano più ricca la conversazione. Questo richiede un lavoro attivo. Non basta dichiarare apertura.

La scelta degli autori, degli ospiti, dei partner e dei membri deve evitare cerchie sempre uguali. I costi, i luoghi e i formati possono creare barriere anche quando nessuno le ha progettate intenzionalmente. La cura comprende la capacità di riconoscerle.

Non tutto sarà accessibile a tutti nello stesso modo, ma ogni limite deve essere interrogato, non dato per naturale.

Ogni cosa deve lasciare qualcosa

Una storia può lasciare una domanda. Una puntata può rendere comprensibile un conflitto. Un'esperienza può generare una relazione, una competenza, un ricordo o un impegno concreto verso un luogo.

Questo non significa che ogni momento debba produrre un risultato misurabile. Anche il piacere, il riposo e la bellezza hanno valore. Significa evitare l'intercambiabilità. Se un contenuto o un'esperienza potrebbero essere sostituiti da cento equivalenti senza perdere nulla, forse non sono ancora VENTO.

La traccia più importante spesso non è quella pubblica. È il modo in cui una persona torna alla propria vita.



Poche cose, fatte con cura.

PARTE VII

Persone, luoghi e partner

*Un progetto cresce attraverso relazioni
coerenti, non attraverso visibilità accumulata.*

Le persone che danno forma a VENTO

VENTO nasce dall'incontro tra competenze diverse. Giornalisti e autori portano domande e strumenti di racconto. Ricercatori e professionisti aggiungono profondità. Imprenditori e produttori mostrano come le idee diventano scelte concrete. Artisti e designer modificano il modo di vedere. Cuochi, vignaioli, marinai, artigiani e abitanti dei territori rendono visibili saperi che spesso non entrano nel dibattito pubblico.

Non cerchiamo soltanto nomi riconoscibili. Cerchiamo persone che abbiano qualcosa da dire e un modo generoso di dividerlo. La notorietà può aiutare a portare attenzione, ma non sostituisce la sostanza.

Ogni collaborazione deve lasciare spazio alla voce della persona, senza usarla come decorazione del brand.

I luoghi non sono contenitori

Una marina, una cantina, un museo, una casa, un laboratorio, un paesaggio o un ristorante non sono sfondi intercambiabili. Ogni luogo ha una storia, regole, fragilità, persone e ritmi.

VENTO sceglie luoghi capaci di aggiungere significato all'esperienza. Questo può voler dire rinunciare a una sede più spettacolare ma meno coerente, limitare il numero di partecipanti, modificare il programma o accettare una logistica più complessa.

La relazione con un territorio non si esaurisce nel giorno dell'esperienza. Quando possibile, VENTO torna, racconta, ascolta e costruisce continuità.

Che cosa significa essere partner

Un partner di VENTO non acquista soltanto uno spazio di visibilità. Contribuisce con competenze, luoghi, accesso, risorse, ricerca, prodotti o persone a qualcosa che non potrebbe esistere nello stesso modo senza quella relazione.

La partnership deve produrre valore per tutte le parti, compreso il pubblico e il territorio. Non basta la compatibilità estetica. Servono coerenza dei comportamenti, trasparenza, qualità del contributo e rispetto dell'indipendenza editoriale.

Preferiamo poche relazioni continuative a una successione di loghi. Non cerchiamo visibilità. Costruiamo relazioni di valore.

Criteri di scelta

Prima di iniziare una partnership, VENTO valuta la coerenza con i propri valori, la reputazione, l'impatto ambientale e sociale, la qualità dell'offerta, il modo in cui l'organizzazione tratta persone e territori, la trasparenza degli obiettivi e la libertà editoriale.

Nessuna organizzazione è perfetta e VENTO non vuole costruire una vetrina di purezza. Ma alcune contraddizioni sono incompatibili con il progetto. La disponibilità economica non può compensare comportamenti che danneggiano gravemente persone, ambiente o fiducia.

*Non
cerchiamo
visibilità.
Costruiamo
relazioni di
valore.*

I criteri devono essere applicati anche ai piccoli fornitori e alle collaborazioni informali. La coerenza si vede soprattutto nei dettagli che non finiscono in una presentazione.

Co-progettare senza confondere i ruoli

Le esperienze migliori possono nascere da una vera co-progettazione. Un produttore conosce il proprio territorio, un museo il proprio patrimonio, un'impresa il proprio settore, una fondazione il proprio campo di ricerca. VENTO porta lo sguardo editoriale, la cura del formato, la relazione con il pubblico e la coerenza complessiva.

Collaborare non significa rinunciare ai ruoli. Il partner non diventa automaticamente editore; VENTO non pretende di sostituirsi alle competenze specifiche. La chiarezza delle responsabilità rende la collaborazione più creativa.

Ogni progetto deve stabilire in anticipo obiettivi, contenuti, visibilità, uso dei dati, diritti sulle immagini, costi e criteri di valutazione.

Una rete mediterranea e aperta

VENTO vuole costruire nel tempo una rete italiana e mediterranea di luoghi, autori, partner e persone. Non una mappa di destinazioni da collezionare, ma relazioni capaci di crescere attraverso ritorni, scambi e progetti comuni.

La rete può includere marine, cantine, aziende agricole, musei, fondazioni, università, festival, studi creativi, imprese, alberghi, ristoranti, associazioni e istituzioni. La varietà è una forza se esiste una direzione condivisa.

Il Mediterraneo resta il punto di partenza, non il limite geografico. VENTO può seguire storie e relazioni ovunque siano capaci di ampliare il suo sguardo.



Non cerchiamo visibilità.
Costruiamo relazioni di
valore.

PARTE VIII

La rotta

Crescere senza perdere la direzione.

Prima viene la voce

La prima fase di VENTO è la costruzione della voce: sito, podcast, Journal, Club Notes, identità visiva e criteri editoriali. Prima di chiedere alle persone di entrare nel Club, il progetto deve mostrare con continuità che cosa sa vedere, come lavora e quale spazio vuole creare.

La voce non serve soltanto a farsi conoscere. È il primo atto di ospitalità. Permette a chi arriva di capire se riconosce una sensibilità, senza pressioni e senza dover aderire immediatamente a qualcosa.

La qualità di questa fase determinerà la qualità delle relazioni successive. Un pubblico costruito attraverso promesse generiche difficilmente diventerà un Club coerente.

Le prime relazioni

La seconda fase riguarda le persone che si avvicinano: lettori, ascoltatori, autori, contributor, partner, professionisti e persone interessate al Club. La lista d'attesa non deve essere considerata soltanto un bacino commerciale. È un primo luogo di ascolto.

VENTO deve capire quali storie vengono condivise, quali domande ritornano, quali territori emergono e quali competenze le persone sono disposte a mettere in circolo. Questo ascolto non significa seguire ogni preferenza. Serve a evitare che il progetto resti chiuso nelle intuizioni di chi lo ha fondato.

Le prime relazioni richiedono trasparenza. Meglio comunicare un limite o un ritardo che riempire il vuoto con promesse premature.

Le prime esperienze

Le prime esperienze devono essere considerate prototipi reali, non eventi dimostrativi. Servono a verificare dimensione dei gruppi, ritmo, logistica, qualità dell'ospitalità, disponibilità al confronto, sostenibilità dei costi e coerenza tra promessa e realtà.

Dopo ogni esperienza VENTO deve ascoltare, raccogliere osservazioni e correggere. Il successo non si misura soltanto nella soddisfazione immediata, ma nella volontà di tornare, nella qualità delle relazioni nate e nella capacità di lasciare qualcosa al luogo e alle persone coinvolte.

È preferibile iniziare con pochi formati riconoscibili e farli maturare, anziché lanciare una grande varietà che non può essere sostenuta con la stessa cura.

Il Club

La membership arriva quando esistono una voce riconoscibile, una base di fiducia, una prima stagione credibile e una struttura capace di mantenere le promesse. Non deve essere anticipata soltanto per validare il modello economico.

Il Club cresce progressivamente. La dimensione iniziale deve permettere di conoscere le persone, osservare le dinamiche e costruire una cultura. Con il tempo potranno nascere capitoli territoriali, gruppi tematici o nuove modalità di partecipazione, ma soltanto se non frammentano l'identità.

La domanda non è quanto VENTO sia diventato grande, ma quanto sia diventato utile e credibile.

La governance dovrà diventare più chiara con la crescita: responsabilità, criteri di accesso, gestione dei conflitti, trasparenza economica, tutela dei dati e canali di ascolto.

Nuovi luoghi

La crescita geografica non è una corsa a coprire città e coste. Un nuovo luogo entra in VENTO quando esiste una relazione capace di sostenerlo: una persona, un partner, una storia, una comunità locale, un tema.

Ogni espansione deve rispettare il carattere del territorio. VENTO non deve replicare lo stesso format ovunque come se i luoghi fossero scenografie. La coerenza non nasce dall'identità, ma da criteri condivisi.

La dimensione nazionale e mediterranea può svilupparsi attraverso stagioni, residenze, collaborazioni editoriali e ritorni periodici, prima ancora di strutture permanenti.

Una casa per VENTO

Una casa fisica può diventare, un giorno, la conseguenza naturale del progetto. Non deve essere il simbolo necessario della sua legittimità. Una clubhouse richiede capitale, gestione, continuità e una comunità abbastanza forte da abitarla davvero.

Se arriverà, dovrà essere più di un luogo bello. Dovrà ospitare registrazioni, letture, tavole, lavoro editoriale, conversazioni, mostre, piccoli laboratori e momenti quotidiani. Dovrà avere una relazione con il quartiere e non funzionare come un'isola esclusiva.

La casa di VENTO non sarà un monumento al brand. Sarà uno spazio utile alle persone e alle idee.

Crescere con cura

Crescere con cura non significa crescere lentamente per principio. Significa non accettare una crescita che distrugga il motivo per cui il progetto è nato. Ogni aumento di scala deve essere accompagnato da competenze, processi, responsabilità e capacità di ascolto.

VENTO dovrà imparare a dire no: a collaborazioni incoerenti, a esperienze che non può realizzare bene, a espansioni premature, a contenuti progettati soltanto per ottenere traffico. Dire no protegge lo spazio per ciò che conta.

La sostenibilità economica è parte della cura. Un progetto fragile non può mantenere promesse nel tempo. Ricavi, membership, partnership, contenuti e attività devono costruire un equilibrio che non dipenda da un'unica fonte e non comprometta l'indipendenza.

Come misuriamo ciò che conta

VENTO avrà bisogno di numeri: ascolti, letture, iscrizioni, tassi di apertura, partecipazione, rinnovi, costi, ricavi, impatto ambientale. Ignorarli sarebbe irresponsabile. Ma i numeri devono essere strumenti, non la definizione del successo.

Accanto alle metriche quantitative, osserviamo segnali qualitativi: le persone tornano? Le conversazioni continuano? Gli autori vogliono collaborare di nuovo? I partner riconoscono un valore che va oltre la visibilità? I territori si sentono rispettati? I contenuti vengono ricordati, condivisi e usati per capire?

La domanda finale non è quanto VENTO sia diventato grande, ma se sia diventato più utile, più credibile e più capace di generare relazioni di qualità.

A scenic view of the sea at dusk or dawn. The sky is a gradient of light blue and purple, with a small, bright white circle (the sun or moon) visible. The sea is a deep blue, and the horizon is visible. In the foreground, there is a stone wall and some greenery on the left.

La domanda non è quanto
VENTO sia diventato grande,
ma quanto sia diventato utile
e credibile.

Dodici principi

01

Il tempo delle persone è il nostro bene più prezioso.

07

La qualità conta più della quantità.

02

Preferiamo una conversazione sincera a cento contatti.

08

Condividiamo ciò che sappiamo senza trasformarlo in autopromozione.

03

La curiosità viene prima del giudizio, la verifica prima della certezza.

09

Le differenze ampliano lo sguardo.

04

Il mare e la natura non sono scenografie: sono patrimoni da rispettare.

10

Ogni storia e ogni esperienza devono lasciare qualcosa.

05

La bellezza non richiede ostentazione.

11

La tecnologia deve aiutare la relazione, non sostituirla.

06

L'ospitalità si misura nel modo in cui facciamo sentire le persone.

12

VENTO cresce con cura.



Le differenze ampliano lo sguardo.

VENTO CODE

Il linguaggio di VENTO



Le parole non sono un rivestimento. Determinano ciò che il progetto rende possibile. Un linguaggio troppo esclusivo crea distanza; un linguaggio astratto nasconde la mancanza di sostanza; un linguaggio commerciale trasforma ogni relazione in offerta.

VENTO parla in italiano, con chiarezza e misura. Mantiene alcuni nomi propri in inglese quando hanno una funzione precisa, ma non usa l'inglese per sembrare più internazionale. Preferisce parole concrete: persone, tempo, relazioni, storia, luogo, mare, natura, tavola, cultura, cura, rispetto.

Linguaggio generico	Linguaggio VENTO
Community	Club, persone, relazioni
Evento	Esperienza, occasione, momento
Networking	Conversazione, relazione, connessione di qualità
Blog	Journal
Contenuto	Storia, puntata, articolo, conversazione
Newsletter	Club Notes
Sponsor	Partner, quando la relazione è reale
Target	Persone a cui ci rivolgiamo
Cliente	Lettore, ascoltatore, membro, ospite
Pacchetto	Esperienza, stagione, proposta
Esclusivo	Curato, riservato, in piccoli gruppi
Luxury	Qualità, bellezza, tempo condiviso

Evitiamo la parola appartenenza come formula centrale: una relazione non deve essere dichiarata prima di essere costruita. Evitiamo la parola incontri nelle frasi principali del sito, dove può generare un significato diverso da quello voluto; preferiamo occasioni, momenti, conversazioni, esperienze e relazioni.

Non trasformiamo però il vocabolario in una gabbia. Una parola non diventa sbagliata in ogni contesto. Conta il modo in cui viene usata e la realtà che descrive. La regola più importante è non dire più di ciò che VENTO è in grado di fare.

Le parole
determinano
ciò che il
progetto
rende
possibile.

A scenic view of a coastline. In the foreground, a low stone wall runs across the bottom. To the left, there is a dense, dark green tree. The middle ground shows a calm, blue sea stretching to the horizon. The sky is a clear, light blue. The text "Epilogo — Una lettera a chi arriverà" is overlaid in white, serif font on the left side of the image.

Epilogo — Una lettera a chi arriverà

Se stai leggendo queste pagine, potresti essere arrivato a VENTO da una puntata ascoltata al mattino, da una storia condivisa da qualcuno, da un'immagine, da un invito o da una conversazione. Potresti diventare membro del Club, collaborare come autore o partner, partecipare a un'esperienza oppure restare semplicemente un lettore e un ascoltatore.

Non esiste un solo modo giusto di essere vicini a VENTO.

Questo progetto non vuole chiederti attenzione continua. Vorrebbe meritare la tua attenzione quando ha qualcosa da dire. Non vuole prometterti una rete di contatti. Vorrebbe creare occasioni in cui una persona possa cambiare il modo in cui guardi una storia, un lavoro, un luogo o una parte del mondo. Non vuole venderti una vita migliore attraverso immagini perfette. Vorrebbe usare bellezza e cura per rendere più abitabili il tempo e le relazioni.

Ci saranno giorni in cui VENTO sarà una voce nelle cuffie. Altri in cui sarà una pagina. Altri ancora in cui avrà il rumore di una tavola, il silenzio di una costa, il vento su una vela, le domande di un laboratorio o una conversazione che continua oltre il programma.

Non sappiamo ancora tutti i luoghi che attraverseremo. Sappiamo però come vorremmo farlo: senza consumarli, senza usare le persone come pubblico e senza trasformare ogni momento in materiale da pubblicare. Vorremmo arrivare con curiosità, restare abbastanza da comprendere qualcosa e lasciare una relazione più forte di quella che abbiamo trovato.

A chi ascolta chiediamo attenzione critica. A chi legge chiediamo di portare domande. A chi partecipa chiediamo presenza. A chi collabora chiediamo chiarezza. A chi entra nel Club chiediamo di contribuire alla qualità del luogo che stiamo costruendo. A noi stessi chiediamo coerenza, capacità di correggerci e rispetto delle promesse.

VENTO non sarà definito soltanto da chi lo fonda. Sarà definito dalle storie che sceglierà, dalle persone a cui darà spazio, dai partner che accetterà, dai luoghi che saprà rispettare e dal modo in cui reagirà quando convenienza e principi entreranno in conflitto.

Le relazioni cambiano il modo di guardare il mondo. È una frase, ma soprattutto un compito. Significa creare le condizioni perché prospettive diverse possano avvicinarsi senza annullarsi. Significa ricordare che capire non è un'attività solitaria. Significa riconoscere che il tempo dedicato a una persona, a una storia o a un luogo può cambiare ciò che vediamo e, di conseguenza, ciò che scegliamo di fare.

Questo è il punto da cui partiamo.

Benvenuto in VENTO.

*Capire non è
un'attività
solitaria.*

Colophon

VENTO • IL MANIFESTO • FOUNDING EDITION 2026

Testo

Giorgio Baglio / VENTO

Direzione editoriale e identità

VENTO

Progetto grafico

Edizione illustrata, impaginazione editoriale internazionale

Formato

A4, abbondanza 3 mm, segni di taglio, font incorporati

Prima edizione

2026

CREDITI FOTOGRAFICI

Costa e vela, Sicilia

Alexandra Smielova / Unsplash

Albero e mare, Creta

S&B Vonlanthen / Unsplash

Persone a tavola

Andrii Solok / Unsplash

Cena e vino

Fantesca Estate & Winery / Unsplash

Tavola sotto un albero

Jennifer Yung / Unsplash

Paesaggio di Minorca

David Vives / Unsplash

Sala e vigneto

Neon Wang / Unsplash

Tavola rurale

Katya Azimova / Unsplash

Vino in vigna

Maxime Kirschner / Unsplash

Biblioteca contemporanea

Declan Sun / Unsplash

Biblioteca storica

HsinKai Tai / Unsplash

Vela al tramonto

Carole Hachet / Unsplash



Il vero lusso è
il tempo condiviso.