

stressata e stressante. Ci siamo fermati in Puglia innanzitutto per la luce. Sì, la luce. Voi non ve ne potete rendere conto, perché ci siete abituati dalla nascita, ma quando arrivi qui la prima cosa che ti colpisce è la luce». Poi c'è tutto il resto: «Qui non si vive solo per lavorare, non siamo obbligati ad avere la baby-sitter per la bimba, ed è tutto un altro modo di vivere. Per esempio non siamo giudicati per i nostri cognomi altisonanti» (*il padre di Ian era un pezzo grosso nel mondo dell'arte*, ndr).

Intendiamoci, non tutto è rose e fiori, e - verrebbe da dire "per fortuna" - c'è qualcosa che non va: «Ogni tanto è difficile abituarci alla mentalità locale. Se c'è un problema spesso la vostra risposta è: "È sempre stato così". E poi siete ancora un po' arretrati, anche se mi rendo conto che siamo pur sempre in piccoli centri». Anche Delphine e Ian si sono calati bene nella realtà locale. Il loro punto di ritrovo preferito è da Tonino Alimentari, a Serranova, non certo un lounge bar da grande città, «ma c'è sempre bella gente, facciamo cocktail e balliamo sotto gli alberi». per una buona cena: «Il "Dish" o "l'Osteria del tempo perso" a Ostuni. Per la spesa invece preferiamo sempre i venditori ambulanti in strada».

UN B&B IN MEZZO AL NULLA.

Paola Cagnazzi nel 2016 ha lasciato un posto al "Corriere della Sera" per dedicarsi totalmente al suo sogno Salentino, a Morciano di Leuca. «Lavoravo felicemente come assistente di direzione, avevo un ottimo posto fisso ma un'estate scoprii casualmente questa zona e fu colpo di fulmine. Il pensiero fisso era di creare qualcosa di mio quaggiù, un'attività nel mondo del turismo legata al territorio e alle sue peculiarità. Una struttura ricettiva nel Basso Salento stava diventando il mio sogno nel cassetto ed era un'eventualità a cui non avevo mai pensato prima di allora».

Dopo un anno di ricerche, Paola scopre un palazzo nel cuore di Morciano di Leuca: «Ho capito che non c'era più ritorno. Si doveva proseguire e sarebbe stato o questo posto o nient'altro».

Era gennaio 2012 e a Morciano pioveva a dirotto, l'immobile era in uno stato di quasi totale abbandono ma aveva camini del '600, un'epigrafe latina di fine '700 che raccontava un passaggio di proprietà, volte salentine con tratti arabeggianti molto rare. «Per me era bellissimo! Ma a Morciano allora non c'era un bar, non c'era un ristorante, né una gelateria, no-

Delphine Bekaert nella grotta situata proprio sotto il suo appartamento nelle campagne di Serranova. È qui che crea i suoi manufatti.



Scarica l'app di Readazione e inquadra il QR per condividere e far condividere gratis questo articolo.

THE NEW WOMEN OF APULIA

Pascale and Ulrique took over a beach at Specchiolla and are going to open a boutique-hotels in Ostuni. The Belgian Delphin works terracotta in the Serranova countryside. The Roman Livia Cento welcomes and hosts tourists in Salento. Thus, Apulia is enriched. Not only from an economic point of view.

PASCAL AND ULRIQUE ARE ABOUT TO OPEN A HOTEL IN OSTUNI. Delphine, from Belgium, produces ceramics in the Serranova countryside. Paola, Lodigiana, has started her B & B in Morciano di Leuca. Livia, from Rome, renovates and, then, rents villas to tourists in the Ciolo area. It is a coincidence that they are all women. It is no coincidence that they ended up here in Puglia, some of them after having traveled the world. They are the new Apulian women. The new Apulians: men and women from Central and Northern Italy, and even more often foreigners, who have decided to take root in our land, buying houses and investing sums, sometimes very substantial ones, to start new business activities. Here are their stories.

WAITING FOR THE 'PARAGON'. "My dream was to own a big garden and not be far from the sea," says Ulrique Bauschke, from Germany, who has found, with the Swiss Pascale Lauber, her dream garden in the countryside of Carovigno, seven kilometers from the sea. In 2011, the two entrepreneurs bought and renovated the Masseria dei Lupi, which had been uninhabited for seven years. After a year of work, they have made it an enchanting place, embellished by a swimming pool and their collection of works of art. The sea on the horizon, no noise, except for (the rare) barking of the other two roommates, Marvel and Liliù. "We had toured the whole region, but we found this area to be the most beautiful, for the hills, for the sea, because we eat divinely, and because people are here are very kind. Initially, they all seemed very reserved. Now we know everyone, and everyone loves us." Pascale and Ulrique are two interior designers; they do business in the real estate sector. They have a hotel in South Africa, and they have bought and sold a lot around the world. Then, they discovered Apulia, and they stopped there. It is not uncommon to see them on their bike, or with their characteristic Renault 4. They are so well set that they are the ones to give the right 'tips' to locals and tourists: "For the sea, we recommend 'Santa Sabina'; to eat: 'Osterai del tempo perso' in Ostuni and 'Casale Ferrovia' in Carovigno; for an excellent pizza you can go to 'Al solito posto', in Ostuni; for the wines, we rely on Silvestro from the winery 'Coperconsumo', also in Ostuni; and to drink a good cocktail, we go to 'Mona Lisa' or 'Giba', in the white city".

Ulrique and Pascale are not retired here, but they continue to be entrepreneurs and have bet a few million euros on the region. In the summer, they opened the 'Paragon Beach', a beach in Specchiolla which, from next season, will become even more stunning and will host two restaurants, a small boutique, and a lounge bar. "We were looking for something new, and a friend told us about a historic building that had to be restored. At first, we were hesitant, but when we crossed the front door and saw the inner garden, we immediately said that we had to do something." Hence, in the former school and former barracks of the finance guard, it is about to open an 11-room boutique hotel with a swimming pool and a restaurant: "We will focus on the charm of the place, with the goal of doing something that does not yet exist in Apulia." Speaking of Apulia and Apulia, Pascale and Ulrique do not make turns of words: "This region has grown a lot, but there is still much to do in the tourism sector, as well as in the world of art or agriculture. We often hear the phrase 'I want to leave, because there is nothing here,' but it is not true: here, you can do a lot."

THE GIRL IN THE CAVES. Delphine Bekaert is 39 years old, and two years ago she moved, with her husband Ian Hoet and her 7-year-old daughter Lucy, to the Serranova countryside, a stone's throw from Torre

nostante un centro storico grazioso, diversi beni culturali di pregio (alcuni molto antichi), un territorio meraviglioso, spiagge incantevoli a solo tre chilometri. Mi chiedevo: perché non c'è niente in un posto così?».

Grandi possibilità e potenzialità erano evidenti, per chi veniva da fuori: «La cosa che notavo, da lombarda, era questa: al Nord mi sembrava quasi tutto fatto, mi sembrava difficile poter pensare ad un'iniziativa per la quale ci fosse ancora spazio o mercato. Qui invece mancavano anche le attività più semplici, in un territorio con un potenziale d'attrattiva importante. Qualcosa si doveva muovere prima o poi. E io mi sono data una mossa!».

Nonostante la distanza da casa, le insuperabili difficoltà burocratiche e problemi di ogni tipo, compreso un padre che non condivideva quella follia, i lavori giunsero a conclusione.

«Ero quasi pronta ad aprire, avevo un bimbo di un anno e il mio papà, neppure sessantenne, molto malato. Nei suoi ultimi giorni riuscì a trovare la forza di prendere un aereo e venire a Morciano a vedere cosa avevo realizzato. Fu molto felice e mi augurò tanta fortuna. Le grandi difficoltà cambiano le prospettive: provare a realizzare un sogno non è più una follia ma un azzardo che vale la pena tentare».

Oggi Paola vive a Morciano di Leuca con il suo bambino almeno quattro mesi l'anno.

«Ho appena concluso la mia quarta stagione estiva e le difficoltà non mancano, anche se ora preferisco parlare di sfide. La sfida di sapersi informare da soli riguardo tutte le novità e gli obblighi amministrativi, bisogna diventare consulenti di se stessi e non calare mai l'attenzione 365 giorni all'anno. La sfida di lavorare in un territorio che dista 110 km dal primo aeroporto e che è mal collegato a tutto, nonostante i timidi miglioramenti degli ultimi anni. La sfida di destagionalizzare che è quasi impossibile se il Capo di Leuca non viene opportunamente promosso all'estero e se non vengono potenziati i collegamenti. L'unico mezzo per godersi in libertà una vacanza in queste zone è l'auto, ma noleggiare l'auto ha un costo che incide non poco nel budget di una vacanza. Per questo i servizi sono fondamentali per far crescere e diversificare il turismo».

E poi l'ultima sfida: «Rendere capillare la cultura dell'ospitalità che in queste zone

ha già ottime basi ma che non bastano, bisogna crescere ancora. Il turista è una risorsa preziosa, deve tornare a casa felice e raccontare la sua esperienza. Non è un pollo da spennare, ma un viaggiatore informato che pretende un rapporto qualità/prezzo sempre migliore. La sfida è il miglioramento, non è svendere il territorio pur di riempire posti letto e neanche pensare di vivere 12 mesi lavorando solo 5 settimane all'anno».

E poi c'è l'abusivismo. Tutti affittano tutto, a prezzi stracciati, ad una clientela di basso profilo e senza alcuna capacità né volontà di spesa sul territorio. «Così si arricchiscono solo i locatori irregolari e spesso improvvisati, senza nessuna crescita per il settore».

Per fortuna Paola (foto al centro), oltre ai problemi, continua a vedere tante opportunità. «Ci sono servizi ai turisti che mancano o sono carenti, c'è ancora un ampio margine di crescita soprattutto nei mercati esteri. Se verranno potenziati promozione del Basso Salento congiuntamente ai collegamenti aerei (e non solo aerei), crescere ancora non sarà una missione impossibile. Serve un accurato lavoro di Destination Management. Il rischio, ahimé non così lontano, è che, senza una sapiente gestione e programmazione, ci sia dietro l'angolo un tracollo e la perdita di quelle fette di mercato conquistate finora. Promozione, collegamenti e Destination Management: queste sono le mie speranze e le affido alle amministrazioni che possono concretamente intervenire in questi ambiti, poiché è evidente che i singoli imprenditori, ancorché illuminati, uniti in rete e capaci delle migliori iniziative, non possono da soli smuovere un territorio e un settore così ampio e complesso».

SALENTO SEALOVERS, LA FELICITÀ? UN'IDEA SEMPLICE.

«Il Salento di cui io e la mia famiglia ci siamo innamorati anni fa è quello più selvaggio, con panorami mozzafiato e costa a picco sul mare in uno tra i più spettacolari tratti della litoranea che da Otranto arriva a Santa Maria di Leuca, "Lu Capu". È qui che accogliamo i nostri ospiti, a Sud del Sud, come ci piace dire. È il Salento di chi ama il mare, quello subito profondo, limpido e cristallino, circondato da rocce a picco sul mare e da grotta da esplorare.

Ed è qui che nasce "SalentoSealovers - Your Holidays By The Sea", una idea della romana Livia Cento (foto a destra), che quattro anni fa ha lasciato il reparto

Guaceto, the Caribbean of Apulia. Former artistic director of Calvin Klein in New York, she creates plates, glasses, cups and other ceramic objects. He organizes events related to the art world. The laboratory (whose name is Delfin), in which she creates her works, is placed in a couple of caves that are located just below their home. Their objects are unique pieces, even quite expensive (some dishes are sold at € 64 each), but she 'justifies' the price: "It's like creating a scarf by Hermes. They are exclusive objects, and therefore people are willing to spend more to get them. After all, I do not work on quantity. If you get three orders a month, it's already a lot."

To create the bigger pieces, Delphine can take a whole day, while she manages to make even three or four of the small ones.

The reason why, among many objects, she decided to go for dishes and glasses, it is soon explained: "Since I was seventeen, I have been obsessed with these objects. I have never spent money on clothes or bags. After all, we use plates and glasses three times a day, right? And those are often the best moments of the day."

Asking foreigners why and how they ended up in these lost places is always interesting because it makes you discover Apulia from different angles. "We were tired of the stressful life. We stopped in Apulia first of all for the light. Yes, the light. You can not realize it, because you're used to it from birth, but when you get here, the first thing that strikes you is the light." Then, there is everything else: "Here we do not live to work only, we are not obliged to have a babysitter for the baby, and it's all another way of life. For example, we are not judged by our high-sounding surnames" (Ian's father was a big deal in the art world).

Watch out; not everything is roses and flowers, and one would say that 'fortunately' there is something wrong: "Sometimes it is difficult to get used to the local mentality. If there's a problem, your answer is often: 'it has always been like that.' You are still a bit underdeveloped, although I realize that we are in small centers. Even Delphine and Ian have fallen well in the local reality. Their favorite meeting point is Tonino Alimentari, in Serranova, certainly not a big city lounge bar, "but there are always nice people, we make cocktails, and we dance under the trees." "For a good dinner: "The 'Dish' or the 'Osterai del tempo perso' in Ostuni; for the shopping, instead, we always support street vendors."

A B&B IN THE MIDDLE OF NOTHING. Paola Cagnazzi in 2016 left her job at the 'Corriere della Sera' to devote herself entirely to her Salentino dream, in Morciano di Leuca. "I used to work happily as a management assistant, I had a great position, but one summer I accidentally discovered this area, and it was love at first sight. Hence, the thought that was always on my mind was to create something of mine own down here, a project in the field of tourism linked to the territory and its peculiarities. A receptive structure in the Lower Salento was becoming my big dream, and it was an eventuality I had never thought of before".

After a year of research, Paola discovered a building in the heart of Morciano di Leuca: "I understood that there was no way back. We had to go on, and it would have been either this place or nothing else."

It was January 2012, and in Morciano it was heavily raining; the property was in a state of almost total abandonment, but it had chimneys from the seventeenth century, a late eighteenth-century epigraph in Latin that told a change of ownership, and some beautiful and rare Salentine vaults with middle eastern features. "For me it was beautiful! However, at that time, in Morciano there was not a bar, no restaurants, nor an ice cream parlor, despite the lovely historical center, several valuable cultural assets (some of them very old), a wonderful territory, enchanting beaches. So I wondered: why is there nothing in such a place?"

The high potential was evident, for those who came from outside: "The thing I noticed, coming from Lombardia, was this: in the North, everything seemed almost all done, it seemed difficult to think of an initiative for which there was still space or market. Here, however, the simplest activities were lacking, in a territory with significant potential for attraction. Something had to move sooner or later. So I gave myself a move!"

Despite the distance from home, the inevitable bureaucratic difficulties and problems of all kinds, including a father who did not share that madness, the work came to an end.

"I was almost ready to open; I had a one-year-old baby and my dad, not even sixty, was very ill. In his last days, he managed to find the strength to take a plane and come to Morciano to see what I had done with the place. He was very happy and he wished me so much luck. Great difficulties change your perspectives: trying to realize a dream is no longer a folly but a chance worth trying."

Today, Paola lives in Morciano di Leuca with her child at least four months a year.

"I have just finished my fourth summer season, and the difficulties are not lacking, even if now I rather talking about challenges. The challenge of knowing how to inform yourself about all the news and administrative obligations: you must become your own consultant and never drop your attention 365 days a year; the challenge of working in a territory that is 110 km from the first airport and that is badly connected to everything, despite the timid improvements of the last years; the challenge of deseasonalizing that

is almost impossible if the Capo di Leuca is not properly promoted abroad and if the links are not enhanced. The only way to enjoy a holiday in these areas in freedom is the car, but renting the car has a cost that affects not just the budget of a holiday. This is why services are essential for the growth and diversification of tourism". And then, the last challenge: "To make the culture of hospitality essential and more widespread, even though in these areas it is a value that has already good bases; nevertheless, it's not enough, we need to grow further. The tourist is a precious resource, they must return home happy and tell their experience. They are informed travelers who demand an always better quality/price ratio. The challenge is the improvement, and it is not to sell out the territory to fill beds and not even think of living 12 months working only five weeks a year."



Then, there is the abuse side of the story. Everyone rents everything, at bargain prices, to a low-profile clientele without any capacity or willingness to spend or invest on the territory. "So only the irregular and often improvised landlords are enriched, without any growth for the sector."

Fortunately, in addition to the problems, Paola continues to see many opportunities. "There are services to tourists which are still missing or lacking, and there is still a wide margin of growth especially in foreign markets. If the promotion of the Basso Salento is strengthened together with the air connections (and not just the airplanes), the growth will not be an impossible mission. We need to work on the field of Destination Management. The risk, alas not so far, is that, without wise management and planning, there can be a meltdown and the loss of those slices of the market conquered so far. Promotion, links and Destination Management: these are my hopes, and I entrust them to the administrations that can concretely intervene in these areas, since it is clear that individual entrepreneurs, even if enlightened, united in the network and capable of the best initiatives, cannot stimulate a territory and a sector so wide and complex."

HAPPINESS? A SIMPLE IDEA. "The Salento of which my family and I fell in love years ago is the wildest one, with breathtaking views, its cliffs are one of the most spectacular stretches of the coast from Otranto to Santa Maria di Leuca, the so-called 'Lu Capu'. This is where we welcome our guests, the South of the South, as we like to say. It is the Salento of those who love the sea, that sea immediately deep, limpid and crystalline, surrounded by rocks overlooking the sea and caves to explore. And this is where 'SalentoSealovers - Your Holidays By The Sea' was born; an idea of the Roman Livia Cento (picture on the left), who four years ago left the marketing department of WWF Italy to pursue a dream: "Now or never, I told myself. I have seen in the coast and in the sea of the wildest Salento an opportunity, that of creating the dream holiday of those who love nature and the sea, and, also, love to share their passion with those who feel the same emotions, whether he/she is another guest or a local, who grew up here. A holiday made of passions, emotions, and people to share them with".

HAPPINESS? A SIMPLE IDEA.

Salento Sealovers (salentosealovers.com) has, therefore, become a brand that brings together a village of "pajare" and ancient trulli all by the sea and immersed in nature, bulwarks of cultures that have found here a happy crossroad, and that now returns to being a meeting point for tourists. Thus, Livia Cento proposes a new tourist experience, halfway between a diffused hotel - in which everyone chooses their ideal house facing the sea - and a holiday village, offering a program of experiences and opportunities to meet and create relationships, bound to unforgettable moments. So, in addition to naturalistic trekking between sky and sea, snorkeling and canoeing in the caves, boat rides and diving in the crystal clear waters, we find ourselves for a barbecue on the beach, for a wood-fired pizza, for a party or an aperitif at the rhythm of pizzica.

In addition to the sea and nature, the distinctive trait is the experiential sharing, which becomes a new way of enjoying the beauty of a territory to be discovered. "The journey begins with a frisa in a place surrounded by olive groves, where a stretch of blue sky dominates and goes as far as the eye can see. Here we welcome our guests with a typical aperitif based on friselle, tomatoes, extra virgin olive oil. The welcome drink for the Sealovers is a unique moment in which people from different corners of the world have the opportunity to talk to each other, discuss and share their common passions. It is with this philosophy that we want to make known the Salento of the sea, of culture, of flavors and colors, making rediscover the luxury of a 'slow life', according to the perfect rhythm of nature".

(Translation Marta Lioce)

marketing di WWF Italia per inseguire un sogno: «Ora o mai più mi sono detta. Ho visto nella costa e nel mare del Salento più selvaggio un'opportunità, quello di creare la vacanza dei sogni di chi ama il mare e la natura. E ama condividere la sua passione con chi prova la stessa emozione, che sia un altro ospite o uno del posto, cresciuto qui. Una vacanza fatta di passioni, emozioni e persone con cui condividerle». Salento Sealovers (salentosealovers.com) è dunque divenuto un brand che mette insieme un villaggio di "pajare" e antichi trulli tutti sul mare e immersi nella natura, baluardi di culture che qui hanno trovato felice crocevia, e che ora tornano ad essere il luogo di incontro per i turisti. Così Livia Cento propone una nuova esperienza turistica, a metà tra albergo diffuso - in cui ognuno



sceglie la sua casa ideale fronte mare - e un villaggio vacanze, in cui si offre un programma di esperienze e opportunità dove incontrarsi e far nascere relazioni, che restano nel cuore poiché legate a momenti indimenticabili.

E così oltre a trekking naturalistici tra cielo e mare, snorkeling e canoa tra le grotte, giri in barca e tuffi nelle acque cristalline, ci si ritrova per una grigliata fronte mare, per una pizza al forno a legna, per una festa o un aperitivo a tempo di pizzica.

Oltre al mare e la natura, è la condivisione esperienziale il tratto distintivo, che diventa un modo nuovo di assaporare le bellezze di un territorio da scoprire. «Il viaggio da noi inizia con una frisa in un locale immerso negli uliveti, dove a dominare è una distesa blu a perdita d'occhio. Qui accogliamo i nostri ospiti con un aperitivo tipico a base di friselle, pomodorini, olio extravergine d'oliva. L'aperitivo di benvenuto per i Sealovers è un momento unico in cui persone provenienti da angoli diversi del mondo hanno l'opportunità di parlare tra loro, confrontarsi e condividere passioni comuni. «È con questa filosofia che vogliamo far conoscere il Salento del mare e della cultura, dei sapori e dei colori, facendo riscoprire il lusso dello "slow life" secondo il ritmo perfetto della natura».