

Non solo business

VII

LA STORIA

L'Economia

Duecento anni di storia aziendale e quelle foto di Cartier-Bresson

Fabio Bellomunno è l'erede della dinastia e gestisce la società di onoranze funebri
Due secoli «raccontati» (anche) negli scatti dal fotografo francese. E nell'Oro di Napoli

di Paola Cacace

Il nostro lavoro è quello di risolvere i problemi. Di aiutare le famiglie quando sono più fragili perché hanno perso un proprio caro. E lo facciamo ormai da oltre 200 anni con un solo scopo: trasformare la disperazione e il dolore in dignità». Parla come se avesse lui stesso 200 anni ed è la vera e propria memoria storica della famiglia, sebbene anagraficamente sia nato nel 1984. È Fabio Bellomunno delle Onoranze funebri fondate nel lontanissimo 1820 e che fanno parte anche di Assocentari, associazione che riunisce le aziende storiche familiari. «Sono il Bellomunno in carica. E a volte confesso che parlo dei ricordi dei miei avi come fossero i miei. Ad esempio, vi dirò, era il 1820 quando Rosa di Donato e suo marito Salvatore Bellomunno decisero di cambiare il destino della loro famiglia. O meglio della nostra famiglia. Circa 15 anni prima Napoleone aveva emanato l'editto di Saint-Cloud che regolamentava le sepolture. Rosa, infermiera, convinse Salvatore che aveva un'agenzia di cambio in via dei Tribunali dove oggi abbiamo i nostri uffici, ad aiutarla a coniugare l'idea di dare dignità agli indigenti nel momento della loro morte a un nuovo lavoro. Nascevano le Onoranze funebri Bellomunno che sono ancora oggi sinonimo di professionalità».

Una professionalità che ha attirato anche grandi del cinema e della fotografia. Infatti, i carri di Bellomunno appaiono in scatti di Henri Cartier-Bresson, Herbert List, e Bruno Barbey. «Lui in particolare ci seguì per giorni. Questo perché in qualche modo catturando immagini dal nostro lavoro riusciva a catturare immagini di una forte umanità. Come accennavo il nostro compito è delicatissimo. Entriamo in casa della



gente quando sono in difficoltà, vulnerabili e vogliono essere rasserenate. Sollevate dal peso dell'organizzazione di una cosa tanto importante. Siamo un po' come i servi muti del teatro giapponese. Socchiodiamo quella porta, aggiustiamo quel fiore, senza farci notare. E nonostante la mia stazza, una stazza di famiglia, tra l'altro, sono tante le condoglianze che mi sono sentito dire io stesso ai funerali che avevamo organizzato, come se mi avessero preso per uno di famiglia». Rigore, silenzio come quello che si nota nel film «L'Oro di

Napoli» per il quale i Bellomunno fornirono uno dei carri usati per la tristissima scena del funerale del bambino. «Quando sei Bellomunno in Campania sei un po' il sinonimo di impresa funebre. E così sono tante le comparsate dei nostri carri al cinema e al tv. Ci nomina persino Erri de Luca in «Il Giorno prima della felicità». E sono stati anche tanti i funerali celebri di cui ci siamo occupati. Matilde Serao, Benedetto Croce, Nicola Amore, Vincenzo Gemitto, Francesco Crispi, Saverio Mercadante. Ci siamo occupati della traslazione di Giuseppe Moscati. E poi c'è Totò. Il suo funerale fu a Roma ma Campolungo, il cosiddetto sindaco del Rione Sanità, volle organizzare una commemorazione a Napoli e la messa in suffragio evidentemente non gli bastò. A fornire il carro e la bara fu proprio la mia famiglia, in particolare mio nonno». In 200 anni dal Regno d'Italia in poi sono state tante le variazioni che hanno visto queste 6 generazioni di Bellomunno. Variazioni tecnologiche, urbanistiche e sanitarie. Come quella dell'ultimo periodo. «Siamo abituati alle emergenze, purtroppo, visto che la morte si manifesta in modi inimmaginabili a volte. E in effetti un paio di anni fa per noi sarebbe stato inimmaginabile il pensiero di organizzare dirette streaming. Ma abbiamo fatto anche questo, armati di cellulari e tablet per dare la possibilità a chi è lontano di assistere comunque al funerale di un proprio caro nonostante le restrizioni. Una cosa triste e che speriamo finisca presto. Perché a prescindere dalle scaramanzie e dai luoghi comuni il nostro lavoro è quello di portare conforto e serenità in un momento difficile e il contatto umano può fare la differenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Europa & Sud

L'appello di Ferreira per le regioni

di Bepi Castellaneta

L'equilibrio territoriale è fondamentale. Non possiamo mettere tutte le nostre uova in un solo paniere. Ciò sarebbe economicamente malsano e socialmente ingiusto. Il futuro deve essere per tutte le regioni, non solo per quelle favorite». È quanto dichiarato dalla commissaria alla Coesione, Elisa Ferreira, nel suo discorso alla Conferenza degli organi parlamentari specializzati in affari (Cosac), a Lisbona per il passaggio di consegne alla presidenza portoghese Ue. Ferreira si è detta «particolarmente orgogliosa che la politica di coesione sia diventata uno dei primi soccorritori europei nella crisi», e ha ricordato che, dal punto di vista economico, «mai prima d'ora l'Europa ha avuto questo livello di potenza di fuoco».

L'Ue agisca come una leva affinché gli Stati membri utilizzino fondi e misure disponibili a sostegno della cultura, cercando di non lasciare nessuno indietro. Questa la proposta di Giuseppe Varacalli, membro del Comitato delle Regioni (tra le fila del gruppo Renew Europe) e del Consiglio comunale di Gerace (Reggio Calabria). Varacalli ha parlato durante la riunione della commissione per la politica sociale e la ricerca (Sedec) del CdR per presentare la bozza di opinione 'Il rilancio dei settori culturali e creativi' di cui è relatore.

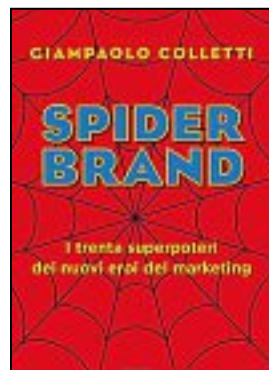
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un libro, un caso

a cura di **Monica Mattioli**
momatt@iol.it

Identikit Spider-brand I nuovi supereroi del marketing

Il tempo «inaudito» della pandemia va ridefinendo i modelli di business, le dinamiche delle relazioni, le metodologie dei consumi. Siamo immersi nella «nuova normalità» di un mondo che è come un «puzzle» di cui abbiamo tutti i pezzi, ma non la visione d'insieme. Insieme alla moltiplicazione degli strumenti digitali e alla proliferazione delle piattaforme social che hanno segnato una svolta nelle comunicazioni familiari, amicali e lavorative, si sono incrementati i «consumi in mobilità». È, insomma, il momento migliore per pensare, studiare e fare marketing, come suggerisce Giampaolo Colletti che, tracciando «l'identikit inedito» di brand che diventano veri e propri «Spider-Brand», illustra «i



Spider-brand
Giampaolo Colletti
Egea, 160 pagine
22 euro

trenta superpoteri dei nuovi eroi del marketing» (protezione, onlife, condivisione, attrazione, alternative virtuali, attivismo, leadership, coinvolgimento, inclusione, personalizzazione, subscription economy, co-creazione, interazione, newsjacking, empatia, complicità, emozione, immediatezza, long-form, dark social, imperfezione, memoria, originalità, influencer, autorevolezza, autenticità, wow economy, voce, olfatto, stream). Nell'età dell'incertezza è in atto una rivoluzione «incarnata dal potere editoriale diffuso e segnata dalla disintermediazione». Una cosa però è certa: la «human intelligence» non sarà mai soppiantata dall'«artificial intelligence».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Economia

SUPPLEMENTO DEL CORRIERE DEL MEZZOGIORNO

Direttore responsabile: ENZO D'ERRICO
Redattore capo centrale: PAOLO GRASSI
Vice caporedattore vicario: VINCENZO ESPOSITO
Vice caporedattore (Bari): MICHELE PENNETTI

RCS Edizioni Locali srl
Presidente: GIUSEPPE FERRAUTO
Amministratore delegato: ALESSANDRO BOMPIERI
Sede legale: Via Angelo Rizzoli, 8 - 20132 Milano

Registrazione al Tribunale di Napoli n. 55 del 26.05.2006
Redazione, produzione e amministrazione: NAPOLI 80133
Vico Il S. Nicola alla Dogana, 9 - Tel. 081-760.20.01 -
Fax 081-580.27.79 e-mail: redaz.ba@corriereedelleconomia.it
Redazione BARI 70122 - Via Marchese di Monrone, 8 - Tel. 080.576.61.11
Fax 080.527.57.62 - e-mail: redaz.ba@corriereedelleconomia.it
Internet: www.corriereedelleconomia.it

Responsabile del trattamento dei dati (D.Lgs. 196/2003): Enzo d'Errico
© Copyright RCS Edizioni Locali s.r.l. - Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.

Stampa: RCS Produzioni S.p.A. - Viale Ciamarra 351/353 - 00173 ROMA
Pubblicità: CAIRORCS MEDIA SPA - Sede operativa
Via Campania, 59/C - 00187 Roma - Tel. 06.6882.8692 - 06.6882.8662
Legale: Tel. 02.2584.6665 - www.rcspubblicita.it

Piemme S.p.A. - Centro Direzionale Torre Francesco
Is. B5 - 80143 Napoli. Tel. 081.247.31.11 - Fax 01.247.32.20
www.piemmeonline.it

CAIRORCS MEDIA SPA - Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. +39 02.2584.6543 - mail: rcspubblicita@rcs.it

Proprietà del marchio **CORRIERE DEL MEZZOGIORNO**
RCS MediaGroup S.p.A.

Distribuito con il **CORRIERE DELLA SERA**
Direttore responsabile: Luciano Fontana

€ 0,70 (non vendibile separatamente dal Corriere della Sera)