

# ALTA CONCENTRAZIONE

*Il mercato alimentare mondiale  
nelle mani di poche multinazionali.  
Per la gioia degli azionisti, meno  
di consumatori e produttori.*

## Piange il telefono

■ Il fenomeno dilagante delle telefonate commerciali moleste.

## Inizio lavori

■ Tra progetti innovativi e mancanza di finanziamenti, piccole *startup* crescono anche in Italia.

## Testa e croce

■ Bambini alle prese con il mal di testa.

## Su due ruote

■ Guida all'acquisto della *mountain bike*.



# LASCIATI SORPRENDERE DA UN TOCCO DI MAGIA!



©Disney

## DIVERTENTI FUORI, BUONISSIME DENTRO.

Porta l'allegria in tavola con le Croccomagie Topolino, una gustosissima idea che fa felici grandi e piccini. Croccanti fuori e con un delicato cuore di patata, sono divertentissime da mangiare e facili da preparare, sia fritte che in forno.

DAL 1926  
**Pizzoli**

Lo specialista italiano delle patate

# MSA



# 30X<sup>®</sup>

Sound Amplifier

**AMPLIFICATORE  
RICARICABILE**

€30



**NON È UN  
APPARECCHIO ACUSTICO**

Si suggerisce sempre di effettuare un accurato esame audiometrico, prima di acquistare qualsiasi prodotto di amplificazione. Questo prodotto non è adatto ad un uso prolungato.

**IN CASO DI PERDITE UDITIVE, SI CONSIGLIA LA  
VISITA DI UN AUDIOPROTESISTA**

**CHIAMO PER ACQUISTARE  
IL SUO AMPLIFICATORE.**  
DISPONIBILITÀ LIMITATA

Numero Verde  
**800 841 841**



**Ormai da anni i consumi delle famiglie diminuiscono o, nel migliore dei casi, rimangono stagnanti. Purtroppo quest'indice è tornato ai livelli di molti anni fa testimoniando la durezza di una crisi economica senza precedenti nella storia recente che ha prodotto profondi cambiamenti nelle scelte d'acquisto. Tuttavia non credo che tutto ciò vada visto come una compressione di tutti i consumi senza distinzione: in un quadro che è certamente molto più austero che in passato, i consumatori scelgono certi gruppi di prodotti verso i quali cresce l'interesse. Esigenze diverse e sensibilità nuove si sono sviluppate in questi anni: i prodotti biologici, quelli per gli animali, le linee vegetariane e vegane e quelle dei prodotti "senza" per rispondere a nuovi bisogni per la tutela della salute. Per non parlare dell'interesse enorme che si è sviluppato intorno al cibo, alla cucina e quindi alla qualità, alla varietà, alla provenienza dei vari prodotti. Un panorama assai variegato, in continua evoluzione, che dobbiamo saper interpretare per cogliere le opportunità di sviluppo. In questo contesto voglio ricordare i prodotti locali sui quali da**

**tempo la nostra Cooperativa sta sviluppando un lavoro molto efficace con una presenza rilevante, soprattutto nel fresco, di prodotti che provengono da località vicine ai nostri negozi. Molti di essi sono contraddistinti da un'apposita denominazione Vicino a noi perché i produttori hanno compiuto insieme alla Cooperativa un percorso di certificazione: la qualità del territorio e la garanzia di Coop. Parliamo di un fenomeno significativo dal punto di vista economico: i fornitori locali coinvolti sono 892 per un giro d'affari di 323.932.138 euro. Ma in questo caso è del tutto evidente che un'opportunità economica si lega fortemente all'affermazione dei nostri valori e alla responsabilità sociale d'impresa. Questi prodotti fanno parte, infatti, di filiere che, limitando molto l'impatto sull'ambiente, favoriscono produzioni sostenibili. Infine i nostri soci sanno che con i prodotti col marchio Vicino a noi si dà anche una mano all'economia del territorio, valorizzando zone di grande tradizione e pregio dal punto di vista agroalimentare. Opportunità e impegni dunque che Unicoop Tirreno vuole ulteriormente sviluppare in futuro. ■**

sommario

contatti

- 6 Fermo posta
- 7 Coop risponde
- 8 Chi protegge il cittadino
- 8 Previdenza
- 9 Benestare

firme

- 10 Gabriele Salari  
**Potere di firma**
- 11 Luca Mercalli  
**Se e suolo se**
- 12 Tito Cortese  
**Un'accurata selezione**
- 13 Pompeo Della Posta  
**Sostanziale differenza**
- 14 Giorgio Nebbia  
**Campo di calcio**
- 15 Massimo Montanari  
**Solo un assaggio?**
- 69 Rita Nannelli  
**Cambia musica**
- 78 Giovanni Manetti  
**Alta fedeltà**

attualità

- 16 La notizia  
Aldo Bassoni  
**Piange il telefono**
- 20 Primo piano  
Dario Guidi  
**Alta concentrazione**

- 41 Inchiesta  
Antonio Fico  
**Inizio lavori**

soci

- 25 **Proposta commerciale**
- 27 **Invito a Palazzo**
- 28 **Quello che le donne dicono**
- 29 Per voi soci

viaggi

- 36 **Vita di contea**  
Alessandra Bartali

salute

- 46 **Senso unico**  
Ersilia Troiano
- 47 **Faccende domestiche**
- 48 **Testa e croce**  
Barbara Bernardini
- 49 **Sani & salvi**

prodotti

- 50 **10 e lode**  
Sara Barbanera
- 54 **Su due ruote**  
Roberto Minniti
- 56 **Posto letto**  
Daniele Fabris
- 57 **Eco sistema**
- 58 **Di cotte e di crude**  
Silvia Inghirami
- 59 **Presidi Slow Food**

- 60 **La Ferrari del vino**  
Olivia Bongiamani
  - 62 **Pescato di gola**  
Olivia Bongiamani
  - 64 A tavola
  - 68 A tavola con i bambini
- enneci
- 70 **Da urlo**  
Barbara Autuori
  - 71 **Tempi moderni**
  - 72 **Striscia la falsa notizia**  
Patrice Poinsette
  - 73 **Scienza infusa**
  - 74 **Una perfetta organizzazione**  
Jacopo Formaioni
  - 75 **Le vite degli altri**
  - 76 **Visione d'insieme**  
Aldo Bassoni
  - 77 **Triplavù**



## Davvero Buoni e Giusti

**Ho letto che la Cooperativa promuove la campagna Buoni e Giusti Coop per contrastare le frodi alimentari, garantire la qualità di frutta e verdura e combattere il lavoro nero. Un'iniziativa lodevole sulla carta, ma in concreto che cosa fa perché questi obiettivi, davvero ambiziosi, si realizzino? via e-mail**

8 filiere ortofrutticole sotto i riflettori, in totale 270 aziende agricole sottoposte a controllo, 2 sospese per gravi problemi rilevati. Possiamo riassumere così un anno di *Buoni e Giusti Coop*, la campagna, lanciata a marzo scorso, volta appunto a promuovere l'eticità delle filiere ortofrutticole a rischio. Intanto è in corso la campagna di controlli 2017 che interesserà anche altre filiere. Ma facciamo un breve viaggio a ritroso nel tempo per vedere che cosa in concreto Coop ha fatto per garantire a soci e clienti prodotti buoni, sicuri ed etici. Le prime ispezioni sono partite nell'autunno 2015 e hanno riguardato la filiera degli agrumi (elementine e arance *Navel*); poi sono state ispezionate le filiere delle fragole, il pomodoro pachino, la lattuga, i meloni, la filiera del pomodoro da industria, l'uva. A ciò si aggiunge l'impegno chiesto alle 7.200 aziende agricole dei prodotti a marchio Coop a iscriversi alla *Rete del Lavoro Agricolo di Qualità*. Un impegno non dell'ultima ora perché nel 1998 Coop è stata la prima in Europa e l'ottava nel mondo a adottare lo standard *SA8000* per ottenere precise garanzie in tema di responsabilità sociale dai propri fornitori di prodotto a marchio, ma che è stato rilanciato a fronte di un problema drammatico che arriva a toccare i diritti primari delle persone. A

fianco di Coop un ente esterno, il *Bureau Veritas*, si occupa delle verifiche e dei controlli ispettivi in campo. I risultati 2016 sono stati incoraggianti e solo negli ultimi 6 anni Coop ha espulso 9 aziende che non rispettavano gli impegni presi. Le segnalazioni di gravi non conformità si sono registrate sulla filiera del pomodoro da industria dove, nell'estate 2016, a seguito di ispezioni sono state sospese 2 aziende agricole per gravi problemi di sicurezza e ostilità alle ispezioni, e sono stati raddoppiati i controlli, con ben 48 ispezioni prevalentemente in Puglia, ma anche in Campania, Abruzzo, Emilia Romagna e Toscana. Nelle altre filiere ispezionate nel corso del 2016 sono state rilevate infrazioni delle norme di sicurezza sulle quali è stato chiesto un pronto intervento che verrà verificato con le ispezioni in programma nei prossimi mesi. «Non si tratta solo di comprare in modo legale, ma di incidere concretamente nel sistema agricolo, andando fino all'origine della produzione per controllarne tutti i passaggi – commenta **Maura Latini**, direttore generale di *Coop Italia* –. Vivere in un mondo dove eticità e legalità siano fattori competitivi del sistema agroalimentare può sembrare un'utopia, ma rappresenta l'unico percorso praticabile per creare un rapporto di fiducia con i consumatori e questo è l'obiettivo della nostra campagna *Buoni e Giusti Coop*». E ce n'è davvero bisogno considerando che la situazione è piuttosto allarmante: in Europa il 25% dei lavoratori agricoli è illegale o irregolare, mentre in Italia le statistiche (aggiornate al 2013) indicano un dato del 31,7% legato a fenomeni vari come il caporalato e la agromafie. Una piaga del sistema produttivo che va combattuta.



Immagini della mostra fotografica *La buona terra*, Roma.

# Che c'è di nuovo

**Da qualche tempo non riesco più a individuare con facilità i prodotti a marchio Coop sugli scaffali. Perché avete cambiato le confezioni?**



Come abbiamo scritto anche su *Nuovo Consumo*, dopo oltre 13 anni, Coop cambia la caratteristica confezione blu

e bianca. Quella nuova, più moderna e accattivante, riunisce i prodotti per categoria merceologica (pasta, latticini, oli ecc.) e le etichette sono ancora più chiare e leggibili. Inoltre, per molti dei prodotti non si tratta solo di un rinnovamento della veste grafica, ma sono migliorati gli ingredienti e le ricette per offrire ancora più qualità e sicurezza. Sono nate anche due nuove linee, *Amici Speciali* e *Origine*, che affiancano quelle esistenti, con prodotti già presenti nel nostro assortimento e altri del tutto nuovi. Le linee *Fiorfiore*, *ViviVerde*, *Bene.sì*, *Solidal*, tutte molto amate e già vicine alle specifiche esigenze dei consumatori, ampliano l'offerta di prodotti e mantengono l'attuale confezione. Quelle dedicate all'infanzia *Crescendo* e *Club 4-10* saranno unificate in una linea unica. Gli standard qualitativi dei prodotti continueranno a migliorare, confermando l'impegno di Coop nel coniugare valori e bisogni concreti, innovazione e rispetto ambientale, bontà e convenienza dei prodotti.

# Caffè corretto

**Uso la macchina per il caffè Fiorfiore. Avete mai pensato di sostituire le capsule tradizionali con quelle ecologiche?**

Proprio per rispondere ad esigenze come la sua abbiamo arricchito la gamma dei caffè *Fiorfiore* in capsule. Da oggi può trovare lo stesso gusto morbido, dolce e aromatico del caffè 100% arabica in una nuova capsula compostabile. Sviluppata insieme a *Novamont* e testata dal *Consorzio Italiano Compostatori (Cic)*, questa capsula può essere gettata nella raccolta differenziata dell'organico e avviata al compostaggio industriale per diventare *compost*. Può quindi acquistare *Tintoretto Fiorfiore*, capsula di caffè biologico ed equosolidale, per fare un ulteriore passo avanti nel rispetto dell'ambiente.

**Direttrice responsabile**  
Rita Nannelli

**In redazione**  
Barbara Sordini

**Hanno collaborato a questo numero**

Barbara Autuori  
Francesca Baldereschi  
Sara Barbanera  
Alessandra Bartali  
Aldo Bassoni  
Barbara Bernardini  
Olivia Bongianni  
Salvatore Calleri  
Luca Carlucci  
Claudia Ciriello  
Elena Corsi  
Tito Cortese  
Pompeo Della Posta  
Daniele Fabris  
Antonio Fico  
Jacopo Formaioni  
Stefano Generali  
Dario Guidi  
Silvia Inghirami  
Giovanni Manetti  
Massimiliano Matteoni  
Luca Mercalli  
Roberto Minniti  
Massimo Montanari  
Giorgio Nebbia  
Susanna Orlando  
Patrice Poinsette  
Paola Ramagli  
Gabriele Salari  
Miriam Spalatro  
Ersilia Troiano

265  
aprile 2017

**Progetto grafico e impaginazione**

Marco Formaioni  
per Studiografico M (Piombino.LI)

**Impianti e stampa**  
Elcograf

**Direzione e redazione**

SS1 Aurelia Km 237  
frazione Riotorto  
57025 Piombino (LI)  
tel. 0565/24628  
fax 0565/24210

nuovoconsumo@unicooptirreno.coop.it

**Editore**

Unicoop Tirreno soc. coop.

**Pubblicità**

Unicoop Tirreno  
tel. 0565/24111  
fax 0565/24213  
alessio.misrahi@unicooptirreno.coop.it

**Registrazione del Tribunale**

di Livorno n. 695 del 15/4/2015  
Iscrizione ROC 25535

**Tiratura: 186.540 copie**

Chiuso in tipografia il 21/3/2017



**Font utilizzate**

Testata **Titillium** [Accademia di Belle Arti di Urbino, 2007]  
Titoli **Avenir** [Adrian Frutiger, 1988]  
Testi Caslon 224 [Ed Benguiat ITC, 1988]

# Servizio non richiesto

**Ho un contratto flat di telefonia mobile per voce e adsl e ho notato degli strani addebiti nella fattura per servizi non richiesti. Che cosa posso fare per tutelarmi? Ho diritto al rimborso delle somme che ho già pagato con domiciliazione bancaria?**

La ringraziamo per la segnalazione che ci permette di affrontare il tema delle tutele previste nel settore delle telecomunicazioni. Nel suo caso se ha trovato in bolletta dei servizi aggiuntivi che non ha richiesto può contestarli alla società telefonica con cui ha sottoscritto il contratto chiedendone lo storno o il rimborso a seconda se abbia già corrisposto o meno la somma relativa al servizio oggetto del reclamo. Potrebbe anche

essere utile bloccare la domiciliazione bancaria attiva per il pagamento delle fatture telefoniche laddove dovesse riscontrare continui addebiti illegittimi. Il problema che ci segnala è da diverso tempo all'attenzione delle autorità competenti. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Antitrust sono intervenuti, infatti, sul tema delle attivazioni non richieste dei servizi anche a livello sanzionatorio nei confronti delle principali aziende telefoniche che, però, continuano a svolgere attività commerciali poco corrette a svantaggio degli utenti. Se non dovesse risolvere da sola il problema con la compagnia telefonica potrà rivolgersi al Pit servizi di Cittadinanzattiva per attivare una procedura stragiudiziale di risoluzione della controversia.



## Info

Cittadinanzattiva [www.cittadinanzattiva.it](http://www.cittadinanzattiva.it)  
Agcom [www.agcom.it](http://www.agcom.it)

## Claudia Ciriello

Consulente Pit - Area Consumatori e servizi di pubblica utilità di Cittadinanzattiva

# Nessun rimborso

**L'Inps aveva comunicato che nella rata di aprile avrebbe trattenuto lo 0,1% dalle pensioni a rimborso della perequazione in più incassata nel 2015. È ancora così o l'operazione è saltata?**

I pensionati non dovranno restituire lo 0,1% della rivalutazione ricevuta nel 2015. Almeno per ora. La richiesta dei sindacati dei pensionati di spostare al 2018 l'operazione recupero dello 0,1% sulle pensioni è stata accolta *in extremis*. Il Governo ha

mantenuto così l'impegno preso dal ministro del lavoro Giuliano Poletti chiedendo al Parlamento di approvare un emendamento al decreto *Milleproroghe*, con cui far slittare all'anno prossimo la restituzione di queste somme. Per poter fare l'operazione l'Esecutivo ha dovuto trovare i soldi per coprire l'esborso di 208 euro di minori entrate. Ma vediamo di spiegare meglio i contorni della vicenda, perché il meccanismo che avrebbe dovuto portare alla restituzione dello 0,1% è complicato. Già lo scorso anno

# Cibo per sport

**Mi sto allenando per correre una maratona. Mi può dare dei suggerimenti su che cosa mangiare prima della gara? Ci sono degli integratori che possono aiutarmi?**

**P**er disputare la maratona è importante arrivare al giorno della gara con le scorte di glicogeno muscolare ben rifornite, perché è il principale carburante per i muscoli impegnati nella corsa. Tre giorni prima della gara è preferibile tenere un'alimentazione iperglicidica mangiando una porzione di pasta o di riso sia a pranzo che a cena, accompagnate comunque anche da un piatto proteico (carne, pesce, uova o formaggi). La mattina della gara la colazione non deve essere eccessivamente ricca di carboidrati: vanno benissimo, ad esempio, tè o latte con qualche fetta biscottata con un velo di marmellata. La colazione ha il solo scopo di ripristina-

re le scorte di glicogeno epatico utilizzato durante la notte. È importantissimo essere ben idratati durante la gara, perché anche solo una disidratazione dell'1% sul peso corporeo può influenzare in modo negativo la *performance*. Si possono anche utilizzare le bevande per sportivi che si trovano in commercio ma, visto che la concentrazione di sali e zuccheri è spesso troppo elevata, è bene diluirle per metà con l'acqua del rubinetto. Per quanto riguarda gli integratori alimentari nel mondo dello sport la scelta è ampia – e il *business* molto proficuo –, ma ad oggi non ci sono evidenze scientifiche di una loro efficacia nell'incrementare le prestazioni. Il mio suggerimento è di curare al meglio l'alimentazione e di non affidarsi a integratori inutili e costosi.

## Guarda che pancia!

**Quando mangio il pane o la pasta, dopo un po' di tempo ho uno sgradevole senso di gonfiore addominale. Soffro da anni di colon irritabile e mangio il meno possibile cibi che contengono fibre, ma anche pane e pasta non integrali mi danno questo problema. Può dipendere da un'ipersensibilità al glutine?**

Probabilmente non è colpa del glutine, ma del fatto che il grano e tutti i suoi derivati sono ricchi di fruttani.

Si tratta di polisaccaridi che resistono alla digestione, ma sono fermentati dai batteri presenti nel colon con produzione di gas. Per chi soffre di colon irritabile è sufficiente anche una minima distensione della parete intestinale (causata da un'aumentata pressione dei gas) per avvertire un fastidioso gonfiore che a volte può diventare anche doloroso. Suggerisco di sostituire per qualche tempo il pane e la pasta con il riso (e le gallette di riso), le patate (ad esempio, gli gnocchi) e il pane di mais, per poi provare a reintrodurre i derivati del grano con moderazione.



i pensionati italiani avrebbero dovuto restituire allo Stato questo 0,1%, cifra che viene fuori dalla differenza tra l'inflazione programmata e quella definitiva con cui era stata calcolata la rivalutazione annuale degli assegni nel 2015.

La restituzione era prevista per il 2016, ma i sindacati dei pensionati e il ministro Poletti concordarono di congelarla fino alla ripresa dell'economia, con l'obiettivo di non penalizzare ulteriormente i pensionati. Per il secondo anno consecutivo, però, l'inflazione è

risultata sotto zero e l'economia non è cresciuta come ci si aspettava. I pensionati non hanno ottenuto alcun aumento e per giunta si prospettava per loro la beffa di dover restituire quello 0,1% avuto in più nel 2015. Si tratta di cifre che a qualcuno potrebbero sembrare di poco conto, ma per una persona che riscuote una pensione inferiore a 3 volte il minimo anche qualche euro in meno al mese può fare la differenza. *L'Inps* si apprestava a detrarre i soldi ai pensionati da questo mese, ora non dovrà più farlo.

pace verde a cura di Greenpeace

# Potere di firma

**Un'iniziativa dei cittadini europei per dire stop al glifosato. La raccolta di firme è cominciata.**

Un'ampia coalizione di organizzazioni della società civile ha lanciato un'*Iniziativa dei cittadini europei (Ice)* per chiedere alla Commissione Europea il bando totale dell'uso del glifosato, l'erbicida più venduto al mondo, collegato a problemi per la salute e l'ambiente. L'obiettivo è anche quello di consentire ai cittadini europei di partecipare direttamente al processo decisionale politico. Una volta raggiunto 1 milione di firme, la Commissione dovrà adottare una risposta formale per illustrare le eventuali azioni che intende proporre a seguito dell'iniziativa dei cittadini. L'Ice è sostenuta da decine di organizzazioni in 15 paesi, tra cui *Greenpeace*, la coalizione *StopGlifosato*, il *Pesticide Action Network*, la *Health and Environment Alliance*, il *Corporate Europe Observatory* e il *WeMove.EU*.

Le associazioni di tutela dell'ambiente e della salute chiedono alla Commissione europea, non solo di vietare il glifosato, ma anche di riformare il processo di approvazione dei pesticidi e fissare obiettivi vincolanti per ridurre l'uso dei pesticidi in Europa. «Quest'anno abbiamo finalmente l'opportunità di togliere il glifosato dai nostri campi e dai nostri piatti. Sono sempre di più i corsi d'acqua in Italia e in Europa contaminati con questo diserbante, classificato come "probabile cancerogeno" dallo *Iarc*. Si trovano tracce nel cibo, nelle bevande e persino nelle urine. Il messaggio alla Commissione *Ue* e ai paesi membri è chiaro: l'interesse e la salute delle persone devono venire prima dei profitti delle aziende agrochimiche», afferma con forza **Federica Ferrario**, responsabile campagna *Agricoltura sostenibile* di *Greenpeace Italia*.

Le firme necessarie devono essere raccolte in 1 anno e in almeno 7 paesi dell'*Ue*. Per partecipare si può firmare la *ICE #StopGlifosato* su [www.greenpeace.org/STOPGlyphosate](http://www.greenpeace.org/STOPGlyphosate). ■

**Gabriele Salari**

ufficio stampa Greenpeace



ever green di Stefano Generali

## Amico di penna

La nuova frontiera del riciclo viene dallo smog: gli inquinanti prodotti dai tubi di scappamento dei veicoli possono trasformarsi, una volta rimosse le sostanze nocive, in inchiostro per penne e pennarelli. L'innovativo progetto è stato messo a punto dai ricercatori del Massachusetts Institute of Technology, che hanno trovato il modo di convertire la fuliggine in marcatori e inchiostro sicuri, di alta qualità e resistenti all'acqua. Per ricaricare una cartuccia della speciale penna sono sufficienti le emissioni di un'auto che circola nel traffico per 45 minuti.

## In gran segreto

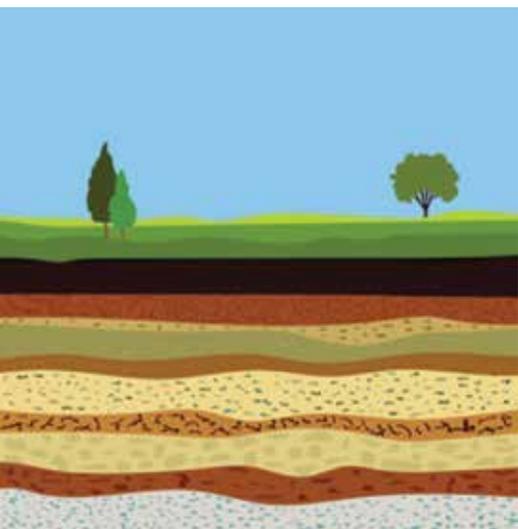
I dati su trattamenti e condizioni di salute degli animali presenti nei laboratori di ricerca statunitensi da oggi non sono più accessibili on line. Il Governo americano ha, infatti, deciso di secretare i report delle ispezioni che coinvolgono 7.813 laboratori e centri di ricerca in tutto il paese. Motivi di privacy per le autorità, mentre le associazioni animaliste ricordano che proprio grazie all'accesso a questi documenti negli ultimi anni sono venute alla luce storie di gravi abusi praticati in centri di ricerca prestigiosi, come l'Università di Harvard.



# Se e suolo se

**Vitale, ma non infinito.  
L'importanza di difendere il  
suolo dalla cementificazione.**

**C**’è una parte del nostro pianeta che calpestiamo ogni giorno, ed è proprio la terra, il suolo, da troppi considerato un mero supporto asfaltato per parcheggiare l’auto, da altri qualcosa di sporco e fangoso. Invece il suolo, soprattutto quello agrario, e in genere tutto quello ancora non costruito, è uno degli anelli fondamentali dei processi biogeochimici che ci permettono di vivere. Il suolo è un insieme di minerali e di vita: nei primi 30 cm di spessore ci sono un’enormità di funghi (compresi i tartufi), batteri, insetti, vermi che hanno il compito di decomporre il materiale vegetale morto e di produrre *humus*, esplorato dalle radici delle piante che da questo variegato substrato traggono gli ingredienti per la nuova vita. Da milioni di anni il suolo è il luogo dove si chiude un ciclo e se ne apre un altro, un perenne efficientissimo riciclo, senza scarti, senza perdite. Il suolo ci serve innanzitutto per produrre cibo. Ma non basta: il suolo filtra e depura l’acqua che poi preleviamo dalle falde per i nostri acquedotti, cattura e immagazzina anidride carbonica, mitigando così i cambiamenti climatici, modera la furia delle alluvioni, permettendo l’espansione dei fiumi in piena e assorbendo una parte importante delle acque superficiali, protegge e alimenta la biodiversità. Eroga una quantità imponente di silenziosi servizi ecosistemici, dei quali ci accorgiamo solo quando vengono a mancare. Ma la nostra società non è consapevole dell’importanza del suolo, e lo distrugge irreversibilmente con la cementificazione. Ogni secondo in Italia se ne vanno sotto le ruspe 4 metri quadrati di suolo, 35 ettari al giorno (come 50 campi da calcio). Oggi il 7 per cento del territorio italiano è cementificato, sembra una frazione modesta, in realtà si tratta di circa 21mila kmq, quasi come se la regione Emilia-Romagna fosse interamente edificata. *L’Ispra (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale)* ha calcolato che in termini di perdita di servizi e maggiori rischi ambientali questa colata di cemento ci costa 800 milioni di euro all’anno. Ma è la perdita di un bene unico e irriproducibile che ci deve preoccupare più ancora dei soldi: il suolo non solo non è infinito, ma ha qualità diverse (viene suddiviso in 8 classi di cui solo le prime 3 adatte a un’agricoltura produttiva) e impiega millenni per formarsi. «La nazione che distrugge il suo suolo distrugge se stessa», diceva Franklin Delano Roosevelt. Ecco perché abbiamo urgentemente bisogno di una legge che protegga il suolo dall’avidità di oggi e lo salvaguardi come bene inalienabile per i nostri figli e nipoti. In Italia una legge contro il consumo di suolo giace da anni in Parlamento, in Europa non è ancora stato approvato un regolamento comunitario che difenda il suolo. Per questo è in atto un’importante petizione europea: [www.salvailsuolo.it](http://www.salvailsuolo.it) che chiede un efficace provvedimento contro l’emorragia di suolo. Io ho già firmato, facciamoci sentire. ■



al naturale di Stefano Generali

## Danimarca al verde

È la Danimarca il paese più attento alle politiche energetiche, seguita da Stati Uniti, Canada, Paesi Bassi e Germania. Lo sostiene la Banca Mondiale che ogni anno valuta le politiche energetiche di 111 paesi nel mondo e stila una speciale classifica basandosi

su tre indicatori: l’accesso all’energia, l’efficienza energetica e le fonti rinnovabili. Dal rapporto emerge che l’Italia può vantare una posizione di tutto rispetto, ottava a livello mondiale, mentre sono in crescita le

fonti rinnovabili nei paesi in via di sviluppo come Messico, Cina, India e Brasile. Tuttavia sono ancora oltre 600 milioni le persone che vivono in

aree senza elettricità: di queste 116 milioni sono concentrate in Etiopia, Nigeria e Sudan.





# Un'accurata selezione

12

**Dai programmi all'improvvisazione. Com'è cambiato il modo di selezionare la classe politica.**

Per molto tempo si è ritenuto che la scelta di legislatori, governanti, amministratori locali dovesse avvenire sulla base degli impegni che essi si assumevano davanti agli elettori: al centro della scelta erano dunque i programmi dei candidati, che riflettevano gli orientamenti ideologici dei partiti d'appartenenza. Nell'agenda politica le priorità erano dettate dal prevalere di una maggioranza che sosteneva un progetto di gestione della cosa pubblica ben determinato. Così si è proceduto in Italia fin dall'introduzione del suffragio universale maschile, escluso naturalmente il ventennio della dittatura fascista.

Più di recente, diciamo da circa un quarto di secolo, per la scelta dei candidati a posti di responsabilità politica è sembrato dover prevalere – nella coscienza collettiva – un criterio diverso: quello dell'onestà personale, risultato del dilagare della corruzione politica, culminato nella stagione di *tangentopoli*. Non che prima non ci fossero stati episodi di corruzione di parlamentari, ministri, sindaci, assessori: ma soltanto dopo quella sciagurata stagione fu l'onestà – che pur si dovrebbe ritenere scontata in chi si candida a governare la cosa pubblica – a costituire il requisito principale per chi aspirava a un incarico elettivo, al di là degli stessi programmi che il candidato proponeva. Sappiamo come sono andate in seguito le cose. Decretata la morte delle ideologie, disfatti e riassettrati alla meglio e alla peggio i partiti o delle imitazioni sostitutive, la corruzione dilaga come prima in tutti gli strati e gli ambiti della nostra società, e naturalmente anche nella politica: dico naturalmente, perché la politica altro non è che l'espressione di una società. Al punto in cui siamo, peraltro, emerge un rischio ulteriore: di affidare la gestione della cosa pubblica a chi non è capace di amministrare neanche un condominio. Gli esempi che abbiamo attorno la dicono lunga in proposito. Che non ci si possa, per scegliere, basare sui

programmi, visto che ormai c'è chi si dice a favore di tutto e subito dopo altrettanto contrario a tutto, e sia; che non basti un'autodichiarazione di onestà, perché poi si è visto come va a finire, e pure sia; ma, di grazia, si potrà almeno pretendere da noi stessi di non mandare a legiferare, a governare, ad amministrare degli improvvisatori sprovveduti? Si badi, è un problema serio da risolvere, se non si vuole che città, regioni e l'Italia intera vadano in malora. Un problema che si chiama selezione della classe dirigente politica. Una volta la facevano i partiti. Ora a chi la vogliamo affidare, ai cosiddetti *social*? ■



oralegale di Salvatore Calleri\*



\* presidente della  
Fondazione Caponnetto

## Con umanità

Chi mi segue da tempo sa che non sono un buonista e che al contempo sono orientato verso il trinomio legge-ordine-giustizia sociale. Detto questo oggi non posso fare a

meno di notare che è a rischio un valore fondamentale della nostra storia recente, conquistato dopo secoli di lotte: l'umanità. È un periodo difficile per la società mondiale e in particolare per il mondo occiden-

tale che, dopo anni di relativo benessere (anche se bisogna vedere a scapito di chi), si trova alle prese con il problema biblico dei rifugiati che scappano in primis dalla guerra, ma anche da tutta un'altra serie di problemi sociali di non poco conto. La reazione a tale biblico esodo



# Sostanziale differenza

**Quanto pesa lo spread sulla nostra economia e perché è aumentato di nuovo.**

In queste ultime settimane abbiamo ricominciato a sentire parlare di aumento dello *spread* fra i titoli di stato italiani e quelli tedeschi. Ma che cos'è esattamente lo *spread*? È un termine inglese che significa "differenza", per esempio quella fra il tasso d'interesse che uno stato paga ai detentori di titoli del suo debito pubblico e il tasso che paga un altro stato, preso a riferimento in quanto affidabile (in Europa questo paese è la Germania). Ci si riferisce allo *spread*, però, fra le altre cose, anche per indicare la differenza fra il tasso di interesse (variabile) sui mutui e il tasso di riferimento al quale esso è agganciato, come l'*Euribor* (il tasso al quale le banche europee si concedono prestiti fra loro). Ma soffermiamoci sul primo esempio. Uno stato che emette obbligazioni promette a chi gli presta dei fondi di restituire al termine di un dato periodo la somma ricevuta e si impegna a pagare un compenso commisurato alla durata del prestito. Questo compenso serve a remunerare chi, mettendo a disposizione i propri fondi, permette allo stato di pagare le spese per consumi e investimenti che intende effettuare. Naturalmente chi ha disponibilità di denaro preferirà prestarlo a debitori che danno maggiori garanzie di restituire quanto ricevono. I debitori meno affidabili, quindi, per invogliare a comprare i propri titoli, dovranno offrire un tasso d'interesse più alto di quello pagato da coloro che sono ritenuti più sicuri. Lo *spread* è proprio la differenza fra questi due tassi d'interesse e in questo caso misura il rischio di non riavere i propri soldi. L'aumento recente dello *spread* sui titoli pubblici italiani rispetto a quelli tedeschi (prossimo al 2%) segnala, quindi, che il nostro debito è percepito come più rischioso. Il motivo di tale aumento sta nel peggioramento delle aspettative sul futuro del nostro paese che, fondate o meno che siano, potrebbero anche autoavverarsi, come accade nel caso di quelle persone pessimiste e sfiduciate che proprio per questo non si impegnano in quello che fanno e così vanno diritte verso il fallimento che temevano.

È per questo che lo stato italiano, con i suoi più di 2mila miliardi di euro di debito, dovrebbe mettersi al sicuro diminuendone il peso (soprattutto con la crescita, in modo da ridurre il rapporto fra debito pubblico e *Pil*), ma anche evitando scossoni che rischiano di cambiare l'umore dei propri creditori. Perché ci vuole molto a conquistare la fiducia di qualcuno, ma molto poco a perderla. E in quest'ultimo caso i costi sarebbero enormi. ■

\*docente dipartimento di Economia e Management Università di Pisa

spesso pecca di praticità. Una parte dell'opinione pubblica viene attratta più da un ragionamento di pancia che si basa sul concetto naturale di paura, concetto che rispetto – sia chiaro –, ma che non contribuisce in alcun modo ad affrontare la questione. Questione si badi bene che non

è detto che sia risolvibile, ma che comunque deve essere gestita nel miglior modo possibile con un unico principio: l'umanità. Oggi quando la si affronta spesso è questa che manca, sia quando si accoglie in modo disordinato e a volte affaristico sia quando si eccede nel senso

opposto pensando che a chi arriva tutto è permesso. Non è facile e non è una soluzione ma deve essere un punto di partenza: la persona non può fare a meno della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo. La mancanza di umanità può provocare i peggiori disastri.

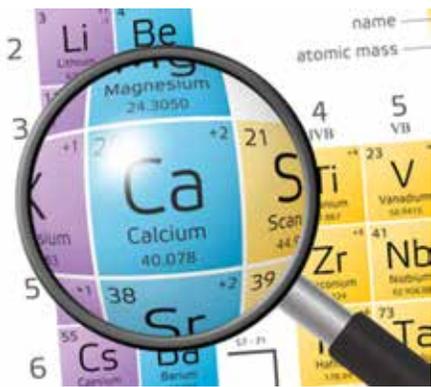


# Campo di calcio

14

**Tutto quello che c'è da sapere sul calcio, che non è cattivo come sembra.**

La nostra vita quotidiana dipende dall'acqua, quel prezioso liquido che, nella maggior parte delle case italiane, esce dal rubinetto ed è usato ogni giorno, in ragione di circa 200 litri per persona, circa 80 metri cubi all'anno, ad un prezzo di circa 1 o 2 euro al litro. Acqua potabile, di buona qualità, analizzata e controllata prima di essere immessa nelle reti di distribuzione degli acquedotti. L'acqua serve a tante cose. Come alimento ne occorrono circa 2 litri al giorno per persona; serve per lavare gli alimenti prima dell'uso e per cuocerne alcuni; serve per lavare il corpo e per l'igiene personale; serve per lavare i piatti, la biancheria, per diluire ed espellere gli escrementi dai gabinetti e talvolta per annaffiare le piante del terrazzo. L'acqua potabile possiede composizione variabile da città a città, ma fra gli elementi presenti come sali uno dei più importanti è il calcio, la cui concentrazione si esprime in gradi. Si usa in generale il grado francese che corrisponde alla presenza di sali di calcio in quantità equivalente a 10 milligrammi per litro di carbonato di calcio,  $\text{CaCO}_3$ , cioè a 4 milligrammi/litro dell'elemento calcio Ca. L'acqua non contiene carbonato di calcio, un sale insolubile in acqua, ma contiene il calcio in forma di sali solubili, per lo più cloruro, solfato o bicarbonato  $\text{Ca}(\text{HCO}_3)_2$ . Si parla di durezza dell'acqua perché, quando la concentrazione di sali di calcio supera circa 40 milligrammi/litro, si verificano alcuni fenomeni sgradevoli. Per esempio sulle pareti e sul fondo della pentola in cui si è cotta la pasta si osserva un deposito biancastro costituito dal carbonato di calcio (calcare) insolubile in acqua, che si è formato perché il bicarbonato, quando è scaldato, si decompone a carbonato insolubile. Questa trasformazione si verifica anche durante il lavaggio con acqua calda per cui si forma un residuo insolubile sui piatti e tessuti lavati. Se poi si lava con sapone, che è costituito da sali di sodio, le molecole del sapone reagiscono con il calcio delle acque con la formazione di saponi di calcio insolubili che si depositano sulle fibre e sulle stoviglie lavate. Per questo si usano detergenti sintetici e ingredienti anticalcare. Il calcio nelle acque potabili è così considerato cattivo, ma si sbaglia perché il calcio è anche buono: l'organismo umano ha bisogno di circa 800 milligrammi di calcio al giorno e una frazione rilevante di questo può venire proprio dall'acqua potabile. L'acqua di Roma, per esempio, ha fra 30 e 35 gradi francesi di durezza, cioè contiene circa 130 mg/l di calcio; bevendone 2 litri si soddisfa già il 30 per cento del fabbisogno giornaliero di calcio. Dopo aver parlato tanto male del calcio, almeno un grazie. ■



chissà cosa di Jacopo Formaioni

## Termos... stato

Tempo di primavera, tempo di picnic e scampagnate, lontano dalle comodità di casa. Ma a un po' d'acqua fresca o un caffè caldo è difficile rinunciare. Da decenni ormai il termos mantiene la temperatura di quello che ci beviamo in giro. Non pensavano certo a questo James

Dewar e Reinhold Burger quando lo inventarono a inizio secolo, studiando la conservazione di liquidi e gas. Ma dalla Germania, dove fu brevettato, si diffuse a fini più frivoli ovunque. La stessa Germania ne è leader mondiale nella produzione, seppur incalzata da vicino dalle produzioni di altri paesi europei, come l'Italia, ma soprattutto dal colosso



cinese. Termos tedeschi e nord europei restano, però, tra i migliori, grazie a design accattivanti e innovazioni più o meno utili. Non poteva che essere tedesco quello pensato appositamente per il cappuccino, dal Giappone viene quello che controlla la temperatura del liquido, mentre ha origini danesi Solarmate, che riscalda i liquidi con l'energia solare.



# Solo un assaggio?

**Più che "prima", "in alternativa" al pasto. Antipasti, aperitivi, apericene, moderne versioni della tradizione di mettere tutto in tavola.**

Quella dell'antipasto potrebbe sembrare una storia da ricchi, così come quella degli aperitivi: modi diversi per stuzzicare la gola prima di mettersi a tavola; per prendere tempo ed eccitare l'appetito, "aprendo" lo stomaco (questo significa "aperitivo" nell'italiano di un tempo: qualcosa che apre lo stomaco, predisponendolo ad accogliere altro cibo). Non per placare la voglia di mangiare, ma per favorire ulteriori richieste, nuovi desideri. Parrebbe un lusso di chi può permettersi di giocare con la fame. In realtà, quella curiosa abitudine che siamo soliti chiamare antipasto esiste anche nella tradizione popolare. In certe regioni, pensiamo al Piemonte o alla Puglia, è tradizione diffusa iniziare il pasto con una lunga serie di assaggi. Che, però, non sempre lo iniziano: a volte si chiude lì. Allora il cosiddetto antipasto diventa il pasto, lo sostituisce, e allo storico fa venire in mente quello che accadeva sulle tavole medievali o rinascimentali, quando non esisteva un *menu* in senso moderno, strutturato in successive portate, ma si preferiva servire tutto insieme: una proposta di molti piatti e di sapori diversi, fra i quali scegliere a seconda del proprio gusto, delle proprie preferenze. Sicché ogni commensale mangiava diversamente dagli altri.

Ovviamente le tavole non erano tutte uguali: sulle mense dei signori si proponevano decine e decine di piatti, magari a ondate successive; sulle tavole dei contadini c'erano poche cose essenziali: qualche salume, qualche formaggio, un po' di verdure, una zuppa. Ma in entrambi i casi la filosofia del servizio era di mettere tutto in tavola. Non escludo che la moderna abitudine dell'antipasto conservi memoria di queste antiche abitudini. E forzando un po' le cose potremmo pensare a quello strano termine non tanto in funzione di un "prima" (anti-pasto = prima del pasto, dal latino *ante* che appunto significa prima, davanti) quanto di un'alternativa, di un "contro" (un modo di servire, e di mangiare, che si contrappone al servizio strutturato). L'odierno successo dei cosiddetti aperitivi, con tutti quei piatti e piattini da cui piluccare qualcosa, non sembra forse la riformulazione in chiave diversa di quella tradizione? Con in più, oggi, il desiderio di un modo più libero e informale di stare a tavola (o a tavolino, nel luogo informale per eccellenza: il bar). E non parliamo delle apericene (poverette, bisognerebbe trovargli un nome più decente) che non aprono proprio nulla, sostituiscono la cena e basta. Antipasto, aperitivo, apericena: parole che suggeriscono un "prima", un'apertura". Ma in realtà occupano la scena, fino a sostituire il tutto. ■



il buongustaio di Silvia Inghirami

## Benedetta primavera

Arriva la primavera e Sorano (GR) festeggia il piccolo borgo medioevale, appollaiato su uno sperone tufaceo, apre le porte ai turisti amanti dell'arte, della musica, del vino e della birra. Da sabato 22 aprile inizia la Festa di primavera con l'apertura della mostra Soranoinfiera, visitabile fino al 1°

maggio. Il programma va dal raduno dei cavallari, alle escursioni in mountain bike e in moto. La pas-



seggiata più affascinante è lungo le vie cave, le strade scavate nel tufo con pareti alte fino a 20 metri. La sera concerti per tutti i gusti. E tanti bicchieri del Rosso Sovana Doc, da gustare con gli eccellenti formaggi e i salumi tipici negli stand enogastronomici e nelle cantine. Ma la vera perla della cucina soranese è il tortello: al ragù, burro e salvia o con zucchero e cannella.

# Piange il telefono

*Fisso o cellulare caldo a tutte le ore, proposte commerciali insistenti e spesso pratiche scorrette di vendita. Dilaga il fenomeno del telemarketing molesto. Ecco come difendersi quando la telefonata commerciale diventa stalking.*

■ Aldo Bassoni

**P**rima arrivavano solo al telefono fisso, noiose ma di rado e mai troppo insistenti. Da qualche tempo hanno preso di mira anche i cellulari con un'assiduità e un'insistenza che sconfinano nella molestia. Puntualmente ci raggiungono a tutte le ore della giornata, più spesso a pranzo o a cena, quando la famiglia si riunisce attorno alla

tavola. Ma col cellulare ci inseguono ovunque, in barba alle leggi sulla *privacy*, con strabordante esagerazione come se non aspettassimo altro che l'ultima imperdibile offerta per risparmiare sulla bolletta del gas o su quella dell'energia elettrica, per non dire delle migliaia di opportunità di acquisto alle quali possiamo serenamente rinunciare.



## A stretto contatto

L'arrivo di telefonate indesiderate è un fenomeno in costante crescita: *call center*, sondaggisti, venditori chiamano senza rispettare le norme vigenti in materia di *telemarketing*, finendo così per creare notevole disagio e fastidio.

Ecco cos'è diventato il telefono, sia quello fisso (sono 22 milioni i privati che in Italia utilizzano ancora la vecchia cornetta) che il portatile, ormai presente nelle tasche di chiunque: una mitragliatrice di proposte più o meno indecenti, talvolta vere e proprie truffe dalle quali si fatica a tenersi alla larga. E a poco vale tentare di chiudere con garbo la conversazione, i *call center* se ne infischiano bellamente, fregandosene anche di dichiarare, come impone la legge, se chiamano dall'estero o dall'Italia. Siamo arrivati al punto in cui anche i *manager* delle principali aziende del settore, come **Umberto Costamagna**, titolare della *Call&Call* e vicepresidente di *Assocontact*, ammettono che «si è davvero passato il segno, gli utenti sono stanchi e gli operatori seri in difficoltà». Rincarare la dose **Rosario Trefiletti**, presidente di *Federconsumatori*: «stanchi è dir poco, il *marketing* telefonico è arrivato a un punto di saturazione tale che si ritorce alla fine anche contro di loro perché il più delle volte non risponde o risponde irritato e a male parole, e comunque mettendo in campo strategie di difesa che, in qualche modo, limitano la nostra libertà, per esempio non rispondendo al telefono, cosa gravissima perché potrebbe chiamare il figlio o l'anziana madre».

## Appesi a un filo

Inoltre c'è da dire che sono in aumento anche le pratiche commerciali scorrette compiute il più delle volte ai danni di persone anziane che vivono sole e non riescono a liberarsi di chi, all'altro capo del filo, tenta di rifilargli un qualunque servizio o prodotto conveniente solo per chi lo vende. Ma come fanno certi professionisti della molestia telefonica a venire in possesso del nostro numero di cellulare?

## Blocco del traffico

### Come bloccare le telefonate moleste.

Chi ha uno *smartphone* con sistema operativo *Android* per bloccare i numeri indesiderati può sfruttare le opzioni di *Android*: basta andare nell'elenco delle ultime chiamate, tenere premuto lo schermo sul numero indesiderato e attendere l'apertura del *menu* a tendina, dove andrà selezionata la voce "aggiungi ad elenco blocco". Con questa semplice operazione, le chiamate provenienti dal numero selezionato saranno bloccate automaticamente. Se l'obiettivo è stoppare anche le chiamate provenienti da numeri ignoti, si può installare una delle *App* scaricabili da *Google Play* in grado di interrompere le chiamate provenienti da numeri indesiderati.

Per i possessori di *iPhone*, il menu telefono propone l'opzione "bloccati" dove va selezionata la voce "aggiungi" per inserire un numero di telefono all'elenco dei numeri indesiderati. In alternativa, entrando nel *menu* dell'elenco chiamate, sarà sufficiente cliccare sull'icona che si trova accanto al numero e selezionare sul *menu* la voce "blocca contatto".

Chi utilizza il *Windows Phone* può ricorrere a una funzione predefinita del sistema operativo, che può essere sfruttata aprendo il *dialer* del proprio cellulare tramite l'icona della cornetta e selezionando il numero da bloccare, tenendo premuto il dito sul nominativo e selezionando la voce "blocca numero" dal *menu* a tendina che si apre. Prima di convalidare il blocco delle chiamate, *Windows* chiede la conferma dell'operazione e l'accettazione delle condizioni d'uso della funzione. Anche in questo caso la scelta può essere modificata qualora ci fossero ripensamenti.

Spesso glielo diamo noi senza rendercene conto, per esempio compilando distrattamente il modulo d'iscrizione a particolari servizi. Quante volte ci capita di cliccare richieste di consenso solo all'apparenza innocue che in realtà, se le leggessimo attentamente, ci accorgeremmo che servono soltanto a mettere i nostri dati e recapiti telefonici a disposizione di attività di *telemarketing*. In questi casi è bene stare attenti a non dare mai il proprio consenso, sia *on line* che su carta, laddove compaiono le diciture "terzi", "altre aziende", "servizi alternativi" e svariate altre formule che comportano la cessione e l'uso a fini commerciali dei nostri dati sensibili. Ma questo può non bastare ►



▶ dato che in molti *call center* girano anche liste prive di consenso fornite addirittura da aziende specializzate nel recuperare nomi e numeri di utenti da contattare, un vero e proprio mercato delle utenze di fissi e cellulari che vengono vendute a peso d'oro.

## Mi oppongo!

La prima mossa, dunque, spetta a noi. Ma può non bastare. E allora cominciamo a vedere che cosa è possibile fare per metterci al riparo, almeno in parte, dal diluvio di telefonate indesiderate. Uno strumento istituito per aiutare il cittadino a filtrare le telefonate dei *call center* è il *Registro pubblico delle opposizioni*, un elenco che raccoglie i numeri telefonici ai quali le aziende non possono rivolgersi per scopi commerciali. L'iscrizione al *Registro* è gratuita, si fa una volta per tutte e va rinnovata solo se si cambia numero. Per iscriversi basta andare sul sito [www.registrodelleopposizioni.it](http://www.registrodelleopposizioni.it) e seguire le istruzioni, dopo di che i *call center* hanno 15 giorni di tempo per cancellare dai loro elenchi eventuali numeri presenti nel *Registro*. Se ciò non avviene le aziende che chiamano questi numeri possono essere denunciate e sanzionate. «In realtà questo *Registro* è inefficace – sostiene Trefletti – e non ci sono pannicelli caldi su questo versante, le sanzioni



più forti non funzionano e riformare il *Registro* non serve a nulla. L'unica cosa è ritornare a quando anche in Italia, come nella maggior parte dei paesi, era il cittadino che chiedeva di ricevere telefonate commerciali. Questa cosa era tradotta in grafica con una cornettina telefonica sugli elenchi a fianco del numero di telefono e non c'era il *telemarketing* selvaggio, eri tu che lo chiedevi». Intanto sono allo studio iniziative di legge per far fronte allo tsunami delle telefonate commerciali: dall'istituzione di un prefisso unico che consenta di individuare immediatamente la chiamata di un *call center* alla cancellazione retroattiva di qualunque consenso prestato in passato all'utilizzo dei propri dati.

## Buona condotta

**Le regole ci sono, basterebbe rispettarle.**

A marzo 2016 Assocontact ha stilato una serie di regole che tutte le aziende del settore sono tenute a seguire. La parte più importante è l'articolo 7 dove si legge che "Sono vietate tutte le pratiche ambigue, scorrette, ingannevoli o sleali, indipendentemente dal fatto che violino specifiche norme di legge e regolamenti nazionali". L'articolo 8, invece, fissa alcuni importanti paletti: mai chiamate prima delle 9 o dopo le 21. Mai chiamate allo stesso numero, da uno stesso *call center*, più di una volta al mese. Mai insistere se l'interlocutore vuole terminare la chiamata. Mai chiamate mute, nei termini di quanto indicato dal *Garante*. Se tutti rispettassero questi due semplici articoli, sarebbe già un quieto vivere per noi consumatori.

## Col nostro consenso

Naturalmente le aziende del settore si oppongono a soluzioni troppo radicali. «Bisogna agire con il giusto equilibrio tra le esigenze di vendita e quelle dei cittadini», ammonisce Costamagna ricordando che il settore dei *call center* occupa circa 40mila persone, per lo più oltre confine, anche se sono in cantiere proposte per farli rientrare in Italia. Più disponibile a soluzioni radicali **Roberto Boggio**, presidente di *Assocontact*, l'associazione nazionale dei *contact center* in *outsourcing* che già da un anno ha messo a punto un codice di comportamento (vedi *box* in questa pagina). «Vogliamo un modello nuovo che permetta ai *call center* di contattare solo chi è realmente interessato ad accedere a sconti e offerte speciali. Il codice deontologico che ci siamo dati va in questa direzione. Ma noi proponiamo qualcosa di più: una banca dati dove per ogni utente ci sia un "sì" o un "no" ad indicare il consenso o meno. Siamo disposti a far nascere un organismo *ad hoc* per creare questa banca dati». Forse non si è lontani da una soluzione. Qualche passo in avanti potrebbe essere quello di escludere dal *telemarketing* determinate fasce orarie. Per adesso, in attesa che venga posto un argine alto e invalicabile al dilagare di questo fenomeno, andiamo tranquillamente a pranzo... ma non prima di aver spento il telefonino e staccato la cornetta. ■

# Promuovi la tua attività nei negozi Coop

**72** Postazioni espositive



**1.600** Cartelli disponibili su oltre 400 pensiline portacarrelli



**112** Negozi con

**radiocoop**

**710** Antenne antitaccheggio



**100**  
**TOTEM**  
**80x180**



**Retro di decine di milioni di scontrini**



**Oltre 14.000**  
**Carrelli spesa**



**Altre opportunità**



**184** Pannelli installati su pensiline parapetonali indicatori park



**Rivista per SOCI**  
**"NUOVO CONSUMO"**  
mensile oltre 150.000 copie per edizione



# Alta concentrazione

*Valgono decine, anche centinaia, di miliardi di dollari in borsa e concentrano nelle loro mani la gran parte del cibo mondiale. Sono le multinazionali dell'industria alimentare, poche, potenti aziende, marchi noti e meno noti, che fanno la buona e la cattiva tavola e affari d'oro, pensando più agli azionisti che al bene dei consumatori, dei produttori, dell'ambiente.*

■ **Dario Guidi**

**S**e c'è qualcosa che è sicuramente simbolo della globalizzazione sono loro, le grandi multinazionali del cibo. Aziende che valgono in borsa decine, in diversi casi centinaia, di miliardi di dollari e le cui vendite viaggiano anch'esse con gli stessi ordini di grandezza. Parliamo di *Nestlé, Pepsi Cola, Unilever, Kraft-Heinz, Coca Cola, Mondelez, Anheuser-Busch, Diageo, Danone, Kellogg* e via dicendo. Nomi a volte ultra noti, altre volte meno conosciuti a chi va fare la spesa. C'è chi ha stimato che queste imprese controllino il 70% del cibo mondiale.

## Pensare in grande

Chissà, avere una cifra esatta è impossibile, ma certo il potere di queste realtà è enorme. Anche perché spesso i consumatori non hanno ben presente che dietro al nome della casa madre stanno decine e decine di marchi diversi che, spesso, siamo portati a pensare siano aziende indipendenti. Alla fine, secondo la stima fatta da un'associazione come *Oxfam*, che a queste grandi multinazionali (e ai loro comportamenti più o meno virtuosi) ha dedicato un rapporto, parliamo di almeno 500 marchi che tro-

viamo ogni giorno sugli scaffali quando andiamo a fare la spesa. C'è chi ha sperimentato come in un normale supermercato americano, della dozzina di marchi di margarina mediamente presenti, tutti appartengano in realtà a sole due aziende. La tendenza degli ultimi decenni è stata quella di avere imprese sempre più grandi, in un susseguirsi di scalate, acquisizioni e fusioni, animate sempre dalla stessa logica della globalizzazione: garantire profitti agli azionisti, far leva sulla finanza e sugli andamenti





delle quotazioni di borsa, ridurre i costi, agire su scala mondiale grazie alla forza dei marchi e della pubblicità. Una corsa che pareva inarrestabile, come pareva inarrestabile la corsa a una globalizzazione sempre più feroce e spietata. Proprio per questo, poche settimane fa, il colosso Kraft-Heinz, nato appena nel 2015 dalla fusione tra Kraft (che in Italia significa maionese e sottilette) e Heinz (re del ketchup Usa), con una capitalizzazione in borsa da 118 miliardi di dollari e vendite per 26,2 miliardi, ha deciso di lanciare un'offerta d'acquisto da 143 miliardi di dollari verso Unilever (società anglo-olandese da oltre 50 miliardi di vendite). È importante notare che i padroni di Heinz-Kraft sono il miliardario americano Warren Buffett e il fondo brasiliano 3G dietro cui sta Jorge Paulo Lemann, uno degli uomini più ricchi del paese. Ebbene sia Buffett che Lemann hanno i loro soldi investiti in decine di società e aziende che operano nei più diversi campi e dunque la loro logica è prima di tutto far fruttare il loro investimento (si parli di cibo o telefoni nulla cambia).

## I signori del cibo

In pochi giorni l'attacco di Kraft-Heinz si è, però, sciolto come neve al sole. Colpa dell'opposizione dei vertici di Unilever e dei dubbi (se non di più) dei Governi. E così Kraft ha fatto marcia indietro. Ma gli esperti garantiscono che Buffett e Lemann, sfuggita Unilever, si

Lo schema qui sopra, realizzato nel 2012, raffigura come a livello mondiale a poche grandi società fanno capo centinaia di marchi diversi. Dal 2012 ad oggi tante cose sono cambiate: alcune aziende, come Kraft e Heinz, si sono fuse dando vita ad un'unica realtà e molti marchi sono passati a società diverse. Ma la sostanza, e cioè la grande concentrazione del mercato alimentare, è ancora la stessa.

## Made in Italy

### La crescita dell'industria italiana del cibo.

Nel complicato quadro legato all'industria alimentare nel mondo di cui parliamo in queste pagine è bene però ricordare che, secondo le previsioni di *Federalimentare*, il fatturato dell'industria del cibo italiana è destinato a crescere anche nel 2017, arrivando a raggiungere i 134 miliardi di euro (più 1,5% sul 2016), con una quota di esportazioni pari a 31,6 miliardi (più 5% sul 2016). Secondo *Federalimentare* anche i consumi alimentari interni registreranno una crescita seppure modesta (più 0,3%). Stando, invece, solo all'export, dal 2000 al 2016 la crescita del settore è stata del 144,5%. Un segno inequivocabile che, se nel mercato mondiale il ruolo e il peso dei grandi colossi multinazionali è cresciuto, l'industria italiana – dove la realtà più grande è Ferrero con 9,5 miliardi di fatturato – non è stata a guardare. Ma la competizione continua.

apprestino a lanciarsi verso altre prede, sempre nella logica di crescere per avvicinarsi, se non superare, il numero uno mondiale nel campo del cibo che è Nestlé, con vendite per circa 80 mi- ➤

► liardi. «Per leggere una vicenda come questa tra *Kraft-Heinz* e *Unilever* – spiega **Stefano Liberti**, giornalista d'indagine e autore del libro *I signori del cibo*, che proprio delle grandi dinamiche mondiali in questo campo si occupa – la prima cosa da mettere in evidenza è come la dimensione finanziaria sia sempre più decisiva rispetto a quella industriale. Si disegnano scalate pensando a come aumentare utili che spesso derivano, come nel caso della fusione tra *Kraft* e *Heinz* da tagli ai posti di lavoro per circa il 20%. Soprattutto negli Usa questi gruppi operano non certo per rendere conto ai consumatori. Il riferimento sono gli azionisti a cui occorre garantire lauti dividendi». E c'è dell'altro, ma le cronache economico-finanziarie ne parlano poco o per niente. «La logica con cui si muovono queste grandi multinazionali – prosegue Liberti – ha ricadute pesanti per l'approccio che hanno verso l'ambiente e verso i paesi più poveri da cui vengono risorse e materie prime. Nel mio libro le chiamo “aziende locusta” perché sono in grado di ottenere economie di scala gigantesche, anche a costo di far pagare il prezzo all'ambiente e ai produttori». Fe-

nomeni come il *land grabbing* – l'acquisizione di enormi quote di terreno agricolo nei paesi in via di sviluppo da parte di compagnie multinazionali – sono il simbolo di questo approccio estrattivo: cioè prendo le risorse, le uso sin che mi servono e poi torno a casa. «Se anche la vicenda *Kraft-Unilever* è fallita, che la spinta verso queste mega aziende sia in via di esaurimento è tutto da dimostrare. Voglio ricordare la fusione tra *Monsanto* e *Bayer*, che avrà un enorme peso sul piano del controllo dei mercati agricoli, dei brevetti e delle sementi. O il fatto che un altro colosso delle sementi come *Syngenta* sia stato acquistato dalla cinese *ChemChina*. Sono tutte operazioni enormi – sottolinea Liberti – che accentrano risorse e aumentano il controllo di pochi sui mercati. Queste non sono buone notizie per i consumatori o per sperare di avere prodotti di maggiore qualità e senza *ogm*».

## Domanda e offerta

Già perché viene da chiedersi: ma in tutto questo il consumatore dove sta? Che peso ha? Poco,



mai attuale. Anche oggi nel nostro rapporto con le industrie, a maggior ragione se multinazionali di enormi dimensioni, un primo obiettivo è quello di spuntare condizioni d'acquisto vantaggiose per offrire ai nostri soci qualità a prezzi convenienti. Cosa che cerchiamo di fare anche grazie alla forza che ci viene dal rappresentare 8 milioni di soci Coop in Italia. In secondo luogo, è vero che ci sono profondi cambiamenti nelle scelte delle famiglie e di chi fa acquisti, e che c'è sempre più attenzione al proprio benessere e alla salute. Noi, come Coop, siamo i primi a volere che i consumatori siano informati ed esercitino le loro scelte in modo consapevole. Da decenni abbiamo promosso iniziative e attività in questo senso. Ci confrontiamo ogni giorno con le imprese fornitrici, per stimolare innovazione e per cercare di privilegiare prodotti che sappiano legare la qualità a un giusto prezzo. Va rile-

## Marchio di garanzia

**Come Coop, la più grande impresa della distribuzione italiana, tutela il potere d'acquisto dei consumatori, la qualità e la salubrità dei prodotti in un mercato globale. Lo spiega Marco Pedroni, presidente di Coop Italia.**



«Rispetto alle logiche con cui evolve su scala mondiale un settore come quello alimentare, al peso che hanno le grandi multinazionali e al ruolo che Coop svolge come più grande impresa della distribuzione italiana, credo sia doveroso partire proprio dal ricordare alcuni dei motivi che sono all'origine dell'esperienza della cooperazione di consumatori». A parlare è **Marco Pedroni**, presidente di *Coop Italia*, una realtà chiamata a confrontarsi quotidianamente con le evoluzioni del mercato alimentare e non solo.

«La cooperazione è nata come prima cosa per offrire convenienza e per tutelare il potere d'acquisto delle persone. E questa caratteristica è più che



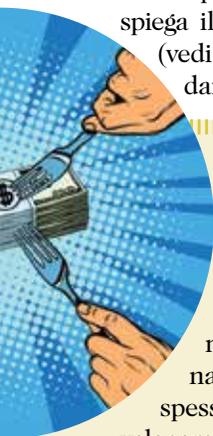


ancora troppo poco. Ma non si può negare che le cose per alcuni aspetti stiano cambiando. L'attenzione per l'ambiente e per il rispetto dei diritti sono sicuramente cresciuti. Così come c'è più attenzione verso un'alimentazione salutare, equilibrata e senza eccessi. Del resto il paradosso di un mondo che da un lato ha un poco meno di 1 miliardo di persone che soffrono la fame e dall'altro ha più di 1 miliardo di obesi e sovrappeso è figlio anche di ciò che queste grandi multinazionali ci hanno proposto e ci hanno convinto a mangiare. Non a caso, già da anni, colossi come *Pepsi* o *Coca Cola* stanno proponendo nuovi prodotti più attenti alla dieta. E lo stesso problema lo stanno fronteggiando altri colossi, tra cui *McDonald's*. In sostanza, anche le vendite di questi supercolossi mondiali ne hanno risentito. Forse ciò è avvenuto più in Europa che negli Usa, ma tra spinta verso i prodotti biologici, scelta vegetariana di una parte della popolazione e ricerca di prodotti salutistici e legati al territorio, il cambiamento c'è stato e ha pesato. Al punto che, come spiega il professor **Luca Pellegrini** (vedi l'intervista a p. 24) «può darsi che la spinta alla con-

centrazione in queste super società non sia finita, ma potrebbe rappresentare più una scelta difensiva e di arroccamento che non un segno di forza».

Anche secondo **Philip Howard**, docente della *Michigan State University* e autore del libro *Concentrazione e potere nel sistema del cibo* (ancora non uscito in Italia), ci sono segni di qualcosa che si muove: «Queste grandi aziende vengono messe sotto pressione dalla domanda delle persone che portano avanti i loro valori. Stiamo vedendo non solo un aumento del biologico, ma stanno cambiando le pratiche anche sugli allevamenti di animali. C'è chi ha annunciato l'eliminazione degli antibiotici tanto che anche *McDonald's* ha annunciato di volersi muovere in questa direzione».

Esempi di battaglie su cui l'attenzione dell'opinione pubblica ha inciso ce ne sono diverse altre (quella dell'olio di palma, per citarne una). «La consapevolezza del consumatore è sicuramente una chiave di volta fondamentale – puntualizza Liberti –. Ogni passo verso la trasparenza e un'informazione chiara su tutta la filiera, sulla provenienza e la storia di ciò che compriamo sono passi in avanti positivi». ■



vato che negli ultimi anni il trend degli acquisti ha penalizzato quelli che una volta erano considerati grandi marchi (solitamente controllati da multinazionali) e favorito imprese spesso italiane che meglio e più velocemente hanno promosso l'innovazione nei prodotti alimentari, con attenzione al biologico, al *free from*, alla riduzione di grassi e zuccheri. In terzo luogo va evidenziato che la cooperazione ha un legame storico con i territori e con i propri soci. E coerentemente con questa premessa, operiamo per privilegiare prodotti e produttori italiani; negli ultimi anni abbiamo ulteriormente aumentato l'offerta di prodotti provenienti dalle diverse regioni e territori, operando per dare valore all'enorme ricchezza della biodiversità alimentare italiana. Ma il contributo più importante che noi diamo quotidianamente per rendere il mercato più giusto e per bilanciare il peso dei grandi gruppi multinazionali,

è attraverso il prodotto a marchio Coop, che credo sia la sintesi delle indicazioni che ho sin qui citato. Stiamo progressivamente allargando l'offerta dei prodotti a marchio Coop, sia con nuove linee sia rafforzando quelle esistenti. I nostri prodotti sono realizzati da 500 piccole e medie aziende italiane, eccellenti nella qualità anche grazie alla collaborazione di lunga durata che hanno con noi. Dato che in queste pagine si fa riferimento a fenomeni su scala mondiale, voglio ricordare un solo e più recente esempio dell'approccio di Coop con la scelta di portare tutta la filiera della cioccolata sotto al marchio *Solidal Coop* (ne parliamo a pagina 50, ndr), come già avvenuto in passato per il tè – conclude Pedroni –. Nel complesso, il prodotto a marchio Coop è cresciuto con forza nel corso degli ultimi anni e oggi vale intorno ai 3 miliardi di euro (il fatturato *Barilla* nel 2015 è stato di 3,3 miliardi, ndr). Una cifra che ci dà più forza per portare avanti i nostri impegni e tutelare gli interessi dei consumatori». ■





# Analisi di **mercato alimentare**

**Tra finanza e consumi, tra colossi e piccole aziende, come cambia il mercato del cibo lo spiega Luca Pellegrini, docente di marketing presso l'Università IULM di Milano.**

24



Luca Pellegrini,  
docente di  
marketing presso  
l'Università IULM  
di Milano.

**La tendenza mondiale degli ultimi decenni a costruire imprese di dimensioni sempre più grandi anche in campo alimentare è destinata a proseguire ineluttabilmente?**

«Anche se forse non c'è una risposta definitiva, credo che sia doveroso chiedersi se le operazioni di questo tipo siano ora da considerarsi come scelte di attacco o di difesa. Magari con intensità diverse, ma tanto in Italia come nel resto del mondo, sugli scaffali dei supermercati si vedono sempre più prodotti che hanno un legame col territorio, che sono legati a caratteristiche nutrizionali specifiche, che propongono un contenuto di qualità forte. Un po' il contrario di molti di quei marchi noti in tutto il mondo che sono la forza delle grandi società. Questa crescita, articolata e vivace, che tutti possono riscontrare facendo la spesa, è indicatrice di una tendenza di fondo che non ha certo rafforzato le vendite delle multinazionali».

**E come hanno reagito i grandi colossi a quest'evoluzione del mercato?**

«C'è chi ha ridotto la presenza, come *Unilever*, o addirittura è uscita dall'alimentare, come *Procter & Gamble*. Per altri aspetti si procede, invece, con acquisizioni e fusioni che sono più degli arroccamenti in territori ritenuti sicuri perché meno toccati dalle nuove tendenze a cui abbiamo accennato. È chiaro che in un mercato enorme come quello dell'alimentare, anche se i consumatori cercano di più il legame col territorio, ci sono grandi marchi che garantiscono comunque grossi volumi su scala planetaria. E dunque qui cercano di posizionarsi i colossi del settore».

**Quanto pesano la dimensione finanziaria e la riduzione dei costi nell'azione di questi big?**

«Il peso della finanza è fortissimo, non c'è dubbio, così come la ricerca di contenere i costi. Ma è chiaro che, per fare utili, anche se la proprie-

tà di un'impresa è di un fondo d'investimento, devi avere prodotti che si vendono. Per cui anche le grandi società, che pure puntano a essere *leader* per i volumi di vendite, agendo su più paesi, devono comunque confrontarsi con l'innovazione. Cosa che può avvenire provando a lanciare o acquistare nuovi marchi o linee di prodotto che se non funzionano, vengono poi abbandonate o cedute. È un balletto continuo. Anche *Nestlé* ha fatto di recente un'operazione di pulizia prendendo atto che certi marchi non andavano».

**Per un paese con un patrimonio agroalimentare come il nostro quali strategie si devono adottare per non essere solo vittime dei più grandi?**

«Nel campo dell'industria alimentare l'Italia è stata molto meno colonizzata rispetto ad altri settori nei quali invece la presenza straniera è diventata dominante. Certo anche nell'alimentare, nel corso degli anni, abbiamo perso marchi importanti, da *Parmalat* a *Invernizzi*, ma abbiamo anche grandi realtà, che hanno un valore mondiale, come *Barilla* o *Ferrero*. Decisiva resta la capacità imprenditoriale e la voglia di innovare e cogliere le spinte nuove di un mercato che si muove rapidamente. E in questo molte imprese italiane si sono mosse bene».

**La maggiore consapevolezza e la spinta dei consumatori stanno incidendo sulle novità di cui parliamo?**

«Non c'è dubbio che il ruolo dei consumatori, anche se esercitato con qualche contraddizione, sta diventando fortissimo. C'è una tendenza di fondo legata a quello che io chiamo il "bell'essere", cioè la somma di benessere e bellezza, che si è ormai affermata. Nonostante la crisi il biologico ha registrato un *boom* significativo, anche se costa di più. Che ci sia una sempre maggior consapevolezza dei consumatori è un fatto positivo e le aziende devono tenerne conto. Chi non lo ha fatto, ha perso quote di mercato». ■

# Proposta commerciale

**Nuovi prodotti, adeguati ai gusti e ai bisogni di soci e clienti, negozi moderni, accoglienti, sempre adeguatamente riforniti. Come Unicoop Tirreno sta ripensando la sua offerta commerciale, dall'ortofrutta ai prodotti industriali, nel segno della convenienza e della qualità.**

25

■ **Susanna Orlando**

**M**erce fresca, punti vendita curati e attraenti, convenienza, servizio efficiente e novità negli assortimenti. Sono i presupposti per il rilancio raccontati da **Fabio Tozzini**, direttore commerciale freschi e rete Toscana, e da **Armando Picuno**, direttore commerciale industriali, *non*

*food, supply chain* (gestione di tutta la catena di vita del prodotto dal fornitore al consumatore, ndr), territorio Lazio e Umbria, dallo scorso dicembre in Unicoop Tirreno per promuovere il rilancio dell'attività commerciale.

## Belli freschi

«I primi interventi sui prodotti freschissimi – racconta Tozzini – li abbiamo fatti sulla frutta e la verdura per migliorare la qualità, ridurre i prezzi e valorizzare la presentazione con massima enfasi ai prodotti stagionali. Si conferma l'attenzione alle produzioni locali che vo-

gliamo rendere più complete nell'offerta e razionalizzare nella gestione». Gli altri reparti di prodotti freschissimi – carne, pesce, gastronomia, pane e pasticceria – saranno interessati nei prossimi mesi da una serie di interventi per migliorare qualità e servizio, pensando, oltre alla clientela tradizionale, a una clientela giovane, informata e sensibile all'innovazione e alle migliaia di turisti che frequentano annualmente le nostre ragioni.

Per questo serve anche una rimodulazione e una nuova messa a punto del negozio perché sia moderno, accogliente, sempre adeguatamente rifornito, in grado di soddisfare appunto le esigenze del consumatore di oggi. «Sul punto vendita si concentra, infatti, la nostra attenzione – puntualizza Tozzini – che deve essere tenuto con la massima cura e ben assortito per tutto l'arco della giornata. E i primi risultati per l'ortofrutta sono incoraggianti con un incremento delle vendite significativo».

## Un'ampia offerta

Un'offerta più ampia e adatta alle moderne esigenze di soci e consumatori anche per i prodotti industriali. «Stiamo ripensando l'offerta commerciale – spiega Picuno – per dare risposte sempre più adeguate ai gusti e alle aspettative dei clienti. Incrementeremo le famiglie dei prodotti di tendenza o in forte crescita come, ad esempio, quelli biologici e vegani, i vini tipici, i prodotti locali, le birre speciali, i prodotti delle aree *benessere & salute* e i cibi per gli animali. Un assortimento più ricco che sarà visibile nei nostri negozi proprio da questo mese». Il tutto nel segno della

convenienza. «L'attenzione a garantire i prezzi più convenienti è massima – sottolinea Picuno –. Per questo abbiamo introdotto nuove linee di prezzo per essere *leader* di convenienza in ogni territorio in cui siamo presenti, senza mai perdere di vista qualità e sicurezza». Negozio al centro si diceva. E, infatti, per ogni punto vendita sono stati individuati i piccoli investimenti necessari per un salto di qualità. Si tratta, ad esempio, di interventi sull'illuminazione per riquificarli e ▶



Dall'alto, i reparti ortofrutta di Maremà (Grosseto), Roma via Bettini e Viterbo.



Fabio Tozzini e, sotto, Armando Picuno.



► trovare al tempo stesso soluzioni per risparmiare; della sostituzione di alcuni banchi per valorizzare l'offerta, di attrezzature per uniformare le modalità espositive ecc.

26

## Facciamo il punto vendita

L'obiettivo è puntare alla riqualificazione complessiva dei negozi nella tenuta, nella presentazione dell'offerta e nel servizio, compresi l'adeguato rifornimento e la chiarezza dei prezzi. Anche la comunicazione presso il punto vendita sarà più diretta e orientata a dare subito la percezione della convenienza, segnalando in modo più evidente le promozioni sia nelle zone pensate *ad hoc* sia sugli scaffali. In quest'ottica nel corso dell'anno i punti vendita del Lazio al centro di un'importante ristrutturazione saranno Euroma2, Roma Casilino e Colleferro, prevista per la prossima estate; in Toscana sarà la volta di Grosseto via Inghilterra, Grosseto via Ximenes e Livorno via Toscana. Per rispondere in modo adeguato alle nuove abitudini d'acquisto Coop propone anche, per adesso solo ai soci e clienti romani, una nuova piattaforma di *e-commerce*. Nel sito [www.easycoop.com](http://www.easycoop.com) oltre 12mila prodotti, dalla carne al pesce, dalla frutta alla verdura, di cui oltre 2.500 freschissimi: il più ampio assortimento in Italia per un servizio di *e-commerce* che offre una fascia oraria di consegna a scelta e promozioni dedicate ai soci. E sempre pensando ai soci sconti sulla spesa e sulle iniziative legate al tempo libero, senza dimenticare la solidarietà. «Per i soci di Lazio, Umbria e Campania – commenta Picuno – il catalogo *fidelity* è l'elemento distintivo della politica commerciale in una logica di fidelizzazione agli acquisti: più il socio spende, più accumula e più cresce la convenienza. In Toscana si mantiene la tradizione con pacchetti periodici più importanti di prodotti in promozione dedicati ai soci». Una Cooperativa sempre più a misura di socio e cliente. ■

## Coop fa per te

**Per gli studenti universitari in Coop la spesa è più vantaggiosa.**

È partita a marzo nei negozi di Toscana, Lazio e Umbria e durerà fino alla fine dell'anno.

Si chiama *Coop fa per te* ed è la campagna che rende la spesa degli studenti universitari soci più vantaggiosa: ogni settimana, infatti, possono usufruire dello sconto del

10% sull'acquisto dei prodotti a marchio Coop delle linee *Tutela*, *Fiorfiore*, *ViviVerde*, *Solidal*, *Bene.sì*, *Crescendo*, *Club 4-10*, *Senza Glutine*, *Origine*, *Amici speciali* (massimo 100 euro di spesa). Inoltre agli studenti che si faranno soci e attiveranno l'offerta entro il 31 dicembre

## Un Maremà di iniziative

**Largo ai bambini con animazioni, letture e laboratori creativi. Per i più grandi ha preso il via il prestito bibliotecario. Ma al Maremà protagonista è anche la cucina.**

Si anima il centro commerciale **Maremà** in località **Comendone a Grosseto** con appuntamenti organizzati dalla locale **Sezione soci** presso lo **Spazio soci dell'IperCoop**.



- In collaborazione con l'Accademia delle Belle Storie, ogni martedì di aprile, dalle 16.30 alle 18.30, vengono organizzati laboratori creativi gratuiti per bambini dai 4 ai 10 anni. La partecipazione è gratuita. Per prenotazioni: 3397297313 o 3351775487 e [accademiastorie@gmail.com](mailto:accademiastorie@gmail.com).
- *L'apprendista lettore*, letture animate e attività per bimbi a cura della Libreria Coop ogni terzo mercoledì del mese, dalle 17 alle 18.15. Info e prenotazioni: 0564457279 - [libreria.coop@librerie.grosseto.it](mailto:libreria.coop@librerie.grosseto.it).
- In collaborazione con la Biblioteca Chelliana, tutti i sabati, dalle 10 alle 13, è attivo il servizio di prestito libri.
- In collaborazione con il gruppo autogestito *Fili colorati*, per due mercoledì al mese, dalle 9 alle 12, attività di cucito, lavori a maglia, uncinetto ecc.
- Il 28 aprile, dalle 16.30 alle 18, laboratorio gestito dal Museo di Storia Naturale della Maremma.

**Al Maremà diventa protagonista anche la cucina.**

- Il 5 e 20 aprile, dalle 16.30 alle 18, presso il ristoro *RiCò il Conte Max* presenta la *Merenda in musica*.
- L'associazione enogastronomica *Gustalia* il 21 aprile (dalle 17) parlerà di ricette della tradizione maremmana e di prodotti tipici.
- Presso il *RiCò il 6* e il 27 aprile la Sezione soci, l'associazione *Gustalia*, l'*ISS Leopoldo II di Lorena* e *Slow Food Grosseto*, organizzano i *Laboratori del Gusto*. Partecipazione gratuita con prenotazione 3397779785-335261802.
- Nel mese di aprile nell'area vendita dell'IperCoop, saranno trasmesse le videoricette dei cuochi maremmani in collaborazione con *Tv9* e *IlGiunco.net*. ■ **B.S.**

**Il lunedì e il giovedì, dalle 15.30 alle 18.30, è attivo lo sportello Federconsumatori. Per non perdere la bussola dei tuoi diritti con consulenza gratuita per i soci Coop. Info 3388703715.**



# Invito a Palazzo

■ **Barbara Sordini**

**C**i sono luoghi che il tempo non cambia. Anzi, grazie alla loro integrità, vengono fregiati di importanti titoli come quello di far parte del *Patrimonio Mondiale dell'Unesco*. A Seravezza (LU) tutto questo accade per il complesso del *Palazzo Mediceo*, elegante nella semplicità della sua architettura, affiancato dalle *Scuderie* di un tempo, oggi divenute sala teatrale e cinema. Due strutture poste l'una di fronte l'altra, intervallate da un cortile a prato sempreverde e circondate dal suggestivo scenario delle Alpi Apuane.

## Nel complesso

Proprio qui, nella seconda metà del Cinquecento, hanno lavorato i più grandi scultori e architetti al seguito di Cosimo

I dei Medici che elesse questo come il luogo prediletto delle sue vacanze. Oggi come allora questo complesso è il cuore pulsante della vita culturale di Seravezza e della Versilia: dal 2009 il Comune ha costituito la *Fondazione Terre Medicee*, braccio operativo dell'amministrazione,

che organizza tutti gli eventi culturali a cui, grazie a una convenzione stipulata recentemente con Unicoop Tirreno, i soci possono partecipare con sconti sui biglietti d'ingresso.

Il vicepresidente della *Fondazione* è **Giacomo Genovesi**, anche assessore alla promozione e valorizzazione del territorio al Comune di Seravezza che, seppur insediato nell'amministrazione da meno di un anno, prosegue nel percorso di sviluppo culturale del complesso Mediceo: «La *Fondazione Terre Medicee* organizza e promuove mostre d'arte moderna e di fotografia di alto valore culturale all'interno del *Palazzo Mediceo*, oltre a numerose altre attività culturali tra cui i laboratori didattici per le scuole



Il Palazzo Mediceo di Seravezza (LU) e, sotto, Giacomo Genovesi.



Sconti soci Coop per teatro, cinema, mostre a pagina 33

2017 verranno accreditati sulla carta *SocioCoop* anche 5 buoni spesa del valore di 5 euro ciascuno. Per aderire a *Coop fa per te* devono essere presentati presso il *Punto d'Ascolto* del negozio, oltre alla carta *SocioCoop*, la tessera di studente universitario e il foglio che attesta il pagamento

della tasse per l'anno accademico 2016-2017. Un piccolo, fattivo, contributo di Coop per i giovani alle prese con costi universitari, tra libri, affitti e tasse, sempre più gravi. ■ **R.N.**

Grazie alla convenzione con la Fondazione Terre Medicee, per i soci Coop sono previsti sconti su tutte le iniziative culturali nello storico complesso di Seravezza.

della Versilia. In questo momento è in corso, fino al 17 di questo mese, la XIV edizione di *Seravezza Fotografia* con lavori di artisti nazionali e internazionali che si svolge in contemporanea anche nei vari centri culturali di Seravezza e di Querceta. Il mese di luglio sarà la volta di un'altra importante esposizione di arte moderna e contemporanea – prosegue Genovesi – dedicata al pittore **Plinio Nomellini** che proseguirà fino all'autunno per permettere alle scuole di parteciparvi con percorsi didattici. Nel prato tra il Palazzo e le Scuderie il 22-23 aprile avrà luogo *Enolia*, la rassegna di olio e vino giunta alla sua XVIII edizione, con la presenza di numerosi produttori, *cooking show* e iniziative culturali a tema. Nel primo fine settimana di giugno sarà la volta del festival *Giardino fiorito*, la rassegna florovivaistica che interesserà tutta l'area medicea».

## Passare in rassegna

L'altro edificio dell'area medicea sono le *Scuderie* all'interno delle quali si trovano il *Teatro delle Scuderie Granducali* e il *Cinema Scuderie Granducali*. Di quest'ultimo l'attività di programmazione è gestita dalla società *Apuania Cineservice*, con cui Unicoop Tirreno ha sottoscritto la convenzione per uno sconto da effettuare ai possessori della carta *SocioCoop*. «La rassegna teatrale – continua Genovesi – si conclude il 7 aprile per poi riprendere a novembre con il nuovo cartellone. Abbiamo scelto delle programmazioni particolari, privilegiando il racconto, il monologo e il teatro sperimentale. Così come per le rappresentazioni cinematografiche: non vengono scelte le proiezioni *blogbuster* ma si tratta più che altro di film d'essai intervallati da quelli per famiglie». ■

**COOP** sobacco  
**FA PER TE**  
PER TUTTO IL 2017 IL NOSTRO IMPEGNO  
PER I SOCI STUDENTI UNIVERSITARI  
**PER I SOCI STUDENTI UNIVERSITARI**  
10% di sconto, ogni settimana,  
su una spesa di prodotti a marchio Coop  
(massimo 100€ di spesa)  
Se diventi socio e attivi l'offerta  
entro il 31 dicembre 2017,  
ricevi buoni spesa per un totale di 25€.  
100€ di buoni spesa per un totale di 25€.

# Quello che le donne dicono

La voce delle donne della Sezione soci di Roma Laurentina nell'incontro dell'8 marzo.

28

Hanno parlato di battaglie, di conquiste, di lavoro, di famiglia e di primi amori. Si sono ritrovate l'8 marzo presso lo Spazio soci del Supermercato Coop di Roma Laurentina, ospiti del responsabile del negozio **Domenico Poziello** e della presidente della Sezione soci **Romilda Flora**. Circondate da fasci di rose *Solidal*, date in omaggio, un folto gruppo di donne ha dato vita a un incontro-dibattito, condotto per *Nuovo Consumo* dalla giornalista **Barbara Sordini**, fatto di interventi appassionati sul valore della ricorrenza, di ricordi del passato con le battaglie e le manifestazioni nelle piazze per la conquista dei diritti, di discriminazione sui posti di lavoro e di tante, tante storie personali, delicate ed

emozionanti. Tra gli interventi, *in primis*, quello della presidente Romilda Flora che dall'alto dei suoi 86 anni ha dato il via all'incontro e ne ha tirato le fila. Hanno inoltre portato il loro contributo le onorevoli, nonché socie Coop, **Maria Coscia** e **Roberta Agostini**, ricordando gli impegni della Coop in ambito sociale, e **Luisa Laurelli**, nel 1997 prima donna in Italia a presiedere il Consiglio comunale di Roma. Nei ricordi di molte, tra cui **Marina Collarile** e **Paola Vaccari**, omaggi anche per gli uomini, figure paterne che hanno insegnato loro ad essere libere nella conquista di un'indipendenza economica, e la testimonianza di donne che ogni giorno vivono e lavorano nel sociale come le assistenti del *Centro diurno* della zona, della *Comunità di Sant'Egidio* e della cooperativa *Nuova Agricoltura* che hanno preparato per l'occasione una torta mimosa. **Patrizia**, socia Coop, ha toccato il dolente tema della violenza sulle donne, della tardiva legge (1993) che ne riconosce il reato, e della lentezza politica e sociale italiana «forse perché noi donne perdoniamo troppo». A fare da intramezzo agli interventi, le letture della giovane **Giorgia Palmucci**, tratte dalla biografia di Anna Magnani. ■



## agenda del socio

### Civitavecchia (RM)

7 aprile

La Sezione soci, per festeggiare l'ingresso della pizza di Pasqua nell'*Arca del Gusto* di *Slow Food*, ha in programma venerdì 7 aprile (9.30-13) presso il Supermercato in loc. Boccelle *La colazione di Pasqua di Civitavecchia*, degustazione guidata in collaborazione con gli studenti dell'*IIS Stendhal*, *l'Alberghiero Cappannari* e *Slow Food Monti della Tolfa*. Partecipazione gratuita.

30 aprile

*L'Asd Civitavecchia Volley*, in collaborazione con la Sezione soci Coop, *l'Avv.*, la *Montalto Montaggi*, e con il patrocinio della *Fipav Viterbo*, organizza domenica 30 aprile (10-12), presso il Supermercato loc. Boccelle, la manifestazione di minivolley *San Fermina Sotto Rete* (6ª edizione), dedicata ai piccoli pallavolisti.

### Seravezza (LU)

20 aprile

Presso la sala soci del negozio Coop di Seravezza incontri organizzati dalla Sezione soci Versilia su temi di interesse pubblico, stili di vita, sostenibilità e salute, in collaborazione con la *Croce Bianca* di Querceta. Giovedì 20 aprile, alle 17, *Occhio alla bilancia. Il controllo del peso per la salute e il benessere*.

### Viterbo

dal 7 aprile al 22 maggio

La Sezione soci di Viterbo e *l'Ipseo A. Farnese* di Caprarola organizzano presso l'IperCoop degli incontri formativi pubblici, in collaborazione con *l'Asd Barco-Murialdina*, *l'Asd New Basket Viterbo* e il Centro Commerciale Tuscia, dal 7 aprile al 22 maggio (9.30-12.30). Venerdì 7 aprile: *La cucina delle stagioni: primavera, prepariamoci alla Pasqua*; venerdì 28 aprile: *La pasta acqua e farina: i lombrichelli*; lunedì 22 maggio: *La cucina del recupero, cibi del buon "senso": l'acquacotta del viterbese*. Presso il Supermercato Coop di via Monte Cervino incontro in programma venerdì 21 aprile (9.30-12-30) con il laboratorio di panificazione a lievitazione diretta e con lievito madre. Tutti gli incontri sono gratuiti.

## I PARCHI

### Aquarium Mondo Marino

Massa Marittima (GR)

Via della Cava - loc. Valpiana  
Prezzo per i soci 5 euro anziché 6, sconto di 2 euro sui pacchetti famiglia.

Info 0566919529  
www.aquariummondomarino.com

## GLI ITINERARI

### Azienda Agricola

Giacomo Giannini Alberese (GR)

L'azienda Giannini ha 2 strutture nel verde della Maremma Toscana che propongono servizi di agriturismo:

**Agriturismo Podere Oslavia** offre ai soci di Unicoop Tirreno uno sconto del 10 per cento sul soggiorno, oltre a una bottiglia di vino e l'uso di bici per tutto il soggiorno. **Agriturismo**

**Pian dei Pini:** 10 per cento di sconto per i soci di Unicoop Tirreno e omaggio di una bottiglia di vino (produzione propria) e un aperitivo in vigna.

Info Podere Oslavia  
0564407116 - info@alberese.net  
www.alberese.net  
Info Pian dei Pini 0564589937  
piandeipini@gmail.com - www.piandeipini.com



Agriturismo Podere Oslavia



Agriturismo Pian dei Pini

### Tenute Flanton Avellino

Pacchetto Agriturismo in due possibili soluzioni: **1.** Un pernottamento con prima colazione in camera doppia, presso hotel 4 stelle a pochi Km dalla tenuta. Cena e pranzo presso la tenuta, visita guidata in cantina. Nel pranzo e nella cena antipasti, primi piatti, secondo con contorno, frutta, dolce, vino, acqua e caffè. Il costo del pacchetto

*Pubblichiamo tutte le iniziative che prevedono sconti sui biglietti per i soci Coop grazie alle convenzioni stipulate da Unicoop Tirreno.*

completo è di 60 euro a persona. I bambini di età inferiore ai 7 anni non pagheranno il pranzo/cena. **2.**

Pacchetto senza pernottamento, con pranzo e visita guidata in cantina, 25 euro a persona. Il pranzo è composto di antipasti, primi piatti, secondo con contorno, frutta, dolce, vino, acqua e caffè. I bambini di età inferiore ai 7 anni non pagano il pranzo.

Info 3388758162

### Museo Civico Giovanni Fattori

Villa Mimbelli Livorno

Via San Jacopo in Acquaviva, 65

All'interno del museo la collezione permanente costituita da dipinti di Giovanni Fattori e di altri artisti come Serafino De Tivoli, Vincenzo Cabianca, Silvestro Lega, Telemaco Signorini, Giovanni Boldini. Presente anche un'ampia panoramica sulla pittura livornese di fine Ottocento. Aperto tutti i giorni dalle 10 alle 13 e dalle 16 alle 19 (escluso lunedì). Biglietto d'ingresso per i soci Coop 4 euro anziché 6. Supplemento del costo del biglietto per visite guidate di 2 euro a persona, ingresso gratuito ai bambini sotto i 6 anni e per gli invalidi compreso l'accompagnatore. Biglietto fisso di 3 euro per l'ingresso ai Granai di Villa Mimbelli; gratuito per i possessori del biglietto d'ingresso al Museo acquistato lo stesso giorno.

Info 0586808001-824620  
museofattori@comune.livorno.it

### Associazione Culturale VeramenteOrte Orte (VT)

Via Zara, 8

I soci di Unicoop Tirreno in possesso della carta SocioCoop pagheranno 5 euro anziché 8 per il percorso completo di *Orte sotterranea*, centinaia di metri nel cuore della rupe. Consigliata la prenotazione.

Info 0761404357 - 3487672750  
www.visitaorte.com



PORTA SEMPRE CON TE LA CARTA **SOCIOCOOP**



## IL BENESSERE E LA SALUTE

### Audin apparecchi acustici Roma

Audin propone diverse soluzioni personalizzate attraverso apparecchi acustici digitali e invisibili. Grazie a una convenzione con Unicoop Tirreno, tutti i soci possono effettuare un *check-up* gratuito dell'udito e usufruire di servizi a condizioni economiche vantaggiose presso uno dei centri nelle principali zone di Roma.

- > Clinic: v. Vittorio Veneto, 7 - 06485546;
- > Monteverde: circonvallazione Gianicolense, 216 A/D - 0653272336;
- > San Giovanni: v. Gallia, 59/63 - 0677209344;
- > Salario/Trieste: v.le Somalia, 184/186 - 0686205134;
- > Tuscolano: v. Stilicone, 217/219 - 0676988107;
- > Prati/Trionfale: v. Cipro, 8 F/G - 0662288288;
- > Prenestino/Tor de Schiavi: v. Anagni, 100 - 0662275454;
- > v. A. Ambrosini, 52/54 - 0679250105.



### CoopOdontoiatrica Livorno

La CoopOdontoiatrica, in convenzione con Unicoop Tirreno, ha definito un progetto finalizzato alla cura e prevenzione delle malattie del cavo orale e delle malocclusioni. Nell'ambito di un programma rivolto al sociale, in collaborazione con professionisti qualificati, si impegna a offrire prestazioni di qualità mantenendo costi vantaggiosi, soprattutto per le categorie convenzionate.

**Info** Torre 2 - via A. Lampredi, 45 (piano 4)  
Livorno - 0586425277



**CENTRO PEGASO**  
La vera Bellezza è la Salute

### Centro Pegaso Grosseto

Al centro medico polifunzionale è possibile ricevere uno sconto del 10 per cento su **Diagnostica e Radiologia**: risonanza magnetica, ecografia, tac multistrato, radiologia tradizionale, colonscopia virtuale, dentalscan. **Endoscopia**: gastroscopia, colonscopia tradizionale. **Fisioterapia e Riabilitazione**: area riabilitativa, area elettromedicale, piscina terapeutica, area della postura, area test funzionali, *taping* neuromuscolare. **Clinica odontoiatrica**: visite, paradontologia, ortodonzia e gnatologia, protesi, implantologia, igiene dentale e conervativa, endodonzia, *smile design*. **Medical Spa**: trattamenti

### G.R. Toscana Outdoor

Via del Tino, 301 - fraz. **Roselle** (GR)

*Trekking* con guide ambientali escursionistiche regolarmente abilitate. Sconto del 10 per cento sulle tariffe vigenti al momento della partecipazione a escursioni guidate di un giorno o di mezza giornata tra mare, colline e montagne; 10 per cento di sconto anche sui corsi di formazione che introducono alla pratica dell'escursionismo. Gli sconti non sono cumulabili con altri sconti o promozioni.

**Info** 3939805487 - 3331323726 - g.r.toscanaoutdoor@gmail.com



### Cuore Liburna Sociale

**Piombino (LI)  
Follonica (GR)**

Cooperativa sociale che offre prestazioni socio-assistenziali e infermieristiche. Attivo a Piombino e Follonica; sconto del 5 per cento per i soci di Unicoop Tirreno (presentando la carta SocioCoop).

**Info** Piombino  
0565227212  
Follonica  
056657798  
info@cooperativacuore.it

viso, trattamenti corpo, *beauty service*, centro benessere, solarium, speciale uomo, trucco semipermanente. **Centro dimagrimento**: diete personalizzate, *overclass*, *slim belly*, *legs*, sala *fitness*, trattamenti. **Visite specialistiche**: dermatologia (dr.ssa Fabbroni), ortopedia (dr. Leone, Dr. Greggi), oculistica (dr. Ciompi), neurologia (dr. Zalaffi), cardiologia (dr. D'Ubaldo), urologia (dr. Braggaglia), otorinolaringoiatra, agiologia (dr. Fornasetti). **Medicina dello sport**: visite mediche con certificazione agonistica e non agonistica. **Medicina del lavoro**: visite per idoneità al lavoro, test anti droga e nomina medico competente. Sconto del 5 per cento su **Chirurgia generale**: dermatologica, urologica, oculistica, ortopedica, vascolare. **Chirurgia plastica**: rinoplastica, blefaroplastica, otoplastica, lifting volto corpo, mastoplastica, liposuzione e liposcultura, addominoplastica, chirurgia delle calvizie, ginecomastia. **Medicina estetica**: visite specialistiche, trattamento volto, laser volto, trattamento corpo, laser corpo.

**Info** 0564462045

annabalasco@centropegaso.it

### Natural Farm Project

**Follonica (GR)**

*Natural* è una società che promuove un servizio di disassuefazione dal fumo di sigaretta. Tariffa agevolata per i soci di Unicoop Tirreno.

**Info** 05661900833 - 3358062363  
fax 0566216911  
info@lagrandebellezzanaturale.it  
www.lagrandebellezzanaturale.it



### Zohar il tuo centro Cecina (LI)

Sconti riservati ai soci Coop del 10 per cento per linfodrenaggio manuale, pacchetto di 5 trattamenti di kinesioterapia osteopatica, *sequex* su ciclo di 10 sessioni, primo massaggio californiano ed etrusco, prima visita nutrizionale, primo massaggio di riflessologia vietnamita, prima trattamento ayurvedico, pacchetto da 5 trattamenti ayurvedici. 5 per cento di sconto per il pacchetto da 3 trattamenti ayurvedici.

**Info** 3409174302

e-mail: barbara.tovani@hotmail.it



**PORTA  
SEMPRE  
CON TE  
LA CARTA  
SOCIOCOOP**

## Privatassistenza

### Viareggio (LU)

Cooperativa sociale che offre prestazioni socio-assistenziali e infermieristiche nei comuni della Versilia. Sconto del 5 per cento per i soci di Unicoop Tirreno, presentando la carta SocioCoop.

Info 0584960353  
viareggio@privatassistenza.it



tamenti hanno la durata di 4 ore, dalle 15 alle 19, e sono ospitati dall'Angolo del Gusto di Cortecchi a Grosseto. Il programma prevede la riscoperta di tecniche gastronomiche manuali e prodotti tipici della cucina toscana. Per i soci di Unicoop Tirreno sconto di 5 euro.

Info e iscrizioni Arcafactory a Grosseto  
via Damiano Chiesa, 38 - 0564077031  
3287631017 - arcascuola@arcafactory.it

### Fusolab Roma

Sconto del 10 per cento per i soci di Unicoop Tirreno sui corsi presenti sul sito [www.fusolab.net](http://www.fusolab.net)

Info 06452218802 - 3287149387  
formazione@fusolab.net

### To be Mattioli fitness Viterbo

Centro benessere che organizza corsi con offerte vantaggiose per i soci di Unicoop Tirreno. Prezzo conveniente per i primi 50 soci. 1 settimana di prova gratuita.

Info 0761250310 - 3921562522

### Associazione Culturale Accademia delle Arti dello Spettacolo Viterbo

Per i soci di Unicoop Tirreno: 10 per cento di sconto sul costo annuale di 1 corso; 15 per cento sul costo annuale di 2 corsi e 15+5 per cento sul costo annuale di 3 o più corsi. La durata dei corsi annuali è da settembre a giugno. Sono esclusi dalle convenzioni le spese relative ai costi d'iscrizione, associazione, quote spettacolo, divise e costumi di scena.

Info 3335704228 - info@scuoladarte.it  
postmaster@scuoladarte.it

### Scuola di tango San Vincenzo (LI)

Corsi di tango organizzati nei locali della Sezione soci dalla *Doble M Tango*. Per i soci Coop è previsto uno sconto di 5 euro sul prezzo mensile dei corsi.

Info Marta del Bono 3381255350  
e-mail: martadelbono@isoposta.it

### ASD Country Spirit

#### Costa Etrusca San Vincenzo (LI)

L'associazione propone corsi di ballo nelle sedi di Livorno, Rosignano Marittimo, Cecina, Donoratico e Grosseto. Iscrizione gratuita *Country Spirit* (esclusa iscrizione *Uisp*) per tutti i soci Coop nuovi iscritti al primo corso in una qualsiasi delle sedi. Ai primi 15 iscritti sarà donata la spilla da applicare al cappello e alla borsa; a ogni coppia nuova iscritta sarà applicato uno sconto del 10 per cento sulla quota di frequenza mensile.

Info 3471077503 - 3920100539 - 3200515842

### Circolo Villani società sportiva dilettantistica San Prisco (CE)

Società sportiva che propone corsi di nuoto. Quota d'iscrizione *una tantum* or-

## CORSI

### Aquatica Sport & Benessere

#### Massarosa (LU)

Società sportiva che organizza corsi di nuoto nella piscina comunale di Massarosa. Sconto del 15 per cento sui corsi *Evergreen* riservati agli over 60.

Info 0584976646 - massarosa@aquatica2004.it

### ASD Laboratorio di danza e movimento Livorno

Via di Popogna, 50

Danza classica, moderna e contemporanea, laboratorio coreografico, recitazione, pilates, hip-hop: ecco alcune discipline che è possibile praticare con la guida di un istruttore. Prezzi scontati per i soci Coop sull'iscrizione ai corsi offerti dal laboratorio.

Info 0586814156-811740

[www.laboratoriodanzamovimento.it](http://www.laboratoriodanzamovimento.it)

f ASD Laboratorio di Danza e Movimento

### ASD Amatori Nuoto Follonica (GR)

Società sportiva che organizza corsi di nuoto nelle piscine di Gavorrano e Follonica. Sconto del 10 per cento per abbonamenti mensili e del 15 per cento per abbonamenti a periodo.

Info 056657093

[info@amatorinuotofollonica.it](mailto:info@amatorinuotofollonica.it)

[www.amatorinuotofollonica.it](http://www.amatorinuotofollonica.it)

### ASD Loco Club Napoli

Via Gen. F. Pignatelli, 69

Società sportiva dilettantistica di ballo. Sconti per i soci di Unicoop Tirreno e i loro familiari (coniuge e figli) del 12,5 per cento per i balli di coppia (persona singola) e balli di gruppo; del 14,5 per cento per balli di coppia (coppia). Possibili anche formule trimestrali; il tesseramento è personale.

Info 08119527675 - info@loclub.it

### Centro Studi L'Arca Cecina (LI)

Agenzia formativa con lo scopo di promuovere un'attività di sostegno alla scuola e al mondo del lavoro, sconto riservato ai soci di Unicoop Tirreno sull'acquisto dei corsi proposti.

Info 0586632233 - info@centrostudiarca.com  
[www.centrostudiarca.com](http://www.centrostudiarca.com)

### Arca Grosseto

Azienda di servizi che organizza due corsi, *Easycake & Easykitchen*: pasticceria e cucina facile per i soci Coop. Gli appun-



## Bricolo

Sconti per i soci Coop sugli acquisti nei punti vendita Bricolo di Toscana e Lazio

Appassionati del fai da te? Da oggi potete decorare, rinnovare o sistemare la casa a prezzi vantaggiosi. Per i soci Coop è previsto, infatti, il 10 per cento di sconto su tutti gli acquisti effettuati il mercoledì nei punti vendita Bricolo di Toscana e Lazio: Massa, Viareggio, Livorno, Cecina-Montescudaio, Piombino, Follonica, Civitavecchia, Formia, Aprilia, Ceccano, Ceprano, Roma Torre Spaccata. Lo sconto non è utilizzabile per l'acquisto di articoli già in promozione o segnalati nel punto vendita o per combustibili (petrolio, pellet, legna, bioetanolo). Inoltre non è cumulabile con coupon, tessere sconto e convenzioni.

dinaria scontata per i soci Coop 15 euro (anziché 30). Corso di nuoto 9 mesi con frequenza trisettimanale per i soci Coop a 350 euro (anziché 410).

Info villanifabio@yahoo.it

## SERVIZI

### 32 Blu Navy Porto Santo Stefano (GR)

Società di servizi di trasporto marittimo che offre, presso le proprie biglietterie, uno sconto riservato ai soci Coop di 10 euro per minicrociere incluse di pranzo a bordo (bevande escluse) valide per le Isole di Giannutri, Giglio e Isola d'Elba. Preventivi formulati ad hoc per gruppi superiori ai 30 partecipanti.

Info 0564071007 - fax 0564071206  
3931791500 - www.blunavycrociere.com

### Maremma Servizi Soc. Coop.

Via Giordania, 181 Grosseto  
Società cooperativa che si occupa di pratiche di circolazione di veicoli a motore, rinnovo patenti e trasferimenti di proprietà. Offre a tutti i soci di Unicoop Tirreno uno sconto del 20 per cento sull'onorario per rinnovo patente con medico in sede; del 25 per cento sull'onorario per trasferimento di proprietà e immatricolazione di ciclomotori. A tutti i soci che usufruiranno di questi servizi sarà attivato l'avviso per ricordare le relative scadenze.

Info 0564458876  
maremma.servizi@sermetra.it

## CINEMA

### Multisala Supercinema

#### Orbetello (GR)

Ingresso ridotto di 2 euro per il solo titolare della carta SocioCoop per tutti gli spettacoli. Lo sconto si applica solo nei giorni feriali (da lun. a ven.). Film in 2D: 5 euro (anziché 7), per quelli in 3D: 7 euro (anziché 9).

Info 0564867176

### Cinema Stella Grosseto

Per i soci di Unicoop Tirreno muniti della carta SocioCoop riduzione sul biglietto d'ingresso di 1 euro.

Info 056420292  
www.cinemastella.com

### Cinema Etrusco Multisala

#### Tarquinia (VT)

### Cinema Alfellini

#### Grottaferrata (RM)

Sconto ai soci di Unicoop Tirreno con carta SocioCoop sul biglietto d'ingresso: 5 euro (tutta la settimana per i film in 2D (Cinema Etrusco e Alfellini); 6,50 euro (tutta la settimana per i film in 3D (Cinema Etrusco).

Info Cinema Etrusco - via della Caserma, 32 - 0766856432; Cinema Alfellini - viale I Maggio, 82 - 069411664

### Grosseto Revisioni Grosseto Via Aurelia Antica, 48

Per tutti i soci di Unicoop Tirreno che si rivolgeranno all'officina per la revisione auto è previsto l'omaggio di un **buono acquisto di 5 euro** spendibile nei negozi di Unicoop Tirreno.

Info 056422582

### Federconsumatori

Loc. Commendone - Spazio soci Coop  
Centro Comm. Maremà Grosseto

L'associazione offre gratuitamente informazioni su problemi economici e sociali che riguardano i consumatori. In caso di apertura di una pratica, il costo della tessera d'iscrizione all'associazione è di 15 euro per i soci di Unicoop Tirreno, anziché 35. È previsto anche un contributo minimo di 20 euro, oltre alle spese postali. Federconsumatori della provincia di Grosseto gestisce uno sportello di consulenza gratuita per i soci di Unicoop Tirreno (lun. e gio., 15.30-18.30).

Info 3388703715  
federconsumatori@grosseto.tosc.cgil.it



**BOXOFFICE**  
T O S C A N A  
www.boxofficetoscana.it

Supermercati con servizio Box Office presso i quali si possono acquistare i biglietti: Livorno via Settembrini, Livorno Chiosco del C.C. Fonti del Corallo, Viareggio, Avenza, Rosignano, Cecina, San Vincenzo, Venturina, Follonica.



### Traditional Future

9 aprile

Fonderia Leopolda  
Follonica (GR)



### Ron

La forza di dire sì - tour 2017

10 aprile

Teatro Puccini  
Firenze



### Giorgia

13 aprile

Mandela Forum  
Firenze



### Stefano "Cocco" Cantini

27 aprile

Teatro Metropolitan  
Piombino (LI)

## I TEATRI DI ROMA

### Ambra Jovinelli

Sconti per i soci di Unicoop Tirreno prenotando allo 0688816460. Ritiro del biglietto presso la biglietteria presentando la carta *SocioCoop*.

Info [www.ambrajovinelli.org](http://www.ambrajovinelli.org)

### de Servi

Sconti per i soci di Unicoop Tirreno prenotando allo 066795130. Ritiro e pagamento del biglietto presso la biglietteria presentando la carta *SocioCoop*.

Info [promozione@teatroservi.it](mailto:promozione@teatroservi.it)  
[www.teatroservi.it](http://www.teatroservi.it)

### Eliseo

Sconti per i soci di Unicoop Tirreno prenotando allo 0669317099 o tramite e-mail: [promozione@teatroeliseo.com](mailto:promozione@teatroeliseo.com). Ritiro del biglietto presso la biglietteria presentando la carta *SocioCoop* almeno 3 giorni prima della data scelta.

Info [www.teatroeliseo.com](http://www.teatroeliseo.com)

### Manzoni

Sconti per i soci di Unicoop Tirreno prenotando allo 063223634 o per e-mail: [manzoni.promozione@libero.it](mailto:manzoni.promozione@libero.it). Ritiro del biglietto presso la biglietteria presentando la carta *SocioCoop*.

Info [www.teatromanzoni.info](http://www.teatromanzoni.info)

### Olimpico

Sconti per i soci di Unicoop Tirreno prenotando allo 0632659927 - 3339307636 o per e-mail: [ufficiopromozione@teatroolimpico.it](mailto:ufficiopromozione@teatroolimpico.it).

Info [www.teatroolimpico.it](http://www.teatroolimpico.it)

### Quirino

Sconto per i soci di Unicoop Tirreno prenotando allo 0683784802 o tramite e-mail: [promozione@teatroquirino.it](mailto:promozione@teatroquirino.it). Ritiro del biglietto presso la biglietteria presentando la carta *SocioCoop*.

Info [www.teatroquirino.it](http://www.teatroquirino.it)

### Vittoria

Sconti per i soci di Unicoop Tirreno prenotando allo 3930255428 o tramite e-mail: [teatrovittoriarm2@gmail.com](mailto:teatrovittoriarm2@gmail.com). Ritiro del biglietto presso la biglietteria presentando la carta *SocioCoop*.

Info [www.teatrovittoria.it](http://www.teatrovittoria.it)



## I TEATRI

### Goldoni Livorno

Riduzioni sui biglietti per i soci di Unicoop Tirreno. Prenotazioni allo 0586204290 o tramite e-mail: [area.comunicazione@goldoniteatro.it](mailto:area.comunicazione@goldoniteatro.it).

Info [www.goldoniteatro.it](http://www.goldoniteatro.it)

### Moderno e degli Industri Grosseto

Per i Soci Coop prezzo ridotto per l'acquisto abbonamenti e biglietti di ingresso agli spettacoli della stagione teatrale 2016/17. Per ottenere la riduzione sull'acquisto presentare la carta *SocioCoop* e un documento di riconoscimento.

Info 3341030779 - [promozione.cultura@comune.grosseto.it](mailto:promozione.cultura@comune.grosseto.it)

### Tognazzi Velletri (RM)

Ai soci di Unicoop Tirreno sconto del 15 per cento su posti di ogni categoria (galleria, poltrona, poltronissima).

Info 069640642 - 3392742389  
[info@teatroognazzi.com](mailto:info@teatroognazzi.com)

### Stabile Napoli

Sconto del 15 per cento su abbonamenti e singoli biglietti.

Info 0815510336  
[ufficiopromozione@teatrostabilenapoli.it](mailto:ufficiopromozione@teatrostabilenapoli.it)

### d'Europa Cesinali (AV)

Sconti sui biglietti della stagione e sull'iscrizione all'*Accademia di Teatro*.

Info 0825667366 - 3315481067  
[info@teatrodeuropa.com](mailto:info@teatrodeuropa.com)

### Metropolitan Piombino (LI)

#### Teatro Ragazzi 2017

Comune di Piombino - Fondazione Toscana Spettacolo

**6 aprile, ore 11.30**

#### Io me ne frego!

uno spettacolo sul bullismo (dai 10 anni)

*Manifatture Teatrali Milanesi*

Fuori abbonamento

Biglietto ridotto soci Coop 5 euro

Info Ufficio Cultura

Comune di Piombino: 056563296

### Seravezza (LU)

#### Teatro delle Scuderie Granducali

Per gli spettacoli teatrali della stagione di prosa del Teatro tariffa ridotta per i soci di Unicoop Tirreno di 2 euro sul biglietto d'ingresso e per un eventuale accompagnatore. Inoltre tariffe ridotte sull'acquisto degli abbonamenti alla stessa stagione teatrale di 10 euro.

#### Mostre Palazzo Mediceo

Tariffa ridotta per i soci di Unicoop Tirreno di 2 euro sul biglietto d'ingresso, e per un eventuale accompa-

gnatore, alle mostre di Palazzo Mediceo.

Viale Leonetto Amedei, 230

Info 0584756046 - [www.palazzomediceo.it](http://www.palazzomediceo.it)

#### Cinema Scuderie Granducali

Piazzetta della Costituzione

Prezzo ridotto 5,50 euro per tutti i soci Coop che presenteranno la loro carta per un biglietto d'ingresso alle proiezioni del giovedì (pomeridiane e serali). Riduzione non valida per i giovedì festivi o prefestivi.

Info 3391861719 - [www.cinemascuderiegranducaliseravezza.it](http://www.cinemascuderiegranducaliseravezza.it)

vivere bene **convenzioni**

## Estate vacanze ragazzi



### Campi estivi Legambiente

LEGAMBIENTE LIGURIA ONLUS

GENOVA, VIA CAFFA, 3/5 SC B

TEL. 010.319168 - WWW.LEGAMBIENTELIGURIA.ORG

CAMPI@LEGAMBIENTELIGURIA.ORG

Ogni anno campi estivi per under 18.

Alla scoperta della flora, della fauna e dei fondali nella favolosa Area Marina Protetta delle Cinque Terre e del Parco Naturale Regionale di Portovenere.

Per i dettagli consultare il sito.

#### PER I SOCI COOP:

**sconto 10%** su tutte le quote di partecipazione

comprehensive di assicurazione e tessera Legambiente, pensione completa, materiale per le attività e trasporti durante lo svolgimento dei campi.

- Campi Isola Palmaria

Dal 21 giugno al 30 giugno: ragazzi 6/11 anni.

Dal 30 giugno al 9 luglio: ragazzi 11/14 anni.

Quota di partecipazione intera: **€ 550**.

- Parco delle 5 Terre - Campo Vernazza

Dal 13 al 22 luglio e dal 22 al 31 luglio: ragazzi 15/17 anni.

Quota di partecipazione intera: **€ 400**.

### Campi avventura - vacanze natura

PANDA AVVENTURE

ROMA, VIA DEI RETI, 28A

TEL. 06 44362315 - 0644291587 - FAX 0644262246

Attività turistiche ed educative realizzate da operatori di turismo responsabile e sostenibile associati ad AITR.

#### PER I SOCI COOP:

**sconto 10%** sui prezzi da catalogo e uno sconto aggiuntivo (lo sconto non è cumulabile con altre promozioni).

**Sconto 5%** su eventuali fratelli.

Per prenotare i soci Coop possono accedere all'apposito modulo di prenotazione online:

[www.campiavventura.it/socicoop](http://www.campiavventura.it/socicoop)

Indicare sempre il nome e il riferimento della carta SocioCoop.

### Centri Rousseau

MILANO - VIA GIOVANOLA, 13/A

TEL. 02 89400425 - INFO@CENTRIROUSSEAU.ORG

WWW.CENTRIROUSSEAU.ORG

Attraverso giochi, animazioni, laboratori e gite alla scoperta del territorio i ragazzi hanno la possibilità di sperimentarsi e divertirsi insieme ai loro coetanei, sviluppando senso critico e autonomia individuale.

Con lo stesso spirito dal 2008 organizza vacanze per famiglie, anche con bimbi piccoli.

Dal 22 giugno al 18 agosto 2017:

- Campeggi al mare in Toscana (Donoratico), per ragazzi 6-11 anni;
- Un tuffo nella terra sarda (S. Teresa di Gallura), per ragazzi 12-14 anni;
- Campeggi itineranti in Spagna e Grecia, per adolescenti 15-17 anni;
- Vacanza in Pinetina sulla costa toscana, per famiglie con bimbi da 0 a 13 anni;

#### PER I SOCI COOP:

**sconto del 10%** su tutte le attività.

Per prenotare rivolgersi direttamente alla struttura.

### Gira l'estate con Giratlantide

CERVIA (RA), VIA BOLLANA, 10

TEL. 0544.965801 - WWW.GIRATLANTIDE.NET

Proposte di 7/15 giorni di vacanza in Italia: al mare, in montagna o al lago, personalizzate per fasce d'età (dai bambini agli adolescenti) con programmi per una vacanza attiva e ricca di vita in comune che include sport, escursionismo e natura.

#### PER I SOCI COOP:

**sconto 5%** sulle proposte di vacanza per ragazzi del catalogo "Gira l'Estate 2017".

**Sconto 8%** per iscrizione di 2 o più fratelli.

### School and vacation

MILANO, VIALE MONZA, 7

TEL. 02.433533 -

VACANZESTUDIO@SCHOOLANDVACATION.IT

Corsi di lingua all'estero per tutte le età e durante tutto l'anno.

#### PER I SOCI COOP:

**sconto 15%** sull'acquisto una Vacanza Studio per ragazzi con partenze di gruppo o individuali e Soggiorni Studio per adulti.

### Summerchampions

TORINO, CORSO MONCALIERI, 69

TEL. 011 19505116 - FAX 011.5695318

INFO@SUMMERCHAMPIONS.IT

WWW.SUMMERCHAMPIONS.IT

Programmi di vacanze sportive dedicate al calcio, al tennis, al volley, al basket, alla danza e al multi sport. Turni di durata settimanale e bisettimanale nel periodo compreso dal 18 giugno al 29 luglio 2017 a Sauze d'Oulx (TO) e dal 2 al 15 luglio 2017 a Roccaraso (AQ). Gli stage saranno intervallati nel tempo libero da animazioni, gite e attività fisiche alternative. Età di partecipazione: ragazzi e ragazze dai 7 ai 18 anni.

#### PER I SOCI COOP:

sono previste condizioni di partecipazione a prezzo scontato. Vacanza di una settimana: **€ 550** anziché 620,00; prezzo per due settimane **€ 940** anziché 1050,00.

### Sport e divertimento Asd

CAVALESE (TN), VIA GASTALDO, 3

TEL. 347.3638119 - INFO@ENGLISHSPORTCAMP.IT

WWW.ENGLISHSPORTCAMP.IT

#### PER I SOCI COOP:

English Sport Camp

• Camp completo (stage con vitto e alloggio) Corso d'inglese, corso multi sport o sport scelto, attività sportive complementari e animazione nel tempo libero:

1 settimana: **€ 440** anziché 490;

2 settimane: **€ 900** anziché 950.

- Day Camp (stage con pranzo)

Ideale per i ragazzi residenti nelle vicinanze, prevede la partecipazione a tutte le attività del camp:

1 settimana: **€ 260** anziché 290;

2 settimane: **€ 530** anziché 560.

I campi sono aperti ai ragazzi/e nati negli anni dal 2002 al 2009.



## Mobilità

### SEAT Concessionari ufficiali Seat Italia

WWW.SEAT-ITALIA.IT/CONCESSIONARI.HTML

SEAT Italia tramite la propria rete di concessionari ufficiali (Elenco aggiornato disponibile al link: <http://www.seat-italia.it/concessionari.html>) si impegna a riconoscere in sede di acquisto di un veicolo nuovo SEAT, a tutti coloro che presenteranno la tessera Socio Coop in corso di validità e il numero di Partita IVA della Cooperativa di cui è associato, **sconti dal 14.50% al 23%** da applicare al prezzo di listino regolarmente in vigore alla data del contratto.

### CarServer

WWW.E-COOP.IT/WEB/GUEST/MOBILITA

NUMERO VERDE 800098533

Dalla partnership tra Coop e Car Server, società leader nel mercato del noleggio a lungo termine, nasce l'iniziativa **"Solo il guosto di guidare"**, grazie alla quale Coop inserisce nella propria offerta l'automobile, un bene che rappresenta una voce di spesa importantissima per le famiglie italiane, e lo fa attraverso una formula estremamente innovativa. Infatti, il noleggio a lungo termine rappresenta il futuro della mobilità e permette al cliente di liberarsi di ogni onere relativo alla

gestione dell'automobile includendo in un semplice canone mensile: auto nuova, bollo, RCA, Kasko, assicurazione furto e incendio, manutenzione ordinaria, manutenzione straordinaria e tanto altro.

Con "Solo il gusto di guidare", inoltre, i Soci Coop avranno accesso ad altri interessantissimi vantaggi: un **buono spesa** del valore di **€ 200** ad ogni contratto stipulato e un ulteriore vantaggio, in termini di sconti o servizi aggiuntivi, del valore di **€ 600**.

### Avis autonoleggio

PRODUCTION.RENT-AT-AVIS.COM

CALL CENTER TEL. 800675675

#### SPECIALE PER I SOCI COOP:

**sconto del 20%** anziché del 15% sul noleggio auto prenotando e noleggiando fino al 30 Aprile sul sito o tramite call center.

#### PER I SOCI COOP:

La convenzione prevede gli sconti applicati alle tariffe con pagamento all'ufficio di noleggio e altri benefici come per esempio la seconda guida gratuita o 50% di sconto sul noleggio del seggiolino.

**Sconto del 15%** su noleggio auto Mensile, Giornaliera, Settimanale e Weekend in Italia (**10%** noleggio mensile all'estero).

**Sconto fino al 12%** su noleggio furgoni.

### Aeroporto Guglielmo Marconi

BOLOGNA, VIA TRIUMVIRATO, 84

TEL. 051 6479615 - WWW.BOLOGNA-AIRPORT.IT

#### PER I SOCI COOP:

**sconto 10%** sulle tariffe applicate nei parcheggi gestiti da Aeroporto Guglielmo Marconi, per soste brevi e più giorni. Presentare la carta Sociocoop al Presidio dei parcheggi a pagamento. È possibile effettuare il pagamento, oltre che in contanti, anche con Bancomat e Carte di Credito.

### UnipolSai Assicurazioni

WWW.E-COOP.IT/WEB/GUEST/MOBILITA

Viene offerta una vasta possibilità di soluzioni personalizzabili a condizioni vantaggiose:

- per la mobilità;
- per la casa;
- per la protezione della persona: infortuni e salute;
- per il risparmio: soluzioni per investimenti e risparmi.

Per altre informazioni e per l'offerta dettagliata tutte le Agenzie UnipolSai sono a disposizione dei soci e dei loro familiari.

## Agriturismi

### Agriturismo di Libera Terra

WWW.LIBERATERRA.IT

È l'attività di turismo responsabile di Libera, nata con lo scopo di valorizzare i beni confiscati alla mafia e gestiti dalle cooperative sociali del progetto Libera Terra.

Un'attività turistica che permette di soddisfare ed arricchire i viaggiatori di ogni età; un'opportunità per vivere una vacanza ricca di emozione, piacere e relax, alla scoperta di un patrimonio prezioso di saperi e tradizioni.

#### • Portella della Ginestra

COOPERATIVA PLACIDO RIZZOTTO

LIBERA TERRA PALERMO

SP 34 KM 5 - PIANA DEGLI ALBANESI

TEL. 091.8574810 - CELL. 334.3671806

WWW.AGRITURISMOPORTELLADELLAGINESTRA.IT

PORTELLADELLAGINESTRA@LIBERATERRAMEDITERRANEO.IT

#### PER I SOCI COOP:

**sconto 8%**, su tutti i servizi dell'agriturismo, escluso i giorni festivi.

*Lo sconto è esteso ad accompagnatori.*

#### • Terre di Corleone

COOPERATIVA PIO LA TORRE - LIBERA TERRA

CONTRADA DRAGO - SS 118 KM 25+100

CORLEONE (PA) CELL. 333.7993291

TERREDICORLEONE@LIBERATERRAMEDITERRANEO.IT

#### PER I SOCI COOP:

**sconto 8%**, su tutti i servizi dell'agriturismo, escluso i giorni festivi.

*Lo sconto è esteso ad accompagnatori.*

#### Tenute del Cerro

WWW.TENUTEDELCCERRO.IT

"Viaggio alle origini del Gusto".

Regalati un'esperienza indimenticabile negli agriturismi di Tenute del Cerro.

Il racconto legato alla qualità dei vini e degli oli delle Tenute trova grande visibilità e coerenza all'interno delle 4 strutture dedicate all'ospitalità.

#### • Villetta di Monterufoli

LOC. CANNETO DI MONTEVERDI MARITTIMO (PI)

TEL. 0565.784282

#### • La Grazianella

ACQUAVIVA DI MONTEPULCIANO (SI)

VIA GRAZIANELLA

TEL. 0578.767722

#### • Tenuta la Poderina

LOC. CASTELNUOVO DELL'ABATE MONTALCINO (SI)

TEL. 348.6001631

#### • Tenuta di Montecorona

LOC. BADIA DI MONTECORONA

VIA BADIA 316 - UMBERTIDE (PG)

TEL. 075.9413501

In diverso modo e stile, rappresentano al meglio ciò che nel mondo viene considerata con ammirazione "la gioia di vivere italiana".

#### PER I SOCI COOP:

**sconto del 20%** sul soggiorno presso gli Agriturismi di: Villa Grazianella, Tenuta Monterufoli, Tenuta Montecorona, Tenuta la Poderina, con trattamento B&B.

INFO E PRENOTAZIONI INFO@TENUTEDELCCERRO.IT

*Lo sconto è esteso ad un accompagnatore.*

Le condizioni possono subire modifiche dopo l'uscita di Nuovo Consumo.

È consigliabile contattare direttamente le strutture convenzionate per avere conferma delle condizioni praticate.

# Vita di **contea**

**Case vittoriane arroccate sulle scogliere, una Tate Gallery con vista su surfisti in cerca dell'onda, spiagge dai colori caraibici e la vita che procede al ritmo lento di una passeggiata pasquale. In Cornovaglia torna a mente che la Gran Bretagna è un'isola.**

■ **Alessandra Bartali**

**Q**uando si dice Inghilterra, la maggior parte degli italiani vedono solo Londra. I londinesi, invece, di vivere in una città che ha dato il nome a una sfumatura di grigio non ne possono più, soprattutto quando arriva la primavera e iniziano a sentire il bisogno di contatto con natura e spazi aperti. Spazi che molti di loro vanno a cercare in **Cornovaglia**, la contea dove il clima è il più mite del paese (grazie alla corrente del Golfo), le spiagge hanno colori caraibici e la vita procede a ritmo lento come una passeggiata pasquale.

## Carta d'identità

Negli anni quei londinesi, per gli abitanti di questo lembo occidentale di Gran Bretagna, sono aumentati così tanto da diventare troppi. Furono ben accolti all'inizio, quando fecero sì che il turismo sostituisse l'industria mineraria in declino nel ruolo di motore economico del territorio. Iniziarono a scherzarci su quando prese corpo la sensazione di essere diventati una colonia della capitale, ribattezzando ad esempio St.Ives, la loro cittadina più caratteristica, Kensington-on-Sea. E sono venuti allo scoperto l'anno scorso,

quando proprio a St.Ives un *referendum* ha bloccato gli acquisti di seconde case, il cui prezzo aveva cominciato a lievitare a causa della domanda esterna. A quel punto non era solo una questione di vedersi colonizzati: 800 euro per l'affitto di un appartamento di media grandezza nella periferia cittadina gli abitanti di una delle contee più povere del Regno non possono permetterselo.

Se proprio vogliamo mettere i puntini sulle i, poi, i cornovagliesi hanno una tradizione d'indipendenza rispetto al resto dell'isola, e sono una comunità celtica come irlandesi e scozzesi, tanto che ai suoi tempi Tony Blair si vide recapitare una petizione in cui la contea chiedeva maggiore autonomia dalla Corona. Fallita la scissione, non resta che affidare la celebrazione della propria identità ad eventi come il *Furry Dance* e l'*Obby Oss* (rispettivamente a Helston e a Padstow, entrambi a maggio), simili alle nostre processioni ma più colorate e con le fisarmoniche al posto delle litanie cattoliche.

## Spazio scenico

A chi il folklore sa di cartolina svuotata di senso, si consiglia di alzarsi presto

St.Ives.



al mattino e fare una passeggiata in solitaria verso le High Cliff tra Boscastle e San Gennys, sulla costa settentrionale, con i prati che assumono tonalità quasi fluorescenti e il vento attutito all'udito dalle cuffiette che sparano i suoni di *Aphex Twin*, compositore di musica *ambient techno* che prima di diventare un *dj cult* a livello mondiale metteva dischi nei locali della Cornovaglia. L'effetto esotico è assicurato, anche senza fisarmoniche.

Qualunque sia l'itinerario scelto, il nord della penisola regala sgarbi scenici, atmosfere magiche e sollecitazioni leggendarie, soprattutto quando si arriva al blasonato *Tintagel Castle*, un ammasso di rovine che si narra abbia dato i natali a Re Artù. Non è tanto l'immaginazione necessaria a rievocare scene da *Tavola Rotonda* ad emozionare, ma il percorso per arrivare a quel "fu" castello, arroccato su un promontorio inaccessibile, davanti a un panorama che abbraccia tutte le imponenti scogliere della zona, tra baie impervie e strapiombi da capogiro.

## Gente di mare

Serve camminare per apprezzare il nord della Cornovaglia, ma per riposarsi c'è St.Ives, da oltre un secolo meta di artisti e amanti di *surf* e dei suoi derivati: la sua essenza si racchiude nelle sale della *Tate Gallery*, dove le opere d'arte si affacciano sulle onde puntellate da tavole e vele colorate.

A riva, tra i giovani che fanno *picnic* a base di *cornish pasty* (una sorta di calzoni locali) e *Ale* distillata a km zero, abbondano *graphic* e *web designer*, membri di un'industria creativa che insieme al turismo contribuisce in modo significativo all'occupazione locale. Merito, tra le altre cose, dei finanziamenti europei, che hanno garantito anche la riconversione delle aree minerarie dismesse, oggi *Patrimonio dell'Umanità*, oltre a infrastrutture, università, banda larga e altro ancora. È quindi quasi ovvio l'appello alla protezione da parte del Consiglio della Cornovaglia nei negoziati per l'uscita dall'Europa: il fatto che anche qui la maggioranza abbia votato *leave*, in fin dei conti, fa parte della schizofrenia tipica del fenomeno *Brexit*.



Sopra, St.Michael's Mount; a lato, l'Eden Project; sotto a sinistra, il Tintagel Castle; sotto, Boscastle.

## Un angolo di paradiso

L'interrogativo per una Cornovaglia non più europea se lo pongono anche gli abitanti del versante meridionale, la cui attrattiva fa leva tra l'altro sull'*Eden Project*, un complesso turistico ricavato all'interno di una ex cava di kaolinite, dove sono ospitate due delle più grandi biosfere al mondo con le loro oltre 100mila piante dai quattro angoli del pianeta. Mantenere questo progetto di educazione ambientale è costoso, nonostante l'enorme sete del bioma tropicale sia placata interamente dall'acqua piovana e l'illuminazione sia garantita da un vicino impianto eolico.

Paradiso dell'*Eden* a parte, la costa che affaccia sulla Francia richiama alla memoria atmosfere nostrane: da Bude a Newquay, da Falmouth a Fowey è un proliferare di porticcioli colorati e paesi collegati da strisce di sabbia bianca. L'unica stranezza è vedere il mare beccheggiare su case in stile vittoriano e poter camminare fino alle isolette di fronte alla costa come St.Michael's Mount, che gode del fenomeno delle maree al pari della più famosa omonima francese. Quindi, pantaloni arrotolati al ginocchio, piedi in guazzo e via. Anche se il mare della Cornovaglia di caraibico ha l'effetto ottico, non le temperature. ■



# Happy Holidays!



## BAIA MALVA RESORT 4\* PORTO CESAREO (LE) - PUGLIA

PENSIONE COMPLETA CON BEVANDE AI PASTI				
	CAMERA COMFORT		FAMILY SUITE	
SOGGIORNO 7 NOTTI DOM/DOM	QUOTA UFFICIALE DA CATALOGO	QUOTA S. COOP	QUOTA UFFICIALE DA CATALOGO	QUOTA S. COOP
25/06 – 02/07	€ 770	€ 693	€ 940	€ 819
02/07 – 09/07	€ 770	€ 693	€ 940	€ 819
09/07 – 16/07	€ 840	€ 798	€ 980	€ 931
16/07 – 23/07	€ 840	€ 798	€ 980	€ 931
23/07 – 30/07	€ 840	€ 798	€ 980	€ 931
30/07 – 06/08	€ 840	€ 798	€ 980	€ 931
06/08 – 13/08	€ 1050	€ 1001	€ 1260	€ 1197
13/08 – 20/08	€ 1190	€ 1134	€ 1400	€ 1330
20/08 – 27/08	€ 1050	€ 1001	€ 1260	€ 1197
27/08 – 03/09	€ 980	€ 931	€ 1190	€ 1134

Quota iscrizione e assicurazione Adulti € 30 e Bambini € 15

### RIDUZIONI

- Camera comfort: 3° Letto Bambino 0-14 anni Gratis | 3° Letto Adulto: 20%;  
- Family Suite: 3° Letto Bambino 0-14 anni 50% , 4° Letto Bambino 0-14 anni :  
GRATIS, 3° Letto Adulto: 20% | 4° Letto Adulto: 40%.

### SUPPLEMENTI

- Tessera Club € 30 dai 4 anni | Camera Family: Piano Terra € 70 a camera a sett;  
- Attivazione angolo cottura: € 50 a sett | Camera Comfort: SGL: € 50 a sett.

## TORRE GUACETO RESORT 4\* MARINA DI CAROVIGNO (BR) - PUGLIA

PENSIONE COMPLETA CON BEVANDE AI PASTI		
SOGGIORNO 7 NOTTI DOM/DOM	QUOTA UFFICIALE DA CATALOGO	QUOTA S. COOP
04/06 – 11/06	€ 470	€ 406
11/06 – 18/06	€ 505	€ 434
18/06 – 25/06	€ 505	€ 434
25/06 – 02/07	€ 595	€ 511
02/07 – 09/07	€ 595	€ 539
09/07 – 16/07	€ 700	€ 630
16/07 – 23/07	€ 725	€ 658
23/07 – 30/07	€ 725	€ 658
30/07 – 06/08	€ 775	€ 700
06/08 – 13/08	€ 890	€ 805
13/08 – 20/08	€ 970	€ 875
20/08 – 27/08	€ 870	€ 784
27/08 – 03/09	€ 640	€ 581
03/09 – 10/09	€ 470	€ 406
10/09 – 17/09	€ 435	€ 371

Quota iscrizione e assicurazione Adulti € 30 e Bambini € 15

### RIDUZIONI

- 3° Letto Bambino 3-16 anni Gratis (50% partenze Ago);  
- 4° Letto Bambino 3-16 anni 50%;  
- INFANT 0-3 anni: GRATIS (Pasti a consumo).

### SUPPLEMENTI

- Doppia Uso Singola: 30%  
- Baby Card (Facoltativa): € 70 a sett. (Include Bberoneria);  
- Card Argento (Facoltativa) € 25 a NT a camera (Include 2 teli mare, prima fornitura frigo bar, 1 quotidiano al giorno, Late Check-out ore 12, cola, aranciata, succhi di frutta, primo caffè espresso servito al Bar centrale).

- Card Oro (Facoltativa): € 40 a notte a camera (Include oltre a tutto quello compreso nella card argento, caffetteria, caffè, cappuccino, thé, camomilla, cappuccino, birra alla spina, amari e limoncelli serviti al Bar centrale).

## VILLAGGIO CLUB LE CASTELLA 4\* CAPO RIZZUTO (KR) - CALABRIA

SOFT INCLUSIVE		
SOGGIORNO 7 NOTTI SAB/SAB	QUOTA UFFICIALE DA CATALOGO	QUOTA S. COOP
10/06 – 17/06	€ 707	€ 455
17/06 – 24/06	€ 770	€ 462
24/06 – 01/07	€ 798	€ 483
01/07 – 08/07	€ 847	€ 511
08/07 – 15/07	€ 896	€ 539
15/07 – 22/07	€ 938	€ 567
22/07 – 29/07	€ 959	€ 574
29/07 – 05/08	€ 1015	€ 616
05/08 – 12/08	€ 1113	€ 735
12/08 – 19/08	€ 1246	€ 819
19/08 – 26/08	€ 1113	€ 735
26/08 – 02/09	€ 735	€ 490
02/09 – 09/09	€ 595	€ 399

Quota iscrizione e assicurazione Adulti € 30 e Bambini € 15

### RIDUZIONI

- 3°/4° Letto Bambino 0-14 anni in camera con 2 Adulti: GRATIS;  
- 3°/4°/5° Letto Adulto: 30%;  
- Camere comunicanti 3°/4°/5° Letto Bambino 2-14 anni: 60% (40% dal 10/06 all'08/07 e dal 26/08 al 09/09;

### SUPPLEMENTI

- Tessera Club (da pagare in agenzia);  
- Flinky Card Bambini 0-4 anni € 126;  
- Birba E Junior Card Bambini 4-14 anni € 154;  
- Camera Doppia Uso Singola: su RQ;  
- Camera Cottage: 10% .  
**Club Card**  
- € 77 a persona da pagare in agenzia.

## CAPO CALAVÀ VILLAGE CONTRADA CALAVÀ/GIOIOSA MAREA (ME) - SICILIA

SOFT INCLUSIVE		
SOGGIORNO 7 NOTTI VEN/VEN	QUOTA UFFICIALE DA CATALOGO	QUOTA S. COOP
09/06 – 16/06	€ 700	€ 462
16/06 – 23/06	€ 784	€ 518
23/06 – 30/06	€ 826	€ 546
30/06 – 07/07	€ 882	€ 581
07/07 – 14/07	€ 980	€ 644
14/07 – 21/07	€ 1050	€ 693
21/07 – 28/07	€ 1050	€ 693
28/07 – 04/08	€ 1050	€ 693
04/08 – 11/08	€ 1155	€ 756
11/08 – 18/08	€ 1330	€ 882
18/08 – 25/08	€ 1120	€ 742
25/08 – 01/09	€ 875	€ 574
01/09 – 08/09	€ 784	€ 518

Quota iscrizione e assicurazione Adulti € 30 e Bambini € 15

### RIDUZIONI

- 3°/4° Letto Bambino 0-14 anni in camera con 2 Adulti: GRATIS;  
- 3°/4°/5° Letto Adulto: 30%;  
- Camera Family 3°/4°/5° Letto Bambino 2-14 anni: 60% (40% dal 10/06 all'08/07 e dal 26/08 al 09/09);

### SUPPLEMENTI

- Tessera Club (da pagare in agenzia);  
- Flinky Card Bambini 0-4 anni € 126;  
- Birba E Junior Card Bambini 4-14 anni € 154;  
- Doppia Uso Singola: su RQ;  
- Vista Mare: 15% ;  
- Beach Plus: 1° Fila €98 (dal 30/06 al 28/07), €140 (dal 28/07 al 01/09), € 84 (dal 01/09 al 08/09).  
**Club Card**  
- € 77 a persona da pagare in agenzia.



# Inizio lavori

*Tra progetti innovativi e idee al passo coi tempi anche in Italia aumentano le startup e il numero dei giovani che ci lavorano. Ma per diventare grandi, come in Francia e Germania, mancano investimenti pubblici adeguati e l'interesse delle grandi imprese a promuoverle.*

**I**n rapido incremento, ma ancora troppo piccole e fragili per diventare il punto di svolta della nostra economia. Sono le *startup* italiane, afflitte dalla mancanza cronica di finanziamenti e dall'indifferenza delle grandi imprese, ma da cui arrivano nell'ultimo anno importanti segnali di vitalità. Esperti e studiosi sono divisi in materia tra chi giudica incoraggiante la *performance* del settore e chi, invece, sottolinea che non siamo ancora a un vero e proprio cambio di passo.

## Ai nastri di partenza

A quasi 5 anni dal varo delle prime misure messe in campo dal Governo dell'epoca, con lo *Startup Act*, per stimolare lo sviluppo di un tessuto di imprese ad alta innovazione, chi propende per un bilancio moderatamente ottimistico può registrare il ragguardevole incremento di queste aziende (+31% a fine 2016 rispetto al 2015) e del numero degli occupati (+41%), l'alto tasso degli investimenti e la bassa mortalità delle nuove imprese (appena il 5%). Secondo gli ultimi dati rilevati a dicembre dal Ministero dello sviluppo economico, e presentati a febbraio, sono 6.745 le *startup* iscritte al registro speciale delle imprese, che dan-

### ■ Antonio Fico

no lavoro tra soci e dipendenti a quasi 35mila persone. Si tratta quasi sempre di micro imprese: un'analisi sui bilanci 2015 (gli ultimi disponibili) evidenziava come a due anni dalla nascita del registro il 56,9% avesse un fatturato sotto i 100mila euro, 1/3 tra i 100mila e i 500mila euro, e appena l'8,9% superiore ai 500mila euro. Solo 67 tra queste imprese potevano vantare un fatturato superiore al milione di euro. Ma in che cosa sono impegnate le nostre *startup*? Più dei 2/3 forniscono servizi alle imprese – nella produzione di *software* e consulenza informatica, nella ricerca e sviluppo, dove 1 azienda su 4 è una *startup*, in attività collegate ai servizi all'informazione –, il 19,45% opera nei settori dell'industria in senso stretto, come la fabbricazione di computer e prodotti elettronici e ottici, il 4,31% opera nel commercio. Non mancano le eccellenze alcune delle quali segnalate da *Forbes* l'anno scorso. La rivista americana dopo aver analizzato l'esordio in salita delle nostre neo imprese, metteva in evidenza la crescita e il successo di alcune tra le migliori *startup* italiane. Tra queste, ►



► *MusiXmatch*, l'app che dà la possibilità di consultare i testi di 7 milioni di canzoni in 38 lingue diverse, con 30 milioni di utilizzatori e 10 milioni di euro raccolti, e il portale *Waynaut* che offre soluzioni di viaggio economiche unendo mezzi di trasporti tradizionali (metro, treno e bus) a sistemi innovativi (*bike, car sharing, car pooling*).

## Una dura impresa

Per **Stefano Firpo**, a capo della direzione generale per la politica industriale, la competitività e le piccole e medie imprese del *Mise*, i provvedimenti messi in campo dagli Esecutivi che si sono succeduti nel corso degli ultimi quattro anni hanno avuto alcuni significativi risultati: «Se si pensa che la politica – spiega – ha investito circa 50 milioni di euro in questi anni e ha creato un sistema che vale 600 milioni di fatturato e 35mila posti di lavoro, i risultati non mi sembrano disprezzabili. Va poi considerato che questa politica è giovanissima – precisa –. Nasce alla fine del 2012 ed è ope-

rativa sostanzialmente da due anni. Il potenziale inespresso è ancora grande». Con *Industria 4.0*, l'ultimo provvedimento in materia approvato con la legge finanziaria 2016, l'obiettivo è di creare una maggiore interazione tra Governo, enti di ricerca pubblici e privati e imprese. Basterà? Su questa nuova frontiera dell'autoimpiego, che per definizione dovrebbe essere votato all'innovazione e alla creatività, persistono problemi ancora gravi. Ad esempio, la dimensione delle neoimprese: «il 55-60% a due anni dalla costituzione – rileva Firpo – ancora fa fatica a fatturare. Non hanno una contabilità certificata, in mancanza della quale è praticamente impossibile raccogliere capitali». L'altro problema, che riguarda anche le *startup* più innovative, è il volume di investimenti in *venture capital* (*capitale di rischio* delle società), che pur in aumento del 24 per cento nell'ultimo anno, rimane tra i più bassi tra i paesi europei avanzati: appena 183 milioni di euro raccolti nel 2016 (erano 145 nel 2015) a cui si aggiungono circa una trentina di milioni di euro da fondi esteri. Per fare un confronto, gli investimenti totali verso le *startup* tedesche (2 miliardi) e francesi (2,7 miliardi) sono rispettivamente 10 e 15 volte superiori alle risorse che arrivano alle nostre dal sistema. L'Italia investe complessivamente meno di Danimarca, Svezia, Paesi bassi, Belgio, Irlanda e Svizzera.

## G L O S S A R I O

**Industria 4.0** Il nuovo provvedimento per la crescita approvato con la legge finanziaria 2016 ha tra le novità l'esonero dell'imposta di bollo per le nuove imprese che si costituiscono, gli incentivi per investimenti in *startup* e piccole e medie imprese innalzati sino al 30 per cento, passando per il rinnovo degli strumenti di super ammortamento e l'introduzione dell'iper ammortamento per beni strumentali.



## Di capitale importanza

«È positivo – afferma Antonio Ghezzi, direttore dell'Osservatorio *startup hi-tech* del Politecnico di Milano – riscontrare che aumentano gli investimenti sia degli investitori formali (aziende consolidate, fondi di investimento e finanziarie regionali) che informali (*manager* che hanno un capitale da investire in una *startup* interessante o *Family office* e piattaforme di *crowdfunding*). Tuttavia va rilevato che i *venture capital* investono solamente 1/7 di quanto fanno le controparti tedesche e circa 1/6 di quanto finanziato in Francia. Parliamo di poco più di 600 *startup hi-tech* finanziate tra il 2012 e il 2016». La speranza è dunque che aumentino gli investimenti. «Da imprese consolidate, attraverso fondi di *Corporate venture capital* veri e propri, oppure tramite finanziamenti diretti – precisa Ghezzi –. Questo richiederà tuttavia una crescente apertura e propensione da parte delle imprese, spesso rigide, verso il caos organizzato rappresentato dalle *startup*». Il problema principale sta proprio qui: mentre in Germania o Francia le grandi aziende scommettono sulle *startup*, in Italia ancora non lo fanno. «Il *venture capital* in Italia è identificato con la finanza speculativa e super rischiosa – riprende Firpo –. In realtà è un mondo gestito dalle imprese e finché non avremo imprenditori veri che vanno a cercarsi le *startup* e le utilizzano per fare impresa, le nostre aziende in erba continueranno a fare fatica per trovare capitali. Oggi, quando hanno i primi successi, tendono ad andare all'estero a raccogliere il denaro necessario».

## Fino in fondo

Una svolta potrebbe arrivare dai fondi di investimento che hanno rastrellato capitali e che nei prossimi anni dovrebbero essere pronti a riversarli sul ►

## Ben avviate

### La nazione delle startup è Israele.

Un piccolo paese, con appena 8 milioni di abitanti, ma con una tale propensione a sviluppare nuove imprese innovative da essere definito *Startup Nation*. Il paese in questione è Israele, capace di catalizzare sulle sue *startup* – oggi 4.800 – investimenti per 2,7 miliardi di euro, un dato pari, per intenderci, a quello francese e 15 volte superiore a quello italiano. Qual è il segreto del successo di questo paese? Innanzitutto il ruolo significativo – e inimmaginabile per l'Europa – del suo esercito, in assoluto tra i più tecnologici al mondo. Viene da lì buona parte della tecnologia, ma anche dei nuovi imprenditori che sviluppano progetti di *cybersecurity*, *computer vision*, intelligenza artificiale, *deep learning*, *machine learning*. La leva obbligatoria ha, infatti, permesso all'ultima generazione di israeliani di costruire relazioni, il *network* necessario allo sviluppo di nuove imprese. Poi ha un ruolo significativo il mondo accademico – Israele ha alcune delle Università più avanzate del mondo – e una politica pubblica che ha investito molte risorse nel lancio di nuove iniziative imprenditoriali. Negli anni Settanta il governo ha creato i primi *venture capital* che hanno permesso a compagnie private di avere denaro pubblico e investirlo in *startup*. Inoltre, l'arrivo di un milione di immigrati russi negli anni Novanta ha fornito la professionalità e le competenze di ingegneri e personale altamente specializzato. Da molti anni lo Stato israeliano finanzia l'85 per cento del capitale necessario per la creazione di nuova azienda che viene restituito solo se l'impresa ha successo, cosa che ha spinto molti investitori internazionali a investire in Israele. Oggi sono circa 300 le forme di cooperazione internazionale che hanno un centro di ricerca e sviluppo in Israele.

## Chi ben comincia

[www.italiastartup.it](http://www.italiastartup.it)

È un'associazione *no profit* che lavora per costruire e rappresentare la rete di operatori del settore, in particolare imprese e incubatori.

[www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/)

Sito del Ministero dello sviluppo economico con dati e informazioni utili sulla legislazione italiana a favore delle *startup*.

<http://startupitalia.eu>

*StartupItalia* è un *magazine on line* sul mondo delle *startup* italiane e straniere.

[www.osservatori.net/it\\_it/osservatori/osservatori/startuphitech](http://www.osservatori.net/it_it/osservatori/osservatori/startuphitech)

L'Osservatorio *startup hi-tech* promosso dalla *School of Management* del Politecnico di Milano analizza e produce rapporti sul mondo delle *startup* innovative.

► tessuto delle nostre *startup* innovative come, ad esempio, *Primomiglio sgr*, la società di gestione del risparmio fondata da Gianluca Dettori, che investirà 50 milioni di euro in 200 *startup* nei prossimi cinque anni o *360 Capital Partners* che ha già in portafoglio *Musement* (piattaforma per prenotare musei, *tour*, escursioni in tutto il mondo) e *DoveConviene* (piattaforma *on line* che informa gli utenti su sconti, promozioni, novità nei punti di vendita vicini), in assoluto la più finanziata. Ma un segnale importante sta arrivando anche dagli atenei e dal settore pubblico.

6 *scale-up* italiane vengono fuori, infatti, dagli *spin-off* universitari del *Cnr* di Lecce (*Echolight*), dell'Istituto Italiano di Tecnologia (*Movendo*), del Politecnico di Milano (*Zehus & Leaf Space*), dell'Università di Milano (*Newronika*) e dell'Università di Pisa (*BioBeats*). Le *spin-off* rappresentano il 15% di tutte le *scale-up* italiane, mentre in Francia siamo intorno al 5%. Inoltre sta cambiando in modo sensibile anche la politica verso le *startup*, seguendo l'esempio di altri Paesi: basti pensare che tra gli 11 fondi più attivi in Europa 8 si avvalgono di risorse pubbliche. «Per rafforzare il proprio ruolo nel favorire la crescita delle *startup* – rileva Ghezzi – nel 2015 il Governo italiano ha modificato il suo approccio al finanziamento pubblico di quelle innovative: dalla concessione di finanziamenti a fondo perduto a una gestione degli investimenti attraverso l'investitore formale *Invitalia Ventures* che garantisce una combinazione tra capitali azionari e supporto manageriale». *Invitalia Ventures*, che ha avviato le sue attività circa un anno fa con i primi finanziamenti, si appresta a riversare una *tranche* di 50 milioni di euro sul mondo delle *startup* e sarebbe allo studio un altro fondo pubblico da 200 milioni di euro. La strada delle *startup* è solo all'inizio. ■



## Problemi di crescita

► Perché le startup italiane faticano a cambiare passo e a competere nel mondo ce lo spiega il presidente dell'organizzazione no profit Startup Italia Marco Bicocchi Pichi.

«Le nostre *startup* brillano in molti casi per competenze e creatività, ma fanno fatica a crescere per la nostra incapacità di coordinarci e agire con metodo e per la mancanza di risorse». A sostenerlo è **Marco Bicocchi Pichi**, presidente dell'organizzazione no profit *Startup Italia*.

**Presidente, che cosa pensa dei dati che danno in crescita le startup innovative in Italia?**

«È senz'altro un aspetto positivo che registra un generale incremento nella voglia di fare impresa. Ma c'è un aspetto che preoccupa: le nostre

*startup* innovative rimangono dal punto di vista della struttura di capitale molto simili alle altre, troppo piccole per creare vera ricchezza e occupazione. Molte di queste non hanno la caratteristica di fondo che dovrebbe avere una *startup*, una crescita rapida che la metta in condizione di competere nel mondo. Quelle che superano il milione di fatturato, e cioè il livello oltre il quale si lascia la condizione di microimpresa, sono ancora poche. Da questo punto di vista, gli obiettivi originari lanciati con *Startup Italia* nel 2012, cioè invertire la rotta dei cervelli in fuga dando opportunità reali ai nostri talenti di fare impresa, non sono stati ancora raggiunti».

**A che cosa possiamo addebitare questa difficoltà?**

«Accenno qui a due problemi solo all'apparenza distinti. Da un lato, c'è una cronica mancanza di risorse. Per fare il salto in grado di render-



# Giovani coop

Come Coop ha favorito la nascita di nuove, giovani, imprese cooperative. Il progetto Coopstartup Unicoop Tirreno.

45

■ **Barbara Sordini**

**304** iscrizioni, 700 persone coinvolte, 138 progetti ammessi alla prima selezione. Ha preso il via così nel 2015, in occasione del 70° compleanno della Cooperativa, il progetto *Coopstartup Unicoop Tirreno*, sviluppato insieme a *Coopfond* (il fondo mutualistico di promozione e sviluppo di *Legacoop*), allo scopo di favorire l'incremento dell'occupazione giovanile



tramite la creazione di imprese cooperative. Rivolto a gruppi di almeno tre persone, in maggioranza di età inferiore a 35 anni, il bando è partito nel maggio 2015 e si è sviluppato in diverse fasi (promozione, prima valutazione, incubazione, selezione) fino ad arrivare, a marzo 2016, alla premiazione dei 5 scelti tra i 26 che aveva-

no completato il percorso con la consegna del *business plan*. Questi i vincitori (tutti primi classificati): *Gruppo Erse*, servizi di monitoraggio ambientale (To-

scana), *Virginia*, linea di abbigliamento maschile per donne (Lazio), *TripTalent*, piattaforma *web-based* che aiuta i viaggiatori a costruire itinerari personalizzati (Campania), *Multicoopter*, servizi di videoriprese con uso di droni (Umbria), *Tobili cucina in movimento*, servizio di *catering* etnico (Campania). La qualità dei progetti presentati ha spinto la commissione valutatrice ad assegnare ulteriori tre premi speciali: *Vascitour*, vendita di brevi periodi di vacanza esperienziale a Napoli (Campania), *Urban Trees Management*, recupero di zone degradate con la realizzazione di aree verdi boschive seminaturali (Lazio), *Snack Amiata*, produzione di barrette proteiche e bevanda analcolica a base di farina di castagne (Toscana). I 5 progetti vincitori hanno ottenuto un contributo di 15mila euro a fondo perduto con l'accompagnamento *post startup* nei 36 mesi successivi alla costituzione in impresa e la possibilità di accedere a un finanziamento fino a un massimo di 150mila euro da parte di *Coopfond*. Il riconoscimento per ciascuno dei vincitori dei primi speciali è stato invece di 10mila euro a fondo perduto. ■

la competitiva sul mercato internazionale, una *startup* ha bisogno di molti soldi. Ma i nostri tre più grandi incubatori, pur capaci di acquisire competenze e professionalità di qualità, capitalizzano in borsa appena 100 milioni di euro. La dimensione finanziaria è inadeguata. Morale: siamo in grado di far nascere *startup* di ottimo livello, ma non abbiamo i soldi per vedere se queste aziende possono crescere e affermarsi sui mercati internazionali».

**Veniamo all'altro aspetto.**

«Circola nel nostro paese molta liquidità, ma il capitalismo italiano, storicamente consolidato attorno a grandi famiglie, vede come estranea la cultura del rischio e preferisce investimenti sicuri. In Germania e in Francia, al contrario, il ruolo dei grandi gruppi ha

una significativa ricaduta sulla vitalità delle loro *startup* ed è uno stimolo all'innovazione. È un dettaglio non trascurabile anche in chiave di investimenti esteri: i fondi stranieri si fidano poco di cose che noi stessi non sosteniamo. E quando si muovono in Italia lo fanno a quel punto in termini di concorrenza portandoci via realtà promettenti».

**Pensa che il Governo faccia abbastanza?**

«*Industria 4.0* è un buon provvedimento, ma a condizione che tutti gli attori, dalle imprese alle finanziarie regionali, facciano la loro parte. La politica degli ultimi Governi ha fatto molti passi in avanti. Penso che ora occorra una maggiore concertazione tra gli attori in campo, una maggiore capacità di programmare il futuro». ■



# Senso unico

**Che differenza c'è tra un piatto unico e un piatto elaborato?  
Tutto sta nell'equilibrio degli ingredienti e dei nutrienti fondamentali.**

■ **Ersilia Troiano**

**D**al *couscous* nordafricano al *thali* indiano, dalla *pita gyros* greca ai *falafel* mediorientali. Si potrebbe fare il giro del mondo attraverso i piatti unici che da sempre rappresentano e raccontano la storia e la cultura dei popoli, attraverso modalità di consumo, abitudini e tradizioni spesso uniche e affascinanti. In Italia il più tipico piatto unico della tradizione culinaria sono le minestre di legumi e cereali. La classica pasta e fagioli ha, infatti, nutrito le tradizioni contadine per secoli, un'alimentazione povera ma equilibrata e rispettosa della natura.

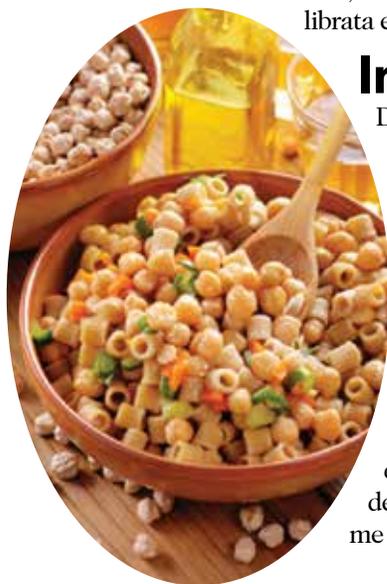
## In equilibrio

Da un punto di vista strettamente nutrizionale, un piatto unico che si rispetti ha la particolarità di prevedere in un'unica preparazione tutti, o quasi, i macronutrienti che dovrebbero essere assunti a ogni pasto: le proteine vegetali dei legumi o quelle animali della carne, del pesce, delle uova, dei formaggi e degli altri derivati del latte, i carboidrati dei cereali e dei loro derivati come pane, pasta, riso, farro, orzo,

i grassi dei condimenti e le fibre delle verdure e, ancora, dei legumi. Sebbene non esista una proporzione precisa tra gli ingredienti, il piatto unico dovrebbe essere costituito per circa la metà dai cereali e per l'altra dalle fonti proteiche e dai condimenti in proporzione più o meno uguale, con un'attenzione particolare alle fibre vegetali che non devono mai mancare. La caratteristica fondamentale che distingue il piatto unico da un piatto elaborato è, infatti, l'equilibrio degli ingredienti e, di conseguenza, dei nutrienti. Per intenderci: una buona minestra di pasta o riso con legumi, una zuppa di fagioli con crostini di pane e scarole o spinaci o, ancora, la polenta con i funghi o con un sugo di carne, un'insalata di riso o pasta rappresentano classici esempi di piatti unici che non hanno bisogno di un secondo e che possono essere accompagnati dalla frutta.

## Pasto completo

Altri esempi la pasta o il riso con pesce o carne e verdure come la *paella*, il riso alla cantonese, le focacce con verdure, le *crêpes* con ricotta e verdure. Anche la pasta o il riso conditi con sughi di pesce e carne seguiti da una insalata di verdure miste o un contorno di ver-



# Salto nel sottovuoto

dure cotte possono essere considerate un esempio di piatto equilibrato, anche se non propriamente unico.

Lasagne, paste e pizze farcite, pasticci e timballi sono, invece, piatti elaborati, perché poveri di alcuni alimenti (come la verdura e i legumi, ad esempio) e ricchi di altri, come i condimenti o le fonti proteiche animali.

Le parole d'ordine quando si parla di piatti unici sono dunque equilibrio e sobrietà. L'errore più comune che si compie a tavola è quello di non considerare alcuni piatti come unici e accompagnarli con secondi e contorni spesso molto ricchi. Classico l'esempio delle insalatone, con troppe fonti proteiche animali (formaggi, tonno, prosciutto, ecc.) oppure, soprattutto nei bambini, lo scarso consumo di pasta e legumi a favore di primi piatti spesso monotoni, come pasta o riso in bianco o al sugo, accompagnati da secondi piatti troppo abbondanti in termini di porzioni di riferimento per età.

## Un abbinamento perfetto

Piatto unico promosso, dunque, a tutte le età? Decisamente sì. Il piatto unico non è solo un modo per velocizzare il consumo del pasto fuori casa o quando si ha poco tempo per cucinare, ma rappresenta una buona soluzione per comporre un pasto equilibrato e bilanciato anche a casa. Può inoltre rappresentare un piccolo trucco quando, soprattutto in bambini e anziani, l'appetito è poco e quindi con un solo piatto si riesce a garantire tutti i nutrienti fondamentali. Una precisazione tuttavia è d'obbligo: la scelta e l'abbinamento degli alimenti in un'ottica di armonica compensazione devono caratterizzare sì ogni pasto, ma il concetto di adeguatezza della dieta – in termini di rispondenza alle linee guida per una sana alimentazione e ai fabbisogni di macro e micronutrienti per classi di età definiti dai *Livelli di assunzione di riferimento di nutrienti ed energia per la popolazione* (Larn, 2014) – va sempre inteso in un'ottica ampia di equilibrio nutrizionale dell'intera giornata alimentare, nonché dell'alimentazione intesa nella sua globalità. Ed è quella che va ricercata, con armonia e consapevolezza, per costruire giorno dopo giorno uno stile di vita adeguato che ci accompagni lungo la strada della salute. ■

Cottura sottovuoto: la cucina del futuro? Può darsi. Già da tempo conosciuta nell'ambito della ristorazione collettiva, anche a livello domestico la cottura sottovuoto si sta diffondendo moltissimo. Principale caratteristica di questa tecnica è la possibilità di cuocere gli alimenti a temperature costanti e non superiori ai 90-100°C, sfruttando il principio appunto del sottovuoto. Per realizzarla a casa servono una macchina per il sottovuoto

**Mantiene odori e sapori dell'alimento e riduce la perdita di sostanze nutritive. Il bello della cottura sottovuoto.**

e un bagno termostato, detto anche *roner*, oppure un forno a vapore, che permettono di mantenere per tutto il tempo necessario, la temperatura di cottura sempre costante. Come funziona? Gli alimenti vengono inseriti a

crudo all'interno dei sacchetti per il sottovuoto, con l'eventuale aggiunta di salse e condimenti, privati dell'aria grazie all'apposita macchina, per poi essere cotti in immersione per il tempo necessario a seconda della ricetta. I piatti così preparati possono essere conservati in frigorifero per diversi giorni o addirittura congelati, per poi essere riscaldati al momento dell'utilizzo. Tra i vantaggi apprezzati dagli amanti di questo metodo, il mantenimento di sapori e odori caratteristici dell'alimento e la ridotta perdita di sostanze nutritive, in particolare di vitamine e sali minerali, che rimangono intrappolati all'interno del sacchetto. Ancora: la possibilità di aumentare il tempo di conservabilità degli alimenti cotti (visto che l'assenza di ossigeno dovuta al sottovuoto riduce la proliferazione batterica e l'ossidazione degli alimenti), la riduzione dei tempi di marinatura di carne e pesce e la possibilità di ridurre l'utilizzo dei condimenti grassi. È dunque la soluzione perfetta per conciliare mancanza di tempo, gusto e salute in cucina? Di sicuro la cottura sottovuoto è un metodo da sperimentare, tenendo conto però che gli attrezzi del mestiere non sono proprio risparmiati. Tra l'altro è molto importante che la macchina sottovuoto faccia bene il suo dovere, perché un sottovuoto non completo può pregiudicare la riuscita della cottura, ma anche e soprattutto la conservabilità degli alimenti e la loro sicurezza. Perché, sottovuoto o no, come per tutte le cotture, valgono sempre le regole di base della sicurezza in cucina. ■



# Testa e croce

48

*Può incidere sull'umore, sul rendimento scolastico, sulla qualità della vita. Anche se non si tratta di una patologia grave, il mal di testa nei bambini è comunque espressione di un problema.*

■ **Barbara Bernardini**

Il mal di testa, la scusa perfetta per evitare impegni pesanti o noiosi, è in realtà una condizione molto diffusa che non colpisce solo gli adulti, ma anche i bambini, e con i più piccoli non è sempre facile capire l'origine o l'intensità del dolore. La cefalea, definita genericamente mal di testa, è infatti un dolore complesso, difficile da descrivere, che spesso è determinato da molti fattori. Quando ci si trova di fronte a un bambino che accusa mal di testa è necessario capire di quale tipo si tratti per poter intervenire al meglio.

## Capo d'imputazione

Esistono, infatti, due tipologie principali: le cefalee primarie, un disordine neurologico di cui fanno parte la comune cefalea tensiva, l'emicrania e altre forme più rare come la cefalea a grappolo, e quelle secondarie che derivano da un problema specifico, come un trauma fisico o un disturbo circolatorio, e proprio per questo più facili da trattare e gestire. «Si tratta di uno dei disturbi più diffusi fra i bambini e gli adolescenti, con un'incidenza in età scolare del 10-20%, che aumenta sino al 87-94% nella fascia 13-14 anni, senza differenze significative fra i sessi prima della pubertà – spiega **Vincenzo Guidetti**, professore ordinario alla “Sapienza” di

Roma e specializzato in neuropsichiatria infantile –.

Sebbene molti mal di testa nei bambini non siano sintomo di patologie gravi, la loro influenza sul

rendimento scolastico, sull'umore e sulla qualità della vita in generale può essere fortemente debilitante», aggiunge. I genitori possono fare attenzione proprio a questi cambiamenti per riuscire a capire se si tratta di una vera cefalea o della manifestazione di un diverso tipo di disagio. «Le componenti di natura emotiva giocano un ruolo fondamentale in molti piccoli pazienti, sia come fattori scatenanti l'attacco di mal di testa sia come fattori causali», precisa Guidetti.

## Fattori scatenanti

Campanelli d'allarme per le famiglie potrebbero essere un'improvvisa o anche progressiva chiusura in se stessi, la comparsa di difficoltà scolastiche, un eccesso di ansia nelle occasioni di vita comune e in generale una trasformazione nelle modalità di relazione con il mondo esterno. Ma ci sono sintomi abbastanza eclatanti che possono far escludere l'ipotesi emotiva a favore di un vero caso di cefalea primaria: se il bambino presenta dolori addominali ricorrenti, vomito ciclico, vertigini, torcicollo, sarà necessario contattare il proprio medico pediatra, che valuterà o meno la necessità di avviare un percorso diagnostico più complesso. «Trattandosi di bambini, la semplice terapia a base di analgesici, efficace negli adulti, potrebbe risultare inutile se non si inquadra il piccolo paziente nel suo contesto – chiarisce il neuropsichiatra –, cercando di verificare quali possano essere i fattori scatenanti come, per esempio, il poco sonno, l'eccesso di attività o una dieta squilibrata. Modificare lo stile di vita può quindi essere un grande aiuto e integrarsi con l'eventuale trattamento farmacologico». Il mal di testa è, infatti, uno di quei disturbi complessi con una forte componente psicosomatica, quindi i bambini, proprio perché più sensibili e meno capaci degli adulti di gestire le emozio-



ni, possono subire maggiormente l'influenza dei fattori ambientali.

## A disagio

E che dire delle nuove tecnologie? Della tendenza a rimanere davanti allo schermo di un *iPad* o di un computer per tante ore al giorno? Esiste insomma un mal di testa da *web*? «L'eccesso di esposizione a telefonini e *tablet* – continua il professore – può contribuire agli attacchi nei bambini che hanno già familiarità con la cefalea, ma ogni bambino reagisce in modo diverso e particolare. Gli eccessi sono sempre sbagliati e anche nel caso della cefalea, una vita equilibrata è sicuramente un'ottima terapia iniziale». Come si affronta invece un mal di testa simulato? «In questa situazione il bambino sta esprimendo, attraverso una bugia, un qualche tipo di disagio che può essere legato proprio ad aspetti della vita quotidiana – risponde Guidetti –. È quindi molto importante che i genitori cerchino di ascoltare e comprendere e successivamente, se si rendono conto di trovarsi di fronte a una situazione patologica, rivolgersi a un medico esperto, evitando qualsiasi tipo di medicazione o intervento farmacologico fai-da-te. Che sia reale o simulato – sottolinea Guidetti – il mal di testa in età giovanile non deve essere sottovalutato perché cela sempre un malessere, di cui bisogna scoprire la natura». ■

## Fin da bambino

**A seconda della causa cambia la cura del mal di testa dei piccoli che ne soffrono.**

Il trattamento è strettamente legato alla causa del disturbo. Nel caso delle cefalee secondarie, ovvero quelle che sono manifestazione di un'altra malattia, come una sinusite, la terapia del mal di testa coincide di fatto con la terapia per la malattia primaria che lo provoca. Le cefalee primarie, cioè quelle che non sono apparentemente riferibili a un'altra causa, possono avere diverse possibilità terapeutiche, ma è di fondamentale importanza che qualsiasi scelta venga portata avanti sotto controllo medico, perché l'automedicazione, sconsigliabile nell'adulto, nel bambino può essere pericolosa. Esistono due tipi di trattamento delle cefalee primarie: terapia dell'attacco e terapia della profilassi.

La terapia dell'attacco consiste nell'utilizzare tutti i mezzi, inclusi quelli farmacologici, per ridurre il dolore del bambino. Questo non solo per il suo benessere immediato, ma anche perché il dolore non trattato tende a ripetersi e quindi a cronicizzarsi.

La terapia della profilassi, che può essere o meno di tipo farmacologico, viene invece proposta dal pediatra o dallo specialista del centro cefalee quando la frequenza e l'intensità dei mal di testa sono tali da interferire con le attività quotidiane del bambino, ed è quindi più approfondita e personalizzata, indaga tutti gli aspetti che possono aver portato al manifestarsi del problema. Quando i genitori, dopo attenta osservazione o eventuali visite mediche, si rendono conto che i mal di testa accusati dal bambino sono di natura emotiva, potrebbe essere utile rivolgersi a un analista infantile. Anche una consultazione in pochi incontri potrebbe aiutarlo a tranquillizzarsi, riducendo così i livelli di ansia che probabilmente scatenano le crisi.

**INFO** [www.ospedalebambinogesu.it/mal-di-testa](http://www.ospedalebambinogesu.it/mal-di-testa)

**sani & salvi** di Barbara Bernardini

## Mai visto prima

Un gruppo di ricerca del Massachusetts Institute of Technology ha scoperto il segreto della dislessia, un disturbo dell'apprendimento che rende difficile la comprensione dei testi per tanti bambini. Attraverso la risonanza magnetica funzionale i ricercatori hanno dimostrato che il cervello dei bambini dislessici non si abitua ai nuovi stimoli, ma ogni volta che uno stimolo si ripresenta è come se fosse la prima volta. La mancanza di adattamento di energia neurale fa sì che, ogni volta che il cervello deve rispondere a uno

stimolo già noto, come una parola acquisita o un'immagine conosciuta, si sforza proprio come se non l'avesse mai vista prima.

## In profondità

La stimolazione profonda del cervello tramite elettrodi potrebbe aiutare tante giovani anoressiche. Lo suggerisce uno studio dell'Università di Toronto pubblicato su "The Lancet Psychiatry". Gli esperti canadesi hanno testato la tecnica di stimolazione profonda su 16 pazienti gravi, che non avevano mostrato miglioramenti con le tecniche tradizionali, e tutte hanno mostrato un deciso miglioramento dell'umore, un controllo migliore dell'ansia e un graduale aumento di peso. Una speranza, contro un male della mente davvero insidioso.

## Causa interiore

Roger Chou, professore dell'University of Oregon, ritiene che la lombalgia sia determinata tanto da cause strutturali e anatomiche, quanto da fattori sociali, biologici e psicologici. Infatti chi soffre di depressione o è insoddisfatto del proprio lavoro tende ad avere maggiori dolori lombari. Per questo motivo il professore consiglia di provare prima a curare il disturbo con massaggi e terapia termica. Quando è cronico, allora l'esercizio fisico, le terapie riabilitative e l'apprendimento di tecniche respiratorie, che aiutano a ridurre lo stress, possono essere cure molto efficaci. Spazio quindi alla meditazione, allo yoga e al tai chi, e solo come estremi rimedi farmaci e chirurgia.

# 10 e lode

**Tutte le tavolette di cioccolato Coop entrano nella linea Solidal certificata Fairtrade. Buone in tutti i sensi.**

■ **Sara Barbanera**

**L**i cioccolato equo e solidale mette su famiglia: in casa Coop nasce una nuova linea *Solidal* che da questo mese conta 10 tavolette di cioccolato a marchio convertito dalla filiera produttiva convenzionale a quella *Fairtrade*. Una novità buona in tutti i sensi, che rinforza un impegno sul fronte della qualità del prodotto e dell'equità del consumo che Coop porta avanti da oltre 20 anni con i prodotti via via inseriti nell'assortimento *Solidal*.

## Ben fatte

Finissimo al latte, fondente extra, con e senza zuccheri aggiunti, nera al 72% cacao, con nocciole, al latte e riso e bianco, in diversi formati: i prodotti della linea sono ben riconoscibili grazie a una varietà di colori, dal rosso, al rosa, al verde e all'immane bollino nero e celeste *Fairtrade*, qualità e convenienza come da marchio Coop, ma anche etica, ambiente e sostegno economico e sociale alle comunità in cui operano le cooperative e i produttori *partner* di Coop. Quan-



FOTO MARVIN DEL CID / FAIRTRADE



FOTO MARVIN DEL CID / FAIRTRADE



### Ecco l'elenco completo delle tavolette di cioccolato Solidal Coop

- finissimo al latte g 100
- finissimo al latte g 200
- al latte s/zuccheri aggiunti g 100
- fondente extra g 100
- fondente extra g 200
- fondente extra s/zuccheri g 100
- fondente nero 72% g 100
- al latte con nocciole g 100
- al latte e riso g 100
- bianco g 100

## L'anima del commercio

Letteralmente "commercio equo", Fairtrade identifica il marchio internazionale di certificazione etica più riconosciuto al mondo che sostiene i produttori dei paesi poveri perché abbiano accesso al mercato internazionale in condizioni di trasparenza e correttezza. Fairtrade Italia è il Consorzio che dal 1994 promuove il marchio Fairtrade nel nostro paese: è costituito da organizzazioni attive nella cooperazione internazionale, nella finanza etica e nell'azione sociale volta al rispetto dell'ambiente e alla tutela dei consumatori.



to alle origini, la neonata linea *Solidal* spazia da Perù, Repubblica Dominicana e Madagascar a Costa Rica, Mauritius e Swaziland per le tavolette con zucchero di canna aggiunto. Da qui cacao e zucchero di canna arrivano in Italia nell'impianto di *Icam* di Orsenigo (CO) che sforna le 10 in assortimento.

Per chi vede una contraddizione con la logica del km zero, lo sguardo è da allargare a una molteplicità di fattori, come spiega **Vladimiro Adelmi**, responsabile prodotto Coop *Solidal* e *ViviVerde* di Coop Italia: «Premesso che l'importazione del cacao è necessaria perché in Italia non si produce, in generale contrapporre il Fairtrade al prodotto locale è un errore perché entrambi generano valore per tutti i soggetti coinvolti nella filiera, sia per i produttori che per i consumatori. Il giudizio va quindi dato non su quanti chilometri separano produttore e consumatore, ma sui "chilometri giusti" lungo la filiera, ovvero sulla qualità delle relazioni e sui benefici che lo scambio produce lungo tutto il ciclo di produzione e di vendita».

## Uovo di Coop

**Fondente extra 60% e finissimo al latte. L'uovo di Pasqua è Solidal.**

Anche quest'anno Coop propone le uova di cioccolato *Solidal* in due versioni da 220 grammi: fondente extra 60% e finissimo al latte. Il cacao e lo zucchero di canna Fairtrade provengono da Ghana, Costa d'Avorio, Repubblica Dominicana, Paraguay, Costa Rica. Le sorprese, prodotte in Italia, sono divertenti giochi da tavolo che, seguendo la filiera del cioccolato e del commercio equo, ricostruiscono il percorso delle materie prime dai produttori fino a noi.



51

## Buona Pasqua

**Sulla tavola pasquale la colomba e il vino sono Fior fiore Coop.**

Due novità *Fior fiore* in occasione della Pasqua: per un brindisi di qualità, *Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimato Fior fiore* con affinamento superiore, di almeno 60 giorni, e una tracciabilità sino all'azienda agricola produttrice delle uve. Dopo l'edizione limitata di Natale, il vino si ripresenta a Pasqua nella sua versione definitiva *Millesimato 2016*, ovvero prodotto con uve da vendemmia di un'unica annata. La cantina di riferimento è *Bellussi Spumanti srl* che, sulle colline di Valdobbiadene, da oltre un trentennio abbina la vocazione per i vini del territorio all'utilizzo di moderne tecnologie di produzione di vini spumanti di alta qualità. Spazio al gusto artigianale anche con la *Colomba Classica incartata a mano Fior fiore* prodotta con solo lievito madre, burro, latte e uova fresche, scorze di arancia candita, mandorle e nocciole, tutti di provenienza italiana, e con un processo che prevede 50 ore di lavorazione e raffreddamento naturale. Incartata a mano come in pasticceria e confezionata con un elegante nastro di raso, questo nuovo dolce fa il tris con la *Colomba Dolci Frutti Fior fiore* dal gusto esotico di ananas, papaya, guava e jackfruit e con la *Colomba Classica Coop con e senza canditi*.





## ► Mondo Solidal

Questa la logica che ha mosso Coop fin dai primi passi, nel lontano 1995, con la vendita del *Caffè per la solidarietà*, il primo prodotto equo e solidale a marchio Coop: una confezione colorata e dal *packaging* esotico, affiancata negli anni dal tè, dal pallone e da altri prodotti. Il 2005 poi è stato l'anno del primo prodotto tessile, mentre il 2007 quello dei fiori, in particolare il primo mazzo di rose a 9 steli del Kenya. Dopo il premio ricevuto nel 2010 come migliore catena europea per impegno etico, nel 2013 Coop segna un altro primato in Italia, convertendo tutta la linea del tè a marchio che viene certificato *Fairtrade* e biologico e diventa così *Solidal*. Oggi, a 22 anni dal primo prodotto equo, la gamma *Solidal* comprende 47 articoli che vanno dal *non food* agli alimentari confezionati fino alle banane e ananas freschi, provenienti da oltre 50 cooperative e gruppi operanti in circa 25 paesi del Sud del mondo. Una varietà di gusti che, con materie prime selezionate, cura nei processi di lavorazione e controlli lungo la filiera, realizza anche l'obiettivo di tutelare i produttori e le loro risorse ambientali, il tutto a un prezzo giusto tanto per i fornitori che per i consumatori. ■



## Zuppe di cereali e legumi ViviVerde

1 La linea ViviVerde continua a sfornare sorprese rivolte a chi ha fatto una scelta vegetariana. Tra le ultime arrivate ci sono tre zuppe disidratate a base di cereali e legumi che rappresentano un'autentica novità. Parliamo di prodotti a cottura rapida – basta mettere il contenuto in acqua bollente e in pochi minuti la zuppa è pronta –, ricchi di fibre e proteine vegetali, grazie alla presenza dei legumi e di cereali alternativi come riso rosso, farro, amaranto e quinoa.



## Cereali per la colazione Crescendo Kids

2 Stelline, palline e ciambelline Crescendo Kids biologiche (scatola da 375 g) sono prodotte con diverse miscele di cereali (frumento e avena), arricchite con miele o con cacao e dolcificate con zucchero di canna. L'elevato contenuto di cereali rende il prodotto ricco di fibre, ideale per la prima colazione.

# Su due ruote

54

Dal manubrio ai pedali, dal cambio alle ruote. Come scegliere la mountain bike che fa per noi per sviare il traffico in città o per affrontare i sentieri in montagna.

■ Roberto Minniti

Che si tratti di qualche ora nel fine settimana o per un uso più frequente, è arrivato il momento di rispolverare la bicicletta lasciata troppo tempo in cantina. Oppure potrebbe essere questo il momento (e la stagione!) giusto di prendere la decisione e di acquistarne una. Ma quale scegliere?

## Campagna acquisti

La domanda non è da sottovalutare dato che il mercato propone soluzioni diverse in base all'uso che si intende fare della due ruote. Difficile, infatti, pretendere che uno stesso modello si riveli adatto per girare sulle strade cittadine e durante le pedalate del fine settimana in campagna.

Per i percorsi extraurbani, la scelta obbligata è una *mountain bike*. In generale questi modelli hanno in comune la presenza di pneumatici più larghi, per aderire bene al terreno e assorbire le scosse.

Il manubrio è dritto per un migliore

controllo della direzione della bicicletta anche su terreni difficili e le leve dei freni e del cambio sono posizionati in modo tale da poter essere comandati facilmente con la punta delle dita, tenendo sempre salda la presa sul manubrio. Il cambio è più evoluto di quello delle bici da città e si avvale generalmente di tre corone e 6/9 pignoni. Anche le sospensioni sono particolarmente curate per adattarsi a terreni anche impervi.

## Giro in città

All'interno di questa grande categoria (che per i più esperti prevede ulteriori distinzioni in modelli adatti alle discese, al cross ecc.) si possono distinguere le *mountain bike* per la città. Una scelta sempre più pratica in alcune delle nostre città, in cui il manto stradale non ha nulla da invidiare (si fa per dire) a quello delle più ardue strade di campagna. Rispetto alle altre hanno la sella più confortevole e il manubrio più alto; contano sulla comodità di buone sospensioni e mantengono un numero



di cambi simili a quello delle parenti extraurbane. Questa opzione può rivelarsi conveniente per chi non abbia la necessità di spendere un patrimonio per una bicicletta da utilizzare con regolarità su strade di campagna o di montagna ma desideri un ibrido comodo anche per la città. In questo caso, però, verificate che siano presenti tutte le dotazioni di sicurezza (fanali, catarifrangenti ecc.).

## Materiale di approfondimento

La differenza comunque la fanno i materiali. Per i telai, ad esempio, l'acciaio è rigido, resistente alle sollecitazioni e di lunga durata (in caso di uso intenso la vita media è di 8-10 anni), ma soggetto dopo alcuni anni alla ruggine. L'opzione migliore è l'alluminio, più leggero, rigido, resistente alla ruggine, ma più caro e leggermente meno durevole (fra i 5 e i 7 anni). Carbonio, titanio e magnesio hanno *performance* di alto livello (a costi elevati), ma sono più che altro destinati a biciclette da competizione. Nella scelta ha un ruolo importante anche il materiale dei componenti: freni, cerchioni, cambio. Molti si orientano sulle marche più conosciute, come *Shimano*, *Campagnolo* e *Sram*, che godono fama di affidabilità.

Una volta scelta la tipologia di bicicletta adatta ai propri utilizzi non resta che trovare quella adeguata alla propria statura. Un aspetto da non sottovalutare dato che pedalare con una bici della misura sbagliata, oltre che scomodo e più faticoso, può dare problemi alla schiena. Nel caso di una *mountain bike*, a questo proposito attenzione alla bici biammortizzata, ossia con ammortizzatori anteriore e posteriore: la sella ha il canotto più corto, quindi si può alzare meno, e dunque la bici è meno adattabile.

Più in generale, le biciclette per adulti partono da 17 pollici (qualche volta indicate con la taglia *small*) per chi è sotto 1,70 metri, mentre le misure da 18 o 19 pollici (le *medium*) sono indicate per stature tra 1,70 e 1,80 metri e le 20/21 (*large*) sono destinate a chi è tra 1,80 e 1,90 metri. Il consiglio che vi diamo, comunque, è di non fidarsi delle sole indicazioni e di sperimentare salendo in sella al vostro modello preferito. ■

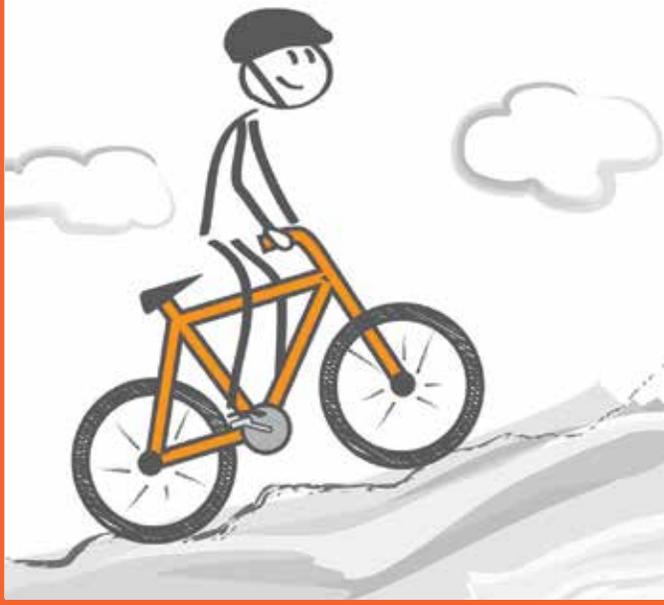
## La soluzione più adatta

**Che cosa verificare prima dell'acquisto di una mountain bike. Con un occhio alla qualità e l'altro al portafoglio.**

Quello della *mountain bike* è un mondo che appassiona molti e spinge spesso alla ricerca di biciclette sempre più perfezionate, in grado di viaggiare su terreni molto impegnativi, come impegnativo (e spesso con troppi zeri) è il costo da affrontare per dotarsi di questi piccoli gioielli a due ruote.

Eppure esistono ottime soluzioni anche per chi si avvicina al primo acquisto di un modello di questo tipo e non vuole spendere, come è giusto, migliaia di euro. La migliore soluzione, senza rinunciare alla qualità, è una *Mtb* con la sola forcella ammortizzata (il doppio ammortizzatore generalmente fa lievitare il prezzo). Nel caso di modelli di questo tipo, con ogni probabilità, ci troveremo di fronte a sospensioni posteriori di scarsa qualità (e dunque non efficienti in ammortizzazione) e al contempo a un aumento eccessivo di peso della bicicletta che può renderne scomodo l'uso. Nella scelta del diametro delle ruote, poi, si gioca un aspetto importante dell'acquisto. Se molti dei componenti della *Mtb* si potranno cambiare con il tempo, se lo si desidera, l'assetto della bicicletta è quello deciso al momento dell'acquisto. A garantirci una buona versatilità sono ruote da 27,5 o 29 pollici di diametro. Le seconde sono certamente più indicate ai neofiti, dato che garantiscono più stabilità e sicurezza nella guida. Tenete però conto che una *mountain bike* con ruota da 26 pollici è ormai quasi uscita dal mercato, dunque si possono trovare offerte interessanti dal punto di vista economico su cui vale la pena riflettere.

Infine la regola sulla quale non bisognerebbe transigere è "meno plastica possibile": meglio se parti come le leve dei freni e i pedali sono in alluminio, più resistente all'usura.



# Posto letto

56

**Quello pieghevole pronto per ogni evenienza, comodo, facile da aprire e chiudere, poco ingombrante. Il piacere dell'ospitalità.**

**Daniele Fabris**

**A** lzi la mano chi non ha pensato più di una volta all'utilità di un posto letto in più in casa propria. Le ragioni possono essere davvero tante per avere un letto da aprire all'occorrenza, per non parlare della casa delle vacanze, dove un giaciglio supplementare è una vera manna. Tra le soluzioni che consentono di soddisfare le esigenze del momento e la mancanza cronica di spazio all'interno delle mura domestiche c'è, senza dubbio, quello di una brandina d'emergenza. Ma il suo utilizzo non deve trasformarsi in una tortura per voi e per i vostri ospiti. I motivi per non sottovalutare un acquisto di questo genere non sono pochi e vale la pena prestare attenzione a diversi particolari prima di dare per scontato che sia comodo. Innanzitutto, ovviamente, la sua praticità.



## Apri e chiudi

Dato che si tratta di un letto "portatile", l'ideale è che sia dotato di ruote per agevolare il vostro compito di ospiti generosi. Occhio poi all'ingombro e alla facilità di apertura e chiusura, soprattutto quando lo ripieghiamo con il materasso al suo interno; al momento di riporlo è bene che non occupi troppo spazio e si compatti facilmente. Attenzione a considerare attentamente anche le misure una volta aperto. Una caratteristica fondamentale è la facilità del meccanismo di chiusura e la sua resistenza. Per valutarlo, purtroppo, non ci sono regole generali se non quella di provarne la maneggevolezza direttamente in negozio: se per aprirla ci mettete troppo o avete bisogno dell'aiuto di un'altra persona, lasciate perdere, anche se è solo la prima volta.

Trovato quello più adatto alle vostre esigenze potete concedervi il tempo



## A forma di...

**Sogni tranquilli con il cuscino memory form.**

7 italiani su 10 soffrono di dolori alla schiena. Tra questi una parte importante lamenta dolori cervicali. Non appare inutile, dunque, ripetere – come fanno gli esperti – che un semplice guancialetto, se non garantisce l'allineamento tra la testa e la colonna vertebrale e non è ergonomico, può influire sui dolori che proviamo al risveglio.

In questo campo non esiste una sola soluzione valida per tutti: soffice o duro, in lattice, lana o in piuma, tutte le

tipologie di cuscino possono adattarsi. L'importante è che non sia troppo rigido o alto, perché può provocare un notevole affaticamento al collo e alle spalle.

Ai materiali classici e a quelli più naturali da un po' di tempo si affiancano anche gli *high tech*. Ci riferiamo ai *memory form* che dovrebbero, a detta dei produttori, "ricordare" la forma della testa per mantenerla a lungo, distribuendo la pressione uniformemente su tutta superficie. A detta dei produttori questi guancialetti garantiscono una corretta postura della colonna vertebrale e della regione cervicale, favorendo la circolazione sanguigna ed evitando fastidiosi formicolii. In ogni caso, i cuscini *memory form* sono realizzati normalmente con una miscela d'aria, acqua e polimeri, e sono



per mettervi nei panni delle persone che ospiterete... e dovranno essere panni comodi. Dunque tenete nel debito conto la comodità del letto, passando in esame la combinazione che vi viene proposta tra rete e materasso. Indispensabile, infatti, prendere un sistema che li preveda tutt'e due per non trovarsi di fronte a una branda che una volta chiusa non riesce a contenere il giaciglio piegato o che lo danneggia.

## Dolce dormire

Per la rete non si dovrebbe derogare dalle doghe, meglio in legno elastico. Quanto al materasso, difficile in questo tipo di soluzioni trovare sistemi richiudibili in grado di ospitarne di molto spessi. E dato l'uso occasionale sarebbe inutile investire su un modello studiato per resistere per anni all'uso di tutti i giorni, magari anche attraverso fasce a portanza differenziata. Meglio concentrarsi su uno che abbia caratteristiche ortopediche e magari sia realizzato con materiali naturali.

Una buona soluzione, per esempio, è quella della brandina portafoglio *Dormir* in vendita nei negozi Coop. Il letto, conta su una rete a 13 doghe in faggio, un materasso ortopedico di 7 centimetri di spessore, facile da piegare all'interno della sua struttura che, una volta chiusa, ha un ingombro di 105x80x36 centimetri. Aperto, invece, il letto occupa 80x190x27 centimetri, più che sufficienti per l'uso normale di un letto singolo. ■

anallergici. E, per lo meno questo appare dimostrato, la loro capacità di modellarsi con il calore della testa li rende assai comodi anche per chi non ha problemi particolari. Fa parte di questa nuova serie di cuscini il guanciaie *Memory* forato a disposizione in due modelli, *saponetta* e *doppia onda*: antiacaro certificato, maxi riciclo d'aria, antibatterico e antistatico, trattato senza antibiotici, memorizza le forme e allevia la pressione, realizzato in materiale viscoelastico ad alto indice di assorbimento.

E il vecchio cuscino che abbiamo in casa? Gli esperti consigliano di sostituirlo ogni 5 anni e di garantirgli una buona manutenzione, isolandolo con doppia fodera (sempre in cotone) e lavandolo almeno una volta l'anno. ■

## Un sacchetto bello

**D**al 2012 in Italia è in vigore una norma che vieta la commercializzazione dei sacchetti per la spesa monouso che non siano biodegradabili e compostabili, e di base il nostro paese si è adeguato alla normativa europea che ha messo al bando i vecchi *shopper* di plastica, fatti essenzialmente di polietilene. A questo punto tanti consumatori hanno scelto di rinunciare all'uso dei sacchetti monouso, per lo più a pagamento, prendendo la buona abitudine di portare con loro sporte riutilizzabili, di vari materiali resistenti, come juta, cotone, rete, carta ma anche plastiche riciclate, e chi invece ha continuato a ricorrere al tradizionale carrellino, in base a un recente sondaggio di *Ipsos* circa il 6% degli intervistati. Dallo stesso sondaggio è emerso che il provvedimento del 2012 ha

**Per l'ambiente una borsa della spesa non vale l'altra. Usi e costumi degli italiani.**

raccolto in 5 anni un largo favore da parte degli italiani che lo considerano un passo avanti del nostro paese nei confronti dell'ambiente. Ben il 92% degli intervistati, infatti, utilizza sempre o spesso borse portate da casa per fare la spesa, mentre la soddisfazione per i nuovi sacchetti biodegradabili e compostabili è risultata piuttosto bassa: sono poco resistenti (cedono facilmente al contatto con prodotti appuntiti, pesanti o con gli spigoli), si rompono le maniglie e spesso bisogna usarne due, uno dentro l'altro, per reggere tutto il peso della spesa. Tuttavia, anche se questi sacchetti peccano un po' in termini di robustezza, è importante sottolineare dal punto di vista ambientale la possibilità di riutilizzarli come buste per la spazzatura dei rifiuti organici domestici (l'umido, per intenderci). Purtroppo, però, ancora oggi non tutti gli *shopper* per la spesa in circolazione sono conformi alla norma europea; è ancora possibile scoprire, soprattutto nei mercati, in piccoli negozi o dagli ambulanti, l'uso di buste in polietilene. Ma i consumatori possono giocare un ruolo importante nel riconoscere e rifiutare questi sacchetti. I veri *shopper* biodegradabili e compostabili sono facilmente riconoscibili, sono mollicci al tatto e riportano scritte le indicazioni di conformità alla norma comunitaria EN 13432:2002 o i marchi *OK compost*, *Compostable* e *Mater-Bi*. In attesa del nuovo provvedimento europeo che a partire dal 2018 imporrà l'uso dei sacchetti biodegradabili compostabili anche nei reparti dell'ortofrutta. ■



# Di cotte e di crude

58

**Dalle viola alle gialle, dalle bianche alle nere, ma gli italiani continuano a preferire le carote arancioni.**

■ **Silvia Inghirami**

**P**uò sembrare strano ma la carota è nata viola. Solo nel Cinquecento, attraverso degli incroci, i genetisti arrivarono a cambiarne il colore fino a quel distintivo arancione che oggi noi tutti conosciamo. Ciò in onore della dinastia degli Orange e in particolare di Guglielmo d'Orange. Ma la fantasia della natura e degli uomini non si è accontentata di due varietà: sul mercato troviamo un arcobaleno di sette colori, a cui possiamo aggiungere delle specie particolari e più pregiate.

## A colori

La classica è quella arancione, dolce, dal sapore gradevole a tutti i palati, con livelli molto alti di betacarotene e di luteina, fondamentali per la salute della pelle e degli occhi. Poi passiamo a quella gialla, dall'aroma delicato e più alti livelli di luteina. Quindi la rossa, dal sapore

caldo, ferroso, con un gusto che può ricordare la barbabietola, ricca di licopene. Viriamo quindi sulla viola, sempre dolce ma dal sapore più intenso e prolungato, e apprezzata perché ricca di flavonoidi, elementi noti per le loro proprietà antiossidanti, soprattutto contro i radicali liberi. La sorpresa arriva con la viola a pasta arancione: intermedia tra le due, è capace di stupire a tavola. Ai due estremi la nera e la bianca: la prima è del tutto simile alla carota viola e contiene antociani, antiossidanti con proprietà antitumorali; la seconda ha un grado zuccherino inferiore ma è ricca in sali minerali che le conferiscono un sapore più deciso e riconoscibile, che ricorda quello della pastinaca, l'ortaggio a cui somiglia. Entrambe sono considerate utili per prevenire l'accumulo di grasso nelle pareti delle arterie. Le "speciali" sono quelle che hanno ottenuto la protezione comunitaria diventando a indicazione geografica protetta (Igp): la *Carota dell'Altopiano del Fucino* (Abruzzo) dal colore arancio intenso e di polpa croccante, e la *Carota novella di Ispica* (Sicilia) dal profumo intenso e aroma di erbaceo. Ma le carote si suddividono anche in base alla lunghezza (corte, mezzane, lunghe) e all'epoca di maturazione (precoci e tardive) e alle *cultivar*: la comune di Napoli (lunga), la *Flakkee* (precoce), la *Grelot* (corta, precoce), la tonda di Parigi (cortissima, da 3 cm a 5 cm), la *Nantese* (medio-lunga, forma cilindrica e punta rotonda) e la *Chantenay* (conica e con la parte finale della radice a punta).

## Consigli per gli acquisti

**Meglio biologiche e ancora con il ciuffo. Come acquistare le carote e conservarle al meglio.**

Quando si acquistano delle carote occorre accertarsi che siano sode e prive di macchie. Se hanno ancora il ciuffo fogliare sono sicuramente più fresche; se sono provenienti da coltura biologica si può avere la garanzia di una maggiore quantità di principi attivi e di assenza di pesticidi. In tal caso, si può mangiare anche la buccia, che è la parte più ricca di betacarotene. Per la conservazione è consigliabile non tenere le carote in frigo per più di 7 giorni, anche se, ad una temperatura di 0 °C e un'umidità percentuale tra 90-95, la radice si mantiene anche per diverse settimane conservando inalterate tutte le proprietà organolettiche. L'ideale è consumarle subito appena tagliate o poco dopo la cottura: la cattiva o la lunga conservazione dopo la cottura, infatti, può sviluppare nitrosamine, sostanze considerate cancerogene.

## Nel segno dell'arancione

Nonostante il ventaglio dell'offerta, i consumatori italiani prediligono sempre la carota tradizionale e nonostante il territorio della penisola sia particolarmente vocato (l'Italia è forse l'unico in tutta Europa in grado di produrle per 12 mesi l'anno) arriviamo a importarne



148mila tonnellate. *Leader* indiscussa nel mondo è la Cina che produce quasi 5 milioni di tonnellate di carote (il 26% circa della produzione mondiale); seguono a distanza gli Stati Uniti e la Russia. Dall'Unione europea viene oltre il 23% della produzione mondiale e in vetta alla classifica è la Polonia (16,5%), seguita da Regno Unito, Germania, Italia, Paesi Bassi, Spagna e Francia. Il nostro paese nel 2016 ha prodotto circa 500mila tonnellate di carote: l'Abruzzo con 150mila tonnellate è al primo posto, davanti a Emilia Romagna, Sicilia e Lazio. Il consumo medio *pro capite* nazionale (dati *Coldiretti*) si aggira sui 7 chilogrammi. Una quantità veramente minima soprattutto se pensiamo ai benefici di questo ortaggio. La carota presenta, infatti, una notevole concentrazione di vitamine, sali minerali, carotenoidi e flavonoidi. È soprattutto ricca di betacarotene, un potente antiossidante, che combatte la formazione dei radicali liberi e favorisce la salute degli occhi e della pelle grazie all'estensina, una proteina che agisce sull'idratazione epidermica.

Inoltre la carota rinforza il sistema immunitario e grazie alle fibre, migliora il metabolismo di intestino e fegato.

## Pel di carota

A questi vantaggi si aggiunge la grande versatilità gastronomica: immancabili nel soffritto, per preparare sughi, ragù, minestre, arrostiti, le carote possono essere servite come succo o centrifugato, come contorno, cotte o in insalata, al vapore, lessate o stufate, usate per una purea o una crema di inizio pasto, fino a divenire ingrediente principe di una torta. In estate i "malati della tintarella" ne fanno grande uso, sapendo che oltretutto sono povere di calorie (41 kcal per 100 g) e sono molto sazianti. Occorre, però, sapere che il consumo eccessivo di betacarotene può avere l'effetto collaterale di aumentare la pigmentazione giallastra della pelle. Nella *top ten* della frutta e della verdura più abbronzanti le carote sono al primo posto con 1.200 microgrammi di vitamina A o in quantità equivalenti di caroteni per 100 grammi di parte edibile, seguite dai radicchi (500-600), dalle albicocche (350-500), dalle cicorie e lattughe (220-260), dai meloni gialli e dal sedano (200), dai peperoni (100-150), dalle pesche (100), dai pomodori (50-100), dai cocomeri e dalle ciliegie (20-40). ■

## Farina del suo sacco

In tutto l'Abruzzo interno, quando si parla di **grano**, si fa riferimento alla varietà **Solina**. Esistono detti popolari che testimoniano la stretta connessione tra questa varietà e la vita della gente abruzzese. Si dice, ad esempio, "quella di *Solina* aggiusta tutte le farine", oppure "se

**Dal grano Solina dell'Appennino abruzzese una farina perfetta per pane casereccio e pasta fatta in casa.**

il contadino vuole andare al mulino, deve seminare la *Solina*". Un tempo era apprezzata soprattutto per la costanza produttiva che garantiva la sopravvivenza delle famiglie contadine. Si tratta di una varietà di frumento tenero molto antica: fonti storiche testi-

moniano la sua coltivazione in Abruzzo all'inizio del XVI secolo. Agli inizi del XX secolo è stata utilizzata dal famoso genetista italiano Nazareno Strampelli per alcuni esperimenti e incroci con altre varietà locali. È un grano caratteristico delle zone montane e marginali del Gran Sasso, soprattutto la parte interna del massiccio sul versante aquilano, dove il freddo e le quote elevate permettono di ottenere una qualità eccellente. Dal *grano Solina* si ricava una farina poco tenace e adatta alle lavorazioni manuali. Il suo impiego ideale è la preparazione del pane casereccio e della pasta fatta in casa. Due ricette su tutte: la classica sfoglia tagliata a fazzoletti e utilizzata nei timballi e le scrippelle (le *crêpes* tipiche del teramano) in brodo.

Poco adatta alle moderne tecnologie di produzione, che richiedono grani ad alto contenuto di glutine, la farina di *Solina* dona ai prodotti da forno e alla pasta fatta in casa sapori inaspettati, quasi dimenticati. Una decina di agricoltori della zona montana, riuniti in una cooperativa, portano avanti il recupero e la valorizzazione di questa varietà antica, coltivandolo alle altitudini maggiori più adatte, seguendo i principi dell'agricoltura biologica e cercando di promuovere presso gli artigiani locali l'utilizzo della farina per la preparazione di pasta e di pane. ■



**Grano Solina dell'Appennino abruzzese**

Areale del Gran Sasso, in particolare, nella provincia de L'Aquila e nelle zone del versante opposto con altitudine superiore ai 750 metri

# La Ferrari del vino

60

*Il Bolgheri, il Montescudaio, il Terratico di Bibbona: vini bianchi e rossi con il sapore e il profumo delle terre in cui nascono, le campagne di Cecina, sulla costa toscana.*

■ **Olivia Bongianni**

Il clima mite, la natura fertile del terreno e un'area vicina al mare che fin dall'antichità fa della vocazione vitivinicola uno dei suoi tratti distintivi, riportandoci – a voler guardare indietro – fino al tempo della civiltà etrusca. Sono questi, ma non solo, i segreti custoditi da uve di qualità, capaci di dare origine a vini di pregio, particolarmente apprezzati per sapore e gusto.

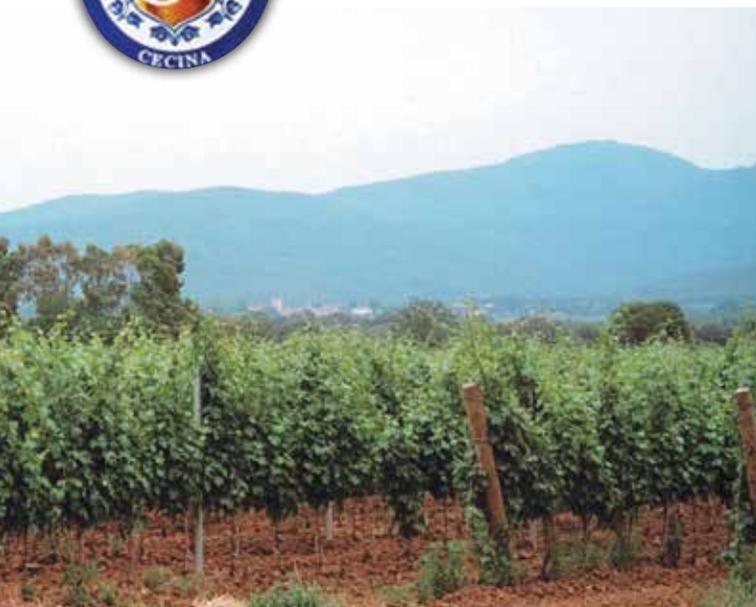
## Giro di vite

Siamo sulla costa toscana, nelle campagne di Cecina, zona Paratino: è qui che ha sede la società agricola *Ferrari Iris e figli*, fondata nel 1980 da Penso Camerini e dalla moglie Iris. Una realtà a conduzione familiare: «L'azienda è nata nel 1980 con mio padre – racconta **Massimo Camerini** –, poi nella società siamo entrati noi figli, io e mio fratello Rodolfo».

Inizialmente i terreni destinati alla produzione del vino erano situati soltanto nei comuni di Cecina e Bibbo-

na. In seguito si sono sommati altri vigneti, in affitto, nel comune di Montescudaio. Sorge qui la *Fattoria Santa Perpetua*: la cantina risale a quando nei primi del Novecento i conti Carli già producevano ottimi vini.

Tutte le lavorazioni avvengono in azienda: «Il nostro lavoro parte proprio dalla produzione dell'uva – spiega Camerini –. Nella cantina di Cecina vengono fatte la vinificazione, l'invecchiamento, l'imbottigliamento e la commercializzazione». A comporre il mosaico, dal 2006, si sono aggiunti anche dei vigneti e una cantina a Bolgheri, una delle località più amate sia per il paesaggio che per il vino, dove si producono il *Bolgheri Rosso* e il *Bolgheri Rosso superiore*. Per disciplinare, l'invecchiamento e la vinificazione del *Bolgheri* devono essere fatti nel comune di produzione dell'uva, Castagneto Carducci: «Abbiamo una deroga ministeriale – precisa Camerini – per cui, una volta che il *Bolgheri* è diventato *doc*, lo portiamo



a Cecina, dove avviene l'imbottigliamento».

Complessivamente oggi gli ettari in produzione sono 34; a Montescudaio si stanno impiantando altri 3 ettari. Si coltivano vitigni tipici della costa toscana, come il *Sangiovese*, il *Trebbiano Toscano* e il *Vermentino*, e vitigni internazionali come il *Merlot*, il *Cabernet Sauvignon*, il *Cabernet Franc* e il *Petit Verdot*.

La produzione di vini dell'azienda vanta i *doc Montescudaio*, *Bolgheri* e *Terratico di Bibbona*, e *Igt* di Toscana. Tutte e tre le *doc* si possono trovare nella rete di vendita di Unicoop Tirreno: il *Bolgheri Rosso*, il *Montescudaio Bianco* e *Rosso*, il *Terratico di Bibbona Bianco* e *Rosso*.

## Tipi di... vini

Ma quali sono le caratteristiche dei vini che arrivano da questo territorio ricco di cultura e impreciosito da viti rigogliose, cantate fin dall'antichità?

«Il nostro *Bolgheri Rosso* viene da uve scelte ed è tutto vino "fiore", ovvero senza il liquido derivante dalla pressatura delle bucce – racconta Camerini –. A differenza degli altri vini, in cui usiamo anche e soprattutto il *Sangiovese*, nel *Bolgheri* questo uvaggio è assente, di conseguenza è più morbido e meno tannico. Nel *Bolgheri doc* i vitigni principali sono *Cabernet Sauvignon*, *Merlot* e *Cabernet Franc*».

Anche nel *Montescudaio* e nel *Terratico di Bibbona* le uve sono scelte e seguono tutti i disci-

plinari. Nel *Montescudaio Rosso* il 50% è *Sangiovese*: questo vino non viene passato per niente in legno, ma solo in acciaio, diversamente dal *Bolgheri*, che ha un leggero invecchiamento di cinque o sei mesi in *barrique* di legno.

Anche il *Terratico Rosso* fa un piccolo affinamento in legno. Per quanto riguarda il bianco, nel *Montescudaio doc* e nel *Terratico di Bibbona* i vitigni principali sono *Vermentino* e *Trebbiano*.

Oltre all'attento rispetto dei disciplinari, c'è un altro aspetto a cui in azienda si presta particolare cura. Per la lotta alle malattie della vite non viene seguito un calendario, ma si interviene solo quando c'è bisogno: se non c'è necessità non si effettuano trattamenti antiparassitari. Inoltre dall'anno scorso si sono tornate a fare le lavorazioni meccaniche sotto le viti contro le erbe infestanti, abolendo quindi l'impiego di erbicidi chimici nei vigneti.

Un occhio di riguardo va anche al risparmio energetico: nell'azienda di Cecina è presente infatti un impianto fotovoltaico che copre il fabbisogno elettrico.

## Viticultura

Storicamente, tutte e tre le aree da cui provengono queste uve appartengono a terre vocate all'agricoltura e alla viticoltura. «Prima si diceva che vicino al mare il vino non poteva essere buono – conclude Camerini –, in realtà se pensiamo, ad esempio, ai vini francesi, tantissimi dei più buoni nascono sulla sabbia, lungo le rive del mare».

Ma anche senza il bisogno di spingersi Oltralpe e ritornando alla Toscana, certo non mancano anche da queste parti le storie ormai centenarie legate all'arte della coltivazione della vite e al consumo del succo tanto caro a Bacco.

Riavvolgendo indietro il nastro del tempo, il filo rosso della tradizione non può che ricondurci fino ai vini degli etruschi, che di questa bevanda furono non soltanto produttori ma anche esportatori, trasportando sulle loro navi le anfore piene dell'adorato nettare. ■



# Pescato di gola

62

■ **Olivia Bongianni**

**S**tagionalità, freschezza e alta qualità. È questa la carta di identità del pescato locale di Toscana e Lazio che si può acquistare anche in aprile, esclusivamente come prodotto sfuso al banco servito, in 33 punti vendita di Unicoop Tirreno (5 Iper, 14 Supermercati nell'area laziale e altrettanti in quella toscana).

## Segni particolari

Ci siamo fatti raccontare di più, ovvero i segni particolari di questo pescato, molto apprezzato per pregio e delicatezza, da **Riccardo Romano**, responsabile acquisti pesce in Unicoop Tirreno. «Si tratta di pesce fresco che arriva dalle coste regionali del Lazio e della Toscana – precisa Romano – e che rappresenta, per dare un'idea, una quota parte che si aggira intorno al 10% dell'assortimento che proponiamo nei nostri punti vendita». Proveniente dal mar Tirreno, la sua reperibilità varia di mese in mese. La presenza del prodotto nei negozi è fortemente condizionata dalle condizioni meteo-marine e dalla

disponibilità sui mercati: «Stiamo parlando di una pesca stagionale – aggiunge infatti Romano – per la quale non c'è la stessa frequenza di approvvigionamento che contraddistingue altri tipi di pesce come, ad esempio, quello allevato».

La caratteristica di fondo, che è al tempo stesso un valore aggiunto e una garanzia di freschezza e qualità, è dunque l'assoluto legame con la stagionalità.

## In buone acque

Si prende quello che il mare dà, rispettandone i cicli naturali: alcune specie ittiche si pescano in maniera significativa in determinati momenti dell'anno, mentre in altri riempiono le reti in modo molto limitato. Inoltre occorre considerare che anche nel Tirreno, così come negli altri

**Acciughe, ricciole, gallinelle, calamari, ma anche cicale e gamberi. Il pescato dei nostri mari arriva ogni mattina sul banco dei Supermercati di Unicoop Tirreno.**

mari, esistono periodi di fermo pesca. Ma quali sono alcuni esempi di specie ittiche provenienti dalle acque salate locali che vanno a comporre l'assortimento? Del gruppo fanno parte seppie, calamari, totani, ma anche capponi, scorfani, gallinelle, mormore, un po' di pesce da arrostito. E poi ancora tutta la famiglia del pesce azzurro, che prende il suo nome dai tipici riflessi dorsali tendenti al blu, abbinati alla colorazione ventrale argentea. Ricco di preziosi omega3 e di grassi insaturi, è un alimento che non dovrebbe mai mancare in una dieta sana.

Dal Tirreno arrivano soprattutto le acciughe, ma ci sono anche le sardine, gli sgombri, le ricciole, i tonnetti. A completare l'offerta si aggiunge anche qualche crostaceo, ad esempio, cicale e gamberi, mentre non ci sono i frutti di mare, che non appartengono a quest'area geografica.

## Il pesce è servito

Il pescato locale si può facilmente riconoscere nei Supermercati grazie a un'area specifica nel banco servito, identificato da un cartellino che reca la scritta *Vicino a noi*, accanto alla quale sono disponibili naturalmente tutte le altre informazioni necessarie per legge: la descrizione nominale del pesce, la tipologia, il nome in latino, la tracciabilità e la provenienza, il prezzo.

Senza dubbio, un altro elemento che fa la differenza e va a incidere sulla freschezza è rappresentato dai tempi di consegna: «Si tratta di barche che fanno piccola pesca di giornata – conclude Romano – pertanto si accorcia al minimo il lasso di tempo tra il momento in cui il pesce viene pescato e quello in cui arriva in negozio. Anche il modo in cui il pesce viene lavorato ha certamente la sua importanza e in questo caso tutto va a vantaggio della tenuta del prodotto appena viene messo sul banco».

La consegna nei punti vendita avviene ogni mattina, sei giorni su sette, esclusa la domenica. ■



**Picnic di primavera** Quattro idee per un gustoso pranzo all'aperto, da preparare in anticipo. Anche il giorno prima.

## Muffin con pomodori secchi e olive taggiasche

64



### Ingredienti per 6 persone

- 50 g di pomodori ciliegini semiseccchi Fior fiore
- 50 g di olive taggiasche Fior fiore
- 75 g di farina bianca 00
- 75 g di farina di farro
- ½ bustina di lievito per torte salate
- ½ limone non trattato
- 1 uovo
- 100 ml di latte intero
- 30 g di burro
- sale e pepe



preparazione cottura  
15 minuti 25 minuti

### Preparazione

Preriscaldare il forno a 180°C. Unire in una ciotola gli ingredienti secchi: le due farine, il sale, il lievito, il pepe e la buccia di limone grattugiata. Aggiungere anche i pomodori secchi tritati e le olive taggiasche. In una ciotola più piccola mescolare gli ingredienti liquidi: l'uovo leggermente sbattuto e il latte. Versare il latte e le uova negli ingredienti secchi e mescolare rapidamente per amalgamarli. Riempire 6 stampini da muffin in carta adagiati su una teglia da muffin e cuocerli in forno caldo per 25 minuti finché non saranno leggermente dorati, gonfi e asciutti all'interno (forarli con uno stuzzicadenti: questo, una volta estratto, dovrà essere asciutto).

### La dietista

**280 Kcal a porzione**

Proteine ♦♦ Carboidrati ♦♦ Grassi ♦♦

➤ *Idea molto originale per muffin salati semplici ed equilibrati adatti a tutta la famiglia. Non vanno considerati, però, semplici stuzzichini e attenzione: uno tira l'altro.*



# Frittata di tagliolini con zucchine e pancetta affumicata

## Ingredienti per 4 persone

200 g di tagliolini di Campofilone ■

Fior fiore

4 uova ■

4 zucchine piccole con il fiore ■

80 g di pancetta affumicata e fette da suini allevati all'aperto ■

30 g di parmigiano reggiano ■

Dop 30 mesi Fior fiore

20 g di olio d'oliva extravergine ■

noce moscata ■

sale ■

## preparazione

10 minuti

## cottura

15 minuti



65

## La dietista

**640 Kcal a porzione**

Proteine ◆◆ Carboidrati ◆◆ Grassi ◆◆

► *Piatto unico ricco ma nel complesso equilibrato. I grassi saturi della pancetta affumicata e del parmigiano vengono adeguatamente compensati dall'olio extravergine d'oliva e modulati dalle fibre delle zucchine.*

## Preparazione

Cuocere i tagliolini in acqua bollente salata scolandoli al dente e allargarli in una pirofila per raffreddarli. Tagliare le zucchine a rondelle e spadellarle con poco olio e un pizzico di sale. In una terrina sbattere le uova con il parmigiano grattugiato, unire le zucchine e i fiori tagliati a striscioline. Aggiungere la pancetta tagliata a listarelle sottili e i tagliolini, insaporire con sale e noce moscata e mescolare bene. Scaldare un filo d'olio in una padella antiaderente, versarvi il composto di uova e cuocere la frittata per 3-4 minuti da entrambe le parti, girandola con l'aiuto di un coperchio. Servire la frittata calda tagliata in quattro parti. A piacere la frittata può essere arricchita con ritagli di formaggi (mozzarella, emmentaler, caciotta).

con **oli avanzi** di Paola Ramagli

## Bocconcini di frittata

Se avanza questa frittata sostanziosa e gradevole, per proporla come uno stuzzichino e renderla appetitosa, basta tagliare del pane ai cereali a triangoli non troppo grandi e spalmarli con un filo di burro per creare un minimo di aderenza, dividere la frittata

in altrettanti pezzetti della stessa forma e misura e adagarli sul pane. Preparare degli stuzzicadenti infilandoci un capperone, un pezzetto di cetriolino sottaceto e un piccolo ritaglio di mozzarella e infilarli negli stuzzichini. Se i bocconcini vengono preparati a casa si possono mettere un attimo nel forno caldo. Questo procedimento può essere usato per qualsiasi tipo di frittata.

# Insalata di carciofi, menta e olio allo zenzero

66



## Ingredienti per 4 persone

- 6 carciofi freschissimi e sodi
- 1 limone
- 1 pezzetto di zenzero ViviVerde
- 4 cucchiaini di olio d'oliva extravergine
- Terra di Bari Bitonto Fior fiore
- qualche foglia di menta
- sale



## preparazione

25 minuti

## Preparazione

Spremere il succo del limone e metterlo in una ciotola con acqua. Tagliare la punta ai carciofi con un coltello a lama affilata, togliere le foglie esterne più scure e fibrose, tagliare il carciofo a metà e con l'aiuto di uno scavino o di un cucchiaino eliminare la barba interna. Tagliare ogni metà a fettine sottili e metterle velocemente nella ciotola con l'acqua e limone. Pelare e grattugiare la radice di zenzero e spremere la polpa ricavandone il succo. Unire l'olio, il sale e la menta tritata. Mescolare bene. Scolare i carciofi e asciugarli leggermente su un canovaccio, versarli in una ciotola e condirli con l'emulsione preparata. Lasciare marinare per 10 minuti prima di consumare.

## La dietista

**130 Kcal a porzione**

Proteine ♦ Carboidrati ♦ Grassi ♦

➤ *Insalata fresca, ricca di odori, sapori e colori e dal profilo nutrizionale perfetto. Molte fibre, pochi grassi, tutti vegetali (quelli dell'olio extravergine). Menta e zenzero la arricchiscono di sostanze ad azione antiossidante.*

con **gli avanzi** di Paola Ramagli

## Torta salata di carciofi e zenzero

Scolare l'insalata dall'eventuale liquido in eccesso e metterla su della carta da cucina dopo aver controllato che sia salata al punto giusto. Srotolare una confezione

di pasta sfoglia rotonda, metterla in un recipiente da forno sull'apposita carta, alzando i bordi e riempire con l'insalata. Livellare il composto, aggiungere del pangrattato fino a formare una crosticina abbastanza consistente e passare nel forno caldo fino a quando la pasta sfoglia risulterà cotta e il pangrattato dorato. Prima di servire guarnire con delle foglioline di menta fresca.

# Mini capresi al limoncello e cioccolato bianco

## Ingredienti per 4 persone

- 125 g di zucchero ■
- 100 g di burro da panna fresca ■  
Fior fiore
- 120 g di farina di mandorle ■
- 4 limoni non trattati ■
- 40 g di mandorle a filetti ■
- 50 g di cioccolato bianco Coop ■
- 20 g di limoncello ■
- 3 uova ViviVerde ■
- 15 g di zucchero a velo ■

## preparazione

30 minuti

## cottura

20 minuti



67

## La dietista

575 Kcal a porzione

Proteine ◆◆ Carboidrati ◆◆ Grassi ◆◆◆

➤ *La farina di mandorle ha una composizione del tutto particolare rispetto alle farine tradizionali: un contenuto di carboidrati bassissimo mentre è molto ricca di grassi, sebbene vegetali e dunque polinsaturi. Meglio dunque non esagerare.*

## Preparazione

Frustare zucchero e burro in una planetaria per pasticceria o in un robot da cucina; amalgamare bene fino a montare l'impasto, poi aggiungere lentamente i 3 tuorli amalgamandoli bene uno per volta. Aggiungere la buccia gialla dei limoni grattugiata e montare ancora per circa 5 minuti, aggiungendo alla fine le mandorle, la farina di mandorle, il cioccolato bianco fuso e il limoncello. A parte montare a neve i 3 albumi e aggiungerli all'impasto molto delicatamente amalgamando dal basso verso l'alto. Imburrare bene gli stampini da forno, infarinarli e versarvi l'impasto fino a riempirli quasi del tutto; infornare a forno preriscaldato a 170°C per circa 20-25 minuti. Sfnare le capresi al limoncello e, una volta fredde, cospargerle con lo zucchero a velo.



1-3 anni

68



## Rotolo con crema di fragole

**Ingredienti per 4 porzioni**

**Per il rotolo**

4 uova ■

2 cucchiaini di fecola ■

2 cucchiaini di farina bianca 00 ■

1 cucchiaino di malto di mais ■

**Per la crema**

200 ml di latte ■

1 cestino di fragole ■

2 cucchiaini di farina bianca 00 ■

1 uovo ■

2 cucchiaini di malto di mais ■

**Per decorare**

cacao amaro in polvere ■

1 cestino di fragole ■

**Preparazione**

Iniziare a preparare la crema frullando il malto di mais con l'uovo e la farina. Unire il latte caldo e mettere sul fuoco ad addensare. Frullare le fragole e unirle alla crema preparata. Per il rotolo amalgamare le uova con la farina e la fecola setacciate, quindi unire il malto. Rivestire una placca con carta da forno e versarvi il composto preparato. Infornare a 150° gradi per 7 minuti. Sforzare, versare la crema e arrotolare. Spennellare con il malto e decorare con il cacao e le fragole.

4-10 anni



## Pesce d'aprile alla carota

**Ingredienti**

1 uovo ■

50 g di farina ■

100 g di carote ■

100 g di patate ■

50 g di zucchine ■

sale qb ■

**Preparazione**

Cuocere le patate in abbondante acqua. Sbucciare le carote e tritarle finemente. Tagliare le zucchine a piccoli dadini. Sbucciare le patate e schiacciarle con lo schiacciapatate. Unire alle patate l'uovo, le zucchine, le carote e un pizzico di sale e dare alle crocchette la forma di pesciolini schiacciati. Far cuocere in una padella antiaderente con un filo di olio extravergine d'oliva per circa 4 minuti per lato.

**Proprietà nutrizionali e note**

Un'idea originale per far mangiare un po' di verdure ai bambini, camuffandole in simpatici pesciolini. Ricordiamo però di non camuffare sempre tutto: il consiglio è di mettere nel piatto gli stessi ingredienti a piccoli dadini, cotti in maniera semplice, cosicché i bambini possano scoprire il sapore diverso dell'ingrediente quando è singolo e quando è abbinato con altri.

## Cambia **musica**

**Confezionate e infiocchettate come si deve hanno il fascino del prodotto modaiolo e fanno boom tra i giovani. Musica classica e opera che passione!**

Papageno chi era costui? Il buffo uccellatore vestito di piume lascia perplesse frotte di ragazzini quando appare sul palco, comunque piace e parecchio, così come tutto *Il flauto magico*, l'opera (*Singspiel*) di Mozart ambientata in un antico e irreale Egitto. Secondo la classifica della rivista statunitense *BillBoard* Wolfgang Amadeus Mozart è stata la *superstar* del 2016 delle vendite mondiali, battendo nientepopodimeno che Beyoncé e Drake. Per rendersi conto che la classica va fortissimo bastano e avanzano i 7mila partecipanti alla maratona musicale al *Teatro Baretta* di Torino in onore del grande Amadeus, i dati della *Federazione industria musicale italiana* che ha registrato un 20% in più delle vendite di *cd* del repertorio classico nel 2015 rispetto all'anno precedente e i *ra-ve* in salsa classica di Roma che hanno portato centinaia di ragazzi a ballare fino a notte fonda sulle note di Bach, Beethoven, Wagner, Vivaldi. Da *La Fenice* alla *Scala*, dal *Teatro dell'Opera* all'*Accademia Nazionale Santa Cecilia* di Roma, al *Teatro San Carlo* di Napoli il pubblico in sala ha i capelli sempre meno grigi. Ma nel frattempo troppi *social*, *video* e videogiochi intorpidiscono la coscienza e nutrono l'immaginazione solo di visioni e nella scuola l'educazione musicale e la storia della musica sono il fanalino di coda e comunque della clas-



sica si divulga una concezione barbosa e polverosissima. Aniché tentare inutilmente di risolvere le contraddizioni dei nostri tempi, perché sempre più ragazzi ascoltino musica di cui per lo più ignorano il periodo, la biografia dell'autore e le caratteristiche, accogliamo questa moda culturale innocua con piacere, dopotutto meglio ascoltare un concerto di Vivaldi che smanettare inebetiti al cellulare o appisolarsi alla televisione. Il vero segreto come sempre sta nel *marketing*, nella pubblicità, nelle formule con cui si lancia un prodotto, che sia una passata di pomodoro, un concerto o una mostra. *Il flauto magico* o *Le quattro stagioni* possono avere l'*appeal* del prodotto modaiolo se qualcuno sa confezionarli e infiocchettarli come si deve. E allora

le prove aperte degli orchestrali, il laboratorio di propedeutica musicale, le promozioni su *Facebook* o la possibilità di un teatro di farsi seguire su *Twitter*, i biglietti meno cari, talvolta gratuiti, fanno di quella classica la più moderna e *pop* delle musiche. Senza lanciarsi in pensieri troppo spericolati sul fermento giovanile per un prodotto culturale come sintomo di un bisogno genuino, male che vada un ragazzo uscirà dalla sala uguale a come è entrato e la musica colta non perderà per questo prestigio e valore. ■

**P.S.** Avviso ai giovani ascoltatori: la musica crea dipendenza. Di recente ricercatori canadesi hanno dimostrato che l'ascolto musicale, sia del gruppo *rock* preferito che di un'aria d'opera, scatena gli stessi meccanismi chimici cerebrali del cibo, della droga e del sesso. Il *sex, drugs & rock'n'roll* del cantante Ian Dury trova ora la sua spiegazione scientifica.

**Bizze, urla e no ostinati, piccoli diavoli crescono.  
Ma che tipo di genitore c'è dietro un bambino capriccioso?**

# Da urlo

■ **Barbara Autuori**

**U**rla, strepiti, pianti, no ostinati e musi lunghi. Bizze e scatti d'ira che vengono normalmente classificati come capricci e con i quali ogni mamma e papà deve prima o poi confrontarsi. «Comportamenti che in determinati momenti della crescita, come tra i 2-3 anni o nella pre-adolescenza, sono da considerarsi normali», spiega la psicologa clinica **Brunella Gasperini** ([www.facebook.com/brunellagasperinipsicologa](http://www.facebook.com/brunellagasperinipsicologa)) che si occupa principalmente di relazioni di coppia e del rapporto genitori-figli. «Da parte degli adulti – avverte tuttavia l'esperta – c'è un po' la tendenza a classificare come capriccio tutto ciò che interferisce o disturba le attività, le aspettative e i desideri dei genitori».



## Tempo capriccioso

È, invece, importante comprendere che certi atteggiamenti sono prima di tutto espressione di forti emozioni nel bambino che, in quel momento, sta provando un disagio o una frustrazione. Un'immobilizzazione non sempre facile da mettere in pratica perché i genitori si sentono spesso imbarazzati o spiazzati davanti a impuntature e scene madri, reagendo così in modo altrettanto impulsivo. «Il capriccio scuote intensamente anche mamme e papà, ne mette a dura prova l'equilibrio psichico e non di rado li spinge a rispondere con fermezza: una strategia del muro contro muro che però non funziona», avverte Gasperini. L'unica strada percorribile per affrontare al meglio un capriccio, infatti, sembra essere quella di mettersi nei panni del capriccioso. «Non esistono

bambini tiranni ma solo bambini in difficoltà – afferma Gasperini –. Un piccolo intrattabile e dispotico è generalmente stanco, annoiato, insoddisfatto o stressato, probabilmente perché costretto in situazioni, compagnie e giochi non adatti a lui». E se si rifiuta di fare quello che gli viene richiesto forse sta esprimendo la sua difficoltà a fare quella cosa, a separarsi da qualcuno, a entrare in relazione con altri.

## Piccoli diavoli

«Le proteste infantili – prosegue l'esperta – andrebbero rivalutate perché anche i bambini devono potersi rifiutare di fare, dire o comportare come gli adulti vorrebbero». A volte troppo impegnato a intrufolarsi nelle vite dei più piccoli, il mondo dei grandi ha la pretesa di gestirli e controllarli di continuo, senza lasciare loro alcuno spazio di libertà. «Fai così, vieni qui, smetti, mangia, gioca, dormi, non piangere, saluta»: così caricati di responsabilità, impegni e aspettative da parte degli adulti, non è raro che i bambini reagiscano in maniera opposta al punto che alcune dinamiche capricciose affondano le radici nelle responsabilità degli stessi genitori. «È stato provato – sottolinea Gasperini – che un atteggiamento capriccioso è tanto più spiccato nei piccoli quanto più oppressivo e intransigente è quello dei genitori». Con il risultato che più no si riceveranno più se ne diranno in una *escalation* di ostinazione che rischia di portare entrambi i contendenti all'esasperazione. «Studi basati sulle interazioni linguistiche tra genitori e figli – continua la psicologa – hanno evidenziato che, in genere, in una giornata i rifiuti degli adulti sono notevolmente più abbondanti dei consensi. Ad un uso ridotto di negazioni da parte dei genitori corrisponde invece una conseguente diminuzione dei no nei bambini».

## Partecipazione emotiva

Come riuscire allora a comprendere quali sono i momenti in cui bisogna

porre dei limiti invalicabili e quelli in cui si può (e forse si deve) lasciare spazio ai più piccoli? «Se da un lato un'educazione salda e responsabile non può rinunciare a fissare delle regole che rappresentano indispensabili strumenti di crescita, dall'altro non significa che debba restare ferma e che i genitori esercitino la loro autorità qualunque cosa accada». Se dunque non è il caso di assecondare ogni sfizio, sarà altrettanto utile leggere i rifiuti e le opposizioni dei più piccoli anche come strumenti di affermazione, emancipazione e crescita. «Ciò non significa che i capricci vanno tollerati, ma solo che sono inevitabili, tenendo conto che certe bizzarrie appar-

tenono anche alla vita adulta». Riflettere su ogni problema con atteggiamento versatile e creativo, non affidandosi *tout court* a regole e disciplina preordinate, aiuterà ad essere più comprensivi con il proprio bambino. «L'intervento dell'adulto – conclude la psicologa – deve puntare alla relazione emotiva con il figlio, anche quando è cresciuto, imparando a gestire le emozioni senza combattere l'ostinazione con rimproveri e minacce che spesso possono rinforzare i comportamenti negativi». Una rilettura emotiva dei capricci dei più piccoli che può aiutare anche gli adulti a comprendere quali dei propri comportamenti non sono del tutto adeguati. ■

tempi moderni di Rita Nannelli

## Ritratti di signore

Ritratti che più chic di così non si può, una produzione lunga e frenetica dagli anni Sessanta dell'Ottocento agli anni Trenta del Novecento, l'icona della Belle Époque di cui incarnò perfettamente lo spirito tanto che fu Parigi a consacrarlo al successo, una Parigi di cui lui coglie la vita mondana, con i balli, i locali notturni, i cavalli, i boulevard, le dame. Gli aristocratici di tutto il mondo e i personaggi famosi fecero carte false per un suo ritratto. Avete presente quello di Giuseppe Verdi col cilindro? Stiamo parlando del ferrarese **Giovanni Boldini** a cui è dedicata una retrospettiva di centosessanta opere, provenienti dai maggiori musei e collezioni private del mondo, al Complesso del Vittoriano, a Roma, fino al 16 luglio. Il pittore delle donne le rappresentò come volevano apparire e tuttavia nella definizione degli sguardi e dei volti Boldini coglie un attimo della loro anima che ne rivela, forse, la più intima identità. E proprio a partire dalla precisione di un dettaglio l'artista ferrarese esalta il movimento: i vestiti si muovono intorno a un particolare, tutto è movimento, come fosse cinema. Massimo chic di un'Europa al tramonto o avanguardia? Di sicuro dettò la moda dell'epoca tanto che signore e signorine si sottoponevano alla tortura di entrare in abiti simili a quelli dipinti da lui, pur di somigliare a una di quelle dame, dalla

ballerina francese Cléo de Mérode alla baronessa siciliana Franca Florio, che nel 1924 Boldini rese immortale nel Ritratto di Donna Franca Florio, oggi al centro di accese polemiche per la sua vendita.

### Info

#### Giovanni Boldini

Complesso del Vittoriano  
Roma

fino al 16 luglio

tel. 066780664/8715111

[www.ilvittoriano.com/mostraboldini-roma.html](http://www.ilvittoriano.com/mostraboldini-roma.html)



## Tipo d'acquisto

Cacciatori, prudenti, pragmatici, navigati... Non si tratta dei diversi tipi di maschio nel rapporto con l'altro sesso, ma degli identikit contemporanei dei nostri diversi modi di fare la spesa, secondo un'indagine di Adm (Associazione della Distribuzione Moderna) e GfK. 5 le figure che vengono fuori: i **cacciatori di prezzi** (il 15% delle famiglie) interessati quasi esclusivamente al costo, scelgono i discount e quando frequentano

gli altri punti vendita acquistano soprattutto prodotti in promozione e i primi prezzi; i **prudenti** (23%) e i **pragmatici** (21%) hanno un approccio razionale e oculato alla spesa, fatta spesso e per piccoli importi, per lo più adulti e pensionati, con reddito medio-basso. I prudenti cercano rassicurazioni e si affidano a amici, negozianti, pubblicità, a caccia del miglior rapporto qualità/prezzo, definiscono un paniere di fiducia che fa da riferimento stabile; mentre per i pragmatici il fattore di scelta è la prossimità, poco attratti dalle marche, per niente dalle novità, attenti al prezzo e alle promozioni. Poi ci sono i **fan delle marche** (23% delle famiglie) e gli **esperti** (18%), soprattutto al Nord e in parte al Centro, attivi e informati, con buone possibilità economiche, lo shopping è anche ricerca di emozioni e soddisfazione delle proprie esigenze. Però l'atteggiamento nei confronti dei prodotti non è proprio lo stesso: i brand fan cercano sempre il meglio, indipendentemente dal prezzo, la grande marca, garanzia di qualità, sono attirati dalla confezione e dal servizio. Gli esperti, invece, competenti come sono, scelgono in base al reale valore del prodotto e mettono nel carrello la grande marca solo se ne vale davvero la pena. E la spesa che verrà? Per la maggioranza delle persone (54%) a guidarla sarà sempre la ricerca del risparmio economico, poi la certezza di avere comprato prodotti validi (42%); a seguire assortimento e libertà di scelta, fiducia nel punto vendita, risparmio di tempo e offerta personalizzata.

La disinformazione corre sulla rete. Quanto e come lo dimostrano le prime ricerche scientifiche su Facebook e compagnia social.

# Striscia la **falsa notizia**

72

**Patrice Poinsette**

Che cosa sono le *fake news*? Sono le false notizie che tendono a ingombrare sempre di più la rete, soprattutto i *social network* come *Facebook*. Un fenomeno questo talmente preoccupante da spingere scienziati e ricercatori come, tra gli altri, quelli dell'*Imt School for advanced studies* di Lucca (si veda il libro *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità* di Walter Quattrociochi, Franco Angeli, 2016) a studiarne i meccanismi e le ripercussioni. E le conclusioni delle indagini, numeri alla mano, non lasciano dubbi: sono le libertà offerte dalla rete insieme alla credulità e all'ignoranza degli internauti a favorire il diffondersi della disinformazione.



## Fonte di disinformazione

Papa Francesco sostiene Donald Trump, la *Nasa* non ha mai mandato qualcuno sulla Luna, le scie degli aerei di linea sarebbero prodotti chimici sparsi intenzionalmente per modificare il clima o manipolare le popolazioni. Chi non ha mai sentito, durante una cena tra amici, tra le mura dell'ufficio o in fila al supermercato notizie del genere? Magari non ci avete creduto fino in fondo, ma avete comunque condiviso l'informazione su *Facebook* rendendovi complici della diffusione d'informazioni false e tendenziose. Una brutta abitudine questa che rende il *social network* tutt'altro che affidabile. Sarebbe l'analfabetismo funzionale, cioè l'incapacità di capire correttamente un testo, il principale responsabile di questa tendenza, secondo l'Ocse (*Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico*), che in Italia riguarda quasi la metà delle persone tra i 16 e i 65 anni. Un altro fattore da considerare è, secondo gli studiosi, la nostra naturale inclinazione a privilegiare le informazioni che confermano la nostra visione del mondo o ignorare quelle che la smentiscono. Poi l'assenza di mediatore tra l'emissione e la ricezione dell'informazione fa il resto per rendere *Facebook* una fonte di disinformazione tanto che il *Forum economico mondiale* ha qualificato le *fake news* una delle minacce più gravi per la società.

## Non cambio idea

**Su internet ognuno resta della propria opinione.**

Ogni tentativo di smentire una bufala internettiana è inutile. Ecco la conclusione di una recente indagine in cui si è analizzato come due gruppi di utenti di *Facebook* reagiscono a notizie lette sul *social network*. Al primo gruppo appartiene chi è abituato a leggere notizie che arrivano da riviste scientifiche fidate, mentre l'altro gruppo preferisce quelle che vedono complotti che deciderebbero le sorti del mondo, sempre e comunque. Quello che lo studio rileva è che i due gruppi non s'incontrano mai su *Facebook*: i disinformati non leggono neanche una volta le notizie vere e quando s'imbattono per caso in quelle che smontano le loro credenze non cambiano opinione. Sono addirittura più propensi a dare un "mi piace" alla teoria del complotto.

## Sulle tracce di...

Infatti la falsa notizia "con la complicità dei *social network* si diffonde più veloce della verità" si legge nella ricerca dell'*Imt*. Come? Usando matematica, statistica, fisica, sociologia e informatica gli esperti hanno analizzato i dati degli internauti su *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* ecc. quando selezionano, condividono o commentano informazioni. Un metodo che ha consentito non solo di studiare la proliferazione delle informazioni nel *cyberspazio*, ma anche di capire come nascono e si rinforzano le opinioni, con un level

lo di precisione mai raggiunto fino ad ora. Gli scienziati hanno analizzato le tracce informatiche dei commenti e dei *like* lasciati dai 55 milioni di utenti negli Stati Uniti, 2 milioni in Italia e 375mila nel resto del mondo, concludendo che pratica comune è ignorare di proposito ciò che contraddice il proprio pensiero. E con l'aumento dei contributi *on line* cresce la polarizzazione e di conseguenza la radicalizzazione delle posizioni sia del singolo che del gruppo. E il posto migliore per la proliferazione delle burle internetiane è, secondo le analisi, *Facebook* perché una *like* tira l'altro e consente a qualsiasi *post*, anche palesemente farlocco, di contagiare gran parte del *social*. A nulla serve appellarsi a fonti più autorevoli e verificate, perché vige il cosiddetto pregiudizio di conferma che, nato con l'uomo, trae da internet una forza e una potenza di diffusione inedite. ■

## Scala social

**I numeri di un mondo social sempre meno giovane.**

Secondo il rapporto dell'agenzia *We are social* il numero degli utenti attivi di internet ha superato i 3,4 miliardi nel 2016, cioè il 46% della popolazione mondiale è *on line*; per il continente europeo il numero raggiunge i 616 milioni, il 73% della popolazione. Gli utenti dei *social network* sono più di 2,3 miliardi (il 31% della popolazione mondiale) e il numero cresce di circa il 10% ogni anno. In Italia, secondo le statistiche di *Vincos*, l'osservatorio *Facebook* italiano, sono 20 milioni al giorno a visitare *Fb*. E, dato a sorpresa, la maggioranza non sono giovani: tra i 13 e i 18 anni rappresentano il 6,2%, tra i 19 e i 24 anni il 15%, mentre tra i 36 e i 45 il 21,5% e tra i 46 e i 55 il 18%. Secondo i dati forniti da *Facebook Advertising*, i giovani (fino a 18 anni) non rappresentano la fetta più grossa e sono in calo, mentre gli adulti, genitori e nonni, sono sempre più "social". La popolazione più numerosa è ormai da tempo quella dei 35-45enni con 6.000.000 di persone, le più disinformate.

# Corso d'acqua

**"L**acqua è oggetto di stupore, quasi come il tempo di cui a lungo è stata la misura", scrive **Jean d'Ormesson**, scrittore e membro dell'*Académie française*. Strana materia, infatti, che non ha odore, sapore, colore e che prende qualsiasi forma. C'è però qualcos'altro nell'acqua, una proprietà fisica che la rende così singolare: al diminuire della temperatura non si comporta come tutte le altre sostanze (o quasi) che riducono il loro volume, a volte si dilata. Un fenomeno questo che i fisici chiamano dilatazione termica, dovuta all'eccitazione delle molecole del liquido che, stimolate da un aumento di calore, acquisiscono energia e lo costringono ad espandersi. L'acqua, però, prende le distanze da un tale fenomeno e ha un modo tutto suo di reagire al cambiamento di temperatura, allo stato solido ha cioè un volume più grande che a quello liquido, rarità in natura. Allora vediamo di capire che cosa bolle nell'acqua quando si raffredda. Nel congelatore fino a 4 gradi centigradi niente di

**Si abbassa lentamente la temperatura e il suo volume aumenta. Lo strano caso dell'acqua nel congelatore.**

particolare da segnalare: lo spazio occupato dal liquido diminuisce gradualmente fino a raggiungere quello minimo. La densità raggiunta a 4 gradi è perciò quella massima. È sotto questa temperatura soglia che iniziano le stranezze: un ulteriore calo termico ed ecco che il volume inverte la rotta crescendo leggermente fino a 0 gradi, temperatura alla quale l'acqua cambia fase e diventa solida. Una trasformazione questa che non ghiaccia l'ardore dell'acqua bensì scatena un'improvvisa dilatazione del volume del quasi 10 per cento. Questo perché allo stato liquido l'acqua è costituita da miliardi di molecole che interagiscono debolmente e vagano in modo caotico senza tracce di regolarità. Quando, invece, cambia di fase, cioè passa allo stato solido, le molecole si organizzano per formare una struttura cristallina molto vincolante: ogni atomo di ossigeno si allinea con il legame ossigeno-idrogeno della molecola vicina. Schema questo che costringe le particelle elementari del ghiaccio a mantenere le distanze creando molti spazi vuoti. Reazione nell'infinitamente piccolo che ha delle conseguenze a macro scala: l'aumento di volume, e non di massa, consente a cubetti di ghiaccio, meno densi, di galleggiare nella vostra bevanda preferita. Attenti, però, a non lasciare bottiglie di vetro piene a raffreddare troppo a lungo nel *freezer*: lo scoppio è in agguato. ■



Insegna a migliorare la gestione del tempo, a fare ordine, a organizzare lavoro e impegni quotidiani.

Ma chi è il professional organizer?

# Una perfetta **organizzazione**

74

■ **Jacopo Formaioni**

**A**rmadi sottosopra, decine di e-mail da leggere e centinaia di cose da fare in giornate di solo 24 ore. Il nostro quotidiano è una giungla di impegni in cui è difficile districarsi senza accumulare stress. Tanto che qualcuno ha pensato di aiutarci a farlo. È una figura nuova in Italia, quella che gli anglosassoni chiamano *professional organizer*, che fa proprio questo: migliora la gestione del tempo, riprogetta gli spazi, riorganizza e mette in ordine.



Un professionista dell'organizzazione che risponde a un'esigenza sempre più diffusa e comune, per alleggerire la mente, ingombrata da troppe informazioni, e vivere meglio in modo organizzato.

## Vediamo un PO

Hanno dai 25 ai 65 anni, ognuno con la sua specializzazione: c'è chi si è dedicato alle casalinghe e chi ai *manager* d'azienda, chi ai ragazzi che non riesco-

no a darsi priorità, chi agli anziani che devono scandire la giornata in modo regolare. Gli ambiti di provenienza dei *PO* sono diversi: informatici, arredatori d'interni, formatori, architetti, addetti stampa, organizzatore di matrimoni, tutti insomma possono inventarsi *professional organizer*, basta avere predisposizione all'organizzazione e voglia di insegnarlo agli altri. E magari seguire i corsi di formazione dell'unica associazione italiana del settore, l'*Apoi* (*Associazione Professional Organizers Italiani*). «Il *PO* in America esiste dagli anni Ottanta, da noi è arrivato con lieve ritardo – afferma in tono scherzoso **Sabrina Toscani**, presidente *Apoi* e autrice del libro *Facciamo ordine in casa, nell'ufficio, nella vita* (Mondadori) –. Credo che in Italia ci sia un pregiudizio verso l'ordine, siamo un paese più incline all'estro creativo. Ma l'organizzazione libera molte risorse e ci concede più tempo libero. Siamo una piccola realtà, ma le richieste aumentano di giorno in giorno. Di solito veniamo contattati – spiega Toscani – quando alle persone aumentano i ruoli da ricoprire, un nuovo lavoro o l'arrivo di un figlio. Le affianchiamo nella vita di tutti i giorni, impartendo insegnamenti che spesso si apprendono in ambito familiare, come l'organizzazione del guardaroba o dei documenti. Quando il cliente ha imparato a gestirsi, il nostro lavoro è finito». Potremmo quasi dire che l'obiettivo del *PO* è l'estinzione del *PO*.

## Contrordine

**Per non perdere tempo ed energie ecco che cosa non va fatto.**

**Leggere le e-mail senza chiarire le priorità della giornata:** rischiamo di dedicarci alle esigenze altrui senza svolgere i propri compiti.

**Fare più cose contemporaneamente:** il *multitasking* fa spesso perdere tempo e induce all'errore.

**Non decidere:** accumulare le decisioni da prendere crea confusione.

**Tenere tutto a mente:** la memoria è limitata, quindi è bene avvalerci di supporti cartacei o elettronici per ricordarci gli impegni.

**Conservare troppe cose:** oggetti, documenti e informazioni che non hanno valore pratico o affettivo fanno disperdere attenzione ed energie.

**Non mettere le cose a posto:** cercare gli oggetti fa perdere tempo e si rischia di perdere quelli indispensabili.

**Non programmare:** sembra inutile, ma serve a decidere come ottimizzare al meglio il nostro tempo.

## Tempo pieno

*Multitasking* senza essere pronti ad esserlo, rischiamo di disperdere tante energie e di diventare dipendenti da una tecnologia che ci fa perdere l'autonomia nella gestione del tempo. «L'aumento dei ritmi del nostro quotidiano ha assottigliato il confine tra vita privata e lavorativa, con la seconda sempre più invadente – afferma **Ivana Pais**, sociologa del lavoro dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano –. Da una parte c'è la realtà di un mondo del lavoro più dinamico ed esigente, dall'altra un uso di mezzi mobili e della rete che ci bombarda di stimoli. Ciò ha generato

## Confusione mentale

**Caotici e disorganizzati? Una pessima abitudine, a volte sintomo di un disagio più profondo. La parola a Stefania Iazzetta, psicologa presso il Centro di psicologia cognitiva di Firenze e Grosseto.**

Perdersi negli impegni e nel disordine a che cosa porta?

«Essere disorganizzati porta a uno stato di rimuginio in cui l'attenzione si disperde. Le persone spendono risorse e tempo a riflettere su cosa devono fare. Ciò può portare a uno stato confusionale in cui si perde la sensazione di "qui e ora" associato a frustrazione e un generale stato di allerta».

Qual è il confine tra disorganizzazione fisiologica e patologica?

«È patologica quando causa un disagio significativo, sofferenza alla persona, o compromette la sua vita sociale e lavorativa. Per capire se si è affetti da una vera patologia è sempre opportuno consultare uno specialista in grado di analizzare caso per caso».

Quali sono gli strumenti migliori per risolvere i problemi legati alla gestione del tempo e degli impegni?

«Dipende dal tipo di problema. Si può lavorare con il *problem solving*, per analizzare la situazione e trovare soluzioni, o con tecniche legate alla gestione del rimuginio, oppure imparando ad affermare le proprie posizioni ed opinioni senza farsi sopraffare dagli eventi».

il dibattito sul diritto alla disconnessione, ad avere cioè dei momenti in cui staccare del tutto dal lavoro. Introdotto in Francia e in molte aziende del Nord Europa, riduce gli stimoli e lo stress individuale, aumentando la produttività. Oggi è tutto un fiorire di *app* e soluzioni dall'approccio meccanico, che si concentrano troppo sulla quantità e non sulla qualità – puntualizza Pais –. Stiamo quantificando le nostre vite, forse dovremmo tornare ad apprezzarle di più». Cominciando col tagliare i rami secchi e fare un po' d'ordine. ■

## Grazie dei pensieri

**Il Ké-Bar e altri progetti di cucina e agricoltura. Così l'associazione La Bottega dei Semplici Pensieri forma i ragazzi con sindrome di down e lievi ritardi mentali.**



dignitoso e un'integrazione concreta».

**Come funziona il Ké-Bar?**

«È all'interno della *Multicenter School*, serve docenti e studenti ed è gestito completamente dai ragazzi, con la supervisione di un *tutor*».

**Quanti ragazzi impegna l'associazione?**

«Una ventina dai 20 ai 26 anni d'età: il periodo migliore per formarli e avviarli ad attività esterne in base alle singole capacità. Tre dei nostri ragazzi lavorano già in comuni bar grazie al finanziamento di *Garanzia Giovani*. Roberto, uno di loro, è così apprezzato dal titolare che stiamo cercando il modo di agevolarne l'assunzione definitiva».

**Oltre al Ké-Bar l'associazione sviluppa altri progetti?**

«A fine mese, con un evento a Nola, si conclude *Semplicemente chef*: sei nostri ragazzi, con l'aiuto di uno *chef*, hanno imparato a cucinare tre piatti con i quali si sfideranno con altri ragazzi disabili preparati da Istituti alberghieri di Napoli. In palio *stage* in ristoranti e locali della zona. *Raccogliendo mi Trasformo*, realizzato con contadini locali e la facoltà di agraria della "Federico II", sta insegnando ai ragazzi la coltivazione, la raccolta e la trasformazione di alcuni prodotti della terra. Questo progetto si può finanziare direttamente tramite la piattaforma [www.meridonare.it/progetto/raccogliendo-mi-trasformo](http://www.meridonare.it/progetto/raccogliendo-mi-trasformo)».

**Un sogno nel cassetto?**

«Disporre di un centro di formazione vero e proprio dove poter realizzare anche eventi e attività di ristorazione che rendano l'associazione e i ragazzi del tutto autonomi anche economicamente». ■



Come ripensare il modo di stare insieme nella scuola, sul posto di lavoro, in società. Ne parliamo con Enrico Parsi, direttore di Scuola Coop, a partire dal suo libro *La classe*.

# Visione d'insieme

76

■ Aldo Bassoni

«**S**cuola Coop è un luogo dove si fanno corsi di formazione anche se noi non amiamo definirci formatori, ma persone che si occupano di apprendimento. Un luogo di ricerca e di scambio, di confronto di buone prassi, un luogo dove si studia, si fanno ricerche e si prova a indagare problemi inediti con modalità inedite». Enrico Parsi, direttore di *Scuola Coop*, la cui sede troneggia sulle colline di Montelupo fiorentino, ha appena pubblicato un libro che parla proprio di questo. *La classe*, è il titolo del libro, «un libro sulle organizzazioni – spiega Parsi – e su come sia necessario ripensare i nostri modi di stare insieme a scuola, al lavoro, in società».

≡ Perché questo titolo?

«Il titolo è legato innanzitutto alla scuola in quanto tale perché in questi ultimi anni assomiglia molto a un'azienda e paradossalmente le classi oggi sono costruite come lo erano nell'Ottocento, con un disegno analogo all'organigramma di un'organizzazione aziendale tradizionale. Si parte da lì per cercare di capire come possiamo reinterpretare le organizzazioni in una maniera più vicina alle esigenze umane. E poi *La classe* perché le differenze e le disuguaglianze sociali ed economiche si sono acuite».

≡ Qual è la tesi del libro?

«Questa crisi non è solo economica ma è una crisi dei modi in cui stiamo insieme. Siamo abituati a pensare ai nostri comportamenti come frutto di storie e esperienze personali, invece in molti contesti i comportamenti individuali sono determinati da come è fatta l'organizzazione. In altre parole l'organizzazione condiziona i comportamenti nel bene e nel male: non c'è bisogno di essere malvagi per compiere delle cattiverie e non c'è bi-

sogno di essere buoni per fare azioni solidali».

≡ Come sono stati questi anni a Scuola Coop?

«Forse i migliori della mia vita professionale anche per la qualità delle persone con cui lavoro e poi perché siamo riusciti a costruire un ambiente libero in cui riusciamo a fare cose che hanno il pregio di essere utili alle cooperative e nello stesso tempo ci permettono di incontrare colleghi di tutta Italia e in tutte le posizioni, studiosi, consulenti da cui scaturisce uno scambio molto proficuo».

≡ Chi sono i cooperatori?

«I cooperatori sono quelli che scelgono, decidono e si assumono la responsabilità di cooperare e non di competere, il che significa andare contro corrente rispetto alle prassi economiche e aziendali tradizionali. Significa capire che la società è fatta di organizzazioni e se noi abbiamo contesti competitivi avremo società competitive. Cooperare oggi potrebbe significare ripensare gli spazi lavorativi, anche quelli fisici. Ripensare il senso dei sistemi valutativi e premianti. Significa mettere in discussione la stessa organizzazione funzionale che, come per le materie scolastiche rigidamente separate tra loro, prevede discipline professionali separate tra loro. Una cooperativa moderna non può più permettersi di separare il commerciale dal sociale, dal personale».

≡ Che cosa sono le cooperative?

«Una bellissima realtà anche se non sono isole felici. Il loro modello è più evoluto di molte imprese private anche se a volte si ha la sensazione che una parte dei gruppi dirigenti pensino che in realtà siano un soggetto minore. Rispetto alla crisi attuale dovrebbero essere le cooperative a fare scuola nel mondo e non il contrario. Invece oggi si assiste al paradosso di grandi società di consulenza che, dopo aver fatto danni a volte irreversibili con modelli rigorosamente neoliberalisti, sono state folgorate sulla via della cooperazione e girano il mondo a diffondere la buona novella. Su questo dovremmo essere



un po' più orgogliosi e contrastare logiche e politiche che non hanno niente a che fare con la nostra storia».

☰ **Che contributo dà Scuola Coop alla formazione di questa cultura?**

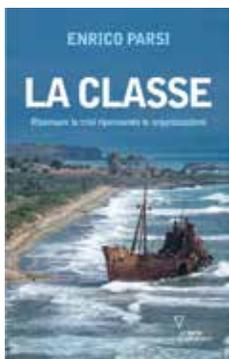
«Scuola Coop cerca di contribuire costruendo percorsi di relazione e confronto, e in buona parte negli ultimi anni anche con la produzione di novità, idee e sperimentazione che emergono proprio da questi scambi con i colleghi, soprattutto dei punti vendita e della formazione. Da Scuola Coop passano circa 1500-1700 persone l'anno. Poi andiamo nelle cooperative, chiamati su singoli progetti».

☰ **Qual è stata l'esperienza più significativa?**

«Il Contest, un concorso non molto competitivo – siamo alla quinta edizione – in cui vengono coinvolte persone sotto i 35 anni che non hanno ruoli di responsabilità nelle rispettive cooperative. A queste persone viene chiesto di proporre un'idea per Coop. Nell'ultima edizione sono state prodotte 85 idee. Poi si è arrivati alla formazione di 9-10 gruppi su altrettante idee-progetto e nell'arco di 8-9 mesi questi giovani hanno elaborato progetti accurati con *business plan* seri, che non hanno nulla da invidiare a quelli delle più blasonate società di consulenza. Alla fine vengono stilati progetti completi che le cooperative possono utilizzare tutti o in parte. Il *Supermercato del futuro* a Expo ha avuto origine proprio da un progetto vincitore del Contest che si chiamava *Geocoop*. Anche i punti ristoro *Fior food* a Torino e *Degustocoop* a Ravenna sono nati o sono stati influenzati dal Contest.

☰ **Ma Scuola Coop è anche altro.**

«Certo. Promuove anche il coinvolgimento delle persone e l'accorciamento della distanza fra gruppi dirigenti e lavoratori, con una metodologia di lavoro che fa emergere la passione e unisce al rigore del risultato il piacere e il divertimento. Un modo per contrastare la tristezza che sembra dilagare, con la convinzione che se vogliamo aver un po' di speranza nel futuro dobbiamo cambiare il presente».



# AAA vendesi

Se volete usare la rete per vendere la vostra vecchia automobile il primo punto da tenere a mente è che la parte fotografica del vostro annuncio è la più importante, quella che maggiormente influenzerà l'acquirente. Quindi il primo passo è fare una cura di bellezza all'auto: fate risistemare le magagne più evidenti alla carrozzeria e poi tiratela a lucido sia dentro che fuori.

Il secondo passo è il set fotografico. Posizionate la in un luogo piacevole o comunque neutro, con una bella luce, e fatele molte foto: totali, dettagli, sia agli interni che agli esterni, da varie angolazioni. Attenzione: se la macchina ha qualche problema o difetto, fotografate anche quello! E qui veniamo al terzo punto: l'onestà paga. Nulla indispetta più un potenziale acquirente di un annuncio mendace.

Compilate poi il testo dell'annuncio con tutti i dati tecnici dell'auto, le dotazioni, la manutenzione eseguita. Non dimenticate di menzionare la data dell'ultima revisione. Segnalate anche nell'annuncio l'eventuale presenza di problemi degni di nota.

Per determinare il prezzo, cercate su internet a quanto vengono vendute le auto come la vostra, a parità di modello, anno e chilometraggio. Oppure usate strumenti come questo valutatore di auto: [www.autoscout24.it/valutazione-auto](http://www.autoscout24.it/valutazione-auto).

Infine dove mettere l'annuncio: le opzioni sono tante, io vi segnalo *AutoScout24* [[www.autoscout24.it](http://www.autoscout24.it)], portale dedicato alle compravendite automobilistiche, e gli arcinoti *Subito* [[www.subito.it](http://www.subito.it)] e *Kijiji* [[www.kijiji.it](http://www.kijiji.it)], portali generalisti di annunci economici che hanno una sezione motori molto frequentata. ■

## Un posto al sole

Il parcheggio, si sa, è la croce di ogni automobilista urbano. Vediamo allora due risorse per facilitarsi la vita, entrambe consultabili sia come sito che come app. La prima serve a trovarlo: si chiama *Parkopedia* [[www.parkopedia.fr](http://www.parkopedia.fr)]. Si tratta di un'enorme database georeferenziato su mappa di opzioni di parcheggio: in strada, al chiuso, gratis o a pagamento (con tariffe specificate). La seconda è più curiosa e dimostra che davvero esiste un'app per qualunque cosa: *Parcheggiatori* [[www.iparcheggiatori.it](http://www.iparcheggiatori.it)] è infatti un database georeferenziato e aggiornato dagli utenti di parcheggiatori abusivi. Perfetta per starne alla larga e segnalarne la presenza agli altri.



# Alta fedeltà

78

**Come fidelizzare i clienti in modo ironico e divertente, giocando abilmente col linguaggio pubblicitario.**



È partita la nuova campagna di *Wind* con due spot che vedono come protagonista lo *showman*, *brand ambassador* della nota compagnia telefonica ormai da diversi anni, Rosario Fiorello. Certo è difficile dire se l'idea alla base dei due spot sia venuta al regista Vincenzo Gasbarro, della *Fargo Film*, o all'estroso *testimonial*; fatto è che si tratta ancora una volta di un'idea originale e divertente che non assume il linguaggio pubblicitario al suo livello zero, ma ci gioca su. Il primo dei due spot è sicuramente il più riuscito ed è quello che funziona meglio perché alla base c'è una sorpresa, effetto che un po' si perde nel secondo. Girato in uno smagliante bianco e nero, inizia con un'inquadratura della città di Parigi; segue una sequenza in cui Fiorello indossa progressivamente i capi di un abbigliamento elegante, per poi muoversi lentamente negli spazi di una casa raffinata. Intanto la voce fuori campo dello stesso Fiorello recita, con voce bassa, modulata e suadente le frasi tipiche di una *réclame* di profumi francese: «Le parfum, le parfum pour homme, le parfum pour le sex symbol...». Ci sono tutti gli stereotipi che il linguaggio pubblicitario usa quando vuole promuovere i prodotti di alta gamma, come i profumi costosi e raffinati o i gioielli. Ma la scena si rivela ben presto una parodia quando Fiorello, con lo sguardo in macchina, si rivolge agli spettatori dichiarando: «Pensavate che stessi facendo la pubblicità di un *parfum pour homme*? No, io non cambio, resto a *Wind!*». L'espedito utilizzato ha due funzioni. Da una parte cerca di attirare lo spettatore attraverso la scenetta divertente e ironica, dal finale inaspettato, dall'altra serve a ribadire una fedeltà alla marca che non vuole essere solo quella di Fiorello come *testimonial* di *Wind*, ma quella di tutti gli utenti del prodotto che sono invitati a non cambiare. In un mercato che è estremamente volatile e con le compagnie che si fanno la concorrenza con offerte sempre più (apparentemente) vantaggiose, lo spot è teso verso la fidelizzazione piuttosto che l'acquisizione di nuovi clienti. Lo stesso schema è utilizzato nel secondo spot della campagna. Questa volta Fiorello è inizialmente uno *chef* che prepara un piatto raffinato e lo descrive: «Clorofilla di prezzemolo, profumo dell'orto, grano macinato a pietra su di un letto di ceramica, doppia porzione...». Questa volta la caricatura appare chiara fin dall'inizio, e viene svelata con la solita frase. A compensazione della ovvia mancanza di sorpresa, interviene l'espedito meta-teatrale di una scena in cui il regista interrompe le riprese, togliendo il piatto di spaghetti dalle mani di Fiorello, che già stava pregustandone l'assaggio, mentre un attrezzista sbaracca la tavola imbandita. Fiorello ci rimane male e decide di protestare telefonando a *Wind*, ma usando come cornetta un pacco di pasta estratto dalla tasca dei pantaloni. ■

libero pensiero di Elena Corsi

## Codice d'onore

"Onora il padre e la madre". Il precetto fu inciso sulle tavole mosaiche prima di campeggiare sotto le luci di una locandina cinematografica. Non è sempre facile seguirlo. I consanguinei non

si scelgono, ma il comandamento non fa eccezioni. Sicuramente è sgradito alla prole di padri-padroni e madri-matrigne. Senza dimenticare il più modesto e frequente caso della pecora nera di famiglia, incapace di riconoscersi in un solo membro della sua stirpe, sebbene abbia scandagliato

l'intero albero genealogico, fino a scomodare i trisavoli, nella vana e ostinata ricerca di se stesso. Niente di grave. Lui clicca ogni tanto l'icona col pollice verso: "Dislike il padre e la madre". Per contrappasso i due sono autorizzati a ricambiare il favore confiscandogli lo smartphone.



# Ponte del 2 Giugno



## PIZZO CALABRO RESORT 4\* - PIZZO CALABRO (VV) - CALABRIA

### QUOTE PER PERSONA IN SOFT ALL INCLUSIVE

PERIODO	QUOTA
Dal 01 GIU al 04 GIU	€ 225

3°/4° LETTO BAMBINO UNDER 14 ANNI: GRATIS;  
TESSERA CLUB INCLUSA;  
3°/4° LETTO ADULTO: 30%.

QUOTA DI ISCRIZIONE: ADULTI € 10;  
BAMBINI 2-12 ANNI € 5



## TORRE GUACETO RESORT 4\* - MARINA DI CAROVIGNO (BR) - PUGLIA

### QUOTE PER PERSONA IN PENSIONE COMPLETA CON BEVANDE

PERIODO	QUOTA
Dal 01 GIU al 04 GIU	€ 210

3°/4° LETTO BAMBINO UNDER 14 ANNI: GRATIS;  
TESSERA CLUB INCLUSA;  
3°/4° LETTO ADULTO: 30%.

QUOTA DI ISCRIZIONE: ADULTI € 10;  
BAMBINI 2-12 ANNI € 5

in collaborazione con



Unicoop Tirreno



Per info e prenotazioni contatta il nostro numero verde:  
800 778 114

dalle 10 alle 12 e dalle 15 alle 18 tutti i giorni dal lunedì al venerdì oppure recati presso le nostre agenzie di viaggio affiliate.

Le presenti offerte sono soggette a disponibilità e tempistiche di prenotazione limitate. In caso di esaurimento delle disponibilità, ITC potrà proporre al Socio, offerte speciali alternative che potrebbero avere prezzi e/o destinazioni diverse rispetto a quanto pubblicato. Il socio, in caso di accettazione, sarà tenuto a darne riconferma scritta.

Scopri altre offerte dal catalogo Viaggiare da Soci su:  
[www.socievacanze.it](http://www.socievacanze.it)



GRIMALDI LINES

## CONVENZIONE VANTAGGI RISERVATI AI SOCI COOP

Per i **Soci Coop** viaggiare con **Grimaldi Lines** conviene!  
I collegamenti marittimi per

**SARDEGNA - SICILIA - SPAGNA - GRECIA - MAROCCO e TUNISIA**

sono **SCONTATI** del **13%**, al netto dei diritti fissi.



Per fruire del vantaggio visita il sito [www.socievacanze.it](http://www.socievacanze.it) e segna il codice sconto legato alla **convenzione Grimaldi Lines**.

Se necessiti assistenza per il codice sconto invia una mail ad [info@socievacanze.it](mailto:info@socievacanze.it).

Ottenuto il codice puoi acquistare il biglietto scontato in uno dei seguenti modi:

- Nel sito [www.grimaldi-lines.com](http://www.grimaldi-lines.com) selezionando la convenzione **SOCI COOP** ed inserendo nell'apposito campo il **codice sconto**:

### GCOOP17SD

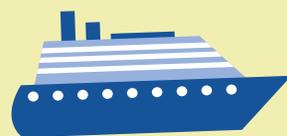
- Contattando il Call center Grimaldi Lines al numero **081496444** indicando convenzione e codice sconto;

- Inviando una mail ad [info@grimaldi.napoli.it](mailto:info@grimaldi.napoli.it) indicando convenzione e codice sconto;

- Presso i punti vendita Grimaldi Tours esibendo la tessera associativa ed indicando convenzione e codice sconto:

- Napoli, via Marchese Campodisola, 13;
- Roma, via Boncompagni, 43;
- Palermo, via Emerico Amari, 8;

**N.B.** All'imbarco è richiesto, come comprovante, la tessera socio Coop. Ai passeggeri sprovvisti del comprovante sarà richiesto di saldare la differenza dell'importo calcolata sulle tariffe disponibili il giorno della partenza.



in collaborazione con



Unicoop Tirreno

Condizioni di applicazione della promozione

- Lo sconto è cumulabile con eventuali promozioni attive al momento della prenotazione se non diversamente espresso nelle relative condizioni di applicabilità disponibili sul sito [www.grimaldi-lines.com](http://www.grimaldi-lines.com)

- Lo sconto non è cumulabile con altre convenzioni e con le tariffe residenti.

- Lo sconto si applica sulle voci passaggio nave, supplemento sistemazione e veicolo al seguito (categorie auto, moto, camper, furgone). Non si applica sui diritti fissi, assicurazione viaggio, pasti e servizi di bordo.

- Lo sconto si applica al socio/dipendente avente diritto allo sconto ed in possesso del relativo comprovante all'atto della prenotazione, e viaggianti insieme (medesima prenotazione).

- Lo sconto non è retroattivo e va richiesto all'atto della prenotazione.

- Promozione valida per prenotazioni e partenze entro il **30/04/2018**

Per informazioni sulle tariffe speciali, gli orari, le partenze e le iniziative speciali di Grimaldi Lines visita il sito [www.grimaldi-lines.com](http://www.grimaldi-lines.com)

# 4 Giga Smart

**A SOLI 7 € AL MESE**  
**PER SEMPRE**

Promozione valida dal 10 aprile al 21 maggio 2017  
**IL MESE COOPVOCE È UN MESE VERO!**

▶ **4 GIGA**  
 ▶ **CHIAMATE e SMS ILLIMITATI**

a 1 Cent  
 senza scatto alla risposta



Scopri le offerte CoopVoce su  
[www.coopvoce.it](http://www.coopvoce.it)

**coop voce**  
 Comunicare è semplice.