

DI ULTIMA GENERAZIONE

Sempre meno, senza posto fisso né protezioni sociali, ma tecnologici, istruiti, pronti a espatriare o a crearsi un lavoro. Benvenuti sul pianeta Millennials, i ragazzi italiani di oggi tra speranza e paura di un futuro più incerto che mai. Oltre stereotipi e luoghi comuni.



Messi all'indice

■ Banche poco corrette e trasparenti: il caso dei mutui indicizzati al franco svizzero della Barclays.

BUONFINE

Rapporto di fiducia

■ A Piombino tra la San Vincenzo de Paoli e Coop per aiutare chi ha bisogno.

Alta tensione

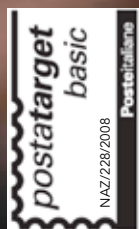
■ Il lato positivo dello stress.

Fotoromanza

■ Lo sviluppo fotografico in Coop.

Si fa per ridere

■ Intervista a Andrea Camerini, vignettista e regista.



fino al 28 Settembre 2016

COLLEZIONE TUTTI I COLTELLI BISTECCA BRANDANI®

Al PREZZO SPECIALE di 1,00€
Ogni 25€ di spesa* potrai ritirare
un **Coltello bistecca**



BRANDANI®
gift group www.brandani.it
ITALIAN STYLE

*Scontrino unico e multipli inclusi.

Promozione valida solo nei punti vendita **coop ipercoop i/coop** del Gruppo Unicoop Tirreno, Affiliati e Distribuzione Lazio e Umbria.

Regolamento disponibile presso i punti vendita partecipanti e sul sito www.unicooptirreno.it

coop

Unicoop Tirreno

Affiliati e Distribuzione Lazio e Umbria



**LA CONVENIENZA
A MISURA DI SOCIO**

**RISERVATO AI SOCI
UNICOOP TIRRENO**

DAL 7 AL 30 SETTEMBRE

**BLISTER MULTIPAK FRIXION + FRIXION LIGHT
PILOT**

PREZZO PER I SOCI
UNICOOP TIRRENO

4,50€
+100 PUNTI



GEO SET STAEDTLER

composto da: 2 matite noris, 1 gomma mars plastic,
1 temperamatite, 1 compasso, 1 astuccio ricambi per
compasso, 2 squadre, 1 righello, 1 goniometro,
1 normografo, 1 foglietto orario

PREZZO PER I SOCI
UNICOOP TIRRENO

3,50€
+100 PUNTI



ASTUCCIO 8 COLLE STICK PRITT

11 g cad.
6 etichette adesive in omaggio

PREZZO PER I SOCI
UNICOOP TIRRENO

3,50€
+200 PUNTI



RISMA FABRIANO COPY 3

formato carta A4, 500 fogli, 80 g/mq

PREZZO PER I SOCI
UNICOOP TIRRENO

1,50€
+100 PUNTI



OFFERTE DISPONIBILI NEI PUNTI VENDITA

coop ipercoop

DEL GRUPPO UNICOOP TIRRENO - DISTRIBUZIONE LAZIO UMBRIA

IL BUONO DELLA TERRA,
IL BENE DEL MARE



IN OFFERTA in tutti i **SUPERMERCATI**
dall'8 al 21 settembre e in tutti gli
IPERMERCATI dal 7 al 16 settembre.



UNA BONTÀ TUTTA NATURALE

Le patate Iodi sono una preziosa fonte di iodio: un importante elemento di cui spesso la nostra dieta è carente. Lo iodio viene assorbito dalla pianta durante la coltivazione, in modo naturale. Nasce così un prodotto sano, gustoso e bilanciato, che garantisce in ogni ricetta il giusto equilibrio tra bontà e benessere.



Lo specialista italiano delle patate



Passaggio bio... logico

In controtendenza rispetto ai consumi agroalimentari, cresce in Italia la domanda di prodotti bio e aumenta la superficie destinata e queste produzioni. Per il bene dei consumatori e dell'ambiente.

Nel generale clima di stagnazione economica e di calo dei consumi, c'è un settore in piena espansione che da alcuni anni non conosce crisi alcuna. È il biologico. Lo sanno molto bene i soci e clienti che frequentano i punti vendita Coop dove, accanto ai prodotti biologici confezionati, si stanno facendo strada in alcuni negozi anche quelli sfusi. Non a caso la superficie coltivata in modo *bio* ha ormai superato 1,5 milioni di ettari (circa il 12 per cento della superficie agricola utilizzata) con una crescita di quasi 1 punto percentuale rispetto all'anno precedente. E non si tratta solo di frutta, verdura, legumi e cereali: buona parte dei terreni riconvertiti è stata destinata al pascolo. Solo nel 2015 sono stati riconvertiti oltre 100mila ettari all'agricoltura biologica per stare al passo con una domanda sempre più alta. Basti pensare che, mentre il totale della spesa alimentare è in leggera flessione, le vendite del biologico veleggiano col vento in poppa (nel primo trimestre del 2016 sono aumentate di oltre il 20 per cento) dando corpo a una tendenza che potrebbe diventare norma e non eccezione. Per questo credo che sia arrivato il momento di fare scelte coraggiose e chiare. Sarebbe saggio spingere decisamente sulla strada di un'irreversibile, rapida e convinta riconversione di tutto il comparto agricolo al biologico, non solo per offrire ai consumatori prodotti più buoni, salubri e sicuri, ma anche per salvaguardare la natura e la biodiversità diminuendo l'utilizzo di diserbanti e pesticidi e il loro impatto deleterio sul

territorio. Ci vorrà del tempo ma si può fare. Certo, servirà un sostegno più concreto alla ricerca e sarà opportuno potenziare la formazione di operatori competenti, come da tempo vanno dicendo i rappresentanti delle associazioni di categoria. E inoltre bisognerà intensificare i controlli per tutelare consumatori e agricoltori dalle frodi. Già, perché c'è sempre in giro qualcuno che, cavalcando l'onda del mercato che spinge in alto i consumi di questi prodotti, spaccia per biologiche frutta e verdura coltivate con tecniche convenzionali. ■



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





nuovoconsumo

IL MENSILE PER I SOCI DI UNICOOP TIRRENO

Direttore responsabile

Aldo Bassoni

In redazione

Rita Nannelli

Barbara Sordini

Hanno collaborato a questo numero

Virginia Alimenti

Barbara Autuori

Francesca Baldereschi

Alessandra Bartali

Barbara Bernardini

Olivia Bongianini

Salvatore Calleri

Luca Carlucci

Claudia Ciriello

Elena Corsi

Tito Cortese

Pompeo Della Posta

Daniele Fabris

Jacopo Formaioni

Stefano Generali

Dario Guidi

Silvia Inghirami

Giovanni Manetti

Enrico Mannari

Massimiliano Matteoni

Roberto Minniti

Massimo Montanari

Giorgio Nebbia

Susanna Orlando

Patrice Poinssotte

Paola Ramagli

Gabriele Salari

Maria Antonietta Schiavina

Miriam Spalatro

Mario Tozzi

Ersilia Troiano

259

settembre 2016

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: 187.535 copie

Chiuso in tipografia il 19/8/2016



Font utilizzate

Testata **Titillium** [Accademia di Belle Arti di Urbino, 2007]

Titoli **Avenir** [Adrian Frutiger, 1988]

Testi Caslon 224 [Ed Benguiat ITC, 1988]

sommario

5 Il punto

Aldo Bassoni

Passaggio bio... logico

contatti

8 Fermo posta

9 Coop risponde

10 Chi protegge il cittadino

10 Previdenza

11 Benestare

firme

12 Gabriele Salari

Via d'uscita

13 Mario Tozzi

Rispetto dell'ambiente

14 Tito Cortese

C'è moda e moda

15 Pompeo Della Posta

A che titolo?

16 Giorgio Nebbia

Fatti in casa

17 Massimo Montanari

Atmosfera conviviale

69 Rita Nannelli

Si vive solo due volte

78 Giovanni Manetti

Valore aggiunto

attualità

18 La notizia

Virginia Alimenti

Messi all'indice

20 Primo piano

Rita Nannelli

Di ultima generazione

45 **BUONFINE**

Aldo Bassoni

Rapporto di fiducia

soci

26 Come li vuoi tu

28 Borsa valori

28 In cammino verso il centro

30 Come dentro un film

31 Facciamo la differenza

39 Per voi soci

79 Convenienza

viaggi

32 Albania chiara

Alessandra Bartali

salute

48 Ricette della nonna

Ersilia Troiano

49 Faccende domestiche

50 **Alta tensione**

Barbara Bernardini

51 Sani & salvi

prodotti

52 Micio micio bau bau

Dario Guidi

56 Fotoromanza

Roberto Minniti

58 Il polso della situazione

Daniele Fabris

59 Eco sistema

60 Ed è subito pera

Silvia Inghirami

61 Presidi Slow Food

62 **Non di solo pane...**

Olivia Bongianini

64 Menu di cipolle

Paola Ramagli

68 A tavola con i bambini

enunci

70 **Ordine di priorità**

Barbara Autuori

71 Tempi moderni

72 Lingue sciolte

Patrice Poinssotte

73 Scienza infusa

74 Affari tuoi

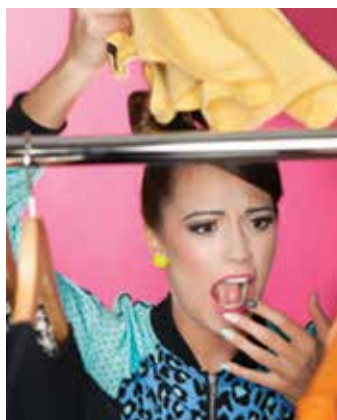
Jacopo Formaioni

75 Le vite degli altri

76 Si fa per ridere

Maria Antonietta Schiavina

77 Triplavù



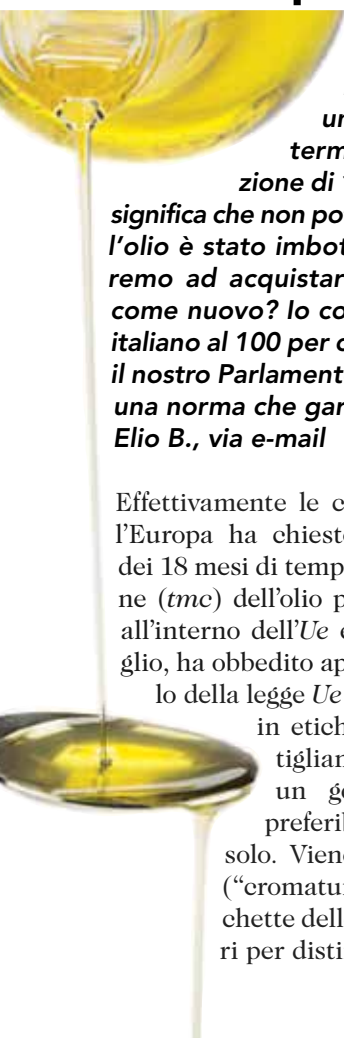
259

7

nuovoconsumo

fermo posta nuovoconsumo - SS1 Aurelia km 237 - Fraz. Riotorto, 57025 Piombino (LI)
e-mail: nuovoconsumo@unicooptirreno.coop.it

Tempo di **conservazione**



Ho saputo dai giornali che la Camera dei Deputati ha approvato una legge che abolisce il termine minimo di conservazione di 18 mesi dell'olio. Questo significa che non potremo più sapere quando l'olio è stato imbottigliato? Forse ci troveremo ad acquistare olio vecchio venduto come nuovo? Io compro abitualmente olio italiano al 100 per cento e mi chiedo perché il nostro Parlamento ha deciso di cancellare una norma che garantiva noi consumatori.
Elio B., via e-mail

Effettivamente le cose stanno proprio così: l'Europa ha chiesto di cancellare l'obbligo dei 18 mesi di tempo minimo di conservazione (*tmc*) dell'olio per armonizzare le regole all'interno dell'Ue e l'Italia, senza batter ciglio, ha obbedito approvando il primo articolo della legge Ue che elimina l'indicazione in etichetta della data di imbottigliamento, sostituendola con un generico "da consumare preferibilmente entro...". Non solo. Viene abolito anche il colore ("cromatura") differente delle etichette delle miscele di oli comunitari per distinguerli da quelli *made in*

Italy, a favore di un'indicazione stampata con inchiostro indelebile che azzerava la scadenza dell'olio d'oliva per recepire la legge europea 2015-16 sulla qualità e la trasparenza della filiera degli oli vergini d'oliva. In pratica viene autorizzata così la commercializzazione dell'olio extravergine vecchio, vale a dire con un *tmc* maggiore dei 18 mesi previsti attualmente dalla normativa italiana. La notizia è passata quasi inosservata, anche se in Parlamento c'è stata battaglia proprio su un punto cruciale della questione, e cioè sul fatto che, come tutti sanno, l'olio è un alimento delicato, soggetto a deteriorarsi nel tempo. Abolire l'obbligo di indicare la data di scadenza di 18 mesi sembra andare nella direzione opposta rispetto alla difesa del *made in Italy*, sacrificando sull'altare di interessi forti il tema della tracciabilità e della trasparenza. Questo però non significa che saremo costretti a ignorare del tutto l'età dell'olio acquistato. Infatti la legge prevede che un olio extravergine possa indicare la campagna di raccolta "qualora il 100 per cento degli oli proveniva da tale raccolta". Pertanto, se nei primi mesi del 2017 acquista un 100 per cento italiano che riporta in etichetta "campagna di raccolta 2016-17" significa che è un prodotto ottenuto solo con olive raccolte in Italia tra settembre e ottobre 2016. Se non c'è significa che è un olio vecchio. Occhio dunque all'etichetta.

Aldo Bassoni

Arrivata la legge antispreco

Stefano Bassi, presidente di Ancc-Coop, commenta la nuova legge antispreco.

«Una buona legge che favorisce e incentiva l'impegno delle imprese volto a ridurre lo spreco di prodotti alimentari ancora perfettamente consumabili, ma non più vendibili». Buona «perché assicura – in un contesto di trasparenza e rigore amministrativo – la donazione di ingenti quantità di alimenti a fini di solidarietà sociale e per il contrasto della povertà, attraverso una forte semplificazione e un'importante estensione delle merceologie e della platea dei soggetti del Terzo Settore destinatari». E perché lo fa «senza obbligare le imprese, ma con un'azione di responsabilizzazione e coinvolgimento». Così **Stefano Bassi**, presidente di *Ancc-Coop* commenta il varo in via definitiva della così detta legge antispreco approvata in Senato i primi di agosto. «Si tratta – continua Bassi – di una legge destinata ad essere d'esempio nell'Unione Europea che proprio in questo periodo sta definendo le linee guida sulla donazione di cibo: non è un caso, infatti, che la bozza avviata alla consultazione dall'Ue in queste settimane riprenda buona parte del contenuto della legge italiana». La battaglia contro lo spreco alimentare, del resto, ha sempre visto Coop in prima fila, su più fronti. Oltre a puntare alla razionalizzazione dei processi logistici e delle scelte dell'assortimento e ad applicare sconti e offerte speciali sui prodotti in scadenza, Coop ha promosso campagne di sensibilizzazione a un consumo consapevole nelle scuole e dal 2003 porta avanti il progetto *Buon fine*, con la cessione gratuita delle eccedenze alimentari, che coinvolge il 50 per cento della rete di vendita (Iper, Super e magazzini), oltre a dipendenti, soci, consumatori, operatori delle organizzazioni, amministratori locali e, in generale, cittadini. «La nuova normativa – spiega Bassi – consentirà l'estensione del *Buon fine* a un numero ancora maggiore di punti di vendita e a una maggiore quantità di prodotti non più vendibili, ma ancora perfettamente consumabili in tutta sicurezza anche grazie al rispetto, previsto dalla nuova normativa di legge, di donatori e destinatari delle vigenti, rigorose, norme igienico-sanitarie». **A.B.**

risponde

a cura del Filo Diretto di Unicoop Tirreno
Numero verde 800861081

Campo d'applicazione

Siamo sommersi da tessere... Perché Coop non accetta l'applicazione della carta SocioCoop sul telefono?

Unicoop Tirreno non ha, per il momento, nessuna applicazione per gestire la carta *SocioCoop* dallo

smartphone e non riconosce l'utilizzo di applicazioni realizzate da terzi. Esiste, infatti, una differenza fondamentale tra essere socio di una Cooperativa e affiliarsi, attraverso tessere *fidelity*, ad altre catene della Grande Distribuzione. L'iscrizione a socio non è solo un'operazione che permette di aderire alle promozioni, alla raccolta punti e ai servizi a lui dedicati, ma è soprattutto un atto volontario con il quale si chiede di partecipare alla vita della Cooperativa, approvare i bilanci, eleggere i rappresentanti. Per questo, la carta *SocioCoop* non viene distribuita gratuitamente ed è esclusiva e nominale. Accettare l'utilizzo di queste *app* sarebbe come consentire l'utilizzo di tessere duplicate e, ad oggi, la nostra procedura non lo consente. La carta *SocioCoop* può inoltre essere utilizzata come carta di pagamento, se collegata ad un libretto di *Prestito Sociale*. Perciò non accettarne la versione digitale è anche una forma di tutela per il socio. Ma *Coop Italia*, per essere al passo con i tempi e andare incontro alle esigenze dei soci, sta lavorando alla realizzazione di un'applicazione proprietaria, che consentirà nel breve periodo di gestire la carta *SocioCoop* tramite *smartphone* in tutta sicurezza.



Un fiore di rivista

Sono stata in vacanza in Toscana e ho avuto modo di leggere la rivista "fiore in cucina": perché in Campania non viene distribuita?

Proprio in questi ultimi mesi i negozi Coop di Napoli via Arenaccia e Santa Maria Capua Vetere sono entrati a far parte

del circuito di distribuzione della rivista. «fiore in cucina» è un mensile, acquistabile al prezzo di 1 euro, con 100 pagine di suggerimenti utili per aggiungere un pizzico di originalità al menu quotidiano, ma anche *reportage* di viaggio in Italia e nel mondo, rubriche dedicate alla salute e al benessere, alla lettura e allo svago.



Disservizio completo

Il treno Roma-Napoli su cui viaggiavo è arrivato a destinazione con più di un'ora di ritardo. Ho scritto un reclamo a Trenitalia per il disservizio, ma è caduto nel vuoto. Che cosa posso fare?

Ssecondo il Regolamento europeo n. 1371/2007, in caso di ritardo in arrivo nella destinazione

finale del viaggio, il viaggiatore ha diritto a un'indennità per il disservizio subito che può essere corrisposta a scelta in *bonus* o in denaro e che è pari al 25 per cento del prezzo del biglietto per un ritardo compreso tra 60 e 119 minuti e del 50 per cento del prezzo del biglietto per un ritardo

di almeno 120 minuti. Per ottenere l'indennità è necessario formalizzare subito la richiesta, con un reclamo alla società ferroviaria, specificando le circostanze del viaggio e allegando il titolo di viaggio in originale. Consigliamo sempre di fare una copia del reclamo e del biglietto del treno. Nel suo caso, oltre al ritardo, si è verificato anche un mancato riscontro al reclamo, pertanto per risolvere la sua controversia e vedersi erogare l'indennità prevista può usufruire della procedura di conciliazione paritetica. Si può attivare gratuitamente quando un reclamo non ha avuto una risposta soddisfacente o non c'è stata alcuna risposta dalla società entro 60 giorni dalla presentazione. Per l'attivazione è necessario rivolgersi a una delle associazioni dei consumatori firmatarie del protocollo, tra cui *Cittadinanzattiva*.

Trenitalia Carta servizi www.trenitalia.com/cms-file/allegati/trenitalia_2014/informazioni/CARTA_SERVIZI_2016.pdf

La conciliazione paritetica Trenitalia www.trenitalia.com/tcom/Informazioni/La-procedura-di-conciliazione

Claudia Ciriello

Responsabile nazionale delle politiche della conciliazione e del settore delle telecomunicazioni di *Cittadinanzattiva*



previdenza a cura di LiberEtà e-mail: redazione@libereta.it

Limiti di età

Le pensioni di reversibilità, come ha promesso il Governo, non verranno toccate. Mi chiedo, però, se possano averne diritto anche i figli orfani.

La pensione ai superstiti spetta ai figli secondo una determinata graduatoria dettata dalla legge, che li divide in 2 gruppi principali: minori

d'età e maggiorenni. Ognuno di essi ha precisi limiti di tempo, oltre i quali si perde il diritto alla prestazione. Vediamoli nel dettaglio.

> Per i figli minorenni l'unico limite è quello dei 18 anni di età. Una volta superata la minore età si perde il diritto alla pensione ai superstiti ad eccezione dei casi in cui il ragazzo vada a scuola o sia inabile.

Corso d'acqua

È vero che quando iniziamo una dieta i primi chili che si perdono sono composti soprattutto da liquidi?



No, si tratta di un luogo comune difficile da sfatare. Quando iniziamo a seguire una dieta, sin da subito il nostro corpo utilizza come combustibile gli acidi grassi immagazzinati nel tessuto adiposo. Probabilmente la leggenda nasce dal fatto che spesso i primi chili vengono persi con più facilità rispetto ai successivi, ma questo è dovuto più a motivi psicologici che biologici. All'inizio la motivazione è alta e la dieta viene seguita alla lettera, si pesano con cura gli alimenti e si evitano le trasgressioni. Questo porta a realizzare un deficit calorico che si concretizza in un buon dimagrimento.

Ma dopo un po' di settimane la spinta positiva si affievolisce e tendiamo a rilassarci; si smette di pesare affidandoci alle stime ad occhio e lasciamo passare qualche piccola trasgressione. Anche se ci sembra di seguire la dieta come prima, adesso il divario calorico tra entrate e uscite si riduce e con esso anche la velocità di dimagrimento. C'è, però, un caso specifico in cui la risposta alla sua domanda è positiva ed è quando iniziamo a seguire una dieta chetogenica, come la *Dukan* o la *Atkins*. Nei primi 2 o 3 giorni possiamo perdere anche 2-3 chili, ma si tratta d'acqua d'idratazione legata al glicogeno muscolare. Basta mangiare un piatto di pasta che ritorna tutto come prima, peso compreso.

Giudizio di valore

Dalle analisi del sangue risulta che la mia glicemia è 89 mg/dl, mentre l'emoglobina glicata è al 6 per cento. Quindi, stando al valore della glicemia non ho alcun problema, mentre il dato della glicata indica una condizione di pre-diabete. A quale dei due dati devo credere?

Purtroppo il parametro dell'emoglobina glicata è più stabile e affidabile rispetto a una singola misura della glicemia a digiuno. La glicemia è influenzata anche da come abbiamo mangiato 2 o 3 giorni prima dell'esame e, se stiamo attenti a non mangiare zuccheri e alimenti ad

alto indice glicemico, potremmo avere nelle analisi del sangue un valore tutto sommato accettabile. Il valore dell'emoglobina glicata rappresenta, invece, una misura indiretta dell'andamento della sua glicemia negli ultimi 3 mesi e non viene influenzata molto facilmente. Un valore pari al 6 per cento, come nel suo caso, corrisponde a una glicemia media di 120 mg/dl mantenuta durante le ultime 4 settimane-3 mesi. Se la diagnosi dovesse essere quella di una condizione di insulino-resistenza, si rivolga al suo medico di famiglia. Sarà fondamentale seguire una corretta alimentazione, accompagnata da una moderata, ma regolare, attività fisica.

> Se il figlio orfano è studente di scuola media superiore ha diritto alla pensione fino alla licenza di maturità. La pensione è pagata anche se il ragazzo viene bocciato. In ogni caso può arrivare al massimo fino al compimento dei 21 anni.
> Se il ragazzo si iscrive all'università continua ad avere diritto alla pensione per tutto il corso legale di laurea. Se

il corso è di 4 anni la pensione viene pagata per 4 anni; se il corso è di 5 la pensione è pagata per 5 e così via. Una volta presa la laurea può iscriversi a un'altra facoltà. In ogni caso non può andare oltre i 26 anni di età.
> Se il figlio orfano è totalmente inabile per qualsiasi lavoro non ci sono limiti di età: la pensione viene pagata finché l'interessato resta inabile.

***L'Europa non dice no al
glifosato, non elabora un
piano alternativo e il rischioso
erbicida è ancora tra noi.***

L'autorizzazione del glifosato è scaduta a giugno 2012, ma la *Commissione Europea* l'ha già prorogata 2 volte, nel 2011 e nel 2015; ora intende estendere nuovamente la licenza fino alla fine del 2017, quando si prevede che sarà completata la valutazione degli effetti negativi del glifosato sulla salute e l'ambiente da parte dell'*Agenzia europea per le sostanze chimiche (Echa)*. ■

nuovoconsumo

257

Espresso 11 marzo 2010 • Anno XXI • Numero 1.130

TAVOLA CALDA

Salvatore: dagli imperiali per la sua pessimo fascista, l'ordine d'uscita a dieci euro, l'ardida al glicofano avrà di nuovo l'ordinamento, l'attesa da parte della Comunità europea? Li sapremo il 30 giugno.



Segnale di stop Bagno in maschera
 Capi d'istituto sotto gli occhi di tutti
Fuori dal tunnel! Dal canto suo
 il ministro dell'Interno
 Francesco Rutelli

BUONHAI
Per Caritas
 Sesto Delfino Spina
 e la sua fondazione
 di Lissone, nel
 Nord, si battono
 per la
 lotta alla
 povertà

Contestazioni
 Italia

ASSEMBLEE SEPARATE 2016
 L'edizione delle Assemblee Separate del nuovo quindici

Liberi **tutti**

Tappa**buc**o

Ci sono voluti 25 anni, ma finalmente il buco dell'ozono sopra l'Antartide ha cominciato a restringersi sensibilmente. A confermarlo una ricerca realizzata da Susan Solomon del Massachusetts Institute of Technology e pubblicata sulla rivista "Science". I progressi sono dovuti alle limitazioni nell'uso di clorofluorocarburi, composti chimici un tempo impiegati nelle bombolette spray, che contribuiscono alla distruzione del prezioso gas incaricato di proteggerci dalle radiazioni ultraviolette. Secondo la ricerca il buco dell'ozono si sarebbe ridotto di una superficie pari a quella dell'intera India.



Rispetto dell'ambiente

L'importanza delle tematiche ambientali nei programmi e nelle scelte politiche. Una lezione per i vecchi partiti.

Fra le motivazioni dei risultati elettorali dello scorso giugno in molte città italiane, che tante sorprese hanno portato a cominciare dal successo del *Movimento 5 Stelle*, non vedo annoverare la questione ambientale.

Invece sarebbe il caso di riflettere proprio su queste tematiche e su come sono state affrontate dalle forze politiche. E su come saranno affrontate nella prossima tornata nazionale. È chiaro che, a livello locale, alcune tematiche sensibili da un punto di vista ambientale hanno maggior peso, ma ormai bisognerebbe riconoscere che c'è un minimo comune denominatore di cui sarà difficile o impossibile non tenere conto in futuro. Pena sconfitte come quella patita dalla sinistra (o centro-sinistra) italiana. Al di là del calibro dei singoli candidati, della volontà di rinnovare oltre i meriti di chi, pure, aveva bene amministrato (a Torino, per esempio) e della insofferenza per i vecchi partiti, forse c'è qualcos'altro. Proviamo a vedere. Garantire la gestione pubblica dell'acqua, per iniziare, si è dimostrata una carta vincente, anziché trincerarsi dietro allo slogan "pubblico o privato, purché si faccia bene". Ma c'è stato un *referendum* che indicava, in sostanza, che quella era la via da preferire e gli italiani se lo sono ricordato: a nessuno fa piacere essere chiamato a decidere e poi non essere considerato. Evitare il ricorso agli inceneritori per il trattamento dei rifiuti solidi urbani è stata un'altra scelta azzeccata. Ormai ci sono molteplici possibilità di trattare i rifiuti e la raccolta differenziata (specialmente porta a porta) è la scelta delle amministrazioni oculate, che evita gli impianti industriali come gli inceneritori e consente di puntare a obiettivi un tempo neppure pensabili, come quello dei rifiuti zero. Ora, gli inceneritori non sono un tabù assoluto e quelli più moderni riducono sostanzialmente le emissioni, ma come dar torto ai cittadini che, fra le due, scelgono la via che non li prevede. Poi ci sono le altre grandi questioni, quelle che ritroveremo a livello nazionale, prima fra tutte il consumo di suolo, forse la più grande emergenza italiana dal punto di vista ambientale. Una legge contro l'asfalto e il cemento giace in

Parlamento da quasi tre anni: è facile gioco promettere che, invece, in quel dato comune (esempio Roma), da subito, non si costruirà più neppure un metro cubo. Ed è anche auspicabile, visto che in Italia ogni secondo che passa spariscono otto metri quadrati di territorio. Tematiche importanti, ma trascurate da chi è rimasto alla politica ambientale di mezzo secolo fa. Poi c'è la mobilità della chiusura dei centri storici e dello stop alle auto private, incrementando il trasporto pubblico e collettivo. E l'elenco potrebbe continuare (grandi opere, energie rinnovabili, ecc.). Se i vecchi partiti non vogliono andare a sbattere contro un muro, forse è ora di una poderosa sterzata. ■

[t #mariotozzi](#)



al naturale di Stefano Generali

Giro di vento

Il vento della trasformazione energetica sembra finalmente toccare l'Australia, uno dei paesi al mondo meno impegnati nell'uso delle rinnovabili e legato a una lunga tradizione del carbone. Complice un 2015 particolarmente ventoso

nelle regioni del Sud Est, l'Australia ha registrato un vero e proprio record nella produzione di energia dal vento, che è arrivata a coprire l'8,5 per cento della domanda energetica nazionale. Contemporaneamente sta crescendo nel paese una maggiore sensi-

bilità ambientale, dopo una serie di incidenti alla centrale termoelettrica di Hazelwood, definita la più inquinante al mondo, che hanno scosso

l'opinione pubblica e portato davanti ai giudici i vertici della compagnia francese Engie, proprietaria dell'impianto.





C'è moda e moda

14

Un conto è essere omologati nelle abitudini e nel look da giovani, un conto è esserlo nel pensiero da adulti.



Vicino a casa mia è stato aperto da poco un ristorante giapponese. Quando ci passo davanti vedo spesso una fila di ragazze e ragazzi in attesa: sono perlopiù giovanissimi, tutti vestiti più o meno allo stesso modo. Si capisce che amano sentirsi uguali, nel vestire, nel parlare, nel manipolare telefonini, anche nel mangiare (e bere) quel che adesso “va di più”. Le mode sono sempre esistite: trenta o quarant'anni addietro i genitori di questi giovanissimi affollavano altri locali ma tutti ugualmente dello stesso tipo, anche loro vestiti tutti allo stesso modo. E altrettanto facevano le generazioni precedenti, attenti a non passare per dei sorpassati, dei *démodés*, come dicevano i francesi.

C'è del buono, mi dico, in questa ricerca di omologazione quando si è ragazzi, qualcosa che ha a che fare col senso della comunità, forse anche una disponibilità generosa e sincera – consapevole o meno che sia – a scelte solidali. Ma l'omologazione comporta, di per sé, quello che da ragazzi non si può ancora vedere del tutto chiaro: il rischio di una certa assuefazione, per poi lasciarsi andare su binari ben noti e quindi in apparenza rassicuranti, che tuttavia non si sa dove portino. Una rinuncia a decidere da sé dove si vuole andare, e come.

Dev'essere per questo che la tendenza all'omologazione, di cui ammiro la fresca ingenuità nei giovanissimi, non mi piace affatto quando la vedo permanere nei ragazzi cresciuti, i cosiddetti adulti. E mi sembra diffondersi ed estendersi fino a coprire tutto, eliminando via via gli spazi dell'autonomia di giudizio, della coscienza critica, della rivendicazione di responsabilità. Eh sì, quando si passa dal vestirsi tutti nella stessa foggia o dal frequentare i medesimi locali al credere di pensarla pressappoco tutti in un unico, identico modo sulle cose del mondo, su quel che accade attorno a noi, vuol dire una cosa sola, che non si pensa più con la propria testa, ma si lascia che siano altri, pochi altri, a pensare per noi, per tutti. Perché è meno faticoso, ci libera dal fastidio del dubbio, e dà perfino l'illusione tranquillizzante della condivisione.

In realtà non c'è condivisione di sorta nell'unanimità indotta che pare dominare per tanta parte questa società ansiosa, impaurita, ripiegata su se stessa, quando vuole affidarsi soltanto a parole “forti”, in cerca di chimeriche certezze. La condivisione c'è – e grazie al cielo continua a esserci, tra i giovani e tra i meno giovani – quando è il risultato del confronto, del dialogo, dell'incontro-scontro aperto, anche duro, che sa pervenire a una mediazione, a una sintesi, a una unità non di facciata. Tutto il contrario, in definitiva, di quella che si chiama omologazione. ■

ora legale di Salvatore Calleri*

Della serie

Ammetto subito di essere prevenuto sulle serie televisive che trattano il tema della mafia per una serie di motivi tra cui quello che principalmente non mi aiuta a rilassarmi. Ossia amo le serie Tv, ma non quelle sulla mafia.



Detto ciò ritengo poco sublime la fascinazione collettiva della serie di Gomorra. Negli ultimi giorni sono, infatti, avvenuti alcuni episodi che devono far aprire una seria riflessione su quale può essere l'influenza di una fiction come Gomorra da un punto di vista criminale. Premetto che di sicuro le intenzioni di

chi ha inventato, sceneggiato e prodotto la fiction sono antimafiose, ma ciò potrebbe lo stesso non servire a nulla.

A Pavia hanno arrestato 24 persone che praticamente dal nulla emulavano Gomorra assoldando persino un rapper e postando un video su YouTube.

Una cosa assieme ridicola, pazzo-



A che titolo?

Come investire i propri risparmi? Qualche regola da seguire quando si acquistano titoli. Se è il caso di acquistarli.



*docente dipartimento di Economia e Management Università di Pisa

Alcuni mesi fa molti risparmiatori, attratti dalla prospettiva di alti rendimenti, hanno perduto i loro soldi dopo averli impiegati nell'acquisto di obbligazioni subordinate (cioè meno sicure) emesse da 4 banche locali (*Popolare Etruria, Marche, CariFerrara e CariChieti*).

Tuttavia, dal momento che “non esistono pasti gratis”, come dicono gli economisti, o che “nessuno regala niente!”, come diceva mia madre, si sarebbe potuto immaginare che i maggiori tassi d'interesse fossero dovuti proprio al rischio che il debitore non restituisse la somma ricevuta (quando si acquistano dei titoli si dovrebbe tenere conto anche del rischio di non poterli rivendere, in caso di necessità, prima della scadenza, e del rischio che vari il tasso di cambio, se i titoli sono in valuta estera).

Bisogna ricordare, però, che molte persone non erano pienamente consapevoli del rischio che assumevano, soprattutto perché non avevano ricevuto informazioni chiare sulle diverse eventualità a cui andavano incontro. Inoltre, erano rassicurate dal fatto di acquistare titoli allo sportello della loro banca e dietro indicazione di impiegati che godevano della loro fiducia. Pratica questa che da più parti s'invoca che venga vietata: sarebbe come se si andasse in farmacia a comprare un'aspirina e il nostro farmacista volesse convincerci che invece abbiamo bisogno di un antibiotico (che potrebbe farci male ma dalla cui vendita lui riceve un lauto profitto).

Si trattava quindi di vere e proprie truffe, dalle quali è difficile difendersi. Così come è difficile difendersi da ricatti come quelli che sembrano essere avvenuti negli altri casi recenti della *Banca Popolare di Vicenza* e della *Veneto Banca*, dove spesso i prestiti venivano concessi solo se si accettava di reinvestire una parte delle somme ricevute nell'acquisto di azioni delle banche stesse.

Ma può essere utile comunque tenere presenti, fra gli altri, almeno 2 o 3 semplici consigli quando si acquistano titoli. Innanzitutto (cosa più facile a dirsi che a farsi, lo so) non firmare ciò che non si comprende fino in fondo e soffermarsi in particolare sulle parti più critiche che per legge devono essere poste in evidenza.

Poi, come suggerisce anche il buon senso, “non mettere tutte le uova nello stesso paniere”, cioè non ignorare i rischi che si corrono impiegando tutti i propri risparmi nell'acquisto di un solo titolo o attività, anche se ci promette tassi più alti di quelli che si possono ottenere da altri impieghi.

Infine, ma forse più importante di tutto il resto, domandarsi sempre il perché dei più alti rendimenti che ci vengono offerti. ■

sca e tremenda. A Napoli in uno scenario diverso i giovani camorristi imitano a loro volta i personaggi di Gomorra. Altra situazione pazzesca. In Sicilia a Catania ho visto girare alcuni giovani per strada con il look alla Gomorra. Forse ciò nasce anche dal fatto che a una parte del pubblico appassionato di Gomorra manca uno spiri-

to critico di base, presente invece in chi ha un minimo di cultura. In soggetti che lasciano la scuola in



un contesto degradato Gomorra fa scattare solo l'emulazione.

Allora che cosa fare? Innanzitutto parlarne, non si può tacere e subire questa situazione. Poi bisogna sollecitare un maggiore impegno in senso antimafia del mondo dietro la fiction di Gomorra.

* presidente della Fondazione Caponnetto



Fatti in casa

Materiali, oggetti, merci di ogni tipo che entrano ed escono. Ecco perché la casa è una macchina e un organismo insieme.

16

Un lettore potrebbe osservare che la casa non è argomento di cui parlare in questa rubrica. Eppure anche la casa è una merce, non solo perché si compra o si vende, ma anche perché ogni casa è fatta di un gran numero di materiali commerciali: cemento e calce, sabbia e acciaio per le armature, poi piastrelle e vetro, alluminio e plastica per le finestre, e poi gli oggetti del gabinetto, e della cucina, gli specchi, i termosifoni eccetera. Ma non basta. La casa è una macchina che funziona soltanto con altri oggetti: gli armadi, gli scaffali, i letti, i materassi, i tavoli e le seggiole.

Poi ci sono le merci nascoste: i fili elettrici incorporati nei muri e i tubi dell'acqua e degli impianti di riscaldamento. Ciascuno può riconoscere gli oggetti della propria macchina-casa che gli permettono di muoversi e di utilizzarne i servizi.

Ma quando ho scritto che la casa è una macchina ho dato una definizione incompleta perché la casa è anche un organismo vivente perché si nutre di materiali che entrano dall'esterno e che vengono trasformati, metabolizzati, e trasformati in scorie e rifiuti, che vengono espulsi, in un tempo brevissimo o nel corso di qualche giorno o settimana.

Per esempio, ciascuno di noi apre un rubinetto da cui entra in casa acqua (in media in Italia circa 500mila litri all'anno per famiglia). Quest'acqua, dopo un breve uso, nel lavandino, nel gabinetto, nella lavatrice, esce dalla casa, ma non scompare: con il suo carico di sostanze da noi aggiunte (detersivi, escrementi, residui di cibo) finisce nelle fogne, forse in qualche depuratore, e poi in qualche fiume e, prima o poi, nel mare, da qualche parte.

Poi nelle case entrano merci a vita breve: i giornali, il pane, la verdura, gli alimenti in scatola (circa 3mila chilogrammi all'anno per famiglia), tutte cose che, dopo poco, diventano rifiuti gassosi (i prodotti della respirazione umana) o liquidi, trasportati lontano dall'acqua dei gabinetti, o rifiuti solidi di cui ci liberiamo mettendoli in un sacchetto fuori dalla porta, ogni mattina. Anche loro andranno a finire in qualche discarica o inceneritore o chi sa dove.

Inoltre la casa è attraversata da un continuo flusso di elettricità e di calore e poi da merci a vita lunga: elettrodomestici, libri, mobili, indumenti. Apparentemente immobilizzati nelle case, a poco a poco questi oggetti vengono sostituiti e diventano rifiuti di non facile smaltimento: pensate alla difficoltà di liberarsi dei televisori, i calcolatori elettronici, le lampade e i lampadari ecc. Naturalmente molte case del mondo non hanno tutto questo, ma il loro carattere di macchina e di organismo resta anche per chi non vive, come noi, nella società dei consumi. ■



chissà cosa di Jacopo Formaioni

Nel segno della bilancia

È da sempre arbitro indiscusso di ingredienti alimentari e morali. L'invenzione della bilancia nell'antichità può essere paragonata a quella dei computer in epoca contemporanea, portandoci dal baratto al commer-

cio. Oggi le bilance riescono a pesare di tutto con la massima precisione: quelle elettroniche di ultima generazione sono prodotte principalmente in Corea del Sud, Giappone e nel nostro paese. Produzioni d'avanguardia usate soprattutto in Europa, Italia e Francia in testa, dove pesano gli ingredienti di una cucina fai da te sempre più raffinata. Ma la bilancia è giu-

dice severissimo dei chili di troppo. E da quest'anno alcune linee aeree, come la Uzbekistan Airways, hanno deciso di pesare anche i passeggeri oltre i bagagli, per scegliere al meglio il piano di volo. Non sarà più solo il medico a dire "prego, salga sulla bilancia".





Atmosfera conviviale

Seduti, a tavola, in terra, in piedi. Ogni comunità ha regole e abitudini anche nel modo di mangiare, cambiate nel corso dei secoli.

Tutte le abitudini che accompagnano il gesto alimentare hanno una storia e cambiano nel tempo. Per esempio, il fatto di mangiare seduti a tavola non è affatto normale: né l'una né l'altra cosa (mangiare seduti, mangiare a tavola) sono pratiche universali. Ogni comunità ha le sue regole, e al suo interno particolari "maniere" distinguono i gruppi sociali. I film sugli antichi romani ci mostrano personaggi che banchettano sdraiati su divani, prendendo il cibo da un tavolo vicino. Ma i romani mangiavano davvero così? In realtà, non tutti. La gente comune mangiava seduta. Il divano era utilizzato da una ristrettissima élite. E anche fra i ricchi si diffuse relativamente tardi, forse nel II secolo a.C., a imitazione di un uso greco a sua volta ricalcato su usanze orientali. All'origine dovette esservi l'abitudine, tipica dei popoli nomadi, di mangiare a terra, sotto le tende, magari fra tappeti e cuscini come si fa ancora oggi presso tante popolazioni orientali e nel mondo arabo. I Greci assimilarono quest'uso alzando tappeti e cuscini e trasformandoli in un divano. Come loro cominciarono a fare gli etruschi di buona famiglia, che introdussero l'usanza in Italia. I Romani la accolsero tardi, fra le proteste dei moralisti che la bollavano come dissoluta. Per chi li utilizzava, i divani erano di solito 3, disposti attorno al tavolo imbandito: l'insieme era chiamato triclinio, termine che passò anche a designare la sala da pranzo. A quest'uso si collegavano altre pratiche, come quella di mangiare con le mani, con una sola mano anzi, poiché l'altra (la destra) serviva a mantenere l'equilibrio sul divano. Per essere maneggiate in questo modo, le vivande dovevano essere già tagliate in piccoli pezzi. Nel Mediterraneo romano ed ellenistico il triclinio restò in uso per diversi secoli almeno fino al III-IV d.C. Anche l'Ultima Cena di Cristo con gli apostoli dobbiamo immaginarla in questo modo, ed è infatti così che viene rappresentata nell'iconografia più antica: solo più tardi, quando quella maniera di mangiare era ormai uscita di moda, si "attualizzò" la scena sistemando i commensali attorno a una tavola. Nel Medioevo, infatti, mangiare seduti a poco a poco diventò la norma, anche per i banchetti di prestigio. L'uso contadino e popolare aveva conquistato anche le tavole alte. In Europa almeno. Altrove, le usanze continuarono a essere diverse, e lo sono tuttora. Si pensi solo alla tradizione giapponese di mangiare per terra, a gambe incrociate. Ma anche fra di noi, c'è chi mangia in piedi al bar, o appollaiato su uno sgabello al banco. E pensiamo alla complicatissima scenografia conviviale dei buffet. Al mangiare in auto, al cinema o al McDonald's. Il mondo è bello perché è vario, anche a tavola. ■



il buongustaio di Silvia Inghirami

Un Po di anguille

Tutte le specialità, gastronomiche e non della zona del delta del Po, si possono assaporare alla Sagra dell'Anguilla in programma dal 23 settembre al 9 ottobre a Comacchio (FE). Oltre agli appuntamenti

con la buona tavola, con laboratori del gusto e cooking show (fra i quali quello con lo chef giapponese Hiroshi Ogata), si tengono dimostrazioni pratiche di cattura nelle stazioni da pesca e spiedatura delle anguille nei cammini della Manifattura dei Marinati. E ancora tour a piedi, in barca e

in bici nel Parco del delta, visite guidate alla "scuola di bataniere" (mini corsi con esperti barcaioli) e gare dei vulcepi, tipiche e velocissime imbarcazioni comacchiesi. Infine l'appuntamento al Comacchio Jazz, il 24 settembre, con Paolo Fresu per un concerto tributo a Chet Baker e Gerry Mulligan.





Messi all'indice

Spina nel fianco di molte famiglie, i mutui possono anche non estinguersi mai. Il caso di quelli in euro indicizzati al franco svizzero della Barclays, nei quali sono incappati migliaia di cittadini, anche in Italia. Ma la trasparenza non è virtù del mondo bancario in generale.

■ **Virginia Alimenti**

Banche nel mirino. Poco trasparenti e nemmeno troppo corrette. È quanto emerge dai casi più recenti. Come nel caso di *Banca Popolare di Vicenza* finita nel mirino dell'*Antitrust* per sospette pressioni sulla clientela per far acquistare azioni al momento di sottoscrivere mutui. Già, i mutui. Diventati spina nel fianco di molte famiglie che, quasi per caso, hanno scoperto di essere esposte verso la propria banca di una cifra ben superiore a quella che si sarebbe avuta calcolando i soli interessi.

Cambio di programma

È accaduto con la vicenda dei mutui in euro indicizzati al franco svizzero (*Chf*) erogati, tra gli altri istituti, da *Banca Barclays*. Facendo gridare, appunto, alla mancanza di trasparenza quando non a una condotta a dir poco scorretta verso la clientela. Lo spiega **Sheila Meneghetti** che, lo scorso maggio, ha fondato l'associazione *Tuconfin, Tutela Consumatori Finanziari* – della quale è vicepresi-

dente – insieme a un'altra vittima, come lei, dei mutui indicizzati, la presidente **Franca Berno**. Un'associazione nata anche con l'obiettivo di rendere meno onerose le spese per chi decide di rivolgersi alla magistratura: si paga la quota associativa e, in caso di vittoria, il risarcimento è diviso tra tutti i soci. Se si perde, sarà soltanto l'associazione a farsene carico. «Una vera e propria bomba a orologeria che può colpire da un momento all'altro qualcosa come 10mila persone», dice Meneghetti riferendosi alla vicenda mutui indicizzati. Sarebbero, infatti, 10mila i contratti di mutuo sotto accusa stipulati a partire dagli anni Novanta (allora era di scena la lira). Di questi, 5.500 sarebbero stati erogati tra il 2007 e il 2008, soltanto in Italia. Ma la vicenda interessa anche altre banche e riguarda Spagna, Croazia, Ungheria, Austria, per citare solo alcuni paesi.

Di cosa si tratta? Ancora Sheila Meneghetti: «In pratica la banca ha venduto un mutuo in *Chf* nascondendolo dietro a un mutuo in euro. Questa mancata trasparenza ci ha impedito

di comprendere il rischio elevato a cui saremmo stati esposti. Dato che la banca, fin dall'origine, ha fissato convenzionalmente i tassi di cambio in suo favore, non ci ha messo mai in condizione di poter estinguere anticipatamente il mutuo senza dover pagare somme di cambio elevate. E ora ci ritroviamo con un mutuo che praticamente non diminuisce mai...».

Sotto banca

Tanto per fare un po' di cifre: a fronte di un mutuo di 170mila euro chiesto nel 2007, al momento di chiederne l'estinzione anticipata e dopo aver regolarmente pagato tutte le rate mensili concordate, la cifra del capitale da estinguere era diventata (anno 2013) di 188.236,72 euro tra capitale residuo (148.897,02 euro) e rivalutazione. Una "bomba a orologeria", appunto, perché il meccanismo, non essendo chiarito negli estratti conto, viene scoperto solo in caso di estinzione anticipata.

Un rischio, dunque, ma solo per il mutuatario, accusa il senatore Felice Casson nella sua interpellanza presentata lo scorso maggio: «Va altresì sottolineato che la banca, prima di proporre sul mercato questo prodotto finanziario, aveva studiato i grafici storici dell'andamento euro-franco svizzero, dai quali si evinceva chiaramente che nel periodo di vendita degli stessi il tasso di cambio aveva raggiunto i massimi storici e che quest'ultimo sarebbe sicuramente sceso nel medio-lungo termine, con la conseguenza di un aggravio economico per i mutuatari».

Così, sono cominciati i ricorsi all'*Abf*, l'*Arbitro bancario finanziario*, istituzione nata con l'obiettivo di ridurre tempi, costi e procedure rispetto alla giustizia ordinaria. E sono arrivati gli accoglimenti con conseguenti annullamenti parziali dei contratti contestati mettendo all'indice la clausola che prevede l'obbligo di conversione del mutuo in franchi svizzeri in caso di estinzione anticipata. La cosiddetta clausola vessatoria.

Lotta di class action

Decisioni in favore dei mutuatari, dunque: dall'*Abf* che cita la Corte di giustizia dell'*Unione europea* e la Cassazione

e valuta come "abusiva" la clausola vessatoria a un'ordinanza del Tribunale di Milano. E anche in Spagna l'associazione *Asufin* l'ha avuta vinta sulla banca britannica. Che, invece, da parte sua, non sembra intenzionata ad adeguarsi mentre in Europa si organizzano *class action*. E affida la sua difesa a una nota nella quale precisa che "A seguito del rafforzamento del franco svizzero sull'euro e dei relativi effetti sui mutui indicizzati a tale valuta, *Barclays*, pur non rilevando criticità nella struttura del prodotto, ha definito alcune opzioni di natura commerciale a favore dei clienti, con l'intento di rispondere alle principali esigenze fino ad ora da quest'ultimi manifestate. La banca ribadisce, infatti, che non vi è mai stata da parte sua alcuna violazione della normativa in tema di trasparenza, né l'adozione di pratiche commerciali contrarie ai principi di buona fede, correttezza e lealtà". La battaglia continua. In tribunale e a Bruxelles. ■

La risoluzione più adatta

Ecco che cosa fare se si hanno dubbi sul proprio mutuo.

Cominciamo dall'**Arbitro bancario finanziario** (*Abf*), al quale ricorrere per la risoluzione stragiudiziale delle controversie: percorso più rapido e senza l'assistenza di un avvocato rispetto al giudizio ordinario. L'*Abf* ha tre sedi, a Milano (per i ricorrenti con domicilio in Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Lombardia, Piemonte, Trentino-Alto Adige, Valle d'Aosta, Veneto); Roma (per Abruzzo, Lazio, Marche, Sardegna, Toscana, Umbria e con domicilio all'estero) e Napoli (Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia e Sicilia). **Contatti:** tel. 800196969; sito web: www.arbitrobancariofinanziario.it. I ricorsi possono essere presentati per posta, via fax o utilizzando la Pec (posta elettronica certificata). **Dove:** Milano, via Cordusio, 5 - tel. 0272424246; Roma, via Venti Settembre, 97e - tel. 0647929235; Napoli, via Miguel Cervantes, 71 - tel. 0817975350. Per chi si vuole rivolgere alle associazioni dei consumatori. **Adusbef** (Utenti servizi bancari, finanziari e assicurativi): www.adusbef.it - tel. 064818632/3. Inoltre, **Federconsumatori**: www.federconsumatori.it - tel. 06 42020759/63. **Movimento Consumatori**: www.movimentoconsumatori.it - tel. 064880053. **Codacons**: www.codacons.it - tel. 892007.



Arbitro Bancario Finanziario
Risoluzione Stragiudiziale Controversie



attualità

20

Di ultima generazione

In minoranza e sempre meno, alle prese con un mondo del lavoro che non dà spazio, senza protezioni sociali a parte la famiglia, punto di riferimento economico, ma i modelli di vita e di comportamento sono altri. Istruiti, tecnologici, duttili e pronti ad emigrare alla ricerca di opportunità, concentrati sul presente per prepararsi a un futuro quanto mai incerto. Li chiamano Millennials o Generazione Y, sono i ragazzi italiani di oggi, oltre cliché e luoghi comuni, alle prese con una società giovanilistica che, però, di chi è giovane davvero si prende cura poco e male.

■ Rita Nannelli

Per loro le etichette si sprecano: *Millennials*, *Generazione Y* o *Net generation*, in parole povere ecco i ragazzi fra i 15 e i 35 anni, così come ce li mostrano studi e ricerche che costringono il mondo degli adulti a confrontarsi con qualche luogo comune e *cliché* di troppo, perché – è risaputo – le formule definitorie dicono tutto e niente. Pochi, sempre meno, in contesti sociali ed economici avversi, tuttavia i più istruiti della storia patria, quelli che conoscono meglio l'inglese, che viaggiano, che capiscono la tecnologia, che sanno usare internet, capaci di adattarsi, pronti a cogliere ogni opportunità, focalizzati sul presente per prepararsi a un futuro incerto – si sa da sempre e per definizione – oggi, però, così imprevedibile che non si può immaginare. Tanto a che serve?

Che stereotipo sei?

«Sul piano sociale persiste una visione stereotipata dei giovani del nuovo millennio visti, nella migliore delle ipotesi, come pigri, accucciati nelle famiglie d'origine e con poco desiderio di autonomia. Stereotipi che più volte il *Censis* ha smentito – spiega **Francesco Maietta**, responsabile politiche sociali della *Fondazione Censis* –, ma che sono fortemente radicati nella percezione collettiva e nella retorica dei *media*. D'altro canto, è forte in molti giovani la percezione di essere penalizzati, resi margi-

nali da adulti e anziani che non vogliono mollare la presa sulle loro posizioni, dal mercato del lavoro alla distribuzione di reddito e patrimoni fino ai consumi. La verità sta nei numeri – precisa Maietta –: i giovani sono una componente numericamente decrescente e minoritaria della società, senza dubbio in condizioni economiche difficili, ma con una capacità di adattamento e di reazione a cui sarebbe opportuno dare il giusto valore. Agli impegni lavorativi dedicano tempo ed energie, è forte la propensione ad adeguarsi alle occupazioni che riescono a trovare, così come la spinta a crearsi il lavoro». Ma tra gli stereotipi affiora una contraddizione. Questa società, che ci vuole giovani a ogni costo e sempre più a lungo, che ostenta modi e comportamenti tipici della gioventù, o presunti tali, ai giovani veri è poco attenta, più giovanilista che capace di aiutarli a coniugare i verbi al futuro.

Con la minima cura

«La società attuale si prende poco cura dei giovani, ma non solo di loro. Non si occupa dei giovani come degli anziani, dei boschi come dei paesaggi. È l'atteggiamento del "prendersi cura" che è carente. Le persone sono per lo più considerate come consumatori, perciò si sa molto dei loro modi di spendere denaro, ma ci si interessa assai poco dei loro reali bisogni e della loro interiorità – concordano **Giovanna Carlo**, psicoterapeuta e didatta *Arpa* (*Associazione per la ricerca in psicologia analitica*) di Roma e **Marcella Merlino**, psicanalista di *Arpa*, dopo un confronto sul tema –. E rispetto a questa società i giovani sono distaccati, sospettosi e diffidenti e ne hanno ben donde». A conferma arrivano i dati di una recente indagine commissionata dall'Associazione delle Cooperative di Consumo del Distretto Tirrenico alla società di ricerca *Kkienn* che descrive una generazione a cui non si fa spazio: più dell'80 per cento vive ancora in famiglia, il 60 per cento non ha un lavoro e di questi giovani più dell'80 per cento si dichiara pronto ad emigrare all'estero, e non sono solo intenzioni: una parte significativa lascia sul serio il nostro paese. Le ragioni le conosciamo, ma il solo fatto di elencarle ci aiuta a capire la gravità delle implicazioni.

Problemi di famiglia

Secondo Maietta «è forte la tentazione di colpevolizzare i genitori, anche perché esiste un diffuso giovanilismo che sembra aver fatto saltare le normali fasi della vita. Credo che oggi le famiglie esercitino soprattutto un ruolo di ammortizzatore sociale, se è vero che è di circa 4,8 miliardi l'anno il supporto monetario che arriva ai *Millennials* dalle famiglie d'origine. Riguardo al rapporto e al dialogo tra genitori e figli – aggiunge Maietta – credo che riflettano in modo paradigmatico le dinamiche sociali che vedono crescere le relazioni intragenerazionali: una recente indagine del *Censis* ha mostrato che i giovani più degli

altri tendono ad avere rapporti, sul posto di lavoro come nel tempo libero, con persone della loro età, solidali tra loro in un contesto considerato ostile». Ecco che la famiglia rappresenta sì un punto di riferimento economico, ma i modelli e gli esempi da seguire sono altri: «il gruppo dei coetanei e gli idoli del successo, dalla veline alle *pop star*, come sono presentati dall'industria dell'immagine, rifatti nel corpo e nell'anima – aggiungono Carlo e Merlino –. Questo ci dice che le famiglie stanno vicine ai figli, nel senso che si preoccupano molto, ma spesso nel modo sbagliato. Per esempio, limitando troppo la libertà personale e impedendo loro di fare esperienze dirette per confrontandosi con le difficoltà della vita. Diciamo che si preoccupano, ma senza un orientamento educativo chiaro, finendo per acuire i problemi, anziché risolverli». Si ►



I vecchi e i giovani

57% delle persone erano giovani con meno di **35** anni nell'Italia del miracolo economico, in quella del letargo di oggi rappresentano il **35%** della popolazione.

13,2 milioni i **65enni** e oltre, aumentati dal 2001 del **24,2%** (**2,6** milioni in più); **9** milioni in più rispetto all'Italia degli anni Cinquanta.

17,3% (**-2,3** milioni) la diminuzione dei ragazzi tra i 15 e i 35 anni negli ultimi **15** anni.

70% dei ragazzi italiani tra i 15 ai 35 anni ha un'istruzione superiore; **83%** vive in famiglia.

Società a responsabilità illimitata

Del rapporto tra i giovani e la società contemporanea parliamo con Francesco Mattioli, ordinario di sociologia all'Università "La Sapienza" di Roma.

Veniamo subito al tema: qual è il rapporto dei giovani con la società e della società con i giovani?



Francesco Mattioli, ordinario di sociologia all'Università "La Sapienza" di Roma.

«Di quali giovani parliamo? I giovani sono un categoria eterogenea. Ci sono quelli che si sono trovati alle prese con i problemi del lavoro proprio nel periodo della recessione, i trentenni di oggi; quelli che si apprestano a uscire dalla scuola e gli *under 16*. I primi stanno soffrendo il cambiamento delle prospettive e delle strategie occupazionali perché erano stati educati all'idea del posto fisso e all'importanza della laurea, e oggi si trovano a dover combattere per definire il loro futuro lavorativo. I secondi sanno di dover affrontare una società incerta e competitiva, si rendono conto che la laurea potrebbe non servire, che il mercato del lavoro va inteso in senso globale, che devono essere pronti a tutto. I terzi vivono ancora in una bolla, perché nessuno è in grado di dire loro quale futuro li attende e a loro volta se ne disinteressano, limitandosi a giocare alla *console* e stando nelle *communities* virtuali».

Così i giovani rappresentano un problema che la società contemporanea non sa risolvere.

«Diciamo così: la società oggi non è in grado di lavorare per il futuro, se non su alcuni tavoli ormai consolidati, ma le politiche attive del lavoro giovanile dovranno essere al primo posto nei governi di oggi e di domani. Il che non è facile: c'è una crescita economico-produttiva meno favorevole che in passato nel generare occupazione; c'è la riduzione dei posti di lavoro (con lo sviluppo dell'automazione); c'è la resistenza dei lavoratori garantiti, che non se la sentono di uscire prima del tempo per far posto ai giovani; c'è, paradossal-

mente, la necessità di allungare il percorso lavorativo proprio per garantire il fondo pensione alle nuove generazioni; c'è una scolarizzazione sempre più elevata, che fa disdegnare i lavori più "bassi". E i giovani vedono la società sempre più estranea, distante, una sorta di arena dove occorrerà combattere. L'altro sarà sempre più spesso visto come un avversario da sopraffare o un alleato da blandire, comunque da usare. C'è anche un solidarismo giovanile che si perde, però, non appena il mondo adulto ti richiama all'ordine».

Quali sono i punti riferimento dei ragazzi di oggi, se li hanno?

«I punti di riferimento oggi continuano a essere i personaggi carismatici, che si tratti di cantanti, attori, sportivi, del papa o di Zuckerberg, perché vengono considerati o fuori del recinto delle regole o personaggi che "ce l'hanno fatta". Poi ci sono i punti di riferimento etici, quelli del politicamente corretto (inclusione, liberalizzazione dei rapporti di genere, sostenibilità economica, ambientalismo ecc.). Alcuni ci credono e si impegnano, altri ripetono queste parole a pappagallos perché fa giovani e libertari. Confido in coloro che condividono veramente certi ideali e che li sentiranno propri anche fra 30 anni. Non credo, invece, che i giovani esaltino più di tanto la tecnologia, per la semplice ragione che per loro è normale».

E i genitori? Sanno che cosa i figli si aspettano da loro sul piano educativo e affettivo?

«Se gli adulti capiscono i giovani... Può darsi che si mettano talvolta nei loro panni, che tentino di riconoscersi in loro, ma le circostanze cambiano. In realtà, giovani e adulti spesso non si capiscono, ma è del tutto normale, perché essi costruiscono subculture in parte differenti, determinate da bisogni differenti e soprattutto da posizioni differenti sulla scala del potere. È quello che viene definito conflitto generazionale, un fenomeno che si ripete in qualsiasi società ed epoca storica. È anche un conflitto che cambia continuamente gli attori, perché i giovani diventano adulti e a loro volta devono fronteggiare la contestazione dei loro figli. Ma oggi alle difficoltà ordinarie del dialogo intergenerazionale se ne aggiungono altre».



Infatti la famiglia non passa un bel momento.

«La famiglia è spesso divisa, comunque distratta, tendente a comprarsi l'amore dei figli nei negozi di elettronica. Inoltre i genitori di oggi hanno di fronte un mestiere molto più arduo di quello di una volta, e in una società complessa, contingente e contraddittoria, come quella attuale, commettono molti errori. Il più grave è quello di tendere ad assolvere i figli».

Parliamo di quest'aspetto, professore.

«Giustificare i figli. I genitori lo fanno a scuola, dove il patto educativo con i docenti è saltato del tutto, dove si comportano come clienti di fronte all'ufficio reclami; lo fanno nel privato, asserragliandosi dietro l'affermazione "i figli devono rendersi conto da soli degli errori e dei pericoli". In realtà, la società è talmente competitiva che oggi si è innanzitutto individui desiderosi di primeggiare ad ogni costo, anche sulla pelle degli altri. Troppi psicologi hanno parlato solo di autostima, di capacità di farsi valere e si sono dimenticati del rispetto dell'altro. Allora succede che saltano le coppie, dove non si riesce a trovare un'amorosa messa in comune di valori, obiettivi e abitudini; che i genitori difendano i figli anche quando sbagliano, perché in realtà è la loro dignità individuale che ne esce ferita».

Gli adulti non li capiscono, ma si comportano da ragazzi (abbigliamento, abitudini, uso e consumo dei social). È d'accordo?

«Assolverei il giovanilismo dei genitori, per la semplice ragione che l'asticella della maturità si è alzata, e parecchio. Oggi a 60 anni sei maturo, non anziano. Quando un cinquantenne si veste con i jeans strappati non pensa di mettersi a confronto con i giovani, segue una moda. Così per i social: i giovani li usano di più solo perché sono della *Net generation*, ma non è che un cinquantenne non sa smanettare su uno *smartphone* o lo fa per sentirsi giovane. C'è però un discorso generale da fare: la trasversalità dei consumi è gradita ai produttori, perché allarga il mercato senza dover ricorrere a troppe differenziazioni. Magari la cosa farà piacere agli adulti. Certo».

Vediamo ora il rapporto dal punto di vista dei figli.

«I figli non si aspettano granché dai genitori, di certo non l'esempio, molto di più un'affidabilità economica, una difesa d'ufficio contro terzi, e una presenza leggera che non interferisca con le dinamiche del gruppo dei coetanei. Non per tutti è così, ma è difficile assolvere dei genitori che lasciano andare un figlio sedicenne in discoteca fino alle 5 del mattino. O hanno sbagliato prima o sbagliano in quel momento o non sono interessati più di tanto a quel che succede o succederà. Hai voglia a dire "mio figlio è un ragazzo modello" dopo che ha massacrato la sua fidanzata, o a meravigliarsi che abbia investito un passante perché guidava sotto l'effetto di stupefacenti. Il fatto è che per molti genitori i figli sono degli estranei, liberi di fare quello che vogliono, purché non interferiscano con la loro vita».



Dunque il modello di società attuale non è costruito intorno ai giovani e neppure quello lavorativo?

«Nessuna società è mai stata costruita intorno ai giovani. I giovani la costruiscono per loro quando sono adulti. Il modello lavorativo e il modello di società, in una società in cui la dignità proviene solo dal lavoro, coincidono. Quindi, neppure il modello lavorativo è costruito intorno ai giovani. È necessario ricostruire i valori intorno a un'economia della partecipazione solidale in cui l'altro sia visto come risorsa, non come un potenziale avversario. Si deve lavorare per sostentarsi, per realizzare i propri interessi e le proprie abilità, per essere utile agli altri e cooperare alla crescita individuale e collettiva, ma il lavoro non va considerato un fine. Esso è strumentale rispetto alla realizzazione etica dell'uomo. Forse su questo bisognerebbe riflettere di più». ■

comprendono meglio i dati del *Censis* da cui viene fuori un paese diviso in vere e proprie tribù generazionali che non comunicano tra loro. Più diffusi tra i giovani gli "isolazionisti": il 10 per cento di chi ha tra i 18-34 anni non vuole avere rapporti con persone di altre età, il 10,8 per cento fa acquisti solo in presenza di un commesso giovane, il 12 per cento accetta consigli solo dai coetanei, per dare alcune cifre a titolo d'esempio. Vedono gli adulti «inutili e noiosi, lontani dai loro interessi, poco realizzati e per niente felici, perciò non vogliono essere come loro», affermano Carlo e Merlino dal loro osservatorio privilegiato.



Andare a *Millennials*

I ragazzi di oggi in poche parole... chiave.

Metamorfosi

capacità di cambiare, di adattarsi, di imparare, di cogliere le opportunità

Connettivo

relazioni come mezzo per
la realizzazione individuale:
familiari, amici, rete, mezzi di
comunicazione, *social media*, tutto
è relazione ed esperienza

Sociale

come relazioni, non come
valori comunitari

Relazioni

comunità, reti, progetti,
iniziative, gruppi d'acquisto ecc.,
deboli e basate sullo scambio

Interessi

che toccano direttamente la vita

Orizzontalità

di una società basata sull'accesso immediato di tutti a tutte le conoscenze, e pertanto più paritaria

Nomadismo

emigrare, integrarsi, viaggiare

Focalizzazione sul presente

unico modo per prepararsi a un futuro molto incerto

Accesso

poter usare le cose

Esperienze

Conservazione

tradizione, mantenimento dello status quo

Collettivo

società come fine

Privato

individualismo

Appartenenza

famiglia, comunità,
azienda, partito,
parrocchia ecc.

Valori

che attengono alla
nostra coscienza

Verticalità

del potere
e della gerarchia

Radici

terra, comunità,
identità

Orientamento al futuro

fatto di scenari
stabili

Possesso

averne la proprietà

Prodotti

VS

Fonte: indagine Kkienn 2016 sul profilo valoriale
e di propensione ai consumi dei giovani fino a 35 anni

Il posto in gioco

Un isolamento generazionale che ha dietro anche altre motivazioni, come risulta chiaro dell'ultimo rapporto annuale dell'*Istat*: il lavoro è precario (e quindi è pressante la competizione), le reti di protezione sociale sono piene di smagliature e i *Millennials* reagiscono legittimandosi tra loro. «È evidente che il modello lavorativo odierno non è costruito intorno ai giovani; mentre si chiede loro di sacrificarsi e di ridimensionare le aspettative, molti adulti rafforzano le loro comode rendite di posizione», afferma senza mezzi termini **Francesco Mattioli**, ordinario di sociologia all'Università "La Sapienza" di Roma. Chi finora ha detto di lavorare per il futuro dei giovani, è stato solo su un pulpito a rastrellare consensi. Mentre è necessario che i governi oggi gestiscano e progettino la società in base alle prospettive di lavoro e di integrazione dei giovani; altrimenti domani questa società, che è già competitiva, diventerà un terreno di scontri tra bande», avverte Mattioli. Su questo punto non ci sono dubbi: non è un paese per giovani. «Tropo poco si è riflettuto sul fatto che la flessibilità nel lavoro senza un *welfare* adeguato ha significato solo la privatizzazione dei costi a fronte di vantaggi di cui hanno beneficiato in primo luogo le imprese – rimarca Maietta –, scaricando il peso sui giovani e le famiglie. Certo, non si può tornare a schemi sociali e d'impresa del passato, tarati su mercati poco aperti all'esterno e con cicli di vita molto strutturati e standardizzati. Ma se così è, allora occorre il coraggio di costruire istituzioni sociali che possono accompagnare e dare forza alle persone che fluttuano nel mercato del lavoro affinché non siano colpiti in modo irreversibile i loro progetti di vita», completa il ragionamento Maietta.

Futuro remoto

In pratica è ora di mettere a punto strumenti adeguati che facilitino l'accesso dei giovani al lavoro, alla casa, al credito ecc. Invece di accusarli di non mettere su famiglia, cominciamo a non mettere loro i bastoni tra le ruote. Un altro *cliché* sfatato, perché la generazione cresciuta a pane e tecnologia la capacità di adattarsi, di cambiare, di imparare cose nuove ce l'ha, eccome. «Metamorfosi contro conservazione, sociale contro privato sono le



caratteristiche di fondo dei *Millennials*, nel senso che – chiarisce **Massimo Di Braccio**, direttore di *Kkienn* – vogliono cambiare il mondo, con prudenza, da riformatori, più che da rivoluzionari. Un cambiamento diverso da quello sognato dalla generazione del '68: il progetto di una società più giusta. Quello che cercano è la felicità oggi, praticabile, individuale, anche se per tutti, basata sulla capacità di cogliere le opportunità: viaggiare ed emigrare, integrarsi e confrontarsi con altri popoli e culture, vivere la tecnologia digitale, espandere i diritti delle persone e le libertà individuali – dichiara Di Braccio –. All'accelerazione del ritmo di cambiamento i giovani del nuovo millennio dicono “sì”, con l'ottimismo e l'energia della loro età». È così che si preparano al futuro, senza spirito di *ad-ventura*, nel senso letterale dell'“andare verso le cose future”, concentrandosi sul presente.

Di domani non c'è certezza

«Quando i giovani guardano al futuro lo fanno in due modi: come giovani, con speranza; come membri di una società individualista e cinica, guardano con preoccupazione all'armatura che devono indossare se vogliono sopravvivere nella battaglia che li aspetta. Allora si capisce perché qualcuno, meno dotato, resta al palo; e perché qualcun altro, meno forte, meno aiutato o motivato, fa un passo indietro e la serenità se la va a cercare in una bottiglia o in una pasticca, consumata nel calore del suo gruppo», dice in tono preoccupato Mattioli. Ma per il responsabile delle politiche sociali della *Fondazione Censis* siamo di fronte a un altro stereotipo: «Potrà sorprendere, ma a prevalere è nettamente la speranza. Non è un caso che tra i giovani del nuovo millennio si registri la quota più alta di persone che pensa che il meglio dell'Italia è davanti a noi. È forte la loro voglia di guardare avanti, come dimostra la propensione a fare impresa, cioè a costruire un progetto economico nel quale investire tempo, soldi ed energie». Alle stesse domande: «hanno fiducia in loro stessi e nel futuro? Prevala la paura o la speranza?», le risposte di Carlo e Merlino mettono in dubbio il pensiero positivo dei giovani d'oggi. «Tendenzialmente non hanno fiducia in loro stessi e

poche sono le aspettative verso un futuro che vedono incerto e nebuloso. Spesso le possibili iniziative sono paralizzate dalla paura o, all'opposto, si difendono – nel senso che attivano meccanismi di difesa – con atteggiamenti grandiosi da supereroi, illusori, destinati inevitabilmente al fallimento». Le esperte mettono in discussione anche la presunta socialità di questa generazione: «Hanno molte informazioni e molti legami virtuali, ma poche relazioni affettive e sociali vere, quelle che comportano delusioni, oltre che gioie, che costringono a mettersi in gioco davvero, che non possono chiudere con un *clic*. Prevalgono un atteggiamento alessitimico (letteralmente “non avere parole per le emozioni”, *ndr*), cioè hanno scarsa capacità di riconoscere ed esprimere i loro stati d'animo, e la paura dei contatti concreti». Se questo è lo spirito del loro tempo o, con una formula meno impegnativa, lo stato d'animo prevalente sarà anche per l'incapacità degli adulti di oggi di costruire per gli adulti di domani baluardi psichici e istituzionali. Visto che, per dirlo con la battuta di un comico tedesco degli anni Trenta, “il futuro non è più quello di una volta”. ■



Una vita da precario

Troppo istruito, con un lavoro poco qualificato e a termine, sottopagato. Il giovane d'oggi che non ha un posto al sole.

L'ultimo rapporto annuale dell'Istat ci consegna il ritratto della vita da precario di un giovane italiano dei giorni nostri. Oltre 1 ragazzo su 3 tra i 15 e i 34 anni è “sovraistruito”, cioè troppo qualificato per il lavoro che svolge, quota 3 volte superiore a quella degli adulti. Più diffuso il *part time*, soprattutto involontario (77,5 per cento dei *part time* giovani, contro il 57,2 per cento degli adulti), “ad indicare un'ampia disponibilità di lavoro in termini di orario che rimane insoddisfatta. Inoltre anche il lavoro temporaneo – sottolinea l'Istat – è diffuso soprattutto tra i giovani: ha un impiego a termine 1 giovane su 4 contro il 4,2 per cento di chi ha 55-64 anni”. Capita quindi che le professioni più frequenti all'ingresso nel mercato del lavoro siano quelle di commesso, cameriere, barista, addetti personali, cuoco, parrucchiere ed estetista. E, ciliagina sulla torta, a 3 anni dalla laurea solo il 53,2 per cento dei laureati ha trovato un'occupazione ottimale e altamente qualificata, con un contratto *standard* e una durata medio-lunga. Quando talento e salario non vanno d'accordo.

Come li vuoi tu

26

Parte la nuova campagna di comunicazione di Coop per trasmettere l'idea di prodotti che nascono in sintonia con ciò che le famiglie italiane chiedono. A cominciare dalla combinazione tra convenienza, qualità e sicurezza. Ne parliamo con Francesco Cecere, direttore marketing e comunicazione di Coop Italia.

■ **Aldo Bassoni**

Dopo l'avvio del percorso che ha portato alla nascita del nuovo prodotto a marchio Coop (vedi a pagina 52 il servizio sulla nuova linea dedicata agli animali domestici), anche la comunicazione di Coop, concentrata sulla pubblicità televisiva, radiofonica e via *web*, cambia passo e propone un'ulteriore evoluzione mirata proprio a raccontare questa profonda trasformazione. Protagoniste di quel che si vedrà, assieme ai nuovi prodotti Coop, saranno le persone e in particolare le famiglie, quelle vere in carne ed ossa, con un racconto che entrerà nelle case degli italiani, per far vedere come le scelte di consumo s'intrecciano con i problemi e le vicende quotidiane.

Aria di casa

Alcuni fotogrammi dei nuovi spot Coop per la Tv.

Lo *slogan* che accompagnerà la nuova campagna di comunicazione Coop sarà *Buoni e convenienti come li vuoi tu*, proprio per dare il senso di prodotti che nascono in sintonia con ciò che le famiglie italiane chiedono, a cominciare dalla fondamentale combinazione tra convenienza, qualità e sicurezza, che è alla base del modo di essere di Coop.

«Già dallo scorso anno, con la comunicazione che ha accompagnato la campagna *Prezzi bassi sempre* – spiega il direttore marketing e comunicazione di Coop Italia, Francesco Cecere – eravamo andati per le strade a incontrare le persone, abbandonando la logica del *testimonial* dal volto noto, com'era stata per noi Luciana Littizzetto. A queste persone abbiamo detto: cosa volete chiedere alla Coop, al punto che *Chiedilo alla Coop* è stato proprio lo *slogan* che abbiamo usato. E questo dia-

logo lo abbiamo raccontato negli *spot* e nella comunicazione di questi ultimi mesi. Ora facciamo un ulteriore passo – continua Cecere – e l'ambientazione dalla strada passa dentro alle case degli italiani. Per far raccontare le loro scelte di consumo e cosa si cerca in un prodotto. Questo protagonismo di persone e famiglie accompagna una fase per noi importantissima che è quella della nascita del nuovo prodotto a marchio. Noi siamo *leader* in Italia come marca privata, ma abbiamo lo stesso deciso di puntare su un'evoluzione della nostra offerta per essere in piena sintonia con ciò che cambia proprio nelle famiglie. La campagna che tutti vedranno in Tv dalla metà di settembre, ma che viaggerà in parallelo anche su radio, *web* e giornali, vuole proprio sostenere questa idea di innovazione».

Tutto Coop e famiglia

In termini di contenuti la prima chiave sarà quella della convenienza, perché il racconto degli *spot* sarà accompagnato dal proporre sistematicamente nel corso dei mesi prodotti a prezzi ribassati. Saranno prodotti che rientrano nei consumi quotidiani e fondamentali delle famiglie. A questo aspetto la nuova comunicazione Coop accompagnerà il racconto delle caratteristiche dei prodotti stessi, con informazioni complete e trasparenti che valorizzeranno l'italianità delle materie prime e delle lavorazioni, la garanzia del rispetto dei diritti e la salubrità. «Questo nostro progetto di comunicazione – conclude Cecere – andrà avanti in questi ultimi mesi del 2016 e per tutto il 2017. Vogliamo essere dalla parte degli italiani, vogliamo dare risposte ai loro nuovi bisogni. Perché siamo convinti di poter costruire insieme, come comunità, risposte positive per il futuro di tutti». ■



Sul podio

Si è concluso con la premiazione di 12 reparti il percorso *Cooperare* che ha visto coinvolti dipendenti Unicoop Tirreno di Lazio e Umbria in una sana competizione per migliorare la gestione del reparto, rendere maggiormente partecipi i soci e rafforzare i legami con i fornitori locali. Tutto è iniziato lo scorso aprile individuando gli obiettivi per migliorare il reparto; poi gli addetti e capireparto si sono messi alla

Cooperare atto finale, con la premiazione di 12 reparti dei negozi di Unicoop Tirreno di Lazio e Umbria.

Una sana competizione per migliorare la gestione, rendere più partecipi i soci, rafforzare i legami con i fornitori locali.

27

I reparti premiati



Ortofrutta biologica: **Colleferro**

Ortofrutta prodotti locali Vicino a noi: **Roma v. Franceschini**

Ortofrutta prodotti di stagione: **Civita Castellana**

Pescheria "preparati pronti da cuocere": **Euroma2**

Pescheria nuova presentazione banco servito: **Roma I.go Agosta**

Carni preparate "pronte da cuocere": **Aprilia supermercato**

Carni griglieria e hamburgeria: **Viterbo IperCoop**

Gastronomia: **Aprilia supermercato**

Non alimentari (abbigliamento): **Colleferro**

Non alimentari (materassi): **Roma v. Laurentina**

Generi vari esposizione: **Tarquinia**

Casse (presentazione prodotti davanti alle casse): **Euroma2**

prova con proposte creative per realizzarli. Ne sono emersi prodotti preparati a base di carne o pesce "pronti da cuocere", incremento dei prodotti locali in assortimento, individuazione di nuovi spazi per la presentazione dell'offerta, esposizioni personalizzate ecc. L'andamento del lavoro è stato misurato settimana dopo settimana e tra i parametri di valutazione ha pesato il giudizio dei soci espresso per scritto al negozio. Commenta così **Matteo Dorelli**, responsabile territoriale Lazio e Umbria di Unicoop Tirreno: «una modalità di lavoro che vuole contribuire a stimolare la motivazione e la crescita professionale delle persone che lavorano nei punti vendita. Essere protagonisti dell'offerta e lavorare sulla buona relazione con soci e clienti è uno dei presupposti fondamentali per migliorare le nostre vendite». **I.S.O.**



Ortofrutta biologica: **Colleferro**



Pescheria "preparati pronti da cuocere": **Euroma2**

A libro aperto

Sabato 16 settembre, alle 18.30, a Porto Azzurro (LI), la Sezione soci dell'Isola d'Elba, in collaborazione con l'associazione *Elbadautore* e con il patrocinio del Comune di Porto Azzurro, organizza la presentazio-



ne del libro *La Coop di un altro genere* sul ruolo femminile nella Cooperativa dal 1945 al 2000. Sarà presente **Enrico Mannari**, curatore del volume e direttore scientifico della *Fondazione Memorie Cooperative*.

Arrivano dall'Etiopia e sono realizzate in cotone naturale dalle donne del posto. Le borse riutilizzabili in vendita nei negozi Coop.

All'insegna del naturale. A partire dal materiale, per poi passare alla lavorazione ed infine al colore. Sono le borse riutilizzabili in cotone naturale,

prodotte in Etiopia dalla *Village Industry* con materiali locali e fornite dalla *African Cottons Italia*, in vendita in tutti i negozi Unicoop Tirreno al prezzo di 2,90 euro. La fibra di cotone proviene principalmente da cooperative di piccoli agricoltori



che utilizzano antichi metodi di coltivazione; successivamente taglio e cucitura si fanno in un'azienda che impiega poco più di 100 persone – 80 per cento donne – certificata *FairTrade* con la *Wfto* (*World Fair Trade Organization*). Le stampe che decorano le borse vengono fatte con un macchinario manuale, con inchiostri a base d'acqua; il manico è rinforzato cosicché la borsa è in grado di portare carichi superiori ai 25 chilogrammi. Applicati alle borse dei pendagli, strisce di tessuto in *jersey* stampato a cui è allegato il cartellino che ne spiega la lavorazione della *Village Industry*. ■ **B.S.**

In cammino **verso il centro**

Si avvicina il momento dell'inaugurazione del centro commerciale di Unicoop Tirreno a Grosseto, in zona Commendone.

Manca poco. Viabilità e rotatorie sono pronte da mesi e il fermento adesso è tutto all'interno del centro commerciale dove si lavora alacremente per ultimare gli allestimenti. La data non è stata ancora stabilita (al momento di andare in stampa) ma sicuramente entro la fine di ottobre il centro commerciale nella zona del Commendone a Grosseto aprirà i battenti (inizio lavori marzo 2013). Il più importante investimento degli ultimi anni per Unicoop Tirreno, pari a una cifra di 110 milioni di euro, che comprende anche radicali interventi sulla viabilità per l'accesso al centro da 4 punti diversi della città e 2 dall'esterno. Il Superstore e i circa 60 negozi della galleria commerciale, molto alta e coperta da un alto soffitto in legno lamellare, sono quasi ultimati, così come il distributore a marchio *Enercoop* il primo a sbarcare in Maremma. Progettista di questo grande centro commerciale è l'ingegnere Fausto Giunta. «Sarà un negozio davvero molto bello – afferma **Massimo Vinciarelli**, responsabile di Unicoop Tirreno territorio Toscana – che si sviluppa su un'area

vendita di 4.300 metri quadrati, con l'ingresso sui freschi e freschissimi così come nella tipologia dei Superstore. È prevista anche un'area considerevole dedicata alla bellezza e al benessere. Portando avanti la nostra politica commerciale degli ultimi anni, punteremo molto sul legame con il territorio e quindi sui prodotti legati al *Vicino a noi*. Un'altra particolare caratteristica di questo negozio, la prima volta per Unicoop Tirreno, sarà una grande area ristoro a *self service* dotata anche di un forno a legna».

Tra i marchi che saranno presenti nella galleria commerciale, *Zara*, *Euronics*, *Scarpamondo* e *Decathlon*. ■ **B.S.**

33 ettari utilizzati dell'area (3 ettari solo per la viabilità)

1.493 posti auto

373 le piante che renderanno l'area più accogliente

150 operai e tecnici di media presenti ogni giorno nel cantiere

18 le pompe del distributore *Enercoop*

180mila persone il potenziale bacino di utenza

Compagna di scuola

Puntuale con il suono della campanella, ecco la guida Saperecoop 2016 per migliaia di ragazzi e insegnanti.

Oltre 1.400 le scuole coinvolte, più di 30mila ragazzi, quasi 2mila insegnanti e centinaia di genitori. Da questi numeri datati 2015, ripartono anche quest'anno, il 36esimo consecutivo, i progetti di *Educazione al consumo consapevole* di Unicoop Tirreno. In questi giorni esce la guida *Saperecoop 2016* sia in versione cartacea che sul sito www.unicooptirreno.it/coop-e-scuola: animazioni, incontri a tema, dibattiti, formazione e laboratori



didattici proseguono la stessa impostazione degli anni passati con alcune novità come la progettazione con le consulte studentesche degli istituti superiori di Grosseto e Livorno e il corso di formazione per docenti in collaborazione con il Teatro Goldoni di Livorno.

Come sempre, tutti i progetti di *Educazione al consumo consapevole* e le relative animazioni sono gratuiti. Per prenotare le attività in classe o al punto vendita, gli insegnanti devono compilare la scheda di prenotazione *on line* sul sito www.unicooptirreno.it/coop-e-scuola entro il 31 ottobre 2016. Per ulteriori informazioni è possibile rivolgersi al referente organizzativo del proprio territorio. **B.S.**

Ben educati

Gli anni Ottanta hanno visto profondi cambiamenti sociali e culturali che hanno riguardato anche il mondo dei consumi. Non era più il consumismo degli anni del miracolo economico, prendeva piede una nuova figura di consumatore attento alla qualità, pur permanendo orientamenti diversi. All'assemblea delle Sezioni soci del 1974 vi era già stata una certa attenzione verso esperienze avanzate come quelle del consumerismo francese. Da qui l'impulso a

Quando, come e perché nasce l'Educazione al consumo che ormai da molti anni coinvolge ragazzi, insegnanti, famiglie, soci.

una scelta forte della cooperazione di consumo, quella, per dirla con le parole di Ivano Barberini «di insegnare comunque a consumare meglio». Ecco che iniziava la storia dell'*Educazione al consumo*. Si aprivano le

porte a un'attività che avrebbe coinvolto migliaia di giovani, di insegnanti, di famiglie, di soci attivi nei diversi territori. Il concetto di consumo godeva di una cattiva reputazione; il rischio era che venisse accettata un'impostazione esclusivamente funzionale a denunciare le forzature o le falsità delle promozioni pubblicitarie, lasciando in disparte l'identità del consumatore. Lo sforzo innovativo, a partire dalle *Giornate dei giovani consumatori*, è stato di indirizzarsi non solo sull'oggetto da consumare, ma sui motivi che spingevano al consumo e sulla rete di relazioni che si venivano a stabilire tra consumatori e beni. Insomma per la prima volta in Italia veniva riconosciuta l'esigenza educativa di occuparsi di oggetti, simboli, modelli di comportamento: elementi di cui aveva cominciato a nutrirsi sempre più l'immaginario giovanile. Un tale impegno per Coop significava essere coerente rispetto a una tradizione formativa iniziata con la prima Cooperativa di consumo di Rochdale: *l'Educazione ai consumi*, in un contesto di capitalismo avanzato, assumeva un significato simile a quelle dell'educazione di base, dell'alfabetizzazione, agli albori della società industriale. Dunque l'obiettivo era, e continua ad essere, la promozione di una coscienza critica e di una cittadinanza attiva, intendendo in primo luogo la scuola come luogo e comunità educativa per la formazione di individui responsabili rispetto ai temi dell'alimentazione, dell'ambiente e della salute collettiva. A poco a poco, in ogni territorio di insediamento della Cooperativa, l'ascolto di bisogni è diventato lo spunto per progettare percorsi e materiali didattici, laboratori e mostre, seminari e corsi di formazione per studenti, insegnanti, genitori. Nuovi sguardi e strategie rinnovate si alimentano anche di questo passato. ■



* direttore scientifico della Fondazione Memorie Cooperative

Come dentro un film

Quello dell'Italia in movimento sul nuovo sito www.italiani.coop che prende il posto del tradizionale Rapporto Coop. Uno strumento dinamico che ci racconta il paese reale.

30

■ Aldo Bassoni

Volete sapere cosa pensano gli italiani delle diete? Vi interessa avere un quadro sintetico della lunga metamorfosi del paese? Di come sono cambiati, – in meglio e in peggio – i sentimenti, i valori, le credenze nei confronti dell'Europa? E quali sono le preoccupazioni oggi più sentite delle famiglie: la fama e il denaro, oppure i figli e la salute? Questo ed altro potete scoprirlo su www.italiani.coop, il nuovo sito, o forse sarebbe meglio dire il nuovo strumento di ricerca e analisi, curato dall'Ufficio Studi Coop che si avvale di documentate e aggiornatissime fonti interne e della collaborazione di prestigiosi istituti di ricerca italiani ed esteri. «Il progetto costituisce la naturale evoluzione del *Rapporto Coop*, giunto alla sua decima edizione, e intende promuovere una riflessione sulla condizione quotidiana degli italiani, diventando uno strumento di servizio per i media e per i cittadini interessati a questi temi», spiega Albino Russo, responsabile Ufficio Studi e direttore generale Ancc-Coop (Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori-Coop). E in effetti il sito è una miniera di informazioni, dati, notizie, rapporti presentati in forma brillante, con numerosi grafici, immagini, didascalie per chi è allergico a troppi numeri e vuole andare subito al sodo.

Italiano medio

Si inizia con uno speciale dedicato alla metamorfosi dell'italiano medio nella storia dell'ultimo secolo che da povero, sottonutrito, analfabeta e contadino, ha raggiunto, soprattutto dopo la seconda guerra mondiale, maggiori livelli di benessere e una maggiore agiatezza. Se negli anni Trenta era ancora sottonutrito 1/3 degli italiani, oggi il 59 per cento della popolazione è sovrappeso e il 21 per cento è considerato obeso dall'*Organizzazione mondiale della sanità*. «Sarà per questa ragione che nelle scelte alimentari prevalgono la salute e la ricerca del benessere e si impongono nuovi stili di consumo, tra i quali quello naturale e quello con un ridotto o nullo apporto di proteine animali – commenta Russo –. Non è un caso, infatti, che gli italiani siano molto sensibili ai contenuti di freschezza e naturalità dei prodotti alimentari con un distacco superiori ai 10 punti percentuali rispetto agli altri europei». Ed eccoci all'*identikit* dell'italiano targato 2016. Una vita più lunga ma più solitaria, tra mura di case più grandi ma preferibilmente fuori dai centri abitati. Nel frattempo hanno smesso di fare figli, da agricoltore è diventato prima operaio e poi terzista, ma lavoro e famiglia sono tasti dolenti. E

il futuro? Sì, l'Europa è un valore da preservare. Ma la vera aspirazione degli italiani del domani è avere figli: nella scala delle aspettative del futuro se tutti, italiani e europei, mettono al primo posto la salute, gli italiani si mostrano meno interessati a fare tanti soldi nella vita, a studiare o a divenire famosi, ma più interessati ad avere dei bambini. Insomma, un sito tutto da scoprire per capire chi siamo, cosa vogliamo e dove siamo diretti. ■



Facciamo la differenza

Una campagna di sensibilizzazione per lo smaltimento dell'olio usato, vOllamoci bene. Così i soci Unicoop Tirreno danno una mano all'ambiente.

■ **Barbara Sordini**

Un progetto, *vOllamoci bene*, per promuovere la pratica ecologica del corretto smaltimento dell'olio vegetale domestico.

Promosso dalle Sezione soci Coop Costa d'Argento, Est Maremma e Colline Metallifere, si tratta di un percorso di continuità con un lavoro che Unicoop Tirreno attraverso le sue Sezioni soci svolge da anni. Nello specifico, grazie alla presenza di contenitori *ad hoc* gestiti e collocati in appositi spazi nei Supermercati, si offre la possibilità a soci e consumatori di smaltire correttamente l'olio vegetale residuo utilizzato in cucina. «Unicoop Tirreno è storicamente impegnata sul tema – ha dichiarato Va-

leria Magrini, responsabile area soci di Unicoop Tirreno – e vanta un primato: fu realizzata nel 1997 la seconda esperienza in Italia che partì su iniziativa dei soci Coop di Follonica con il titolo *la Catena dell'olio*. La progettualità di Unicoop Tirreno vive grazie all'impegno delle Sezioni soci sul territorio sempre teso a concretizzarsi in attività di utilità sociale. In questo caso l'ottica è la tutela del patrimonio ambientale non tralasciando l'informazione, la sensibilizzazione e la crescita di consapevolezza della cittadinanza sulla salvaguardia dell'ambiente. La collaborazione con le istituzioni locali rafforza il significato dell'iniziativa». ■

Punto di raccolta

Alcune indicazioni ricevute dai soci attraverso il progetto *vOllamoci bene* che ha previsto anche delle visite ai frantoi *San Luigi Caldana* e, in ottobre, al frantoio *Montalbano* di Vinci produttore dell'olio a marchio Coop.

L'olio che hai usato può tornare ancora utile per amore dell'ambiente e per ricavarne bitume, glicerina, saponette, biodiesel/bioenergia, olio lubrificante.

Come raccogliere l'olio vegetale Raccogliere l'olio raffreddato all'interno di bottiglie usate di

plastica; chiudere bene le bottiglie piene d'olio; conferire le bottiglie nel contenitore di raccolta che trovi presso il Supermercato Coop.

Ecco i negozi Unicoop Tirreno dove si effettua la raccolta: Rosignano, Vada, Cecina, Massa Marittima, Follonica via Chirici, Castiglione della Pescaia, Scarlino, Ribolla, Sassofortino, Bagno di Gavorrano, Sticciano Scalo, Grosseto via Inghilterra e via Emilia, Roccastrada, Porto Santo Stefano loc. Cava Legni e via Lambardi, Porto Ercole, Albinia, Orbetello, Napoli Arenaccia.

A fin di benessere

Mangiare bene tenendosi in forma. Arriva nei negozi toscani il catalogo Benessere&Salute.



Non solo bio, ma anche il mondo *vegan*, i senza glutine e i prodotti *funzionali* (il cui beneficio è in rapporto alla loro assunzione) come, per esempio, la pasta proteica. Al passo con le nuove tendenze di consumo arriva **dall'8 settembre al 5 ottobre** il catalogo *Benessere&Salute*, rivolto a tutte quelle persone che legano il concetto di alimentazione alla cura della persona o a un'esigenza di

salute. Una fetta di clientela che cresce di anno in anno che, grazie a questo catalogo, può usufruire di un'offerta più ampia sia dal punto di vista della varietà dell'assortimento sia per la convenienza: ricca la gamma dei prodotti da dispensa *bio* (dalla pasta di semola alla farina), di quelli *beverage* (come per esempio, alcune acque funzionali), degli integratori *extrafarmaco* e *parafarmaco*, dei prodotti legati al mondo dei surgelati (senza glutine). Un'opportunità di benessere e di convenienza aperta a tutti, disponibile per un mese nei seguenti negozi di Unicoop Tirreno: IperCoop di Livorno e Supermercati di Livorno Parco Levante, Viareggio, Avenza, Cecina, Rosignano, Portoferraio, Follonica e Orbetello.

Albania chiara

Le Montagne Maledette, le chiese, le moschee, le spiagge bianche e bellissime che spuntano dalla Llogara Pass, la panoramica che sale oltre mille metri sulla riviera. L'Albania, una delle mete vacanzieri più in voga del momento.

■ **Alessandra Bartali**

Le immagini chiave che raccontano l'Albania degli ultimi anni sono due: la prima è la nave Vlora che attracca al porto di Bari nell'agosto 1991, da cui lentamente 20mila persone scendono con i vestiti stropicciati e gli occhi speranzosi alla vista della loro El Dorado personale, l'Italia. La seconda, vent'anni dopo, è la miriade di foto di spiagge deserte e mare blu che riviste e siti *web* pubblicano a corredo della notizia lanciata dai guru dei viaggiatori di tutto il mondo: signore e signori, la destinazione turistica *top* oggi è l'Albania.

La terra promessa

Tra questi due momenti passa l'evoluzione di un paese balcanico che ai tempi della guerra fredda era talmente comunista da prendere le distanze dalla Russia quando Nikita Chruščëv iniziò a scalfire il mito staliniano. E quando il muro di Berlino era ormai a brandelli moltissimi albanesi trovarono più allettanti le luci dei vari *Fantastico* e la vacua allegria di *Non è la Rai* – carpite con le antenne retrattili alzate di nascosto durante il regime di Enver Hoxha – che non i proclami degli intellettuali di Tirana, intenti a costruire la democrazia. L'italiano, tanto, l'avevano imparato da Pippo Baudo e Ambra An-

giolini. Nel frattempo, però, l'El Dorado Italia ha perso il suo luccichio insieme a quello dei suoi programmi Tv, e dopo anni passati a timbrare il cartellino nelle fabbriche o a costruire palazzi da Taranto a Brescia, tanti albanesi se ne tornano a casa. Ad aspettarli c'è un paese ancora in via di sviluppo, almeno secondo il *Fondo Monetario Internazionale*, dove però il turismo cresce insieme al settore energetico e alla rete stradale, anche se quest'ultima mantiene spesso e volentieri il suo caratteristico manto acciottolato. Per questo compriamo le *Mercedes*, dicono gli autoctoni, non si distruggono dopo poche migliaia di chilometri. È la sciatteria sovietica, bellezza, che traspare nelle strade come anche nelle fabbriche costruite dai cinesi accanto a raffinate moschee. Unita al paesaggio mediterraneo, però, acquista un fascino tutto suo.

Giro in auto

Per visitare l'Albania è consigliato noleggiare un'auto, soprattutto per uscire dalla zona intorno alla capitale e spingersi verso le spiagge del Sud o le Montagne Maledette del Nord, al confine col Montenegro, il cui nome è tutto un programma. Una breccia nell'atmosfera severa e un po' sinistra che avvolge le montagne la apre l'ospitalità della poca gente che

Piazza
Skanderbeg
a Tirana.



qui vive, contenta di offrire le uova delle proprie galline e il *raki* fatto in casa ai sempre più numerosi appassionati di *trekking*. È la regola del *Kamun*, un codice di leggi scritte e orali che nel resto dell'Albania è puro folklore. Nel Nord, invece, è talmente radicato da essere ancora applicato (raramente, dicono) anche nei suoi aspetti più retrogradi, come quelli che riguardano le faide tra *clan* e il ruolo della donna, "un otre - parole testuali -, fatta per portare peso". Qualche donna sceglie quindi di cambiare sesso, senza subire operazioni ma semplicemente tagliandosi i capelli, fasciandosi il seno e prestando giuramento davanti a una dozzina di capi *clan*: da allora per la comunità sarà un uomo con facoltà di bere grappa, fumare, possedere un'arma ed essere ammessa all'eredità. Una prospettiva molto meno affascinante di quella di *Lady Oscar*.

Si godono di più la vita le donne che vivono in città, dove il rispetto tra diversi ha un suo proprio simbolo nella chiesa di San Nicola, a Kruje, ricostruita col sostegno economico e materiale di fedeli cattolici e musulmani. E anche a Tirana, dove moschee e chiese sorgono fianco a fianco, si tende a vivere e a lasciar vivere, tranne la statua di Hoxha a piazza Skanderbeg, quella no, la folla inferocita la fece abbattere insieme alla caduta del regime. L'uomo scolpito che si vede nel prato della piazza non è l'ex dittatore, ma l'eroe nazionale che nel XV secolo riuscì a respingere l'esercito ottomano per 13 volte. A lui la piazza è intitolata: anche i comunisti erano d'accordo sul fatto che se lo fosse meritato.

Vita dei campi

A Tirana si arriva, ma nella città non si esaurisce il paese: l'imperativo è lasciare la capitale e immergersi nella dimensione rurale del territorio albanese, intesa non solo come vita di campagna ma come un ritmo di vita a misura d'uomo. Rispetto ad altri paesi dove questo esiste, l'Albania ha un innegabile vantaggio: ci dà un'idea di come si sentano gli anglofoni a girare per il mondo senza fare grandi sforzi per comunicare. Si visitano i siti *Unesco* Berat, sede dell'enorme fortezza di Rozafa, Argirocastro, città medievale del periodo ottomano, e Butrinto con le



Dall'alto, le Montagne Maledette; la chiesa di San Nicola a Kruje; il *raki*, liquore tipico albanese; Llogara Pass; la costa a Sud dell'Albania.

rovine del tempo degli Illiri, i progenitori degli albanesi, un po' pirati e un po' mercenari. Si mangiano grigliate di carne di animali allevati all'aperto e macellati il giorno prima, uova di galline che la gente chiama per nome e formaggio di capre anch'esse locali, senza che il chilometro zero sia pubblicizzato come un illuminato ritorno alle origini. Qui nessuno si è mai discostato, dalle origini. E naturalmente si va al mare, anche se è quasi autunno, nelle spiagge che si affacciano lungo la *Llogara Pass*, la panoramica che sale oltre mille metri sulla riviera, dove il vento ha piegato gli alberi ma non gli asini che trasportano abitualmente cose e persone. Palasa o Dhërmi, Ksamili o Bunec: qualcuna è nascosta tra le rocce, qualcuna è più accessibile, da alcune si vede la Puglia, da altre Corfù. Inutile elencarne le differenze: sono tutte spartane, bianche e bellissime. ■

Ponte Ognissanti 2016

Dal 29 Ottobre al 01 Novembre - 4 giorni / 3 notti

Voli di linea Alitalia diretti da Roma Fiumicino

Budapest

Hotel

Six Inn 3* (o similare)

€399,00 a persona
prezzo chiaro

Amsterdam

Hotel

Best Western Blue Square 4*
(o similare)

€499,00 a persona
prezzo chiaro

Le quote comprendono: Voli di linea ALITALIA diretti da Roma, sistemazione in camera doppia per 3 notti negli hotel indicati o similari con prima colazione inclusa, franchigia bagaglio, tasse aeroportuali e assicurazione annullamento.

Barcellona

Hotel

Auto Hogar 3* (o similare)

€479,00 a persona
prezzo chiaro

Parigi

Hotel

Median Paris Congres 3*
(o similare)

€429,00 a persona
prezzo chiaro

Malta

Hotel

Vivaldi 4* (o similare)

€409,00 a persona
prezzo chiaro

**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



Mercatini di Natale 2016

Dal 24 al 27 Novembre - 4 giorni / 3 notti

Dal 01 al 04 Dicembre - 4 giorni / 3 notti

Dal 15 al 18 Dicembre - 4 giorni / 3 notti

Voli di linea Alitalia diretti da Roma Fiumicino

Berlino

Hotel

Leonardo City West 4*

(o similare)

€409,00 a persona
prezzo chiaro

Budapest

Hotel

Mercure Korona 4*

(o similare)

€279,00 a persona
prezzo chiaro

La quota comprende: Voli di linea ALITALIA diretti da Roma, sistemazione in camera doppia per 3 notti negli hotel indicati o similari con prima colazione inclusa, franchigia bagaglio, tasse aeroportuali e assicurazione annullamento.

Praga

Hotel

Zlata Vaha 3* (o similare)

€279,00 a persona
prezzo chiaro



in collaborazione con

coop

Unicoop Tirreno

ITC
Imprenditori
Turistici
Campani

Convenzioni

musei mostre danza teatro musica

PIEMONTE

MUSEO NAZIONALE del CINEMA DI TORINO

Via Montebello, 20 - Torino

Tel. 011 8138560/561 - www.museocinema.it

Per i soci Coop: ingresso ridotto al museo, museo più ascensore panoramico, alla Sala Tre del cinema Massimo. Dalla riduzione è escluso il biglietto per il solo ascensore panoramico.

PALAZZO MADAMA - Museo Civico d'Arte Antica

Piazza Castello - Torino

Tel. 011 4433501 - www.palazzomadamatorino.it

Per i soci Coop: ingresso con **sconto di 2 €** valido anche per le mostre temporanee organizzate dalla Fondazione Torino Musei

MAO - Museo d'Arte Orientale

Via San Domenico 9/11 - Torino

Tel. 011 4436927 - www.maotorino.it

Per i soci Coop: Ingresso ridotto alle collezioni permanenti e alle mostre temporanee organizzate dalla Fondazione Torino Musei

GAM - Galleria civica d'Arte Moderna e contemporanea

Via Magenta, 31 - Torino - Tel. 011 4429518 - www.gamtorino.it

Per i soci Coop: Ingresso con **sconto di 2 €** valido anche per le mostre temporanee organizzate dalla Fondazione Torino Musei

ROCCA E BORGO MEDIEVALE

Viale Virgilio, 107 - Torino

Tel. 011 4431701/2 - www.borgomedievaletorino.it

Per i soci Coop: ingresso con **sconto di 1 €**

MUSEO DIFFUSO

Storia e memoria dei valori della Resistenza

Corso Valdocco, 4/a - Torino

Tel. 011 4420788 - 011 4420780 - www.museodiffusotorino.it

Per i soci Coop: ingresso ridotto a **3 € anziché 5 €**

MUSEO CAMPIONISSIMI

Viale dei Campionissimi - Novi Ligure (AL)

IAT: Tel. 0143 72585 - www.museodeicampionissimi.it

Per i soci Coop: biglietto di ingresso ridotto

LOMBARDIA

PINACOTECA AMBROSIANA

Piazza Pio XI, 2 - Milano

Tel. 02 806921 - www.ambrosiana.eu

Per i soci Coop: ingresso biglietto ridotto valido anche per l'accesso alle mostre temporanee

GAMeC - Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea

Via San Tommaso, 43 - Bergamo

Tel. 035 270272 - www.gamec.it

Per i soci Coop: biglietto ridotto

MUSEO BAGATTI VALSECCHI

Via Gesù, 5 - Milano

Tel. 02 76006132 - www.museobagattivalsecchi.org

Per i soci Coop: biglietto di ingresso ridotto

MUSEO DELLE ARMI "Luigi Marzioli"

MUSEO DEL RISORGIMENTO

Via Castello, 9 - Brescia

Tel. 030 293292 - www.bresciamusei.com

Per i soci Coop: biglietto di ingresso ridotto

MUSEI MAZZUCHELLI

Via Giammaria Mazzucchelli, 2 - Ciliverghe di Mazzano

(Brescia) Tel. 030.212421 - www.museimazzucchelli.it

Per i soci Coop: Ingresso biglietto ridotto

MUSEI CIVICI CREMONA

Via Ugolani Dati, 4 - Cremona

Tel. 0372 407770 musei.comune.cremona.it

Per i soci Coop: biglietto di ingresso ridotto

VENETO

PEGGY GUGGENHEIM

Dorsoduro, 701 - Venezia

Tel. 041 2405411 - www.guggenheim-venice.it

Per i soci Coop: uno sconto di 2 € sul prezzo del biglietto intero, uno sconto di 2 € sul prezzo dell'audioguida e la possibilità di acquistare il catalogo della Collezione Peggy Guggenheim al prezzo di 20 € anziché 24 €. Visite guidate gratuite alle mostre temporanee in corso tutti i giorni alle ore 15,30

FONDAZIONE MUSEI CIVICI DI VENEZIA

Piazza San Marco, 52 - Venezia

Tel. 041 2405211 - www.visitmuve.it

Per i soci Coop: possibilità di acquistare la Museum Pass a tariffa ridotta di **18 € anziché 24 €**.

La Museum Pass consente:

- l'acquisto del biglietto ridotto per tutte le mostre temporanee del sistema museale;
- la visita a tutte le collezioni permanenti dei Musei Civici, con validità di 6 mesi dal momento di emissione;
- una singola entrata per ogni museo;

I musei visitabili sono: Palazzo Ducale, Museo Correr e percorso integrato con il Museo Archeologico Nazionale, Sale Monumentali della Biblioteca Nazionale Marciana, Ca' Rezzonico, Museo del Settecento Veneziano, Casa di Carlo Goldoni, Museo di Palazzo Mocenigo e Centro Studi di Storia del Tessuto e del Costume, Museo Ca' Pesaro, Galleria Internazionale d'Arte Moderna più Museo d'Arte Orientale, Museo del Vetro-Murano, Museo del Merletto-Burano, Museo di Storia Naturale

TRENTINO ALTO ADIGE

CASTELLO DEL BUONCONSIGLIO

Via Bernardo Clesio, 5 - Trento

Tel. 0461 233770 - www.buonconsiglio.it

Per i soci Coop: biglietto di ingresso a tariffa ridotta in tutte le sedi (Castello del Buonconsiglio, Castel Beseno, Castello di Stenico, Castel Thun, Castel Caldes).

Tariffa ridotta per i biglietti d'ingresso:

- Castello del Buonconsiglio **8 € anziché 10 €**
- Castel Thun **6 € anziché 8 €**
- Castel Beseno e Castello di Stenico **5 € anziché 7 €**
- Castel Caldes ingresso gratuito

Tariffa ridotta per biglietto unico 5 sedi **15 € anziché 20 €**

LIGURIA

MUSEI CIVICI DI GENOVA

Direzione: Largo Pertini, 4 - Genova

Tel. 010 5574741/728 - www.museidigenova.it

Per i soci Coop: biglietto di ingresso ridotto a **3 €** per i musei elencati - Biglietto cumulativo ridotto per i Musei di Strada Nuova a **7 €**

MUSEI DI STRADA NUOVA

Palazzo Tursi - Via Garibaldi 8

Palazzo Bianco - Via Garibaldi 11

Palazzo Rosso - Via Garibaldi 9

Museo del Risorgimento, Museo di Sant'Agostino, Museo di

Arte Orientale E. Chiossone - Museo di Storia Naturale G.

Doria, Civiche Raccolte Frugone, Museo G. Luxoro, Museo

Navale di Pegli - Museo dell'Archeologia Ligure, Museoteatro

della Commenda di Pre', Casa di Cristoforo Colombo e Torre di Sant'Andrea

GALATA MUSEO DEL MARE

Area Porto Antico, Calata de Mari - Genova

Per i soci Coop: Galata del Mare con sommergibile Sauro sconto 1,50 € sul biglietto d'ingresso esteso a massimo 4 membri della famiglia

BIGO - Biosfera - Museo Nazionale dell'Antartide - Dialogo nel buio

Per i soci Coop: sconto 1 € sul biglietto d'ingresso

Il vantaggio è esteso a massimo 4 membri della famiglia

EMILIA ROMAGNA

ISTITUZIONE BOLOGNA MUSEI

Museo d'Arte Moderna di Bologna

Via Don Giovanni Minzoni, 14 - Bologna

Tel. 051 6496611 - www.museibologna.it

Per i soci Coop: tariffa ridotta sul biglietto di ingresso presso tutte le seguenti sedi dell'Istituzione Bologna Musei:

MAMbo e Museo Morandi, Museo Civico Archeologico, Museo civico medievale, Collezioni comunali d'arte, Museo del patrimonio industriale, Museo civico del risorgimento, Museo internazionale e biblioteca della musica di Bologna

Hanno l'ingresso gratuito:

Casa Morandi, Museo per la memoria di Ustica e Museo Civico d'Arte industriale e Galleria Davia Bargellini.

Tariffa ridotta alle visite guidate speciali di tutte le sedi dell'Istituzione di cui sopra (per le esposizioni permanenti e temporanee - ove non previsti biglietti autonomi)

GENUS BONONIAE Museo nella città

Via Farini, 15 - Bologna

Tel. 051 19936317 - www.genusbbononiae.it

Per i soci Coop: previa presentazione della carta socio, biglietto con tariffa ridotta (in base alla tariffazione vigente) che include l'accesso alle seguenti sedi del percorso Genus Bononiae:

- Palazzo Pepoli. Museo della Storia di Bologna.

- Palazzo Fava. Palazzo delle Esposizioni.

- San Colombano. Collezione Tagliavini.

In occasione di mostre temporanee o eventi a carattere speciale le tariffe saranno soggette a modifiche

GELATO MUSEUM CARPIGIANI

Via Emilia, 45 - Anzola Emilia (BO)

Tel. 051 6505306 - www.gelatomuseum.com

Degustazione del gelato artigianale alla Gelateria Carpigiani e visita guidata al Gelato Museum Carpigiani dal martedì al sabato dalle ore 9 alle ore 18 booking@gelatomuseum.com

Per i soci Coop: Il biglietto singolo è di **4 € anziché 5 €**

RAVENNANTICA

Via Gordini, 27 - Ravenna

Tel. 0544 36136 - www.ravennantica.it

Per i soci Coop:

- Domus dei Tappeti di Pietra: biglietto ridotto **3 € anziché 4 €**

- Museo Tamo, tutta l'avventura del mosaico: biglietto ridotto **3 € anziché 4 €**

- Domus dei Tappeti di Pietra più Tamo: biglietto ridotto **5 € anziché 7 €**

- MAF - Museo Archeologico Tobia Aldini di Forlino: biglietto ridotto **2 € anziché 4 €**

MUSEO CASA ENZO FERRARI

Via Paolo Ferrari, 85 - Modena

Tel. 059 4397979 - www.museocasaenzoferrari.it

MUSEO FERRARI MARANELLO

Via Dino Ferrari, 43 - Maranello (MO)

Tel. 0536 949713 - www.museoferrari.com

Per i Soci Coop: biglietto combinato per l'accesso ai due musei **22 € anziché 26 €**

Il vantaggio è esteso ad un accompagnatore

LAZIO

EXPLORA il museo dei Bambini

Via Flaminia, 82 - Roma

Tel. 06 3613776 - www.mdbr.it - biglietteria@mdbr.it

Per i Soci Coop: sconto 10% sul biglietto intero di ingresso al museo per tutto il nucleo familiare (max 4 persone per ogni carta socio Coop).

Sconto 10% sul biglietto formula settimanale dei campus.

Sconto 10% sugli acquisti presso lo shop e la libreria e presso il ristorante interno

MOSTRE

LA BIENNALE DI VENEZIA

Mostra internazionale di Architettura "REPORTING FROM THE FRONT"

28 maggio - 27 novembre 2016

Per i Soci Coop: biglietto singolo **22 € anziché 25 €**

CASTELLO DEL BUONCONSIGLIO

Tempi della storia, tempi dell'arte. Cesare Battisti tra Vienna e Roma

Castello del Buonconsiglio, Trento

12 luglio - 6 novembre 2016

Per i Soci Coop: Ingresso singolo **8 € anziché 10 €**

FESTIVAL DELLA FOTOGRAFIA ETICA

8-30 ottobre 2016, Lodi

I fotoreportage saranno ospitati in 10 luoghi di alto valore artistico, palazzi storici e chiese antiche, di cui è ricca la città.

Per i Soci Coop: Ingresso ridotto

www.festivaldellafotografiaetica.it/

www.festivaldellafotografiaetica.it/wra2016/

ESCHER

Palazzo Reale, Milano

24 giugno 2016 - 22 gennaio 2017

Con oltre 200 opere, l'itinerario del progetto espositivo sarà un viaggio all'interno dello sviluppo creativo dell'artista, partendo dalla radice liberty della sua cultura figurativa, soffermandosi sul suo amore per l'Italia e individuando nel viaggio a L'Alhambra e a Cordova la causa scatenante di un interesse per le forme geometriche già ampiamente presente nella sua vena creativa.

Per i Soci Coop: Ingresso ridotto

www.palazzorealemilano.it/wps/portal/luogo/palazzoreale/mostre/inProgramma/dettaglioProgramma/ESCHER

MUSICA

BIENNALE DI VENEZIA

60. FESTIVAL INTERNAZIONALE

DI MUSICA CONTEMPORANEA

7-16 ottobre 2016

Per i Soci Coop: biglietto singolo e/o abbonamento a prezzi della prima riduzione (la scontistica effettiva sul prezzo verrà comunicata successivamente)



3 GIGA SMART

A SOLI **7€** AL MESE
PER SEMPRE

Promozione valida dal 1 settembre al 16 ottobre 2016

▶ **3 GIGA**
▶ **CHIAMATE e SMS**
ILLIMITATI
a 1 Cent
senza scatto alla risposta

IL MESE COOPVOCE È UN MESE VERO!



Scopri le offerte CoopVoce su
www.coopvoce.it

coopvoce
Comunicare è semplice.

Condizioni della promozione: l'offerta 3 Giga Smart sottoscrivibile dal 1 Settembre al 16 Ottobre 2016, prevede un costo mensile pari a 7€, contiene 3 Giga di traffico Internet nazionale ogni mese, permette di chiamare ad 1 cent al minuto e inviare SMS ad 1 cent verso tutti i numeri nazionali di rete fissa e mobile (sono escluse le numerazioni a sovrapprezzo ed il traffico roaming). La tariffazione delle chiamate voce è al secondo e senza scatto alla risposta, le connessioni internet a singolo kbyte. Al superamento della soglia di traffico Internet, la navigazione sarà gratuita, ma la velocità di connessione sarà limitata a 32 kb/sec. L'offerta si rinnova automaticamente ogni mese in caso di credito sufficiente. Se il credito residuo non è sufficiente, l'offerta risulterà sospesa per 7 giorni. Per riattivarla sarà necessario ricaricare entro la scadenza dei 7 giorni altrimenti l'opzione verrà disattivata. Per maggiori dettagli sulle compatibilità e su tutte le offerte visita il sito www.coopvoce.it.

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 0761 404357 - 3487672750

www.visitaorte.com



MUSEO DELLE ARTI IN CHIESA NELLA MAREMMA
magma

Museo Magma Follonica

Comprensorio

ILVA Follonica (GR)

Sconto ai soci Coop sul biglietto di ingresso (4 euro anziché 5).

Info 056659027-243-004

info@magmafollonica.it



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



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 impegnano 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 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* neuromu-

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

scolare. **Clinica odontoiatrica**: visite, paradontologia, ortodonzia e gnatologia, protesi, implantologia, igiene dentale e conservativa, endodonzia, *smile design*. **Medical Spa**: trattamenti 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. Zaffari), cardiologia (dr. D'Ubaldo), urologia (dr. Braggia), 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



**PORTA SEMPRE CON TE
LA CARTA SOCIOCOOP**

I 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

f ASD Laboratorio di Danza e Movimento

ASD Uisport '92 Rosignano (LI)

La scuola di danza *Passi d'autore* organizza corsi di danza classica e moderna, con quote mensili scontate del 5 per cento per i soci di Unicoop Tirreno.

Info 0586762249 - uisport92@tiscali.it

info@scuoladanzarosignano.it

www.scuoladanzarosignano.it

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

www.amatorinuotofollonica.it

ASD Loco Club Napoli

Via Gen. F. Pignatelli, 69

Società sportiva dilettantistica di ballo. Sconti ai 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 0811952765 - info@lococlub.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

Arca Grosseto

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

Info 06452218802 - 3287149387

formazione@fusolab.net

Dimensione Nuoto ASD Viterbo

Servizi legati alle attività di palestra e piscina. Previsto sconto del 18 per cento a tutti i soci di Unicoop Tirreno.

Info 0761370271

dimensionenuotodesk@gmail.com

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 sul costo annuale di 1 corso; 15 per cento sul costo annuale di 2 corsi



PORTA SEMPRE CON TE LA CARTA **SOCIOCOOP**



42

e 15+5 per cento sul costo annuale di 3 o più corsi. I corsi annuali hanno durata 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

Albatros Piscine Quarto

Via Trefole, 21

Ancora per questo mese le *Fattorie Albatros* offrono ai soci di Unicoop Tirreno - in possesso della carta *SocioCoop* - e a un loro accompagnatore, lo sconto del 20 per cento sul biglietto d'ingresso alla piscina per i giorni feriali e prefestivi, che prevede l'utilizzo di ombrellone e sdraio.

Info 0818760215 - www.fattoriealbatros.it

SERVIZI

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

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

MAREGIGLIO

Maregiglio

Porto Santo Stefano (GR)

Sconto del 10 per cento su tutte le tariffe ufficiali sul sito, relative al solo trasporto passeggeri, per la tratta a/r per l'Isola del Giglio.

Info Porto Santo Stefano
0564812920
fax 0564811160
Isola del Giglio
0564809309
fax 0564809469
info@maregiglio.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 Maggiori, 82 - 069411664



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.

Elio e le Storie Tese

Piccoli Energumeni Tour

5 settembre

Piazza Duomo Prato



Emma Marrone

21 settembre

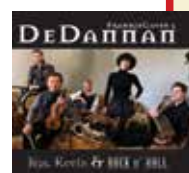
Mandela Forum Firenze



Frankie Gavin e De Dannan

30 settembre

Auditorium Flog Firenze



Sconti per i soci Coop sugli acquisti nei punti vendita Brico Io 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 *Brico Io* 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.



Prendersi cura dell'udito

I consigli di  **AUDIN**, parla la Dott.ssa Giorgia Peri, Audioprotesista responsabile formazione Audin



SENTO MA NON CAPISCO LE PAROLE

COME RISOLVERE IL PROBLEMA

Quali sono i segnali di una difficoltà di udito?

Il più delle volte, all'inizio, non ci si rende conto di avere dei problemi di udito. Si continua a sentire, ma le parole arrivano poco scandite. Gli altri ci dicono che teniamo il volume della TV troppo alto, perdiamo le battute di un discorso, ci ritroviamo a chiedere 'ehh??', faticiamo a capire quello che ci viene detto e ci stanchiamo così tanto a seguire una conversazione che tendiamo a isolarci.

Può accadere a tutte le età

Lo dimostra il numero crescente di giovani che vanno incontro a danni dell'udito soprattutto a causa dell'abitudine di ascoltare musica ad alto volume.

Ma la perdita uditiva può essere causata anche dallo stare a lungo in ambienti rumorosi, da infezioni ed infiammazioni, dall'assunzione di farmaci ototossici, da traumi, da familiarità ed ereditarietà.

Sento ma non capisco le parole

L'indebolimento dell'apparato uditivo (ipoacusia) è un problema che riguarda circa 6 milioni di italiani.

Alcuni segni e sintomi associati alla perdita di udito sono:

- *Sentire la voce poco chiara*
- *Avere difficoltà a capire in presenza di rumore*
- *Fare fatica a capire quando più persone parlano contemporaneamente*
- *Dover alzare il volume della televisione o della radio*
- *Chiedere spesso agli altri di ripetere*

Chi soffre di ipoacusia spesso "sente ma non capisce le parole", questo perché ha difficoltà a sentire alcuni suoni. È come leggere un testo a cui sono state cancellate delle lettere:

"Sento ma non capisco le parole"

"S to ma n ca co le pa e"

Per risolvere questo problema la tecnologia **BrainHearing™** restituisce udibilità ai suoni mancanti amplificandoli, e chiarezza alla voce pulendone il suono.

Capire le parole in ambienti rumorosi

Quando ci troviamo in presenza di rumore il nostro cervello si focalizza sulla voce che vogliamo ascoltare. Questa capacità viene compromessa in presenza di una difficoltà di udito.

Per tornare a capire in presenza di rumore, la tecnologia **BrainHearing™** utilizza speciali microfoni in grado di amplificare le voci e ridurre i rumori.

Il chip, cuore della nuova tecnologia **BrainHearing™**



CONDIZIONI SPECIALI RISERVATE AI

SOCI coop

- **Check up gratuito dell'udito**
- **Sconto 15% soci coop** (come da convenzione)
- **Garanzia kasko 36 mesi**
- **Copertura smarrimento e furto 36 mesi**
- **Apparecchio di cortesia** (in caso di riparazione)
- **Prova gratuita di 30 gg** (senza impegno di acquisto)
- **Forniture ASL e INAIL** (a gli aventi diritto)
- **Consulenza gratuita a domicilio**
- **Finanziamenti e pagamenti personalizzati**

DAL 1952

AUDIN

Eccellenza per l'udito www.audin.it

CENTRO Via V. Veneto, 7 - Tel. 06.485546

MONTEVERDE Cir.ne Gianicolense, 216 A/D - Tel. 06.53272336

SAN GIOVANNI Via Gallia, 59/63 - Tel. 06.77209344

SALARIO/TRIESTE Viale Somalia, 184/186 - Tel. 06.86205134

TUSCOLANO Via F. Stilicone, 217/219 - Tel. 06.76988107

PRATI/TRIONFALE Via Cipro, 8 F/G - Tel. 06.62288288

PRENESTINO/TOR DE SCHIAVI Via Anagni, 100 - Tel. 06.62275454

EUR/MONTAGNOLA Via Attilio Ambrosini, 52 - Tel. 06.79250105

CHIAMA SUBITO  **800.16.71.71**

Chiamata gratuita

NUOVI APPARTAMENTI E GARAGE

A DUE PASSI DAL CENTRO



Complesso "Le Macine" a Livorno
ULTIMI APPARTAMENTI DISPONIBILI

PER INFO E APPUNTAMENTI
tel. 0586-868711 - cell.331.6674621



C.L.C Soc. Coop.
Via Boccherini n. 11 - 57124 Livorno
www.clc-coop.com - e-mail: info@clc-coop.com

Rapporto di fiducia

Una collaborazione decennale a favore di chi ha bisogno di mettere insieme il pranzo con la cena. Così a Piombino la San Vincenzo de Paoli e la Coop contribuiscono ad alleggerire i disagi sociali di una città duramente colpita dalla crisi della grande industria.

■ **Aldo Bassoni**

La San Vincenzo de Paoli a Piombino fu fondata 75 anni fa da don Ivo Micheletti. Da allora non ha mai fatto mancare il suo aiuto alle fasce di popolazione più deboli e bisognose in una città dove, anche a causa della crisi della grande industria, sono aumentate le aree di disagio. «Con la crisi della siderurgia c'è stato un aggravamento delle condizioni sociali – racconta **Claudio Messina**, vicepresidente della San Vincenzo e membro della Giunta

esecutiva nazionale –. Una volta si pensava tutti di andare in pensione all'Ilva. Qualcuno ce l'ha fatta, altri no». Intanto, mentre si aspetta che parta un nuovo progetto di reindustrializzazione, anche l'indotto è andato in crisi. E allora, agli immigrati che hanno invaso pacificamente la città, si sono aggiunti molti nostri connazionali tra le persone assistite. Vecchie e nuove povertà si sovrappongono e qui ce la fanno a soddisfare tutte le esigenze perché la disoccupazione ►



SOCIETÀ SAN VINCENZO DE PAOLI - ONLUS
Dare una mano colora la vita.

► ne dilaga anche dove la grande industria siderurgica una volta creava ricchezza e benessere, e quindi anche chi non aveva mai fatto ricorso alla mensa e ai pacchi di provviste alimentari ha dovuto incamminarsi verso via Lando Landi, nella vecchia chiesa sconsacrata dove ha sede anche la mensa. «In tempi passati si andava nelle famiglie con discrezione a portargli da mangiare, oggi non ce la facciamo più e quindi due volte alla settimana – il lunedì e il giovedì – c'è la distribuzione dei pacchi, una settantina in tutto di cui hanno finora beneficiato 14.600 persone», spiega Messina. E poi c'è la mensa, insostituibile ed essenziale struttura che eroga ogni giorno un pasto caldo a chi ne ha bisogno per un totale di 15.400 coperti all'anno. «La mensa può fornire una settantina di pasti al giorno – dice Messina –. Quando è finito il pranzo, quello che resta viene suddiviso tra gli ospiti che se lo portano a casa per la cena. Chi sono i nostri assistiti? Metà stranieri e metà italiani. Ci può essere qualcuno di passaggio, poi ci sono i residenti soli, alcuni anziani che non hanno mezzi, a volte qualcuno viene per rispondere a un bisogno di comunità, di compagnia, di voglia di stare insieme e socializzare».



Claudio Messina, vicepresidente della San Vincenzo de Paoli di Piombino. Sotto, la cucina e la mensa.

Lessico familiare

«Il fatto di consegnare viveri è una cosa necessaria nelle famiglie con minori – spiega il presidente della Sezione soci Coop **Maurilio Campani** citando una ricerca condotta alcuni anni fa nei campi profughi –. Se si consumano sempre pasti fuori dalle mura domestiche il bambi-

no perde il senso della famiglia perché interiorizza che il bisogno primario del cibo viene dagli estranei... Da qui l'importanza di permettere alle famiglie di preparare ogni tanto i pasti in casa». Ma tutto questo non sarebbe possibile senza il contributo della Coop. Sono più di 10 anni che i negozi Coop di Piombino e dintorni mettono a disposizione della *San Vincenzo de Paoli* ingenti quantità di prodotti non più commerciabili. È il progetto *Buon Fine*, reso possibile dalla ormai nota legge del "Buon Samaritano". In fondo all'anno arrivano nella sede di via Landi 50 tonnellate di generi alimentari da tutti i Supermercati della zona. Ogni mattina, escluso la domenica, due furgoni fanno il giro dei negozi dove trovano i contenitori già pronti per essere caricati con tanto di bolle di accompagnamento. Tutto viene eseguito secondo le regole sanitarie e fiscali, proprio come se si trattasse di una normale transazione commerciale perché la legge obbliga giustamente a controllare e registrare tutto.

Grazie Coop

«Noi facciamo un ulteriore controllo sui prodotti, ma in genere la merce è sempre di buona qualità – precisa Messina –, magari scade nel giro di un paio di giorni e quindi noi provvediamo subito a cucinarla o a distribuirli. C'è molta attenzione alle norme igieniche. In questi anni non è mai successo niente. Il nostro personale è preparato, devo dire che siamo forse più controllati noi dei ristoranti».

Già alle 9 del mattino la cucina è in grado di iniziare a preparare il pranzo con i prodotti del giorno. Il resto viene conservato oppure distribuito a seconda della scadenza dei cibi. «Venisse a mancare il supporto della Coop si potrebbe anche chiudere», ammette lapidario Messina, che aggiunge: «Sì, ci sono altri che donano, ma la Coop è di gran lunga il fornitore più importante. Poi utilizziamo anche i prodotti del *Banco alimentare* da cui arrivano alcune tonnellate di merce a lunga conservazione». In più, le Sezioni soci Coop organizzano raccolte straordinarie. «Il Comitato soci di Piombino è presente sempre nella raccolta con un suo specifico progetto



che quest'anno si è svolto il 21 maggio – precisa Campani –. Oltre a questo ci sono le iniziative delle scuole medie che prima di ogni Natale organizzano una raccolta straordinaria davanti ai punti vendita Coop».

Nel cuore della città

In effetti c'è un rapporto stretto con la città, un rapporto di fiducia perché tutti sanno che ogni pacco di pasta, ogni bottiglia d'olio, ogni euro donato va dove deve andare. E cioè letteralmente a *Buon Fine*. «I nostri volontari si dividono in soci vincenziani, la parte forse meno rilevante, ma il grosso del volontariato è fatto di collaboratori esterni che si avvicinano per dare una mano. Autisti, cuochi, distribuzione alimenti e vestiario, inserimenti di persone che devono scontare una pena – elenca Messina –. In totale tra soci e volontari abbiamo circa 70 persone. Poi capita che ci sia l'ex assistito che rimane con noi per restituire qualcosa di quello che ha ricevuto. In definitiva i dipendenti *part time* sono solo due. Difficile trovare dirigenti, persone che vogliono tirare le fila, è più facile avere la disponibilità di chi desidera dare una mano operativamente. Invece c'è bisogno anche di organizzatori con capacità manageriali perché bisogna essere preparati anche a questo».

L'attività del *Buon fine* coinvolge direttamente il personale dei negozi. C'è una grossa collaborazione che, come testimoniano gli stessi volontari della *San Vincenzo*, non è riscontrabile altrove. Con il personale della Coop c'è un rapporto e una sensibilità diversi, che si sono consolidati negli anni. E che, senza dubbio, continuerà ancora molto a lungo. ■

In ascolto

Un centro gestito con la Caritas per ascoltare chi ha bisogno.

La *San Vincenzo de Paoli* gestisce anche un centro di ascolto in collaborazione con la *Caritas* diocesana. Insieme cercano di tracciare un profilo sociale, individuale o familiare, di tutte le persone che si rivolgono a loro per capire esattamente con chi si ha a che fare. Vengono acquisiti dati e poi c'è un incontro con le persone per capire quali sono i veri bisogni. Niente viene lasciato al caso o all'improvvisazione. Viene chiesto addirittura l'Isce e lo stato di famiglia. Dall'ascolto e dal dialogo con le persone vengono fuori le storie più incredibili e disperate di uomini e donne che hanno perso il lavoro, di gente che viene dall'estero dopo un lungo viaggio, ragazze madri, persone abbandonate, pensionati che non ce la fanno ad arrivare alla fine del mese. La *San Vincenzo de Paoli* è conosciutissima a Piombino. «Tutti sanno quello che facciamo e ci sostengono», afferma con un certo orgoglio Claudio Messina, ex impiegato dell'Ilva che, una volta andato in pensione, su invito di alcuni amici, ha iniziato a fare il volontario presso il carcere di Porto Azzurro, all'Isola d'Elba. «Mi dissero che forse ero la persona adatta a fare i colloqui dato che avevo lavorato tanti anni all'ufficio selezione dell'Ilva – racconta Messina –. Ho voluto provare. E da allora, 17 anni fa, non ho mai smesso. Mi sono trovato subito bene. Dopo un paio di anni sono stato nominato delegato nazionale del settore carceri e faccio parte ultimamente della giunta nazionale della *San Vincenzo*. Il mio impegno principale però è qui su Piombino dove questa organizzazione è sempre stata molto attiva, vivace, non si è mai risparmiata, si è sempre data da fare anche nel creare legami con altre associazioni e con le istituzioni. Questa vitalità ci ha fatto bene anche nei confronti della comunità».

Info

Claudiomess@gmail.com

3409369503

www.sanvincenzopiombino.org



Una raccolta della Colletta alimentare in favore della San Vincenzo de Paoli davanti a un negozio Coop e, a lato, Maurilio Campani, presidente della Sezione soci di Piombino.

Ricette della nonna

Il menu adatto agli anziani, vario, povero di sale e di grassi, ricco d'acqua, meglio se consumato in compagnia e senza esagerare con le porzioni.

■ **Ersilia Troiano**

Varietà, colori, sapori, profumi e convivialità. Ecco la ricetta giusta per una sana e corretta alimentazione quando si supera la soglia di quella che gli esperti definiscono l'età geriatrica. Eppure, e paradossalmente, proprio quando si avrebbe più tempo da dedicare alla propria salute, si finisce spesso – complici noia, solitudine e poca voglia di cucinare – col seguire un'alimentazione monotona e poco equilibrata. Allora che cosa dobbiamo mettere nel piatto quando si diventa anziani?

Nella giusta dose

Cereali, preferibilmente integrali, legumi e verdure, per comporre primi piatti o piatti unici gustosi e salutari (ma anche per contrastare la stitichezza, molto frequente sia negli uomini che nelle donne). Le porzioni di riferimento sono simili a quelle degli adulti anche se va valutato il livello d'attività fisica quotidiana. In linea generale, 80 grammi di pasta o riso e 100 grammi di pane al giorno possono essere le quantità di riferimento; per i legumi, 150 grammi se freschi e 50 grammi se secchi, almeno un

paio di volte a settimana; per la verdura, 80 grammi quella cruda e 200 grammi quella cotta, 2 porzioni al giorno. Latte e derivati a basso contenuto di grassi: latte o yogurt parzialmente scremati, formaggi freschi e latticini, ricotta. Attenzione ai formaggi stagionati, che non possono essere ospiti fissi a cena o erroneamente considerati un secondo piatto leggero. Meglio limitarli a 1 o 2 volte – al massimo – alla settimana, in porzioni non superiori ai 50 grammi.

Pesce, carni magre e uova le altre fonti proteiche da non dimenticare. Le nuove linee guida di riferimento (*Larn*, 2014) hanno rivisto al rialzo le raccomandazioni di proteine per gli *over 70*, con un'indicazione di circa 1,1 grammi di proteine per chilogrammo di peso corporeo al giorno. Comunque c'è da dire che i livelli medi d'assunzione di proteine della popolazione italiana vanno già ben oltre tali raccomandazioni. È, però, importante non trascurare questi alimenti limitando il più possibile, invece, insaccati, carni e pesce conservati (ad esempio, carne in scatola o tonno sottolio), perché ricchi di sale, da ridurre anche a tavola. Quanto ai condimenti vale la regola del "poco ma buono". È sempre preferibile condire e cucinare con oli vegetali, in particolare l'extravergine d'oli-



va, in quantità adeguate: 3 o 4 cucchiaini al giorno è la quantità di riferimento.

Siamo alla frutta

E poi la frutta, che non deve mai mancare a tavola. Fresca, di stagione, cotta o in scatola (meglio senza zuccheri aggiunti), per chi ha problemi di edentulia o masticazione. Dopo pranzo, dopo cena, come spuntino: 3 porzioni di frutta al giorno tolgono il medico di turno...

Non solo cosa, ma anche come: almeno 3 pasti al giorno e 2 piccoli spuntini stimolano il piacere di mangiare e possono essere utili anche per facilitare la digestione. Soprattutto per chi vive da solo, la tentazione di saltare i pasti o adattarsi a piatti freddi e riscaldati è forte. Invece, bisogna prendersi cura di sé stessi, sforzandosi di preparare piatti semplici ma appetitosi, nel rispetto di eventuali indicazioni mediche o difficoltà (ad esempio, di masticazione).

Da non trascurare la quantità d'acqua: almeno 8 bicchieri al giorno sono necessari. Bambini e anziani sono accomunati dalla ridotta sensazione di sete, motivo per cui è importante bere anche se non se ne avverte lo stimolo, soprattutto quando le temperature sono più alte oppure si assumono farmaci (gli anti ipertensivi, ad esempio) che possono avere un effetto sul bilancio dell'acqua.

Istruzioni per l'uso

Possono andare bene anche infusi d'orzo, caffè, tè o tisane, così come piatti brodosi, zuppe e minestre, o ricchi di verdure. E l'alcol? Negli ultimi tempi è molto controverso il suo ruolo protettivo per la salute, soprattutto quella cardiovascolare, e sempre più certo il suo effetto potenzialmente dannoso. Vero è che perdere l'abitudine di un buon bicchiere di vino a pranzo e a cena non è semplice. Si può provare, però, a ridurlo a mezzo bicchiere oppure a un solo bicchiere durante 1 dei 2 pasti. Sicurezza alimentare al primo posto. Anche in questo caso bambini e anziani sono accomunati da una maggiore e necessaria attenzione, considerato che il loro sistema immunitario può essere aggredito più facilmente da batteri responsabili di infezioni. Attenzione dunque al consumo di alimenti conservati male o per troppo tempo in frigorifero, a quelli con uova crude o poco cotte (maionese fatta in casa, tiramisù ecc.) e a pesce marinato e frutti di mare crudi. Meglio limitarne il consumo, anche se sarebbe preferibile evitarli. ■

Master chef

Sebbene siano molti i fattori che influenzano le scelte d'acquisto e consumo degli alimenti, la capacità di cucinarli correttamente gioca un ruolo fondamentale: numerosi studi hanno, infatti, dimostrato che essere un cuoco provetto aiuta a fare scelte alimentari più salutari. Ad esempio, chi sa cucinare consuma in genere più frutta e verdura e meno piatti pronti o di rosticceria-gastronomia *take away*. Al contrario, scarso interesse o capacità di cucinare sono generalmente associati a una minore assunzione di verdura e legumi e a uno stile alimentare decisamente meno adeguato. Ma perché chi è un bravo cuoco mangia meglio? Innanzitutto perché chi

Chi sa cucinare mangia meglio e più sano. Ecco perché.

non è bravo ai fornelli ha poca scelta a tavola: basta pensare alla varietà offerta dai legumi, dalle verdure o dai piatti a base di pasta e riso rispetto ai semplici piatti pronti all'uso come salumi, insaccati o formaggi di cui fa incetta chi non sa cucinare. Che significa dunque una maggiore varietà a tavola, un maggior utilizzo di alimenti freschi e minimamente processati e una maggiore possibilità di sperimentare abbinamenti equilibrati e insieme gustosi. Inoltre, chi è coinvolto nelle scelte d'acquisto e nella preparazione del *menu* per tutta la famiglia, generalmente le donne, è anche più abituato e ben disposto a seguire le regole di una sana alimentazione. Ad onore del vero sempre più uomini si avvicinano all'arte culinaria: il piacere e la passione per la cucina sono le motivazioni che li incuriosiscono e li spingono ad imparare. Tuttavia, per tutte le fasce d'età, vari studi hanno evidenziato che sono ancora le donne ad avere più alte competenze in cucina. L'ideale sarebbe condividerle con tutta la famiglia, papà, nonni, bambini e adolescenti, per offrire loro uno strumento in più nella costruzione di uno stile di vita sano. Ma cucinare e mangiare insieme non è sempre facile: i ritmi frenetici e gli impegni scolastici e di lavoro hanno ridotto il momento del pasto insieme alla sera. Guai a scoraggiarsi, però: un pomeriggio libero, il fine settimana o le vacanze possono rappresentare un'occasione per riunire tutta la famiglia davanti ai fornelli. ■



Alta **tensione**

Insieme delle reazioni che mette in atto l'organismo di fronte a una situazione sconosciuta e di cambiamento, alla ricerca di nuove energie per affrontarla. Non è poi così male lo stress.

■ **Barbara Bernardini**

Dal mutuo ai problemi di lavoro, dai litigi con i figli a quelli con la dolce metà, e la lista potrebbe continuare. In tanti si definiscono stressati quasi che lo stress in senso fisico fosse una malattia. Ma lo è davvero? In realtà lo stress nasce da uno stimolo positivo, «rappresenta l'insieme delle reazioni che il nostro organismo mette in atto di fronte a una situazione sconosciuta, di cambiamento, alla ricerca di energie *extra* per affrontarla», spiega **Stefania Pallini**, endocrinologa e responsabile del servizio di endocrinologia della *Casa di Cura Villa Tirrena* a Livorno.

lo penso positivo

Ogni situazione di stress innesca all'inizio la stessa reazione: aumento del battito cardiaco, della pressione sanguigna, della sudorazione e della tensione muscolare, come quando i nostri antenati si trovavano in situazioni pericolose nella savana. In termini anglosassoni si definisce risposta "fight or flight" ovvero "combatti o fuggi". Ma oggi non dobbiamo fronteggiare leoni inferociti o orde di predoni. Nelle moderne giungle cittadine dobbiamo

affrontare altre minacce, ma il corpo si prepara allo stesso modo per tenere alto lo stato di allerta. Il fatto di essere tesi prima di un colloquio o un esame ci aiuta a fare meglio. «È quello che – sottolinea Pallini – viene chiamato stress positivo o *eustress*, proprio perché ci spinge a reagire favorevolmente alle sfide. D'altro canto, a lungo andare, se gli eventi stressanti diventano prolungati o troppo intensi, si possono avere effetti negativi: si crea una rottura dell'equilibrio fisiologico e il corpo non riesce più a rilassarsi tra un momento di stress e l'altro, e quindi i sintomi di tensione, che ci aiutavano, possono trasformarsi in una condizione quasi patologica. In questo caso si parla di stress negativo o *distress*».

Sotto stimolo

Un ruolo di primo piano nei sintomi dello stress lo gioca l'ormone cortisolo. «Ma attenzione: non è la causa, semmai la conseguenza dello stress, essendo coinvolto in numerose regolazioni fisiologiche – precisa l'endocrinologa –. Una produzione eccessiva e prolungata può causare numerosi disturbi: l'aumento della glicemia e della pressione arteriosa, la diminuzione delle difese immunitarie con conseguenti infezioni ricorrenti, obesità prevalente del tronco, ipotonia e quindi debolezza muscolare e osteoporosi. Bisogna, però, distinguere le situazioni in cui questa sovrapproduzione

rappresenta solo un meccanismo di adattamento agli stimoli stressanti, seppur esagerato in alcuni casi, e quando è conseguente a una vera e propria malattia.

Infatti, come chiarisce Pallini, «la produzione di cortisolo, che avviene nelle ghiandole surrenali, è regolata da un altro ormone, l'adreno-



corticotropo (*Acth*) prodotto dall'ipofisi; l'ipersecrezione potrebbe dipendere da patologie a carico di questi due organi come, per esempio, la presenza di adenomi. In entrambi i casi la terapia risolutiva è di tipo chirurgico».

Gioco di strategia

Esistono differenze nella risposta fisiologica allo stress tra uomini e donne? Quando si parla di ormoni, viene facile pensare alla delicata condizione femminile e in effetti lo stress colpisce molto il ciclo mestruale: «lo stimolo stressante viene percepito come un allarme, una situazione di sovraccarico non idonea alla riproduzione – commenta Pallini –. Ne conseguono ritardi mestruali, che possono anche essere di giorni o mesi».

Cosa fare quindi per combattere lo stress? Una prima soluzione, solo all'apparenza banale, è quella di smettere di considerarlo una condizione totalmente negativa. Hans Seyle, neuroendocrinologo, nel 1936 lo definiva così: «lo stress è la risposta strategica dell'organismo nell'adattarsi a qualunque esigenza, sia fisiologica che psicologica, a cui venga sottoposto». Insomma, «è l'essenza della vita», conclude Pallini. Non possiamo evitare di essere stressati se dobbiamo so-

L'eccesso di cortisolo e la malattia di Cushing

Il cortisolo è un ormone prodotto dalla porzione corticale delle ghiandole surrenali e appartiene alla categoria dei glucocorticoidi. Viene sintetizzato su stimolazione dell'ormone adrenocorticotropo (*Acth*) prodotto dall'ipofisi. Le sue azioni principali consistono nell'indurre un aumento della glicemia e nel contrastare le infiammazioni. L'eccesso di questo ormone viene definito ipercorticosurrenalismo o *malattia di Cushing*, che si identifica con l'adenoma (tumore epiteliale) ipofisario *Acth*-secernente, una patologia considerata rara. La terapia consiste di due fasi principali: asportazione chirurgica di uno o entrambi i surreni; asportazione dei microadenomi dell'ipofisi. Nelle fasi iniziali è, invece, prevista una terapia di tipo farmacologico.

INFO

Dott.ssa Stefania Pallini
Specialista in endocrinologia e malattie del ricambio
Casa di Cura Villa Tirrena
Livorno - via Montebello, 102
www.endocrinologiapallinilivorno.com
www.studiodiaita.it

stenere un esame difficile, e neanche se dobbiamo invitare a cena la suocera, ma possiamo reagire con energia, guardare le cose da una prospettiva più ampia e fare dei respiri profondi. E, per chi può, concedersi una vacanza ogni tanto. ■

sani & salvi di Barbara Bernardini

Anca dati

Data la sempre maggiore frequenza degli interventi all'anca e al femore soprattutto nella popolazione anziana, i chirurghi stanno cercando vie alternative al classico intervento di chirurgia maggiore. Roberto Abba, responsabile Ortopedia I dell'Istituto Clinico Beato Matteo di Vigevano (PV) è riuscito a sperimentare con successo negli ultimi 3 anni la cosiddetta via anteriore per l'impianto di protesi d'anca o la riparazione di fratture. Niente più incisioni mio-tendinee, i muscoli vengono solo divaricati, non tagliati, e vengono protette le strutture vascolari e nervose vicine all'articolazione. Risultato: dimezzati i tempi di recupero, meno dolore, ripresa del carico sulla gamba, diminuzione dei tempi di ospedalizzazione. Un vero successo che si spera possa diffondersi sempre di più negli ospedali italiani.



Punto di vista

All'ospedale San Raffaele di Milano, l'impianto di un chip elettronico di 3 millimetri restituisce una parte della vista a persone che l'hanno persa durante l'età adulta a causa di gravi malattie ereditarie, come la retinite pigmentosa, ripristinando la percezione della luce e delle forme di oggetti e persone circostanti. Si chiama Alpha Ams, è prodotto dalla compagnia tedesca Retina Implant AG, e si tratta del sistema di visione artificiale più evoluto al mondo, un microtappeto di sensori che sostituiscono la funzione dei fotorecettori della retina e inviano impulsi visivi al cervello.

Prendi nota

Soffrite d'ipertensione? Niente paura, basta sdraiarsi sul divano e ascoltare Strauss o Mozart. I ricercatori dell'Università della Ruhr hanno dimostrato che gli ipertesi possono beneficiare dell'ascolto della musica classica di questi compositori, coinvolgendo 120 persone, metà delle quali hanno ascoltato musica per 25 minuti e l'altra metà ha semplicemente riposato. La musica di Mozart è stata in assoluto quella più efficace nel ridurre la pressione sanguigna, ma uno studio di Oxford conferma e sostiene che funzionino bene anche Beethoven e Verdi.



Micio micio bau bau

Cibo, prodotti per l'igiene e la cura, accessori di ogni tipo. La spesa per gli amici a quattro zampe dei padroni italiani non conosce crisi. Qua la zampa!

■ **Dario Guidi**

Con 75 referenze, la gamma dei prodotti Coop per l'alimentazione degli animali domestici è cresciuta negli anni per rispondere a una domanda sempre più esigente. E per essere in sintonia con questa domanda in continua evoluzione, Coop ha deciso di trasformare una già ampia e qualificata gamma in una vera e propria linea dedicata che va ad aggiungersi alle altre esistenti (*ViviVerde, Fior*

fiore, Crescendo, Solidal, Bene.sì). Nasce così *Amici speciali* i cui prodotti hanno iniziato a essere disponibili nei punti vendita Coop già dal mese di luglio.

«Nell'ambito del grande progetto di rinnovamento dei prodotti a marchio Coop (di cui abbiamo parlato su *Nuovo Consumo* di luglio-agosto, ndr) – spiega **Roberto Vanzini**, brand manager di *Coop Italia* – uno dei punti chiave è l'idea di sviluppare nuove



linee di prodotti in grado di rispondere alle esigenze di un settore che sta cambiando sempre più rapidamente. I dati sull'alta presenza di animali domestici e soprattutto la cura con cui questi animali vengono accuditi, ci hanno convinto che le tante cose buone che già i nostri prodotti a marchio Coop potevano offrire, dovevano trovare un modo ancor più attento e completo per essere proposte. Da qui la scelta di dar vita ad *Amici speciali* che vuole riproporre tutte le attenzioni e le garanzie tipiche del prodotto Coop trasferendole anche al mondo animale».

La bestia nel cuore

Dunque a fianco dei tradizionali prodotti che pian piano andranno ad esaurimento, sugli scaffali sono già comparse le prime nuove confezioni di *Amici speciali*: tutti alimenti senza conservanti e coloranti, con ricette dal sano equilibrio nutrizionale, che privilegiano la qualità degli ingredienti di base e sono tutte *cruelty free*, nel senso che non vengono fatti test invasivi sugli animali per verificare la bontà e l'efficacia di prodotti e ingredienti. Ma le novità non si fermano qui: *Amici speciali* avrà infatti un segmento *Premium*, cioè una serie di prodotti con caratteristiche di particolare valore che da settembre iniziano progressivamente a comparire sugli scaffali. «Con la parte *Premium* della linea *Amici speciali* – continua Vanzini – stiamo lavorando su tre diversi contenuti di valore e qualità: i prodotti specifici, quelli funzionali e quelli naturali. Nel primo caso parliamo di prodotti destinati a specifiche taglie dell'animale, ma anche età o fasi della crescita, stili di vita, attitudini e comportamenti. Nel caso di prodotti funzionali invece si tratta di referenze che, grazie al contenuto di micronutrienti e additivi come vitamine, sali minerali, acidi grassi essenziali, estratti vegetali, sono in grado di apportare benefici all'organismo dell'animale. Avremo prodotti con funzioni antiossidanti ed antinfiammatorie per favorire le difese immunitarie dell'animale, oppure con proteine particolarmente leggere, ideali per animali con sensibilità digestive, ma anche

Da leccarsi i baffi

Consigli utili perché cani e gatti mangino in modo sicuro e bilanciato.

Problemi igienico-sanitari e la necessità di un corretto soddisfacimento dei fabbisogni nutrizionali degli amici a quattro zampe. Per sopperire ai limiti dei pasti fatti in casa con ingredienti freschi, c'è una ricca offerta di prodotti industriali. In commercio esistono prodotti sia secchi (croccantini) che umidi (*pâté*, bocconcini) formulati *ad hoc*, igienicamente sicuri, facilmente conservabili e in grado di offrire un'alimentazione completa e bilanciata. Ma qual è il menu più giusto? In primo luogo bisogna considerare i loro reali fabbisogni ed evitare un eccesso di cibo che in breve tempo è destinato a tradursi in condizioni di sovrappeso o, peggio ancora, di obesità. Inoltre è bene ricordare che alcuni ingredienti, quali cioccolato, aglio e cipolla, sono tossici per cani e gatti e, quindi, devono assolutamente essere evitati. In caso di età avanzata può essere ragionevole scegliere un'alimentazione molto digeribile, con un apporto limitato di grassi, una quota proteica adeguata e di ottima qualità e una certa quantità di fibra, necessaria per evitare fenomeni di stipsi. Questi alimenti sono inoltre arricchiti di alcuni particolari nutrienti: acidi grassi omega 6 e 3, oligoelementi (zinco, ad esempio), vitamina E, carnitina, taurina (in particolare per il gatto) ed altri anti-ossidanti, in grado di supportare la funzionalità del sistema immunitario e cardio-circolatorio.



oculari, auricolari e cutanee così da aiutarli a mantenere un peso corporeo ottimale e a ridurre l'accumulo di grassi. Infine i prodotti con ingredienti di alta qualità, percentuali significative di carne fresca, attente modalità di lavorazione, come la cottura al vapore, mono-proteici, e senza cereali. In sostanza – conclude Vanzini – con questa doppia articolazione della gamma che abbraccerà anche altri *Amici Speciali*, come gli uccelli e i roditori, coniugheremo convenienza e specializzazione, diventando un vero e proprio punto di riferimento del mercato. Il tutto con la collaborazione del Dipartimento di Scienze Veterinarie per la salute e la sicurezza alimentare dell'Università di Milano». ■

Magnetismo animale

**Il bello e il buono del rapporto con gli animali, l'importante è non "umanizzarli".
Ne parla l'etologo Roberto Marchesini.**

54

«Il cane è stato addomesticato dall'uomo 33 mila anni fa, nel Paleolitico superiore. Per i gatti invece si va a subito dopo il Neolitico, circa 8-10 mila anni fa quando si iniziarono a immagazzinare i cereali e per combattere i topi si capì che il gatto era un alleato fondamentale. Dunque, questi animali sono da sempre compagni dell'uomo. Certo, anche se partiamo da così lontano, in questi ultimi decenni ci sono stati cambiamenti importanti, su cui è bene riflettere e di cui essere consapevoli, per evitare errori e deformazioni». Parola di **Roberto Marchesini**, etologo e direttore del Siua (Istituto di formazione zooantropologica - www.siua.it).

In Italia il numero di animali domestici si stima sia pari a quello degli abitanti, circa 60 milioni, con cani e gatti che costituiscono il nucleo centrale. Che cosa sta cambiando?

«Ad aumentare la presenza di cani e gatti nelle nostre case sono alcuni fenomeni sociali che si sono accentuati nel corso degli ultimi 50 anni. Penso alla scomparsa delle famiglie composte da più nuclei che vivevano nelle campagne. All'opposto sono aumentati tantissimo, specie tra gli anziani, quelli che vivono soli. È chiaro che per molti l'animale diventa una figura fondamentale, perché così c'è qualcuno che ci aspetta a casa e di cui occuparsi. Per questo cani e gatti finiscono per ricoprire un ruolo che non è originariamente il loro».

Possiamo dire che cani e gatti svolgono una funzione sociale?

«Direi proprio di sì. Nella società rurale del secolo scorso cani e gatti facevano i cani e i gatti. Ora fanno molto di più. Se nessuno va a trovare una persona è chiaro che la relazione affettiva con un animale domestico è fondamentale per dare un senso, per farti sentire utile».

Spesso sono i bambini la molla che fa arrivare un animale in famiglia.

«C'è chi sostiene che avere un cane o un gatto sia un'alternativa al fare figli. Certo, casi in cui un animale surroga alla mancata genitorialità ci sono, ma il dato di fondo è che, nella maggioranza dei casi, è proprio chi ha figli ad aprire le

porte di casa a un animale. Il rapporto tra bambini e animali è estremamente positivo, rafforza la fantasia, ha una funzione educativa e, per questi motivi, credo che anche qui si possa parlare di un valore sociale di queste esperienze».

Non si può negare, però, che nel rapporto con cani e gatti si arrivi a volte a degli eccessi.

«Non condivido la parola eccessi. Il problema non è il voler troppo bene a questi animali, il problema è che ci possono essere delle alterazioni che portano a voler umanizzare o antropomorfizzare l'animale e questo diventa un maltrattamento. Un cane va trattato da cane, un cane deve rotolarsi nell'erba, deve avere il piacere di sentire odori, di sporcarsi e scoprire le cose perché è nella sua natura. Nelle case di campagna di un tempo cani e gatti vivevano meglio. Questo dobbiamo ricordarcelo sempre. I bambini oggi non conoscono mucche e galline ed è un errore se pensano che un maiale sia *Peppa Pig* o che un cane sia *La Pimpa*. C'è un'autenticità che dobbiamo ritrovare in tutte queste relazioni».

Forse è necessario dare qualche consiglio utile per affrontare la relazione con questi animali. Partiamo dai cani...

«La prima cosa è informarsi. Non è solo una questione estetica: ogni razza ha esigenze e tendenze caratteriali ben definite. È evidente poi che con un cucciolo, quale che sia la razza, serve una pazienza infinita, perché la pipì sul tappeto la farà di sicuro. Fondamentale quando arriva un cane è chiedere consigli al veterinario. E aggiungo che l'alternativa a un cucciolo può essere quella di andare in un canile, parlare con l'educatore spiegando le nostre esigenze e cosa cerchiamo, e prendere un cane adulto che ha già una personalità formata e sue abitudini in linea con ciò che cerchiamo. E guardate che anche se è già adulto si affeziona comunque a voi».

E con i gatti?

«Per i gatti il discorso sulle razze conta meno perché non c'è stata una selezione performativa come per i cani. I tratti fondamentali sono che i gatti hanno bisogno dei loro spazi e di momenti di *privacy*. Non ti stanno addosso come i cani. I gatti sono più emotivi e dunque bisogna cercare di non spaventarli e sono pure molto conservatori. Per questo è bene cercare di abituarli da piccoli anche alla presenza di estranei». ■



Roberto Marchesini, etologo e direttore del Siua (Istituto di formazione zooantropologica).

Una Coop bestiale

Dal pâté ai bocconcini, dagli straccetti agli sfilaccetti, tutti offerti in diverse combinazioni. Ecco Amici speciali, il menu a marchio Coop per cani e gatti.

Con 75 referenze e una costante crescita, non solo nelle vendite ma anche nell'apprezzamento dei clienti, la gamma dei prodotti Coop per l'alimentazione degli animali domestici è cresciuta negli anni per rispondere a una domanda sempre più esigente di famiglie e consumatori. E per essere in sintonia con questa domanda in continua evoluzione, Coop ha deciso di fare un salto di qualità e trasformare una già ampia e qualificata gamma in una vera e propria linea dedicata che va ad aggiungersi alle altre esistenti (*ViviVerde*, *Fior fiore*, *Crescendo*, *Solidal*, *Bene.sì*). Nasce così *Amici speciali* i cui prodotti hanno iniziato a essere disponibili nei punti vendita Coop già da luglio.

«Nell'ambito del grande progetto di rinnovamento del mondo dei prodotti a marchio Coop (di cui abbiamo parlato su *Nuovo Consumo* di luglio-agosto, ndr) – spiega **Roberto Vanzini**, brand manager di *Coop Italia* – uno dei punti chiave è l'idea di essere sempre più in grado di andare incontro alle esigenze delle famiglie. I dati sulla presenza di animali domestici e soprattutto il modo attento con cui questi animali vengono accuditi, ci hanno convinto che le tante cose buone che già i nostri prodotti a mar-

chio Coop potevano offrire dovevano trovare un modo ancora più completo per essere proposte. Da qui la scelta di dare vita ad *Amici speciali* che vuole riproporre tutte le attenzioni, le cure e le garanzie tipiche del prodotto Coop trasferendole anche al mondo animale».

Amici miei

Dunque a fianco dei tradizionali prodotti che piano piano andranno ad esaurimento, sugli scaffali sono già comparse le confezioni di *Amici speciali* che proporranno tutti alimenti senza conservanti e coloranti, con ricette dal sano equilibrio nutrizionale, privilegiando la qualità degli ingredienti di base e saranno

tutte *cruelty free*. Ma le novità non si fermano qui: *Amici speciali* avrà, infatti, un segmento *Premium*, cioè una serie di prodotti con caratteristiche di particolare pregio che da questo mese inizieranno progressivamente a comparire sugli scaffali. «Con la parte *Premium* della linea *Amici speciali* – continua Vanzini – vogliamo lavorare su 3 aspetti: proporre prodotti funzionali, mirati a garantire determinati apporti o ad affrontare specifiche problematiche (come quelle digestive); offrire il massimo di naturalità, riducendo i trattamenti; proporre cibi per i nostri cani e gatti buoni e saporiti. Questo nostro lavoro si unirà alla garanzia di una forte convenienza rispetto ai marchi *leader* del settore». Per fare alcuni esempi di prodotti *Premium*: cibi pensati secondo l'età e la taglia degli animali, per gatti sterilizzati con indicazioni in etichetta dei contenuti nutrizionali e degli apporti. Tra i primi arrivi le crocchette con pollo e riso pensate per animali di piccola taglia (sotto i 10 chilogrammi) e gli straccetti di pollo per cani golosi. ■



Fotoromanza

Tornano le foto stampate su carta. Ma per lo sviluppo bisogna scegliere il laboratorio giusto, altrimenti i ricordi sbiadiscono...

■ **Roberto Minniti**

Hard disk dimenticati in un cassetto, cd e dvd sepolti chissà dove, pen drive e schede di memoria che eravamo certi di aver conservato gelosamente e invece... Quanti di noi hanno sparpagliato i propri ricordi in giro per casa? Foto che rappresentano istanti preziosi della nostra vita, scattate con l'intenzione di prolungare le sensazioni del momento, custodite insieme a centinaia, a migliaia di altre e, alle fine dei conti, destinate all'oblio. Sono le conseguenze della sbornia digitale, quella che ci ha portato per molti anni a dimenticare il valore della carta, di un *album* che custodiva gli scatti a cui abbiamo dedicato tanta passione durante le vacanze, gli episodi importanti, gli avvenimenti della nostra vita.

Al più siamo stati inclini a "condividerle" per un istante sui *social*, poi più nulla. E con quanta meraviglia le riscopriamo quasi per caso, quando rispunta una *memory card* negletta

o il nostro "assistente sociale" ce la ripropone dopo anni, come fa spesso Facebook.

Sulla carta

Come tutte le sbornie, anche quella del digitale prima o poi passa. Non vogliamo certo dire che stia tornando a farsi strada la vecchia pellicola e le macchine fotografiche che ci costringevano a ponderare bene prima di scattare una foto e a scartarne decine, una volta stampate a caro prezzo, perché riuscite male. Anzi, siamo in un'epoca in cui finalmente anche i produttori di *smartphone* hanno capito che la qualità delle foto fatte dai loro apparecchi va curata e presentano ottiche che promettono di eguagliare quelle delle fotocamere migliori, con possibilità di scattare anche al buio.

Quello che cambia è che stiamo riscoprendo, con molta soddisfazione, il valore della carta. Che si tratti della stampa di foto scelte nel mare *magnum* dei nostri scatti o di *album*



dall'apparenza di creativi libricini, tornano a materializzarsi i ricordi. Le occasioni di farlo a prezzi economici, d'altronde, non mancano: su internet si danno battaglia a suon di sconti i tanti centri di sviluppo. L'unico imbarazzo, dunque, è la scelta.

Organi di stampa

La qualità del risultato, per esempio, resta un'incognita: tutto dipende dallo stampatore che, nei servizi *on line*, non è più il professionista che vaglia la singola immagine e ne calibra i colori, l'inquadratura, la nitidezza, ma è una macchina preimpostata che sforna quantità industriali di panorami e sorrisi altrui. Resa di luce, colori, nitidezza, perfino inquadrature e tagli dipendono dalla taratura di apparecchi che produce migliaia di stampe l'ora su formati *standard* e non possono di certo essere calibrati caso per caso.

La qualità, dunque, è affidata sempre al caso? No, almeno se scegliamo con qualche accortezza il laboratorio digitale a cui rivolgerci. Per prima cosa valutiamo i prezzi che vengono offerti dai siti specializzati. Ci accorgeremo che per foto *standard* siamo nell'ordine di qualche centesimo, ma è bene controllare che non ci siano spese occulte, che si rivelano solo al momento del pagamento, come addebiti amministrativi, costi di spedizione o d'uso di particolari carte di credito.

Per eliminare molti di questi sovrapprezzi si può ricorrere alla consegna in negozio e al pagamento al ritiro, quando questo è possibile. O optare per chi prevede la spedizione gratuita. Calcolatrice alla mano, non dimentichiamo di controllare il costo a scatto relativo al numero di foto che inviamo: spesso diminuisce in base al numero di stampe che richiediamo. ■

Prospettive di sviluppo

In Coop le immagini più belle si riproducono anche su cuscini, cover, t-shirt.

C'è un evento speciale dietro ogni fotografia. Le immagini più belle impresse sulla macchina digitale o sul proprio *smartphone* possono essere rese eterne con pochi gesti grazie allo sviluppo *on line*. Collegandosi dal *pc* al sito *coop.photosi.com* basta davvero poco: la registrazione, il carico delle foto e la scelta del negozio Coop di riferimento dove ritirare l'ordine (invio gratuito, richiesto pagamento con carta se la destinazione dell'invio è al proprio domicilio). L'ordine può essere effettuato nel punto vendita attraverso le postazioni dedicate e ritirato sempre in negozio nella data indicata sullo scontrino *pro memoria* (circa 7 giorni dopo). Si può ordinare anche tramite l'apparecchio mobile attraverso l'app per *iPhone* e *iPad* (*Photosi Printup*). Stampare una foto nel formato più classico attraverso *Coopfoto* ha il prezzo base di 0,14 euro, ma questo è solo l'inizio e c'è da sbizzarrirsi. A partire da 8,50 euro si può richiedere un fotolibro personalizzato con sfondi, grafiche, testi e le foto più belle di un momento speciale. L'idea per un regalo unico, per un ricordo a un familiare o amico si può trovare tra le pagine *on line* del sito che guida l'utente in base al numero di foto a disposizione, al destinatario e all'investimento economico che si vuol fare: cover per *smartphone* (da 19,90 euro), *iPad* e *notebook*; cuscini (da 18,50 euro) di diverse forme e grandezze; *t-shirt* (da 19,90 euro), *fotoshopper* (da 29,90 euro) e tanti altri accessori che possono diventare un ricordo originale e personalizzato. Così come gli oggetti di arredo per la casa, quali fotoquadri (da 8,90 euro) proposti in svariati modelli, formati e materiali, e fotocornici (da 29,90 euro). E poi ancora biglietti personalizzati (a partire da 0,46 euro) con foto, grafica e testi, oppure calendari (a partire da 6,90 euro) e agende (da 14,90 euro) per rivivere un anno di emozioni. ■ **B.S.**

I negozi Unicoop Tirreno che effettuano il servizio stampa/consegna foto sono: Livorno (IperCoop Fonti del Corallo, Parco Levante), Viareggio, Avenza, Rosignano Solvay, Vada, Porto Azzurro, Portoferraio, Piombino (via Gori), Pietrasanta, San Vincenzo, Venturina, Donoratico, Cecina, Follonica, Bagno di Gavorrano, Grosseto (via Ximenes e via Inghilterra), Castiglione della Pescaia, Orbetello, Roma Casilino (IperCoop), Napoli (via Arenaccia), Santa Maria Capua Vetere.

CREA CON LE TUE FOTO SU
COOP.PHOTOSI.COM

€10
PER IL TUO 1° ORDINE

E RITIRI NEL TUO PUNTO VENDITA PREFERITO



Il polso della situazione

58

Non solo orologi, anche se si portano al polso. Gli smartwatch si collegano allo smartphone e ne prendono le funzioni, intelligenti davvero.

Daniele Fabris

nutile negarlo. Quando lo abbiamo visto al polso di un conoscente o un collega ne siamo rimasti affascinati e, inevitabilmente, ci abbiamo fatto un pensierino. E ora che i prezzi sono scesi e un modello a basso costo si trova in commercio anche a poco più di 20 euro, ci siamo chiesti se non sia il caso di comperare uno *smartwatch*.

D'ora in poi

Per chi non ci avesse ancora preso confidenza, si tratta di orologi che hanno quasi tutte le funzionalità di uno *smartphone*, si collegano al telefono tramite *bluetooth*, ricevono le notifiche dal cellulare. Dunque permettono di leggere *sms* e messaggi dei *social* in maniera più comoda, rispondere senza tirare fuori lo *smartphone* e, in qualche caso, perfino telefonare semplicemente avvicinando il polso alla bocca.

Prima cosa da valutare è la compatibilità col cellulare da cui dipendono strettamente. Gli *smartwatch*, infatti, non sono sempre universali e hanno sistemi operativi che gli assicurano compatibilità diverse. Ce ne sono *Android*, *iOS* e c'è anche chi ha sistemi operativi proprietari. I modelli che optano per il sistema di Google, l'*Android*, sono certamente in grado di comunicare con i telefoni che adottano la stessa tecnologia (come *Huawei*, *Lg* e *Motorola*, per esempio) ma non è detto che non parlino con un *iPhone*. Attenzione, però, non è scontato che pur dialogandoci siano in grado di "comprendere" tutte le funzioni dell'apparecchio di casa *Apple* e potrebbero limitarne l'uso. In caso abbiate un apparecchio *iOS*, dunque, la scelta migliore (anche se non la più economica) è quella del *WatchOS*, che adotta il sistema operativo perfettamente compatibile con apparecchi da *iPhone 5* in poi. Una comodità che si paga: generalmente da 400 euro in su. Ci sono poi aziende come

Samsung e *Pebble* che hanno scelto sistemi operativi proprietari ossia sviluppati appositamente per i loro dispositivi. In questi casi è bene verificare con attenzione la compatibilità con il proprio telefono.

Presi a modello

Seconda valutazione obbligata è sul *touch screen*. Non tutti gli orologi-telefono ne sono dotati: modelli come il *Pebble*, per esempio, prevedono pulsanti laterali per utilizzare le funzioni. Se optate per lo schermo tattile, considerate che dovrebbe essere di grandezza sufficiente per essere comandato dalle vostre dita. Può sembrare un'osservazione banale, ma è meglio che proviate al polso la comodità di queste funzioni prima.

Siete pronti a innamorarvi di uno *smartwatch*? Fermatevi un momento a riflettere: non è un telefonino, ma un orologio. Sarà, dunque, molto meno protetto di quanto lo è lo *smartphone* che possedete: polvere, urti, acqua ne minacceranno la durata. Almeno sul versante della resistenza all'acqua e alla polvere è il caso di accertarvi che sia in grado di difendersi adeguatamente. La garanzia, in questo caso, viene dalla certificazione *IP* (*International protection marking*). La sigla è seguita da un numero a doppia cifra: la prima indica la protezione per la polvere (e le piccole particelle solide). Il massimo offerto è 6. Il secondo numero è, invece, quello che testimonia il comportamento del dispositivo nei confronti dell'acqua. Qui la resistenza completa, in condizioni normali, è 8 e garantisce resistenza anche in caso di immersione (generalmente fino a 3 metri di profondità). Il massimo che potrete chiedere al vostro *smartwatch*, dunque, è un *IP68*, in grado di tutelarvi nell'uso quotidiano. Gli *optional* che restano da valutare prima di aggiungere al carrello il nuovo telefono sono essenzialmente 2: le funzioni per lo sport e quelle che



**In promozione
per i soci dal 1°
al 15 settembre**

Fitbit Charge HR

Braccialetto wireless battito cardiaco+attività

- monitoraggio continuo del battito cardiaco PurePulse basato sul polso, 24 ore su 24 e 7 giorni su 7
- controlla passi, distanza percorsa, calorie bruciate, piani saliti e minuti di attività
- mostra l'attività, le statistiche sulla corsa, tempi e ID chiamante
- controlla la qualità del sonno
- batteria con un'autonomia fino a 5 giorni
- sveglia silenziosa con vibrazione
- resistente all'acqua.

Prezzo per soci

**97,93 euro (anziché
139,90 - sconto 30%)**

è in grado di svolgere in assenza dello *smartphone*. Se nel secondo caso per utilizzarlo a pieno resta solo l'opzione di un modello con *sim* inseribile e la scelta si ridurrà a pochi modelli, sulle opzioni sportive non c'è che l'imbarazzo della scelta. Contapassi, monitoraggio delle pulsazioni, chilometri percorsi sono solo alcune delle funzioni più comuni. Tenendo conto che alcune possono essere scaricate anche in seguito mentre per quelle legate al contatto con il polso (il misuratore di battiti cardiaci, per esempio) deve esserci un sensore dedicato. ■

Occhio alla penna

Costa poco e rimedia gli errori. Vita facile per i piccoli scolari con la penna cancellabile.

Un'immagine che evoca la nostra infanzia. Le prime grandi lettere panciute, tremolanti. E poi le correzioni degli errori, tante da rendere il nostro quaderno una sorta di campo di battaglia. E l'immane compagna: la gomma bicolore, per cancellare da un lato la matita e dall'altro la penna. Quanti fogli bucati a causa sua. Fino a quando, nel 1980, arriva la penna cancellabile *Replay*. Da lì in poi, migliaia di tipi e modelli di cancellabili a conferma di un'invenzione che dopo quasi 40 anni funziona ancora nello stesso modo. L'inchiostro speciale consente di essere cancellato dalla gomma, sistemata all'estremità della penna. Sempre che la correzione sia fatta abbastanza rapidamente, dato che dopo 24 ore è molto più difficile cancellare i segni dell'inchiostro. Quanto basta, comunque, per facilitare la vita dei piccoli scolari. Nei negozi Unicoop Tirreno è presente un vasto assortimento di cancellabili e le offerte, ora che la scuola sta per iniziare, non mancano.

Promo penne cancellabili

Confezione 3 penne Frixion (nera, rossa, blu) + evidenziatore: 4,50 euro + 100 punti (offerta per i soci in tutti i Super e Iper dal 7 al 30 settembre). **Confezione 3 ricambi Frixion:** 3,79 euro (offerta per tutti negli Iper fino al 27 settembre, nei Super fino al 30 settembre). **Confezione 4 penne cancellabili Replay:** 2,90 euro (offerta per tutti, nei Super fino al 30 settembre).

Idea regalo 59

Regalare o scambiare un oggetto piuttosto che gettarlo via. Ecco un comportamento rispettoso dell'ambiente. Quante volte osservando gli scaffali della cantina o del garage, oppure gli armadi e il ripostiglio di casa, ci accorgiamo di possedere oggetti che non utilizziamo da tempo e che conserviamo perché ci dispiace buttarli. Ebbene, quando decidiamo che è arrivato il momento di liberarcene, possiamo farci aiutare da organizzazioni che operano tramite *internet* e i *social network* per mettere quell'oggetto a disposizione di chi ne ha bisogno e non può comprarselo. Dal 2007 è *on line* www.teloregalo.it. Su questo sito, dove molti utenti finiscono anche un po' per caso, come spesso confessano nei loro commenti, è possibile creare inserzioni per offrire o richiedere oggetti in regalo, basta registrarsi. Le categorie sono più o meno le solite che si trovano sui giornali di annunci: abbigliamento, animali, casa, *hobby*, immobiliare, sport, veicoli. Tuttavia, la novità è che tutto ciò che si cerca o viene offerto è rigorosamente gratis. Anche il progetto *Te lo regalo se vieni a prenderlo* legato al sito www.benewpeople.com (ma esistente anche su *Facebook*) con un semplice accesso permette di scambiarsi gratuitamente oggetti. Con meno utenti è il sito www.shido.it, in cui è curioso trovare una classifica di "riciclatori con la R maiuscola" che elenca i profili operanti sul sito in base al maggior numero di annunci proposti e andati a buon fine. Un ruolo importante è svolto anche dai *social network*. Su *Facebook* esiste, infatti, *Te lo regalo se ti piace!*, un gruppo di solidarietà con oltre 30mila iscritti. Con il motto "doniamo e non buttiamo!" il gruppo umanitario – così si definisce – si pone l'obiettivo di donare a chi ne ha necessità. In questo modo l'atto di riciclare trova col *web* nuove strade per permetterci di agire in maniera responsabile e utile per la società e per l'ambiente. ■

serzioni per offrire o richiedere oggetti in regalo, basta registrarsi. Le categorie sono più o meno le solite che si trovano sui giornali di annunci: abbigliamento, animali, casa, *hobby*, immobiliare, sport, veicoli. Tuttavia, la novità è che tutto ciò che si cerca o viene offerto è rigorosamente gratis. Anche il progetto *Te lo regalo se vieni a prenderlo* legato al sito www.benewpeople.com (ma esistente anche su *Facebook*) con un semplice accesso permette di scambiarsi gratuitamente oggetti. Con meno utenti è il sito www.shido.it, in cui è curioso trovare una classifica di "riciclatori con la R maiuscola" che elenca i profili operanti sul sito in base al maggior numero di annunci proposti e andati a buon fine. Un ruolo importante è svolto anche dai *social network*. Su *Facebook* esiste, infatti, *Te lo regalo se ti piace!*, un gruppo di solidarietà con oltre 30mila iscritti. Con il motto "doniamo e non buttiamo!" il gruppo umanitario – così si definisce – si pone l'obiettivo di donare a chi ne ha necessità. In questo modo l'atto di riciclare trova col *web* nuove strade per permetterci di agire in maniera responsabile e utile per la società e per l'ambiente. ■



Ed è subito **pera**

**Abate e Williams, buone e fanno bene.
È arrivato il tempo delle pere.**

■ **Silvia Inghirami**

In Coop vince Abate

In un confronto tra la pera Abate e la Williams, basato sulle vendite nei negozi Unicoop Tirreno e Distribuzione Lazio Umbria, la prima ha la meglio e di gran lunga. Ecco i dati fornitici da **Matteo Rondanina**, responsabile ortofrutta di Unicoop Tirreno, relativi al 2015:

> pere **Abate**
vendute 675.783,33 kg
venduto netto
1.200.192,50 euro
> pere **Williams**
vendute 377.666,74 kg
venduto netto
756.735,43 euro

"Al contadino non far sapere quanto è buono il cacio con le pere". Il detto popolare è immediato nella sua verità: la pera è un frutto gustoso, capace di abbinarsi con piatti dolci e salati, di qualità tali che andrebbero perfino tenute segrete. I suoi pregi sono noti dai tempi dei tempi: Omero, nell'*Odissea*, nomina il pero fra le piante esistenti nell'orto di re Alcinoos. In epoca romana Catone dà indicazioni precise sulla diffusione del pero e sulle sue *cultivar*, a quei tempi appena 6. Jean Baptiste de La Quintinie, giardiniere del Re Sole Luigi XIV, si vantava di aver selezionato 500 qualità diverse, con maturazioni distribuite in tutti i mesi dell'anno, così che ogni giorno il sovrano avrebbe potuto gustare una pera diversa.

Miss Italia

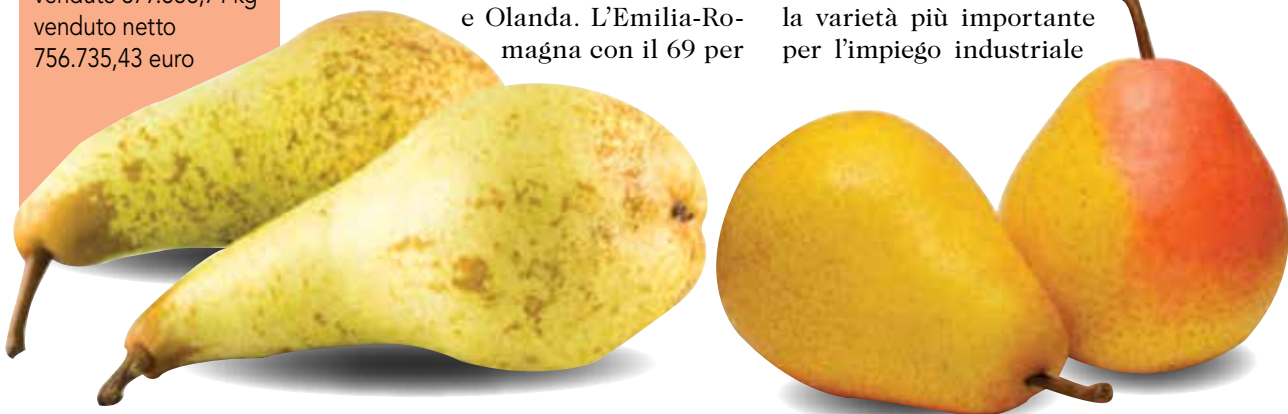
Oggi si contano oltre 5mila varietà. Le più diffuse si riducono, però, ad una decina: *Abate Fétel*, *Williams*, *Conference*, *Decana del Comizio*, *Kaiser*, *Coscia*, *Passa Crassana*, *Cascade*, *Butirra precoce Morettini*, *Dr. Jules Guyot*, *Spadona estiva*. Le prime 6 da sole costituiscono oltre l'80 per cento della produzione. L'Italia è il principale produttore comunitario, con circa 754mila tonnellate, seguita da Spagna, Francia e Olanda. L'Emilia-Romagna con il 69 per

cento è la prima regione italiana produttrice, seguita da Veneto e Sicilia. I consumi interni sono stabili, pari a 10,5 chilogrammi l'anno *pro capite*: la pera è il quarto frutto consumato dopo mele, arance e banane. La battaglia dei produttori è far conoscere al consumatore i vantaggi del frutto e convincerlo ad acquistare il prodotto italiano nel giusto periodo di maturazione.

Tra agosto e settembre si raccolgono l'*Abate* e la *Williams*, la prima di origini francesi, la seconda selezionata alla fine del Settecento nella città di Aldermaston, in Inghilterra.

Con le dovute differenze

Dal collo allungato e pezzatura grossa (pesa circa 270 g), l'*Abate* (il cui nome deriva dal monaco francese che la selezionò verso la metà del XV secolo) è una delle varietà più richieste dal mercato e coltivata soprattutto nelle province di Modena e Ferrara. Ha una buccia di colore giallo chiaro o giallo, arrossata nella parte esposta al sole. La polpa, bianca, è di ottimo sapore, leggermente acidula. La *Williams* è un frutto succoso dal tipico aroma: oltre al massiccio impiego per confetture e succhi di frutta, rappresenta la pera ideale per macedonie, frullati e *cocktail*; è la varietà più importante per l'impiego industriale



e l'esportazione. Il frutto (pezzatura medio-grossa, circa 230 g) ha la buccia di colore giallo che può divenire rosata all'insolazione, la polpa bianca, di sapore squisito, leggermente moscato. Esiste anche una forma a buccia rossastra, detta appunto *Williams rossa* o *Max Red Bartlett*.

Entrambe rientrano tra le varietà della pera dell'Emilia Romagna e della pera mantovana, che hanno ottenuto dall'Unione europea l'Indicazione geografica protetta.

Buoni frutti

Senza distinzione le proprietà nutrizionali: tanto l'Abate quanto la *Williams* contengono vitamina C, sali minerali, tannino, acido malico e citrico, fibre. Sono ricche di polifenoli, che svolgono un'azione antiossidante e proteggono dai danni causati dai radicali liberi, aiutando a prevenire le malattie cardiovascolari.

Sono consigliate nelle diete iposodiche, riescono a dare energia e senso di sazietà e sono indicate per tenere sotto controllo la pressione sanguigna. Grazie alla presenza di potassio, contribuiscono al buon funzionamento del sistema nervoso, dei reni e del sistema linfatico. Facilmente digeribili, sono indicate nell'alimentazione sia dei bambini che degli anziani. Hanno un alto contenuto di fibre e per questo motivo possono essere utili a regolarizzare l'intestino.

Possono essere mangiate anche come uno *snack*, perché ricche di fruttosio, uno zucchero naturale che, oltre ad avere un alto potere dolcificante, riesce a dare energia e a saziare. Lo stesso discorso vale per il glucosio. Il succo di pera aiuta a far scendere la temperatura corporea, per questo è consigliabile assumerne in notevoli quantità sia d'estate che quando si soffre di febbre alta.

In cucina la pera viene utilizzata per creare moltissimi piatti, sia dolci che salati: dai risotti, abbinati a formaggi saporiti e marcati come il gorgonzola, agli antipasti sempre abbinati alla sapidità di prodotti caseari. Perfetto per fine estate un *menu* a base di pere: coppette con pere, cetrioli, menta e pinoli, quindi risotto con pere, radicchio e cannella, poi gorgonzola e pere al cartoccio e infine crostata con pere e scaglie di mandorle. È il tempo delle pere. ■

Ho preso una stortina

La stortina è un piccolo salame dal peso inferiore ai 2 ettogrammi che si mangia tradizionalmente nella zona della Bassa Veronese. La tradizione produttiva che si tramanda da generazioni prevede di conservarla sotto lardo in modo da mantenerla fresca per tutto l'inverno:

Quella veronese, un piccolo salame fatto con le parti nobili del maiale e lavorato con grande maestria.

essendo di piccole dimensioni non avrebbe potuto conservarsi a lungo, asciugandosi troppo in fretta. Le pentole di terracotta venivano quindi riempite di piccoli salami immersi e alternati a lardo macinato e salato, un ultimo strato più spesso detto cappello ricopriva

i salami fino a colmare la pentola che una volta chiusa con il coperchio veniva riposta in cantina anche per alcuni mesi. Al momento del consumo il cappello veniva eliminato perché irrancidito, ma sotto le stortine erano perfettamente morbide e ancora fresche e profumate. Si consumano ancora oggi così, con il pane fresco oppure con la polenta abbrustolita. Dello stesso salume esiste anche una versione non conservata sotto lardo che asciuga velocemente ed è più simile a un salaminio. Il nome sembra derivare dalla forma leggermente ricurva che i salamini assumono appena insaccati; la caratteristica del prodotto è legata inoltre all'utilizzo di parti nobili del maiale nell'impasto, (spalla, lombo, culaccia, prosciutto e grasso di pancetta) e alla speziatura con aglio macerato in vino bianco. La *stortina* ancora oggi viene prodotta nelle famiglie della Bassa Veronese al momento della macellazione del maiale e da alcuni anni si organizza anche una gara, il *Palio della stortina*, dove si confrontano le produzioni casalinghe e le poche produzioni fatte da professionisti del territorio. La *stortina*, infatti, è un salume che viene proposto solo saltuariamente dai norcini della zona a causa della cura con cui deve essere fatta la lavorazione per l'utilizzo fresco e anche del costo di produzione: il lardo macinato per la conservazione e le parti nobili nell'impasto lo rendono, infatti, un salume di pregio. L'obiettivo del Presidio è coinvolgere macellerie e salumerie del territorio, perché riprendano la produzione secondo un disciplinare condiviso, e far conoscere questo salume al di fuori della tradizione familiare della Bassa Veronese. ■



Stortina veronese

Area di produzione:
Comuni di Nogara e Cerea,
provincia di Verona

Non di solo pane...

62

Tra forni a legna, farine, forme di pane, pizze e pasticceria la storia di una famiglia, di un lavoro, di un successo. Il Panificio Amadei fa parlare di sé dal 1876.

■ **Olivia Bongianini**

Frascati, nel lontano 1876, è una cartolina color seppia. È qui che nasce, per opera di Agostino Amadei e poi del figlio Romeo, un forno a legna, di quelli di una volta, destinato a diventare il nucleo originario di un'attività di successo, tramandata e giunta fino ai nostri giorni nel segno della tradizione familiare. E anche se, a distanza di ben oltre un secolo, i numeri sono per forza di cose cambiati – la lavorazione, passata su larga scala, avviene oggi nello stabilimento industriale di via Tuscolana, tra Roma e Frascati, e l'azienda conta attualmente oltre 50 persone tra dipendenti e collaboratori –, si è cercato di preservare quella vocazione artigianale che aveva contraddistinto le prime bozze di pane sfornate, mantenendo allo stesso tempo *standard* qualitativi elevati.



Testimone d'eccezione

Come si sarà già intuito, quella del *Panificio Amadei* è anche – e soprattutto – la storia di una famiglia, un testi-

mone passato di generazione in generazione tra nonni, padri, figli e nipoti. E non poteva essere altrimenti, visto che gli Amadei annoverano tra i propri compo-

nenti anche un nome illustre. Negli anni, infatti, il forno viene portato avanti dalle figlie di Romeo, Adriana e Antonietta, e dal loro fratello Amedeo. Proprio quest'ultimo è destinato a intraprendere una formidabile carriera sportiva, diventando un famoso calciatore professionista della *Roma*, dell'*Inter*, del *Napoli* e della *Nazionale* italiana negli anni a cavallo della seconda guerra mondiale e in quelli immediatamente successivi. Pane e pallone, piedi buoni e mani abili a impastare, a quel punto, diventano un tutt'uno. Amedeo, in assoluto il più giovane giocatore esordiente in serie A, centravanti del primo scudetto della Roma (quello del 1942) e ribattezzato "il fornaretto di Frascati" contribuisce con i suoi successi, anche internazionali, in campo calcistico, a far crescere la notorietà del panificio, che resta ancora oggi indissolubilmente legato alla sua fama.

Prodotti da Fornaretto

Basti pensare che nel 1996 è stato aperto a Frascati, nella piazza del Mercato, un negozio di produzione e vendita al dettaglio chiamato proprio *Il Fornaretto*. Un omaggio alla memoria dell'"ottavo re di Roma", come era soprannominato il calciatore sulle pagine dei quotidiani dell'epoca, ma anche un modo per riannodare i fili con il territorio d'origine e riportare la tradizione del pane a Frascati, dove l'originario laboratorio di produzione era stato distrutto dai bombardamenti alla fine della seconda guerra mondiale e poi riaperto in un altro locale. A ripercorrere per noi le vicende del forno tuscolano, inevitabilmente intrecciate con quelle di una delle bandiere giallorosse più amate di sempre, è proprio Giampiero, figlio di Amedeo e oggi titolare dell'azienda di panificazione. Dal 1980 l'attività, ormai a carattere



industriale, unisce alla tradizione del pane anche quella dei prodotti da forno e si sviluppa fino ad arrivare, attualmente, a rifornire ristoranti, alberghi, università, ospedali, supermercati. «Oggi produciamo in tutto circa 90 tipi di pane, sia sfuso che confezionato e affettato – spiega **Giampiero Amadei** –. Al pane si vanno ad aggiungere svariate tipologie di pizze e pizzette, a sfoglia, *mignon*, alla pala, sia farcite che semplici, focacce, rustici. Poi abbiamo i prodotti da forno: una decina di tipi di grissini, bianchi, integrali, ai semi di papavero e altrettante varietà di bruschette e croccantine, che hanno 6 mesi di conservazione. A questo si affianca un reparto di dolceria che produce la pasticceria da forno e fresca».

Fresco di giornata

I prodotti del *Panificio Amadei* si possono acquistare nel Lazio in una decina di punti vendita di Unicoop Tirreno di Roma e provincia, dove si trovano prevalentemente pane e pizza sfusa, al banco forneria, oltre a alcuni articoli confezionati. Per quanto riguarda la lavorazione si è mantenuta una forte attenzione al rispetto delle tecniche tradizionali, alla freschezza e alla genuinità.

«Per il pane utilizziamo lieviti naturali, lieviti madre – precisa Amadei – e tutto ciò che possiamo lo facciamo manualmente, ad eccezione di quei prodotti che necessitano di specifici macchinari. I forni di cottura sono tutti artigianali e il nostro è un prodotto dal sapore deciso, sempre fresco, che viene prodotto quotidianamente e consegnato anche 2 volte al giorno». Non solo. Una notevole attenzione è dedicata anche allo sviluppo di prodotti sempre nuovi da proporre sul mercato: «Attualmente ci stiamo specializzando in nuovi tipi di pane: pani neri, con farine integrali, ai cereali – racconta il titolare – come, ad esempio, un pane iperproteico pensato per gli sportivi e contenente pochi zuccheri e carboidrati. Inoltre ci sono alcuni tipi di pani certificati che non produciamo direttamente ma commercializziamo giornalmente, come quelli di Terni, Genzano, Lariano. Si tratta di pani che vengono prodotti in loco, selezionati da noi e che esprimono un forte legame con la zona di provenienza».

Prenderci gusto

I sapori della tradizione toscana, di mare e di terra, nei prodotti Sapori & Gusto Italiani.

Da Montecatini ad Albinia, è un itinerario gastronomico nel segno della genuinità e della qualità quello che ci consentono di percorrere i prodotti della *Sapori & Gusto Italiani srl*, disponibili nei punti vendita di Unicoop Tirreno di tutta la Toscana e in alcuni del Lazio.



Alla pasta fresca artigianale, a sfoglia fine, come da tradizione toscana, commercializzata con il marchio *Zucconi*, si affiancano una serie di specialità ittiche e vegetali (con il marchio *Ricette d'autore* per il libero servizio e *take away* e *Copaim* per le produzioni sfuse al banco gastronomia), che conservano i sapori autentici delle piccole gastronomie di una volta.

Questo viaggio nel gusto parte dal pistoiese, nei pressi di Montecatini, e più precisamente dal pastificio di Massa e Cozzile, dove si prepara la pasta fresca all'uovo *Zucconi*. Tutta la produzione avviene con semola di grano duro d'origine toscana. A svelare qualche segreto della lavorazione è il direttore commerciale Italia della *Sapori & Gusto italiani srl* **Luciano Ferrero**:

«Utilizziamo 7 uova per chilo di prodotto, provenienti da galline allevate a terra – racconta – e nell'impasto non viene usata acqua, per cui si tratta di un tipo di pasta che ha il vantaggio di crescere molto in cottura». Per la maggior parte le ricette tipiche che vengono realizzate tendono a esaltare gli elementi della "toscanità": si va dai ravioli maremmani con ricotta e spinaci a quelli alla pesciatina, fino ai ripieni con carne di cinta senese, di chianina e aromi del vino *Brunello*.

La valorizzazione del territorio e delle sue tradizioni e l'impiego di materie prime di elevata qualità caratterizzano anche la seconda tappa di questo tragitto, che ci porta direttamente in Maremma, ad Albinia. È qui, infatti, che vengono preparate le specialità ittiche e vegetali in olio. Ricette uniche e originali «in cui si cerca sempre – come precisa Ferrero – di valorizzare il prodotto toscano o comunque nazionale e con un attento controllo della filiera». Le alici, ad esempio, sono pescate in Italia e provengono dall'Adriatico, nel mare tra Trieste e Ancona. Molte delle verdure fresche arrivano dalla Puglia, dove vengono coltivate, selezionate e lavorate *ad hoc* per poter essere poi cucinate e confezionate in Toscana. E allora spazio a carciofi, melanzane, zucchine, peperoni... con il sapore della verdura appena colta, ma già pronti da assaggiare. **O.B.**



menu di cipolle

64



Cipolle ripiene al taleggio

Ingredienti

- 8 cipolle bionde medie ■
- 200 g di taleggio stagionato ■
- 1 cucchiaino di senape ■
- 1 uovo ■
- 6 fichi secchi ■
- 40 g di parmigiano grattugiato ■
- burro q.b. ■
- olio extravergine d'oliva ■
- sale e pepe ■

Preparazione

Disporre le cipolle intere in una teglia e dopo averle condite con un filo d'olio cuocerle nel forno già caldo a 180° per 45 minuti. Eliminare la prima buccia, poi tagliarle a $\frac{3}{4}$ dall'altezza, in modo da ottenere delle calotte che terrete da parte. Svuotare le cipolle ottenendo una sorta di scodelline. Frullare la polpa estratta con il taleggio a pezzetti, i fichi sminuzzati, il parmigiano, la senape e l'uovo. Salare, pepare, suddividere il composto nelle cipolle e chiudere con la loro calotta. Cospargere con qualche fiocchetto di burro, cuocere a 200 gradi per 15 minuti e servirle tiepide.

Preparazione



Costo



Abbinamento

Abbiniamo a questo antipasto un bianco piemontese, **Roero Arneis**, fresco d'annata.

La dietista

350 Kcal a porzione

Proteine ♦♦ Carboidrati ♦♦ Grassi ♦♦♦

Il taleggio, formaggio *dop* prodotto nell'omonima valle, è un formaggio – a dispetto dell'opinione comune – ad elevato contenuto di grassi, che arricchiscono, insieme al parmigiano, questa particolare ricetta.

Preparazione

facilissimo 
facile 
medio 
difficile 

Costo

economico 
medio 
alto 

Nutrienti

quantità/bilancio
scarso 
adeguato 
eccessivo 



65

Zuppa di cipolle e patate in crosta

Ingredienti

- 300 g di cipolle bianche ■
- 800 g di patate ■
- 2 tuorli ■
- 2 rotoli di pasta sfoglia ■
- 60 g di parmigiano grattugiato ■
- 200 g di scamorza ■
- olio extravergine d'oliva ■
- brodo vegetale ■
- sale e pepe ■

Preparazione

Sbucciare le cipolle, affettarle e farle appassire per 5 minuti con l'olio. Pelare le patate, tagliarle a pezzettini e cuocerle nel brodo vegetale per 20 minuti. Passare al passaverdure, con i fori grandi, le cipolle e le patate con il loro fondo di cottura. Raccogliere il passato in una zuppiera, salare e pepare, unire il brodo rimasto mescolando fino a ottenere una crema omogenea. Tagliare la scamorza a dadini, metterli in terrine individuali, cospargerli di parmigiano e coprire con la crema di cipolle. Ricavare dei dischi dalla pasta sfoglia, usarli come coperchi delle terrine, spennellare con il tuorlo sbattuto e passare nel forno caldo per 15 minuti. A piacere si possono aggiungere dei crostini da mettere nella passata per integrare la pasta sfoglia croccante.

Preparazione



Costo



La dietista

730 Kcal a porzione

Proteine  Carboidrati  Grassi 

Questa versione rivisitata di una ricetta della tradizione povera contadina è un pieno di nutrienti ed energia. Piatto unico da associare a una porzione di frutta fresca di stagione.



Abbinamento

Ideale un **Barbera d'Asti** d'annata.



Acciughe con la cipollata

Ingredienti

- 500 g di acciughe ■
- 5 cipolle rosse ■
- 1 vasetto di capperi sottaceto ■
- 2 dl di aceto di vino bianco ■
- olio extravergine d'oliva ■
- 1 mazzetto di menta fresca ■
- 50 g di farina ■
- olio per friggere ■
- sale ■
- 1 limone ■

Preparazione

Tagliare le cipolle a rondelle sottili e farle cuocere per 30 minuti con l'aceto, un po' d'acqua e sale. Togliere dal fuoco e aggiungere la menta, i capperi sgocciolati e l'olio d'oliva e mescolare con cura. Pulire le acciughe, lavarle, asciugarle bene, infarinare e friggerle da entrambi i lati. Sgocciolarle su carta assorbente, salarle ancora calde, disporle su un vassoio e versarvi sopra la cipollata. Lasciare riposare per almeno 15 minuti, mischiare delicatamente, guarnire con fette di limone e portare in tavola.

Preparazione



Costo



Abbinamento

Si consiglia anche per questo piatto un **Barbera d'Asti**.

La dietista

400 Kcal a porzione

Proteine ♦♦ Carboidrati ♦ Grassi ♦♦♦

Con la frittura il profilo nutrizionale, già ottimo, delle alici migliora, arricchendosi degli acidi grassi polinsaturi dell'olio. Non è, però, un buon motivo per esagerare: basta una porzione.

Sapete perché quando si taglia o si trita la cipolla lacrimano gli occhi? Perché libera sostanze volatili, solfuri in particolare, che scompaiono durante la cottura. Per ridurre il fastidio è possibile provare a tagliarla utilizzando un coltello o una mezzaluna bagnati.

67



Ricottine con la marmellata di cipolle

Ingredienti

Per la marmellata

- 850 g di cipolle di Tropea ■
- 700 g di zucchero ■
- mezzo bicchiere di cognac ■
- 1 bustina di pectina ■

Per le ricottine

- 300 g di ricotta ■
- 2 fogli di colla di pesce ■
- 1 cucchiaino di zucchero di vaniglia ■
- 2 cucchiaini di granella di mandorle ■

Preparazione

Pulire e tritare le cipolle e cuocerle con il *cognac* per 2 minuti, passare al passatutto con i fori grandi, far freddare, aggiungere lo zucchero e la pectina gelificante e cuocere per altri 7-8 minuti. Mescolare per 1 minuto e versare in vasetti sterilizzati. Meschiare la ricotta con la colla di pesce preparata secondo le istruzioni, lo zucchero e la granella di mandorle e riempire degli stampini, pressandoli bene. Tenere in frigo per almeno 2-3 ore, quindi capovolgerli in un piattino e guarnirli con un cucchiaino di marmellata di cipolle.

Preparazione



Costo



* più il tempo per la marmellata

La dietista

780 Kcal a porzione

Proteine ♦♦ Carboidrati ♦♦♦ Grassi ♦

Una curiosità: la colla di pesce, originariamente ricavata da alcuni pesci, come gli storioni, oggi è ottenuta anche da maiali e bovini.



Abbinamento

In abbinamento un piemontese **Erbaluce di Caluso**.

68

1-3 anni



4-10 anni



Zuppa del pescatore

Ingredienti per 4 persone (2 adulti e 2 bambini)

- 300 g di filetti di sogliola ■
- 300 g di filetti di nasello ■
- 200 g di filetti di pesce San Pietro ■
- 400 g di pomodori pelati ■
- 3 cucchiaini d'olio extravergine d'oliva ■
- 1 l di acqua ■
- 1 grossa cipolla ■
- 1 spicchio di aglio ■
- 1 cucchiaino di prezzemolo tritato ■
- 1 dl di vino bianco secco ■
- 1 foglia d'alloro ■
- 1 grosso pezzo di scorza di limone ■
- sale ■
- pepe nero ■
- fette di pomodoro ■

Preparazione

Sbucciare la cipolla e poi tritarla finemente. In una padella antiaderente mettere a riscaldare l'olio evo e farvi dorare la cipolla finemente tritata e lo spicchio d'aglio sbucciato. Aggiungere il pesce tagliato a tocchetti e sfumare con il vino bianco. Far cuocere per 5 minuti con coperchio e fiamma bassa. Togliere lo spicchio d'aglio e versare il pomodoro pelato precedentemente frullato. Insaporire col prezzemolo e un pizzico di pepe. Salare leggermente. Far cuocere per altri 10 minuti con coperchio. Aggiungere l'acqua, la foglia d'alloro e continuare la cottura per un altro quarto d'ora e se necessario aggiungere l'altra acqua. Mescolare spesso con un cucchiaino per evitare che il pesce si attacchi sul fondo. Dividete la zuppa in 4 ciotole e servite ben calda con crostini di pane.

Proprietà nutrizionali e note

Il pesce andrebbe consumato 3 volte alla settimana per i suoi benefici sulla nostra salute. Il San Pietro, inoltre, ha una carne delicata e saporita, molto adatta per le zuppe.

Torta sbriciolona con cioccolato e ricotta

Ingredienti per 4 porzioni

- 300 g di farina tipo 00 ■
- 100 g di zucchero ■
- 100 g di burro ■
- scorza grattugiata di mezzo limone biologico ■
- mezza busta di lievito per dolci ■
- 1 uovo ■
- un pizzico di sale ■
- Per il ripieno:**
- 400 g di ricotta di vacca ■
- 150 g di zucchero ■
- 100 g di cioccolato fondente di qualità ■

Preparazione

Versare in una ciotola la farina, lo zucchero, la scorza grattugiata del limone, il lievito e il sale. Mescolare bene e unire il burro ammorbidito e l'uovo. Iniziare a lavorare l'impasto con le mani fino ad ottenere delle grosse briciole. A parte, mescolare la ricotta, dopo aver tolto il siero in eccesso, con lo zucchero fino a ottenere una crema omogenea. Tritare grossolanamente il cioccolato fondente e unirlo alla crema. Ricoprire il fondo di una tortiera, foderata di carta da forno, con 3/4 delle briciole. Distribuire la crema di ricotta e cioccolato e completare cospargendo con il resto delle briciole. Mettere in forno a 180° per 30 minuti.

Proprietà nutrizionali e note

Un dolce goloso e ricco, ma fatto con alimenti genuini come la ricotta e il cioccolato fondente che contiene dei potenti antiossidanti, i polifenoli, in grado di riparare le cellule dall'ossidazione causata dai radicali liberi.

Si vive solo due volte

Moda, gioco o compendio dell'identità personale? O tutti e tre? Dopo Second Life arriva Sansar, una seconda vita virtuale che ci dà qualche informazione sulla nostra vita reale.

La sabbia bianca, il rumore delle onde, una donna seduta su un muretto. Ha scritto in fronte: "non disturbare". Messaggio ricevuto. Con le gambe indolenzite per la camminata, riesco solo a girarmi: ecco all'improvviso una città futuristica. Dove andare? Un'icona casa attira il mio mouse, ma siccome non ho una casa, vengo teletrasportato in una piazza sovraffollata, una sorta di limbo per senzatetto. Mi ero affacciato, come un principiante disorientato e maldestro, su *Second Life*. Chi me lo ha raccontato voleva scoprire ciò che restava del gioco dopo più di 10 anni; si aspettava un universo deserto e qualche ragnatela agli angoli delle pareti, e invece è stato l'inverso. Sarà l'ennesima moda cyber-fichetta destinata all'obsolescenza e poi all'oblio? Il sospetto mi venne quando nel 2003 esplodeva il fenomeno *Second Life*, il sito in cui gli *alter ego* si aggirano vivendo altre esistenze (si fanno le stesse cose della vita reale ma con più libertà di movimento). Dopo qualche anno il fenomeno già si sgonfiava, ma oggi *SL* è ancora aperta, e anzi i tempi sono maturi per un nuovo *social game*. Entro la fine di quest'anno inizierà, infatti, la seconda vita di *SL*, *Sansar (Universe)*, mondi più sofisticati e un'esperienza di realtà virtuale totale con l'uso di uno schermo montato sulla testa. Ci lasciamo interrogare dal tema, nonostante la tentazione di attaccare la società delle teste

sprofondare nello *smartphone*, pronte a investire più emozioni sui *social* che sulla vita reale. Un sano realismo rivendica i suoi diritti su un'ingenua speranza. Costruirmi un *alter ego* (pulsione ben più antica dell'era digitale che fornisce, però, mezzi più potenti per assecondarla) e identificarmi con esso cambia la mia percezione dello spazio e del tempo: quello compresso della giornata in *SL* – 2 ore di vita vera corrispondono a 15 minuti o poco più – fa perdere la dimensione di quello reale. E poi astronavi, macchine d'ogni tipo, volo, teletrasporto alterano la dimensione dello spazio. Cambia anche la percezione della mia identità: l'*avatar* è il passo decisivo nell'incontro virtuale rispetto alle precedenti protesi-relazioni, che fornisce anche molte e decisive informazioni sull'umano che c'è dietro. Ebbene, anziché domandarci se sia solo moda – un po' sì, la curva della passione scenderà per la seconda come per la prima *SL*, ci si stanca del gioco, delle persone impalpabili, della sabbia che non si sente tra le dita – chiediamoci piuttosto se il senso l'abbiamo capito:

e se non nascondesse l'identità personale ma al contrario ne esaltasse qualche lato nascosto? E quindi, in un approccio sano, fosse una palestra in cui allenarsi per la "prima vita"? Allora perché solo seconda, e non anche terza, quarta, quinta? Di *avatar* ce ne sono un'infinità e la confusione in testa non manca. Il fatto è che gestire la vita sociale di un altro io è già bell'impegno, due, tre e oltre, più che un ritocco alla coscienza, forse sarebbe una mera chimera. E il risultato non ripagherebbe del tempo perso. ■



**Buttare via ciò che non serve più e fare spazio.
L'arte del decluttering, che aiuta a liberare la mente
e a mettere ordine nella vita.**

70

Ordine di priorità

■ **Barbara Autuori**

Armadi riempiti all'inverosimile, cassetti straripanti, librerie ormai incapaci di contenere volumi che si moltiplicano senza fine. E poi documenti, foto, soprammobili, *souvenir* delle ferie, delle gite, delle feste comandate e non. Per non parlare di cantine e soffitte, ultime dimore polverose di tutto ciò che non entra più in casa. Una tendenza a trattenere che spesso ha radici profonde nel subconscio di ciascuno di noi.

Motivi di spazio

«Molti degli oggetti di cui non riusciamo a liberarci vengono investiti di significati emotivi e simbolici riconducibili a ricordi che si teme di perdere o a cui non si riesce a rinunciare», spiega la psicoterapeuta strategica breve **Simona Lauri** (www.milano-psicologa.it). Con il risultato che spesso ci si trova inondata da un *mare magnum* di oggetti superflui

che finiscono per ridurre al lumicino gli spazi liberi della casa. «Un accumulo costante amplificato dalla società consumistica nella quale viviamo, basata sull'idea che l'accettazione sociale passi principalmente per ciò che si possiede», puntualizza Lauri. Liberarsi dall'inevitabile caos fisico (e mentale) che deriva da questo accumulo indiscriminato, tuttavia, si può, apprendendo e attuando l'arte del *decluttering* (dall'inglese *to declutter*, letteralmente "togliere ciò che ingombra"). Nata in America e Inghilterra, ma oggi sempre più diffusa anche nel Belpaese, questa pratica punta a fare ordine nei vari ambiti della vita liberandosi da tutto ciò che è superfluo. «Le tecniche di *decluttering* – avverte l'esperta – vanno applicate con decisione ma senza troppe forzature». Se da un lato infatti si deve affrontare (e combattere) la frustrazione che nasce dalla difficoltà a fare pulizia, dall'altro vanno rispettati il dolore e la paura legati a lasciare andare determinati oggetti.



Stasera ti butto

Vademecum per eliminare il superfluo e vivere felici.

Mettere nero su bianco la data d'inizio, nonché una lista degli oggetti più inutili, per partire adagio ma con il piede giusto. L'eliminazione del superfluo, però, può avvenire anche a tappe. **Abiti:** se un capo non si indossa da più di 6 mesi è arrivato il momento di sbarazzarsene. Senza indugio. **Oggetti:** tenere solo quelli che hanno un effettivo ruolo nel proprio stile di vita. **Libri:** quelli che non si riescono a leggere creano comunque frustrazione. Meglio acquistarne con parsimonia o arrendersi all'e-book. **Lavoro:** ogni tanto anche la scrivania dell'ufficio può essere sfolta e rimessa in ordine, spesso a beneficio di una migliore concentrazione. **Cibo e persone:** un buon *decluttering* si può applicare agli ambiti più impensabili della vita.

In piena libertà

«Per qualcuno la molla che spinge a mettere ordine può nascere da un momento di passaggio o di crisi come un trasloco o la fine di una storia», aggiunge Lauri. Liberarsi di ciò che non serve può rappresentare un primo passo concreto per chiudere una porta e iniziare un nuovo corso. «Per qualcun altro – prosegue Lauri – queste contingenze possono essere troppo pesanti e allora può servire rimandare l'appuntamento, magari appuntandosi una data ben precisa sull'agenda». Una volta innescato il meccanismo, comunque, la strada da affrontare sarà sempre più agevole e ricca di vantaggi e soddisfazioni. Il primo risultato sarà quello di aver liberato spazi fisici, una libertà materiale a cui si aggiungerà una sensazione di leggerezza accompagnata da un'accresciuta autostima per il passo che si è riusciti a compiere». Liberandosi del superfluo, in particolare di tutti quegli oggetti-zavorra carichi di passato, sarà possibile incasellare nella maniera giusta i propri ricordi e vivere il presente senza ingombranti fantasmi. ■

Capacità di orientamento

Ordine e caos, ossia come mantenere la barra dritta, ritrovare la strada quando ci siamo persi o cambiarla.

Adriano Fabris,
docente di filosofia
morale all'Università
di Pisa.



Che cosa significa vivere nel caos? E come si trova la propria dimensione di ordine? Quanto il mondo frenetico nel quale viviamo ci costringe ad una vita disordinata? Domande dall'accezione profondamente filosofica che abbiamo rivolto ad **Adriano Fabris**, docente di filosofia morale all'Università di Pisa. «Ordine – spiega – significa avere la capacità di dare una gerarchia ai vari aspetti della vita secondo una scala di valori che inizia da un punto di riferimento fondamentale». Una volta stabilito dunque cosa è più rilevante, sarà possibile ordinare tutto il resto. «Il caos, per contro, è proprio la mancanza di questo punto di riferimento, un aggancio al quale ancorare le scelte che riguardano la vita di ognuno». Individuata la propria stella polare sarà dunque più facile scegliere gli obiettivi da perseguire e attuare le scelte necessarie per raggiungerli. Tra il dire e il fare tuttavia c'è sempre di mezzo un bel mare da attraversare. Impresa non facile soprattutto quando le onde alte del disordine im-

pediscono di vedere l'orizzonte. «L'uomo di oggi – conferma il docente – è spesso disorientato, non dispone di regole necessarie per fare scelte pensate e ragionate». Così il poco tempo che si ha a disposizione per riflettere produce spesso decisioni basate sull'impulso dell'emozione contingente che non sempre si rivelano le migliori. Come trovare allora la giusta direzione, quella indicata dalla stella polare che ognuno ha dentro di sé? «Quando capita di non sapere dove andare – suggerisce Fabris – è bene seguire il consiglio di Cartesio: se si perde il sentiero in un bosco bisogna cercare la luce tra gli alberi». Quel bagliore che ci aiuti a dare il via ad una riflessione per uscire dal disorientamento. «Utile anche se poco praticato – conclude a proposito Fabris – è porsi la domanda: dove ho sbagliato?». A volte è sufficiente (ri)pensare ai passi che ci hanno indotto sul cammino sbagliato, osservare il percorso da una prospettiva diversa trovando così nel disorientamento iniziale la possibilità di cambiare strada. ■

tempi moderni di Rita Nannelli

Pronta consegna

Altro che cena estemporanea e surgelata. Sushi, piatti vegani e senza glutine, hamburger, ostriche, menu da gourmet. La parola d'ordine anche in Italia è consegna a domicilio con cui la cena o il pranzo arrivano direttamente dal ristorante preferito. Visto che mangiare fuori è un lusso, e con lo smartphone sempre in mano bastano pochi clic per ordinare, sempre più italiani scelgono di farsi portare il cibo a casa. Risparmioso, di qualità e vario, non più solo come soluzione d'emergenza quando il frigo fa eco, il food delivery, così lo chiamano nel mondo, è la nuova frontiera del mangiare bene. Così il vecchio take away cambia pelle, con un meccanismo simile per tutti i marchi (Bacchetteforchette, My Food, Deliveroo,

Foodora, Just Eat ecc.): vai sul sito oppure scarichi l'app, inserisci l'indirizzo, scegli il ristorante, ordini, e nell'arco di un'ora il pranzo arriva a casa o in ufficio. Secondo i dati dell'Osservatorio nazionale sul mercato del take away in Italia il 51 per cento degli italiani negli ultimi mesi ha acquistato cibo da asporto, andando di persona a ordinarlo; il 39 per cento lo ha fatto via telefono, mentre l'ordine on line da cellulare o computer è una modalità frequentata solo dal 2 per cento del campione, ma con un bacino di oltre 7 milioni di persone che mostrano quest'intenzione d'acquisto. La versione tutta nostrana del food delivery prevede prodotti a chilometro zero, attenzione ai valori nutrizionali e la condivisione del cibo: secondo Just Eat il 38 per cento dei clienti ordina, infatti, con gli amici. La più gettonata resta la pizza, tallonata dal sushi, dal cinese e dall'hamburger; ma a Milano, nella classifica delle ordinazioni di Deliveroo, il panino all'americana ha battuto la margherita.

Le borse di una donna

Visto che "la borsa di una donna pesa come se ci fosse la sua vita dentro", come canta Noemi, nei prossimi mesi non si indossa più da sola, ma in coppia. Meglio abbinarne una piccola – come se fosse un borsellino – e una grande, tracolla, bauletto o zaino in base al look. Bon ton vuole che siano coordinate tra loro per stile e colori; se poi le borse mini e maxi sono dello stesso colore, materiale e fantasia degli abiti o del soprabito si sfiora la perfezione.



Favorisce la creatività, lo sviluppo mentale e l'associazione d'idee, anche se una definizione precisa ancora non c'è. Che cosa significa il bilinguismo per la scienza.

Lingue sciolte

72

■ **Patrice Poinssotte**

Guidare un taxi o fare il cameriere affina la memoria, fare l'architetto o il musicista stimola la creatività. Parlare più lingue produce, allo stesso modo, vantaggi di tipo cognitivo che, non solo migliorano la capacità d'attenzione e di risolvere problemi di vario tipo, ma hanno anche risvolti positivi in patologie neurologiche come l'*Alzheimer* o i disturbi specifici dell'apprendimento. E c'è di più. Diversi studi condotti negli Stati Uniti hanno confermato che la ricchezza dell'esperienza linguistica dei funamboli delle lingue ne affina il sistema uditivo così come la memoria di lavoro. Si tratterebbe perciò di una sorta di sostegno conoscitivo che provoca cambiamenti nel cervello, come testimoniano le risonanze magnetiche effettuate su persone che conoscono e parlano correttamente più lingue. Sembra, infatti, che la struttura del loro cervello abbia delle zone più sviluppate: l'ippocampo, le aree motorie e della corteccia cerebrale.

Nel vero senso della parola

Allora è giusto dire che la mente di una persona bilingue funziona in un modo diverso rispetto a quella di chi ne parla una sola? La risposta non è così semplice. Prima di tutto bisognerebbe chiarire che cosa significa la parola bilinguismo: i criteri sono, infatti, ancora

troppo imprecisi e di varia natura per mettere tutti d'accordo su una definizione rigorosa del termine. Per alcuni essere poliglotta significa avere l'abilità di comunicare in più lingue, per altri, invece, grammat-

ica e comprensione rimangono i criteri principali. Non è chiaro insomma il vero senso della parola. E se le opinioni divergono tra i comuni mortali, non si trova d'accordo neanche la comunità scientifica, incapace di dirimere una

volta per tutte la questione. Possiamo perciò avere la padronanza di una lingua straniera fin dall'infanzia senza tuttavia considerarsi bilingue, perché cultura, usi e costumi, modi di dire sono diversi da quelli del paese d'origine.

Due is meglio che one

Un cervello, due lingue: una situazione solo all'apparenza da capogiro. In passato, infatti, per gli psicologi questa capacità poteva portare a una confusione mentale, soprattutto per i giovani, ma a partire dagli anni Sessanta con le ricerche degli studiosi *Peal* e *Lambert* sulla relazione tra bilinguismo e intelligenza nei bambini, la tendenza si è invertita: numerosi lavori scientifici hanno sottolineato una più grande "coscienza metalinguistica" cioè una maggiore propensione dei bilingue a risolvere compiti cognitivi che non chiamano in causa direttamente il linguaggio come, per esempio, un'equazione matematica. Tutto succede come se la mente avesse più dati a disposizione per risolvere i problemi con i numeri; una sorta di riserva linguistica che consente, per esprimere qualcosa, di usare due percorsi cerebrali, ciascuno dei quali lascia sfilare nel nostro cervello un'immagine diversa per descrivere una sensazione o esprimere un'idea unica. Le parole "pane" e "pain", per esempio, nonostante abbiano lo stesso significato, non rimandano alle stesse rappresentazioni. L'italiano e il francese non lo vedono nella stessa maniera: il primo lo associa a un pasto a base di prosciutto e formaggio mentre il secondo immagina una *baguette* calda con burro e marmellata inzuppata nel caffè. Non fanno perciò parte dello stesso immaginario, non richiamano gli stessi ricordi, le stesse emozioni e nemmeno gli stessi codici sociali. Come dicono neuroscienziati e neurolinguisti, sono intricati in due reti di associazioni diverse.

Doppia... mente

Sinestesia. Sarebbe questa la parola giusta per spiegare meglio ciò che suc-



cede nella testa di un poliglotta. Si tratta del fenomeno che consente a due o più sensi di confondersi, vista e udito, per esempio. La scienza parla al riguardo di flessibilità cognitiva, cioè di abilità nell'usare il pensiero creativo, particolarmente sviluppata dai bilingue, che permette loro di concepire una seconda mappa linguistica che arricchisce il paesaggio mentale e allarga l'orizzonte del pensiero. «Al punto tale che alcune persone affermano che l'apprendimento di una lingua straniera ha addirittura cambiato la loro personalità: più aperti, sicuri di sé, tolleranti e pieni di immaginazione...», riferisce **Susan Ervin-Tripp**, ricercatrice presso il dipartimento di psicologia dell'Università di California. Il fatto di essere in grado di sfruttare un altro percorso cerebrale per esprimere un'idea, quando manca una parola – quella famosa che abbiamo sulla punta della lingua –, può generare combinazioni lessicali originali, talvolta strampalate, altre volte belle. In che lingua te lo devo dire? Più che un rimprovero, nel bilingue suona come un'opportunità. ■

La via dell'orto spaziale

C'è chi sceglie pesce, cereali, frutta e verdura e chi lasagne, risotto e caponata. È l'azienda *Argotec* di Torino che si occupa del menu dei giorni di "festa" degli astronauti, l'*Agenzia Spaziale Europea* dei pasti quotidiani. Nella *Stazione Spaziale Internazionale*, in assenza di frigo, congelatore e gravità, quello del cibo è un problema, anche per la consumazione: briciole di alimenti potrebbero volare e inserirsi nei delicati strumenti. Ma per gli astronauti in orbita anche primizie dell'orto. «Un piccolo morso per l'uomo, un grande balzo per l'umanità», così la *Nasa* ha commentato il primo assaggio spaziale di una lattuga a foglia rossa cresciuta nella *Stazione Spaziale*. La coltivazione di patate su Marte del film di Ridley Scott *Sopravvissuto - The Martian* non è più fantascienza. Secondo l'astrobiologo Thomas McCollom il terreno marziano potrebbe, infatti, essere seminato e all'esperimento lavorano la *Nasa* e il *Lima-based International Potato Center*. Ma pare che Marte, dal terreno ricco di ferro, sia più adatto agli asparagi. ■ **L.L.**

Oggetto di studio

La velocità di una *Ferrari* che crea un'*Alfa Romeo*, l'altezza della Tour Eiffel che partorisce il Centre Pompidou, la bellezza di un dipinto di Kandinsky capace di generare un Miró. Delle situazioni degne del teatro dell'assurdo che avrebbero sicuramente stimolato la creatività di Beckett e Ionesco o la realtà irrazionale e onirica di Lynch. Ma di illogico, paradossale e stravagante non c'è niente, in realtà, e a dircelo è Einstein, nel 1905, con la formula più famosa della fisica moderna: $E=mc^2$. In realtà che cosa ci racconta quest'equazione che mette in relazione l'energia (E) col prodotto della massa (m) e del quadrato della velocità della luce (c) nel vuoto?

La proprietà di un oggetto genera un oggetto: basta leggere in direzione inversa la formula di Einstein $E=mc^2$. Strano, ma vero.

Che i concetti di massa e di energia, separati per Newton, sono invece uniti. Vale a dire che qualsiasi oggetto avendo una massa possiede energia e che queste due quantità, oltre a rappresentare la stessa cosa, sono interscambiabili. In sostanza per il grande Albert un corpo che emette energia, per esempio, sotto forma di luce, perde anche della massa. Ciò, nonostante l'energia irraggiata

non ne contenga. E l'elemento chiave della formula è il seguente: la quantità d'energia racchiusa negli strati profondi della materia, oltre ad essere di difficile accesso, è enorme. Un grammo di qualsiasi materia contiene, infatti, un'energia – di massa – pari a 90mila miliardi di Joule, una quantità gigantesca che ci riserva delle sorprese. Per chiarire meglio: l'equazione di Einstein viene solitamente interpretata a senso unico, cioè da destra a sinistra, la massa (m) di un corpo diventa energia (E). Una proprietà questa sfruttata per la

produzione di energia nucleare, quando atomi di uranio vengono spaccati per fornirci l'elettricità. Però quello che ci insegna la formula è che esistono anche circostanze inverse in cui è l'energia ad essere convertita in massa. Per capire questa strana particolarità, dove la proprietà di un oggetto ha la facoltà di materializzarsi, ossia di creare un oggetto, bisogna recarsi al confine franco-svizzero, al *Cern*, nel grande acceleratore dove scontri di particelle a velocità vicine a quella della luce producono l'apparizione di nuovi oggetti. Una situazione straordinaria nella quale la proprietà di una particella, la sua velocità, ha svelato un nuovo oggetto. E a capovolgersi non è solo l'equazione di Einstein, ma anche il nostro senso della realtà. ■



Grazie alle informazioni che lasciamo nel mondo virtuale, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, Google fanno una montagna di soldi reali, a discapito della nostra privacy. Vediamo come.

74

Affari tuoi

Jacopo Formaioni

Tutto gratis. I nuovi signori del *web*, proprietari di imperi miliardari, sembrano dei filantropi interessati solo al nostro intrattenimento. E invece, tra “mi piace”, *selfie* e *twitter*, sempre collegati con il mondo, siamo diventati senza accorgercene parte di un modo tutto nuovo di fare *business*. Ma come fanno Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, Google e tutte le varie *app* per *smartphone* e *tablet* a fare soldi? Perché dietro la loro bella facciata *social* si nascondono montagne di denaro e gigantesche speculazioni finanziarie.



Indagine di mercato

Nell'ultimo biennio abbiamo assistito ad un'ondata di acquisizioni, con Facebook a fare la parte del leone aggiudicandosi Instagram per un miliardo di dollari e Whatsapp per la bellezza di 19. Senza dimenticare la recentissima mossa di Microsoft, che si è portata a casa il *social network* professionale LinkedIn per l'incredibile cifra di 26,2 miliardi di dollari. E per di più in contanti. Un mercato senza dubbio in grande salute e che continua a crescere: nel 2015 Facebook ha chiuso il fatturato a circa 18 miliardi di dollari, con una crescita del 44 per cento. E non è neanche più una novità che i *social* vengano quotati in borsa, entrando da pesi massimi nel *ring* della finanza globale. «Tantissimi soldi mossi da piattaforme gratuite, un apparente controsenso – prova a spiegare Fabio Viola, professore di *design informatico* allo Ied (Istituto europeo di design) e tra i massimi esperti di *social* e *web 2.0* –. Larga parte della nostra vita privata e professionale transita ormai lungo i principali *social network* e i dati e preferenze personali che, più o meno consapevolmente, lasciamo all'interno di questi ambienti virtuali hanno un valore enorme per le aziende. La fonte di tali guadagni è largamente da attribuire alla pubblicità che milioni di piccolissimi e grandi inserzionisti acquistano ogni giorno in virtù delle sempre maggiori possibilità di individuare e raggiungere *target* ultra segmentati» afferma Viola.

Qualcosa di personale

Come, senza saperlo, mettiamo a rischio i dati che ci riguardano.

Ragazzi che espongono segreti intimi e immagini, genitori inesperti della rete, utenti che installano l'*app* sbagliata allettati dalla parola gratis, professionisti che mettono a rischio i loro contatti. Sono solo alcuni dei problemi legati alla diffusione dei propri dati. Il Garante della privacy ha reso così disponibile una sorta di *vademecum*, consultabile sul sito www.garanteprivacy.it, per non rimanere intrappolati nella rete. Secondo uno studio dell'autorità competente, infatti, solo il 15 per cento di *app* e *social* ha un'informativa per la privacy chiara. Ma c'è un dato più inquietante: il 31 per cento delle *app* richiedono dati personali in più rispetto a quelli che effettivamente servono al loro funzionamento. Così informazioni personali e sensibili sono usate in modo improprio, senza peraltro l'autorizzazione dell'utente. Anche in molte *app* di messaggistica il gestore può accedere, senza alcun controllo, ai messaggi; e, tranne quelle dotate di crittografia, non prevedono la protezione delle conversazioni. Secondo gli esperti, per quanto utili, gli interventi di autorità nazionali non bastano più. La Conferenza internazionale delle Autorità di protezione dei dati personali sta, infatti, sollecitando la creazione di un'Autorità e una legislazione mondiali che unifichino i provvedimenti dei diversi stati. Qualcosa si sta muovendo, ma nel frattempo attenti a quello che dite.

Dati di fatto

Così, ad esempio, i dati che noi rilasciamo alle piattaforme consentono a un piccolo negozio che vende articoli speciali per la pesca di raggiungere persone nel raggio di 10 km che seguono gruppi Facebook relativi all'argomento.

Le informazioni sono denaro, scambiate dai *data broker* in pacchetti come le azioni in borsa. Acxiom, ad esempio, colosso del *brokeraggio* dei dati con un fatturato da 1,1 miliardi di dollari, un *database* di 700 milioni di persone e

un *portfolio* di 7mila clienti, aggrega e trasforma in bene rivendibile sul mercato i nostri dati, che sono dunque il prezzo da pagare a *social* gratuiti solo in apparenza. È un'industria miliardaria che si muove nell'ombra, perché non regolamentata, che cresce ogni giorno grazie alla domanda di sempre maggiori informazioni sul conto dei propri clienti da parte delle multinazionali – non a caso i dati di consumo sono stati definiti il nuovo petrolio –. Mentre gli utenti si divertono a condividere e spiare le vite degli altri, *Facebook* e il resto della banda fanno soldi a palate: «È tutto molto bello e pieno di nuove possibilità, ma – ricorda Viola – tutto ciò che vediamo e su cui speculano i *social* è la nostra *privacy*, tema largamente correlato all'alfabetizzazione degli internauti. La generazione degli *under 20* è quella più consapevole e tra le impostazioni e gli strumenti sa muoversi in anonimato, tutelandosi, mentre larga parte della popolazione mondiale accede alla rete, ma solo in pochi sono realmente in grado di comprenderla e padroneggiarla». E intanto i *social* facendosi gli affari nostri fanno affari d'oro. ■

Interessi in gioco

Il grande business dei videogiochi.

L'economia del web 2.0 e dei *social* passa anche dai videogiochi. Il loro mercato è passato da 0 a circa 100 miliardi di fatturato nel 2016 in meno di 40 anni, facendone la più importante industria dell'intrattenimento (solo in Italia conta circa 29 milioni di giocatori con una eguale distribuzione tra uomini e donne). Un grandissimo contributo è arrivato negli ultimi anni dai giochi fruibili attraverso *smartphone* e *tablet* favorendo un nuovo modo di fare affari: dalla storica modalità *pay per play*, in cui il giocatore paga in anticipo un certo corrispettivo per poter acquistare/installare/scaricare il gioco, si è passati a una *free to play*. Il *free* sta per gratuità nel *download* iniziale, e la monetizzazione avviene attraverso micro-transazioni, piccoli acquisti anche di pochi centesimi utili per espandere il mondo virtuale, velocizzare o personalizzare l'esperienza di gioco. Questo ha portato aziende come la finlandese *Supercell*, valutata 10 miliardi di dollari, a generare oltre 3 milioni di dollari al giorno con questo sistema.

le vite degli altri di Barbara Autuori

Un buon libro

Dal libro alla solidarietà, l'associazione che ha creato librerie solidali made in Italy.

Torinese, ma carrarino d'adozione, dopo 20 anni nel Regno Unito, moglie irlandese con la passione per le *charity bookshop* (librerie britanniche create da associazioni di volontari per sostenere progetti di solidarietà), il traduttore Carmine Mezzacappa è presidente della *onlus Dal libro alla solidarietà* (www.facebook.com/groups/270404459794438) e fondatore a Fivizzano e Massa delle prime 2 librerie solidali *made in Italy*.

Come nascono 2 librerie solidali proprio nella provincia di Massa Carrara?

«Questo è un territorio profondamente connotato dal libro. A Fivizzano è nato lo stampatore Jacopo Onorati, artefice del primo libro stampato in Italia, come testimonia il locale Museo della stampa. Eppure mancava una libreria. Così nel 2013 il Comune ci ha concesso uno spazio in comodato gratuito dove, grazie alla dedizione di un nutrito gruppo di volontari, abbiamo aperto la prima libreria solidale. Da aprile scorso, in uno spazio concesso dalla Curia, abbiamo replicato l'esperienza a Massa. Anche lì grazie a volontari molto motivati».

Come funzionano queste librerie?

«Raccogliamo libri usati che chiunque può ritirare, gratuitamente se non ha disponibilità o lasciando una piccola offerta. I soldi raccolti li diamo a associazioni di volontariato per finanziare vari progetti. In questo modo i libri vivono una doppia vita, culturale e solidale».

Quanti libri avete raccolto?

«A Fivizzano 6-7mila volumi, a Massa tra 4 e 5mila. Abbiamo, però, un magazzino che ne conta circa 15mila di ogni genere e una nutrita sezione di libri in lingua straniera soprattutto inglese, francese,

tedesco e spagnolo ma anche lingue scandinave, slave e persino afrikaans. Il nostro impegno è rivolto soprattutto a anziani, malati, detenuti per i quali organizziamo letture ad alta voce, ma siamo in contatto anche con scuole e biblioteche a cui abbiamo fatto consistenti donazioni di libri».

Qual è la soddisfazione maggiore legata a queste *charity bookshop* toscane?

«Averle fatte divenire luoghi d'incontro dove la cultura è il veicolo per un'aggregazione ampia e armoniosa, un modo per combattere quell'incapacità di trovarsi insieme che caratterizza la società di oggi».

Un sogno nel cassetto?

«Creare una rete di librerie solidali e magari dar vita così anche a un turismo locale per bibliofili. Una piccola repubblica del libro che, in futuro, possa essere replicata anche in altre realtà nazionali». ■

Info c.mezzacappa@hotmail.it; 3895842702



Da *Il Vernacoliere* a *Striscia*, da *Grezzo Film* ad *Aglien*, vignette, satira, corti, parodie. L'umorismo contagioso, toscano, anzi livornese, di **Andrea Camerini**.

Si fa per ridere

76

Maria Antonietta Schiavina

Piombinese, precisamente del golfo di Baratti, classe 1973 – prolifico regista di corti comici pluripremiati in tutto il mondo, nonché padre del *Troio*, il più longevo personaggio de *Il Vernacoliere*. **Andrea Camerini** è passato dal mensile livornese a *Striscia*, a *Grezzo Film*, ad *Aglien* (la parodia che ha fatto incetta di premi al festival di Los Angeles dedicato alle serie sul *web*); per arrivare al cartone animato *Blu*, promotore della “rete dei musei e parchi della provincia”, che ha come protagonisti un bambino e il suo cane. E ogni volta è un successo. «Ma la mia prima esperienza nel campo della satira è nata sui banchi di scuola, il mio palco – confessa il vignettista –. Vittime predestinate professori, bidelli e compagni, da tempestare di scherzi, vignette, caricature. Luoghi d'azione le pagine dei diari dei miei amici, su cui realizzai le prime vignette, portandole in seguito a Mario Cardinali, inventore e patron indiscusso de *Il Vernacoliere*, che mi offrì subito una collaborazione».



≡ Quanto ha influito sulla sua fantasia il fatto di essere toscano?

«La toscanità è essenziale e particolare. Molto diversa dal cinismo comico dei romani, da quello più surreale dei milanesi o dalla sagacia dei napoletani. Noi toscani siamo un po' più gánzi di quell'altri e il nostro umorismo (specialmente il più prossimo a Livorno, dove ha sede *Il Vernacoliere*) è quello del personaggio che critica il prossimo senza mai guardare se stesso; e pur di non dargli soddisfazione lo etichetta bacchettandolo su piccoli e insignificanti difetti, ingigantendoli e minimizzando i pregi».

≡ Cosa significa nascere e crescere nel golfo di Baratti?

«Per la fantasia Baratti è stato (ed è) un luogo magico. Non c'era niente (e meno male) così le cose te le immaginavi! Sicché il golfo diventava il covo dei pirati o il posto dove si rifugiavano le mummie misteriose, a seconda dei giochi che ci inventavamo. Poi, una volta cresciuto, quegli scorci meravigliosi li ho trasformati in *set* di fantascienza (come nella serie *web*: *Aglien*) o nei luoghi inquietanti della Transilvania (come per il corto: *Dragola*). E oggi, quando si sente dire che a Baratti ci sono dei soldati romani che girellano per il golfo o degli scozzesi come in *Braveheart*, la gente non si stupisce più. Sa che è quel bischero del Camerini che ne sta combinando una delle sue».

≡ Quando e perché sono nate le parodie dei film di cui è autore, regista, produttore, attore?

«Il progetto *Grezzo Film* (lo chiamo così perché è molto più fico dell'amara verità e cioè: perché conosco un sacco di bischeri coi quali ci siamo divertiti a fare delle bischerate) nasce nel 2000, quando, insieme a Cristiano Militello, si imbastì una versione meno elegante e meno orrificica (ma sicuramente più divertente) del successo del momento *The Blair witch project*. L'idea fece scalpore e noi la ripetemmo ambientando tutto nella pineta di Baratti. Da lì sono partiti oltre 50 cortometraggi e 2 serie *web* arrivate anche su cana-



li seri come *Sky* e *Italia 1*. Piacquero molto e alcuni spezzoni sono stati addirittura trasmessi all'interno di *Blob*, la mia trasmissione preferita».

Da quando lei ha iniziato a disegnare vignette è cambiato il modo di ridere degli italiani?

«Sì, ma in peggio. Prima era tutto molto diretto e schietto, mentre oggi c'è una sorta di ipocrisia fastidiosa e pericolosa (in chi si autocensura come autore e in chi la applica quando fa il moralista da due soldi su *Facebook*). Un'ipocrisia che sembra aver minato inesorabilmente la sana e libera satira di una volta. Per quanto mi riguarda cerco di essere me stesso, infischandomene di sollecitare una risata accondiscendente e ruffiana».

Com'era da bambino Andrea Camerini? Tranquillo, agitato, chiacchierone, silenzioso?

«Una teppa. Già fissato coi fumetti. Li disegnavo ovunque (anche sui fogli di carta gialla della frittura del ristorante che – mi auguro – poi la mi' mamma cambiasse al momento di cucinare). Ero anche già immerso nel mondo del teatro: ricordo che mi regalarono un vestito di carnevale dell'uomo ragno (o *omo ragnolo* come lo chiama la mi' nonna) e io lo indossai per mesi, anche d'estate, in una sorta di *performance* perpetua del miglior teatro d'avanguardia».

Sognava a occhi aperti?

«Sempre. E poi trasportavo sulla carta i miei sogni».

Quali erano i suoi beniamini nella satira?

«Sono cresciuto con programmi come *A tutto gag*, *Televacca*, gruppi storici come *La smorfia* e *I Giancattivi*, ma anche con i film di Franco e Ciccio (che casualmente facevano parodie); il genio di Arbore e la Tv commerciale. Tutte cose innovative per quei tempi».

Oggi chi metterebbe in prima fila fra i nomi "da ridere"?

«Oggi c'è poco e quel poco te lo fanno sudare. Adoro Guzzanti e Balasso, poi qualche altro sprazzo di genialità qua e là... ma non molto. Questo perché nessuno sperimenta più e tutti hanno l'ossessione dei dati d'ascolto».

Ricerca d'archivio

Il giugno scorso ha fatto il suo debutto *on line* un progetto di conservazione e diffusione del sapere dalle ambizioni mastodontiche. Si chiama *Software Heritage* [www.softwareheritage.org], viene dalla Francia, e nasce come fondazione no profit in seno all'*Inria* [www.inria.fr], l'istituto nazionale francese per la ricerca nell'informatica e nell'automazione.

Software Heritage si propone di essere una specie di biblioteca di Alessandria del terzo millennio, immateriale, liberamente fruibile da chiunque via internet, e contenente il più grande archivio mondiale di testi di un certo tipo: non manoscritti o incunaboli, né libri o riviste, bensì *software*, programmazione, linee di codice.

Da un punto di vista operativo, *Software Heritage* punta a raccogliere, organizzare, conservare e rendere accessibile a tutti il codice sorgente di tutti i *software*, passati e presenti. Un vero e proprio archivio universale e perenne che vuole diventare un'infrastruttura del sapere libera e gratuita al servizio della società, della scienza e dell'industria. Una volta a regime, il progetto potrebbe avere ricadute culturali enormi in termini di accessibilità da parte di studenti, professionisti, istituzioni e aziende, del sapere informatico e del suo sviluppo.

Per ora è partito col piede giusto e già nelle sue fasi iniziali ha riscosso adesione e supporto dai più importanti enti culturali dedicati alla cultura del *software*, nonché da importanti aziende del ramo, in *primis* il colosso *Microsoft*. Ne seguiremo gli sviluppi.

Un'ultima notazione: il progetto viene dalla Francia, ma ha cuore e testa tutti italiani. È stato, infatti, ideato ed è diretto dal professor Roberto Di Cosmo e dal ricercatore Stefano Zacchiroli, formatisi accademicamente in Italia e poi andati olttralpe a costruirsi una carriera. ■

Pokémon servito

Sono anni che l'industria dei *videogame*, con scarso successo, cerca di trasformare, nello schermo di uno *smartphone*, la realtà che ci circonda in un gioco grazie alla camera del telefono, alla connessione internet e alla geolocalizzazione. A quanto pare siamo a una svolta: *Pokémon Go* [www.pokemon.com/it/videogiochi/pokemon-go/], videogioco per dispositivi mobili elaborato da *Nintendo*, ha centrato in pieno l'obiettivo e a pochi giorni dall'uscita è diventato subito un successo planetario, al punto da aumentare il valore del marchio di 9 miliardi di euro.



Valore aggiunto

78

Si accosta a una canzone o a un oggetto noti a tutti e ciò che si promuove ne assume il valore. Una tecnica persuasiva ben utilizzata nell'ultimo spot della Fiat.



È tipico della pubblicità promuovere un prodotto attraverso il suo accostamento con qualcosa (un oggetto, una canzone, un'immagine) che nell'immaginario collettivo sia dotato di una forte carica valoriale o affettiva. In questo modo si ottiene l'effetto di trasferire quel valore, già consolidato, sull'oggetto che si vuole proporre. Il nuovo *spot* della *Fiat*, che promuove il *crossover 500 X* ricorre massicciamente a questa tecnica persuasiva, abbinando la nuova proposta a due cose a loro modo mitiche: la vecchia *Fiat 500*, anni Sessanta, rimasta nel cuore di molti italiani e la canzone *Nel blu dipinto di blu* di Modugno, non meno presente e cara alla memoria collettiva. Il procedimento appare tutt'altro che artificioso; al contrario le due entità di supporto si integrano perfettamente nella storia raccontata dallo *spot*. Che comincia con l'immagine di un ponte sopra ad Amalfi, sul quale passa una vecchia *Fiat 500*. L'inquadratura successiva mostra una bambina che alza le piccole braccia in un gesto elegante di danza sulle note di *Volare*, remixata e cantata da un coro di voci bianche. Ecco che con queste due inquadrature si è già prodotta la magia di un'atmosfera mitica, in cui inserire e far emergere poi il prodotto effettivamente reclamizzato. Così l'immagine successiva può trasferirsi nella realtà del presente, mostrando il *crossover 500 X* che corre sulle strade del mondo passando da una metropoli all'altra (segnalate da una piccola scritta in sovrapposizione a sinistra dello schermo, dove si indicano anche i chilometri percorsi): Tokyo, Città del Capo, Los Angeles, Rio de Janeiro. In corrispondenza con ciascuna città si vede un artista che interpreta la canzone di Modugno adattandola alla propria tradizione musicale. A questo punto compare in sovrapposizione su tutto lo schermo la scritta: "Nata in Italia per arrivare dovunque". Tutto questo suggerisce in modo più che evidente l'idea che ci si trovi di fronte a un caso di *made in Italy* d'eccellenza, capace di conquistare il mondo. Proprio come la canzone di Modugno. In tutto questo è importante che le radici italiane siano sottolineate, come avviene puntualmente nell'inquadratura finale: dopo la successione delle più grandi e turbinate capitali mondiali, lo *spot* si chiude con l'immagine di un calmo angolo di Amalfi, lungo il quale corre il *crossover*; che, in un curioso incrocio temporale, supera una vecchia *Fiat 500* anni Sessanta. Il simbolismo è più che scoperto: un richiamo agli inizi mitici, ma contemporaneamente un loro superamento. Grande tecnica compositiva (fin troppo consumata), che riesce a rendere naturale la proposta dei valori di marca. ■

libero pensiero di Elena Corsi

Nel complesso

Secondo la psicanalisi, il complesso di Edipo è il desiderio (rimosso) di assassinare il Padre. Da esso avrebbe origine quell'inconscio senso di colpa che ci accompagna nel corso della vita. Freud traspose la logica di questa

teoria dalla mente individuale a quella collettiva. Sostenne che la società, contrariamente a quanto suggerito dal "sogno americano", ci impone di rinunciare continuamente alla realizzazione dei nostri desideri più profondi. Le pulsioni aggressive, sempre in agguato nel lato animale della psiche, devono essere repressi da noi stesse.

Altrimenti sarebbe impossibile costruire una sfera sociale. Il giudice dell'autocontrollo ha un solo codice da rispettare: il Super-io. Una sorta di archivio personale contenente i "devi" e i "non puoi" necessari alla vita civile. Dentro, se sbirciamo, c'è una lista di tutte le punizioni e le ricompense elargite dai nostri genitori.

Attivati!

sei socio coop ma non usi mai la tessera?

Ricorda che, in virtù della nuova legge sull'informazione e la partecipazione nelle cooperative di consumo, se **per un anno non usi** la tessera *SocioCoop* per fare la spesa o per partecipare ad una assemblea della Cooperativa e non sei socio prestatore, dal 2017 **potresti essere cancellato** dal libro soci.



coop

Unicoop Tirreno

La tua Coop.