

## IN PUNTA DI MATITA

*I fumetti di Schulz compiono 65 anni e Unicoop Tirreno dedica a Snoopy e i suoi amici un progetto che comincia tra i banchi di scuola. Buon compleanno Peanuts!*



### Percorso di crescita

■ Nel *Rapporto Coop su consumi e distribuzione 2015* la fotografia di un'Italia a due velocità

### Coop del mondo

■ Economia e solidarietà, il valore aggiunto della cooperazione

### A occhio e croce

■ I problemi di cataratta che vengono con l'età

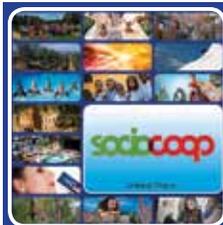
### Ironia della sorte

■ Intervista allo psicologo e scrittore Fulvio Scaparro

postatarget  
basic

NAZ/228/2008

Posteitaliane



# SOLO PERTE

## RACCOLTA PUNTI 2015-2016 VALIDA SOLO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO

Per conoscere tutti i premi:  
[www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com](http://www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com)



### PARCO ARCHEOLOGICO DI BARATTI E POPULONIA

## In Toscana, ripercorri la storia dell'unica città etrusca sul mare.

Il parco, che fa parte del sistema di Parchi e Musei della Val di Cornia, è un vero e proprio museo all'aperto luccicante di scorie ferrose, che testimoniano l'imponenza della città industriale etrusca. La spiaggia è punteggiata dalle tombe a tumulo della grande necropoli etrusca di San Cerbone, mentre le prime colline affacciate sul mare conservano le tracce delle antiche cave e delle tombe scavate nella roccia, nella necropoli delle Grotte. Dominano il golfo i resti dell'Acropoli della città antica. I percorsi, oggi come nell'antichità, seguono strade basolate, attraversano boschi e macchia mediterranea e si aprono su inaspettati scorci rivolti verso l'Isola d'Elba. Uno di questi tracciati si spinge fra i boschi del promontorio per raggiungere i ruderi del monastero benedettino di San Quirico. Infine, l'archeologia "prende forma" nei laboratori creativi di archeologia sperimentale, attivi presso il Centro di Archeologia Sperimentale nei fine settimana primaverili e in estate.

#### Servizi disponibili:

ParcheoCard per la visita a tariffe agevolate di tutti i Musei e i Parchi archeologici del sistema Parchi Val di Cornia; Visite guidate incluse nel biglietto d'ingresso; Centro di Archeologia Sperimentale incluso nel percorso di visita; Percorsi Trekking; Accoglienza e Bookshop; Bar-Ristorante; Aree attrezzate pic-nic; Parcheggio gratuito.

I bambini fino a 6 anni entrano gratis. **Il buono potrà essere utilizzato per la stagione 2015 o 2016**, a partire dal 5 aprile 2015, nei fine settimana di aprile e maggio, nei ponti primaverili e dal 1° giugno al 15 settembre secondo il calendario di apertura del Parco.

Il calendario completo dei giorni di apertura è consultabile sul sito [www.parchivaldicornia.it](http://www.parchivaldicornia.it).

**Ingresso Parco Archeologico**

**900**  
punti

**SPENDI**

**Ingresso Ridotto Parco Archeologico**

**700**  
punti

**SPENDI**

**Ingresso Famiglia Parco Archeologico**

**2.000**  
punti

**SPENDI**

Buono valido per il ritiro gratuito di un biglietto visita completa del Parco con servizio guida.

Buono valido per il ritiro gratuito di un biglietto RIDOTTO con visita completa del Parco e servizio guida (bambini 6-14 anni, adulti oltre 65 anni).

Buono valido per il ritiro gratuito di 1 biglietto FAMIGLIA con visita completa del Parco e servizio guida (da 3 a 5 persone - 2 adulti e 3 ridotti).

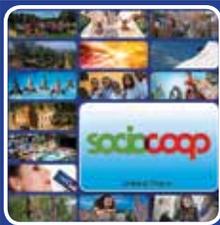
#### Parchi Val di Cornia:

Tel. 0565 226445 / Fax 0565 226521

[prenotazioni@parchivaldicornia.it](mailto:prenotazioni@parchivaldicornia.it)

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

Parco Archeologico di Baratti e Populonia  
località Baratti, 57025 - Piombino (LI).



# SOLO PERTE

## RACCOLTA PUNTI 2015-2016 VALIDA SOLO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO

Per conoscere tutti i premi:  
[www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com](http://www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com)



# EURONICS

## Converti i punti IOMERITOCLUB in punti Coop

## Converti i punti Coop in punti IOMERITOCLUB

IoMeritoClub premia la tua fedeltà ai negozi Euronics che aderiscono all'iniziativa garantendoti, con l'attivazione gratuita della CARD, sempre preziosi vantaggi:

- promozioni speciali dedicate
- bonus esclusivi personalizzati
- anteprima novità tecnologiche
- sconti imperdibili

Con i punti maturati nella CARD potrai sempre ottenere uno sconto immediato alla cassa di 3 euro per ogni 100 punti acquisiti.

### Euronics

Per cercare i punti vendita Euronics che aderiscono all'iniziativa visita il sito [www.cds.euronics.it](http://www.cds.euronics.it) o chiama il numero verde **800 067 367**

Ogni 100 punti IoMeritoClub avrai 300 punti Coop



**300**  
punti Coop

**ACCUMULA**

Per convertire i punti, recati presso un punto vendita Euronics che aderisce all'iniziativa. Scaricando i punti IoMeritoClub riceverai un voucher da compilare e presentare, insieme alla tua carta SocioCoop nel tuo punto vendita Coop. I punti saranno accreditati sulla carta SocioCoop, entro 7 giorni.

**La conversione dei punti IoMeritoClub in punti Coop è possibile fino al 31 marzo 2016.**

Ogni 100 punti Coop avrai 33 punti IoMeritoClub



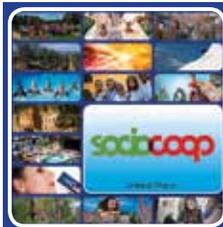
**33**  
punti IoMeritoClub

**SPENDI**

Per convertire i punti, recati nel tuo punto vendita Coop. Scaricando i punti Coop riceverai un voucher da presentare, insieme alla tua carta IoMeritoClub in un punto vendita Euronics che aderisce all'iniziativa.

I punti saranno accreditati sulla carta IoMeritoClub entro 7 giorni.

**La conversione dei punti Coop in punti IoMeritoClub è possibile fino al 31 marzo 2016.**



# SOLO PERTE

## RACCOLTA PUNTI 2015-2016 VALIDA SOLO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO

Per conoscere tutti i premi:  
[www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com](http://www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com)



## LA STRADA DEL VINO E DELL'OLIO COSTA DEGLI ETRUSCHI

**1 ingresso  
Le Strade del Vino**



**900  
punti**

**SPENDI**

Buono valido per il ritiro di un biglietto adulto per la visita guidata a una cantina con degustazione di vini.

Scadenza voucher 31 maggio 2016

**1 ingresso  
Le Strade del Vino**



**900  
punti**

**SPENDI**

Buono valido per il ritiro di un biglietto per la visita guidata al frantoio o all'apicoltura con degustazione dei loro prodotti. I bambini fino a 5 anni compresi entrano GRATIS.

Scadenza voucher 31 maggio 2016

**1 ingresso  
Le Strade del Vino**



**1.700  
punti**

**SPENDI**

Buono valido per il ritiro di un biglietto adulto per la visita di una azienda con degustazione di vini e di prodotti tipici.

Scadenza voucher 31 maggio 2016

## I vini e gli olii della costa degli Etruschi.

La Strada del Vino e dell'Olio Costa degli Etruschi copre un percorso che supera i 150 km di lunghezza lungo la costa tirrenica e l'Isola d'Elba nella Provincia di Livorno, raggiungendo una parte della Provincia di Pisa.

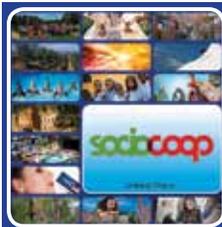
In questa zona si può degustare un calice di vino in una delle cantine immerse tra i vigneti e il verde della "macchia" mediterranea, ma con l'azzurro intenso del mare sullo sfondo, visitare un frantoio imparando a riconoscere oli provenienti da differenti varietà e assaporare la saporosa cucina toscana nei ristoranti circondati dalla calda accoglienza di un agriturismo. Siamo in quella parte di Toscana in cui la rivoluzione italiana del vino ha avuto inizio con il precursore dei "Super Tuscans", il Sassicaia, e proseguito con le iniziative dei tanti viticoltori di questo territorio sparsi nelle cinque zone DOC del territorio, arricchito da una pregevole produzione di oli d'oliva e da prodotti gastronomici di qualità impiegati nella ricca cucina locale.

## Le Doc della Strada del vino

La prima zona DOC che si incontra arrivando da nord è quella del Terratico di Bibbona, la DOC più giovane, dove grandi aziende e piccoli produttori hanno già iniziato a produrre vini di ottima qualità. Subito dopo troviamo la DOC Montescudaio, in Provincia di Pisa, una zona più collinare e fresca dove i vini sono eleganti e profumati, a tratti quasi austeri. Dopo pochi chilometri si entra in piena Bolgheri DOC, patria del Sassicaia e di altri grandi vini protagonisti della storia enologica italiana degli ultimi anni. Passando lungo il filare di cipressi cantato dal Carducci, dichiarato monumento nazionale, e arrivando a San Guido, si trova la cantina del Sassicaia e l'ufficio informazioni della Strada del Vino e dell'Olio. Scendendo verso sud, si entra nella DOC Val di Cornia dove i vini hanno un carattere solido e dove le particolari mineralizzazioni del terreno conferiscono ai grandi rossi aspetti austeri e profondi. Attraversando il mare a Piombino, si giunge all'Isola d'Elba con la sua DOC dove l'aleatico passito è il prodotto più tipico e interessante ma dove l'impegno di pochi produttori sta proponendo dei rossi di razza e dei bianchi sapidi e strutturati.

Per prenotazione di visite in cantina e tour: Tel.: +39/0565/749768

[turismo@lastradadelvino.com](mailto:turismo@lastradadelvino.com)



# SOLO PERTE

RACCOLTA PUNTI 2015-2016  
VALIDA SOLO PER  
I SOCI UNICOOP TIRRENO

Per conoscere tutti i premi:  
[www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com](http://www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com)

sociocoop

Unicoop Tirreno

italia  
in miniatura  
Il Parco Tematico  
RIMINI

costa parchi  
edutainment



ITALIA IN MINIATURA

Ingresso adulto  
Italia in Miniatura



**1.100**  
punti

SPENDI

Buono valido per il ritiro gratuito di un biglietto di ingresso adulto individuale per la stagione 2015 o 2016. I bambini sotto il metro di altezza entrano GRATIS.

Torni gratis tutte le volte che vuoi.

**Il buono potrà essere utilizzato per la stagione 2015 o 2016.**

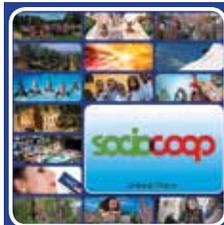
ITALIA IN MINIATURA: aperto tutti i giorni dal 28 marzo al 4 ottobre. Ottobre, novembre e dicembre aperto fine settimana e tutti i giorni dal 26 dicembre al 6 gennaio 2016.

## Italia in Miniatura, il parco tematico dedicato all'Italia ed alle sue bellezze.

Dal 1970 fa sognare gli Italiani grazie al suo nucleo storico, costituito da 273 meraviglie architettoniche italiane ed europee, perfettamente riprodotte in scala su un'area complessiva di 85.000 mq, circondate da oltre 5.000 veri alberi in miniatura e da attrazioni originali e suggestive come Venezia, Canoe, Scuola Guida Interattiva, SlingShot, Pinocchio, Pappamondo e Luna Park della Scienza.

### Per informazioni:

Per il calendario corretto, visitare il sito internet ufficiale del parco.  
Italia in Miniatura - 0541 736736  
[www.italiainminiatura.it](http://www.italiainminiatura.it)



# SOLO PERTE

**RACCOLTA PUNTI 2015-2016  
VALIDA SOLO PER  
I SOCI UNICOOP TIRRENO**

Per conoscere tutti i premi:  
[www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com](http://www.catalogosoci.unicooptirreno.coop.com)



## EXPLORA, IL MUSEO DEI BAMBINI DI ROMA

**1 ingresso a Explora**



**800  
punti**

**SPENDI**

Buono valido per il ritiro presso i punti vendita di Unicoop Tirreno di 1 biglietto gratuito di ingresso dai 3 anni in su a Explora, il Museo dei Bambini di Roma.

Scadenza buono 31 maggio 2016.

Prenotazione obbligatoria allo 06 3613776 weekend, festivi e vacanze scolastiche. I bambini sotto i 12 mesi entrano GRATIS.

Aperto dal martedì alla domenica con quattro turni di visita di 1 ora e 45 minuti:

10.00 - 11.45 (eccetto agosto)

12.00 - 13.45

15.00 - 16.45

17.00 - 18.45

Cos'è Explora? Un Museo a misura di bambino con giochi e allestimenti interattivi su scienza, ambiente, comunicazione, società, economia e nuove tecnologie per capire la realtà di tutti i giorni, 2.000 mq di allestimenti interattivi per giocare, sperimentare, divertirsi, crescere e imparare.

In ogni area del Museo è segnalata la fascia d'età (0-3 anni, 3-5 e 6-12 anni) per cui è stato realizzato l'allestimento.

### Il Museo si sviluppa su due piani:

- piano terra: installazioni permanenti, area "Piccoli Exploratori" per i bambini da 0 a 3 anni, spazio laboratori "Lavori in corso".
- primo piano: mostre temporanee.

*L'area Piccoli Exploratori e le mostre temporanee sono incluse nel biglietto di ingresso al museo. Consultare nel calendario sul sito i giorni in cui sono offerti i laboratori tematici.*

### Explora offre anche:

- laboratori creativi e scientifici
- giornate tematiche ed eventi privati
- feste di compleanno
- campus durante le vacanze scolastiche
- letture animate nel bookshop
- visite per scuole
- laboratorio "Officina in cucina" nell'edificio "cucina", accanto al padiglione espositivo

Per aperture/chiusure eccezionali e per variazioni di orario di ingresso consultare sempre [www.mdbri.it](http://www.mdbri.it).

Shop, ristorante, bar, parcheggio riservato ai visitatori (1,00 euro).

**Per informazioni e prenotazioni: 063613776**

[info@mdbri.it](mailto:info@mdbri.it), [biglietteria@mdbri.it](mailto:biglietteria@mdbri.it), [www.mdbri.it](http://www.mdbri.it).

Seguici su:





**LA CONVENIENZA  
A MISURA DI SOCIO**

RISERVATO AI SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**FINO AL 30 NOVEMBRE**

SCUOTITORE ELETTRICO PER OLIVE

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**229,00€**



Motore 140W  
Asta telescopica fino a 2,5 metri  
Alimentazione 12V  
Cavo alimentazione 8 metri  
Peso 5 kg  
Batteria consigliata 60AH

RETE PER OLIVE IN TESSUTO ANTISPINA  
10 x 10 metri

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**42,90€**



DEFOGLIATORE ELETTRICO  
PER OLIVE

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**299,00€**



Potenza 250W  
Giri 2800/min  
Tensione 220V  
Capacità lavoro 3000 kg frutto pulito all'ora  
Peso 30kg  
Vtaggio 230V

**DISPONIBILE SU PRENOTAZIONE**

4 LATTINE PER OLIO CON TAPPO  
5 litri cad.

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**7,50€**



FUSTO PER OLIO IN ACCIAIO INOX CON  
RUBINETTO

UN ESEMPIO: capacità 50 litri

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 65,00 €

**45,50€**

**SCONTO  
30%**





**COOPERATIVA LAVORATORI DELLE COSTRUZIONI**



**NELLO STORICO QUARTIERE SAN MARCO IN VENEZIA  
IL TUO APPARTAMENTO  
TI ASPETTA**



**Complesso "Le Macine" - Livorno  
Appartamenti e garage in VENDITA**



Attestazione  
SOA



Qualità  
ISO 9001:2008



Sicurezza  
OHSAS 18001:2007



Ambiente  
ISO 14001:2004



Responsabilità Sociale  
SA 8000:2008

**C.L.C. SOC. COOP.**

**VIA BOCCHERINI, 11 - 57124 LIVORNO**

**Tel. 0586-868711 Fax 0586-867376 [www.clc-coop.com](http://www.clc-coop.com) - e-mail: [info@clc-coop.com](mailto:info@clc-coop.com)**



# Nella giusta proporzione

Ci risiamo. Sono vent'anni che la tassa sulla prima casa, prima *Ici*, poi *Imu*, ora *Tasi* e poi chissà cosa, va e viene tra la generale euforia e la puntuale delusione dei contribuenti. Anche questa volta non poteva mancare l'ennesimo annuncio dell'abolizione dell'odiata tassa, e con esso le canoniche polemiche di chi la giudica una pura e semplice manovra elettorale; chi invece si chiede dove il Governo troverà i soldi per finanziarla, visto che verranno garantiti gli introiti eventualmente perduti dai comuni; chi si limita a dire che la tassa sulla casa non va tolta, caso mai rimodulata. Ma non si tratta solo di *Tasi*. Il

Governo ha, infatti, annunciato un taglio fiscale di ben 50 miliardi nei prossimi 5 anni. E giù scetticismo a fiumi dato che questa cifra è esattamente identica a quanto impone di stanziare ogni anno il famigerato *fiscal compact* per dimezzare il colossale debito pubblico italiano. Certo, qualche problema sul fronte delle tasse questo paese ce l'ha, e non da ora. Basti pensare alla voluminosa massa di denaro evasa ogni anno calcolata prudentemente in 120 miliardi. E non si può negare che la pressione fiscale sia mediamente aumentata costruendo al tempo stesso un immenso e odioso castello di imposte e balzelli. Ma quello che sfugge a politici e cittadini è un dato assai più significativo che i costituenti, nel 1946, ave-

vano ben chiaro e che invece, negli ultimi decenni, si è perduto in una stupida e generica retorica del taglio fiscale che, come abbiamo visto, quasi sempre porta a ridurre da una parte per au-

mentare da un'altra, col triste risultato di una pressione fiscale in costante crescita. La parolina magica che andrebbe recuperata dalla Costituzione e applicata alla lettera nelle leggi vigenti è: proporzionalità. Basta leggere l'articolo 53 della nostra Carta laddove dice che "Tutti sono tenuti a concorrere al-

**Aumentare gli scaglioni di reddito, tassare meno le fasce deboli e di più i super ricchi. È ora di mettere mano alle tasse, ripristinando equità e proporzionalità. Come ci insegna la Costituzione.**

la spese pubbliche in ragione della loro capacità contributiva" e che "Il sistema tributario è informato a criteri di progressività". Ebbene oggi abbiamo solo 5 fasce: dal 23 per cento fino a 15mila euro al 43 per cento oltre i 75mila. Negli anni Cinquanta e Sessanta, quando la Costituzione veniva presa un po' più sul serio, si ragionava in un altro modo. Gli scaglioni erano molti di più e l'aliquota massima era del 50 per cento perché allora si pensava che chi più ha più deve contribuire alle spese dello stato. Chi invece guadagnava 1 milione, paragonabile più o meno a 13mila euro attuali, pagava appena il 3,17 per cento contro il 23 di oggi. Quindi il sistema fiscale è pian piano andato nella direzione opposta al criterio dell'equità: feroce con i redditi minori e assai comprensivo con quelli elevati. E allora mettere mano alle tasse va bene, non tanto per ridurle genericamente di *tot* miliardi, ma per ripristinare equità e proporzionalità, aumentando gli scaglioni di reddito, tassando meno le fasce deboli e imponendo aliquote maggiori ai ceti benestanti e ai super ricchi. A volte per andare avanti basta tornare un po' indietro. ■



Solo per il mese di **OTTOBRE** vieni  
a scoprire comodità e convenienza.

In **ESCLUSIVA** per Te  
due apparecchi acustici



a soli **999\***€

\*Offerta valida fino al 31/10/2015, solo su apparecchi acustici AMP.

Inoltre, **PROVA\*** PER DUE ANNI i  
**Nuovi A3**

Gli unici al mondo che garantiscono:

- ✓ Suono naturale
- ✓ Ascolto personalizzato
- ✓ Migliore udibilità negli ambienti rumorosi



\*75€ per 24 mesi più anticipo di 250€ più maxi rata finale restituibile a fine contratto, consultabile in filiale. Offerta valida fino al 31/10/2015 per apparecchi A3/SILVER/GOLD/PLATINUM/RIC-312 e BTE13.

**Vieni a trovarci nel Centro Acustico più vicino a casa tua**

<b>VIAREGGIO</b>	Via Ugo Foscolo, 41	Tel. 0584-74.31.73
<b>PISA</b>	Via Matteucci, 93	Tel. 050-54.03.71
<b>GROSSETO</b>	Via Matteotti, 45	Tel. 0564-41.44.15
<b>FOLLONICA</b>	Via Bicocchi, 22	Tel. 0566-41.080
<b>ORBETELLO</b>	Via Vittorio Veneto, 12/14	Tel. 0564-86.81.35
<b>VITERBO</b>	Via Giuseppe Garibaldi, 33	Tel. 0761-25.36.76
<b>LIVORNO</b>	Piazza XX settembre, 12/A	Tel. 0586-88.45.90



**Direttore responsabile**

Aldo Bassoni

**In redazione**

Rita Nannelli  
Barbara Sordini

**Hanno collaborato a questo numero**

Barbara Autuori  
Francesca Baldereschi  
Alessandra Bartali  
Barbara Bernardini  
Salvatore Calleri  
Luca Carlucci  
Claudia Ciriello  
Elena Corsi  
Tito Cortese  
Eleonora Cozzella  
Daniele Fabris  
Maria Vittoria Ferri  
Jacopo Formaioni  
Stefano Generali  
Dario Guidi  
Silvia Inghirami  
Letizia Leonardi  
Giovanni Manetti  
Enrico Mannari  
Gianna Martorella  
Massimiliano Matteoni  
Roberto Minniti  
Massimo Montanari  
Giorgio Nebbia  
Patrice Poinssotte  
Paola Ramagli  
Gabriele Salari  
Maria Antonietta Schiavina  
Miriam Spalatro  
Mario Tozzi  
Ersilia Troiano

# 250

ottobre 2015

**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: 191.649 copie  
Chiuso in tipografia il 18/9/2015



**Font utilizzate**

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

**9** Il punto  
*Aldo Bassoni*  
**Nella giusta  
proporzione**

**contatti**

- 12** Fermo posta
- 13** Coop risponde
- 14** Chi protegge il cittadino
- 14** Previdenza
- 15** Benestare

**firme**

- 16** Salvatore Calleri  
**In piena autonomia**
- 17** Gabriele Salari  
**La mosca al naso**
- 18** Tito Cortese  
**Muri di gomma**
- 19** Giorgio Nebbia  
**Campo di calcio**
- 20** Mario Tozzi  
**Corpo di guardia**
- 21** Massimo Montanari  
**Forme d'arte**
- 69** Gianna Martorella  
**Incontri ravvicinati  
del terzo tipo**
- 78** Giovanni Manetti  
**La trama si complica**

**attualità**

- 22** La notizia  
*Dario Guidi*  
**Percorso di crescita**
- 26** Primo piano  
*Rita Nannelli*  
**In punta  
di matita**
- 45** Inchiesta  
*Aldo Bassoni*  
*Dario Guidi*  
**Coop del mondo**

**soci**

- 30** Risparmio quotidiano
- 32** Scegli tu!
- 34** Criteri di valutazione
- 36** Fare Centro
- 42** Per voi soci
- 79** Convenienza

**viaggi**

- 40** La città ideale  
*Alessandra Bartali*

**salute**

- 50** Pausa caffè  
*Ersilia Troiano*
- 51** Faccende domestiche
- 52** A occhio  
e croce  
*Barbara Bernardini*
- 53** Sani & salvi

**prodotti**

- 54** Giusto adesso  
*Maria Vittoria Ferri*
- 56** Effetto pietra  
*Roberto Minniti*
- 58** Cambio dell'olio  
*Daniele Fabris*
- 59** Eco sistema
- 60** Spicchio  
delle mie brame  
*Silvia Inghirami*
- 61** Presidi Slow Food
- 62** La grande  
Quercia  
*Eleonora Cozzella*
- 64** Menu di castagne  
*Paola Ramagli*
- 68** A tavola con i bambini

**enunci**

- 70** Com'è bella la città  
*Aldo Bassoni*
- 71** Tempi moderni
- 72** A futura  
memoria  
*Patrice Poinssotte*
- 73** Scienza infusa
- 74** Cambia canale  
*Barbara Autuori*
- 75** Triplavù
- 76** Ironia della sorte  
*Maria Antonietta Schiavina*
- 77** Le vite degli altri



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

## Di tutto rispetto

**In questi ultimi mesi ho letto diversi articoli sulla mancata eticità e legalità della filiera ortofrutticola. Qual è la posizione di Coop sull'argomento e che cosa fa in concreto per garantire i suoi prodotti?**  
via e-mail

*Risponde Maurizio Zucchi, direttore qualità di Coop Italia.*

Coop è impegnata a garantire nel rispetto della legge un'economia sana, ostacolando quella sommersa e promuovendo un'imprenditoria legale. Siamo la catena distributiva che s'impegna maggiormente nella battaglia per la legalità, l'etica e il rispetto dei diritti dei lavoratori e per questo ha un'organizza-

zione e un sistema di garanzie specifici. Presidiamo i fornitori di prodotti a marchio Coop (non solo nazionali) dal 1998 in riferimento allo *standard* etico SA8000 integrandolo dal 2009 con *focus* sulla sicurezza sul luogo di lavoro, in anticipo di diversi anni rispetto a quanto poi previsto nella nuova versione dello *standard* SA8000:2014. Ai produttori si richiede la sottoscrizione di un codice di comportamento etico basato su questo *standard*; vengono inoltre effettuate da parte di Coop verifiche lungo tutta la filiera (in questi anni oltre 1.200 ispezioni tra fornitori e subfornitori). Quest'ultime attività sono comprensive di interviste anonime ai lavoratori, nonché di raccolta di informazioni dagli *stakeholder* locali (sindacato, *ong* ecc.), tramite *auditor* qualificati indipendenti. Il presidio etico di Coop riguarda anche le filiere dell'estremo oriente (Cina, Pakistan ecc.) sia per i prodotti a marchio che non a marchio; per questi ultimi sono accettati anche altri *standard* etici riconosciuti a livello internazionale. In caso di settori potenzialmente critici quali, ad esempio, quello degli agrumi in Sicilia e Calabria o del pomodoro da trasformazione, i controlli coinvolgono



in particolar modo le aziende agricole con un monitoraggio in ogni campagna produttiva. In caso di non conformità Coop può decidere di escludere i fornitori o subfornitori coinvolti (negli ultimi 5 anni abbiamo espulso dal nostro circuito commerciale 7 aziende agricole). Di fronte a segnalazioni specifiche Coop si attiva con ulteriori e puntuali controlli sulla filiera interessata e definisce un eventuale e conseguente presidio. Sulla salute e sicurezza sul luogo di lavoro, i fornitori Coop hanno aiutato i loro produttori mettendo a disposizione gratuitamente risorse e strumenti, consulenti e medici del lavoro.

Inoltre, l'impegno etico richiesto ai fornitori di ortofrutta a marchio Coop è stato esteso anche ai 240 fornitori di prodotti non a marchio, con la sottoscrizione, al momento del rinnovo del contratto di fornitura, di una lettera di adesione al *Progetto Etico* di Coop, coinvolgendo e responsabilizzando chi ci fornisce ortofrutta.

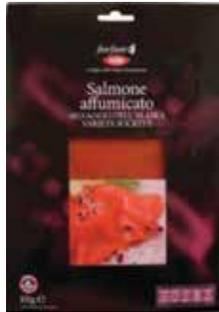
Sono inoltre in fase di studio modalità efficaci e integrative per prevenire situazioni critiche. Tra i nuovi possibili strumenti al vaglio la *Rete del lavoro agricolo di qualità* (iniziativa del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, del Ministero dell'economia e delle finanze, dell'Inps) nonché il *Protocollo di legalità* sottoscritto tra Aci e Ministero degli interni. Un impegno quello di Coop che ha ricevuto diversi riconoscimenti. Nella ricerca finanziata dalla *Commissione Europea* e realizzata in collaborazione con *Consumers International* (Federazione delle associazioni dei consumatori che raggruppa 220 sigle di 115 Paesi) del 2013 sull'eticità delle insegne della Grande Distribuzione, Coop è risultata avere, a livello europeo, le migliori politiche e la maggiore attenzione nel campo della responsabilità sociale d'impresa e una grande coerenza tra ciò che dichiara e ciò che fa. A giugno scorso, nell'ambito della campagna *#FilieraSporca. Gli invisibili dell'arancia e lo sfruttamento in agricoltura nell'anno di Expo*, in cui è stata analizzata la filiera delle arance raccolte in Sicilia e Calabria, Coop è stata apprezzata per la gestione della filiera. Nel *report* finale si legge che "Coop è l'operatore più attento alla questione della responsabilità sociale".

## Rosa salmone

**Acquisto abitualmente il salmone Fior fiore Coop, ma aprendo la confezione l'ho trovato di un colore più sbiadito del solito. Vorrei sapere perché.**

La differenza che ha riscontrato nei filetti di salmone 250 grammi *Fior fiore* rispetto al prodotto abituale è determinata

dalla diversa varietà di salmone utilizzata. Come indicato anche in etichetta, infatti, prevediamo l'alternanza di due differenti specie: il *pink* e il *keta*. Un'alternanza che dipende principalmente dai periodi di pesca e dall'abbondanza o meno del pescato. Il salmone rosa è il più piccolo e il più abbondante della specie e ha un ciclo di vita di 2 anni. È proprio la particolarità del suo ciclo di vita che si riflette sulla quantità di pescato che in alcuni anni sarà maggiore che in altri. Il salmone *keta*, invece, ha la più ampia distribuzione di qualsiasi salmone del Pacifico e il suo peso varia generalmente da 3 a 8 chilogrammi; ha filetti di pezzatura maggiore ma caratterizzati da un rosa meno intenso rispetto all'altro. Trattandosi in entrambi i casi di salmone selvaggio e non allevato, è comunque possibile una leggera difformità di colore della carne dovuta alla diversa disponibilità di cibo e alle diverse aree di pesca. Non ci sono, invece, differenze significative per il sapore.



## Coop di casa mia

**Da un anno vivo a Londra. Vi scrivo per dirvi che una delle cose che mi manca di più dell'Italia è proprio Coop. Perché non aprite una filiale qui?**

Alcuni anni fa Coop Consumatori Nord Est ha fatto un esperimento simile a quello che ci propone aprendo degli Ipermercati

in Croazia, ma i risultati non sono stati quelli attesi. Ad oggi esistono comunque alcune esperienze fuori dall'Italia, la più vicina a noi è in Svizzera. Si tratta, però, di realtà che nascono sul territorio. All'*Expo* di Milano, nel *Supermercato del futuro*, Coop sta facendo alcuni esperimenti per far conoscere all'estero il suo prodotto a marchio, dando la possibilità alla fine del percorso di spesa di scegliere se riceverla a casa oppure se acquistare confezioni miste di prodotto *Fior fiore* con cui si possono assaggiare i nostri prodotti tipici. Questo il quadro della situazione attuale; tuttavia il suo messaggio rappresenterà uno stimolo per riflettere e valutare nuove opportunità di crescita e sviluppo.



# Vita a rate

**Da quando mi è stato ridotto l'orario di lavoro non riesco più a pagare le rate del finanziamento richiesto per i lavori di ristrutturazione della casa. Ho sentito parlare della possibilità di richiedere la sospensione delle rate. Posso avere maggiori informazioni?**

È stato sottoscritto il 31 marzo 2015 un accordo tra l'Associazione Bancaria Italiana e 10 associazioni

di consumatori, tra cui *CittadinanzAttiva*, proprio per garantire alle famiglie in difficoltà la sospensione del pagamento delle rate relative a un finanziamento che non riescono più a fronteggiare, ma solo per la quota capitale del credito.

In particolare è possibile richiedere per 12 mesi la sospensione del pagamento della quota capitale dei finanziamenti al consumo che abbiano una durata superiore a 24 mesi. La richiesta può essere inoltrata esclusivamente da consumatori in difficoltà nei 2 anni precedenti la richiesta stessa. Di seguito indichiamo gli eventi previsti dall'accordo: • perdita del posto di lavoro a tempo determinato o indeterminato o dei rapporti lavorativi di cui all'art. 409 del *Codice di procedura civile*; • morte; • handicap grave o condizione di non autosufficienza; • sospensione o riduzione dell'orario di lavoro per un periodo di almeno 30 giorni anche in attesa



dell'emanazione di provvedimenti di autorizzazione dei trattamenti di sostegno del reddito (ad esempio, *Cig*, *Cigs*, i cosiddetti ammortizzatori sociali in deroga ecc.).

Ricordiamo che la richiesta può essere presentata entro il 31 dicembre 2017. La sospensione non comporta il pagamento di commissioni o interessi di mora, ma solo degli interessi alle scadenze contrattuali calcolati sul debito residuo. Quest'accordo riapre i termini per sospendere i finanziamenti anche per le famiglie che hanno già beneficiato di questo strumento negli anni passati, purché la sospensione non sia stata richiesta nei 24 mesi precedenti. Sperando di averle fornito informazioni utili, la invitiamo a rivolgersi a *CittadinanzAttiva* se dovesse avere bisogno di ulteriori chiarimenti o d'assistenza.

## Info

**Abi - Associazione Bancaria Italiana:** [www.abi.it](http://www.abi.it)

**Elenco delle banche e degli intermediari finanziari che aderiscono all'accordo**

**Abi-Associazioni:** [www.abi.it/DOC\\_Mercati/Crediti/Crediti-alle-persone/Mutui/Sospensione-delle-rate/Banche-aderenti/Banche\\_aderenti\\_Accordo\\_sospensione\\_quota\\_capitale\\_famiglie24%20luglio.pdf](http://www.abi.it/DOC_Mercati/Crediti/Crediti-alle-persone/Mutui/Sospensione-delle-rate/Banche-aderenti/Banche_aderenti_Accordo_sospensione_quota_capitale_famiglie24%20luglio.pdf)

## Claudia Ciriello

consulente *Pit* - Area consumatori e servizi di pubblica utilità di *CittadinanzAttiva*

previdenza a cura di LiberEtà e-mail: [redazione@libereta.it](mailto:redazione@libereta.it)

## Requisiti richiesti

**Sono rimasta vedova da qualche mese; mio marito lavorava ancora ma non aveva raggiunto i requisiti per la pensione. Un mio parente, però, mi ha detto che si può ottenere un assegno una tantum. Mi potete spiegare come funziona?**

Il nostro sistema di protezione sociale prevede che, se il lavoratore o il pensionato muoiono lasciando i familiari più stretti con pochi mezzi per sopravvivere, venga riconosciuta agli eredi una pensione che può assumere due forme: la prima è quella che deriva dalla morte di una persona

già pensionata e si chiama pensione di reversibilità; la seconda è quella che trae origine dalla morte di un lavoratore in servizio e si definisce pensione indiretta. La nostra lettrice si trova in questa seconda ipotesi. Per avere diritto alla pensione indiretta, però, è necessario che il marito scomparso abbia maturato 15 anni di contributi o anche solo 5 anni, almeno 3 dei quali nel quinquennio precedente la data della morte. Se si rientra in queste condizioni, la pensione a cui si ha diritto è calcolata in percentuale sulla prestazione maturata dal lavoratore

# Non c'è soddisfazione

15

**Ho 53 anni e sono obesa da almeno 20 anni. Mi rendo conto che rispetto alle persone che mi circondano mangio molto di più. L'ho notato anche con le porzioni del dolce: quando sono al ristorante ne mangerei anche 3 o 4. Come si spiega questa grande fame?**



liamo anche i circuiti cerebrali della gratificazione, dove si libera un neurotrasmettitore chiamato dopamina. Questo è il motivo per cui quando mangiamo, oltre a spegnere la sensazione sgradevole della fame, proviamo anche piacere; soprattutto se quel cibo è ricco di zuccheri e di grassi. Ricerche recenti hanno dimostrato che le persone obese presentano meno re-

**Q**uando ingeriamo cibo, non soltanto si attiva il centro della sazietà che va a inibire il centro della fame, ma stimoliamo

la produzione di dopamina nei circuiti cerebrali della ricompensa. Questo vuol dire che, per trarre la stessa soddisfazione da un cibo gustoso, rispetto ai normopeso ne devono mangiare molto di più. È come se fossero parzialmente "sorde" al piacere e avessero bisogno di una stimolazione più forte. Fortunatamente il cervello mantiene una grande plasticità, perciò una soluzione può essere quella di abituarti a prestare attenzione al gusto di alcuni cibi che di solito vengono considerati poveri di sapore quali, ad esempio, le verdure. Ci vuole pazienza e perseveranza, i cambiamenti neuro-plastici per manifestarsi possono richiedere diverse settimane.

## Istruzioni per l'uso

**È consigliabile utilizzare l'olio di lino come fonte di grassi omega 3?**

Il nostro corpo non è in grado di sintetizzare grassi della famiglia omega 3 e, come nel caso delle vitamine, deve obbligatoriamente assumerli con l'alimentazione. L'olio di lino contiene oltre il 50 per cento di acido alfa-linolenico che è il capostipite della famiglia degli omega 3, ma bisogna fare alcune precisazioni. Innanzitutto occorre ricordare che l'olio di lino deve essere stato spremuto a freddo, va conservato lontano da fonti di calore e di luce e deve essere utilizzato a crudo. L'elevato contenuto di grassi

polinsaturi, come gli omega 3, lo rende anche molto sensibile all'ossidazione dell'aria, quindi una volta aperto il contenitore è consigliabile consumarlo velocemente. L'acido alfa-linolenico nel nostro organismo deve essere convertito in composti funzionali come l'*Epa* (acido eicosapentaenoico) e il *Dha* (acido docosaesaenoico) perché sono questi ad avere un'importante attività biologica. Si stima, però, che solo una piccola parte di acido alfa-linolenico si converte in *Epa* e *Dha*; meglio quindi mangiare pesce, come quello azzurro, in cui l'*Epa* e il *Dha* sono già presenti. Di solito consiglio l'utilizzo di olio di lino a chi conduce un'alimentazione vegana.

deceduto; se la linea ereditaria è composta dalla sola moglie, allora spetterà il 60 per cento; al figlio solo spetta il 70 per cento; l'80 per cento se a beneficiarne sono il coniuge e un figlio o 2 figli senza coniuge; il 100 per cento se si è in 3 o più (coniuge e 2 o più figli o 3 o più figli); il 15 per cento se si rientra tra gli altri familiari possibili destinatari. Che cosa succede se il lavoratore muore senza aver maturato i requisiti minimi? Se la morte del congiunto, lavoratore dipendente, deriva da una causa collegata al lavoro, vi verrà riconosciuta una rendita d'inabilità

privilegiata indiretta; in caso diverso è prevista un'indennità *una tantum* che è davvero modesta. In particolare, se si è congiunti di un lavoratore che aveva cominciato a lavorare prima del 31 dicembre 1995, l'indennità va da 23 a 67 euro. Se, invece, si è i familiari di un lavoratore che aveva cominciato l'attività dal primo gennaio 1996, l'*una tantum* è uguale all'ammontare dell'assegno sociale moltiplicato per gli anni di contributi accreditati. Ma è richiesto che i familiari abbiano redditi inferiori all'importo dello stesso assegno sociale.

ora legale di Salvatore Calleri



# In piena **autonomia**

**Autonoma e con un ruolo di primo piano nel Mediterraneo. La Sicilia e la storia del suo Statuto.**

Fino a qualche anno fa ero tra coloro che, quando sentivano parlare di autonomia siciliana, basandosi su ciò che si leggeva in giro, lo ritenevano un argomento quasi superfluo e inattuale. Anzi mi domandavo che senso avesse l'autonomia per una regione come la Sicilia che non godeva di una buona fama come amministrazione della cosa pubblica. Sarà stato merito della mia breve esperienza come assessore regionale in Sicilia oppure del mio amore per la storia, ma nel momento in cui mi sono messo ad analizzare la cosa in profondità, ho capito che l'autonomia della regione siciliana non va toccata, anzi non va scalfita in alcun modo. L'autonomia nasce in un contesto storico e arriva dopo secoli di lotte, scontri, interessi e invasioni varie. La Sicilia si è sempre trovata in un contesto geopolitico importante, oggi più che mai. La questione siciliana è sempre stata trattata male e in modo superficiale, e anche la nascita dell'Italia è avvenuta in fretta e ha favorito in qualche modo sin da subito le prime forme di mafia moderna che si è sostituita, forse anche su delega, a uno stato lontano...

quello in origine piemontese. Prima di attaccare lo Statuto della Regione Sicilia bisogna capire in primo luogo perché è stato concesso. Al momento della sua stesura nel 1946, subito dopo la fine della guerra, vi erano in Sicilia fortissime istanze separatiste con una sorta di guerra civile in corso. Lo Statuto mette fine a un conflitto concedendo una vera e propria autonomia a livello di legge costituzionale. Non bisogna inoltre dimenticare che la Costituzione Italiana nascerà nel 1948, due anni dopo. Uno Statuto tanto bello, quanto non attuato, per colpa di una classe politica che negli ultimi 70 anni, ad eccezione di pochi casi, non si è dimostrata all'altezza. Non ci sto a cancellare uno Statuto, che al contrario oggi va riscoperto e attuato. Attuato tenendo conto del contesto in cui ci troviamo: atlantico *Nato* come cappello protettivo, europeo come modello civile e Mediterraneo come contesto in cui agire come attore principale. La Sicilia è una ricchezza e se venisse attuato lo Statuto da un punto di vista dei conferimenti economici – che, si badi bene, spettano – sarebbe *in toto* auto-sufficiente. Ciò che oggi serve è una Sicilia forte che, grazie a uno Statuto forte, può uscire dalla crisi economica senza piagnistei ed essere in grado di ricoprire il ruolo che le spetta nel Mediterraneo. ■

# La mosca al naso 17

**Per combattere la mosca che danneggia i raccolti di olive c'è chi pensa di liberarne una specie geneticamente modificata. Le conseguenze sono facilmente immaginabili.**

In Spagna, nella ricca regione della Catalogna, l'impresa britannica *Oxitec* ha tentato per due volte di chiedere l'autorizzazione a combattere la mosca della frutta dell'olivo che sta distruggendo il 38 per cento del raccolto, con una mosca geneticamente modificata.

L'esperimento, promosso dall'Istituto di Ricerche della *Generalitat*, prevedeva di liberare 40mila insetti modificati geneticamente su un terreno di mille metri quadri, isolati da una rete.

La *Generalitat de Catalunya*, l'autorità competente a cui era stata presentata la domanda, ha però nuovamente negato ad agosto l'autorizzazione. *Greenpeace* aveva denunciato che si sarebbe trattato del «primo caso di liberazione di animali modificati geneticamente nell'Ue», con misure di controllo insufficienti. Come pretendere di risolvere un problema con una soluzione tecnologica che promette solo di arrecare altri danni alla natura e all'ambiente?



Per fortuna gli spagnoli hanno detto di no. La Spagna è il primo produttore al mondo d'olio biologico con un'estensione di 170mila ettari di terra arabile. Se l'esperimento si fosse fatto i produttori *bio* avrebbero perso la certificazione e i consumatori non si sarebbero fidati di qualsiasi olio prodotto in Spagna. Sempre la *Oxitec*, intanto, ha testato i primi insetti ingegnerizzati al mondo, delle zanzare, in «aree contenute», alle Isole Cayman e in Brasile e vorrebbe testarle anche in Florida, se l'*Fda* (*Food and Drug Administration*) darà l'autorizzazione. L'obiettivo della manipolazione genetica sono le zanzare del genere *Aedes aegypti*, parenti strette della zanzara tigre, che spinte dai cambiamenti climatici stanno facendo capolino anche in Europa. Le zanzare – sempre delle *Aedes aegypti* – sono modificate con geni che dovrebbero causare la morte della prole. Il piano è di rilasciare nell'ambiente solo maschi, che non pungono l'uomo, permettendo loro di accoppiarsi con le femmine «autoctone», trasmettendo tutti i geni acquisiti alla prole riducendone la popolazione. Un esperimento che per il principio di precauzione bisognerebbe evitare di condurre sul campo. ■

**Gabriele Salari**  
ufficio stampa Greenpeace

ever green di Stefano Generali

## A secco

L'Italia è a rischio desertificazione o meglio rischia la trasformazione di alcune aree in quello che gli esperti chiamano «conca di polvere», cioè un punto di non ritorno dove non esiste neppure un minimo di biodiversità che anche il deserto garantisce. L'allarme viene dal Consiglio nazionale delle ricerche, che ha messo in evidenza come sia a rischio quasi 1/5 del territorio nazionale, il 41 per cento del quale concentrato nelle regioni di Sicilia, Puglia, Molise e Basilicata. Belpaese a secco, anche a causa dei costanti aumenti delle temperature che si registrano in tutto il bacino del Mediterraneo, e che si prevede proseguiranno nei prossimi anni.

## Piano di recupero

I centri per il recupero della fauna selvatica, che ogni anno raccolgono in tutta Italia decine di migliaia di animali in difficoltà, vedono seriamente minacciata la loro sopravvivenza a causa dell'abolizione delle Province, che dei cosiddetti Cras erano fino ad oggi i principali finanziatori. Le organizzazioni Legambiente ed Enpa, già impegnate contro la soppressione del Corpo forestale dello Stato, sono attive in una campagna di sensibilizzazione per portare all'attenzione del Governo la questione, ricordando come i centri non solo sono spesso l'unico punto di riferimento per chi trova un animale in difficoltà, ma svolgono anche attività e iniziative di educazione ambientale e ricerca.



# Muri di gomma

18

**L'Europa fondata sugli egoismi nazionali, sul potere economico di pochi, sulla finanza d'assalto anziché sulla cooperazione. E nuovi muri si alzano.**

**M**eno di un anno fa l'Europa e il mondo intero celebravano, in una sorta di giubileo della speranza, i 25 anni trascorsi dalla caduta del muro di Berlino. Speranza in un avvenire di condivisione e di concordia, dopo che per tre decenni quel muro aveva spaccato in due, oltre Berlino, l'intero continente. Ma ecco che, passati pochi mesi, altri muri si erigono in Europa, sbarramenti fatti di cemento, di filo spinato, di lacrimogeni, di respingimenti e soprattutto di incomprensione, di violenza, di paura; muri che dall'Europa si estendono ad altri continenti, altre terre e altri mari, un po' dovunque nel mondo. Mentre il sollievo provato dal mondo, or sono 25 anni, per la fine della guerra fredda s'intorbidisce di nuove angosce per le guerre in atto, in cui voci autorevoli indicano persino il preludio del terzo conflitto mondiale.

Ecco su quali scenari si schiude l'autunno di quest'anno, quando è trascorso appena lo spazio di una generazione dall'autunno di speranza dell'89. Forse soltanto adesso si percepisce con chiarezza la portata dell'errore compiuto allora, quando la grande occasione che si era offerta all'edificazione di un'Europa di pace e di cooperazione, nel segno della solidarietà

tra gli umani, si perse nella rincorsa a una nuova mitica età dell'oro, da fondata tutta sulla ricchezza dei singoli e dei gruppi, beninteso dei più forti.

E poco conta che la vanità di una tale prospettiva sia oggi crudamente confermata dalle disastrose crisi della finanza d'assalto, che hanno seminato rovina in tanta parte del mondo. Pare che non si veda altra soluzione che quella di insistere fino all'estremo sulla via indicata dall'ideologia unica che ha occupato in questi decenni tutti gli spazi: quella del successo, della ricchezza, del potere conseguiti a ogni costo, e peggio per chi ne paga le spese.

In realtà le spese rischia di pagarle l'umanità intera, e i popoli dell'Europa non meno degli altri. A proposito delle celebrazioni per i 25 anni dalla caduta del muro, e dei nuovi problemi che attendevano l'Europa, un anno addietro si accennava, in queste stesse noterelle di "controcanto", «ai problemi nuovi che l'Europa si trova ad affrontare nell'immediato futuro, sotto la spinta dei diseredati che premono dal Sud del mondo», e si osservava: «Trovare risposta alle domande rimaste inevase fin qui, darsi la strategia comune che serve: l'impegno per la nuova Europa non può essere che questo. Staremo a vedere: ma se non sarà così, avrà ben poco senso celebrare pomposamente il grande evento del 1989».

Purtroppo non c'è molto da aggiungere, se non constatare che si è continuato a dare corso agli egoismi nazionali e il risultato è sotto gli occhi di tutti. Con buona pace di chi continua a predicare che la sorte dell'altro non ci riguarda. ■



beni di consumo di Rita Nannelli

## Pane al pane

Nonostante quello fresco artigianale sia il più amato dagli italiani, quasi la metà mangia il pane avanzato dal giorno prima, mentre sono oltre 16 milioni quelli che, almeno qualche volta, lo fanno in casa. E secondo un sondaggio on line condotto da Coldiretti per evitarne lo spreco c'è chi lo surgela

(18 per cento), chi lo grattugia (12 per cento), chi lo dà all'animale di casa (15 per cento), mentre al 9 per cento delle famiglie il pane non avanza mai. Un posto sulla tavola del Belpaese per il pane c'è sempre, ma il consumo è sceso al minimo storico di circa 90 grammi – cioè meno di due fettine al

giorno a persona – con un calo di 20 grammi circa rispetto al 2009. Nella classifica mondiale del suo consumo il primo posto spetta alla Turchia, con 105 chili di pane pro capite – circa il triplo degli italiani – il secondo al Cile, con 96 chili a testa, il terzo all'Argentina con 76 chili a testa all'anno.





# Campo di calcio

**Del rubinetto o in bottiglia, l'acqua contiene una concentrazione di calcio allo stesso tempo "buono" e "cattivo".**

La durezza di un'acqua è una proprietà che dipende dalla concentrazione dei sali di calcio (e di magnesio) e che si misura in milligrammi di calcio per litro o in gradi francesi: un grado francese corrisponde alla concentrazione di circa 4 milligrammi/litro di calcio (e magnesio). Ho scritto "e magnesio" perché il magnesio, pur presente in quantità minore del calcio, sotto certi aspetti si comporta come il calcio. Nelle acque del rubinetto, che ogni persona consuma per bere, per usi di cucina e igienici, in ragione di circa 200 litri al giorno, la concentrazione di calcio varia fra poche decine e circa 200 milligrammi/litro (per la composizione dell'acqua della vostra città vedere: [www.h2omilano.org/blog/2010/04/online-le-analisi-delle-acque-di-molte-citta/](http://www.h2omilano.org/blog/2010/04/online-le-analisi-delle-acque-di-molte-citta/)). Nelle acque in bottiglie, che in Italia si consu-

mano per bere in ragione di circa 12 miliardi di litri all'anno, il contenuto di calcio varia molto: è di poche decine di milligrammi/litro nelle acque dette oligominerali.

Ma il calcio può essere "buono" o "cattivo". Si dice "cattivo" perché, quando si scalda l'acqua a temperature superiori a circa 40 gradi, i suoi sali si separano come carbonato di calcio

insolubile che si deposita nelle pentole, sulle serpentine degli scaldabagno e delle lavatrici: un'incrostazione biancastra che fa diminuire l'efficienza del riscaldamento e fa quindi consumare più calore o elettricità. Calcio "cattivo" perché durante il lavaggio di tessuti o stoviglie reagisce con una parte degli agenti tensioattivi e forma dei composti di calcio insolubili che si depositano sulle fibre tessili o sulle stoviglie facendole apparire meno pulite. Più recentemente i preparati per lavare vengono addizionati con sostanze che impediscono la precipitazione dei sali di calcio e fanno apparire le stoviglie più brillanti. Per farla breve, più elevata è la contrazione del calcio nelle acque del rubinetto, maggiori sono le spese per il lavaggio e per il consumo d'energia.

Calcio "buono", anche, però. Il nostro organismo ha bisogno di sali di calcio, soprattutto per la "costruzione" delle ossa che sono costituite da fosfato di calcio. Il nostro fabbisogno ammonta a circa 800 milligrammi al giorno e, pur presente in molti alimenti, talvolta la dieta non fornisce una quantità di sali di calcio sufficiente. È quindi utile l'apporto del calcio che viene dall'acqua che si beve: un litro al giorno d'acqua del rubinetto contenente 150 milligrammi/litro di calcio fornisce già da sola 1/5 del fabbisogno giornaliero. Se si beve acqua oligominerale in bottiglia l'apporto all'organismo di sali di calcio è molto modesto e magari si deve ricorrere a costosi integratori di sali di calcio. ■



chissà cosa di Jacopo Formaioni

## Una carta da giocare

Quattro mura, un tavolo, sedie e qualche amico. Se aggiungete un bel mazzo di carte, saprete perfettamente come passare le buie sere invernali. Tra i giochi più diffusi nel mondo, le carte da gioco risalgono probabilmente all'antica Cina e sono poi state introdotte in

Europa nel Quattrocento. Il mazzo più antico e completo, dipinto a mano, risale al 1470 ed è stato acquistato dal Metropolitan Museum of Art di New York per 150mila dollari.

Ogni paese ha i suoi semi: i più famosi sono i francesi, con cuori, picche, fiori e denari, mentre l'Italia ha spade,

coppe, denari e bastoni, per arrivare all'India che ne conta ben 12. Migliaia i giochi che si possono fare e gli usi a cui le carte si

sono prestate, come la costruzione di castelli da record: di un americano il più alto, con 7,87 metri di altezza e più di 4mila mazzi. Da tavolo, ma anche in formato digitale, chi le scozza?





# Corpo di guardia

**Abbiamo ancora bisogno del Corpo Forestale dello Stato? La risposta è sì, per una serie di buoni motivi.**

**I**l *Corpo Forestale dello Stato* sta per essere smembrato e ridistribuito in altri corpi di polizia giudiziaria. Un'operazione che sfrutta il malcontento generalizzato contro la Pubblica Amministrazione e i paradossi che giocano sull'ambiguità del termine forestale. Tutti ricordano gli scandali delle assunzioni di migliaia di operai forestali stagionali in Calabria e Sicilia oppure quelli che venivano riconosciuti responsabili degli incendi che essi stessi appiccavano per non perdere il lavoro. Non si trattava di membri del *Corpo Forestale dello Stato*, ma tant'è: il termine ha indotto reazioni di contrarietà che vengono sfruttate per smantellarlo. Proviamo per un attimo a immaginare cosa accadrebbe se la *Forestale* fosse inglobata, per esempio, nell'*Arma dei Carabinieri*. Come sarebbe possibile gestire le oltre 150 riserve naturali statali attualmente governate, a costi irrisori, da 1.300 operai forestali con

norma specifica? E l'isola di Montecristo, riserva integrale della biosfera e diploma ambientale europeo, che si è salvata dalla speculazione solo grazie al presidio di due coraggiosi forestali che vivono isolati dal mondo per tut-

to l'anno? Che fine farebbero le 800 stazioni forestali esistenti? Chi conserverebbe le competenze specifiche e le professionalità scientifiche maturate nei centri di ricerca forestale per la biodiversità e per le foreste? Il paradosso più stridente, però, appare che i 6 corpi forestali delle regioni e province autonome resterebbero (proprio quelli che hanno ingenerato scandali) e sarebbe per di più possibile l'istituzione di 15 corpi forestali regionali aggiuntivi. Abbiamo imparato bene che più l'ambiente viene delegato a livello locale, peggio viene tutelato, perché più pressanti sono gli interessi e ci sono sempre il parente, l'amico o l'amico dell'amico che sono difficili da tenere a bada. Inoltre nessuna economia verrebbe realizzata, visto che oltre il 90 per cento della spesa resterebbe intatta comunque, perché riguarda il trattamento economico del personale. Ad oggi c'è praticamente un solo corpo di polizia che vigila sulla "Terra dei fuochi", ed è il *Corpo Forestale dello Stato*. È uno solo che tutela il patrimonio ambientale nazionale, per esempio, nei parchi nazionali. Inoltre il suo lavoro nella prevenzione antiincendio è insostituibile: grazie a loro dopo anni di devastazioni e decine di morti, gli incendi sono diminuiti e, in qualche caso, cessati. Se il patrimonio forestale del paese è incrementato negli ultimi decenni questo lo si deve al *Corpo Forestale dello Stato*, che certo non è esente da critiche e che si gioverebbe di una riorganizzazione per dotarlo di più mezzi e di più uomini. Altroché smembrarlo. ■



al naturale di Stefano Generali

## A buon prezzo

Finalmente sfatato il mito che considera le energie rinnovabili troppo costose: secondo un nuovo rapporto dell'Agenzia internazionale dell'Energia IEA, oggi le fonti verdi possono produrre elettricità a un prezzo molto vicino a quello dei combustibili

fossili, e in molte aree del mondo il sorpasso è già avvenuto. Il rapporto dell'Agenzia internazionale ha calcolato il costo di produzione dell'energia elettrica prodotta in diversi tipi di nuove centrali in 22 differenti paesi, tra cui Brasile, Cina e Sud Africa, dimostrando come l'evoluzione tecnologica dei sistemi alimentati da fonti rinnovabili, in particolare quelli foto-

voltaici, ha molto ridotto negli ultimi 10 anni i costi di produzione, fino ad arrivare a competere con quelli delle fonti fossili.





# Forme d'arte

**Anche la pasta ha la sua geometria...  
Il legame fra forma e sapore  
nell'arte di cucinare.**

Che differenza c'è fra un piatto di spaghetti e un piatto di maccheroni? Nulla, dal punto di vista nutrizionale. Se l'impasto d'origine è il medesimo, il valore calorico e il contenuto in carboidrati, proteine, grassi, sali, vitamine eccetera non cambiano. Lo diceva anche un medico romano del Seicento, Paolo Zacchia: le «minestre di pasta sono di mille forme, grosse e sottili, lunghe e corte, vuote e piene, larghe e strette, ma poca differenza fanno quanto all'essere più o meno sane». Ma il fatto è che non si mangia solo per nutrirsi: in questo gesto fondamentale dell'uomo, il piacere accompagna sempre il bisogno. E quelle «mille guise», quelle mille forme producono effetti diversi nella bocca di chi mangia. Possono essere identiche nella composizione chimica, ma sul piano sensoriale il loro gusto cambia. Non sto pensando alle salse, giacché ogni forma si adatta a un particolare condimento e, storicamente, le tradizioni culinarie hanno abbinato a ogni tipo di pasta quel sugo o quell'altro, quel profumo o quell'altro. Ma se anche li condissimo tutti nello stesso modo, il risultato non sarebbe lo stesso. La forma, come la sostanza, si traduce



in sapore. Perché un sapore non è il semplice effetto di una combinazione chimica, ma il risultato di molteplici componenti, chimiche e fisiche, che i recettori sensoriali percepiscono assieme. Uno dei più celebri piatti usciti dall'ingegno di Gualtiero Marchesi (siamo nell'anno 2000) è il "quattro paste": quattro formati diversi, conditi tutti alla stessa maniera e con mano leggerissima (un filo d'olio e di pecorino) e serviti assieme, per consentire di gustare al meglio, in modo comparativo, la "forma" di ciascuno e la reazione tattile che ogni formato induce nel palato. Non una provocazione intellettuale, ma una sorta di addestramento sensoriale, un invito a riconoscere l'importanza della forma nell'arte del cucinare.

*The geometry of pasta* (la geometria della pasta) s'intitola un bel volume da poco pubblicato dalla *Quirk Books* di Philadelphia. Ne sono autori uno chef inglese, Jacob Kenedy, e la designer Caz Hildebrand. Il libro illustra, con una accattivante grafica in bianco e nero, l'identità di oltre 300 forme di pasta italiana, la loro storia, il loro uso, le salse con cui normalmente si accompagnano: la forma perfetta (*the perfect shape*) e la salsa perfetta (*the perfect sauce*) che, sommandosi, danno origine a questa "geometria". Non dimentichiamo, però, che quella forma avrebbe un senso – un sapore – anche a prescindere da qualsiasi condimento. L'invenzione delle «mille guise», come le chiamava Paolo Zacchia, risponde innanzitutto al desiderio (o forse al bisogno) di variare, con la forma, il gusto. ■

il buongustaio di Silvia Inghirami

## La nobildonna di Piazza Grande

Il nome è tutto un programma: La Bonissima fa venire voglia di moltiplicare tutto e partire per Modena, ad assaggiare le leccornie di 40 produttori provenienti esclusivamente dalla provincia, esposte in Piazza

Grande. Il festival dei prodotti tipici modenesi, che si tiene dal 16 al 18 ottobre, è dedicato alla rievocazione dell'antica leggenda della nobildonna "la Bonissima" e prevede degustazioni di ciccioli con crescentine, nocino con formaggio, sassolino con tortelli fritti, parmigiano con aceto balsamico tra-

dizionale, Belsone artigianale con un lambrusco amabile, prosciutto crudo di Modena con lambrusco. Oltre all'enogastronomia la manifestazione prevede la sfilata di 70 figuranti in costumi d'epoca per le vie del centro, accompagnati da sbandieratori e da uno spettacolo di danza col fuoco.



# Percorso di **crescita**

**Dopo anni il Pil torna a crescere e con esso il potere d'acquisto delle famiglie. Ma il calo dei consumi dal 2008 a oggi è costato 122 miliardi.**

**E Coop continua a tenere sotto controllo i prezzi. Ne parliamo con Marco Pedroni, presidente di Coop Italia, e Stefano Bassi, presidente di Ancc-Coop.**

■ **Dario Guidi**

**U**na ripresa lenta, certo non robustissima, ma una ripresa che c'è e che si sta consolidando, anche grazie a alcuni eventi favorevoli della congiuntura internazionale (prezzo del petrolio basso, misure antirecessive della Bce). Così, per la prima volta dopo anni, nel 2015 avremo un *Pil* in crescita (+0,7 per cento), ma soprattutto torna a crescere (+1,5 per cento) il potere d'acquisto delle famiglie che riescono anche ad aumentare il

loro tasso di risparmio (9,2 contro l'8,6 per cento del 2014). Sul piano dei consumi per ora i segnali più positivi vengono dai beni durevoli – come automobili ed elettrodomestici dei quali, forse, si era ritardata il più possibile la sostituzione –, mentre l'alimentare fa ancora fatica.

## **Segnali di ripresa**

È sostanzialmente questa la foto dell'Italia che esce dal *Rapporto Coop su consumi e distribuzione*, presentato pubblicamente nelle scorse settimane a Milano. E come sempre avviene per Coop, all'analisi e ai dati si unisce anche la proposta e l'impegno per un intervento attivo volto ad aiutare e consolidare questo percorso positivo che il paese è riuscito, ancora timidamente, a imboccare. «Già dall'inizio di quest'anno – spiega il presidente di *Coop Italia*, **Marco Pedroni** – abbiamo dato il via a uno sforzo importante nelle nostre politiche di vendita che ha portato a una riduzione dei prezzi anche del 6-7 per cento sulle grandi marche e sui prodotti a marchio Coop. Il risultato è che l'inflazione 2015 nei nostri punti vendita segna un -1,5 per



cento. Questo a fronte di un dato generale rilevato dall'Istat che è invece di un +0,8. Dunque noi siamo andati in controtendenza, con uno sforzo rilevante che ci ha permesso di aumentare i volumi delle vendite (+1,1 per cento), pur con un fatturato che resta fermo – prosegue Pedroni –. Su questa strada vogliamo continuare nei prossimi mesi e nel 2016. La scelta strategica di Coop punta a una riduzione stabile dei prezzi, ridefinendo il ruolo, che era diventato davvero eccessivo delle promozioni. Le famiglie e i consumatori devono trovare sempre nei nostri punti vendita la migliore convenienza quotidiana. Questo è anche il nostro modo di contribuire alla ripresa del paese. Le positive risposte che sono venute dai consumatori in questi primi mesi confermano che la strada intrapresa è quella giusta. Inoltre, nel 2016, intendiamo rafforzare la distintività di Coop con nuove azioni concrete per la sicurezza alimentare, la trasparenza, la legalità e la tutela dell'ambiente», puntualizza il presidente di Coop Italia.

## In controtendenza

Al centro di questo sforzo sta il ruolo del prodotto a marchio Coop, sintesi concreta tra la ricerca della convenienza e le garanzie di qualità, salubrità ed eticità. Non a caso, il prodotto Coop continua a crescere (contrariamente a quanto avviene per i prodotti a marchio di altre catene) e rappresenta il 25,8 per cento del valore di vendite (la media del mercato è 15,9) e il 31,7 per cento delle quantità.

Certo, anche se siamo di fronte a questa lenta ripresa, gli effetti della crisi si fanno ancora sentire. La riduzione dei consumi dal 2008 è stimata dal rapporto Coop in 75 miliardi, mentre la perdita di potere d'acquisto delle famiglie è pari a 122 miliardi, peggiore non solo di Germania e Francia, ma anche di Spagna e Portogallo. Il dato della disoccupazione, specie quella giovanile, è ancora alto, nonostante qualche segnale d'inversione di tendenza stia arrivando.

## Misure di governo

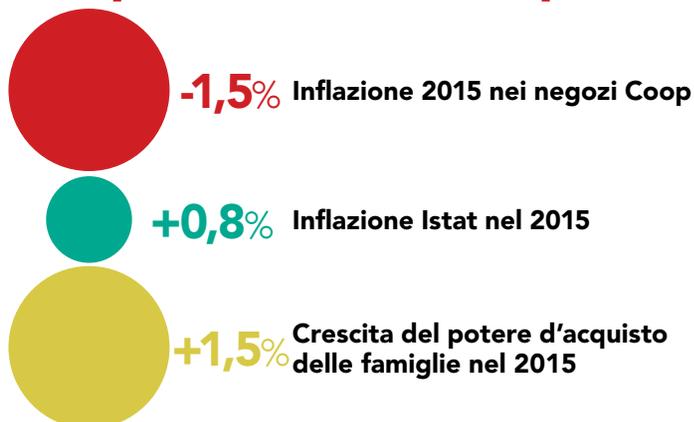
Per questo lo sforzo comune volto a confermare e rafforzare gli elementi

positivi di cui si intravede qualche traccia deve continuare con grande vigore e impegnare a 360 gradi Governo, politica, imprese, soggetti sociali ed economici. «Al Governo – afferma Stefano Bassi, presidente di Ancc-Coop – chiediamo di garantire quanto ha più volte annunciato e cioè di mettere in campo le risorse necessarie (16 miliardi di euro, ndr) per evitare che scattino ulteriori aumenti dell'Iva. Se poi, oltre a questo, arriveranno altre misure di riduzione del carico fiscale per le famiglie, come quelle annunciate sulla tassazione della casa, tanto meglio. La nostra valutazione si baserà sui fatti e i fatti devono andare nella direzione di sostenere le famiglie».

Sul piano delle azioni commerciali, Coop (che si conferma la prima catena italiana col 19 per cento delle quote di mercato), oltre all'abbassamento stabile dei prezzi, continuerà anche a puntare su promozioni che consentano al consumatore di scegliere su quali prodotti applicarle. Anche questa è una strada già avviata nel 2015, ma che continuerà nei prossimi mesi. ■



## Coop ha abbassato i prezzi



# Italia a metà

Un paese sempre più diviso a metà, fra Nord e Sud, vecchi e giovani, donne e uomini e fra ricchi e poveri. Ecco l'Italia fotografata dall'ultimo Rapporto Coop su consumi e distribuzione. Con tante ombre e qualche luce.

24

I nati nel 2014

**509** mila

la cifra più bassa della storia d'Italia

Nel 2015

**+0,6%** km

percorsi sulle autostrade

**+1,6%**

consumi di carburante

**+2,7%**

milioni

di passeggeri negli aeroporti

Il mercato

del benessere

**10** miliardi di euro

(palestre, terme, istituti di bellezza)

Per la prima volta diminuiscono le calorie consumate

**3.613** kcal

pro capite/giorno (media decennio precedente)

**3.538** kcal

pro capite/giorno (periodo attuale)

**+62%**

vendite cibi di soia

**+50%**

prodotti senza glutine

**+27%**

bevande alla soia

**+22%**

integratori dietetici

**+20%**

prodotti biologici

«**Q**uella che esce dal nostro rapporto è un'Italia bipolare, un'Italia divisa in due, nella quale a fratture storiche, come quella tra regioni del Nord e del Sud, si uniscono tante altre linee di separazione, che riguardano giovani e anziani, donne e uomini, ma che si manifestano anche sul piano culturale, degli stili di consumo e dei comportamenti. Per cui, anche se i segnali di ripresa economica sono confermati, è difficile fare una sintesi univoca in quanto la loro incidenza nei diversi ambiti sociali è molto diversa. Ma certo siamo di fronte a un paese che ricomincia a muoversi». A parlare è **Albino Russo**, responsabile dell'ufficio studi di *Ancc-Coop* e curatore del *Rapporto Coop su consumi e distribuzione*. Un rapporto ricco di dati e spunti, che tenta di fare una fotografia in movimento della società italiana.

## Linee di divisione

Il punto centrale è questo dualismo che si può raccontare con un po' cifre. Ci sono il 64 per cento di occupati regolari al Nord, contro il 36 per cento al Sud; 1,3 milioni di minori che non possono permettersi pasti regolari e un 33 per cento di bambini che sono in sovrappeso; un'evasione fiscale da 200 miliardi e 7 milioni di persone che partecipano al volontariato; e ancora, il contrasto tra la *Panda* che resta l'auto più venduta e il fatto che le auto di lusso hanno segnato un più 60 per cento di vendite nel 2014. E mentre i nuovi nati sono stati appena 509mila in un anno (minimo nella storia d'Italia), gli animali domestici sono ben 60 milioni e continuano a crescere; i consumi delle famiglie italiane sono mediamente di 2.549

euro mensili contro i 1.645 euro delle famiglie di stranieri, quelle giovani spendono 100 euro al mese meno degli anziani.

## Alti e bassi

Dati che confermano come nel mare della crisi la distanza tra i primi (il 20 per cento delle famiglie più ricche detiene il 38 per cento dei redditi) e gli ultimi sia cresciuta. Non a caso a collocarsi nella classe operaia, nel 2015, è il 53 per cento della popolazione contro il 46 per cento del 2008, mentre la classe media scende, nello stesso periodo, dal 49 al 43 per cento. «L'ascensore sociale ha invertito la marcia – spiega ancora Russo –. Così una fetta di popolazione percepisce un peggioramento della propria condizione sociale ed economica. Nonostante questo, qualche segno di ripartenza e di mobilità c'è. Sono tornate ad aumentare le vendite di carburanti (specie *diesel*) e aumenta anche il traffico in autostrada. Ma c'è anche più gente che ha volato partendo da aeroporti italiani (2,7 milioni nei soli 5 mesi del 2015) e più gente che va in vacanza (nel 2015 ci saranno 5 milioni di giornate di villeggiatura in più per gli italiani)».

## Centro benessere

In più, nelle nostre strategie di sopravvivenza e adattamento abbiamo deciso di investire sul benessere fisico. Così tra palestre (ne abbiamo 12mila), centri estetici (sono 21mila), terme (2.500), *hotel* e agriturismi specializzati (circa 4mila), questo mercato vale ben 10 mi-

liardi, con cifre da *record* in Europa. L'altro capitolo fondamentale è quello della rete, dell'essere connessi al *web* ed ai *social network*. E gli *smartphone* (ne sono stati venduti 14 milioni nell'ultimo anno) sono sempre più protagonisti di questo sistema che è trainato dai cosiddetti *millennials*, cioè i nati dopo gli anni Ottanta: sono loro i più connessi, quelli che fanno più acquisti *on line* e magari sono pronti ad usare un'auto in *car sharing* anziché averla in proprietà.



Per chi volesse approfondire gli spunti del *Rapporto Coop*, la sua versione integrale è disponibile e consultabile all'indirizzo [www.rapportocoop.it](http://www.rapportocoop.it).

Tra dati e tendenze che descrivono una realtà non statica, fa capolino anche la spinta verso una maggiore sobrietà. Aumenta l'attenzione per ridurre gli sprechi di cibo, mentre 58 italiani su cento dichiarano di aver venduto oggetti di se-



conda mano in un mercato che si stima valga quasi 18 miliardi.

Tra i tanti stimoli che il rapporto Coop contiene, segnaliamo alcune indicazioni sui consumi alimentari. Legato al discorso della crescente attenzione al benessere e alla salute, per la prima volta diminuiscono le calorie mediamente consumate al giorno. Dalle 3.613 del primo decennio del nuovo secolo, ora siamo scesi a 3.538. Si conferma quindi un'attenzione forte a uno stile alimentare specifico (il 45 per cento di italiani dichiara di seguirlo), un 86 per cento sceglie solo prodotti naturali, un 70 per cento di consumatori dichiara di esser pronto a spendere qualcosa in più per mangiare sano.

## Alla salute!

E così si capisce perché ci sia il *boom* del biologico (più 20 per cento di vendite nel 2015), ma anche di prodotti salutistici o con caratteristiche specifiche: i cibi di soia fanno un più 62 per cento, i senza glutine sono cresciuti del 50 per cento, le bevande alla soia registrano un più 27 per cento, gli integratori dietetici fanno più 22 per cento. E questo mentre cresce la pattuglia non solo di vegetariani e vegani (che secondo un'indagine di *Eurispes* sarebbero circa 4 milioni), ma anche di chi segue altre diete, come i fruttariani (mangiano frutta dolce e frutta ortaggio come melanzane, zucche e pomodori), i crudisti (mangiano cibi crudi) e i reductariani (che riducono il consumo di carne). ■

## Super Coop

**Più di 1 milione di visitatori hanno frequentato il Supermercato del futuro presentato da Coop all'Expo di Milano. E anche le vendite sono andate oltre le previsioni.**

La presenza di Coop all'Expo, l'Esposizione universale di Milano, rappresenta sicuramente uno degli elementi di maggior rilievo del 2015. Poche cifre spiegano in maniera inequivocabile il successo di questa presenza. Coop ha venduto nei suoi negozi (i dati sono di fine agosto) ben 1 milione e centomila biglietti d'ingresso alla manifestazione mentre nel *Supermercato del futuro*, allestito all'Expo, ha raggiunto, finora, 1 milione di visitatori. «Il successo della nostra presenza all'Expo ci riempie di orgoglio – spiega il presidente

di Coop Italia, **Marco Pedroni** – e per questo vorrei ringraziare tutti quanti, soci, dipendenti e collaboratori, hanno reso possibile questo risultato col loro lavoro e la loro passione. All'Expo abbiamo portato e fatto vedere a persone provenienti da tutto il mondo quello che Coop immagina per il futuro del consumo e dell'alimentazione. Il supermercato che abbiamo realizzato, all'interno del *Future food district*, ha raccolto un gradimento altissimo (96 per cento) tra chi lo ha visitato; le vendite (quasi 3 milioni di euro) sono andate oltre le nostre previsioni, anche grazie alla convenienza dei prezzi – continua Pedroni -. Nel realizzare questo supermercato abbiamo lavorato su tre concetti: immaginare il punto d'acquisto come un luogo di scambio e di condivisione, come una piazza la più aperta possibile; valorizzare l'esperienza interattiva resa possibile dai supporti tecnologici, per cui basta puntare la mano verso un prodotto per poter avere, attraverso appositi schermi, informazioni chiare e trasparenti; infine affermare la centralità dei prodotti e dei servizi per rendere l'esperienza di chi fa la spesa sempre più interessante e semplice. Il nostro obiettivo continua ad essere quello di dare a tutti un cibo buono e sicuro. Con l'esperienza all'Expo abbiamo avviato un percorso – aggiunge Pedroni – che vogliamo proseguire tenendo conto del patrimonio di suggerimenti e pareri che tanti di quelli che sono venuti a visitarci hanno espresso. Un segno in più che il nostro lavoro ha stimolato interessi e idee, cosa confermata dalle centinaia di articoli che sono usciti su giornali e televisioni di tutto il mondo. Quello che a noi fa più piacere è proprio essere riusciti a dare il senso che Coop è una realtà che guarda al futuro e che vuole farlo sviluppando sempre di più la relazione con le persone, con le famiglie, partendo da quel grande patrimonio che sono i suoi 8 milioni e mezzo di soci».

Per ulteriori informazioni vi rimandiamo al sito [www.coopexpo2015.it](http://www.coopexpo2015.it).



# In punta di matita

**Snoopy e compagnia allegra di Schulz festeggiano il 65° anniversario al cinema, al museo, in incontri e pubblicazioni, e in Unicoop Tirreno con un concorso di disegno destinato alle scuole, ma che non resterà tra le mura di classe. Un progetto che mette al centro il valore educativo dei fumetti, nel segno della creatività, della condivisione, della leggerezza, in perfetto spirito Peanuts.**

■ Rita Nannelli

**"N**occioline", "cose da nulla". Ma per una volta il destino non è nel nome, perché i *Peanuts*, cioè Snoopy, Charlie Brown, Linus, Woodstock e compagnia allegra, nati dalla matita di Charles M. Schulz, arrivano in perfetta forma al loro 65° anniversario, celebrati al cinema – esce a novembre il film *Snoopy & Friends - Il film dei Peanuts* – e, solo per rimanere in Italia, nella mostra *Il fantastico mondo dei Peanuts*, da questo mese al *Wow Spazio Fumetto* di Milano. Sarà perché quei disegni raccontano storie d'amicizia, solidarietà, uguaglianza, condivisione, senza fronzoli e sentimentalismi, con intelligente ironia, amore per la vita e fiducia nel futuro. «Il sorriso è una curva che raddrizza molte cose», per dirla con una delle tante nuvolette: è questa "filosofia" che si è diffusa un po' ovunque approdando su *gadget* di ogni tipo, dagli zainetti alle grandi navi, fino a vedere il sorriso del braccio pensatore dalle carlinghe degli aerei di linea, sopravvivendo a mode e momenti storici.

## Striscia luminosa

Come rilanciare tra i più giovani, in modo divertente e istruttivo insieme, i valori delle strisce del disegnatore americano, coinvolgere il mondo degli adulti, aiutare in modo concreto le scuole e festeggiare l'intramontabile fumetto in un colpo solo? Ci ha pensato Unicoop Tirreno con un progetto che è partito tra i banchi di scuola al suono della campanella e proseguirà tutto l'anno con un calendario d'iniziative sociali e commerciali nel segno di *Snoopy* e i suoi amici. «Per i valori che esprimono e che hanno insegnato a intere generazioni, oltre che per la ricorrenza del 65° compleanno dei *Peanuts*, Unicoop Tirreno dedica ai fumetti di Schulz

un progetto che coinvolge circa 3mila scuole toscane e laziali, scelte partendo dal punto vendita Coop di ogni territorio per un raggio di 10 km», spiega **Tiziana Di Palma**, responsabile gestione iniziative *marketing* di Unicoop Tirreno, che sottolinea: «Coop è stata scelta per prima dall'agenzia *Brand Loyalty*, licenziataria dei *Peanuts*, per elaborare un progetto che li vedesse protagonisti, riconoscendo così che abbiamo un patrimonio di valori in comune».

## Banco di prova

Ed ecco in che cosa consiste il progetto: un concorso di disegno (non una striscia perché Schulz ha richiesto nel suo testamento che non ne venissero fatte di nuove basate sulle sue creature) che rappresenti i valori di Snoopy, migliore amico di Charlie Brown, e di tutta la banda. Prendere le cose a cuore, ma anche prendere la vita con leggerezza; essere liberi di pensare fuori dagli schemi, ma sentendosi responsabili del mondo; cavalcare la fantasia, ma affrontare le cose che non vanno; stare bene insieme agli altri anche quando sembra difficile: sono queste alcune delle tracce che i ragazzi delle scuole primarie e secondarie potranno seguire e illustrare nel loro "compito" in classe. A contattare le scuole e informare gli insegnanti ci ha pensato il *partner* di *Brand Loyalty PSFInteractive*, che da diversi anni collabora con il gruppo *Co.Ge.* creatosi dal gruppo di lavoro del Ministero dell'Istruzione e la rete di scuole statali italiane, attraverso incontri e comunicazione *on line*, ma per ulteriori approfondimenti e informazioni sulle modalità di adesione al progetto sono attivi anche un *call center* (0307049375, da fine ottobre) e un sito internet, [www.sognaingrande-coop.it](http://www.sognaingrande-coop.it), in cui si trovano i dettagli del concorso. «Le scuole riceveranno e potranno richiedere fino a metà dicembre un *kit* didattico d'accompagnamento con *poster* di *Snoopy* e *i suoi amici* che offre suggerimenti e stimoli a ragazzi e insegnanti sui temi del concorso, dall'amicizia alla solidarietà, dall'amore per gli animali al saper sorridere e coltivare i propri sogni», così ci avvicina allo spirito dell'iniziativa Di Palma. ▶



### Charles

**Monroe Schulz**, nato a Min-

neapolis il 26 novembre 1922, sembra dalla nascita destinato al fumetto, venendo soprannominato da uno zio *Sparky*, il cavallo dell'allora popolarissimo personaggio dei fumetti *Barney Google*. Allievo brillante, si distinse fin da bambino soprattutto nel disegno e dopo la guerra lavorò per alcuni anni alla *Art Instruction School*. Uscite le prime strisce su alcuni giornali locali, il 2 ottobre 1950 i *Peanuts* debuttarono ufficialmente per lo *United Feature Syndicate*. Pur se cattolico, si posò due volte e dal secondo matrimonio con Jean Forsyth ebbe 5 figli, fonte di continua ispirazione per le sue strisce. Legato ai suoi personaggi così come alla sua vita, prima di morire chiese che i *Peanuts* "morissero" con lui. E così è stato: morto il 12 febbraio 2000, il giorno dopo fu pubblicata la sua ultima striscia, in cui affidava a *Snoopy* il compito di congedarsi dai suoi lettori.



# Fenomeno di cultura

**Semplicità, immediatezza, capacità di interpretare i cambiamenti della società, di dare forma di nuvoletta alle domande e ai sogni di intere generazioni. Perché i Peanuts di Schulz hanno fatto la storia del fumetto.**

■ **Jacopo Formaioni**

**T**anti auguri *Snoopy & Co!* 65 anni fa, nel 1950, veniva pubblicata su 7 quotidiani la prima storia a fumetti dei *Peanuts* di Schulz, la più popolare e influente striscia di tutti i tempi, tradotta in 21 lingue diverse e pubblicata su oltre 2.600 giornali, dove 355 milioni di lettori in 75 Paesi nel mondo la leggevano ogni giorno. In tutti questi anni siamo cresciuti con la timidezza di Charlie Brown e il suo amore per la ragazzina dai capelli rossi; con la saggezza, l'ingenuità e la ▶

## ► Segnali di fumetto

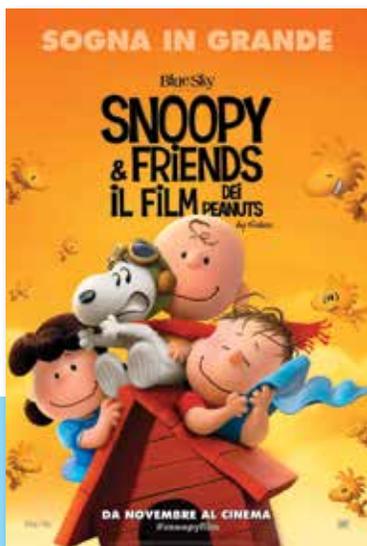
Iniziativa accolta con grande favore da chi nel mondo dei fumetti ci lavora. «È un'ottima cosa quando le grandi catene, dove si fanno quotidianamente le piccole scelte di vita, coinvolgono gli studenti in progetti come quello di Unicoop Tirreno. Esprimono al meglio il valore educativo dei fumetti e insegnano ai più giovani a fare i primi passi, coinvolgendoli a loro volta in quelle scelte di consumo che incidono sulle vite di tutti noi – commenta **Luigi Bona**, direttore del *Wow Spazio Fumetto - Museo del Fumetto, dell'Illustrazione e dell'Immagine animata* di Milano, quando gli raccontiamo il progetto -. Tra l'altro l'ultima opera di Schulz, di cui si era perso traccia e presentata in anteprima assoluta alla mostra di Milano, *Il*

*fantastico mondo dei Peanuts*, era sul riciclo e il recupero dei materiali in un'ottica di salvaguardia ambientale, con un intento di educazione ecologica. Mi sembra quindi – conclude Bona – che l'iniziativa di Coop sia da apprezzare, anzi ben vengano altre proposte simili». Intanto le giovani matite

stanno per mettersi all'opera e avranno tempo per i loro lavori sino a metà gennaio 2016. Poi le loro creazioni saranno messe *on line* e votate dal popolo del *web*, mentre il compito di scegliere tra le prime 50 più votate le migliori 10 (*ex aequo*) toccherà a una commissione di esperti, lo *Schulz Studio*. E, come in ogni concorso che si rispetti, onore al merito: in un album dei *Peanuts* creato *ad hoc* saranno inserite le foto dei disegni e delle classi vincitrici.

## Tocco di classe

«Ma il premio più grande – afferma Di Palma – sono i mille euro che gli istituti vincitori riceveranno alla fine dell'anno scolastico per acquistare, scegliendo tra le proposte di un catalogo pensato per loro, ciò di cui hanno bisogno». In perfetto spirito *Peanuts* solidarietà e capacità di sorridere e di essere creativi stanno insieme con un progetto che – come ci tiene a evidenziare **Stefano Maggiorelli**, responsabile *marketing* operativo di Unicoop Tirreno – fa da *trait d'union* fra generazioni proprio come i fumetti di Schulz. Ma abbiamo voluto innanzitutto coinvolgere le scuole per aiutarle in questo momento difficile, in cui i soldi non ci sono e avere gessetti e risme di carta per le fotocopie è tutt'altro che scontato. Co-



► copertina azzurra di Linus, apparso per la prima volta in fasce e cresciuto

letteralmente con i lettori; con la sorella di Linus, Lucy, bisbetica ed egoista, perennemente impegnata a tormentare Charlie Brown e a corteggiare Schroeder, celebre pianista della striscia con una profonda venerazione per Beethoven; ma soprattutto con il *beagle* più famoso di tutti i tempi, Snoopy.

## Capacità di sintesi

Pensa tantissimo e ha tantissimi *alter ego*, aspirando a fare lo scrittore, poi il pilota a caccia del *Barone Rosso*, uno studente nullafacente, un astronauta e così via. Personaggio tra i più dinamici dei *Peanuts*, e forse il più amato, «Snoopy nella striscia esprime le caratteristiche fondanti dei *Peanuts*, amore, curiosità e profondo rispetto per gli altri – commenta **Simona Bassano di Tuffillo**, fumettista e autrice di *Piccola storia dei Peanuts* -. Pur camminando su due zampe e usando molto la fantasia, resta un cane, con un

padrone, una cuccia, la sua ciotola e la passione per l'ora di cena. E soprattutto non parla, come i veri cani. Un singolo con le sue peculiarità che, come tutti gli altri personaggi, solo nella comunità acquista valore e completezza, integrandosi e venendo accettato per quello che è – sottolinea la fumettista -. Schulz nelle sue strisce mostra di essere convinto che le differenze costituiscono la ricchezza del vivere insieme e non privilegia mai il punto di vista di un solo personaggio. Nemmeno gli elementi formali della striscia sono rigidamente suddivisi in base a una scala definita di valori, anzi, spesso li rende intercambiabili, traducendo elementi del testo in parti della scena se non addirittura in personaggi». Il fumetto è un mezzo di comunicazione, come il cinema, la televisione, la fotografia o la semplice parola scritta ed è tanto più efficace quanto più sembra semplice. «Schulz ha raggiunto un livello massimo di sintesi, nel testo come nel disegno – dice **Luigi Bona**, direttore di *Wow Spazio Fumetto* di Milano e grande esperto dei *Peanuts* -. I *Peanuts* sono un capolavoro di semplicità, con strisce giornaliere di 4 vignette, create per i quo-

# Tra le nuvolette

## Il fantastico mondo dei Peanuts, una mostra formato famiglia, a Milano dal 17 ottobre.

Ci sono tutti: l'impacciato Charlie Brown, la scontrata Lucy, il tenero e insicuro Linus, l'intraprendente Piperita Patty, il musicista in erba Schroeder e lui, Snoopy, il bracchetto capace di sogni e pensieri, intramontabile icona dei fumetti. Ecco *Il fantastico mondo dei Peanuts*, in mostra dal 17 ottobre al *Wow Spazio Fumetto* di Milano: tavole originali del loro disegnatore, Charles Schulz, che molto della sua vita ha messo nei personaggi delle strisce (come mostrano i pannelli biografici), divertenti *photoset*, statue, installazioni multimediali, video, volumi, riviste – tra cui numeri più importanti dell'italiana *Linus* –, quotidiani d'epoca, *gadget*, giochi, documenti, manifesti cinematografici, tutto a testimoniare un successo lungo 65 anni. Chi è cresciuto a pane e fumetti potrà rileggere più di 250 strisce, rivedere le puntate più belle della storica serie animata, scattarsi fotografie in compagnia del suo *Peanut* preferito e, attraverso video, manifesti e cartonati dare una sbirciata al film *Snoopy & Friends*, a



Info

### Il fantastico mondo dei Peanuts

**Wow Spazio Fumetto - Museo del Fumetto, dell'Illustrazione e dell'Immagine animata**

Milano - viale Campania, 12; dal 17 ottobre al 10 gennaio 2016; ingresso: 5 euro (ridotto 3 euro per bambini fino a 10 anni e over 65); orario: da mar. a ven., 15-19; sab. e dom. 15-20, lun. chiuso.  
0249524744-45 - [www.museowow.it](http://www.museowow.it)



**Sconto per i soci Coop**  
Biglietto ridotto per adulti **4 euro**, per bambini fino a 10 anni **2,50 euro** (max 3 a famiglia)

me Coop ci è sembrato giusto dare una mano – continua Maggiorani -. E nello stesso tempo offrire ai ragazzi, che sono i nostri figli, i nostri futuri clienti, ma soprattutto il futuro della società,

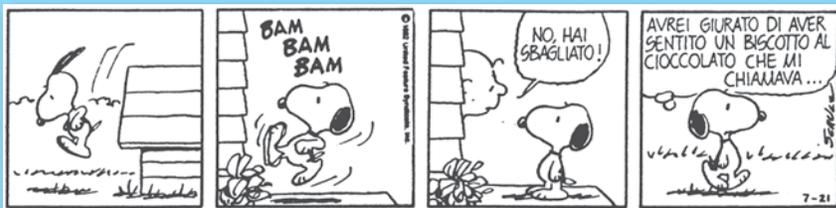
un'occasione per fermarsi a riflettere, a scuola e in famiglia, per esprimersi e – perché no? – per sognare in grande». Un'iniziativa questa che ha tutta l'aria di non restare tra le mura scolastiche. ■

tidiani e subito diventate un fenomeno mondiale. Quando poche righe di testo e pochi segni di penna riescono a toccare la sensibilità di milioni di persone – prosegue Bona –, stimolando in modi diversi l'intelligenza dei lettori ed entrando nell'immaginario di paesi tanto diversi, allora si può parlare davvero di cultura alta, paragonabile a quella espressa dai maggiori artisti e intellettuali di tutto il mondo».

## I Peanuts siamo noi

I *Peanuts*, grazie alla loro semplicità e immediatezza, si sono fatti veicolo, di volta in volta, di messaggi educativi e battaglie sociali. «La *brevitas* e l'utilizzo di codici espressivi interpretabili in modo immediato rendono il fumetto recepibile da tutti – afferma Bona -. Il pubblico più giovane può fermarsi alla semplice condivisione del messaggio, identificandosi facilmente con i personaggi bambini; mentre il lettore che possiede

strumenti critici più sviluppati non ha difficoltà a riconoscere in quei bambini se stesso e il mondo degli adulti, le relazioni e le problematiche profonde e di stretta attualità trattate con leggerezza e ironia senza mai cadere nella derisione e nell'umiliazione». «Personalmente – dichiara il direttore di *Wow Spazio Fumetto* – ho avuto la grande fortuna di conoscere i *Peanuts* nelle prime apparizioni italiane, negli anni Sessanta, mentre i giovani del pianeta stavano ponendosi domande molto simili, dandosi le stesse risposte, in modo sincero e ingenuo, fiduciosi che tutti insieme avremmo potuto cambiare il mondo. Charlie Brown e i suoi amici eravamo noi. Per diversi anni Schulz, con le sue incredibili antenne, ha intercettato le “voci di dentro” di tanti di noi, interpretando la società e riflettendone i cambiamenti». ■



# Risparmio quotidiano

**Marche, freschissimi, primi prezzi e soprattutto il prodotto a marchio. Ecco i punti di forza dell'offerta quotidiana di Unicoop Tirreno. Basata su un semplice concetto: prezzi bassi sempre.**

■ Aldo Bassoni

Chi non ha mai confrontato i prezzi di quella pasta famosa o di quei biscotti che piacciono tanto al bambino? La corsa al prezzo basso non finisce mai. Lo sappiamo bene noi consumatori quando andiamo a fare la spesa tutti i giorni. Due, tre centesimi in meno a volte ci fanno gridare allo scandalo. Ma non è così che funziona. Gli acquisti quotidiani esigono un'attenzione diversa che metta sul piatto della bilancia una spesa completa e non un singolo prodotto. Per non parlare della qualità e della sicurezza sui cibi freschi e freschissimi, oggetto a volte di ribassi pazzeschi che non trovano alcuna giustificazione se non nel rischio di mettersi in tavola una buona dose di veleni.



to l'operazione di taglio dei prezzi riproposta a più riprese ha dato i suoi frutti sia sui prodotti di marca che sui prodotti a marchio Coop, mentre si sta ormai affermando anche una linea di referenze dal prezzo *discount* ma dalla qualità Coop. Ed è per questo che la Coop preferisce parlare di "prezzi bassi sempre". «Che è anche lo *slogan* adottato per comunicare una politica commerciale basata sul concetto che da noi il consumatore è sicuro di risparmiare rispetto alla concorrenza – dichiara **Cristiano Carpi**, responsabile *marketing* di Unicoop Tirreno –. Non si tratta di poche eccezioni su cui far cadere gli occhi e la meraviglia del cliente, e nemmeno di una promozione da cogliere voracemente per pagare meno la pasta o i biscotti o l'olio. Si tratta, invece, del fatto che tutti i giorni alla Coop la spesa costa meno della concorrenza». E questo è un impegno al quale Unicoop Tirreno non intende venire meno in tutti

## Prezzi bassi sempre

Alla Coop si sforzano di far passare questo messaggio e forse qualche risultato comincia a vedersi. Intan-



Cristiano Carpi.

i territori dove è presente con i suoi negozi, che si tratti di Iper, Supermercati o piccoli e medi punti vendita di quartiere e di paese.

## A confronto

Ma come si fa ad essere sicuri che i prezzi siano sempre più bassi rispetto alla concorrenza? «Naturalmente bisogna prendere a riferimento quella parte dell'assortimento confrontabile, e cioè circa il 30 per cento del nostro assortimento che è in comune con la concorrenza – spiega Carpi –. Su questo paniere cerchiamo di tenere sempre un posizionamento di prezzo estremamente conveniente». Di quali prodotti parliamo è facile intuirlo. Si tratta fundamentalmente di tutti quelli di marca, i grandi leader che operano nei vari settori di largo consumo soprattutto alimentare. E sul restante 70 per cento dell'assortimento? «Per quanto riguarda il restante 70 lavoriamo innanzitutto sulla convenienza del prodotto a marchio Coop che nel corso di quest'anno è stato oggetto di un consistente investimento con ribassi che hanno toccato anche il 35-40 per cento (una tabella al riguardo è stata pubblicata su *Nuovo Consumo* di marzo, ndr)».

## Marchio di punta

Il prodotto a marchio è il fiore all'occhiello di Coop, anche con le sue eccellenze sempre più apprezzate per qualità, bontà, rispetto della salute, dell'etica e dell'ambiente. «Non a caso il prodotto a marchio Coop è il più riconosciuto e apprezzato anche dai clienti non Coop – assicura Carpi – ed è su quello che cerchiamo di concentrare l'attenzione perché è qui il maggior vantaggio che il cliente può ottenere anche rispetto all'assortimento comune nei confronti della concorrenza». E poi non dimentichiamoci che, seppur ridotte in questa fase a vantaggio appunto di una politica basata sui prezzi bassi sempre, ci sono anche le promozioni. «Inoltre abbiamo cominciato a introdurre e sviluppare sempre di più prodotti cosiddetti di primo prezzo, selezionati da Coop in base ai nostri parametri di qualità – prosegue Carpi –. Anche nei freschissimi stiamo provando a fornire alternative veramente convenienti sia nelle carni che nel pesce. Nell'ortofrutta vedremo presto



la trasformazione dell'attuale tutto a meno di 1 euro in una vera e propria linea convenienza caratterizzata da prezzi estremamente concorrenziali senza derogare ai criteri di qualità e di sicurezza che normalmente Coop garantisce su questo tipo di assortimento».

## Di qualità

Sì, perché alla fine Coop deve garantire che il carrello della spesa del cliente sia bello pieno e sempre meno caro della concorrenza, però senza “inventare” formule che vadano a scapito della qualità e della sicurezza alimentare soprattutto nei freschissimi, cosa che qualcuno spesso fa con prodotti molto delicati come le carni e la frutta. «Insomma, le salsicce a 2 euro al chilo Coop non le venderà mai e nemmeno il vino a 0,75 al litro – ribadisce Carpi –. Quello che Coop farà sempre è curare convenienza e qualità, sicurezza e prezzo, a maggior ragione nei freschissimi».

Dopo di che ci sarà sempre chi guarda ai centesimi in più o in meno su quella o quell'altra pasta di marca, dimenticando che il risparmio vero si calcola su tutta la spesa e non su un singolo prodotto, magari in promozione. ■

# Scegli tu!

Due mesi, ottobre e novembre, di forti sconti sui prodotti Grandi Marche grazie all'offerta Scegli tu.

32

■ Barbara Sordini

È un piacevole ritorno l'offerta *Scegli tu Grandi Marche*: dal 1° al 15 ottobre e dal 1° al 15 novembre per ogni spesa fatta vengono consegnati 10 buoni sconto del 30 per cento che potranno essere utilizzati dal 16 al 31 ottobre e dal 16 al 30 novembre su un prodotto a scelta tra quelli delle oltre 50 *Grandi Marche* che partecipano alla promozione in vendita sugli scaffali dei negozi di tutta la rete vendita. Nei primi 15 giorni del mese, i clienti che non sono soci Unicoop Tirreno ricevono i 10 buoni per spesa su una cartolina cartacea; ai soci invece i buoni sconto saranno "caricati" direttamente sulla carta So-

cioCoop. Nella seconda metà del mese soci e non soci potranno scegliere i prodotti delle *Grandi Marche* e utilizzare un numero di buoni pari ai prodotti acquistati ottenendo lo sconto immediato (calcolato automaticamente sui prodotti con il prezzo più alto). In tutto il periodo gli scontrini della spesa dei soci Unicoop Tirreno saranno "parlanti" ovvero riporteranno il numero dei buoni utilizzati su quella spesa e il saldo aggiornato dei buoni ancora a disposizione. L'offerta *Scegli tu Grandi Marche* è valida in tutti i negozi Unicoop Tirreno, *Ipercoop Tirreno* e *Campania Distribuzione Moderna* (IperCoop Afragola). ■



## Prenderci gusto

Dalle aziende toscane e umbro-laziali circa 100 prodotti raccolti nel Catalogo Tipici e in promozione dall'8 ottobre al 4 novembre. Sapori di casa nostra.

Non sono presenti tutti i prodotti dell'ampio assortimento del *Vicino a noi* che si trova nei nostri negozi, ma sicuramente una buona parte (circa 100) di prodotti tipici umbro-laziali e toscani, raccolti nel *Catalogo* in 2 versioni *Sapori di Toscana* e *Sapori del Lazio*, si trovano in promozione dall'8 ottobre al 4 novembre ne-

gli Iper e nei Supermercati di questi territori. Salumi, latticini, vini, passate, salse, prodotti da forno, tanto per elencarne alcuni, si trovano raccolti nel *Catalogo* con un doppio scopo: da un lato quello di avvantaggiare soci e clienti di Unicoop Tirreno che possono acquistare prodotti della loro terra a prezzi più bassi, dall'altro quello di sviluppare l'economia locale. ■ B.S.



### Gran premio

Primo classificato al *Premio Pienza 2015*. È il *Pecorino città del tufo di Sorano* (GR), nella Maremma Toscana, in assortimento nei punti vendita toscani di Unicoop Tirreno. Un pecorino fresco, prodotto dal *Caseificio di Sorano* (GR), storico fornitore di Coop, che si contraddistingue per il sapore dolce, ma deciso, e per la pasta compatta pur essendo morbida al taglio. Lo stesso fornitore produce in esclusiva per Unicoop Tirreno il *Pecorino 30 km*, solo col latte munto nel raggio di 30 chilometri dal caseificio. Il riconoscimento ottenuto è un'ulteriore conferma della qualità dei fornitori locali *Vicino a noi*. S.O.



# PERCHÉ SENTO MA NON CAPISCO LE PAROLE?



## PERCHÉ SENTIAMO CON LE ORECCHIE MA CAPIAMO CON IL CERVELLO.



Dott.ssa **GIORGIA PERI**  
Audioprotesista, Responsabile Formazione Audin

### 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.

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 cole pa e"

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

NOVITÀ  
PER L'UDITO



## 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

# AUDIN

Eccellenza per l'udito

**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

AUDIN informa  
Chiamata gratuita

800.16.71.71

Contatta subito il centro  
Audin a te più vicino

www.audin.it

felici di sostenere



# 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

# Criteri di **valutazione**

**Commissione all'opera per valutare i progetti che partecipano al concorso Coopstartup Unicoop Tirreno. La nomina dei 5 vincitori, vista l'alta partecipazione, slitta a inizio 2016.**

34

■ **Barbara Sordini**

«Un così alto numero di adesioni ci deve far riflettere». È il primo commento a caldo di **Massimo Favilli**, direttore soci e comunicazione di Unicoop Tirreno, quando lo scorso 15 settembre si sono chiusi i termini per completare e integrare le proposte dei gruppi di giovani che si sono iscritti al concorso *Coopstartup Unicoop Tirreno*, promosso in occasione del 70esimo anniversario della Cooperativa, e rivolto agli *under 35* che intendono sviluppare un progetto nell'ambito di un'impresa cooperativa. Dei circa 300 iscritti, quasi la metà ha presentato la documentazione completa dei progetti, in molti casi avvalendosi anche della piattaforma di formazione *on line* (*Steps and go - Condividiamo sapere cooperativo*) appositamente realizzata per agevolare l'elaborazione dell'idea progettuale. Saranno loro ad accedere alle fasi di valutazione. Un numero alto che, secondo Favilli, «è indice del fatto che la nostra proposta è risultata attraente non solo dal punto di vista economico, grazie alle risorse messe a disposizione, ma anche stimolante per chi ha voglia di mettersi in gioco, molti giovani che probabilmente non trovano

così tante opportunità di avviamento al lavoro. E poi ci dimostra che l'idea cooperativa è ancora molto attuale».

In queste settimane, i progetti completi vengono sottoposti alla valutazione di una commissione appositamente costituita, presieduta da Marco Lami, presidente di Unicoop Tirreno, da due dirigenti di Unicoop Tirreno, da esponenti della *Scuola Superiore Sant'Anna* di Pisa, dell'Università degli Studi della Tuscia, dell'Università degli Studi Roma Tre, della *Fondazione Idis Città della Scienza* e del *Centro Studi Nazionale Legacoop*. La commissione ha condiviso il metodo di valutazione dei progetti secondo i criteri indicati dal bando: «Si tratta di un lavoro impegnativo – continua Favilli – visto il numero dei partecipanti: entro fine ottobre sarà stilata la graduatoria finale con la scelta dei 30 progetti che parteciperanno ai corsi *full immersion* di 3 giorni con docenti esperti. Il grande numero di adesioni ha portato a un allungamento dei tempi per la valutazione e la prevista chiusura del concorso programmata per fine dicembre slitterà di qualche settimana. Ci siamo dati l'obiettivo di premiare i 5 progetti vincitori il 26 febbraio 2016, esattamente a chiusura del 70° anniversario della Cooperativa». ■



## Incontro sulla dislessia

**Lunedì 12 ottobre**, dalle 17 alle 20, presso il Museo dei bambini *Explora*, in via Flaminia a Roma, in collaborazione con *Explora* e l'Associazione Italiana Dislessia, si terrà un incontro con esperti sui temi dell'inclusione scolastica, per conoscere gli strumenti di supporto

e le metodologie didattiche rivolti agli alunni affetti da disturbi specifici di apprendimento (*Dsa*). L'iniziativa è curata dalla dottoressa Luisa Lopez, for-

matrice dell'Associazione Italiana Dislessia; moderatrice dell'incontro la dottoressa Concetta Quattrocchi. Il convegno è realizzato in collaborazione con Unicoop Tirreno. L'ingresso è gratuito.

■ In vendita nei negozi Coop, al prezzo di 1,39 euro, i *quaderni intelligenti* di *Pigna*, strumento educativo per bambini dislessici. In assortimento negli IperCoop e nei Supermercati di Pietrasanta, Viareggio, Avenza, Cecina, Rosignano, Piombino via Gori, Portoferraio, San Vincenzo, Civita Castellana, Orbetello, Follonica, Grosseto via Inghilterra, Civitavecchia, Pomezia, Collesferro, Roma Laurentina.



## Roma

dal 5 ottobre

Da lunedì 5 ottobre a lunedì 30 novembre, presso la sede della Sezione soci di Roma, via Bettini, si tiene un corso di maglia rivolto a chi desidera impararne l'arte o ampliare le sue conoscenze in materia. Il corso è personalizzato per ogni corsista, ha una durata di 2 mesi e si svolge ogni lunedì dalle 17 alle 19; 12 è il numero massimo dei partecipanti. Il programma prevede l'avviamento delle maglie; l'insegnamento dei punti base; la tecnica per conoscere la quantità di maglie occorrenti per eseguire il lavoro (campioncino di prova); la tecnica di apprendimento delle modalità delle diminuzioni e aumenti del numero delle maglie per l'esecuzione del capo; la chiusura del lavoro e le rifiniture del capo. Alla prima lezione ogni allieva dovrà portare un quaderno, una penna e un paio di ferri numero 4 o 5. Le iscrizioni si effettuano presso lo sportello *Prestito Sociale* del Supermercato Coop di via Bettini.

## Terracina (LT)

dal 6 ottobre

Da martedì 6 ottobre a martedì 31 maggio 2016 presso la sede della Sezione soci Coop di Terracina (LT), dalle 17 alle 19, in programma tutti i martedì un corso di pittura per adulti tenuto dalla maestra d'arte Valentina D'Onofrio. La quota mensile di partecipazione è di 30 euro e parte del ricavato sarà devoluto ai progetti di solidarietà di Unicoop Tirreno. Per informazioni telefonare a Valentina D'Onofrio (Insegnante) 3806338264, Celestino Genosini (Comitato soci Coop) 3280057982.

## Follonica (GR)

15 ottobre

Giovedì 15 ottobre, ore 17, presso la Sala soci del Supermercato di Follonica (GR), in via Chirici, in collaborazione con la *Biblioteca della Ghisa*, sarà presentato il libro di Stelio Montomoli *La strega di Baratti*. Intervista l'autore il professor Pablo Gorini, introduce Isetta Dani.



# Ieri, oggi, domani

“Intergenerazionalità”, ossia rapporto tra generazioni. Una parola che sin dalle origini della storia del movimento cooperativo è stata ben chiara nella testa dei padri fondatori. È come se ogni generazione di coo-

**Percorso Cooperazione e Mutualismo, un progetto che coinvolge i ragazzi delle scuole di Livorno e Grosseto. Nel segno del rapporto tra generazioni.**



operatori, nei diversi periodi storici, affrontando difficoltà e resistenze, avesse ricevuto un piccolo patrimonio da quella precedente e lo avesse consegnato, incrementato, a quella successiva. Nel recente congresso nazionale della *Lega delle Cooperative* è emersa con forza la necessità di rilanciare il valore dell'intergenerazio-

ionalità costruendo modalità di trasmissione dei valori e del patrimonio cooperativo alle generazioni successive. Non è l'accumulazione a distinguere le cooperative dalle imprese di capitali, quanto il limite sostanziale all'appropriazione privata della ricchezza prodotta, che introduce nel mercato elementi innovativi di pluralismo e democrazia e determina, sul piano sociale, la modalità specifica di rapporto tra cooperativa e comunità. Fondamentale per questo allargamento del mutualismo, promuovendo la cooperazione in settori nuovi così come nei comparti e nelle attività più consolidate e nello sviluppo della collaborazione tra cooperative. E come *Fondazione Memorie Cooperative* operiamo affinché anche attraverso la memoria storica si realizzi un filo di Arianna tra generazioni diverse. In questa direzione va uno dei progetti a cui stiamo collaborando. Si tratta del *Percorso Cooperazione e Mutualismo*, promosso dalla *Consulta Regionale degli Studenti* della Toscana, supportato dal *Miur*, in collaborazione con Unicoop Tirreno, *Scuola Coop* e l'agenzia di comunicazione *ed-work*, che si propone di portare all'attenzione delle scuole secondarie di II grado di Livorno e Grosseto i temi della cooperazione e del mutualismo. Il progetto si articolerà in attività pratiche e di laboratorio condotte in gruppo; inoltre gli studenti potranno elaborare un progetto per la propria comunità, nell'ambito del volontariato sociale e d'impresa, del consumo responsabile e sostenibile o dell'impresa cooperativa. Permettere agli studenti di conoscere, confrontarsi e fare esperienza dei valori, dei principi e degli strumenti del mondo cooperativo significa offrire loro nuove prospettive per il futuro. ■

\* direttore scientifico della *Fondazione Memorie Cooperative*

# Fare Centro

36

**Dal trasferimento dello storico negozio de La Rosa, apre il 15 ottobre il Nuovo Centro. Un Superstore di 2.500 metri, dalle caratteristiche moderne, all'interno di un parco commerciale, nella zona sud di Livorno, a due passi dalla tangenziale.**

**Aldo Bassoni**

«**D**a un punto di vista commerciale stiamo di fatto trasferendo il negozio storico de La Rosa, il primo Superstore del mondo cooperativo che è stato un modello innovativo e punto di riferimento per tutti – spiega **Massimo Lenzi**, direttore attività caratteristica di Unicoop Tirreno –. Ma questo negozio aveva iniziato a fare il proprio tempo e quindi abbiamo ritenuto di doverlo riconfigurare

all'interno di un ambiente più adeguato a una struttura moderna». Nasce così l'idea del *Nuovo Centro* che aprirà il 15 ottobre non molto distante dall'attuale Supermercato de La Rosa, che comunque resterà, opportunamente ridimensionato,

a disposizione di una clientela di quartiere, quella che in gergo si definisce "clientela pedonale" o di vicinato. «A questo riguardo vorrei tranquillizzare i cittadini de La Rosa – aggiunge Lenzi – perché, dopo una ristrutturazione di tutta l'area, accanto a un negozio, ovviamente più piccolo dell'attuale, resterà la sede della Sezione soci, verrà aperta una palestra e saranno collocate altre attività al servizio del quartiere».

## La migliore offerta

Il nuovo punto vendita Coop sostanzialmente si presenta come un Superstore di circa 2.500 metri quadrati di superficie dalle caratteristiche moderne all'interno di un Parco commerciale che, oltre a Coop, ospita 7 grandi superfici specializzate nei settori dell'abbigliamento, dell'elettronica e del fai

da te, oltre a una trentina di esercizi commerciali. Niente a che vedere comunque con il Centro di Porta a Terra, *Le Fonti del Corallo*, con il suo grande IperCoop. «Il nuovo Superstore Coop è innovativo sia nella struttura che nell'offerta – spiega **Massimo Vinciarelli**, responsabile commerciale territoriale per la Toscana –. In particolare abbiamo cercato di lavorare sulla profondità e sulla qualità dell'offerta alimentare, soprattutto nel reparto salumi e latticini, in quello della gastronomia fresca e calda, nell'ortofrutta e nella pescheria. Questi sono gli ambiti nei quali ci impegneremo di più. Per le carni dedicheremo particolare attenzione alle lavorazioni dei preparati e alla rivisitazione dell'assortimento. Ma anche nel comparto degli alimentari industriali avremo assortimenti più ampi. Inoltre fare la spesa sarà ancora più facile anche grazie a casse automatizzate e all'introduzione delle cosiddette torrette di pagamento che a La Rosa non c'erano».

## Livorno città aperta

Con questo nuovo importante insediamento, e dopo la recente apertura del negozio nella zona di Porta a Mare, presso gli ex cantieri Orlando, si consolida la presenza commerciale di Coop nella città di Livorno. Sono ora 7 i punti vendita Coop nella città labronica dove Unicoop Tirreno vanta un forte radicamento sociale con oltre 65 mila soci. «Il negozio di Porta a Mare funziona, i piccoli negozi di quartiere stanno ottenendo risultati positivi e l'IperCoop di Porta a Terra sta recuperando ottimamente – commenta Lenzi –. In definitiva possiamo dire che la popolazione di Livorno ha risposto positivamente al riposizionamento operato negli ultimi anni. Ora ci aspettiamo buoni risultati anche da questo nuovo Superstore». ■



Massimo Lenzi.

**730 ONLINE**

FIDARSI È BENE,

Numero Verde  
**800 730 800**



**CAAF CGIL È MEGLIO.**

**CGIL**  
**CAAF**  
Toscana

caafcgiltoscana.it

## ISEE

Non hai ancora compilato la DSU? Ricorda che da gennaio 2015 è in vigore la **nuova normativa ISEE**, prenota il tuo appuntamento al nostro numero verde ed informati sulle **novità**.

**ATTENZIONE!!!**

**i tempi di rilascio dell'attestazione si sono allungati...**

Con la nuova normativa il rilascio dell'attestazione **ISEE** è di competenza dell'INPS ed è prevista entro 10 giorni lavorativi successivi alla presentazione della DSU al CAAF. **Il servizio è gratuito.** In base al tipo di prestazione da richiedere dovranno essere presentate componenti aggiuntive che permetteranno il calcolo di Attestazioni ISEE specifiche.

**Per maggiori chiarimenti rivolgiti al CAAF CGIL**

E, se vuoi, prenota il tuo appuntamento per l'**ISEE 2016**

**RED e modelli INPS** contatta il nostro call center e se devi presentarli prenota il tuo appuntamento!  
**Il servizio è gratuito.**

**730 2016** puoi prenotare comodamente il tuo appuntamento per la compilazione della dichiarazione dei redditi 2016.

**CAAF CGIL** Toscana è in grado di fornirti **SICUREZZA** e **PROTEZIONE** dei tuoi dati

**CAAF CGIL** Toscana...

**NON SOLO MODELLI REDDITUALI!**

Possiamo esserti di aiuto per **pratiche di assunzione Colf e Badanti**. Hai bisogno di saper cosa devi fare per assumere una colf o una badante? Possiamo aiutarti a districarti in questo mondo. Prendi un appuntamento.

PRENOTA AL NUMERO GRATUITO  
**800 730 800**  
per i cellulari: **199 100 730**  
al costo del piano tariffario del tuo gestore

**Successioni:** **CAAF CGIL** può esserti vicino anche nei momenti più difficili. Se devi presentare una successione troverai personale qualificato che saprà seguirti e consigliarti al meglio.

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>730</b>            | <input checked="" type="checkbox"/> <b>UNICO</b>                     |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>IMU-TASI</b>       | <input checked="" type="checkbox"/> <b>ISEE</b>                      |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>RED</b>            | <input checked="" type="checkbox"/> <b>CONSULENZA FISCALE</b>        |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>BONUS</b>          | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Inps ICRIC/ICLAV/ACCAS/PS</b> |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>BADANTI e COLF</b> | <input checked="" type="checkbox"/> <b>SUCCESSIONI</b>               |

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

**CAAF CGIL** TOSCANA



**la tutela individuale passa da noi!**

## ISCHIA PORTO - Hotel Bellevue\*\*\* 8 giorni/ 7 notti - domenica/domenica

periodi	quote soci coop
20/12-26/12	€ 322
27/12-2/1	€ 469
28/12-1/1 (5 notti)	€ 365
2/1-5/1 (4 notti)	€ 188
10/1-20/2	€ 238
21/2-5/3	€ 252
6/3-19/3	€ 280
20/3-25/3 (6 notti)	€ 258
26/3-2/4 (8 notti)	€ 400
3/4-16/4	€ 294
17/4-30/4	€ 336
1/5-14/5	€ 385
15/5-28/5	€ 413
29/5-4/6	€ 434



Riduzione bambini 3/11 anni in 3°/4° letto: 50%

## FORIO - Hotel Terme San Lorenzo\*\*\*\* 8 giorni/ 7 notti - domenica/domenica

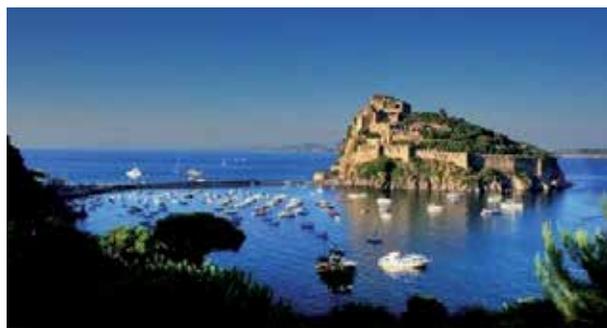
periodi	quote soci coop
20/12-26/12	€ 357
27/12-2/1	€ 574
28/12-1/1 (5 notti)	€ 435
2/1-5/1 (4 notti)	€ 220
10/1-23/1	€ 273
24/1-6/2	€ 294
6/3-19/3	€ 336
20/3-25/3 (6 notti)	€ 336
26/3-2/4 (8 notti)	€ 432
3/4-16/4	€ 364
17/4-30/4	€ 392
1/5-14/5	€ 441
15/5-28/5	€ 497



Riduzione bambini su richiesta al momento della prenotazione

## ISCHIA PORTO - Hotel Conte\*\*\* 8 giorni/ 7 notti - domenica/domenica

periodi	quote soci coop
10/1-19/3	€ 259
20/3-2/4	€ 343
3/4-30/4	€ 329
1/5-4/6	€ 371



Riduzione bambini 3°/4° letto:  
2/5 anni 100%, 6/11 anni 30%

La quota comprende: 7 notti (o meno come indicato in tabella) in camera doppia in trattamento di pensione completa (bevande escluse). Per Hotel Conte le bevande sono escluse per soggiorni inferiori alle 14 notti.

La quota non comprende: trasporto dalla città di origine, iscrizione comprensiva di assicurazione € 20 a persona (Hotel Terme San Lorenzo e Hotel Conte) € 30 a persona (Hotel Bellevue), tassa di soggiorno e tutto quanto non espressamente indicato alla voce "la quota comprende".

## BAYAHIBE EDEN VILLAGE GRAND DOMINICUS - Repubblica Dominicana

**9 giorni/7 notti - ALL INCLUSIVE**

partenze dal-al	quote soci coop	anziché
10/12-17/12	€ 970	€ 1.164
18/12-23/12	€ 1.765	€ 2.271
24/12-31/12	€ 2.460	€ 3.174
1/1-3/1	€ 1.695	€ 2.139
4/1-6/1	€ 1.610	€ 2.036
7/1-3/2	€ 1.370	€ 1.612
4/2-9/3	€ 1.435	€ 1.683
17/3-30/3		
10/3-16/3	€ 1.385	€ 1.628
31/3-27/4	€ 1.170	€ 1.386



La quota comprende: Volo ITC da Roma o Milano, 7 notti in camera doppia in trattamento di all inclusive, trasferimenti da/per aeroporto.

La quota non comprende: oneri obbligatori da € 237,03 a persona, supplemento soggiorni che comprendono il 25/12 € 30 a persona, il 31/12 € 70 a persona. Tasse di uscita da pagare in loco, tutto quanto non espressamente indicato alla voce "la quota comprende". Organizzatore Eden Viaggi.

## ATOLLO DI VAAVU BRAVO ALIMATHA' \*\*\*\* - Maldive

**9 giorni/7 notti - ALL INCLUSIVE - minimo 20 persone**

partenze	quote soci coop	anziché
1/2	€ 2.205	€ 2.750
15/2	€ 2.375	€ 2.950
29/2, 14/3	€ 2.245	€ 2.750
28/3	€ 2.105	€ 2.650
18/4, 25/4	€ 1.890	€ 2.350



La quota comprende: Volo ITC da Roma o Milano, 7 notti in Beach Bungalow in trattamento di all inclusive, trasferimenti da/per aeroporto.

La quota non comprende: oneri obbligatori da € 145,52, tasse governative da pagare in loco, tutto quanto non espressamente indicato alla voce "la quota comprende". Organizzatore Alpitour.

\*\*quote valide per minimo 20 partecipanti\*\*



sconti riservati  
ai soci  
unicoop tirreno



Le prenotazioni  
dei viaggi vanno  
effettuate  
esclusivamente  
da telefono fisso  
presso le nostre  
agenzie di viaggio  
convenzionate,  
consultando il sito  
[www.mondovivo.it](http://www.mondovivo.it)  
oppure telefonando  
al numero verde  
**800 778 114**

# La città ideale

Mare, sole, respiro metropolitano, buona tavola, arte ovunque la rendono la città perfetta. Da Barcellona si torna a casa con il sogno inconfessato di andarci ad abitare.

■ **Alessandra Bartali**

**A**bitanti oltre il milione, cinema e teatri che spuntano come funghi, ristoranti internazionali e, soprattutto, tanta varietà di modi di essere e di cose da fare che ognuno vi trova il proprio posto. A patto di sopportare cielo grigio e pioggia frequente. Questo sono le capitali europee. Poi c'è una fuoriserie, che non solo il cielo ce l'ha spesso blu, ma di blu ha anche il mare, a un tiro di schioppo dalle attrazioni turistiche ufficiali.

## Dritti alla meta

È chiaro che per gli italiani è Barcellona la meta prediletta quando si pianifica una vacanza cittadina. E se la Spagna non fosse uno dei *Pigs* (l'acronimo coniato dai giornalisti economici per indicare i Paesi con situazioni finanziarie non virtuose), per molti la vacanza si trasformerebbe in un trasferimento vero e proprio. Clima, mare e lingua ci fanno sentire a casa, mentre per i più sofisticati ci sono le sonorità catalane a dare, almeno all'orecchio, il tocco

esotico che serve. Alla vista, invece, ha pensato Gaudì, che ha avvolto la sua città in quell'aura modernista piuttosto latitante nelle nostre città italiane. Il *Barrio Gotico*, il quartiere centrale da cui spesso e volentieri si inizia l'esplorazione della città, è dominato dall'imponente *Sagrada Família*, che l'architetto spagnolo iniziò a far costruire nel 1882. Solo i suoi lontani pronipoti la vedranno conclusa, nel 2020, secondo le attuali previsioni. Godibili senza le gru che vi girano intorno, invece, sono la *casa Milà*, la *casa Batllò* e il *Parco Güell*, un coloratissimo angolo di città dove salamandre e draghi fatti di mosaici, carrube e querce sembrano indistintamente creature naturali e oniriche al tempo stesso. Tracce di Gaudì spuntano in città dove meno te le aspetti (per esempio, nei lampioni di *Plaça Reial*, luogo di incontro del *Barrio Gotico*). È probabilmente per questo che qualche anno fa l'arcivescovo locale ha deciso di avviare il processo di beatificazione dell'architetto, anche se qualcuno ha storto il naso obiettando che va ricordato per la sua genialità artistica, non per la sua vita condotta con umiltà cristiana. O forse si è voluto compensarlo di averlo lasciato morire da miserabile, lui che per Barcellona ha fatto così tanto, investito da un tram e curato male presso un ospizio per mendicanti?

## Tutti in sella

Nonostante le meraviglie del centro storico, dal *Barrio Gotico* è bene anche uscire. Il modo migliore per farlo è noleggiare una bicicletta *Bicing* (design accattivante anche se il servizio è pubblico, in puro stile Barcellona), anche perché la città è piatta. Occorre scendere e fare lo *zig-zag* tra la fuma-

La Sagrada Família.



na di gente stipata notte e giorno nella *Rambla*, zona pedonale un tempo tra i simboli cittadini ma adesso emblematica di quel mix di turistame e catene commerciali che accomuna tutte le città europee. A un certo punto, però, la specificità locale ritrova spazio nel *Mercat de la Boqueria*: carne, pesce, frutta fresca e tanto chiasso catalano. È il quartiere *Raval*. Chi lo conosce come il *Barrio Chino* dove si aggira il detective Pepe Carvalho, nato dalla penna di Manuel Vázquez Montalbán, si aspetti meno prostitute e bambini di strada e più studenti e artisti dalle esistenze *bohémien*. La metamorfosi è iniziata con i Giochi Olimpici del 1992 ed è ancora in corso.

## Per giochi

Sì, perché fino agli anni Ottanta Barcellona era come tutte le città portuali: affascinante ma un po' disgraziata. Poi il Comitato Olimpico le affidò l'organizzazione dei Giochi. E quella designazione ha portato con sé la realizzazione di edifici importanti come il *Museu d'Art Contemporani* e il *Centre de Cultura Contemporania* tra le vie puzzolenti del *Barrio Chino*. Nello stesso tempo la *Barceloneta*, la spiaggia cittadina, smetteva di essere percepita come il viale lungo il quale scappare verso la *Costa Brava*, iniziando a diventare meta di bagnanti locali e stranieri, fino a costituire un modello da replicare sui fiumi di mezza Europa.

Alla *Barceloneta* si arriva agilmente dal centro sfrecciando lungo le piste ciclabili per fare un bagno, una partita di pallavolo in spiaggia (attrezzatissima), per inalare salmastro e gustare pesce vista mare, servito semplicemente sfilettato o sotto forma di gelatina in un bicchiere da *Martini*, se ci si trova in un ristorante che predilige la gastronomia molecolare di cui il catalano Ferran Adrià è uno dei padri fondatori.

## Andar per tapas

Tornando sulla terra (gastronomicamente parlando), tra le pietanze tipiche di Barcellona si annovera la *fideuà*, una specie di paella con la pasta al posto del riso, ma soprattutto si va per *tapas* – i tipici stuzzichini spagnoli – su cui sono incentrati anche diver-



si *food tour*. Per l'aperitivo, le *tapas* si accompagnano nientemeno che al *vermut*, che nessuno sentiva più nominare dal tempo dei nostri nonni. Dozzine di campagne di Carlo Petrini non sarebbero mai riuscite a riesumare il tradizionale settecentesco vino italiano, ma a Barcellona basta uno schiocco di dita per fare tendenza.

Tra una sessione di *tapas* e l'altra, con la bici ci si può spingere nelle zone meno centrali della città, respirando dal sellino la varietà dei suoi quartieri: quella sorta di *dépendance* dalla metropoli che è la collina del *Montjuïc*, l'eleganza residenziale de *L'Eixample* (dove il *Passeig de Gràcia* è una sorta di *Champs-Élysées* versione spagnola), l'ambiente operaio (ma ripulito) di *Gràcia*. È fantasticare su quale sarebbe più adatto a noi per andarci a vivere, tante volte la Spagna uscisse dai Pigs. ■

Dall'alto, i lampioni di Plaça Reial, il Mercat de la Boqueria, le tipiche tapas di Barcellona e il Museu d'Art Contemporani.

## I TEATRI

### Teatro Moderno e Teatro degli Industri Grosseto

Sconto soci Coop per acquisto abbonamenti e biglietti per gli spettacoli della stagione teatrale 2015-16.

Info 0564 22429

## 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.aquariummondomawrino.com

### Oasi Wwf

Soci Coop: ingresso adulti 4 euro anziché 6; bambini e ragazzi sotto i 14 anni 3 euro anziché 4 (secondo figlio ingresso gratuito). Il vantaggio è esteso a un accompagnatore del socio. Visite guidate 4 euro a persona (sia adulti che bambini). Sconto del 5% su tutti i servizi a pagamento presso i punti vendita Wwf Oasi e sulla partecipazione agli eventi.

Info www.wwf.it - www.e-coop.it

### Riserva Naturale Provinciale Padule Orti-Bottagone

Loc. Torre del Sale - Piombino (LI)  
SP 40 Geodetica, km 6,700

Aperta da gennaio a maggio e da luglio a dicembre. Per gruppi e scolaresche l'oasi è aperta tutti i giorni dell'anno su prenotazione, in orari e modalità da concordare telefonando ai numeri 3384141698 e 3899578763.

Info ortibottagone@wwf.it

## I MUSEI

### 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. Aperto tutti i giorni: orario 10-13 / 16-19 (escluso lunedì). Biglietto per i soci Coop 2,50 euro (anziché 4).

Info 0586808001  
fgiampaolo@comune.livorno.it

## GLI ITINERARI

### Artemide Guide Roma - Viterbo

Molte le attività offerte, dagli itinerari storico-artistici con guide autorizzate nel territorio di Viterbo, Roma e province, ai servizi tour escort in Italia e all'estero con accompagnatori autorizzati, ai laboratori didattici sulla civiltà etrusca.

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



Agriturismo Podere Oslavia



Agriturismo Pian dei Pini



Museo Civico Giovanni Fattori



Sconto del 10% per i soci Coop sul servizio guide e accompagnatori turistici.

Info e prenotazioni 0766857387  
3282925237, artemideguide@hotmail.com

### Azienda Agricola Giacomo Giannini Alberese

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% sul soggiorno, oltre a una bottiglia di vino e l'uso di bici per tutto il soggiorno. **Agriturismo Pian dei Pini** 10% di sconto per i soci Unicoop Tirreno e omaggio di una bottiglia di vino (produzione propria) per tutti i soci che soggiogneranno e un aperitivo in vigna.

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

### 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. Il costo del pacchetto completo è di 60 euro a persona. I bambini sotto i 7 anni non pagano il pranzo-cena; **2.** pacchetto senza pernottamento, con pranzo e visita guidata in cantina, 25 euro a persona. I bambini sotto i 7 anni non pagano il pranzo.

Info 3388758162

## IL BENESSERE E LA SALUTE

### Audin apparecchi acustici Roma

Audin propone diverse soluzioni personalizzate attraverso apparecchi acustici digitali e invisibili. 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



PORTA SEMPRE CON TE LA CARTA SOCIOCOOP

## CoopOdontoiatrica Livorno

La CoopOdontoiatrica 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, offre prestazioni di qualità mantenendo costi vantaggiosi, soprattutto per le categorie convenzionate.

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



## I CORSI

### ASD Uisport '92 Rosignano

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

Info 0586762249; uisport92@tiscali.it;  
info@scuoladanzarosignano.it;  
www.scuoladanzarosignano.it

### ASD Amatori Nuoto Follonica

Società sportiva che organizza corsi di nuoto nelle piscine di Gavorrano e Follonica. La convenzione prevede uno sconto del 10% per abbonamenti mensili e del 15% per abbonamenti a periodo.

Info 056657093; info@amatorinuotofollonica.it;  
www.amatorinuotofollonica.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

### 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

### Arca Grosseto

Azienda di servizi che organizza due corsi di pasticceria, *Easy Coop cake 1 e 2*. I corsi verranno attivati al raggiungimento di 7 partecipanti, con un massimo di 12, con possibilità di essere ripetuti in caso di richiesta. Durata del corso 4 ore. A tutti gli allievi sarà consegnato il ricettario e tutti i dolci preparati durante il corso. Sconto per i soci Coop di 5 euro sul costo complessivo.

Info 3287631017 - 3203786017  
e-mail:arcainfo@arcainfo.com



### 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



### Errata corrige

Nel numero di *Nuovo Consumo* di settembre, a causa dell'omonimia tra la compagnia *Blu Navy* di Grosseto, con cui è attiva una convenzione per i soci di Unicoop Tirreno, e la *Blu Navy* compagnia di navigazione elbana, è stato pubblicato il logo sbagliato. Ci scusiamo per i disagi che questo inconveniente può aver arrecato.



### G.R. Toscana Outdoor

Via del Tino, 301 - **fraz. Roselle**  
*Trekking* con guide ambientali escursionistiche regolarmente abilitate. Sconto del 10% sulle

tariffe vigenti al momento della partecipazione a escursioni guidate di un giorno o di mezza giornata tra mare, colline e montagne; 10% 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



## I SERVIZI

### Movimento Consumatori

#### Coordinamento Regionale della Toscana (Livorno e Piombino)

Svolge un servizio d'informazione su problematiche economiche e sociali che riguardano i consumatori. Gli sportelli sono attivi presso i punti di vendita di **Livorno** c/o Centro Comm. Fonti del Corallo, Supermercato via Settembrini; **Piombino** Supermercato Salivoli.

#### Cuore Liburna Sociale Piombino e Follonica

Società cooperativa sociale che offre prestazioni socio-assistenziali e infermieristiche. Il servizio è attivo a Piombino e Follonica; l'offerta prevede uno sconto del 5% per tutti i soci di Unicoop Tirreno per prestazioni socio-assistenziali e infermieristiche.

Info Piombino 0565227212  
Follonica 056657798  
info@cooperativacuore.it

#### Natural Farm Project Follonica

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

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

#### Maregiglio Porto Santo Stefano

Sconto del 10% su tutte le tariffe ufficiali da 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

#### Blu Navy Porto Santo Stefano

Società di servizi di trasporto marittimo offre a tutti i soci Unicoop Tirreno presso le proprie biglietterie, il 15% di sconto su tutte le tariffe di solo trasporto per le destinazioni dell'Arcipelago Pontino e Toscano.

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

**Le convenzioni nazionali per i soci Coop**

**Parco naturalistico archeologico Vulci** Sconto del 20% sulla Card family. **Info** 0766879942 - www.vulci.it.

**Campi Avventura Vacanze Natura Roma** Ai soci Coop sconto del 10% sulla quota vacanza esposta al pubblico (non cumulabile con altre promozioni). **Info** e prenotazioni [www.campiavventura.it](http://www.campiavventura.it).

**Terme di Petriolo (GR)** Ai soci Coop e al nucleo familiare 20% di sconto sugli ingressi alle vasche termali (giornaliero e pomeridiano) e trattamenti del listino (escluso i pacchetti). **Info** 0577757104 - [info@termepetriolo.it](mailto:info@termepetriolo.it).

**Antiche Terme di San Teodoro Villa Maina (AV)** Ai soci Coop 20% di sconto su soggiorno (pensione completa o solo pernottamento); 20% su ingresso piscina termale esterna, area relax (90 minuti), sauna, bagno turco e vasca idromassaggio; 20% sul secondo ciclo di cure convenzionate Asl. Lo sconto è esteso al nucleo familiare (massimo 4 persone) e si applica durante tutta la stagione di apertura senza esclusioni di giorni o periodi. **Info** [termesan-teodoro@libero.it](mailto:termesan-teodoro@libero.it).

**Explora - Museo dei bambini Roma** Per i soci Coop riduzione del 10% sul biglietto d'in-

gresso nucleo familiare (max 4 persone). **Info** [www.mdb.it](http://www.mdb.it). **Hotel Hermitage & Park Terme Ischia** Sconti riservati ai soci: 30% di sconto sulle tariffe ufficiali 2015; 15% di sconto sulle offerte ufficiali pubblicate sul sito [www.hermitageischia.it](http://www.hermitageischia.it); 20% di sconto su trattamenti extra termali e benessere. Offerta valida fino al 30 ottobre. **Info** 081984242 - [hermiterme@gmail.com](mailto:hermiterme@gmail.com).

**Il Giardino Sospeso - Parco Avventura Riparbella** Sconti per i soci Coop sul sito. **Info** 3357726323 - [www.ilgiardinonosospeso.it](http://www.ilgiardinonosospeso.it).

**Parchi Val di Cornia Piombino** Ai soci Coop sconto del 20% sul biglietto d'ingresso per visite ai parchi e musei. Le agevolazioni sono estese ai soci Coop e a un accompagnatore del socio. **Info** 0565261408 - [promo@parchivaldicornia.it](mailto:promo@parchivaldicornia.it) - [www.parchivaldicornia.it](http://www.parchivaldicornia.it).

**Ente parco regionale della Maremma - Parco Maremma Alberese** Sconto di 1 euro sul biglietto ingresso al Parco (percorso a piedi, in bicicletta e ingresso Acquario della Laguna di Orbetello a Talamone), acquistati presso i Centri Visite del Parco. Lo sconto non è valido sulle gite in canoa, in carrozza e a cavallo. Le agevolazioni sono estese ai soci e ai loro accompagnatori. **Info** 0564393222 - [www.parco-maremma.it](http://www.parco-maremma.it).



**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. 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.



**CINEMA Multisala Supercinema Orbetello (GR)**

Ingresso ridotto di 2 euro per il solo titolare della carta **SocioCoop** per tutti gli spettacoli in programmazione, senza esclusione di periodi.

Per ottenere lo sconto è necessario presentare la carta **SocioCoop** al botteghino.

**Info** 0564867176

**Cinema Etrusco Tarquinia (VT)**

Quattro sale e una ricca programmazione, offre prezzi scontati per i soci Coop sui biglietti d'ingresso: 5 euro anziché 6,50 per tutti i film in 2D; 6,50 euro anziché 8 per tutti i film in 3D.

**Info** 3351277281

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



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



**Marta sui tubi**

**3 ottobre**

Faq Live Music Club Grosseto



**Eros Ramazzotti**

**World Tour**

**12 ottobre**

Mandela Forum Firenze



**Malika Ayane**

**28 ottobre**

Teatro Verdi - Firenze



**Ficarra and Picone**

**Apriti Cielo**

**31 ottobre**

Teatro Puccini - Firenze



**Wow Spazio Fumetto Milano**

**Sconto per i soci Coop**

Biglietto ridotto per adulti **4 euro**, per bambini fino a 10 anni **2,50 euro** (max 3 a famiglia)

**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





**S**u una popolazione mondiale attualmente stimabile in 7 miliardi e 350 milioni di persone, ben 1 miliardo sono cooperatori, cioè più o meno 1 persona su 7, sul nostro pianeta è socio di una cooperativa. In India parliamo di 239 milioni di persone, di 180 milioni in Cina, di 125 negli Stati Uniti. O del Giappone dove la sola Coop di consumatori ha 26 milioni di soci, della Germania che ne ha 20 milioni o dell'Inghilterra che ne ha 13 come l'Italia. Coloro che invece lavorano per una cooperativa sono circa 250 milioni di persone, pari al 9 per cento degli occupati di tutto il globo. Nel mondo ci sono circa 2 milioni e 500mila imprese cooperative, cioè 1 ogni 3mila abitanti, sparse nei 5 continenti, in paesi poveri come in quelli più ricchi, e presenti nei più diversi settori produttivi e dei servizi.



Pauline Green.

Di fronte a queste cifre vale la pena fermarsi un attimo a riflettere e ragionare. Perché se tutti i giorni (e più che mai in questi lunghi anni di crisi economica mondiale) siamo martellati dal solo lessico delle società per azioni, delle imprese di capitali, delle quotazioni in Borsa, è del tutto evidente che si rischia di dimenticare che c'è, già oggi, un enorme pezzo di economia che, dentro al mercato globale, si muove provando a seguire altre logiche. «Pur nella pluralità di forme ed espressioni che la cooperazione ha oggi – conferma **Pauline Green**, presidente dell'*Alleanza internazionale delle cooperative* ([www.ica.coop](http://www.ica.coop)) –

è evidente che siamo un mondo che mette al centro della propria attività le persone, con i loro bisogni e da lì parte per costruire risposte. E lo fa in piccole comunità locali, ma anche su scala molto più ampia, attraverso aziende di grandi dimensioni. Per questo l'obiettivo politico che come *Ica* ci siamo dati è di promuovere un'attività e una mobilitazione che porti il G20, cioè il gruppo dei paesi economicamente più importanti, a riconoscere questa presenza, a valorizzarla e aiutarla». Partendo anche dal riconoscere come, durante questa lunga e difficile crisi, la cooperazione sia stata un elemento di tenuta, che ha consentito di difendere il lavoro e il reddito delle famiglie.

## In prima persona

«Quando parliamo di noi anche in Italia – spiega il presidente nazionale di *Legacoop*, **Mauro Lusetti** – siamo troppo spesso abituati a farlo attraverso i numeri, dicendo che la cooperazione rappresenta l'8 per cento del *Pil*, che abbiamo 12 milioni di soci. Quasi fosse una prova muscolare. Abbiamo, invece, bisogno di dire molto di più, come usiamo la nostra forza, come incidiamo sulla vita delle persone. Il primo aspetto è la creazione di lavoro, d'occupazione. Una crescita che per noi è continuata anche dopo l'arrivo della crisi». Però i numeri aiutano a capire. Nel 2006, ultimo anno prima dell'esplosione della crisi, i dipendenti di cooperative aderenti a *Legacoop* erano 429mila, nel 2013 il numero di lavoratori era salito a 497mila. In più in Italia, ogni anno nascono circa 7mila nuove cooperative, alcune delle quali sono imprese fallite che rinascono grazie al fatto che gli operai decidono di rilevarle costituendo una cooperativa. «Ma cooperazione in Italia significa anche tutte quelle realtà che cercano di costruire buona economia dai beni sequestrati e confiscati alla mafia – prosegue Lusetti –. Sono cooperative



Mauro Lusetti.



di giovani, sempre più numerose. Infine, cooperazione significa anche Coop e Conad che rappresentano il 30 per cento della distribuzione italiana, e che si stanno impegnando sul tema delle liberalizzazioni, dai farmaci alla benzina, garantendo benefici e risparmi a milioni di famiglie».

## Capacità di relazione

Il punto, non solo guardando all'Italia ma ad una dimensione mondiale, è se, dopo quanto si è visto in questi lunghi anni di crisi, non ci sia bisogno di usare paradigmi diversi rispetto a quello imperante del liberismo, della speculazione finanziaria, di un mercato tutto imperniato sul profitto. Come se, quando la parentesi della crisi sarà chiusa, tutto ripartirà esattamente come prima.

Probabilmente non sarà così. Accanto al pluralismo dei modelli d'impresa, c'è bisogno soprattutto di più solidarietà e di forme di relazione che partano dalle persone.

«L'idea sostenuta da molti che, facendo diventare i ricchi più ricchi comunque, qualcosa gocciolerà sotto e dunque qualche beneficio ci sarà, è sbagliata e non regge – spiega **Leonardo Becchetti**, docente di economia politica all'Università Tor Vergata di Roma – L'idea di un *homo oeconomicus* che è felice solo se guadagna di più non spiega la realtà. Non spiega, ad esempio, la grande realtà di chi fa volontariato. Per questo serve una forte bio-diversità nell'organizzazione dell'economia, per questo devono crescere le imprese che non massimizzano i profitti – aggiunge Becchetti –. Da sempre sostengo che i cittadini votano col loro portafoglio, nel senso che facendo la spesa possono incidere e premiare chi si comporta in modo diverso. Una recente indagine *Nielsen*, dice una cosa molto significativa e cioè che più del 40 per cento dei cittadini al mondo è disposta a pagare di più per avere beni e prodotti sostenibili e eticamente responsabili. Questa può essere una leva di cambiamento molto importante, capace di incidere su intere filiere».

## Volti al bene

### Esempi di come l'unione fa la forza.

Si potrebbe parlare di una cooperazione dai mille volti. Come la cooperativa *Norandino* che in Perù unisce oltre 7.500 piccoli produttori di caffè, cacao e zucchero che operano sulle terre una volta destinate alla coltivazione della coca. Grazie al *Fairtrade*, il commercio equo e solidale, e alla decisiva *partnership* con Coop, i contadini della *Norandino*, sono riusciti a consolidare la loro esperienza e a sfuggire alla dittatura di chi specula sul prezzo di questi prodotti. Una speculazione che finisce con lo scaricarsi sui produttori che sono l'ultimo anello della catena.

Una storia di emancipazione e riscatto è anche quella di *Sewa Federation* che, in India, rappresenta 106 cooperative che danno lavoro a oltre 100mila donne, offrendo aiuto e competenze per ottenere piccoli capitali per avviare attività, attrezzature e strumenti tecnologici, ma anche servizi. Insomma l'obiettivo è renderle autosufficienti in una realtà dove le donne sono spesso emarginate. Ma cooperazione è anche la *Park Slope* di New York. Qui nel quartiere di Brooklyn, dal 1973, è attivo un punto di vendita cooperativo in cui possono comprare solo volontari che nel contempo prestano anche ore di lavoro gratuito per far funzionare il negozio. Così, nello stesso luogo, a volte si va a fare la spesa, a volte si va a fare i cassieri e a volte a esporre la merce sugli scaffali. Dunque, quella dei 16mila membri, è un'autogestione accompagnata da un intenso lavoro di incontri aperti a tutti i soci per affrontare e coordinare le attività.



# Valore aggiunto

48

**La cooperazione come modello economico che può risolvere concretamente i problemi del mondo.**

«La cooperazione è empatia, è inclusione, è economia basata sulla solidarietà. Per questo oggi il mondo ha bisogno di più cooperazione, per trovare risposte alle tre grandi questioni che abbiamo di fronte e che impongono all'umanità di percorrere strade nuove». Lo assicura **Juliet Schor**, sociologa ed economista, docente del *Boston College*, che nel suo racconto parte da un paradosso. «Se in una sala fossero concentrate le 80 persone più ricche al mondo, in quella sala sarebbe concentrata metà dell'intera ricchezza del pianeta. Oggi il problema della disuguaglianza e della concentrazione della ricchezza è drammatico come non mai, perché è stato accentuato dalla crisi economica, una crisi che concentra sempre più la ricchezza e aumenta la distanza tra fasce sociali. Negli Usa, di tutta la crescita di questi ultimi anni, ha beneficiato solo l'1 per cento più



Juliet Schor.

ricco della popolazione. Se dopo la seconda guerra mondiale abbiamo vissuto una fase che ha fatto nascere un'ampia classe media di decine di milioni di persone, oggi non è più così. La classe media si è impoverita e la ricchezza si concentra sempre più in ristrette élite».

Se il primo fattore è la disuguaglianza, il secondo tema che Juliet Schor pone è quello «dei cambiamenti climatici e del surriscaldamento globale che rischia di rendere invivibili, nei prossimi decenni, enormi aree del pianeta in molte delle quali vive già una popolazione molto povera. Dunque l'impegno a non superare i 2 gradi di aumento delle temperatura globale deve partire immediatamente. E dobbiamo tenerne conto nel definire le scelte che facciamo per il nostro futuro».

L'ultimo tassello è legato alle innovazioni tecnologiche e alla rivoluzione digitale. Un processo che, se certo offre indubitabili opportunità per migliorare la qualità della vita di tutti, renderà però sempre meno necessario il lavoro umano, perché saranno le macchine e i computer a lavorare al posto dell'uomo. Un *trend* inevitabile per la Schor e di cui ogni giorno abbiamo conferme.

## ► Pensare in grande

Pur riconoscendo alle cooperative capacità di attenzione alle persone e ai loro bisogni, molti, anche in Italia, storcono il naso di fronte a imprese cooperative troppo grandi. Qui può essere utile allargare lo sguardo e vedere come, tra le prime 30 grandi cooperative al mondo, non ce ne sia neppure una italiana. In testa troviamo tre colossi del mondo assicurativo giapponese (*Zenkyoren* con un fatturato da 77 miliardi di dollari, *Nippon Life* con 66 miliardi, e *Meiji Yasuda Group* con 62 miliardi), poi la statunitense *State Farm Group* (52 miliardi sempre in campo assicurativo), poi c'è la francese *Leclerc* nel campo della distribuzione (57 miliardi). E scorrendo la classifica spuntano imprese della Germania, della Corea del Sud, degli Usa, della

Svizzera, dell'Inghilterra, della Nuova Zelanda, dell'Olanda, del Canada. E si scopre come sigle, magari note, sono cooperative, pensiamo a banche come la francese *Crédit Agricole* o l'olandese *Rabobank*.

«Dunque, la situazione italiana – spiega ancora il presidente di *Legacoop*, Lusetti – va inquadrata in questo contesto. C'è nel mondo una cooperazione che è cresciuta e che è stata capace di vincere le proprie sfide. In più, sul tema dimensioni, voglio anche ricordare che per far nascere nuova cooperazione servono risorse che possono venire solo se si hanno le spalle robuste. E dunque le grandi cooperative sono fondamentali per sostenere l'intero sistema e aiutare i piccoli a nascere e crescere. Sul piano dei valori, dell'etica e del rispetto dei principi, il tema delle dimensioni non credo incida. La di-



«La combinazione di questo tre fattori, diseguaglianze, meno lavoro disponibile e cambiamento climatico – prosegue Schor – produce un problema enorme per l'umanità. E impone di puntare su principi di solidarietà per costruire una prospettiva futura sostenibile. Il modello attuale è sbagliato, non risolve questi nodi; se si

punta solo sulla competizione si arriverà al fallimento».

Dunque, la cooperazione, come modello di relazione economica, non è idealmente o astrattamente migliore, «lo è in concreto – assicura Schor – per le risposte che può dare ai problemi che abbiamo, perché crea lavoro e redistribuisce più equamente il reddito». ■

mensione aziendale – conclude Lusetti – pone questi temi in termini diversi, ma siamo pieni di esempi di buone pratiche in grandi cooperative e di esempi meno brillanti in piccole realtà».

## Principi etici

Un ragionamento che condivide in pieno anche un economista come **Leonardo Becchetti**: «Io sono stato contrario alla riforma, recentemente varata del Governo, sulle banche popolari italiane che ha imposto, a quelle superiori agli 8 miliardi di raccolta, di abolire il voto capitaro e diventare di fatto delle normali società per azioni. Non c'era alcun motivo o evidenza che imponesse di fare ciò. Un colosso come la canadese *Banque du Jardin* (parliamo di una realtà cooperativa da 220 miliardi di fatturato, ndr), ha dimostrato di

avere le migliori esperienze in assoluto di tutela del risparmio ed elevati *standard* etici. In più la grande cooperazione serve a far crescere nuova cooperazione. In questo mercato più si cresce e più si possono fare le cose che vorremmo». Per questo serve più cooperazione, dove la cooperazione è un arcipelago di forme e dimensioni diverse, che deve restare in costante dialogo con i soci, con le persone, con i territori, che deve aggiornare costantemente la sua *governance*, essere trasparente, essere forte perché la sua presenza è fondamentale per avere un mercato economico più equilibrato e solidale.

Non a caso in Italia, grazie al proprio peso, Coop è riuscita a determinare *standard* di mercato sulla qualità e sulla sostenibilità delle produzioni e dei prodotti, incidendo su intere filiere produttive. ■



Leonardo  
Becchetti.

# Pausa caffè

■ **Ersilia Troiano**

**P**er iniziare la giornata, per ritrovare l'energia, come occasione d'incontro, per fare una pausa, la tazzina di caffè è per pochissimi italiani solo un'abitudine. Ce n'è per tutti i gusti: normale o macchiato, lungo o ristretto, amaro o zuccherato, decaffeinato o d'orzo, espresso, con la *moka* oppure la macchina a cialde o capsule. Poco graditi, almeno in Italia, il caffè americano e quello solubile; in crescita il consumo di caffè al *ginseng*, di quello marocchino (con schiuma di latte e cioccolato) o crema di caffè (*dessert* a base di caffè con panna, zucchero e cacao amaro).



## Sotto stimolo

Dal punto di vista nutrizionale, l'apporto energetico del caffè è trascurabile. Con le sue 287 kcal per 100 grammi di polvere, infatti, il valore energetico di una tazza di caffè – che, per la cronaca, contiene circa 5/6 grammi di polvere, sia se consumato al bar che preparato in casa – non arriva a 20 kcal. A sovraccaricarlo dal punto di vista energetico, lo zucchero utilizzato per dolcificarlo, la panna e il cacao o, ancora, l'alcol, nel caso del

**I benefici della bevanda più amata dagli italiani. L'importante è non esagerare con le tazzine di caffè.**

caffè corretto. Attenzione, dunque, a queste calorie nascoste; meglio preferire le varianti classiche di caffè, limitare le aggiunte di zucchero, miele o altri dolcificanti, riducendone gradualmente le quantità consumate fino a prenderlo amaro o macchiato con qualche goccia di latte. Seppure non abbia una valenza strettamente nutrizionale, una delle componenti più importanti del caffè è la caffeina, che agisce come stimolante del sistema nervoso centrale riducendo la sensazione di fatica, stanchezza e sonnolenza e aumentando la lucidità mentale. È stato inoltre dimostrato che la caffeina agisce come leggero diuretico e possiede un moderato effetto anti-fame (viene utilizzata come principio attivo di integratori per il controllo del peso). Oltre alla caffeina, sono state isolate numerose componenti del caffè ad azione antiossidante, i polifenoli, in particolare, sotto stretta sorveglianza da parte della ricerca scientifica per i possibili effetti protettivi nei confronti delle patologie croniche, al momento ancora da identificare e definire.

## Di uso comune

Definito, invece, recentemente, da parte dell'*Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (Efsa)*, il consumo di riferimento per la popolazione. Premesso che non è necessario prendere l'abitu-

dine di assumere caffè o altre bevande nervine (tè) o tisane, se non gradite, l'Efsa ha chiarito – a fronte dei numerosissimi pregiudizi e falsi miti sul consumo della fumante bevanda – che non è controindicato bere caffè, purché nelle giuste quantità: fino a 5 tazze di caffè normale al giorno (o 4 di caffè americano) per gli adulti e gli anziani. Quantità questa che va dimezzata per adolescenti e donne in gravidanza. Nei bambini, il consumo di caffè non è raccomandabile, ma non desta preoccupazioni, in quantità tuttavia limitate: fino a mezza tazza tra i 3 e 5 anni, fino a una tazza tra i 6 e gli 8, e poco più di una tazza dai 9 ai 12. L'Efsa ha anche definito i rischi di un consumo eccessivo di caffè: sonno interrotto, ansia e irritabilità e, a lungo termine, problemi cardiovascolari. No, dunque, agli eccessi e per adolescenti e giovani adulti al ricorso continuo al caffè per affrontare, ad esempio, le ore di studio. Non dimentichiamo che la caffeina è presente anche nelle bevande a base di cola e nelle cosiddette bevande energetiche che sarebbe opportuno limitare al massimo, anzi evitare. ■

## Gli alternativi

Sempre più diffusi, anche in virtù di una moda salutistica che non sempre corrisponde a comportamenti alimentari adeguati, il caffè d'orzo e quello al ginseng.

Il **caffè d'orzo** è una bevanda a base di orzo solubile e, sebbene consumata in alternativa al caffè (per l'assoluta mancanza di caffeina), definirla caffè non è corretto. Per chi la ama va comunque ricordato che è importante limitare gli zuccheri aggiunti.

Il **caffè al ginseng**, il cui consumo è ormai diffuso molto anche in Italia, sembrerebbe rappresentare l'alternativa salutistica al caffè classico. Nulla di più sbagliato, considerato che oltre a quello solubile, tra gli ingredienti ci sono anche crema di latte e zucchero. Ha dunque un valore energetico più alto del tradizionale caffè e, a differenza di quest'ultimo, non è possibile decidere se e quanto zucchero aggiungere. Di certo non può essere considerato una sua alternativa amica della salute.

# Sotto zero

Praticità, possibilità di consumare alimenti anche “fuori stagione” e riduzione degli sprechi in cucina: questi alcuni dei vantaggi del congelamento domestico degli alimenti. Pesce e carne i più congelati in casa. Ma è possibile congelarne altri?

Per quel che riguarda la verdura, quasi tutta è adatta al congelamento casalingo, soprattutto se va successivamente cotta. È preferibile non congelare quella da

consumare cruda, come insalate, cetrioli o pomodori perché, considerata la loro elevatissima percentuale d'acqua, tendono con lo scongelamento a perdere la loro consistenza. Anche la frutta, sia da consumare cruda che da utilizzare cotta o per dolci e con-

**I vantaggi del congelamento domestico. Non solo per carne e pesce.**

serve casalinghe, può essere congelata, a patto che sia lavata, sana e matura al punto giusto (è consigliabile scottare leggermente solo le mele). Può essere congelata al naturale, meglio se già sbucciata, oppure con zucchero o sciroppo, soprattutto se è da utilizzare per dolci e conserve. Meglio non congelare latte, yogurt e formaggi (freschi e stagionati). I risultati sono, infatti, abbastanza deludenti, considerato che possono cagliare o diventare grumosi, e i formaggi tendono a diventare friabili. Tra l'altro, essendo sempre disponibili sul mercato senza variazioni di prezzo rispetto alla stagionalità, il gioco non vale la candela.

Ottimi, al contrario, i risultati per pane e prodotti da forno. Ricordiamo tuttavia che mantengono il loro stato al momento della congelazione e che la permanenza in congelatore non ne migliora di certo la freschezza; è preferibile inoltre utilizzare sacchetti o pellicola per alimenti. Nello stesso modo è possibile congelare pasta cruda per pizze e torte dolci o salate, tenendo presente che il lievito non regge bene le temperature (è consigliabile utilizzarne circa 1/3 in più per l'impasto) e che vanno congelate rigorosamente prima della lievitazione. E poi i piatti pronti. Sughi, primi piatti, secondi o contorni già cotti possono essere tranquillamente congelati anche in casa, a patto di non usare troppi condimenti, perché i grassi d'olio e burro ne riducono la conservabilità e le basse temperature possono lievemente alterare il sapore di sale e spezie.

Meglio, dunque, aggiungerli dopo lo scongelamento. Unica accortezza: a differenza degli alimenti freschi, è bene conservarli per un periodo di tempo non superiore a 3 mesi. ■



# A occhio e croce

52

**La degenerazione del cristallino, la lente situata dentro l'occhio, che con l'età ci fa vedere tutto appannato. Ma la cataratta dipende anche dallo stile di vita.**

■ **Barbara Bernardini**

**G**uardare attraverso un vetro appannato, senza poter fare niente per pulirlo. È questa la bizzarra e snervante sensazione di chi soffre di cataratta, una degenerazione del cristallino dell'occhio, il "vetro" della nostra finestra sul mondo. Si tratta di un problema principalmente legato ai processi d'invecchiamento, che determinano la progressiva opacizzazione del cristallino, una lente biconvessa, grande il doppio di una lenticchia, situata all'interno del nostro occhio, appena dietro all'iride. Il cristallino giovane e sano è una lente perfettamente trasparente, ma col passare degli anni può diventare sempre più opaco e svolgere male la sua funzione.

## Lente d'osservazione

«Non c'è nessun velo che scende dentro l'occhio affetto da cataratta – spiega **Carlo Vanetti**, specialista in microchirurgia oculare a Milano –. Si tratta solo



di un cambiamento delle caratteristiche della lente, come disidratazione, ispessimento e opacizzazione». Esattamente come un vetro appannato, una lente opaca non permette il corretto passaggio della luce, e di conseguenza la formazione di un'immagine nitida sulla retina, la parte sensibile dell'occhio che porta il segnale al cervello e permette la vista vera e propria. «La cataratta colpisce soprattutto le persone sopra i 60 anni – precisa Vanetti –; oltre i 65 anni circa la metà della popolazione sviluppa cataratta e dai 75 anni in su la percentuale

raggiunge il 90 per cento. «È bene chiarire che la cataratta non è causata da un abuso della vista e non può trasmettersi da un occhio all'altro nonostante si possa sviluppare in entrambi gli occhi», spiega ancora Vanetti.

## Guai in vista

È importante sapere che la sua comparsa non è solo collegata all'invecchiamento ma anche allo stile di vita. «Quello che si può e si deve fare – consiglia Vanetti – è la prevenzione contro gli agenti acceleratori di questo processo fisiologico. Mi riferisco all'uso degli occhiali da sole: le radiazioni Uv attraversano il cristallino e ne denaturano le fibrille proteiche rendendole meno trasparenti, allo stesso modo di quello che succede con la pelle». La pelle cambia colore, invecchia e si raggrinzisce, il cristallino perde via via trasparenza come un foglio di plastica lasciato al sole. Inoltre vi sono statistiche ormai consolidate che dimostrano che il fumo di sigaretta accelera in modo significativo la progressione della cataratta, così come il diabete, l'alcol e alcune terapie cortisoniche.

## Messa a fuoco

La cataratta senile si sviluppa lentamente senza dare sensazioni spiacevoli, molto spesso chi ne è affetto non se ne rende conto fino a quando non incontra difficoltà visive o la necessità di cambiare frequentemente gli occhiali. «È utile seguire una dieta varia ed equilibrata con frutta e verdura, vitamine e antiossidanti – suggerisce Vanetti –. Quando poi, nonostante tutte le attenzioni, dovesse comparire una cataratta iniziale è importante sentire il parere di un chirurgo esperto per decidere con lui i tempi e le tecniche più indicate per avere il miglior recupero visivo basandosi sulle caratteristiche oculari personali. Ogni occhio è diverso – continua lo specialista

sta – e richiede un approccio personalizzato e specifico. In generale è sbagliato attendere troppo prima dell'intervento, con le tecniche *laser* attuali non bisogna aspettare la “maturazione” della cataratta, ma scegliere il momento più opportuno quando la visione inizia ad avere le prime alterazioni».

## Percorso visivo

Per chi è affetto da cataratta non vi sono ad oggi terapie mediche o farmacologiche, l'unica terapia efficace e definitiva è quella chirurgica, in cui il cristallino naturale, disidratato e ormai opaco, viene rimosso e sostituito da una lente artificiale permanente che ripristina la capacità di messa a fuoco.

Le più recenti tecniche micro chirurgiche utilizzano strumenti mininvasivi che aiutano il medico a frammentare e asportare il nucleo opaco del cristallino senza danneggiare le delicate strutture presenti all'interno dell'occhio. L'intervento di cataratta viene oggi eseguito con una tecnica chiamata *facoeulsificazione*, di recente introduzione, che può garantire un immediato recupero visivo e una notevole riduzione delle complicanze. Il bello è che la cataratta non ritorna, perché il cristallino è sostituito da una lente artificiale. Quella che si può verificare, talvolta, è un'opacità

## Non ci vedo chiaro

### L'intervento alla cataratta in pratica.

Una sonda ad ultrasuoni, chiamata facoeulsificatore, del diametro di 0,8 millimetri, frammenta e aspira il nucleo opaco del cristallino. Tale tecnica consente di asportare la cataratta attraverso una apertura di soli 2,75 millimetri, la stessa apertura attraverso la quale viene poi iniettata una lente artificiale pieghevole che, una volta posizionata, si apre come un fiore stabilizzandosi definitivamente nella sede prestabilita. Nella maggior parte dei casi non richiede sutura riducendo al minimo l'astigmatismo e i disagi per il paziente. Da qualche tempo al facoeulsificatore ad ultrasuoni è stato affiancato un sistema miniaturizzato a idrogetto “aqualase” che in casi selezionati riduce l'effetto termico degli ultrasuoni.

### Info

Dott. Carlo Vanetti, microchirurgo oculare  
via Ripamonti 1 - Milano; tel. 0258305550;  
[www.lacataratta.it](http://www.lacataratta.it)

del legamento posteriore chiamata cataratta secondaria. «Questa nuova opacità viene trattata ambulatorialmente con lo *Yag laser* – chiarisce Vanetti – e, tra l'altro, i nuovi cristallini artificiali permettono di correggere con buona attendibilità l'80 per cento dei difetti visivi del paziente». Ci si ritrova dopo una breve convalescenza a godere del piacere naturale e sereno di vedere il mondo con “occhi nuovi”. ■

sani & salvi di Barbara Bernardini

## Appena svegli

Buone notizie per i dormiglioni. Secondo uno studio americano effettuato su 40mila alunni iniziare le lezioni scolastiche alle 8 del mattino sarebbe deleterio per l'apprendimento e la salute psicologica dei bambini e dei ragazzi. Lo conferma anche il famoso pediatra italiano Italo Farnetani il quale ammonisce che i ragazzi hanno bisogno di ore di sonno in più rispetto agli adulti e che la loro attenzione non è ottimale prima delle 10 del mattino. Se non si può ritardare così tanto il suono della campanella per non mettere



in difficoltà le famiglie, si può, però, assegnare alle prime ore della giornata le materie meno impegnative e quelle motorie, in attesa che la mente dei ragazzi si svegli per bene.

## Mossa dal desiderio

Dopo anni di annunci a vuoto ecco che sta per arrivare davvero il Viagra femminile, una pillola a base di un composto denominato flibanserina, che promette di trattare efficacemente il calo del desiderio e la scarsa eccitazione sessuale nella donna. La flibanserina agisce a livello cerebrale aumentando la sintesi di dopamina e serotonina, ma potrebbe avere anche seri effetti collaterali, come l'abbassamento della pressione o addirittura la perdita di coscienza, motivo per cui la pillola verrà data solo dietro prescrizione medica.

## L'ormone dello sport

Confermato da una ricerca americana il ruolo metabolico dell'irisina, un ormone scoperto per la prima volta 12 anni fa dalla Harvard Medical School di Boston e ormai conosciuto come “l'ormone dello sport”. L'irisina viene prodotta dalle cellule muscolari durante l'attività fisica e determina la conversione delle cellule del tessuto adiposo “bianco” – di deposito – in quelle adipose “brune” che trasformano il grasso in calore. Secondo la ricerca le persone che fanno regolarmente attività fisica conservano livelli più alti dell'ormone che contribuisce anche a riposo a mantenere il corpo magro e in forma.



# Giusto adesso

**Buoni in tutti i sensi, i prodotti Solidal Coop festeggiano vent'anni con una linea sempre più ampia e curata. E questo mese torna, tra sconti, iniziative e informazione a soci e clienti, la settimana dedicata al commercio equosolidale.**

■ **Maria Vittoria Ferri**

**S**i chiamava *Il caffè per la solidarietà* e fu il primo prodotto equosolidale a marchio Coop. Uscì nei negozi in vista del Natale del 1995. Da allora, sono passati vent'anni nel corso dei quali la storia dei prodotti equosolidali a marchio Coop ha conosciuto una straordinaria crescita, diventando radicata abitudine di consumo per migliaia di famiglie. Così da un pionieristico progetto si è arrivati a costruire un'intera linea **Solidal Coop**, che oggi conta 41 referenze e che ha venduto per 32 milioni di euro nel corso del 2014 (nel 2003 le vendite si aggiravano intorno ai 3 milioni e dunque sono cresciute di 10 volte).

## Caffè corretto

Per festeggiare questa ricorrenza, il caffè 100% arabica Nicaragua Soli-

dal viene riproposto da Coop in una confezione speciale, in stile *vintage*, piena di colori che evocano proprio il paese centroamericano da cui arriva questa preziosa materia prima. Dunque, per tutti i soci e clienti, l'invito è a partecipare attivamente a questo ventesimo compleanno, proprio comprando prodotti *Solidal Coop* che saranno proposti con speciali offerte nel corso di questo mese – **dal 15 al 28 nei Supermercati e dall'8 al 21 negli Iper Io faccio la spesa giusta** – in coincidenza con la campagna nazionale di promozione dei prodotti *Fairtrade*. Se il caffè è stato il primo, a poco a poco si sono

## Crème de la crème

Una novità da segnalare nella linea Solidal Coop: la crema spalmabile di nocciole e cacao magro (proveniente da Costa avorio, Ghana e Repubblica dominicana), prodotto storico e apprezzato dai buongustai, che verrà proposto con una nuova formulazione che sostituisce l'olio di palma con l'olio di girasole.



aggiunti il tè, il pallone da calcio e via via diversi tipi di cioccolato, ananas, banane, diversi succhi di frutta, biscotti, zucchero, sino ad arrivare ad alcuni prodotti tessili, alle rose *Solidal* del Kenya, ad avere quasi l'intera linea del tè Coop a marchio *Solidal*. I prodotti del commercio equo vengono da produttori di paesi emergenti che, sfuggendo alle impietose leggi della speculazione di mercato, si vedono riconosciuto e garantito nel tempo un prezzo giusto per il loro raccolto, e per le comunità una crescita economica stabile e forme di tutela sociale e ambientale. I contratti che vengono siglati, infatti, prevedono spesso interventi come la costruzione di scuole o centri educativi, di strutture sanitarie o di infrastrutture che migliorano la capacità produttiva, nel rispetto dell'ambiente. Così, chi acquista questi prodotti contribuisce a combattere gli squilibri che l'economia mondiale continua a generare.

## Buon per noi

Ma acquistare prodotti *Solidal* Coop non è solo un generico gesto di buona volontà. Perché parliamo di prodotti che sono certificati da un'organizzazione internazionale come *Fairtrade*, per garantire il rispetto di accordi, *standard* e tutele. *Fairtrade* a livello mondiale è il più importante marchio etico e garantisce un fatturato ormai vicino ai 6 miliardi di euro, coinvolgendo 1 milione e mezzo di produttori in 74 paesi diversi. Pur essendoci paesi dove la diffusione dei prodotti equosolidali ha livelli molto più alti (Svizzera, Francia, Germania e Gran Bretagna), anche in Italia incontrano sempre maggiore favore, perché non sono solo giusti, ma anche buoni e di qualità. «Sostenere il commercio equo per noi che siamo cooperative è una scelta coerente e naturale – spiega **Vladimiro Adelmi** che per *Coop Italia* è responsabile di questa linea –. Ed è importante che si comprenda sempre di più, anche di fronte alla crisi di questi anni, che favorire un commercio trasparente, fondato sul rispetto delle regole e dei diritti è importante non solo per i produttori che vivono nei paesi in via di sviluppo, ma anche per noi, perché appunto stimola una logica economica, e quindi una concorrenza, fondata su presupposti che non siano solo quelli dello sfruttamento e della speculazione». ■

## Di sana pianta

**Il caffè del Nicaragua, rispettoso dei diritti dei produttori e dell'ambiente. Giust'appunto.**

Tra montagne ricoperte da fitta vegetazione e cime avvolte da nuvole, i piccoli produttori di caffè sono l'anima di queste aree remote. Le coltivazioni agricole si inerpicano lungo scoscesi pendii.

Siamo nel Centro America, nel nord del Nicaragua dove si producono tra i migliori chicchi di caffè del pianeta, ma dove la povertà mette in ginocchio le famiglie contadine. Qui donne e uomini si sono avviati lungo la strada del commercio equo entrando nel sistema di certificazione *Fairtrade*, come nel caso delle unioni delle cooperative di Pantasma e di Cecocafén. È una bella storia che prende le mosse negli anni Novanta quando la caduta del prezzo del caffè aveva mandato sul lastrico molti contadini. A questo si aggiungeva un alto tasso di analfabetismo e la scarsa conoscenza delle tecniche agronomiche che avevano come risultato una produzione di bassa qualità del caffè. Inoltre il Nicaragua era appena uscito da una guerra civile sanguinosa. E proprio qui, tra le montagne di Matagalpa, è nato un progetto promosso da Coop. Nel 2003 si costituisce un'associazione di cooperative di secondo livello detta *Uca* (*Union de las Cooperativas Agropecuarias de Pantasma*) con lo scopo di gestire il processo di trasformazione e di commercializzazione del caffè beneficiando di un canale aperto con *Coind*, cooperativa di torrefazione *partner* per i prodotti Coop, che regala un camion, indispensabile per far partire il caffè dalle montagne verso la pianura e i porti. L'altra spinta fondamentale arriva dalla certificazione etica *Fairtrade*. In questo modo la Coop inizia a vendere il caffè con il proprio marchio *Solidal* nei suoi Supermercati. E i contadini, per la prima volta nella loro storia, possono godere di un prezzo minimo garantito, come prevedono le regole del *Fairtrade*. Oggi alla *Uca* di Pantasma aderiscono 9 cooperative e sono coinvolte quasi 300 famiglie di piccoli produttori. Un programma di formazione rivolto ai contadini ha migliorato la resa delle piantagioni; è stata riscoperta e valorizzata un'importante tecnica agricola, chiamata "caffè coltivato all'ombra", più rispettosa dell'ambiente e della biodiversità. Nello stesso terreno, infatti, si seminano diverse varietà di piante e alberi e quelli più alti proteggono il caffè dal sole e, nello stesso tempo, le loro foglie concimano il terreno. Così servono pochi fertilizzanti e i chicchi che nascono sono tra i migliori che si trovano in commercio. Un altro importante vantaggio per i piccoli produttori è il *Fairtrade Premium*, una quota *extra* che viene investita nelle coltivazioni, nella formazione e in interventi sociali. Una crescita che trae la sua linfa tra le radici delle piante di caffè coltivate all'ombra. ■



# Effetto **pietra**

**L'ultima tendenza è quella di realizzarle in un mix di alluminio e particelle minerali. Pratiche e resistenti, le giuste pentole per una buona cucina.**

56

■ **Roberto Minniti**

**S**ulle pentole l'atteggiamento degli italiani oscilla tra i due estremi, tra chi, in sostanza, privilegia solo prezzo e praticità e chi riconosce a quest'accessorio di cucina un ruolo da protagonista nella riuscita di una preparazione culinaria. Inutile dire che dal punto di vista della sicurezza e della qualità (oltre che dei risultati), il secondo atteggiamento è molto più corretto, dato che una padella, un wok o una casseruola sono tutt'altro che un complemento banale nella cucina. Lo fanno bene le aziende che in questo settore studiano innovazioni che costringono gli appassionati ad aggiornarsi e a rivedere i propri gusti.



## Regno minerale

L'ultima tendenza del mercato è la cottura "a pietra". Dietro questo termine,

è bene intenderci, vengono classificati materiali anche molto differenti. Quelli che stanno andando per la maggiore sono un *mix* tra il classico alluminio antiaderente che ne costituisce "l'anima" e particelle minerali ad alta concentrazione sparse sullo strato più esterno dell'utensile. Probabilmente le abbiamo viste tutti: sono le pentole dalla superficie luccicante, visibilmente puntinata. L'effetto pietra (che può prendere il nome dal tipo di minerali che ospita, dal granito alla pietra lavica) è una novità che esteticamente attira l'attenzione dei consumatori e dovrebbe garantire – a detta dei produttori – una resistenza superiore a graffi e abrasioni. Insomma unisce le caratteristiche di praticità di un fondo antiaderente – cucina con poco olio, comodità dei cibi che non si attaccano – a quelle delle particelle che finiscono nella superficie.

## Prova di resistenza

Se dall'effetto pietra si passa al materiale litico vero e proprio, uno dei pochi esempi di questa tipologia è la cosiddetta pietra ollare, abbastanza costosa, poco pratica, ma con risultati eccezionali per alcune preparazioni. Il materiale di partenza è una roccia costituita prevalentemente di talco, che ha caratteristiche in cottura davvero uniche. Innanzitutto ha un'alta resistenza al calore, dunque si scalda e si raffredda molto lentamente e per essere utilizzata sui fornelli ha bisogno di uno spargifiamma. Una volta raggiunta la temperatura, però, cuoce in maniera molto uniforme e mantiene il calore anche abbassando la fiamma, senza alcun bisogno di grassi. Ha però necessità di molta cura per non rovinarsi. Va fatta raffreddare prima di essere messa in acqua (il rischio, in caso contrario, è che si rompa), va pulita senza detersivi, cosparsa di olio dopo la pulizia e ha il difetto di essere molto più pesante delle comuni pentole. ■

## Commento a caldo

**Thermopoint, il dispositivo che ci dice quando la pentola è calda al punto giusto.**

Molte le novità che le aziende più evolute propongono a tutto vantaggio della praticità e della sicurezza del consumatore. Tra queste va segnalato il *Thermopoint*, un dispositivo colorato presente su alcune pentole della *Ballarini*. In sostanza la storica azienda italiana ha inserito una cella termosensibile sul manico che diventa rossa quando la pentola è calda al punto giusto e torna verde quando l'accessorio può essere lavato e toccato senza problemi. In questo modo è facile capire il momento giusto per abbassare il fuoco e regolare la cottura, risparmiando energia. Non solo: osservando il colore si evitano gli *shock* termici che potrebbero danneggiare la pentola (mettendola, per esempio, ancora calda in acqua fredda) ed essere pericolosi per l'utilizzatore (magari per gli schizzi di oli bollenti a contatto con l'acqua).

## Che cosa bolle in pentola?

### Informazioni utili

#### sulle pentole antiaderenti.

Pratiche, dato che non fanno attaccare i cibi e si puliscono velocemente. Dietetiche, visto che permettono di ridurre l'uso di grassi in cottura. E spesso al centro di allarmi, qualche volta immotivati. Le antiaderenti finiscono spesso per essere accusate di far male a chi le utilizza. La prima allerta traeva origine da una ricerca dell'*Environmental Protection Agency* (l'*Epa*, l'Agenzia di protezione ambientale Usa) che rapidamente è diventata un processo al *teflon*, forse il materiale principe nella realizzazione delle antiaderenti. A dire il vero l'*Epa*, all'epoca, aveva effettivamente individuato come sostanza potenzialmente pericolosa l'acido perfluorottanoico (*Pfoa*), ma aveva anche dichiarato che si trat-

tava di un problema di inquinamento ambientale, non di sicurezza d'uso. A conferma di questo l'*Istituto federale per la valutazione del rischio*, l'organismo scientifico tedesco di sicurezza alimentare e protezione del consumatore, ha poi sciolto molti dei dubbi (e delle preoccupazioni) delle famiglie europee: i piccoli frammenti di *teflon* che finiscono nel cibo non vengono assorbiti dall'organismo e dunque non sono tossici.

Passato un allarme eccone subito un altro. A lanciarlo da prima il settimanale *il Salvagente*, poi il mensile *il Test* (che ne ha preso il posto in edicola) che ha pubblicato i risultati di uno studio scientifico italiano sulle padelle con rivestimento rinforzato in particelle minerali. La ricerca ha mostrato come le nanoparticelle di questi minerali aggiunti migrino nel cibo e gli effetti sulla salute di materiali di dimensioni infinitesime (e dunque in grado di passare attraverso l'organismo e accumularsi) restano ancora tutti da valutare.

In promozione per i soci Coop fino a novembre

Sconto 40% sulla minicollection Linea **Granitium Milano 2015** pentole **Ballarini**

**Ottobre**

**padella** cm 32 **prezzo 17,40 euro** (anziché 29); **tegame 2 manici** cm 28 **prezzo 21 euro** (anziché 35); **casseruola con un manico** cm 16 **prezzo 15 euro** (anziché 25).



**Novembre**

**padella mod. Capri** cm 24 **prezzo 12,60 euro** (anziché 21); **tegame vetro con coperchio** cm 24 **prezzo di 17,70 euro** (anziché 29,50); **casseruola vetro 2 manici con coperchio** cm 20 **prezzo 17,40 euro** (anziché 29).



promo

## I pro e i contro dei materiali più usati

**Alluminio con rivestimento in ceramica** Il rivestimento ceramico è dotato di proprietà antiaderenti inferiori a quelle dei rivestimenti tradizionali. Ha però un'alta resistenza termica: si scalda e si raffredda lentamente, mantenendo la temperatura anche a fuoco basso.

**Alluminio** Ottimo conduttore termico, è materiale di estrema leggerezza e distribuisce il calore uniformemente. La qualità di una pentola in alluminio dipende dal suo spessore. Gli svantaggi sono legati alla facilità con cui si attacca il cibo al suo fondo.

**Alluminio rivestito in Granitium** Un nuovo rivestimento antiaderente dal cuore di pietra rinforzato con particelle minerali per un uso ultraintensivo. Garantisce una cottura perfetta e salutare, una lunga durata dell'utensile e una resistenza totale in lavastoviglie.

**Acciaio** Non è un ottimo conduttore e per questa ragione le migliori aziende aggiungono termodiffusori in alluminio che vengono incapsulati o saldati al fondo del recipiente stesso. È particolarmente resistente, adatto pressoché a ogni tipo di cottura. Non è però antiaderente.

**Ferro** Ideale per bistecchiere e per friggere. Permette di raggiungere temperature elevate anche se non velocemente. Garantisce una perfetta reazione di *Maillard*: la carne rimane succosa all'interno grazie alla crosta bruna che si forma sulla superficie e blocca la fuoriuscita dei liquidi.

**Rame** Perfetto per padelle, pentole e tegami per l'elevata conducibilità termica. Ha un prezzo spesso poco accessibile, per il costo elevato della materia prima e della stagnatura fatta ancora con metodo artigianale. C'è, però, da considerare che dura in eterno perché può essere ristagnato.

# Cambio dell'olio

58

Dalle tecniche e dagli strumenti dipende la qualità dell'olio. C'è raccolta e raccolta delle olive.

**Daniele Fabris**

In promozione per i soci Coop in tutti i Super, Mini e Iper fino al 30 novembre

**Prodotti per raccolta olive e conservazione olio**

**Scuotitore elettrico per olive**  
prezzo 229 euro  
**Rete per olive in tessuto antispina**  
(10x10 m)

prezzo 42,90 euro  
**Defogliatore elettrico per olive** (disponibile su prenotazione)

prezzo 299 euro  
**Fusto per olio in acciaio inox con rubinetto** (vari formati): p. es. capacità 50 l

prezzo 45,50 euro (anziché 65).

**4 lattine per olio con tappo da 5 l**  
prezzo 7,50 euro (anziché 11).

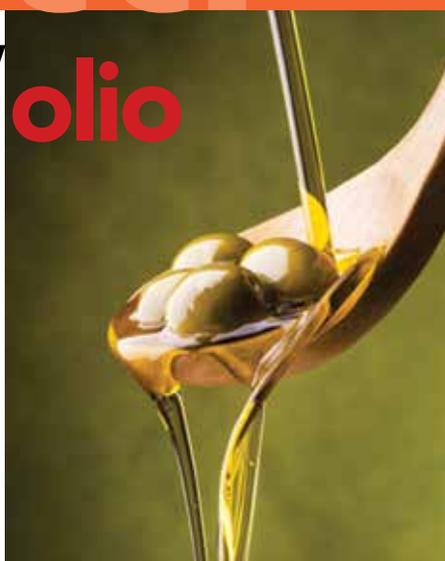
> vedi pagina 7.

Quello passato per il simbolo della dieta mediterranea e per uno degli emblemi della nostra agricoltura è stato un anno terribile. La campagna olearia del 2014-2015 è stata segnata da prima dalla mosca olearia e dal maltempo, col risultato di una produzione praticamente dimezzata, con evidenti ripercussioni sulla qualità. Poi è arrivato il dramma della *Xylella Fastidiosa*, un patogeno “straniero” per le nostre terre che ha portato a concentrare l'attenzione sulla zona focale dell'epidemia, il “triangolo maledetto” compreso tra i comuni salentini di Alezio, Gallipoli e Taviano. Le immagini sono finite su tutti i *media*: moria di olivi, eradicazioni, polemiche e ricorsi al Tar.

## A raccolta

Ora il nuovo appuntamento con la raccolta e la molitura è accompagnato dalla speranza di un'inversione di tendenza rispetto alla passata stagione. Ad augurarselo sono davvero in tanti: i produttori italiani che hanno dovuto far fronte al calo della qualità e alla difficile concorrenza con le importazioni, e i consumatori che puntano su prezzi più bassi e oli migliori. Forse gli unici a puntare sulla “manna” degli anni difficili per l'olio italiano sono i sofisticatori, quella fascia di disonesti che specula proprio sui momenti di crisi, magari spacciando per italiano un olio straniero e per extravergine un alimento di qualità tutt'altro che impeccabile.

Al netto delle frodi, chi si prepara alla raccolta (o l'ha già iniziata) e chi attende il frutto della nuova annata, magari solo per godere dei risultati, spesso vive questo momento come un lavoro e un appuntamento che si rinnova da secoli. Prova ne sono le moltissime feste dell'olio nuovo che tra settembre e dicembre percorrono la penisola. È proprio il momento della raccolta, il protagonista di quest'attività, ancora di più – per lo meno nell'immaginario collettivo – di quello in cui il prezioso frutto dell'olivo finisce nei frantoi.



## Fatta a mano

Ed è proprio qui che si giocano molte delle differenze che avranno un riflesso diretto sulla qualità del prodotto finale. Scegliere un frutto al giusto grado di maturazione, trattarlo con cura, farlo attendere il minor tempo possibile per trasformarlo in “oro giallo”, sono esattamente i segreti che rendono pregiato l'extravergine italiano.

Ma come si raccolgono e con quali effetti le olive nel nostro paese? Partiamo dalla raccolta manuale, qualitativamente migliore, ma probabilmente poco redditizia per via dei costi che comporta in termini di mano d'opera. Le tecniche per eseguirla sono diverse. La cosiddetta “brucatura” è quella caratteristica degli oli più pregiati: consiste nel distacco manuale dei frutti e garantisce un prodotto con bassa acidità, con minori pericoli di attacchi della mosca olearia e permette di limitare la presenza di foglie assieme alle olive. Inutile dire che è la più costosa in assoluto. In presenza di alberi molto alti la “brucatura” può non essere sufficiente a raccogliere tutte le olive e viene affiancata dalla “pettinatura”: con una sorta di “pettini” si raccolgono i frutti dalle fronde più alte, dove è difficile intervenire manualmente.

## Macchina da presa

La “raccattatura”, invece, è poco utilizzata in Italia perché dà un olio di qualità insoddisfacente, più acido e con difetti. In sostanza si attende (o si provoca attraverso gas) la caduta in terra delle olive. Più comune la “bacchettatura” effettuata percuotendo con lunghi legni le fronde per far cadere le olive. In questo caso, però, la pianta viene danneggiata,

lasciando spazio all'attacco di parassiti, senza peraltro avere in cambio una qualità tipica della raccolta manuale. Meglio, almeno rispetto a questi ultimi metodi, una raccolta meccanizzata: anche in questo caso si può effettuare "pettinatura" oppure optare per una "scuotitura", intervenendo però attraverso macchine che agitano i rami permettendo il distacco delle olive dall'albero senza produrgli danni. ■

## Conservare con cura

### I tipi di contenitore per conservare l'olio.

Sono molti gli italiani che ogni anno si riforniscono di olio nuovo. Una visita in un'azienda, un fine settimana fuoriporta e ci si riporta a casa qualche litro di prezioso frutto delle olive. Ma come conservarlo adeguatamente? Vediamo una rapida carrellata dei pregi e difetti dei principali contenitori con l'aiuto di "Teatro Naturale", uno dei magazine più autorevoli tra quelli specializzati in agricoltura e olivicoltura.

**Metallo** È particolarmente adatto alla conservazione di olio. Una tanica da 5 litri di questo materiale, soprattutto se si evita di lasciarla al caldo, può durare tutta la stagione senza che il prezioso contenuto subisca alterazioni importanti.

**Vetro** È un classico per l'extravergine. Qualunque sia la forma deve essere scuro, verde o marrone, l'importante è che non sia trasparente per evitare che la luce possa degradare l'olio.

**Bag in box** Ne esistono di diversi tipi, ma sostanzialmente sono sacche di materiale per alimenti dotate di un rubinetto, che possono essere comodamente appese o appoggiate su un ripiano. A mano a mano che si svuotano si schiacciano e l'aria o altro olio di rabbocco non possono entrare. Hanno un costo non elevato, sono facilmente trasportabili e resistenti, ottimali per la conservazione dell'olio.

**Pet** In Italia non siamo abituati a conservare l'olio nella plastica (anche se nel resto del mondo si tratta di una consuetudine). Dal punto di vista organolettico questi contenitori sono da sconsigliare se trasparenti, ma possono essere adatti anche all'extravergine se scuri e di *Pet* resistente.

# L'albero della vita

Ogni nostra azione ha implicazioni ambientali e spesso contribuisce all'incremento di anidride carbonica nell'atmosfera. Mangiare un *hamburger*, preparare un caffè, viaggiare in aereo sono gesti semplici che accrescono, però, l'"impronta di carbonio" di ciascuno di noi, ossia l'emissione di gas alteranti del clima. Ebbene, piantare un albero può aiutarci a ridurla.

**Piantare alberi per ridurre la nostra "impronta carbonio" e per creare nuovi posti di lavoro.**

Un recente studio dell'Università di Oxford ha messo a confronto i diversi metodi per rimuovere la CO<sub>2</sub> dall'atmosfera e ridurre di conseguenza i cambiamenti climatici di origine umana, concludendo che piantare alberi è uno dei modi migliori per farlo.

La città di Detroit, ad esempio, ex *Motor City* degli Stati Uniti, colpita duramente dalla crisi economica e dal cambio di paradigma dell'economia mondiale, ha sostenuto l'idea di rinascere anche piantando alberi. Trasformare terreni abbandonati in giardini urbani: è questo il progetto messo in pratica lo scorso anno. Del resto lì le aree non abitate abbondano, perché Detroit ha visto negli ultimi 50 anni la sua popolazione più che dimezzarsi. Così lo scorso anno oltre mille volontari hanno piantato ben 15mila nuovi alberi su circa 20 ettari di terreno. Alberi di acero e di quercia per testimoniare la possibilità di uscire dal degrado, ripulire e migliorare la città anche tramite la silvicoltura. Ma piantare alberi non è solo una strategia verde, è un modo per creare nuovi posti di lavoro. Il Governo inglese per rendere la superficie boschiva pari al 12 per cento del suo territorio – in linea con gli altri stati europei – ha dichiarato che aspira a dare vita a 5mila nuovi ettari di bosco, dando occupazione sia a chi planterà alberi sia a chi dovrà tutelarli. Ogni nuovo albero oltre a produrre ossigeno necessario per gli esseri viventi, protegge le case da venti e rumori, migliora il microclima delle zone circostanti offrendo fresco d'estate e trattenendo un po' di tepore d'inverno, previene i dissesti idrogeologici, rallegra con foglie e fiori i nostri giardini, arricchisce di *humus* il terreno, offre riparo e alimenti agli animali. Ed è testimone del tempo e della vita sulla terra, ci segnala le stagioni rendendoci più partecipi del loro passare. ■



# Spicchio delle mie brame

60

*L'una con la buccia gialla, l'altra rosa vivace. Golden e Pink Lady, due mele molto diverse tra loro, ma entrambe ricche di proprietà salutari.*

■ **Silvia Inghirami**

La mela più coltivata in Italia e la mela più alla moda: la prima è la *Golden*, un'anziana americana che ha trovato fortuna nel Vecchio Continente, l'altra è la *Pink Lady*, una giovane europea che si sta facendo strada. Due mele diverse per storia, aspetto e sapore. La prima infatti è una varietà scoperta nel 1891 negli Stati Uniti e inviata nel 1914 ai vivai *Stark* in Louisiana; qui fu battezzata *Golden Delicious*, per affiancarla nel commercio alla già conosciuta *Stark Delicious*. La seconda è ottenuta da un incrocio realizzato nel 1973 da un agronomo australiano ed è coltivata da appena un decennio, soprattutto in Trentino Alto Adige, Emilia Romagna e Veneto. La *Golden* è presente in particolare nell'arco alpino: Valle d'Aosta, Val di Non, Val Venosta e Valtellina.

## Con le dovute differenze

A differenziarle è in primo luogo il colore: l'una ha una buccia giallo brillante, l'altra un rosa vivace, ottenuto dalla tecnica di potatura: gli agricoltori fanno in modo che il sole possa raggiungere la maggiore quantità possibile di frutti e la raccolta avviene in tempi successivi, scegliendo per primi i frutti migliori e dando tempo a quelli poco colorati di usufruire di

maggiore luce. Le piante di melo *Pink Lady* sono le prime a fiorire mentre i frutti sono gli ultimi a maturare, tanto che compaiono sui mercati non prima dell'inizio di novembre, arrivando fino a maggio. Le mele *Golden* raggiungono la maturazione nei mesi di settembre e ottobre e anch'esse hanno un grande bisogno della luce del sole per acquisire il loro aspetto dorato. La polpa è croccante e succosa, il sapore leggermente acidulo. La *Pink Lady* ha dalla sua un profumo particolare, una polpa croccante e mai acquosa, un sapore dolce accompagnato da note aromatiche di rosa, frutti rossi e vaniglia. La forma è sempre tonda e l'aspetto privo di imperfezioni: questo perché il marchio è registrato e solo il frutto perfetto ottiene il bollino.

## Bell'e buone

Per la *Pink Lady* la colorazione deve raggiungere almeno il 40 per cento della superficie e il tenore zuccherino non può essere inferiore al 13 per cento. Il risultato è che solo il 65 per cento del raccolto riesce a raggiungere i mercati: la selezione esclude frutti scuri, piccoli, ammaccati. L'aspetto è quindi un fattore importante per questa mela, a cui comunque vengono riconosciute importanti qualità organolettiche: una maggiore quantità di vitamina C e di sostanze antiossidanti. Inoltre, con solo 54 calorie ogni 100 grammi,



è in grado di nutrire senza appesantire. Alla *Golden* viene attribuita, invece, la capacità di prevenire l'invecchiamento, grazie ai polifenoli di cui è ricca. D'altronde il detto popolare "una mela al giorno toglie il medico di turno" ha trovato riconoscimenti scientifici: questo frutto per il suo modesto apporto calorico e per la prevalenza del potassio sul sodio è capace di svolgere un'azione antidiarroica e di regolare la colesterolemia; inoltre, aiuta a prevenire l'ipoglicemia, allontanando il senso di vuoto o di debolezza. E ancora, favorisce la digestione grazie agli acidi (citrico, malico e tartarico) che stimolano la selezione dei succhi gastrici. È ricca di vitamine (in particolare la vitamina C), di sali minerali e di polifenoli. Oltre al fruttosio, contiene zuccheri complessi sotto forma di fibre (cellulosa e pectina) fondamentali per la salute dell'intestino e per promuovere la digestione.

## Messe a frutto

Eppure, gli italiani sono lontani dall'obiettivo di 365 mele l'anno: nei dodici mesi ne consumano, infatti, in media solo 130. Così le mele rappresentano poco più del 18 per cento della frutta fresca consumata dalle famiglie. Questo nonostante la penisola sia il sesto produttore al mondo (dietro Cina, Usa, Turchia, Polonia e India) e il terzo per *export*. La superficie italiana coltivata a mele – secondo la *Coldiretti* – è di circa 55mila ettari, poco più della metà in Trentino Alto Adige. Con 18.320 ettari la provincia di Bolzano è *leader* in Italia; seguono a distanza Veneto, Emilia Romagna, Piemonte e Campania. La mela *Golden* è la varietà più coltivata, la sua produzione raggiunge, infatti, quasi il 50 per cento del totale. La *Pink Lady* è coltivata attualmente in Italia, Francia e Spagna per un totale di 140mila tonnellate raccolte e 3.800 ettari di frutteti impiantati; in Italia le aziende agricole produttrici sono meno di 2mila. Come tutte le mele, anche queste due varietà vanno conservate al fresco, con il picciolo rivolto verso il basso, evitando eccessive manipolazioni che provocano danni e ammaccature. La *Golden*, dal sapore dolce e aromatico, piace molto ai bambini e si addice al consumo, cruda come ingrediente di macedonie e *cocktail* e cotta è ideale per crostate, frittelle e torte. La *Pink Lady* è buona da mordere, ottima al forno, valida anche come contorno e come ingrediente di torte. ■

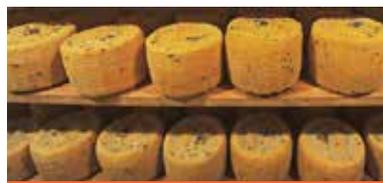
# Mi piaci

**T**ra i monti Erei e la valle del Dittaino, in provincia di Enna, le primavere sono molto piovose e le estati umide. La ricca vegetazione (sulla, vecchia, rosmarino e finocchio selvatico oltre a numerose altre piante della macchia mediterranea) che cresce tra i 400 e gli 800 metri sul livello

**Aromatizzato con zafferano e pepe nero in grani, il piacentinu ennese è il pecorino "che piace".**

del mare ne fa una delle province siciliane con il maggior numero di allevamenti ovini. Comisana, pinzirita, valle del Belice sono solo alcune delle razze autoctone siciliane allevate tra queste colline.

E, sin dai tempi antichi, dal loro latte unito allo zafferano coltivato nell'area, si ottiene il **piacentinu**, pecorino "che piace", in dialetto locale. Diversi sono gli aneddoti legati alla sua produzione. La leggenda vuole che Ruggero I, conte di Altavilla, già nell'XI secolo abbia curato la depressione della moglie Adelasia invitando i casari del luogo ad aggiungere un pizzico di zafferano alla preparazione del pecorino. Prodotto in 9 comuni della provincia di Enna, è a pasta compatta e unico nel suo genere: è, infatti, aromatizzato con zafferano, che conferisce alla pasta il caratteristico colore giallo, e pepe nero in grani, posto in ammollo in acqua calda la sera precedente la produzione. La tecnica di lavorazione, che prevede l'aggiunta di acqua calda alla cagliata, e l'uso attento del sale ne fanno uno dei formaggi meno aggressivi della Sicilia, il "più europeo". Dopo una maturazione di circa 60 giorni, ha odore delicato e sapore aromatico e dolciastro dovuto alla presenza dello zafferano. Al mo-



**Piacentinu ennese**

Area di produzione  
Comuni di Aidone, Assoro, Barrafranca, Calascibetta, Enna, Piazza Armerina, Pietrapaperza, Valguarnera, Villarosà (provincia di Enna)

mento solo 3 produttori producono *piacentinu ennese*, utilizzando latte crudo, caglio naturale e zafferano prodotto nei 9 comuni dell'area. Le produzioni attuali non riescono a soddisfare il mercato perché la richiesta è maggiore alla produzione. Con il Presidio si vuole rivalutare questo formaggio storico della provincia di Enna e coinvolgere altri casari dell'area di produzione per aumentare le quantità prodotte e farlo conoscere al di fuori della provincia. ■

# La grande Quercia

62

Qui troviamo il formaggio (quello vero!) prodotto come facevano una volta i pastori laziali. Dal caseificio La Quercia arriva la caciotta in esclusiva per Unicoop Tirreno.

■ Eleonora Cozzella

Il loro orgoglio? La ricotta romana *dop*, spesso premiata ai concorsi di arte casearia, richiestissima in tutta Italia, servita con successo nelle mense scolastiche della provincia di Roma e forte di un disciplinare di produzione che loro stessi hanno contribuito a stilare. Sì, perché la famiglia Angelini, titolare del caseificio *La Quercia* a Guidonia (Roma) ha da sempre creduto in questo prodotto e ne ha fin dall'inizio dell'attività salvaguardato la tradizione. In fatti si fa presto a dire ricotta... i prodotti sul mercato contengono a volte ingredienti che non sono fedeli alla sua storia.

## Siero della verità

Ecco allora un caseificio dove non entra una goccia di latte congelato, dove la ricotta non ha mai visto siero in polvere o l'aggiunta di altri grassi e dove viene prodotta così come la facevano i pastori, dall'antica Roma fino agli anni Sessanta. Quando usavano il latte per i formaggi da vendere e si nutrivano con la ricotta, che in effetti è un latticino ma non un formaggio: deriva dalla lavorazione del siero (l'elemento liquido della coagulazione del latte che si ottiene dalla rottura della cagliata) che rimane nelle caldaie una volta estratto il formaggio. È ricco di sodio e vitamina A e al suo interno conserva le sieroproteine del latte. Così – per non sprecare niente – l'uomo ha imparato a riutilizzarlo, scaldandolo una seconda volta (da cui il termine “ricotta”). Il siero è portato

a una temperatura di circa 90 gradi e mantenuto in lieve agitazione. Il riscaldamento favorisce l'agglomerarsi delle sieroproteine che affiorano sotto forma di piccoli dolci candidi fiocchi. Che il casaro raccoglie con un mestolo forato. Nasce così un prodotto *dop*: di puro latte ovino intero prodotto e raccolto presso aziende agricole del Lazio certificate, da pecore (iscritte al registro di stalla) nutrite esclusivamente con foraggi di pascoli naturali, prati pascoli ed erbai del territorio della regione.

## In esclusiva

Un inno alla campagna romana dunque, tipico di tutta la gamma del caseificio *La Quercia* dove Ercole Angelini con il cognato Vittorio Latini e i rispettivi figli, Daniele e Raffaella, ogni giorno seguono la produzione e la gestione e soprattutto si prendono cura del legame col territorio. Chiaro fin dal nome dei prodotti. Per esempio la *Caciotta romana dell'Acquedotto*, di latte fresco misto, ovviamente da mucche e pecore locali, che a *La Quercia* preparano in esclusiva per Unicoop Tirreno. Come spiega Carlo Alibrandi, che cura la parte commerciale dell'azienda, «nella campagna romana l'antico acquedotto è un simbolo importante di appartenenza: se tra i monumenti di città spicca il Colosseo, questo è il monumento dei popoli rurali». E chissà quante volte l'Acquedotto sarà stato punto di riferimento visivo per i pastori che nei secoli scorsi dalla Valle del Salto (RI) e delle montagne del Cicolano, tra il Lazio e l'Abruzzo, transumavano nella campagna romana. Tra loro c'erano anche gli antenati della famiglia Angelini, che hanno lasciato in eredità alle nuove generazioni un'esperienza ultracentenaria. Che, unita alla moderna tecnologia, è oggi a garanzia di prodotti curati dal punto di vista nutrizionale, organolettico e della sicurezza alimentare.



## Latte... scienza

Il ciclo di produzione inizia al mattino presto con la raccolta del latte nelle aziende del territorio, dalle colline della Sabina e la Valle dell'Aniene fino a inoltrarsi nella Marsica. Giunto in caseificio, il latte viene pastorizzato e avviato alla produzione dei formaggi. A seconda della lavorazione, della varietà di latte, dei fermenti aggiunti, del tipo di caglio e del tempo di stagionatura, si ottiene un ventaglio di proposte in grado di andare incontro ai diversi gusti dei clienti. Chi è alla ricerca di un formaggio molto morbido, troverà la giusta consistenza e aroma nel *Caciostracco* a latte misto, dalla pasta molle leggermente cremosa di colore bianco paglierino e gusto dolce delicato. Sempre attenti alla leggerezza o magari amanti dell'aroma lievemente pungente? La forma da cercare al banco gastronomia è la *Caprona*, un primo sale di latte di capra, raccolto localmente, molto digeribile e leggero.

Per chi predilige il (lievemente) piccante il suggerimento è, invece, di provare la *Fraschetta*, una caciotta misto ovino-vaccino di formato più grande e dalla maturazione un po' più prolungata (tra i 30 e i 45 giorni di stagionatura), o il pecorino *Boncacio*, dalle belle fette a pasta semicotta friabile.

Gli amanti dei sapori più rustici troveranno il loro compagno ideale nel *Pecorino Contadino*, uno scodellato fresco a pasta semicotta friabile, molle con occhiatura pronunciata, dovuta alla presenza di speciali fermenti. Stagiona per circa 35-40 giorni prima di arrivare sulle tavole con il suo gusto che richiama volutamente i caci abruzzesi e marchigiani. Fanno parte di una gamma che fin dall'inizio dell'attività ha decretato il successo della famiglia Angelini: il piccolissimo laboratorio artigianale, aperto nel 1982, è cresciuto col tempo diventando la moderna struttura attuale, specialmente dopo il trasferimento del caseificio nell'attuale sede di Guidonia nel 1996. Una superficie di 2.500 metri quadri in cui ogni anno si producono 3,5-4 milioni di litri di latte di pecora locale fresco e dove lavorano 22 dipendenti. ■



## Capo spalla

**Salumi tipici e la spalla stagionata come fiore all'occhiello. A Chiusdino la famiglia Mugnaioli mantiene viva l'antica arte della macelleria.**

Basta uscire dalla superstrada che unisce Firenze a Siena e puntare in direzione Grosseto per inoltrarsi nel classico panorama toscano "da cartolina" evocativo di aria pulita, storia, arte e naturalmente buon cibo. Il paesaggio è una sinfonia di campi coltivati, colline rigogliose e paesini medievali. Tra questi spicca Chiusdino, dove l'arte della macelleria ha radici profonde, testimoniate oggi dall'azienda della famiglia Mugnaioli che da due secoli si tramanda l'antico mestiere. E poiché dalla macelleria alla norcineria spesso il passo è breve, i fratelli Romano e Vittorio crearono alla fine degli anni Cinquanta il prosciuttificio e salumificio che porta il loro nome e che si è specializzato nella produzione artigianale dei salumi tipici senesi. In una moderna struttura dove lavorano una quindicina di addetti esperti, i capi vengono macellati e avviati alle diverse fasi di preparazione. Qui si tagliano, sezionano, rifilano, condiscono alcune tra le eccellenze alimentari della regione, dal *Prosciutto toscano dop* alle salsicce, dalla pancetta alla soppressata, dalle guance all'ormai raro buristo, antico insaccato senese della famiglia dei sanguinacci. Tra i fiori all'occhiello del prosciuttificio, come ci racconta **Giuseppe Mugnaioli**, figlio di Romano, c'è la spalla stagionata, «un prodotto tradizionale della Toscana, che nel resto d'Italia si usa meno, visto che è più diffusa la spalla cotta. Col clima ottimale di Chiusdino, 600 metri sopra il livello del mare, il tasso di umidità non è mai né troppo alto né troppo basso – fa notare Giuseppe –. E i continui sbalzi d'aria umida e secca favoriscono la stagionatura». I Mugnaioli usano le zampe anteriori degli stessi maiali provenienti dal circuito della prestigiosa *dop*, quindi nati e allevati in Italia, alimentati e controllati secondo il disciplinare. La spalla differisce dal prosciutto per la consistenza delle carni, più muscolosa. Ha bisogno di una minore stagionatura per una più godibile masticabilità e resistenza alla lama del coltello. Da esperti quali sono, i Mugnaioli le lasciano l'osso (cosa che riesce solo ai norcini più abili), quindi tolgono la scapola, ecco la zampa con omero, ulna e radio, che viene rifilata, conciata con un mix di sale, pepe e aromi del territorio quali rosmarino, ginepro e aglio. Resta così per 15 giorni poi iniziano le fasi di preriposo e riposo per asciugare a bassa temperatura. Dopo circa

3 mesi di maturazione, avviene la "impepatura" e poi altri 3 mesi a stagionare. A questo punto la spalla è pronta per le nostre tavole. Come esaltarla? «Servendola insieme a formaggio pecorino, baccelli e pomodoro». Parola di Giuseppe. ■



# menu di castagne

64



## Tartine speck e castagne

### Ingredienti

- 12 crostini di pane a piacere ■
- 300 g di castagne ■
- 1 confezione di formaggio ■  
spalmabile
- 150 g di speck ■
- 1 mazzetto di timo ■

### Preparazione

Stendere sui crostini il formaggio spalmabile, mettere al centro una fettina arrotolata di speck, versare dentro un cucchiaino di castagne bollite, sbucciate e tritate. Decorare con un pizzico di timo.

Preparazione



Costo



40 minuti



### Abbinamento

Si consiglia un buon **bianco doc Colline Lucchesi**, molto adatto a piatti a base di castagne.

### La dietista

**390 Kcal a porzione**

Proteine ◆◆◆ Carboidrati ◆◆◆ Grassi ◆◆◆

Fresco o essiccato, il timo è uno degli aromi più preziosi in cucina. È ricco di una particolare categoria di antiossidanti, i fenoli, il più importante dei quali è il timolo.

**Preparazione**

facilissimo   
 facile   
 medio   
 difficile 

**Costo**

economico   
 medio   
 alto 

**Nutrienti**

**quantità/bilancio**  
 scarso   
 adeguato   
 eccessivo 



## Tortelloni di castagne con salsiccia

**Ingredienti**

- 350 g di pasta fresca all'uovo ■
- 300 g di castagne secche lasciate a mollo per almeno 12 ore ■
- 500 g di salsiccia ■
- 1 uovo ■
- 20 g di burro ■
- 500 g di pomodori maturi ■
- 50 g di parmigiano grattugiato ■
- olio extravergine d'oliva ■
- sale e pepe ■

**Preparazione**

Lessare le castagne per 40 minuti in acqua e sale, passarle allo schiacciapastate e farle raffreddare. Meschiare a  $\frac{3}{4}$  delle castagne 300 grammi di salsiccia spellata e sbriciolata, che avrete precedentemente rosolato in un tegame con poco olio, il parmigiano grattugiato, l'uovo e un pizzico di sale e pepe. Mettere il ripieno in frigo e lasciarlo riposare per 20 minuti. Distribuire il ripieno sulla pasta, coprire il ripieno con altra pasta e formare dei tortelloni chiudendoli bene. Sbucciare e tagliare a pezzi la salsiccia rimasta, rosolarla nel burro, unire i pomodori sbucciati e privati dei semi, le castagne, un pizzico di sale e pepe e fare restringere il sugo. Far cuocere al dente i tortelloni e condirli con il sugo. Servirli caldi cospargendoli con il parmigiano rimasto.

**Preparazione**



**Costo**



**La dietista**

**1.000 Kcal a porzione**

Proteine Carboidrati Grassi

Piatto gustosissimo ma eccessivo dal punto di vista nutrizionale, in termini di energia e nutrienti. Mezza porzione può essere la soluzione per conciliare gusto, gola e bilancia.



**Abbinamento**

Ideale un rosso doc delle Colline Lucchesi, fresco d'annata.



## Sfoglia con crema di castagne e scamorza

### Ingredienti Preparazione

- 1 confezione di pasta sfoglia ■
  - 400 g di castagne ■
  - 50 g di burro ■
  - ½ bicchiere di panna ■
  - ½ bicchiere di latte ■
  - 1 scamorza affumicata ■
  - 30 g di pinoli ■
  - sale e pepe ■
- Togliere la buccia alle castagne e farle lessare in acqua salata. Quando saranno cotte, togliere anche la pellicola e rimetterle sul fuoco con il latte per 20 minuti. Passarle con lo schiacciapastate, aggiungere il burro, salare e lavare l'impasto sul fuoco fino a ottenere una purea liscia, unire la panna liquida, mischiare bene e versare nella pasta sfoglia stesa in una teglia da forno. Coprire con la scamorza tagliata sottile, cospargere di pinoli e passare in forno fino a quando la sfoglia risulterà cotta.

### Preparazione



### Costo



80 minuti

### Abbinamento

Da provare un **rosso doc Montecarlo**, sempre lucchese, ma cambiando decisamente impronta.



### La dietista

**590 Kcal a porzione**

Proteine ♦♦ Carboidrati ♦♦ Grassi ♦♦♦♦

Una porzione di questa particolare sfoglia può rappresentare un piatto unico equilibrato, nonostante la presenza di grassi di panna e scamorza.

Le castagne hanno una composizione nutrizionale del tutto particolare rispetto al resto della frutta: per fare solo un esempio, il valore energetico per 100 grammi è pari a 200 kcal circa, a fronte di circa 60 kcal della mela.



## Crostata di castagne e pere

### Ingredienti Preparazione

- 220 g di farina di castagne ■
  - 120 g di burro ■
  - 1 bustina di vanillina ■
  - 4 cucchiaini di latte ■
  - 100 g di zucchero ■
  - 1 tuorlo + 2 uova ■
  - 600 g di pere ■
  - 60 g di mandorle pelate ■
  - 1 dl di latte ■
  - 2 cucchiaini di kirsch ■  
(o liquore analogo)
- Setacciare 200 grammi di farina di castagne e lavorarla con 100 g di burro, 4 cucchiaini di latte, il tuorlo e 50 g di zucchero. Formare un panetto, avvolgerlo in una pellicola trasparente e farlo riposare per 30 minuti. In una terrina sbattere le uova con il rimanente zucchero, poi incorporare le mandorle, il latte e il *kirsch* amalgamando bene il tutto. Sbucciare le pere, togliere il torsolo e tagliarle a fettine sottili. Stendere la pasta con il mattarello e foderarvi una tortiera imburrata e infarinata. Disporre a raggiera le pere e versare sopra la crema al *kirsch* in uno strato uniforme. Cuocere la torta nel forno già caldo a 180° per 40 minuti, lasciare raffreddare e servire.

### Preparazione Costo



70 minuti

### Abbinamento

Uno degli ottimi **Vin Santo** di Montecarlo dovrebbe accompagnare egregiamente questo dolce.



### La dietista

**520 Kcal a porzione**

Proteine ♦♦ Carboidrati ♦♦ Grassi ♦♦♦

Letteralmente "acqua di ciliegie", il *kirsch* è un liquore tipico dell'Europa centrale ma prodotto anche in Italia, in particolare in Trentino Alto Adige.

1-3 anni

68



## Minestra di lenticchie della nonna

**Ingredienti per 2 adulti e 2 bambini**

- 220 g di spaghetti spezzati ■
- 200 g di lenticchie secche ■
- 200 g di salsa di pomodoro ■
- 20 g d'olio extravergine d'oliva ■
- 1 carota ■
- 1 costa di sedano ■
- 1 cipolla piccola ■
- 1 spicchio d'aglio ■
- sale q.b. ■

### Preparazione

Mettere le lenticchie in una pentola con circa 1,5 litri di acqua appena salata, insieme alla cipolla affettata, mezza costa di sedano e mezza carota tagliata a rondelle. Lasciare cuocere a fuoco basso per circa 40 minuti. Appena le lenticchie saranno cotte scolarle, mettendo da parte l'acqua di cottura. Preparare il sugo al pomodoro facendo dorare lo spicchio d'aglio nell'olio d'oliva extravergine. Aggiungere la salsa di pomodoro, la mezza carota e la mezza costa di sedano. Salare e far cuocere per 20 minuti a fuoco basso. Versare nel sugo le lenticchie e lasciare insaporire il tutto per alcuni minuti. Riportare a bollire l'acqua di cottura delle lenticchie e lessare gli spaghetti spezzettati. Cuocerli per il tempo indicato sulla confezione. Condire la pasta con il sugo con le lenticchie e servire.

### Proprietà nutrizionali e note

Un piatto unico e completo che fornisce carboidrati, proteine, fibra. Le lenticchie sono inoltre ricche di ferro, fosforo e vitamina PP.

4-10 anni



## Farfalline verdi con ricotta e funghi

**Ingredienti per 4 persone**

- Per la pasta**
- 300 g di farina bianca 00 ■
- 2 uova ■
- 100 g di spinaci lessati ■
- sale ■
- Per il condimento**
- 200 g di ricotta fresca ■
- 150 g di funghi ■
- 1 cucchiaino di prezzemolo tritato ■
- (o di erba cipollina)
- olio extravergine d'oliva ■
- sale ■

### Preparazione

Frullare gli spinaci lessati e le uova fino a ottenere un composto omogeneo. Formare con la farina una montagnetta con il buco in mezzo, aggiungere un pizzico di sale e versare il composto di spinaci e uova. Amalgamare l'impasto aiutandosi con un cucchiaino di legno e quindi lavorarlo a lungo fino a renderlo ben compatto. Coprire l'impasto con un panno pulito e lasciarlo riposare per 30 minuti. Nel frattempo preparare il condimento. Pulire i funghi, tagliarli a fettine e cuocerli in una padella con un filo d'olio. In una terrina mescolare la ricotta con un cucchiaino d'olio e il trito di prezzemolo (o erba cipollina). Salare leggermente, unire i funghi lasciati raffreddare, amalgamare e mettere da parte il condimento. Procedere ora con la pasta, tirandola in sfoglie sottili. Con una rotella dentata tagliare delle strisce lunghe e da ogni striscia ottenere rettangoli lunghi 3 centimetri circa. Pizzicare al centro ogni rettangolo in modo da formare le farfalline. Disporle su un piano e lasciarle asciugare. Cuocere la pasta in acqua salata, scolarla e unirla al condimento. Amalgamare bene e servire.

lato **comica** di Gianna Martorella



## Incontri ravvicinati del terzo tipo

Il pupo dove lo metto? Giunta al momento faticoso della scelta, ho rinunciato subito all'iscrizione agli asili comunali perché richiede requisiti economici e di pazienza che metterebbero in cattiva luce Gandhi (da qui l'espressione diritto d'asilo). Costretta a ripiegare su istituti privati, dove si paga – eccome – pretendo trattamenti da hotel a 5 stelle e attenzioni da *personal teacher*. Il duro impegno quotidiano non è tanto svegliare, lavare, colazionare, vestire e accompagnare la bimba all'asilo; né lo straziante rito dell'inserimento, che sancisce una separazione inevitabile. È l'incontro, ravvicinato del terzo tipo, con le altre mamme (e con alcuni papà), individui femminili della razza umana uniti (di necessità s'impura a fare virtù) in questo momento imperdibile. Dall'abbigliamento di qualche piccolino si vede che il primo che passa in casa gli mette la prima cosa che gli capita sottomano, in barba alla stagione, alla taglia, al sesso, dando un nuovo significato alla parola *casual*.

«Dall'abbigliamento di qualche piccolino si vede che il primo che passa in casa gli mette la prima cosa che gli capita sottomano, in barba alla stagione, alla taglia, al sesso, dando un nuovo significato alla parola *casual*».



Oggi sono in orario: è il primo giorno e arrivo tutta sorridente, per fare una buona impressione. Il sorriso mi muore sulle labbra quando incrocio Lei, irritante espressione della perfezione, che insieme all'educatrice spunta tutte le voci dell'apposita

lista: il sacchetto con il fabbisogno settimanale di pannolini, la scatola, il raccoglitore ad anelli, il lenzuolino, il bavaglino e i cambi con nome e cognome ricamati. Suo figlio è sempre vestito bene, persino all'uscita! D'inverno si fa il pieno di malattie: s'inizia con raffreddori, nasi colanti, tosse; al-

**Quelli con le altre mamme all'entrata dell'asilo. Che cosa non si farebbe per il pargolo.**

la nona influenza, se non mi scotto la mano toccandole la fronte, la porto al nido e via. Sarà in buona compagnia degli pseudo-sani, i cui genitori, con diagnosi da *Dr. House*, ti assicurano che sono guariti da malattie comuni, ma dai sintomi misteriosi.

Poi è la volta dell'influenza intestinale che decimerà la famiglia fino al 3° grado. Finita? No! È come la casella torna al via del gioco dell'oca, si fa il giro delle malattie: varicella, morbillo, scarlattina, quarta malattia, quinta malattia, sesta malattia, ma quante sono? Per evitare almeno un'epidemia vesto la bimba come se dovesse scalare l'Everest: calzamaglia, *body*, maglia di lana, tuta imbottita, cappello, sciarpa da mummia. Ovviamente non ci riuscirò, ma in compenso suderò sette camicie a vestirla e svestirla: così mi ammalero e la contagherò. Intanto, per non sbagliare, ho già fissato appuntamenti bisettimanali dal pediatra da ottobre a marzo compreso e mi sono fatta prescrivere antibiotici come se non ci fosse un domani. Ed è solo l'inizio. ■

Fare trekking in città si può. Basta andare in uno dei 50 comuni d'Italia che hanno aderito alla XII giornata del trekking urbano. Un'edizione all'insegna del buon cibo e piena di sorprese storico-artistiche.

# Com'è bella la città

70

■ Aldo Bassoni

Chi l'ha detto che il *trekking* si fa solo per boschi, monti e strade sterrate? Il *trekking* si fa anche in città.

Quest'anno sono 50 i comuni italiani che hanno aderito alla *XII giornata nazionale del trekking urbano* in programma sabato 31 ottobre. Un'edizione *record* che, nell'anno dell'*Expo*, non poteva che essere dedicata al cibo e ai prodotti di 19 regioni per dare vita a un evento, assicurano gli organizzatori, tutto da leccarsi i baffi. Ogni percorso, infatti, propone itinerari "prelibati", adatti anche ai meno sportivi, che inizieranno camminando alla scoperta di luoghi suggestivi e si concluderanno con la degustazione di prodotti e piatti della tradizione enogastronomica italiana.

## Luoghi simbolo

In un'edizione intitolata *Cibo per l'anima, cibo per il corpo* non potevano mancare luoghi "simbolo" come il Mercato della verdura di Chieti, il



Museo del Caffè Dersut a Conegliano, il mercato coperto di piazza Cavour a Forlì, il percorso delle Osterie del Ciliegiole a Narni, i mercati storici del Capo, della Vucciria e di Ballarò a Palermo. Ovunque sarà possibile assaggiare prodotti, vini e piatti tipici della cucina italiana: dai fichi farciti di Amelia alla sfoglia di Bologna, dai maccheroni con frutti di mare di Ancona alle olive all'ascolana di Ascoli Piceno, dai vini Greco e Fiano di Avellino ai mostaccioli di Cosenza fino ai ciuffagnoni di Manciano, passando per il dolce di San Siro a Pavia, il tiramisù di Treviso, il prosecco di Valdobbiadene e il vermentino di Tempio Pausania.

L'edizione 2015 del *trekking* urbano permetterà di visitare luoghi spesso chiusi al pubblico oppure poco frequentati dal turismo tradizionale: dai monasteri di Cividale del Friuli agli scorcì medievali di Asciano; dal Teatro Villani di Biella ai castelli Normanni di Favignana; dall'area mineraria Laveria Lamarmora di Iglesias all'antica Via per Genova a La Spezia; dalla Fonte Maggiore a Macerata al palazzo delle Terme Berzieri a Salsomaggiore Terme, passando per il Ponte delle Torri e dall'antico giro dei condotti a Spoleto, per arrivare al *castrum* di Vittorio Veneto e ai panorami mozzafiato del Moiarriello di Capodimonte e della Pedamentina di San Martino a Napoli. E dietro ogni luogo, ogni monumento, ogni strada, c'è una storia o



un personaggio da scoprire. La storia che si cela dietro al patrimonio artistico italiano più conosciuto, come Palazzo Te a Mantova; la Scoletta del Santo con gli affreschi del Tiziano a Padova, Palazzo Pubblico a Siena e Palazzo dei Priori ad Arezzo. Personaggi famosi come Eleonora Duse ad Asolo, Vincenzo Bellini a Catania, Antonio Allegri detto "Il Correggio" nell'omonima città, il granduca Leopoldo II a Grosseto; Giacomo Puccini a Lucca e Sigfrido Bartolini a Pistoia, fino ad Achille Talarico, dottore ed esponente della Scuola medica di Salerno, per arrivare a Raffello Sanzio a Urbino. In alcune città sarà possibile visitare scavi archeologici. ■

## Modi urbani

Il trekking urbano è una forma di turismo libera e adatta a tutte le età che coniuga sport, arte, gusto e voglia di scoprire gli angoli più nascosti e curiosi delle città. Oltre ad essere un'attività che fa bene al fisico e alla mente, il trekking urbano fa bene alle città perché permette di decongestionare le zone attraversate dai flussi turistici tradizionali, allargare il raggio delle visite alle aree più periferiche dei centri urbani e prolungare i soggiorni.

### Info

Servizio promozione turistica del Comune di Siena: 0577292128; turismo@comune.siena.it.

Per conoscere gli itinerari è disponibile il sito [www.trekkingurbano.info](http://www.trekkingurbano.info), una pagina Facebook e un profilo Twitter.

tempi moderni di Rita Nannelli

## L'ora di Netflix

È arrivato anche in Italia. Da questo mese ci si può abbonare – intorno agli 8 euro al mese l'offerta base – al più grande servizio di streaming del mondo, Netflix (più di 60 milioni di utenti in oltre 50 paesi), e vedere come e quando si vuole film, dai thriller alle commedie, da quelli d'azione ai fantasy, ai cartoni animati, serie Tv, show, documentari di vario tipo e per ogni età, da qualsiasi schermo connesso a internet. Un palinsesto composto perlopiù da serie Tv americane e produzioni originali, come Daredevil, Marco Polo, Bloodline, Unbreakable Kimmy Schmidt, Chef's table, Sense8, Narcos e la mini-serie



The Defenders. Manca all'appello House of Cards (visibile solo su Sky) sugli intrighi del potere alla Casa Bianca, serie fortunatissima anche in Italia. Ma sarà vera rivoluzione d'ottobre? Considerando la velocità di rete e che il popolo italico non è tra i più tecnologici, forse la Tv tradizionale ha poco da temere e dalle nostre parti il televisore del futuro non sarà un grande iPad.

## La signora in rosso

Ciliegia, porpora, sangria, mattonne, fuoco, Tiziano, marsala, vinaccia. Di rosso non ce n'è uno solo nel guardaroba dell'autunno, anche l'insolito ruggine, quel marrone rossastro caldo e vivace, perfetto con tutto e adatto a tutti, che su abiti, pantaloni, cappelli, stivali, borse dà una nota di colore e una botta di energia quando il tempo è grigio.



## Prossima fermata Toulouse

Il post-impressionista che non amava il paesaggio, ma la figura umana, indipendente da ogni corrente contemporanea, ma uno dei massimi interpreti della sua società, che ha colto del brutto gli aspetti belli ed emozionanti. La mostra di Toulouse-Lautrec. Luci e ombre di Montmartre, a Palazzo Blu, a Pisa, sarà di quelle prese d'assalto. Magari molti ignorano la biografia, le caratteristiche dell'opera, il periodo, ma le locandine del Moulin Rouge sono tanto famose da trovarle riprodotte sulle pareti di case e locali. Del disegnatore, pittore e litografo dall'infelicità fisica (chi

non ha mai visto la foto di lui con bombetta e bastone alzi la mano), dalla vita tormentata e dagli amori effimeri, in esposizione circa 200 opere, tra quadri, affiche, cartelloni pubblicitari, disegni – Moulin Rouge: La Goulue, Divan Japonais, Le Jockey, per citarne alcune – popolati da ballerine, prostitute, ubriachi, rei, fatto di bordelli e locali di spettacolo. Tutte istantanee da dietro le quinte della vita moderna e bohémien della Parigi tra Otto e Novecento, di quel brulicante demi-monde in cui l'artista francese si era immerso e che ritrae con linea netta, senza chiaroscuri – magistrale il contrasto tra rosso e verde nella Sala di Rue des Moulins –, che inquadra con taglio fotografico e cinematografico. Reso perfettamente nel film di John Huston Moulin Rouge: la scena iniziale del travolgente can-can vi catapultava subito nell'epoca e nei quadri di Lautrec.



### Info

Toulouse-Lautrec.

Luci e ombre di Montmartre

Palazzo Blu, Ign. Gambacorti 9, Pisa  
16 ottobre 2015 - 14 febbraio 2016  
0502204650; info@palazzoblu.it;  
[www.palazzoblu.org](http://www.palazzoblu.org)  
[www.toulouselautrec-pisa.it](http://www.toulouselautrec-pisa.it)

E se i ricordi, belli o brutti, non si cancellassero per sempre, ma fossero nascosti in qualche parte del cervello?

# A futura memoria

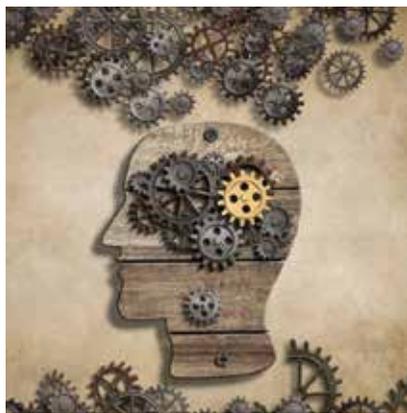
72

■ **Patrice Poinsette**

«**C**he cos'è un ricordo? Qualcosa che hai, o qualcosa che hai perso per sempre?». Se lo domandava Woody Allen in uno dei suoi film e oggi hanno risposto in contemporanea dal Regno Unito e dagli Stati Uniti dove ricerche convergenti, condotte rispettivamente dalla professoressa **Kerrie Thomas** dell'Università di Cardiff e dal professore del *Massachusetts Institute of Technology (Mit)* **Susumu Tonegawa** (Nobel per la medicina nel 1987), attestano che un ricordo non è cancellato per sempre, ma solo inaccessibile.

## Total recall

L'ipotesi di lavoro dell'*équipe* di Boston si basa sull'esistenza di un gruppo di neuroni che, attivato durante la formazione di un ricordo, produce dei cambiamenti chimici o fisici chiamati engrammi, tracce biologiche della memoria che, una volta riattivate, consentirebbero alla mente di ricordare fatti e sensazioni perdute. Per dimostrarlo gli scienziati hanno usato una nuovissima tecnica, l'optogenetica, che consiste nell'aggiun-



gere proteine ai neuroni così da essere attivati con un fascio di luce. Punto di partenza la supposizione che questi neuroni subiscano delle modifiche chimiche durante la fase di consolidamento della memoria, un processo in cui vengono rinforzate le sinapsi, cioè le strutture che consentono

a gruppi di neuroni di trasmettersi dei messaggi essenziali nelle fasi d'apprendimento e d'esperienza. Per testare questa teoria i ricercatori del *Mit* hanno cercato di capire quello che succederebbe se questo consolidamento delle sinapsi non avvenisse, somministrando una sostanza chimica ai topi, l'anisomicina, che blocca la sintesi delle proteine nei neuroni subito dopo la formazione di un nuovo ricordo, impedendo, quindi,

il consolidamento. Hanno poi riattivato artificialmente il processo tramite impulsi luminosi e i ratti hanno ritrovato la memoria. Un esperimento che ha, quindi, consentito ai ricercatori di dissociare i meccanismi di stoccaggio della memoria da quelli che consentono di formarla e di recuperarla. Per Tonegawa «questo dimostra che in alcune forme di amnesia la memoria del passato non è sparita, ma è semplicemente impenetrabile».

## Mi ricordo, sì, io mi ricordo

Oltremania la logica sulla via dell'*amarcord* è stata diversa. Invece di ipotizzare l'esistenza di cellule particolari, il gruppo britannico ha preferito un approccio interpretativo: nel cervello agisce già un meccanismo che, però, non abbiamo ancora capito per bene. Si potrebbe trattare di un sistema cerebrale *pro memoria* o in grado di seppellire i brutti ricordi, qualcosa di simile a un servizio oggetti smarriti. Che cosa hanno fatto in pratica gli scienziati? Sono partiti da uno studio precedente sul consolidamento della memoria, secondo il quale un ricordo consolidato può essere definitivamente perso se, dopo una fase di richiamo, non viene riconsolidato, e l'hanno smentito. Bloccando, infatti, la fase di riconsolidamento della facoltà di ricordare, mediante l'inibizione dei geni *Zif/268* o *Arc*, i ricercatori sono comunque riusciti a far riaffiorare i ricordi potenzialmente svaniti esponendo i topolini a uno stimolo di condizionamento (ad esempio, associando un suono a una sensazione spiacevole). Metodi diversi quelli delle due ricerche, ma un'unica conclusione: episodi, persone, frammenti di vita che non riusciamo più a richiamare alla memoria potrebbero non essere perduti per sempre, ma nascosti da qualche parte nel cervello, offuscati da altri *souvenirs*. Una nuova prospettiva anche per la terapia di malattie psichiatriche, come la sindrome post traumatica da stress, la schizofrenia e la psicosi, in cui i problemi di memoria hanno un ruolo determinante. Ma per questo il cammino è ancora lungo. ■

# Sott'occhio spaziale

L'universo visto  
dal telescopio Hubble.

È di poche settimane fa l'ultima scoperta: al centro del *quasar Markarian 231* ci sarebbe un buco nero doppio, cioè una coppia di buchi neri supermassicci che ruotano vorticosamente l'uno attorno all'altro. È con questo e altri importantissimi risultati che quest'anno si sono celebrati i 25 anni d'attività del telescopio spaziale *Hubble* di *Nasa* ed *Esa* (l'Agenzia spaziale europea). Lanciato il 24 aprile del 1990 a bordo dello *shuttle Discovery*, *Hubble* ha cambiato il modo di vedere l'universo perché è enorme la quantità di notizie e immagini che questo strumento, posto a 560 km di altezza, ci ha fornito nel corso del tempo. Ecco alcuni dei risultati più eclatanti. Nel 2010 ha scoperto una galassia lontana da noi circa 13,2 miliardi di anni luce, dandoci la possibilità di osservare l'universo come era allora. Ma soprattutto *Hubble* ci ha svelato i meccanismi dell'evoluzione stellare, mostrando astri che stanno nascendo e altri al termine della loro esistenza. Supernove, nebulose, ammassi stellari sono stati ripresi con dettagli inosservabili dalla superficie terrestre. Con la dismissione degli *Space Shuttle* non saranno più possibili altri interventi di manutenzione, ma la *Nasa* sta facendo il possibile per mantenerlo operativo fino al lancio del suo successore, il *James Webb Space Telescope (Jwst)*, un telescopio di maggiori dimensioni che avrà il duro compito di superare i risultati ottenuti dal suo predecessore. Ma oltre a osservare i corpi celesti, potremo cominciare a visitarli? Per una visita virtuale su Marte basterà attendere l'anno prossimo. La *Nasa* ha consentito agli appassionati di inviare il loro nome via internet attraverso il sito della sonda *Insight* che volerà verso Marte a marzo del 2016 con i nominativi memorizzati in un *chip* e studierà l'interno del pianeta rosso attraverso l'analisi dell'attività sismica. Una storia tutta da seguire. ■ **Letizia Leonardi**



# L'apparenza inganna

Il mondo, come lo vediamo, non basta per capire una natura che ci inganna e, per decifrarla, meglio non affidarsi troppo al buon senso, o presunto tale. Perché una cosa è certa: non esiste realtà indipendente dalla nostra interpretazione. E allora all'esperienza che facciamo ogni giorno con vista, tatto, udito è preferibile, anche se meno poetico, l'esperimento in laboratorio, cioè la riproduzione controllata dei fenomeni. Un esempio? La caduta dei gravi di galileiana memoria: il peso, al contrario di quello che pensava Aristotele, non c'entra niente con la velocità di caduta; i corpi, in un campo gravitazionale, precipitano tutti alla stessa velocità, indipendentemente dal loro peso; a fare la differenza sono il tempo trascorso nella caduta e l'attrito dell'aria. L'esperienza comune dunque ci mette raramente di fronte all'essenza di un fenomeno, e questo Galileo l'aveva ben capito, non rimettendo in discussione la semplice osservazione concreta del filosofo greco, ma verificando se la sua interpretazione era vera. Con buona pace del "rasoio di Occam" secondo il quale "a parità di fattori la spiegazione più semplice è da preferire". E che dire della relatività di Einstein? Ha mandato in soffitta una delle idee più "evidenti" a proposito del tempo: se due eventi appaiono simultanei a qualcuno, devono apparire tali a tutti. Invece, non esiste un tempo universale, valido per tutti, ma un tempo personale – proprio – valido solo per ciascun individuo, con l'effetto che segue: non ci sono presente, passato, futuro, ma solo delle linee di universo nello spazio-tempo. E quello che sembra complicato e un po' astratto, in realtà è facile da verificare, e in molti di sicuro l'avranno fatto, a loro insaputa, quest'estate a bocca aperta davanti a un magnifico tramonto. Mentre vedevate il sole "toccare" il mare, l'astro in realtà era già tramontato da ben 8 minuti, quelli che ci vogliono a un fotone per percorrere la distanza sole-terra, così che lo spettacolo si vede in leggera differita. Guardare il sole tramontare è perciò una sfida al buon senso: osservare passare il passato in diretta. ■

**Non tutto è ciò che sembra ovvero come si sbaglia l'interpretazione di certi fenomeni. Esempi concreti di quanto sia cattivo il buon senso.**

Invece, non esiste un tempo universale, valido per tutti, ma un tempo personale – proprio – valido solo per ciascun individuo, con l'effetto che segue: non ci sono presente, passato, futuro, ma solo delle linee di universo nello spazio-tempo. E quello che sembra complicato e un po' astratto, in realtà è facile da verificare, e in molti di sicuro l'avranno fatto, a loro insaputa, quest'estate a bocca aperta davanti a un magnifico tramonto. Mentre vedevate il sole "toccare" il mare, l'astro in realtà era già tramontato da ben 8 minuti, quelli che ci vogliono a un fotone per percorrere la distanza sole-terra, così che lo spettacolo si vede in leggera differita. Guardare il sole tramontare è perciò una sfida al buon senso: osservare passare il passato in diretta. ■



Giovani e giovanissimi, con migliaia se non milioni di iscritti che seguono fedelmente i loro canali video. Gli youtubers, cantanti, comici, videomaker, star dell'intrattenimento digitale talmente popolari da guadagnarsi, a volte, uno spazio nei media tradizionali.

# Cambia canale

■ **Barbara Autuori**

La rete è il loro palcoscenico; il popolo di internet, soprattutto i giovanissimi, il loro fedele e affezionato pubblico. Spesso aspiranti artisti – cantanti, comici, videomaker – a volte semplicemente ragazzi e ragazze estroversi che pensano di avere qualcosa di interessante da condividere. Sono loro i nuovi protagonisti della *youtubermania*, nuova frontiera dell'intrattenimento digitale, capaci di attirare sui loro canali tante di quelle visualizzazioni da diventare in breve tempo vere e proprie star.

## Youtubermania

«Il fenomeno degli *youtubers* è relativamente recente e prende vita nel contesto digitale noto come web 2.0 – spiega Luca Nobili, docente di comunicazione



## Superclassifica show

### Gli youtubers più cliccati del momento.

Stilare una classifica degli *youtubers* italiani più visualizzati è impresa a dir poco ardua, perché il popolo di YouTube è in continuo movimento e si disegna palinsesti personalizzati a seconda del momento. Tra i primi 5 a registrare oltre il milione di iscritti troviamo comunque alcuni personaggi ricorrenti. Con circa 2 milioni di iscritti il primo posto è del torinese Lorenzo Ostuni, alias **Favij**, *gamer* di videogiochi che sperimenta via *web* registrando anche le sue reazioni. I suoi video hanno una media di 500mila visualizzazioni anche se, secondo alcuni, è solo la brutta copia italiana di *PewDiePie*, *youtuber* svedese con più iscritti al mondo (circa 37 milioni). Con poco meno di un milione e 300mila iscritti, Jacopo e Daniel noti come **lpantellas** si attestano al secondo posto grazie ai loro *sketch* comici e alla serie *Mia madre è Satana* che ha totalizzato 17 milioni di visualizzazioni. Terzo posto con poco più di 1 milione di iscritti per **Frank Matano**, napoletano di madre americana, divenuto famoso per i video di scherzi telefonici e oggi tra gli *youtubers* più famosi prestati alla televisione. Segue **Karim Musa**, in arte *Yotobi*, specializzato in recensioni di film di serie B. Videomaker di *gameplay*, commenti e piccole guide divertenti su vari argomenti **ilvostrocaraDexter** è il canale di Luca Denaro che ha da poco raggiunto il milione di iscritti.

multimediale all'Università di Padova –. Con l'approdo in rete del sito YouTube nel 2005, caricare e condividere video è diventato estremamente semplice anche per i meno esperti». Pochi clic per un accesso semplificato che, unito alla diffusione della banda larga che consente una maggiore velocità nello scambio di dati, ha trasformato ogni fruitore di internet anche in un potenziale produttore. «Si è così passati da una struttura verticale della comunicazione – prosegue il professore – a una disposizione reticolare e orizzontale dove tutti possono essere al contempo consumatori e produttori». Una rivoluzione tecnologica che ha decretato il successo non solo dei *social network* ma anche di siti semplicemente dedicati alla condivisione di video (*video sharing*) proprio come YouTube. A differenza dei *social*, però, in questo caso l'interazione è molto bassa, non si crea una relazione, l'unico contatto è cliccare un "mi piace" o al massimo digitare un commento. Una mancanza di interscambio che non sembra rappresentare un ostacolo per decretare la popolarità di un personaggio e del suo canale.

## Trampolino di lancio

Successi *on line* che vengono attentamente monitorati dai *media* tradizionali. «Non a caso televisione e radio sono molto attenti a quello che succede in rete – sottolinea Nobili che ha alle spalle anche una notevole esperienza da conduttore radiofonico –. Tanto che oggi è sempre più frequente trovare sullo schermo o in onda personaggi che hanno iniziato proprio da un canale *web*». Una carica – guidata dagli apripista Guglielmo Scilla in arte *Willwoosh* oggi attore, *speaker* radiofonico e scrittore e dalla *make up artist* Clio Zammateo che dal suo canale *YouTube* è arrivata ad avere un programma televisivo su *Real Time* – che rinforza le sue fila di anno in anno con nuove *star* come, per esempio, il comico e *blogger* Frank Matano arruolato recentemente come giudice nel programma *Tv Italia's got Talent*. «In questi casi – prosegue l'esperto – il *web* è usato come trampolino di lancio per ascese rapidissime di popolarità dal basso all'alto, anche se la vera fama è ancora strettamente legata ai *media* tradizionali».

## Saranno famosi

Ma chi sono e cosa propongono questi nuovi idoli digitali? Saltellando da un canale all'altro in realtà si trova un po' di tutto e per tutti i gusti: dal personaggio costruito a tavolino a quello più genuino e davvero "fai da te". Vasta la gamma anche dei contenuti: scherzi di ogni sorta, esperimenti sociali, parodie, interviste lampo a personaggi di rilievo, commenti su film, videogiochi, temi d'attualità. Terreno di inenarrabile libertà creativa dove chiunque può sperimentare il palcoscenico *on line*, presenta tuttavia anche dei limiti da non sottovalutare. «Questa facilità di produzione digitale non solo rende difficile distinguere il vero esperto da chi semplicemente esprime un'opinione – avverte Nobili –, ma rischia di vanificare il grande sforzo creativo di molti ragazzi che non possiedono gli strumenti adatti per dare una forma duratura alla loro inventiva». Un libretto delle istruzioni che può fare la differenza tra una semplice comparsata via *web* e la nascita di una vera *star*. ■

# La banca del bio

La crescente importanza delle produzioni biologiche è un dato assodato. Le ragioni sono molteplici: da un lato siamo di fronte a un'escalation dell'attenzione nei confronti del cibo e della nutrizione, con conseguente richiesta da parte dei consumatori di prodotti di qualità e più salutari; dall'altro è una dinamica economica dettata dalla stessa geografia del paese, privo in gran parte di quelle grandi estensioni agricole che permettono di puntare solo su un'agricoltura tecnologizzata che produca tanto prodotto a basso costo. Chi non può competere su questo piano, cerca di crearne uno nuovo, di certo più complesso e di nicchia ma, come detto, d'importanza crescente tanto da coinvolgere anche la stessa Grande Distribuzione.

*Bio Bank* – la banca dati del bio [[www.biobank.it](http://www.biobank.it)] è un bel portale che offre una mappatura significativa di questo universo in espansione. Nato su iniziativa privata e come emanazione internet dell'annuario cartaceo del biologico *Tutto Bio*, *Bio Bank* è *on line* dal 1999, ed è ormai un punto di riferimento per il consumatore e per chiunque si occupi della questione.

Il cuore del portale è una banca dati in continuo aggiornamento che censisce migliaia di operatori del biologico italiani, dal cibo alla cosmesi, alla detergenza. Da qualche mese la banca dati è consultabile anche attraverso comode mappe che permettono di visualizzare i dati spalmati sul territorio. Inoltre il sito, nelle sezioni *Blog* e *Info*, contiene un sacco di storie, notizie, interviste a produttori e analisi di casi di studio. Tutte queste informazioni vengono annualmente riassunte in un rapporto statistico, il *Rapporto Bio Bank*, liberamente consultabile attraverso il portale stesso. ■

## Treno espresso

Per chi si vede costretto a prendere i treni spesso, sono finiti i tempi dell'astruso orario cartaceo da comprare in edicola: si fa tutto con internet. Se poi avete uno *smartphone Android*, installate subito **Orario treni** dello sviluppatore Paolo Conte, un'app perfetta e potente che vi consente di fare in mobilità tutto il necessario: consultare gli orari di tutti i treni italiani, verificare in tempo reale ritardi e binari di arrivo, comprare i biglietti. Se non siete androidiani, ci sono app analoghe sui vostri store di riferimento, a cominciare da quelle istituzionali di *Trenitalia*, **ProntoTreno**, e di *Ntv*, **Italo treno**. Queste ultime, però, hanno l'evidente limite di occuparsi solo dei treni a proprio marchio, costringendo l'utente a complicarsi la vita tra più app.

Contro l'arroganza l'arma letale è l'ironia. Parola di Fulvio Scaparro, psicologo e scrittore, che nel suo ultimo libro ci dà qualche dritta su come tenere testa a spocchiosi e prepotenti.

# Ironia della sorte

■ **Maria Antonietta Schiavina**

Ironia, umorismo e astuzia sono armi efficaci contro i prepotenti. Lo afferma lo psicologo e scrittore **Fulvio Scaparro**, che di spocchiosi ne ha conosciuti parecchi, come rivela nel suo ultimo libro *L'Antispocchia* (Bompiani). «Gli arroganti – afferma lo psicoterapeuta – si sentono molto offesi se li trattiamo da comuni mortali. A forza di praticare il loro “mestiere preferito” si sono staccati da terra e hanno il terrore che ci sia qualcuno che li riporti giù».

▮ **Professor Scaparro, che cos'è esattamente la spocchia?**

«Un atteggiamento di superiorità sprezzante, che dimostra disprezzo e svalutazione dell'interlocutore. Lo spocchioso, infatti, è sempre convinto della sua superiorità, anche se si rende conto che così facendo non si rende affatto simpatico. E il suo è in pratica un meccanismo di difesa per non svelare le debolezze che in realtà prova».

▮ **Chi sono i più spocchiosi?**

«Di solito coloro che, arrivati con molta fatica e parecchi compromessi a raggiungere una grande o piccola posizione di potere, temono di perderla, anche se talvolta quel potere è minimo, mostrandosi agli altri per

quello che sono e cioè degli insicuri fragili continuamente alla ricerca di affermare la loro inesistente forza... Come affermava ironicamente mio padre di fronte alla tendenza di noi borghesi, non importa se benestanti o spiantati, a darci troppe arie: “Un supponente è il nulla travestito da niente”».

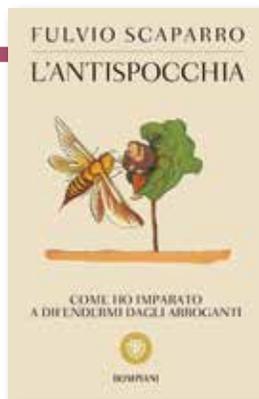
▮ **È vero che le donne in fatto di arroganza hanno una marcia in più?**

«Nel mio libro gli arroganti sono quasi tutti maschi. Non che la donna non sia capace di arroganza, ma una lunga storia di sottomissione al potere maschile le ha insegnato a scegliere altre vie per sopravvivere alla prepotenza di noi maschi. Oggi la donna arrogante è temuta dal cosiddetto sesso forte, che di solito reagisce in modo aggressivo alle manifestazioni di lesa maestà, ricorrendo a offese anche pesanti».

▮ **Lei scrive che l'ironia è la prima difesa contro l'arroganza. Ma come si riesce a usarla in modo che abbia il giusto effetto?**

«L'ironia, così come l'umorismo, è un'arma a doppio taglio. Non va usata a sproposito e con persone che non sono in grado di capirla. Con il tempo ho rivalutato moltissimo gli insegnamenti di mio padre: per quelli che definiva “i dolori del terzo tipo” – causati dalla nostra inclinazione a farci del male, cioè quella miriade di piccole prepotenze e abusi, furbizie, dispetti, rivendicazioni, invidie e ruffianerie che avvelenano la nostra esistenza e, accumulandosi nel tempo, ci distolgono da quel poco che davvero conta nella vita, insidiano la nostra salute e finiscono per provocarci vere e proprie infelicità – indicava non una via di fuga dal mondo, ma un sistema per affrontarlo con più leggerezza. Se avessi scritto questo libro quando ero all'università, per esempio, lo avrei fatto in modo diverso, pensando ai concorsi e alla carriera ecc. Oggi, invece, mi posso permet-





**Dal libro *L'Antispocchia. Come ho imparato a difendermi dagli arroganti*.**

“Solita ressa al bancone della salumeria.

Munito di regolare numerino aspetto il mio turno.

Per guadagnare tempo chiedo a un'anziana signora consigli sulla scelta tra le insalate in mostra sugli scaffali vicini. È cortese e mi indica il cespo di lattuga in migliori condizioni. Poi aggiunge a voce alta: «E poi dicono che i maschi non fanno niente. Guardate questo signore come fa la spesa con attenzione».

Le signore presenti mi guardano compiaciute.

Alla cassa la ritrovo dietro di me. Mi sussurra con aria ispirata: «Tutta questa gente che fa a spintoni per comprare da mangiare. Mangiamo, mangiamo e poi tra qualche anno non ci siamo più. Così va il mondo, si ruba, ci si ammazza, solo per mangiare».

Assorto nei miei scongiuri mentali non mi accorgo che la signora, mentre mi mette a parte della sua *Weltanschauung*, piano piano mi affianca e infine mi passa davanti superandomi di un'incollatura proprio all'arrivo alla cassa.

Così va il mondo, commenterebbe lei.”

tere di raccontare storie di vita vissuta più o meno “colorate” dalla fantasia. Grato agli studiosi molto più seri di me, per avermi permesso di raccogliere il materiale che poi mi è servito alla stesura del testo.

≡ **L'arroganza può fare danni seri?**

«Sì, ma l'importante è non permetterle di agire indisturbata. Cosa che può fare in ogni luogo e in ogni momento, se si trovano vittime da colpire». ■

le vite degli altri di Barbara Autuori

## Indicare il cammino

Fresco di diploma da perito agrario, 19 anni, Enrico Fiordiponti è uno dei 250 abitanti di Borselli, piccola frazione di Pelago in provincia di Firenze, che insieme ad altri 4 ragazzi lo scorso luglio ha percorso a piedi 350 km per realizzare il progetto *Lostforitaly* ([www.lostforitaly.it](http://www.lostforitaly.it)) con l'obiettivo di dare visibilità a



**Lostforitaly, ossia il progetto di 5 ragazzi toscani che hanno promosso il loro piccolo paese, camminando per l'Italia.**

tante piccole frazioni dell'Appennino.

**Come nasce quest'escursione fuori del comune?**

«Con Viola, Lapo, Emanuele e mio fratello Lorenzo abbiamo unito la passione per le camminate nella natura con il desiderio di valorizzare il luogo nel quale viviamo. Luoghi come Borselli meritano di essere conosciuti

per il ricco bagaglio di tradizioni culturali che possiedono, ma che pochi conoscono».

**Fin dove siete arrivati?**

«A Pietracamela, piccolo centro alle pendici del Gran Sasso. In 3 settimane di cammino abbiamo visitato circa 20 piccole frazioni e borghi dell'Appennino per creare una rete diffusa capace di promuovere questi territori, vera ossatura dell'Italia, ma spesso considerati solo un bacino di voti».

**Lostforitaly nasce nell'ambito del gruppo Perché No.**

«Nel 2009 con altri ragazzi di Pelago abbiamo creato quest'associazione di volontariato per ribellarci in modo creativo all'idea che in posti così piccoli non ci sia nulla di interessante e formativo da fare per i più giovani. Il gruppo *Perché No* ([www.facebook.com/pages/Gruppo-Perché-No](http://www.facebook.com/pages/Gruppo-Perché-No)) è impegnato a riscoprire le vecchie tradizioni, a creare e mantenere legami con gli anziani soli del paese, a recuperare locali come l'antica canonica di Tosina dove, negli anni Cinquanta e Sessanta, si proiettavano film».

**Cosa vi ha lasciato *Persi per l'Italia*?**

«Ascoltare le storie di tanti anziani e confrontarsi con loro, gente semplice, ma molto saggia, è stata un'esperienza indimenticabile».

**Un sogno nel cassetto?**

«Ripetere *Lostforitaly* l'anno prossimo, magari allungando il percorso e includendo quei borghi e frazioni che abbiamo saltato. Il mio personale sogno è aprire



un rifugio escursionistico dove tenere anche campi scuola. Vorrei cercare di costruirmi un futuro lavorativo valorizzando gli aspetti più belli del luogo dove vivo». ■



# La trama si complica

**Un conflitto in cui il prodotto reclamizzato diventa il personaggio che avrà la meglio. Così oggi si fanno gli spot, con una trama narrativa, per vincere la noia di un'informazione semplice e diretta.**

**A** avete mai visto in televisione gli *All Blacks*, la nazionale di rugby neozelandese, che si caratterizza per il fatto di eseguire, entrando in campo, la *Haka dance* per intimidire gli avversari? È una danza di origine maori, l'etnia originaria della Nuova Zelanda: i componenti della squadra si piazzano in una parte del campo e iniziano a battersi violentemente e ritmicamente il petto e gli avambracci, roteano e spalancano gli occhi fino al parossismo, digrignano i denti, mostrano la lingua, per dare un saggio di potenza e coraggio agli avversari. Ebbene, la memoria di questa danza viene sfruttata nell'ultimo spot di un prodotto del tutto pacifico (all'apparenza), cioè lo spazzolino da denti *Silver care*. In generale lo spot non sfugge a una regola divenuta ormai aurea per la promozione di un prodotto medico o paramedico, cioè quella di creare un set drammatico per vincere la noia di un'informazione semplice e diretta, che risulterebbe piatta. Così si ricorre all'espedito di fare del prodotto da promuovere un vero e proprio personaggio da inserire entro strutture narrative che inscenano un conflitto, dove l'attore che rappresenta il prodotto avrà la meglio. Il presupposto in



cui si inserisce la struttura narrativa di questo spot è che tutti desiderano che la propria dentatura e il cavo orale nel loro insieme siano e rimangano puliti e possibilmente asettici. Chi si oppone a questo scopo sono invece i batteri, contro cui dovrà ingaggiare una dura lotta lo spazzolino da denti *Silver care*. Ai due contendenti viene data animazione e veste figurativa. Così lo spot inizia mostrando il primo soggetto, i batteri, immaginati come pupazzi orribili che eseguono appunto la *Haka dance*, battendosi minacciosamente le gambe e le braccia, digrignano i denti, roteando gli occhi e tirando fuori delle lingue orribili, mentre intonano il temibile inno: «Siamo i batteri, con denti neri, siamo schifosi, con l'alitosi, paradontosi, la gengivite, paradontite, placcaaaa!». Sono nominate esattamente tutte le cose che normalmente tutti vogliono evitare. Ma ecco che entra in scena il secondo soggetto dello scontro, come in un film in cui arrivano i nostri: lo spazzolino *Silver care* che, in forma semi-antropomorfa, perché si anima da solo, li spazza via in un battibaleno, sfruttando le proprietà ausiliari dell'argento antibatterico – come la voce *over* non manca di sottolineare -. È possibile che il meccanismo sfruttato dallo spot sia più ampio e che noi riusciamo a comprendere meglio il mondo se lo leggiamo come una fitta trama narrativa, con attori che si combattono per raggiungere scopi contrapposti. E questo lo spot sembra davvero averlo ben capito. ■

libero pensiero di Elena Corsi

## A noi la scelta

C'è stato detto fin dalla tenera età: "Nella vita bisogna saper fare delle scelte". Che vuol dire imparare a rinunciare, lasciarsi qualcosa alle spalle. Perciò quando si è costretti a

scegliere il dubbio ci arrovella. Carlo ama ancora Gianna? Ludovica se la sente di accudire al padre? Fabrizio proseguirà gli studi? Milano o Pavia? Che fare? Com'essere sicuri di non provare rimpianti a decisione presa? Occorre stabilire la strada giusta, prima di svoltare. Una volta c'era un asino particolarmente intelligente. Un

bel giorno fu messo davanti a due grossi mucchi di fieno, quasi identici. Lui, nell'incertezza, restò lì imbambolato a scervellarsi su quale fosse il più allettante, finché non morì di fame. Noi, se ci reputiamo migliori di un somaro intelligente, auguriamoci almeno di scorgere le differenze prima che sia troppo tardi.



# LA CONVENIENZA A MISURA DI SOCIO

RISERVATO AI SOCI  
UNICOOP TIRRENO

## DALL'1 AL 31 OTTOBRE

### PANTALONE UOMO CARRERA

colori assortiti - taglie dalla 46 alla 56

**PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO**

**28,90€**



### BIKE PIEGHEVOLE RECURRENT

Mod. X-BIKE JK1.0

**PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO**

**SU PRENOTAZIONE - CONSEGNA A  
DOMICILIO INCLUSA NEL PREZZO**

**135,00€**

8 livelli di resistenza manuale  
Sella ergonomica e regolabile  
Display a cristalli liquidi per visualizzazione tempo,  
velocità, distanza, calorie e pulsazioni - Cardiofrequenzimetro palmare  
Dim. aperta: 87,5 x 53 x 112 cm - dim. chiusa 43 x 53 x 126 cm  
Portata max utente 100 kg - Ruote per il trasporto - Certificazioni CE, ROHS, EN957



### COPRILETTO TRAPUNTA GABEL

singolo - 170 x 260 cm

**PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO**

Anziché 41,50 €

**24,90€**

matrimoniale - 260 x 260 cm

**PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO**

Anziché 59,90 €

**35,94€**

**DISPONIBILE ANCHE  
1 PIAZZA E MEZZO**

**SCONTO  
40%**

**3 SEASONS**  
PARTICOLARMENTE ADATTO  
NEI MESI AUTUNNALI DI OTTOBRE,  
NOVEMBRE E NEI MESI DI PRIMAVERA



### COLONNA BUCATO INDESIT

composta da asciugatrice + lavatrice +  
\*kit congiunzione con appoggio estraibile

**PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO**

**669,00€**

Lavatrice e asciugatrice  
disponibili  
anche singolarmente

ASCIUGATRICE  
prezzo soci 399,00 €

LAVATRICE  
prezzo soci 269,00 €

\*kit congiunzione  
mod. HPF083714  
disponibile solo  
in caso di vendita  
abbinata asciugatrice  
+ lavatrice

### Asciugatrice EDPE G45 A1 ECO

- Pompa di calore
- 16 programmi
- Programmi: Rapido 45', Capi Misti, Meno Pieghe, Bebè&Delicati, Lana, Piumini, Gym Kit, Antipiega, Rinfresca, Partenza Ritardata da 1 a 24 ore
- Dimensioni (HxLxP): 85x60x62 cm



### Lavatrice carica frontale XWC 71051 W EU

- Centrifuga regolabile max 1000 g/min
- Interfaccia Led
- Push & Wash
- Programmi: Rapidi (9'30"1h) Anti Odore, Scuri, Piumini, Sport
- Opzioni: Rapidi, Avanzamento veloce, Antimacchia
- Dimensioni (HxLxP): 85x59,5x55,1 cm



OFFERTE DISPONIBILI NEI PUNTI VENDITA

**coop incoop\* ipercoop**

DEL GRUPPO UNICOOP TIRRENO

\* In alcuni minimercati, le offerte soci sui prodotti non alimentari potrebbero essere disponibili esclusivamente su prenotazione.



RISERVATO AI SOCI  
UNICOOP TIRRENO

LA CONVENIENZA

DALL'1 AL

VITELLONE COOP  
BISTECHE



PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 14,90 €

**10,43€**

al kg

SCONTO  
30%  
ALLA CASSA

MASSIMO  
10 PEZZI  
PER OGNI CARTA



TRANCIO DI PROSCIUTTO  
STAGIONATO NUOVA SA.MA  
800 g ca.

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 11,50 €

**6,90€**

al kg

MASSIMO  
6 PEZZI  
PER OGNI CARTA

SCONTO  
40%  
ALLA CASSA



MELE GALA  
confezione da 3 kg



PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 4,48 €

**0,90 € al kg**

2,69 € la confezione

SCONTO  
40%  
ALLA CASSA

MASSIMO  
10 CONF.  
PER OGNI CARTA



FUNGHI PORCINI VECCHI  
surgelato - tagliati - 1 kg

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**8,90€**

MASSIMO  
6 PEZZI  
PER OGNI CARTA



POLPA DI POMODORO ITALIANO  
MUTTI

400 g x 3

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**1,49€**

1,24 € al kg

MASSIMO  
6 CONF.  
PER OGNI CARTA



GORGONZOLA DOP DOLCE IGOR  
400 g

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 4,50 €

**2,70€**

6,75 € al kg

SCONTO  
40%  
ALLA CASSA

MASSIMO  
6 PEZZI  
PER OGNI CARTA



OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA  
BERTOLLI

gentile/robusto - 1 litro

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**4,29€**

MASSIMO  
6 PEZZI  
PER OGNI CARTA  
TRA I DUE TIPI



OFFERTE DISPONIBILI NEI PUNTI VENDITA

\* In alcuni minimercati, le offerte soci sui prodotti non alimentari

# ENZA A MISURA DI SOCIO

## 15 OTTOBRE

**CANTINA MORELLINO DI SCANSANO**  
morellino di Scansano docg/vermentino toscano igt  
75 cl

**PREZZO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO**

**3,59€**

4,79 € al litro

MASSIMO  
6 PEZZI  
PER OGNI CARTA  
TRA I DUE TIPI



**GUANCIALE MEMORY FORM**  
saponetta - 42 x 72 cm/  
doppia onda - 60 x 43 cm

**PREZZO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO**

Anziché 28,00 €

**19,60 €**

**SCONTO 30%**

**100% Memorex**

Schiuma in poliuretano visco-elastica ad alta densità, si modella alla forma del collo. Le proprietà decomprimenti del Memorex, alleviano i dolori cervicali, favorendo la circolazione del sangue. Anatomico, antibatterico. Rivestiti in tessuto NEUTRALIZER BACTERIAL

**dormir**  
PROGETTATO PER RIPOSARE



**BAGNODOCCIA NEUTRO ROBERTS**  
vari tipi - 500 ml x 2

**PREZZO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO**

**2,99€**

MASSIMO  
4 CONF.  
PER OGNI CARTA  
TRA I VARI TIPI



**IDROPULTRICE AD ALTA PRESSIONE**  
Mod. NHPC135-1600

**PREZZO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO**

**75,00€**

Potenza max motore 1600 Watt  
Motore con spazzole in carbonio  
Pressione continua 90 bar  
Pressione max 135 bar  
Portata 5.5 litri/min  
Sistema automatico stop  
Voltaggio 230 V  
Completo di PISTOLA REGOLABILE, TUBO 5 metri,  
CONTENITORE DI SAPONE, 2 RUOTE



**PIGIAMA UOMO/DONNA POMPEA**  
modelli e misure assortite

**PREZZO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO**

**18,90€**

**VESTAGLIA DONNA NERONOTTE**  
IN TESSUTO CORAL  
colori e fantasie assortite

**PREZZO PER I SOCI UNICOOP TIRRENO**

**16,90€**

**NeroNotte**



Misuratore di pressione BM55 USB

Indicatore del valore a riposo brevettato per risultati di misurazione precisi  
Pulsanti Sensor Touch

**SCONTO 40%**

Anziché 79,90 €

**47,94€**

Inalatore IH40

Per il trattamento delle vie respiratorie superiori e inferiori, raffreddore, asma - tecnologia a ultrasuoni  
Tempo di inalazione breve >0,4 ml/min

Anziché 69,90 €

**48,93€**

**SCONTO 30%**

Termometro multifunzione 6in1 FT65

Misurazione rapida alla fronte, all'orecchio, allarme febbre tramite LED, 10 posizioni di memoria - Tecnologia di misurazione a raggi infrarossi - Display ben leggibile

Anziché 34,90 €

**24,43€**



**SCONTO 30%**

**beurer**  
SALUTE E PREVENZIONE



RISERVATO AI SOCI  
UNICOOP TIRRENO

LA CONVENIENZA

DAL 16 AL

SUINO ITALIANO ARISTA  
SENZ'OSSO A TRANCI



PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita



PECORINO STAGIONATO MURAVERA  
SARDAFORMAGGI

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita



PIZZA ITALPIZZA 26x38 cm  
surgelato - margherita - 450 g/  
prosciutto e funghi - 545 g

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita



UVA ITALIA  
confezione da 2,5 kg



PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita



PASTA DI SEMOLA  
BARILLA  
formati classici assortiti - 500 g

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita



MOZZARELLA DI LATTE DI BUFALA  
100% ITALIANO MANDARA  
100 g x 3

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita



OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA  
EXTRA COSTA D'ORO  
1 litro

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita



OFFERTE DISPONIBILI NEI PUNTI VENDITA

\* In alcuni minimercati, le offerte soci sui prodotti non alimentari

# ENZA A MISURA DI SOCIO

## 31 OTTOBRE

PASSATA EXTRAFFINE POMODORO 100% TOSCANO  
IL DELICATO PETTI  
700 g x 4

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO



SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita

LINEA INTIMO SLOGGI  
slip donna  
modelli e colori assortiti

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

CONF. X 2  
**7,99€**

slip/boxer uomo  
colori assortiti

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

CONF. X 2  
**8,99€**



CAFFÈ KIMBO AROMA ITALIANO  
250 g x 4

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO



SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita

COMPLETO LETTO GABEL 100% COTONE  
FIBRA NATURALE  
fantasie assortite - singolo - 160 x 280 cm

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 41,50 €  
**24,90€**

SCONTO  
40%



CANTINE PITIGLIANO  
rosso della Toscana igt/  
bianco di Pitigliano doc - 2 litri

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO



SCOPRI  
IL PREZZO  
nel tuo punto  
vendita

1 piazza e mezzo - 180 x 280 cm

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 49,90 €  
**29,94€**

matrimoniale - 240 x 280 cm

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 59,90 €  
**35,94€**

LAMPADINE LED STAR CLASSIC OSRAM  
classe energetica A+  
modelli disponibili: A60W E27, B40W E14, P40W E27

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

**6,99€**



LAVAPAVIMENTI A VAPORE STEAM MOP  
BLACK & DECKER  
Mod. FSM1610

PREZZO PER I SOCI  
UNICOOP TIRRENO

Anziché 99,00 €  
**74,25€**

SCONTO  
25%

Elimina il 99.9% dei germi e batteri senza necessità di detersivi  
Serbatoio rimovibile per facilitare le operazioni di riempimento e svuotamento  
Riscaldamento rapido in soli 15 secondi con indicatore luminoso  
Utilizzabile con acqua del rubinetto, grazie al sistema di filtraggio interno  
Rimane in posizione di parcheggio verticale quando non in uso;  
se è accesa si attiva la funzione di autospegnimento  
Il panno con tecnologia Easy Glide™ in microfibra e nylon garantisce massima scorrevolezza ed efficacia di raccolta dello sporco, è rimovibile e lavabile in lavatrice  
Panno e tappetino di rimessaggio in dotazione



dall'8 Ottobre al 4 Novembre 2015

**SCOPRI NEI PUNTI VENDITA  
DELLE NOSTRE  
REGIONI...**

*Sapori  
di  
Toscana*

*Sapori  
del  
Lazio*

**...IL CATALOGO  
CON I PRODOTTI  
DEL TUO TERRITORIO.**

[www.unicooptirreno.e-coop.it](http://www.unicooptirreno.e-coop.it)