# Articoli Selezionati

## EVIDENZA


| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 26/04/16 | Gazzetta del Mezzogiorno Bari | 6 | Caritas, Cri e Andromeda 1.700 materassi in regalo | ... | 1 |
| 26/04/16 | Repubblica Bari | 7 | I materassi delle navi Msc per i dormitori dei senzatetto | ... | 2 |
| 26/04/16 | Corriere del Mezzogiorno Bari | 1 | Ai poveri i materassi delle navi crociera | ... | 3 |


## RISTORAZIONE


| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 23/04/16 | Giornale | 29 | Fra arte e cibo nasce un brand per decorare la cucina | ... | 4 |
| 23/04/16 | Giornale | 29 | Invenzioni da chef Ora il piatto d'autore finisce in un vasetto | Bertera Maurizio | 5 |
| 23/04/16 | Messaggero Cronaca di Roma | 38 | Giubileo, 5 milioni di pellegrini: consumi giù - Giubileo, 5 milioni di fedeli ma per bar e hotel è un flop | Mozzetti Camilla | 8 |
| 23/04/16 | Italia Oggi | 17 | Muji apre a Milano il più grande store in Europa - Muji, a Milano pronti per il food | Sottilaro Francesca | 10 |
| 23/04/16 | Corriere della Sera | 37 | La colazione a ogni ora (in Usa) spinge i conti di McDonald's | ... | 12 |
| 23/04/16 | Repubblica Milano | 2 | Duello Sala-Parisi per conquistare i commercianti - Il business Expo accende il duello tra Parisi e Sala davanti ai commercianti | a.gall | 13 |
| 23/04/16 | Giorno - Carlino - Nazione | 26 | Intervista a Giovanni Cobolli Gigli - Consumi, riparte la corsa ai negozi «Ma la ripresa è ancora lontana» | Perego Achille | 16 |
| 23/04/16 | Il Piacere della Lettura | 22 | Intervista a Massimo Bottura - «L'alta cucina? Con gli avanzi» | Bassini Mauro | 18 |
| 24/04/16 | Avvenire | 23 | Pianeta verde - I consumi alimentari vanno. Ma i produttori non coprono i costi | Zaghi Andrea | 20 |
| 24/04/16 | Gazzetta del Mezzogiorno Capitanata | 8 | Operatori della ristorazione | ... | 21 |
| 25/04/16 | Corriere della Sera Economia | 35 | Commercio. L'Italia delle reti tesse la ripresa | Fava Felice | 22 |
| 25/04/16 | Corriere della Sera Economia | 35 | Passerella bolognese per chi vuole aprire bottega | FE. FA. | 23 |
| 25/04/16 | Corriere della Sera Economia | 36 | Sfide. Le catene si allungano: 400 aperture all'estero | Fava Felice | 24 |
| 25/04/16 | Corriere della Sera Economia | 36 | Le novità - Le utlime passioni alimentari | BA. MILL. | 26 |
| 25/04/16 | Corriere della Sera Economia | 37 | Mettersi in proprio Partire col piede giusto: ecco i settori più caldi | Millucci Barbara - FE. FA. | 27 |
| 25/04/16 | Repubblica Affari&Finanza | 19 | Cremonini, Chef Express vuole raddoppiare i ricavi in autostrada | Lonardi Giorgio | 29 |
| 25/04/16 | Repubblica Affari&Finanza | 30 | Focus osserva Italia - Come vendere frutta e verdura? otto idee vincenti dagli studenti | v.d.c. | 30 |
| 25/04/16 | Repubblica Affari&Finanza | 31 | Focus osserva Italia - "Investire sui giovani è la strada maestra per il futuro del Paese" | Frojo Marco | 31 |
| 25/04/16 | Repubblica Affari&Finanza | 32 | Rapporti franchising - Negozi, la catena traina gli affari dilagano le offerte dell'alimentare | Frojo Marco | 33 |
| 25/04/16 | Repubblica Affari&Finanza | 33 | Rapporto franchising - Dall'intimo all'hi-tech grandi firme e outsider a caccia di associati | Aoi Stefania | 35 |
| 25/04/16 | Corriere Imprese Bologna | 5 | Intervista a Francesco Pugliese - Francesco Pugliese «Leadership del carrello, è l'obiettivo di Conad» - «Vogliamo essere i primi» | Rinaldi Andrea | 37 |
| 25/04/16 | Repubblica Affari&Finanza | 33 | Rapporto franchising - Patto del sistema con i clienti "più garanzie ai consumatori" | st.a. | 40 |
| 25/04/16 | Corriere Imprese Bologna | 5 | La Margherita nata da Mercurio che fiorisce in Italia e in Europa | A.Rin. | 41 |
| 25/04/16 | Repubblica Affari&Finanza | 34 | Rapporto franchising - Bistrot, etnici e vegani nuovi ristoranti crescono | Di Palma Sibilla | 42 |
| 25/04/16 | Repubblica Affari&Finanza | 34 | Rapporto franchising - Nord Est la terra è fertile | s.d.p. | 43 |
| 26/04/16 | Il Fatto Quotidiano | 22 | Intervista a Michael Pollan - "Il paradosso? La cucina ormai è uno sport per spettatori" | Musolino Francesco | 44 |


## ALIMENTAZIONE


| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 23/04/16 | Repubblica | 20 | Intervista a Mario Piccialuti - "Prodotti controllati, il nostro grano è sicuro" | e.d. | 46 |
| 23/04/16 | Lattacco | 5 | Corretta alimentazione e piantine, in villa si sta felici | ... | 47 |
| 23/04/16 | Io Donna | 58 | "Cara mi sono innamorato. Del tofu" | Chiale Stefania | 48 |
| 23/04/16 | Gioia | 183 | Il genere magro | ... | 51 |
| 23/04/16 | Repubblica D | 79 | Ragiona con la pancia | Bortolato Claudia | 53 |
| 24/04/16 | Famiglia Cristiana | 87 | Alto contenuto di acido folico | ... | 55 |
| 24/04/16 | Avvenire | 24 | Notizie - L'IBDO 'fotografa' obesità e diabete nel Belpaese | W. S. | 56 |
| 24/04/16 | Gazzetta dello Sport | 43 | Intervista ed Eliana Liotta - Il boom della dieta "smart" Mangiare sano a tavola fa dimagrire e allunga la vita | Angelini Stefania | 57 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| *24/04/16* | **Giorno - Carlino - Nazione** | **42** | Intervista a Fausto Bellabona - Le tre facce dell'astenia Tiroide, fegato, surrene danno stanchezze diverse | *Del Ninno Loredana* | 58 |
| *26/04/16* | **Avvenire** | **3** | Cibi «senza glutine» Nuova necessità o una moda costosa? - Tutti i cibi «senza glutine» Necessità o moda costosa? | *Sironi Vittorio A.* | 60 |
| *26/04/16* | **Repubblica Salute** | **34** | Latte di mamma e poi cibo della sua terra | *Pini Valeria* | 62 |
| *26/04/16* | **Repubblica Salute** | **35** | Se mangi troppo pensi male | *Del Bello Giuseppe* | 63 |
| *26/04/16* | **Repubblica Salute** | **37** | Col miele i pesticidi fanno meno danni | *Bonfranceschi Anna_Lisa* | 66 |
| *26/04/16* | **Corriere di Bologna** | **14** | La dieta ideale per gli over 65 | *Amaduzzi Marina* | 69 |
| *26/04/16* | **Corriere della Sera** | **39** | Interventi e repliche - La sicurezza alimentare nel nostro Paese | *Borzacchiello Giuseppe* | 71 |
| *26/04/16* | **Gente** | **92** | Cara mamma fammi dimagrire | *Ruggeri Igor* | 72 |

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 13.583
Lettori Ed. I 2015: 135.000
Quotidiano - Ed. Bari

LA GAZZETTA DI BARI

Dir. Resp.: Giuseppe De Tomaso

26-APR-2016
da pag. 6
foglio 1
www.datastampa.it

SOLIDARIETÀ IL VICESINDACO BRANDI: «SOSTEGNO AI BISOGNOSI»

# Caritas, Cri e Andromeda 1.700 materassi in regalo

## Una rete tra Msc, Incontra e Ladisa

● Millesettecento materassi regalati a Caritas, Croce Rossa e dormitorio Andromeda. Sono il regalo ai senza fissa dimora della città, una rete di solidarietà che vede uniti l'associazione di volontariato Incontra, Città Metropolitana, Msc Crocere, Ladisa Ristorazioni e Fiera del Levante. I primi 140 materassi donati dalla Msc sono arrivati ieri mattina. A riceverli sulla banchina del porto il vicesindaco Vincenzo Brandi e il presidente di Incontra, Gianni Macina. I materassi sono stati poi trasportati in Fiera con i mezzi della Ladisa.

«Una collaborazione di forze che ci ha consentito di raggiungere un importante risultato - ha commentato Brandi -. Parte dei 1700 materassi, che giungeranno a Bari nelle prossime settimane, saranno destinati alle sedi di accoglienza di Caritas, Croce Rossa e Andromeda così come concordato con le associazioni del territorio e con il nostro assessorato al Welfare. Devo ringraziare la compagnia di navigazione MSC Crociere, sempre attenta nelle attività di sostegno ai più bisognosi, l'associazione Incontra che ha curato tutte le fasi burocratiche e operative dell'iniziativa, la società barese Ladisa Ristorazione che ha messo a disposizione i propri mezzi utili al trasporto e la Fiera presso i cui locali saranno depositati i materassi in attesa dello smistamento in favore delle associazioni destinatarie», In occasione dell'arrivo della nave, il vicesindaco ha preso contatti con l'ufficiale di bordo per «concordare la possibilità di essere destinatari di altri beni quali cuscini, lenzuola e coperte ricevendone la disponibilità che sarà oggetto di successive intese operative».

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 4.761
Lettori Ed. I 2015: 38.000
Quotidiano - Ed. Bari

la Repubblica BARI

Dir. Resp.: Mario Calabresi

26-APR-2016
da pag. 7
foglio 1
www.datastampa.it

L'ACCORDO

# I materassi delle navi Msc per i dormitori dei senzatetto

Arrivano a Bari i primi 140 dei 1.700 materassi donati dalla MSC Crociere. A riceverli sulla banchina del porto di Bari il vicesindaco Vincenzo Brandi ed il presidente e volontari dell'associazione Incontra. I materassi sono stati poi trasportati all'interno della Fiera del Levante con l'ausilio di mezzi messi a disposizione dalla Ladisa ristorazioni.
"Una collaborazione di forze che ci che ha consentito di raggiungere una importante risultato - ha commentato Vincenzo Brandi - Parte dei 1700 materassi, che giungeranno a Bari nelle prossime settimane, saranno destinati alle sedi di accoglienza di Caritas, Croce Rossa e Andromeda così come concordato con le associazioni del territorio e con il nostro assessorato al Welfare. Devo ringraziare la compagnia di navigazione MSC Crociere, sempre attenta nelle attività di sostegno ai più bisognosi, l'associazione Incontra che ha curato tutte le fasi burocratiche e operative dell'iniziativa, la società barese Ladisa Ristorazione che ha messo a disposizione i propri mezzi utili al trasporto e la Fiera del Levante presso i cui locali saranno depositati i materassi in attesa dello smistamento in favore delle associazioni destinatarie". In occasione dell'arrivo della nave, il vicesindaco ha preso contatti con l'ufficiale di bordo per concordare la possibilità di essere destinatari di altri beni quali cuscini, lenzuola e coperte ricevendone la disponibilità che sarà oggetto di successive intese operative".

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I materassi donati da Msc

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 6.198
Lettori Ed. I 2015: 44.000
Quotidiano - Ed. Bari

CORRIERE DEL MEZZOGIORNO
BARI E PUGLIA

Dir. Resp.: Enzo d'Errico

26-APR-2016
da pag. 1
foglio 1
www.datastampa.it

L'iniziativa

di Carlo Testa

# Ai poveri i materassi delle navi crociera

Sono arrivati ieri a Bari i primi 140 dei 1800 materassi donati dalla Msc Crociere: a riceverli sulla banchina del porto il vicesindaco Vincenzo Brandi ed il presidente e volontari dell'associazione Incontra. I materassi sono stati trasportati alla Fiera del Levante con i mezzi messi a disposizione dalla Ladisa ristorazioni. «Una collaborazione di forze che ci che ha consentito di raggiungere un importante risultato - ha detto Brandi - parte dei materassi, che giungeranno a Bari nelle prossime settimane, saranno destinati alle sedi di accoglienza di Caritas, Croce Rossa e Andromeda così come concordato con le associazioni del territorio e con il nostro assessorato al Welfare. Devo ringraziare la compagnia di navigazione Msc Crociere, sempre attenta nelle attività di sostegno ai più bisognosi, l'associazione Incontra che ha curato tutte le fasi burocratiche e operative dell'iniziativa e la società barese Ladisa Ristorazione». Ieri, come ogni lunedì, la Msc Orchestra è arrivata a Bari e, per la prima volta, si è dato il via alle operazioni di recupero dei materassi che gli standard qualitativi della flotta internazionale impongono di cambiare periodicamente. Incaricata a ricevere la donazione dei primi materassi l'Associazione di volontariato Incontra che si è impegnata, sino a fine luglio, a riceverne 1.800.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 143.225
Diffusione 02/2016: 74.885
Lettori Ed. III 2015: 473.000
Quotidiano - Ed. nazionale

il Giornale

Dir. Resp.: Alessandro Sallusti

23-APR-2016
da pag. 29
foglio 1
www.datastampa.it

EVENTO A GROTTAFERRATA

# Fra arte e cibo nasce un brand per decorare la cucina

■ Un evento di arte e cucina con sottofondo musicale. Questa sera dalle 20.30 a villa Monte d'Oro di Grottaferrata, a due passi dalla Capitale.

Per celebrare la nascita del brand «Vivinà: Come vi decoro la cucina» ideato da Viviana Natale in partnership con Ville Romane Catering. «È un modo per far conoscere la nostra attività - dice Viviana Natale, cuoca, con un passato nei migliori ristoranti dello Stivale - Mostreremo come si stende la pasta sfoglia o come si può preparare il pane in casa. Da buona donna del sud, sono siciliana, amo i piatti tradizionali e la cucina mediterranea».

E sono queste le delizie che Natale presenterà stasera nella splendida cornice di villa Monte d'Oro di Grottaferrata.

Ad accogliere gli ospiti l'esposizione di quadri del pittore Massimo Maffei che ha ritratto anche Viviana Natale a figura intera e le canzoni del gruppo Flower, alla consolle la dj Daniela Martani.

La festa abbia inizio. Con un occhio di riguardo alle decorazioni, fiore all'occhiello - è il caso di dirlo - della signora Natale. «Ho sempre amato curare i centrotavola di persona e abbinarli a tovaglie o piatti e bicchieri». Ecco mazzi di erbe aromatiche disposti sulle tavole: rosmarino, lavanda, salvia selvatica. Fiori nelle nuances dal rosa al violetto e profumi d primavera.

Via all'aperitivo e alle tante pietanze finger food, per chi ama la carne e per chi non la sopporta. Lasagnette miste (con ragù di carne o sola verdura), tortelli, mozzarelline di bufala, uova di quaglia e tartufo, fritti serviti nei coni di carta. E poi: carpaccio di pesce, melanzana di parmigiana, sfoglie di zucchine, melanzane, peperoni. Formaggi e dolci a guarnire il finale.

Tutti i dolci a bicchiere e un'immensa torta a sorpresa per celebrare la nuova collaborazione dei due brand, Vivinà e Ville Romane Catering. Per informazioni:villeromanecatering.it e vivina.it

**TAVOLE DECORATE** Viviana Natale, ideatrice del brand «Vivinà come vi decoro la cucina»

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 143.225
Diffusione 02/2016: 74.885
Lettori Ed. III 2015: 473.000
Quotidiano - Ed. nazionale

il Giornale

Dir. Resp.: Alessandro Sallusti

23-APR-2016
da pag. 29
foglio 1 / 3
www.datastampa.it

LA MODA DEI JARIT

# Invenzioni da chef Ora il piatto d'autore finisce in un vasetto

*Il cibo si può invasare o cuocere direttamente nel contenitore. Dopo 16 giorni non va consumato*

**Maurizio Bertera**

■ Vasi e vasetti sono parte integrante del «corredo» di molti bravi chef, in varie forme. Facile pensare all'Officina di Moreno Cedroni che già nel 2003 (fu rivoluzione all'epoca) «traduceva» - in barattoli e scatolette - alcuni classici della Madonnina del Pescatore. Al di là della semplice visione estetica (siamo invasi da dessert al cucchiaio serviti in vasetti), sulle migliori tavole italiane, capita di imbattersi in piatti dove la rifinitura finale avviene all'interno del contenitore di vetro, sfruttando il calore. In generale, la vasocottura sta tornando di gran moda: prova ne sia che nell'ultima serie di Masterchef - bene o male, termometro di tendenze e passioni - uno dei duelli nella cucina di Heinz Beck si è svolto su questa tecnica, salubre e d'effetto. Ora c'è chi ha messo «a sistema» l'idea di racchiudere un piatto d'autore in un vasetto: è Jarit e ha tutte le carte in regola per conquistarsi un posto al sole, pensando alla tristezza, soprattutto cittadina, di tante pause pranzo tra panini cartonati e «piattini» indecenti. La «luce» - non usiamo il termine a caso - si è accesa nella mente di Matteo Pisciotta, un signor chef, stellato Michelin quando creava arditamente all'Osteria del Sass di Besozzo e ora in regia al Luce (ecco...), locale di design ospitato nella splendida Villa Panza di Varese. Supportato dal fedele sous-chef Andrea Piantanida, ha iniziato a ragionare sul tema un anno fa, pensando alle esigenze dei servizi esterni. «Io e la brigata volevamo riprodurre piatti di alta cucina, renderli perfetti dal punto di vista alimentare e trasportabili, in modo che una veloce rigenerazione li portasse allo stato iniziale. I test hanno funzionato e alla fine è nato un team dove ciascun cuoco mette le sue idee in un vasetto». Se gli Jarit più semplici sono preparati direttamente con la vasocottura, quelli d'autore subiscono un processo più complicato: lo chef prepara la linea per la ricetta, la invasa e attraverso vari passaggi di cottura e abbattimento, si arriva alla forma definitiva. Anche in questo caso, la salubrità è a prova di bomba: dopo 16 giorni, gli Jarit vengono tolti dal mercato ma non per ragioni tecniche - la conservazione è sui due mesi - bensì per mantenere l'artigianalità della preparazione e la pienezza dei sapori. Leggiamo qualche proposta del menu, pardon collezione Jarit, di aprile: Riso basmati con verdure, gamberi, salsa curry, banane e mandorle (Claudio Sadler); Girandola di pesce bianco su schiacciata di patate al limone, salsa di barbabietola e yogurt alla menta (Antonella Ricci); Lasagnetta di spinaci, ragù di faraona, fonduta di Parmigiano (Katia Maccari); Cotoletta di vitello alla milanese, crema di cavolfiore, carpione delicato (Matteo Pisciotta), Tonno di coniglio, crema e punte d'asparago (Lorenzo Secondi) e via su questo livello. Poi i dolci - come la Mousse di fragole, gelatina al Pedro Ximenez e un paio di idee per i vegetariani che ruotano stagionalmente. I prezzi? 8 euro per i classici, 10-14 per le proposte firmate e 5 per i dessert. L'attenzione al prodotto impiegato è testimoniata da tre percentuali: il 100% di ortaggi e frutti sono freschi, il 95% delle carni e dei pesci sono di origine nazionale e le certificazioni DOP-IGP riguardano il 45% delle materie prime. Parallelamente all'offerta on-line che permette il delivery a casa, in ufficio o al parco (specificando se uno intende consumarlo subito o conservarlo), c'è la possibilità di acquistare i vasetti negli store e consumarli anche sul posto. Il principale è a Milano, in Piazza Santo Stefano, dove ci sono anche gli Jarit «del giorno» preparati come tutti gli altri da Lorenzo Secondi, chef esperto e già stellato. Due sono a Varese e un altro ancora si trova al Dopolavoro Bicocca, sempre nella città dei Navigli. Ma siamo davvero ai prodromi del network visto che ci sono richieste di altri store in Italia e si sta concretizzando il sogno di un megastore a New York. Personalmente non ci stupiremmo di vederli comparire nella Business Class di qualche compagnia aerea: Pisciotta sorride come quando lavora sui vasetti con la brigata («Due giorni al mese, seriamente ma con spirito ludico» precisa) e sembra darci la conferma che prima o poi gusteremo un Jarit tra le nuvole.

MEDIA PRESS
MONITORAGGIO MEDIA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 143.225
Diffusione 02/2016: 74.885
Lettori Ed. III 2015: 473.000
Quotidiano - Ed. nazionale

il Giornale

Dir. Resp.: Alessandro Sallusti

23-APR-2016
da pag. 29
foglio 2 / 3
www.datastampa.it

# Delizie sottovetro

**TRADIZIONALE** Ravioli di magro, pomodoro siciliano e basilico, di Lorenzo Secondi

**AL LIMONE** Crema e bouquet di verdure

**VEGETARIANO** Orto nel vaso, olio extravergine alle erbe aromatiche

**SIA CARNE CHE PESCE** Cotoletta di vitello alla milanese, crema di cavolfiore, carpione delicato: firmato Matteo Pisciotta

**ORIENTALEGGIANTE** Riso basmati con verdure, gamberi, salsa curry, banane e mandorle: un'idea di Claudio Sadler

**RIVISITATO** Lasagna e spinaci, ragù di faraona, fonduta di parmigiano, di Katia Maccari

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 143.225
Diffusione 02/2016: 74.885
Lettori Ed. III 2015: 473.000
Quotidiano - Ed. nazionale

il Giornale

Dir. Resp.: Alessandro Sallusti

23-APR-2016
da pag. 29
foglio 3 / 3
www.datastampa.it

**STORE JARIT** In Piazza Santo Stefano, a Milano. I vasetti si possono anche consumare sul posto

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 73.392
Lettori Ed. I 2015: 679.000
Quotidiano - Ed. Roma

Il Messaggero CRONACA di ROMA

Dir. Resp.: Virman Cusenza

23-APR-2016
da pag. 38
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

# Giubileo, 5 milioni di pellegrini: consumi giù

Dall'apertura della Porta Santa 5.087.000 pellegrini sono giunti a Roma per vivere il Giubileo della Misericordia indetto da Papa Francesco. Ma di loro, pare non esserci traccia nei ristoranti, alla cassa delle oltre 60mila attività commerciali di Roma. Soprattutto, non c'è traccia negli hotel regolari della città. L'Ente bilaterale del Turismo del Lazio ha fotografato l'andamento turistico nella Capitale relativo al primo trimestre del 2016: rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente gli arrivi si sono ridotti del 3,52%, mentre le presenze hanno registrato un -3,23%.

all'interno

# Giubileo, 5 milioni di fedeli ma per bar e hotel è un flop

▶Il bilancio dall'apertura della Porta Santa: molti pellegrini ma gli incassi sono in calo

▶La delusione degli operatori: «Chi arriva non pernotta e riduce al minimo i consumi»

## I DATI

AAA cercasi pellegrini. Di quelli però che, oltre a soddisfare il proprio bisogno di fede, siano anche disposti a soggiornare almeno una notte in una delle 47.947 camere degli alberghi regolari della Capitale, pronti a sedersi a tavola, in un ristorante, per consumare un pasto e magari finanche disponibili ad acquistare un souvenir della città Eterna da riportare in patria. Qualunque essa sia. Perché nel giorno in cui il sito ufficiale dell'Anno Santo straordinario - facente capo al Pontificio Consiglio della Nuova evangelizzazione - dirama i dati sui fedeli che finora sono giunti nella Capitale prendendo parte al Giubileo, la Federalberghi Roma e tutte le associazioni legate al commercio replicano: «Dove sono questi pellegrini? Dove soggiornano? Di cosa si nutrono? Dietro questi numeri - constatano - mancano le persone in carne ed ossa».

## GLI ARRIVI

La cifra è imponente: dall'apertura della Porta Santa 5.087.000 pellegrini sono giunti a Roma per vivere il Giubileo della Misericordia indetto da Papa Francesco. Ma di loro, pare non esserci traccia nei ristoranti, alla cassa delle oltre 60mila attività commerciali di Roma. Soprattutto, non c'è traccia negli hotel regolari della città. Pellegrini di passaggio? Oppure clienti delle oltre 50mila strutture ricettive come B&B e case vacanze abusive o di quelle facente capo direttamente o indirettamente alla Chiesa? Difficile dirlo. Di fatto, però, andando ad analizzare i dati e le percentuali raccolte dalle associazioni, queste ingenti presenze di fedeli hanno disatteso ogni aspettativa di crescita maturata all'alba del Giubileo, che addirittura stimava per Roma un aumento del 2% del Pil. L'Anno Santo straordinario non ha sortito, finora, quel miracolo tanto atteso. L'economia romana del terzo settore resta stagnante. Anzi, peggiora anche un po'. Gli alberghi erano e restano pressoché vuoti, i ristoranti perdono clienti, i negozi, i clienti, li vedono sempre più raramente. «Nei primi tre mesi del 2016 il settore ha conteggiato un calo sull'occupazione delle stanze alberghiere, rispetto al trend del

MEDIA PRESS
MONITORAGGIO MEDIA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 73.392
Lettori Ed. I 2015: 679.000
Quotidiano - Ed. Roma

Il Messaggero CRONACA di ROMA

Dir. Resp.: Virman Cusenza

23-APR-2016
da pag. 38
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

2015 senza Giubileo, del 4%», argomenta il direttore della Federalberghi Roma, Tommaso Tanzilli. E anche oggi quando la Capitale si appresta ad accogliere uno dei principali appuntamenti dell'Anno Santo - vale a dire il Giubileo dei ragazzi che dovrebbe portare proprio a Roma questo weekend circa 70mila giovani - le stanze regolari negli hotel vuote superano il 20%. L'Ente bilaterale del Turismo del Lazio ha fotografato l'andamento turistico nella Capitale relativo al primo trimestre del 2016: rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente gli arrivi si sono ridotti del 3,52%, mentre le presenze hanno registrato un -3,23%. Bisogna allora fare una distinzione perché pellegrino non è necessariamente sinonimo di turista. «Può esserlo - argomenta il direttore dell'Ente bilaterale, Giancarlo Mulas - ma il suo profilo è più simile a quello dell'escursionista, di chi cioè arriva a Roma per un motivo preciso, senza il bisogno di pernottare o consumare qualsiasi tipo di bene». Anche sul versante del commercio e della ristorazione questa differenziazione è la chiave di volta per spiegare l'andamento degli affari. «I ristoranti che offrono pasti per una spesa pro-capite media di circa 30 euro - aggiunge il presidente della Fipe Confcommercio - non hanno in alcun modo beneficato dell'indotto giubilare».

## I CONSUMI

Al contrario sono stati i bar, i piccoli esercizi a ridosso di San Pietro e delle Basiliche giubilari a tirar un sospiro di sollievo, offrendo panini o tramezzini a non più di dieci euro. «Anche se - prosegue Claudio Pica, a capo dell'associazione Pubblici esercizi della Confesercenti - proprio da dicembre ad oggi sono comparse più di 500 strutture di questo tipo che hanno contribuito a dilazionare ancora più nettamente i fatturati che da dicembre a oggi hanno comunque registrato una flessione del 15% rispetto allo stesso periodo del 2015». Lo stesso commercio al dettaglio ha segnato un -5% sulle vendite nelle attività del Centro e in sostanza il risultato per il numero uno della Confcommercio, Rosario Cerra è questo: «Al Giubileo è mancata la città, la lungimiranza e la capacità di saper sfruttare quest'evento». L'Assoturismo Confesercenti, infine, ha svolto in queste ultime settime un sondaggio su oltre 100 associati del centro storico. «Per il 60% degli intervistati - spiega Valter Giammaria, presidente della Confesercenti - anche in questi mesi di Giubileo la città è rimasta uguale a prima: ovvero caotica e degradata, mentre per il 30% è addirittura peggiorata e solo per il 10% è migliorata».

**Camilla Mozzetti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I conti

### Alberghi meno 4%

Nei primi tre mesi del 2016 c'è stato un calo della occupazione delle stanze rispetto al 2015

### Ristoranti quasi vuoti

I fatturati di questi mesi rispetto al periodo dicembre marzo del 2015 in calo del 10 %

### Negozi: meno 5%

Il commercio al dettaglio ha segnato un meno 5 per cento sulle vendite in centro

## I numeri

| 5.087.000 | -4% | -10% | -15% | -5% |
|---|---|---|---|---|
| i pellegrini giunti a Roma da dicembre | le presenze negli hotel regolari di Roma rispetto al primo trimestre 2015 | calo del fatturato nei ristoranti | bar e piccoli bistrot | commercio al dettaglio |

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 72.642
Diffusione 02/2016: 34.073
Lettori Ed. III 2015: 117.000
Quotidiano - Ed. nazionale

ItaliaOggi

Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi

23-APR-2016
da pag. 17
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

DESIGN NO LOGO

**Muji apre a Milano il più grande store in Europa**

*Sottilaro a pag. 17*

*Nel più grande store europeo si comincia con le bibite. Moda bimbo e libri fra le novità*

# Muji, a Milano pronti per il food

## *Entro due anni la linea celebrativa della tavola italiana*

DI FRANCESCA SOTTILARO

Muji ha appena inaugurato a Milano lo store più grande d'Europa in Corso Buenos Aires: un contenitore di mille metri quadri e tre piani per spiegare la filosofia del colosso giapponese no logo, con area bimbi, abbigliamento, design, cancelleria e la grande novità dei libri.

Nel negozio, che dal 2017 ospiterà un'area ristorazione e una linea della tavola che celebra la Penisola (Found Muji Italia) si appresta a debuttare intanto la prima novità dell'insegna in fatto di food experience: si tratta del tè Muji, rigorosamente senza marchio, in 5 varianti, per ora da gustare per strada, prezzo al pubblico 1,95 euro. «Il lancio è previsto fra 10 giorni e segue quello di Londra e Parigi dove, in una settimana, sono state vendute oltre mille bottiglie», spiega **Kenta Horiguchi**, presidente di Muji Italia. «Si tratta di un segnale importante, che ci sta facendo riflettere sulla maturità del mercato europeo nell'accogliere prodotti food a marchio Muji».

Di mezzo ci sono licenze da reperire per aprire la catena Muji cafè & meal (si veda *ItaliaOggi* del 27/1/2016), ma anche la necessità di trovare partner per assicurare l'esperienza del cibo (che in Giappone vale il 10% dell'offerta e in Oriente il 50%) ai ritmi del Vecchio Continente.

«La strategia in atto a livello globale è far si che i clienti stiano il più possibile nei nostri negozi, fosse anche per gustare un buona tazza di caffè», sottolinea Horiguchi. «In Italia partiamo con il piede giusto: gli amanti del nostro brand si interessano, chiedono, sono curiosi. Ma abbiamo studiato aree ad hoc per prolungare la permanenza in store».

In tutti e tre i piani, ma più marcatamente al terzo dedicato all'arredamento e al complemento per la casa, sono comparsi come in Giappone i libri: diversi editori italiani, 200 titoli, dalle fiabe ai libri di botanica fino alla cucina, secondo l'idea di far gustare la casa Muji. «Abbiamo chiamato **Fabio Castelli** per selezionare i titoli: ha alle sue spalle per esempio la selezione per il primo bookstore della Triennale», aggiunge.

Da giugno partiranno poi gli eventi in store: il primo è dedicato alla tecnica del ricamo «Sashiko», anche perché nel negozi è possibile personalizzare (con l'aggiunta di 5 euro) borse e abbigliamento secondo un catalogo di ricami e cifre.

Ma gli incontri si legheranno via via ai vari angoli del negozio, l'area Muji to go per esempio, dedicata al viaggio, l'area bimbo o il denim Muji, altra novità del negozio.

«Lo spazio per la moda è raddoppiato rispetto al passato», spiega Horiguchi, «vale oggi il 52% della nostra offerta, contro un 48% dedicato alla casa e alla cancelleria». Si spinge sull'abbigliamento, anche se poi il best seller viene dal lifestyle: è un'aroma diffusore cui è dedicato il bar a parfum al piano terra.

Sempre per l'area casa è la collezione Found Muji. «Si tratta di due linee, una continuativa e l'altra che di volta in volta interpreta il mood di un paese: dalla Francia ai Paesi Baschi e attualmente riguarda la Svezia. Nel giro di due anni celebrerà la tavola Italiana».

L'influenza della tradizione tricolore nello store milanese è comunque palpabile: i libri di cucina sono quelli tradizionali, le caraffe di vetro sono made in Italy e appartengono alla cultura passata delle osterie, c'è anche un servizio di personalizzazione dei biglietti o della cancelleria con le icone tipiche, dallo Stivale al Colosseo.

Muji ha insegne sparse da Torino a Roma, ben 4 riguardano la metropoli Lombarda e qui si continueranno a concentrare gli

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 72.642
Diffusione 02/2016: 34.073
Lettori Ed. III 2015: 117.000
Quotidiano - Ed. nazionale

ItaliaOggi

Dir. Resp.: Pierluigi Magnaschi

23-APR-2016
da pag. 17
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

obiettivi del gruppo. «Abbiamo appena visitato nuove spazi in zona Tortona, ci interessa la parte Sud di Milano, mentre lo storico negozio di Via Torino sarà rinnovato se non cambiata la location, sempre nelle vicinanze», conclude il numero uno di Muji Italia.

L'Europa resta strategica per la casa madre Ryohin Keikaku Ltd (260 miliardi di yen i ricavi 2015, circa 2 miliardi di euro) questo nonostante il peso marginale dei ricavi (vale il 5,2% contro il 66% del Giappone e il 26% dell'area sino-asiatica).

*Riproduzione riservata*

L'entrata dello store milanese e la tavola italiana secondo Muji. A sinistra, la nuova linea di Tè

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Quotidiano - Ed. nazionale

CORRIERE DELLA SERA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

23-APR-2016
da pag. 37
foglio 1
www.datastampa.it

**Primo trimestre** Utile netto +35,4%

# La colazione a ogni ora (in Usa) spinge i conti di McDonald's

Primo trimestre con utile netto di 1,1 miliardi di dollari per McDonald's, in crescita del 35,4% rispetto a marzo 2015. Nel mercato Usa (*nella foto* il Mc vicino a Times square) McDonald's è cresciuta del 5,4% con l'iniziativa che consente la colazione a qualsiasi ora

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 25.609
Lettori Ed. I 2015: 157.000
Quotidiano - Ed. Milano

la Repubblica MILANO

Dir. Resp.: Mario Calabresi

23-APR-2016
da pag. 2
foglio 1 / 3
www.datastampa.it

# Duello Sala-Parisi per conquistare i commercianti

> Il candidato di centrodestra: "Con Expo troppi disagi"
> La replica: "Noi abbiamo fatto, voi avete solo guardato"

Il primo confronto ufficiale tra (quasi) tutti i candidati sindaco è in casa Confcommercio. Con il duello tra Beppe Sala e Stefano Parisi per conquistare il mondo del commercio che si infiamma su Expo. Anche se questa volta il campo di battaglia non sono i conti dell'Esposizione. A partire all'attacco è il candidato di centrodestra: «Con Expo troppi disagi. È stato un evento che doveva accorgersi anche di questa città e non solo di quello che è successo fuori». Nel mirino, il biglietto serale scontato che, secondo i gestori dei locali e dei ristoranti ha fatto migrare la movida sul Decumano. Decisa la replica dell'ex commissario: «Expo non ha penalizzato il commercio. Questo è il metodo della destra che si pone contro tutti e tutto. Mentre noi abbiamo fatto, altri hanno guardato». A difendere Expo anche il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, che ha presentato a tutti gli aspiranti sindaco un programma con le 80 proposte del mondo del terziario: «Expo è stato un riflettore su Milano e ha aperto una prospettiva sulla città. Non sono critico, anzi riconosco che ha valorizzato non solo Milano, ma anche la Lombardia e tutta Italia».

ALESSIA GALLIONE ALLE PAGINE II E III

# Il business Expo accende il duello tra Parisi e Sala davanti ai commercianti

## "Disagi alla città". La replica: "La destra è stata a guardare' Sangalli: Milano ha cambiato passo, ora nuove sfide

**IL CENTROSINISTRA**
Lavoriamo alla leva fiscale quando ci sono cantieri e a un piano di sviluppo per il brand Milano

**IL CENTRODESTRA**
Combattiamo l'abusivismo senza vessare chi è in regola. E basta ideologia sulla mobilità

La foto di gruppo è stata scattata sul palco di Confcommercio. È lì che è andato in scena il primo confronto tra i candidati sindaco. Ma anche il primo scontro in diretta tra Stefano Parisi e Beppe Sala. Con Expo a fare da campo di battaglia. Anche se, questa volta, non c'entrano i conti: sul bilancio, anzi, dopo le parole del presidente del collegio dei liquidatori Alberto Grando che ha parlato di ri-

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 25.609
Lettori Ed. I 2015: 157.000
Quotidiano - Ed. Milano

la Repubblica MILANO

Dir. Resp.: Mario Calabresi

23-APR-2016
da pag. 2
foglio 2 / 3
www.datastampa.it

sultati migliori del previsto e di un'approvazione rapida, i due manager non affilano le armi. Sala si «augura che i conti arrivino prima del voto» e Parisi spiega: «Ho sempre detto che sui conti ha detto la verità». A far scattare il duro botta e risposta sono state le ricadute dell'evento sui ristoranti e sui negozi della città.

È stato Parisi a partire all'attacco: «Anche Expo ha portato disagi. È stato un evento che doveva anche accorgersi di questa città e non solo di quello che è successo fuori». Applausi dagli scontenti in platea. Nel mirino, il biglietto serale a 5 euro e l'effetto movida sul Decumano che avrebbe svuotato tavoli e casse degli esercenti. La replica dell'ex commissario: «Expo non ha penalizzato il commercio. Questo è il metodo della destra che si pone contro tutto e tutti. Facile fare dichiarazioni "acchiappa applausi", ma mentre noi abbiamo fatto, altri hanno guardato». E sulla questione è intervenuto lo stesso presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli: «Non ho capito queste critiche così dure. Expo è stato un riflettore molto importante per la città. Io non sono critico, anzi riconosco che abbia valorizzato non solo Milano, ma anche la Lombardia e il Paese».

C'erano tutti o quasi i candidati sindaco: dieci su dodici (da ieri, Carlo Pedretti di Rivoluzione cristiana ha fatto un passo indietro per appoggiare Nicolò Mardegan di NoixMilano). Sul palco una sola sedia vuota tra gli annunciati, quella di Gianluca Corrado del Movimento 5 Stelle impegnato con Luigi Di Maio. A riunirli Sangalli, che ha presentato il programma del terziario e 80 proposte frutto di tavoli con 100 esperti. Un «patto per lo sviluppo della Grande Milano», l'ha definito. Perché, ha aggiunto, «Milano ha cambiato passo, ma deve vincere nuove sfide». E allora, ecco le richieste: dalla «crescita ragionata delle aree pedonali che non devono isolare» — promossi Navigli e molte zone della movida, ma l'isola al Castello «ha ampi margini di miglioramento» — fino alla «progressiva riapertura dei Navigli». Due strumenti che, insieme, «porterebbero a superare in prospettiva Area C» che «ha bisogno di un tagliando e non va allargata», con l'ingresso libero per i motori a basso impatto ambientale e l'esenzione per i residenti del centro. L'accusa più forte: «Meno tasse e più incentivi per le imprese in difficoltà per i cantieri».

L'intervento più acceso è stato quello di Parisi, con i passaggi più duri accompagnati da applausi. No, lui non condivide l'ottimismo di Sangalli. Anzi, «serve un profondo cambiamento». La politica della mobilità «deve essere fatta collaborando con voi», «l'abusivismo commerciale va combattuto», le imprese non possono essere più «vessate» dalle tasse e chiudere per un «cantiere». Fino all'affondo su Expo e la distanza da proposte di Sangalli come la riapertura dei Navigli e le pedonalizzazioni. Da Sala una promessa: «Farò per commercio e turismo quello che nessuno ha mai fatto prima». E tre proposte: «Lavorare sulla leva fiscale per chi ha cantieri, una nuova macchina amministrativa e lo sviluppo del brand Milano».

*(a.gall.)*

©RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL TESTIMONIAL**

**GLI AUGURI DEL SINDACO DI PARIGI**
Anne Hidalgo, sindaco socialista della capitale francese, affida a Twitter questo spot: «Milano sarà una città ancora più aperta, internazionale, viva. In bocca al lupo a Beppe Sala».

**1 LE ISOLE PEDONALI**
Confcommercio frena su nuove chiusure al traffico chiedendo una «crescita ragionata delle aree pedonali che non devono isolare». Promosse la zona dei Navigli e quelle delle movida, rimandata quella del Castello che ha «ampi margini di miglioramento»

**2 I CANTIERI E LE PERIFERIE**
Nell'agenda per il futuro sindaco sconti sulle tasse e incentivi per i negozi assediati dai cantieri, soprattutto quelli per il nuovo metrò M4. E per riqualificare le periferie viene chiesta una «alleanza tra pubblico e privato» con agevolazioni fiscali e zone tax free

**3 IL PEDAGGIO AREA C**
Quando partì Ecopass fu rivolta, poi la feroce contrarietà dei commercianti è diventata accettazione. Ora non si chiede di ritirare Area C ma di concedere l'esenzione ai residenti e ai motori Euro 6. No a ogni ipotesi di allargare la zona di pagamento

**LE RICHIESTE PER IL COMMERCIO**

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 25.609
Lettori Ed. I 2015: 157.000
Quotidiano - Ed. Milano

la Repubblica MILANO

Dir. Resp.: Mario Calabresi

23-APR-2016
da pag. 2
foglio 3 / 3
www.datastampa.it

4

**LA RIAPERTURA DEI NAVIGLI INTERRATI**
Il piano per far riafforare i tratti cementati degli antichi canali convince i commercianti. Carlo Sangalli auspica «una progressiva riapertura delle vie d'acqua nel quadro di un grande ridisegno di Milano città policentrica, aperta e attrattiva»

5

**LA COSAP E I RIFIUTI**
I negozianti chiedono al futuro sindaco di abbassare la tassa per l'occupazione del suolo pubblico e i costi del servizio rifiuti. La richiesta è anche quella di destinare i proventi della tassa di soggiorno a progetti di sviluppo per il turismo

**SUL PALCO**
Primo confronto pubblico quasi al completo per i candidati sindaco: in dieci sul palco, assente giustificato Gianluca Corrado di M5S

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 321.663
Diffusione 02/2016: 244.801
Lettori Ed. III 2015: 2.014.000
Quotidiano - Ed. nazionale

NAZIONE - Carlino - GIORNO

Dir. Resp.: Andrea Cangini

23-APR-2016
da pag. 26
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

# Consumi, riparte la corsa ai negozi «Ma la ripresa è ancora lontana»

*Vendite a +2,7 sul 2015. Cobolli Gigli (Federdistribuzione): prudenza*

**%** **Non solo cibo**

Oltre agli alimentari (+3,3%), balzo in avanti degli acquisti dei prodotti di cura personale (+3,1%)

**“** **La ricetta giusta**

Gli 80 euro non bastano: avanti col taglio Irpef alle classi medie

■ ROMA

**LA DOMANDA interna traina la ripresa dell'economia italiana.**
**I segnali che emergono dai dati statistici dell'Istat relativi a febbraio mostrano un andamento sostanzialmente positivo sia per il settore industriale (fatturato a +0,1% e ordinativi a +0,7%) sia per i consumi. Dopo la falsa partenza a inizio anno, proprio le vendite al dettaglio hanno registrato a febbraio un deciso balzo in avanti, guadagnando lo 0,3% rispetto a gennaio e il 2,7% rispetto allo stesso mese dello scorso anno.**
**Una percentuale che non si vedeva da quasi due anni, cioè da aprile del 2014. A sostenere la dinamica positiva sono state le vendite di prodotti alimentari, con un aumento del 3,3% in valore e del 3,6% in volume.**
**A febbraio l'indice dei prezzi del comparto alimentare è stato infatti leggermente negativo, contribuendo alla deflazione complessiva dell'indice.**

**GLI acquisti si sono concentrati anche sui prodotti di profumeria e cura della persona (+3,1%), segnale, per alcuni osservatori, di una ritrovata disponibilità economica delle famiglie, e sull'utensileria per la casa e ferramenta (+2,7%). Tutte le forme di distribuzione ne hanno beneficiato, sia la grande (+3,5%) che, seppur in misura minore, le imprese che operano su piccole superfici (+1,8%). Confcommercio parla di un segnale «molto positivo», mentre Confesercenti chiede di consolidare questi dati con una sforbiciata fiscale. Ancora scettici, tuttavia, i consumatori, col Codacons che avverte di stare attenti ai «fuochi di paglia».**

**Achille Perego**

■ MILANO

**A FEBBRAIO, dice l'Istat, c'è stata una ripresa del commercio al dettaglio. Ma stanno davvero ripartendo i consumi delle famiglie?**

«I dati di febbraio confermano una tendenza altalenante, oscillanti tra il segno più e il meno ormai da qualche mese», risponde Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione, l'associazione che raggruppa le principali insegne della distribuzione moderna. Un termometro più che sensibile sull'andamento dei consumi.

**Presidente, vuol dire che non è il caso di cantare vittoria?**

«Senza mettere in dubbio le rilevazioni dell'Istat, le stime che arrivano da altri istituti di ricerca non sono così positive. Proprio l'altro giorno ho partecipato all'importante *convention* del Cermes Bocconi che vedeva presenti i principali produttori e distributori. Ed è emerso un inizio del 2016 non particolarmente soddisfacente, peggiore addirittura del 2015. Del resto, dopo l'incremento delle vendite da giugno a ottobre dello scorso anno, che aveva creato un certo ottimismo, abbiamo assistito alla frenata di fine anno. Dalla montagnetta della ripresa, siamo tornati a una piatta pianura».

**Quanto piatta?**

«Il primo trimestre dell'anno, e quindi siamo un mese avanti rispetto all'Istat, avrebbe registrato, secondo i dati presentati dal Cermes Bocconi, una diminuzione delle vendite dello 0,4%. Un'analisi che trova conferma anche nelle rilevazioni progressive Nielsen nella grande distribuzione (i supermercati, *ndr*) che, a parità di punti vendita, mostrano come, dall'inizio dell'anno al 17 aprile, si possa stimare un meno 1,4%, con anche i *discount* in calo del 2,5%».

**Insomma, questa ripresa non c'è ancora?**

«I segnali non sono ancora chiari. Del resto, al di là del forte aumento delle vendite di automobili che ha sottratto reddito ai consumatori, è proseguita la crescita della propensione al risparmio. Questo significa che permane l'insicurezza delle famiglie, alimentata da una comunicazione che tende a evidenziare i fatti neri. Compreso l'allarme lanciato nei giorni scorsi dal presidente dell'Inps sulle pensioni future dei giovani».

**Ma che cosa serve per rilanciare davvero i consumi?**

«Francamente, devo dire che il governo ci sta provando. Ma dagli interventi sul mercato del lavoro al bonus di 80 euro per i redditi più bassi, i risultati ottenuti sono stati marginali. E resta l'incertezza sull'eliminazione delle clausole di salvaguardia, tra le quali ci sarebbe il rovinoso, per i consumi, aumento delle aliquote Iva, anche se l'esecutivo ha dichiarato che sta facendo il possibile per eliminarle».

**Che cosa pensa dell'ipotesi, lanciata dal viceministro all'Economia Zanetti, di una riduzione dell'Irpef sul ceto medio?**

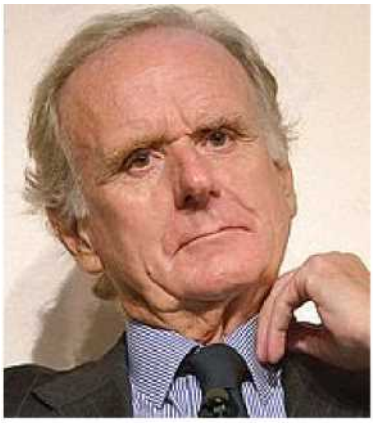
«Considero Zanetti una persona seria, onesta e competente. E non posso non condividere il piano per ridurre le tasse sul ceto medio, che darebbe un sensibile contributo al rilancio dei consumi».

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 321.663
Diffusione 02/2016: 244.801
Lettori Ed. III 2015: 2.014.000
Quotidiano - Ed. nazionale

NAZIONE - Carlino - GIORNO

Dir. Resp.: Andrea Cangini

23-APR-2016
da pag. 26
foglio 2 / 2
www.datastampa.it



**PRESIDENTE**
Giovanni Cobolli Gigli

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione: n.d.
Lettori: n.d.
Settimanale

Il Piacere della Lettura

Dir. Resp.: Andrea Cangini

23-APR-2016
da pag. 22
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

# MASSIMO BOTTURA

## La sfida del cuoco italiano più famoso nel mondo

«All'Expo ho riflettuto sul tema "nutrire il pianeta"
Serve più responsabilità, quindi usare gli scarti
e i cibi in scadenza è la base di questo messaggio»
Lo chef si racconta: creatività, passioni, futuro

MAURO BASSINI

# «L'alta cucina? Con gli avanzi»

**COMBATTERE** gli sprechi alimentari, utilizzare gli avanzi per creare piatti eccellenti. La nuova frontiera del cuoco italiano più famoso nel mondo è la cucina come "gesto sociale". Le prime pensate di Massimo Bottura su questo tema nacquero dopo il terremoto del 2012, ma l'idea si è concretizzata all'Expo col Refettorio ambrosiano, ovvero il progetto con cui lo chef modenese, in collaborazione con Caritas e Padiglione 0, ha portato a Milano i fratelli Adriá, Redzepi, Ducasse e tante altre star dell'alta cucina mondiale. Dal Refettorio è nata l'Associazione "Food for Soul" che lavorerà per aprire mense per poveri, o per migliorarne la qualità, in diverse città italiane e del mondo (il 4 agosto a Rio de Janeiro). Con pane raffermo, latte, un cucchiaio di gelato e una spolverata di zucchero dorato, ad esempio, l'anno scorso è nato un grande dessert.

**Come nasce questo progetto?**

«Quando vidi che il tema di Expo era "nutrire il pianeta" cercai di capire quale poteva essere la mia risposta. Il Refettorio è stata la mia risposta. Sono profondamente convinto che la cultura generi conoscenza; la conoscenza ci conduce alla coscienza e la coscienza genera responsabilità. Cucinare con gli scarti e i cibi in scadenza è solo la base di questo messaggio».

**Lei è il migliore chef italiano e il secondo nel mondo. Come c'è riuscito?**

«Tanto tanto tanto duro lavoro, un pizzico di talento, una squadra fantastica. E tre ingredienti: umiltà, passione e sogno».

**Lei afferma spesso che occorre partire dalla tradizione, assorbirne le regole e poi romperne gli schemi. Concretamente, che cosa vuol dire?**

«Non posso fare il cotechino come 50 anni fa. Digerirei dopo due settimane. Lo stile di vita è cambiato. Spesso si sente dire "ah, una volta...". Una volta c'era la fame. Oggi molto meno. In compenso ci sono agricoltori e artigiani bravissimi e prodotti straordinari. Io parto da un dubbio: la tradizione è poi così rispettosa delle materie prime?»

**Si dia una risposta.**

«Del bollito in genere ci ricordiamo solo le salse, ma la protagonista dovrebbe essere la carne. Se la mettiamo a lessare nell'acqua, non sa più di niente. Cerco di prendere il meglio del passato e proiettarlo nel futuro».

**E così ci ha raccontato le origini del suo piatto più celebre: il "bollito non bollito".**

«Esatto. Carni di grande qualità e tecniche di cottura che ne valorizzino i sapori: è una versione contemporanea di un grande classico».

**L'Osteria Francescana esiste dal 1995. Un momento indimenticabile?**

«La terza stella Michelin. Ero a San Paolo. Mi telefona il direttore della guida, Fausto Arrighi. Io resto di sasso e chiedo: direttore, è per quello? Lui dice: sì. Io mi metto a piangere come un bambino. E si mette a piangere anche lui».

**Belle emozioni.**

«Non si può spiegare che cosa sono le tre stelle. Solo chi le ha lo può capire. Il mio direttore di sala se le è fatte tatuare sul braccio. E poi in quei momenti rivedi tutto il tuo film».

**Ovvero?**

«Quando mio padre seppe che non sarei diventato un avvocato, o un venditore di petrolio come lui, non mi parlò per due anni. Gli gridai che avrei preso le tre stelle, ma dicevo così per dire, mica ci credevo».

**Fra gli invitati al Refettorio Ambrosiano a cucinare ho visto personaggi del calibro di Ferran Adrià, Troisgros e Alain Ducasse. Ma Adrià non è un chimico spagnolo sopravvalutato?**

«Non dica sciocchezze. Ha rivoluzionato la cucina mondiale».

**E i francesi?**

«Ducasse ha segnato la cucina degli anni Ottanta-Novanta. Mi ha trasmesso l'ossessione per la qualità degli ingredienti: il tartufo, l'aceto balsamico, il parmigiano. È una condanna, perché puoi apparire arrogante, ma ti porta all'eccellenza. I francesi però si sono fermati a Ducasse, nel dna hanno uno snobismo che impedisce di mettersi in discussione».

**E così capita che Hollande, dopo una cena alla Francescana, le stringa la mano dicendo: Italia batte Francia due a zero.**

«Il presidente è stato molto gentile».

**La sensazione è che gli chef italiani stiano crescendo.**

«Eccome. Da una quindicina d'anni c'è una nuova generazione di cuochi che fa una cucina del territorio contemporanea, senza perdersi nella nostalgia. Da nord a sud, da Norbert Niederkofler a San Cassiano fino a Pino Cuttaia in Sicilia. Finalmente c'è un grande rispetto internazionale, tutti ci cercano. Se poi anche gli italiani si innamorassero dell'Italia, sarebbe bellissimo».

**Lei ha profonde radici emiliane.**

Mi ha insegnato i tempi lunghi. Come le cinque stagionature del parmigiano reggiano. La cucina è pensiero lento ed esecuzione veloce. Una terra che non ti perdona il successo, ma quando serve ti difende».

**Come tutti i vincenti, lei è bersaglio di invidie e ironie. E a volte sembra sfidarle, come quando dice che la sua cucina si ispira alla Transavanguardia. Che cosa risponde a chi sostiene che si viene alla Francescana non per cenare ma per sentirsi intelligenti?**

«Aspetti un attimo, è Bonito Oliva che mi ha definito il sesto artista della Transavanguardia. Io mi ritengo un semplice artiere: un artigiano con l'ossessione per l'eccellenza. Non so se qualcuno dice che si viene in Francescana per sentirsi più intelligenti. Io credo che in un grande ristorante si vada per fare un'esperienza, per emozionarsi e, perché no, per acculturarsi».

**Lei è primo in Italia ma non a Modena, almeno secondo Tripadvisor: sono utili o dannosi i siti come quello?**

«No comment». (E ride).

**Mettiamo che rientri a casa tardi la sera e voglia cucinare qualcosa. Apre il frigo e…?**

«Trovo i migliori prodotti dei più grandi artigiani italiani: mozzarelle, parmigiano, prosciutto, mostarda...».

**Se telefono alla Francescana per prenotare un tavolo, in che data trovo posto?**

«Le nostre prenotazioni sono aperte ai tre mesi successivi al mese corrente. Quando si aprono le prenotazioni è il delirio, tutti cercano di accaparrarsi un posto, ma poi è un susseguirsi di disdette e conferme. Quindi, se lei chiama e chiede della prima data disponibile, potrebbe essere per domani a pranzo».

Abbiamo telefonato: primo tavolo libero per quattro, a cena, il 28 luglio.

## il mio PIACERE è...

*Guardare un bambino che storce il naso davanti a snack industriali e fa merenda con una fetta di pera e una scaglia di parmigiano. Bravo lui e bravi i suoi genitori. Io non demonizzo gli snack, ma bisogna avere equilibrio, a volte l'uno, a volte l'altro.*

## Chi è

Massimo Bottura è nato a Modena nel 1962. A 24 anni lascia gli studi di giurisprudenza e rileva una trattoria tradizionale nel Modenese, a Campazzo. Nel 1995 apre, nel centro di Modena, l'Osteria Francescana (oggi ha 30 coperti, menu degustazione a 180 e 200 euro più i vini). Lavora con maestri come Cogny, Ducasse e Adriá. Nel 2002 prima stella Guida Michelin, nel 2012 le tre stelle. Nel 2015 il suo ristorante è secondo assoluto nella più prestigiosa graduatoria mondiale ("World's 50 best restaurants") dietro il Can Roca di Gerona, in Spagna. È sposato con una brillante signora americana, Lara Gilmore, e ha due figli. Geniale, appassionato, colto e istrionico, si è spesso impegnato in iniziative di beneficenza e solidarietá sociale.

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 144.818
Diffusione 02/2016: 112.526
Lettori Ed. III 2015: 358.000
Quotidiano - Ed. nazionale

Avvenire

Dir. Resp.: Marco Tarquinio

24-APR-2016
da pag. 23
foglio 1
www.datastampa.it

# I consumi alimentari vanno. Ma i produttori non coprono i costi

pianeta verde

di Andrea Zaghi

Riprendono la corsa i consumi alimentari nazionali. È questa l'indicazione che arriva dai dati sul commercio al dettaglio dell'Istat relativi al febbraio 2016 rispetto allo stesso mese dello scorso anno. E, stando ai numeri, pare davvero una bella corsa. Secondo un'analisi condotta da Coldiretti, infatti, sono gli acquisti alimentari a trainare la ripresa del commercio al dettaglio. Con in testa le vendite nei discount (+4,8%), seguiti da quelle nei piccoli negozi (+2%), negli ipermercati (+2,7%) e supermercati (+3,3%). In questo modo, l'alimentare cresce complessivamente ad un tasso del 3,3% che è superiore del 65% rispetto a quello del "non alimentare" (+2%).

Che sia una corsa di breve o lunga durata è ancora difficile da dire. Ma i coltivatori diretti intravedono un po' di sereno anche basandosi sui dati dell'industria alimentare che, nello stesso periodo, ha registrato un aumento dell'1,1% del fatturato e del 7,3% delle esportazioni di cibo e bevande alimentari. Com'è naturale, poi, i numeri positivi dopo molto tempo, vengono presi come indicatore di una più generale ripresa economica. E, in effetti, proprio la spesa alimentare è da sempre l'indicatore più tangibile della situazione economica, anche per la sua posizione di seconda voce del bilancio familiare dopo l'abitazione.

Permane comunque ancora l'effetto distorsivo della catena di scambi che porta gli alimenti dai campi alle tavole. Per questo, Coldiretti sottolinea la speranza che ora i risultati positivi nell'industria e nella distribuzione si trasferiscano anche al settore agricolo dove per molti prodotti vengono riconosciti compensi che non coprono neanche i costi di produzione, dal latte alla carne fino alla frutta e verdura. Non si tratta della solita "lamentela dei campi". Per capire basta pensare alla situazione del latte. Per questo, operazioni come quella avviata sempre in questi giorni da Coop Italia appaiono importanti e significative. Da adesso fino a metà maggio, inizia una serie di azioni promozionali sul latte a marchio che hanno l'obiettivo di far salire il consumo di questo prodotto. Stando alle stime delle coop, si potrebbe arrivare in pochi giorni ad una crescita degli acquisti pari a 10.000 quintali. Tutto rientra nelle serie di iniziative concordate con il ministero delle Politiche agricole per il sostegno del mercato di questo prodotto; un'operazione che segue la la moratoria per 30 mesi dei debiti degli allevatori e la riduzione del 25% della pressione tributaria sugli allevamenti. Come dire: è vero che i consumi alimentari hanno ripreso a crescere, ma le difficoltà non sono per nulla superate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2013: 3.834
Lettori Ed. I 2015: 68.000
Quotidiano - Ed. Foggia

Gazzetta del Mezzogiorno Capitanata

Dir. Resp.: Giuseppe De Tomaso

24-APR-2016
da pag. 8
foglio 1
www.datastampa.it

PIETRAMONTECORVINO GIOVEDÌ 28 CONVEGNO CONCLUSIVO E CONSEGNA DEGLI ATTESTATI

# Operatori della ristorazione

● **PIETRAMONTECORVINO.** Convegno conclusivo del corso di formazione professionale "Operatore della Ristorazione". Si svolgerà giovedì 28, con inizio alle ore 10, nella sala-conferenze del palazzo ducale di Pietramontecorvino organizzato dall'Irfip (Istituto religioso di formazione e istruzione professionale), un progetto cofinanziato dalla Regione Puglia e dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali attraverso l'avviso pubblico n. OF/2011 dell'assessorato alla formazione professionale della Regione Puglia.

Dopo l'accoglienza e la registrazione dei partecipanti, il programma prevede alle 10.15 i saluti del presidente dell'istituto don Raffaele Antonacci e del sindaco Raimondo Giallella.

Ad introdurre i lavori alle 10.30 sarà il direttore dell'Irfip Arturo Trotta, cui seguiranno le relazioni di Federico Batini, professore associato presso l'Università di Perugia; Rosa Anna Squicciarini, dell'area politiche per lo sviluppo economico, il lavoro e l'innovazione, sezione formazione professionale della Regione Puglia; Lidia Ruffa, coordinatrice del programma Erasms Plus; Michele Gramazio, dirigente scolastico istituto istruzione superiore "Einaudi-Grieco" di Foggia; Anna Maria Bianco, dirigente scolastico Ipssar "Ruggero0 Bonghi" di Lucera ; Domenico Cimino, gruppo Cimino Hotel di Rimini, partner Irfip; Biagio Di Iasio, direttore Confcommercio Foggia, partner di progetto; Leonardo Bianco, allievo del corso "Operatore della ristorazione".

Il convegno sarà l'occasione per discutere dei risultati raggiunti al termine del percorso formativo triennale, consegnare gli attestati ai 14 allievi che hanno conseguito la qualifica finale e per presentare l'introduzione della didattica per competenze nei corsi triennali e le attività di stage all'estero attraverso il programma Erasmus. Al termine dei lavori verrà offerto un buffet preparato e servito dagli allievi dei corsi in collaborazione gli istituti "Einaudi-Grieco" e Ipssar, per il quale saranno utilizzati i prodotti agro-alimentari tipici e di qualità del territorio dei Monti dauni, con degustazione da parte dei partecipanti al convegno. *ddc*

PIETRAMONTECORVINO L'ingresso del borgo antico

Primi tre milioni per il salvataggio del castello
Inesorabile l'avanzata dello spopolamento
Operatori della ristorazione

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Settimanale - Ed. nazionale

CORRIERE ECONOMIA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

25-APR-2016
da pag. 35
foglio 1
www.datastampa.it

**Bilancio** I ricavi del 2015 raggiungono i 23,3 miliardi, con un incremento dello 0,4%. Occupazione su del 2,5%

# Commercio L'Italia delle reti tesse la ripresa

## Salgono ristoranti e distribuzione. I margini di crescita in un mercato frammentato

DI **FELICE FAVA**

Dopo gli anni difficili caratterizzati da incertezza e preoccupazione, il franchising torna a pensare positivo. Italo Bussoli, dal gennaio scorso nuovo presidente di Assofranchising in sostituzione di Graziano Fiorelli, è ottimista. «Il bilancio consuntivo dello scorso anno ci dice che è in atto una buona ripresa, il settore si è rimesso davvero in marcia, tendenza ribadita anche dall'andamento dei primi mesi del 2016». «Dal mercato — conferma Patrizia De Luise, presidente della Fif, la Federazione italiana del franchising — giungono segnali positivi, la forza delle reti è stata determinante per superare la crisi».

### I dati

Se il peggio è ormai alle spalle, i dati del Rapporto 2015 di Assofranchising, pur invertendo il trend negativo, non sono così esaltanti. Infatti, la crescita del fatturato non raggiunge neppure lo 0,4% arrivando a 23,3 miliardi (79 milioni in più). Le insegne (catene o franchisor) sono aumentate di 9 unità (da 941 a 950), i punti vendita (affiliati o franchisee) hanno superato di poco la soglia delle 50 mila unità, ma l'incremento rispetto al 2014 è di appena 300 negozi. Solo la forza lavoro ha ottenuto un risultato significativo: è salita di 4.500 addetti che toccano così quota 190 mila, con un incremento di quasi il 2,5% rispetto al 2014. Insomma, la ripresa c'è ma si mostra ancora fragile.

Se però si analizzano le percentuali del medio periodo (dal 2009 al 2015), il franchising dimostra di aver reagito meglio di altri settori economici alla recessione. In questi anni il giro d'affari dell'affiliazione commerciale è cresciuto del 4,6%. Le catene e gli occupati sono saliti rispettivamente del 15,2% e del 4,9%; soltanto i punti vendita hanno subito una flessione del 2,7%, ma nel conteggio va considerato il calo superiore al 30% delle agenzie immobiliari.

### Comparti

A guidare la ripresa del settore è senza dubbio la ristorazione, il cui fatturato si avvicina ai 2,5 miliardi con un saldo positivo di quasi il 25% negli ultimi due anni, ciò grazie a nuovi format come american diners, bistrot, bar vegani, street food di patatine e pollo fritto, o ai ristoranti a tema ed etnici.

La grande distribuzione organizzata ha incrementato il giro d'affari di circa il 2% e con quasi 7,5 miliardi rappresenta circa un terzo del fatturato complessivo. Bene anche l'abbigliamento uomo-donna dopo un 2014 difficile, così pure il comparto bambino, mentre l'intimo è in leggero calo dopo anni di crescita.

Inversione di rotta per il mondo immobiliare: con un fatturato salito dello 0,9%, grazie anche a una diversificazione dei servizi, ora comprensivi della gestione condominiale degli stabili. Perdono invece ancora terreno le agenzie turistiche, in calo anche il fenomeno dei compro oro e delle sigarette elettroniche.

### Coordinamento

Al franchising italiano rimangono notevoli margini di espansione (oggi rappresenta solo il 7% del commercio). Ma persiste anche un suo limite: si presenta come un mondo frammentato, poco incline al gioco di squadra, dove coesistono ben quattro associazioni e tre fiere specializzate.

La prossima si tiene a Bologna a fine mese. «L'attenzione che abbiamo nei confronti del franchising e la distribuzione organizzata è nota da tempo — spiega Antonio Bruzzone, direttore generale di BolognaFiere —. Il nostro progetto testimonia gli sforzi compiuti per rilanciare il prestigio del Paese e il valore degli imprenditori italiani».«Sono favorevole — sostiene Bussoli — a un coordinamento associativo, peraltro già manifestatosi in alcune iniziative e sarebbe opportuno rafforzarlo. Gli Stati Uniti, per esempio, con un mercato ben maggiore del nostro hanno una sola associazione di categoria».

«Ma in Italia il rilancio del settore — aggiunge De Luise — passa soprattutto dallo snellimento delle procedure burocratiche e dalla lotta alla contraffazione per tutelare i marchi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Settimanale - Ed. nazionale

CORRIERE ECONOMIA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

25-APR-2016
da pag. 35
foglio 1
www.datastampa.it

**La fiera dal 28 al 30 aprile**

# Passerella bolognese per chi vuole aprire bottega

*Anche BolognaFiere, ente guidato da Antonio Bruzzone (nella foto), scommette sulle potenzialità dell'affiliazione commerciale, lanciando la prima edizione della rassegna «Franchising&Retail Expo», manifestazione che vuole distinguersi soprattutto per la caratura internazionale.*

*All'evento, in programma dal 28 al 30 aprile, aderiscono circa 190 espositori e tra questi alcuni grandi marchi del franchising e del retail italiano, nonché operatori stranieri. Diversificati i settori merceologici del Salone: si va dalla ristorazione e food all'abbigliamento, dai viaggi e turismo all'immobiliare, dal benessere e cura della persona all'innovazione tecnologica. Un mix di proposte commerciali ampio e alla portata di tutti coloro che vogliono mettersi in proprio affiliandosi a una catena e abbracciare il business di un marchio già conosciuto dal mercato.*

*Attivi in fiera anche 50 «sportelli», punti di consulenza gratuiti gestiti dagli esperti di Confcommercio-Assofranchising. Nell'area internazionale le catene espositrici avranno la possibilità d'incontrare i componenti delle delegazioni estere per sviluppare il proprio brand fuori dai nostri confini, mentre i visitatori potranno venire a contatto con le singole associazioni internazionali per valutare meglio le proposte di affiliazione dei marchi esteri.*

*Tra le iniziative collaterali della rassegna segnaliamo che nella mattinata del 28 aprile si terrà il convegno di apertura dal titolo «Il contributo dei sistemi a rete al successo della moderna distribuzione». Si parlerà dell'andamento economico del settore in Italia e all'estero, senza tralasciare uno sguardo verso le prospettive future. Inoltre, a Bologna, durante i giorni espositivi, avrà luogo il World Franchise Council, meeting annuale del sodalizio che riunisce associazioni nazionali del franchising di tutto il mondo con la partecipazione circa 40 delegazioni.*

**FE. FA.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Settimanale - Ed. nazionale

CORRIERE ECONOMIA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

25-APR-2016
da pag. 36
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

**Prospettive** I principali brand sempre più attivi oltre frontiera. Le previsioni sul 2016

# Sfide Le catene si allungano: 400 aperture all'estero

## In crescita del 35% sul 2015. Comandano abbigliamento e cibo

DI **FELICE FAVA**

Le reti italiane marciano spedite verso la conquista di nuovi mercati. In questa attività di colonizzazione trovano terreno fertile soprattutto perché le proposte commerciali made in Italy continuano a piacere all'estero grazie all'estro e alla creatività dei nostri operatori.

### Vista estera

Secondo un'indagine di Confimprese, l'associazione del *retail* moderno, condotta attraverso l'analisi dei piani delle aziende aderenti, saranno circa 400 i punti vendita, affiliati ai *franchisor* italiani, che apriranno nel corso del 2016 fuori dai nostri confini, con una crescita del 35% sull'anno precedente.

«Anche per l'estero – dice Mario Resca – presidente di Confimprese – si configura una situazione simile a quella del mercato interno, dove l'abbigliamento risulta tra i settori più vivaci e in maggiore ripresa rispetto ad altri. Oltre il 40% delle aperture previste dai nostri associati fa riferimento al mercato fashion, seguito dal food. Non a caso questi sono tra i settori più rappresentativi e apprezzati del made in Italy nel mondo».

### L'avanzata

Ecco alcuni esempi di espansione all'estero. Partiamo dall'abbigliamento e i relativi accessori.

Pianoforte Holding aprirà 80 negozi, suddivisi equamente tra l'insegna Yamamay e Carpisa, i Paesi coinvolti nell'espansione saranno Germania, Emirati Arabi, Mongolia, Sud America, America Centrale, Russia e Nord Africa. Camomilla, che punta invece su alcune aree arabe e la Russia, sta valutando varie modalità di presenza sul territorio come aperture di store in franchising, distributori e piattaforme di vendita on line multibrand. Piazza Italia pensa di avviare 15 negozi tra Iran, Tunisia, Siria ed Egitto. L'espansione di Miniconf prevede 10 punti vendita con insegna Sarabanda e 4 con insegna Ido, attività che s'insedieranno nell'area delle ex-repubbliche sovietiche, Est Europa e Asia. Anche Primadonna Collection intende rafforzare il proprio business e lo farà con 15 nuovi punti vendita in Francia, Spagna, Germania, Croazia, Slovacchia e Russia.

### Dimensioni

Nel settore *food* sorprende che siano i *brand* più piccoli, in termini di rete di vendita, ad avere i più interessanti piani di crescita oltreconfine, si tratta di catene ancora poco conosciute ma dinamiche nel consolidamento del mercato interno e nello sviluppo all'estero. È il caso Yogorino che aprirà 35 centri sparsi tra Giappone, Arabia Saudita, Oman e Corea del Sud, mentre per Queen's Chips le nuove aperture saranno 3 a Dubai e Londra. Seguirà, poi, lo sbarco in Corea.

Anche i comparti di ottica, arredo casa, erboristica hanno precisi programmi d'internazionalizzazione. Nau! prevede l'avvio di 5 negozi sparsi tra India, Spagna, Medio Oriente, Centro America, Nord America. Natuzzi Store ha programmato circa 45 aperture, concentrate in Asia Pacific, ma con buone prospettive di allargare il raggio d'azione in West Europe, tra Francia e Gran Bretagna; a questi si aggiungeranno 150 punti vendita (considerando pure gli spazi più piccoli) con il format shop in shop e concentrati soprattutto nel Nord America. Infine, l'azienda Lavanda di Venzone, prevede di far nascere 15 punti vendita in Finlandia, Grecia, Svezia, Regno Unito, Spagna, Messico, Malta, Germania, Austria, Irlanda, Usa ed Emirati Arabi.

Come si vede i *franchisor* italiani si stanno muovendo in molte direzioni, metteranno radici in mezzo mondo, ma con quali strategie? «Nelle operazioni di espansione all'estero – risponde Resca – si sta imponendo in modo crescente un trend di affidamento dei servizi di internazionalizzazione a società esterne. In genere lo sviluppo del brand è lasciato a partnership locali sostenute dai referenti italiani già dalle prime fasi di start up: approvazione location, progettazione, applicazione standard gestionali e operativi, rispetto delle caratteristiche peculiari del marchio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Settimanale - Ed. nazionale

CORRIERE ECONOMIA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

25-APR-2016
da pag. 36
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

## LA TOP TEN

I settori con il maggior giro d'affari

| | Fatturato in miliardi di euro | Incidenza % |
|---|---|---|
| Grande distribuzione alimentare | 7,345 | 31,52% |
| Abbigliamento uomo donna | 1,677 | 7,19% |
| Ristorazione rapida/pizzerie/caffetterie | 1,641 | 7,04% |
| Intimo | 1,459 | 6,26% |
| Grande distribuzione non alimentare | 1,376 | 5,90% |
| Abbigliamento bambino | 1,087 | 4,66% |
| Prodotti e servizi specialistici | 0,891 | 3,82% |
| Calzature/pelletteria accessori | 0,798 | 3,43% |
| Agenzie viaggi/turismo | 0,798 | 3,43% |
| Agenzie immobiliari/mediazione creditizia | 0,770 | 3,31% |

## LA GEOGRAFIA

| Le regioni con il maggior numero di reti... | | ... e quelle che ne hanno meno | |
|---|---|---|---|
| Lombardia | 246 | Sardegna | 8 |
| Lazio | 108 | Calabria | 7 |
| Campania | 88 | Molise | 4 |
| Veneto | 82 | Basilicata | 4 |
| Emilia Romagna | 78 | Valle d'Aosta | 0 |

Fonte: **Rapporto 2015 Assofranchising** s.F.

**Vertici/1** Italo Bussoli (Assofranchising)

**Vertici/2** Patrizia De Luise (Federazione franchising)

**Vertici/3** Mario Resca (Confimprese)

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Settimanale - Ed. nazionale

CORRIERE ECONOMIA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

25-APR-2016
da pag. 36
foglio 1
www.datastampa.it

## Le novità

# Le ultime passioni alimentari

Sono tre i format commerciali che Carrefour Italia propone in franchising: attrazione, urbano e gourmet .«Il format che piace molto ai consumatori è il formato attrazione, più legato alle grandi spese del weekend, mentre il gourmet è una tipologia di punto vendita rivolta ai food lovers — afferma Maurizio Nicolello, direttore Franchising e sviluppo supermercati Carrefour Italia — a chi cerca assortimenti ricercati come reparti sushi o carne più gustosa e proveniente da ogni parte del mondo: inglese, scozzese, argentina, francese». Insomma ambienti che esaltano i prodotti, sapori, odori. I supermercati in franchising di Carrefour Italia sono 637 ed appartengono a circa 400 imprenditori, con circa 50 punti di vendita aperti negli ultimi 12 mesi.

«I nostri partner sanno di poter contare su un'organizzazione in grado di dare risposte rapide e precise e, nel contempo, possono avvantaggiarsi del know-how e delle condizioni di acquisto di un'azienda distributiva leader a livello europeo. Mantenendo sempre la propria indipendenza — continua Nicolello —. Caratteristica del business è il profondo radicamento al territorio e la forte conoscenza del contesto locale che gli imprenditori vantano».

Un esempio in questi termini è l'accordo appena siglato tra Carrefour e Regione Piemonte per promuovere i prodotti lattiero-caseari realizzati esclusivamente con il latte piemontese a marchio Piemunto. Si tratta del primo accordo in Italia per la valorizzazione del latte a chilometro zero da parte della grande distribuzione.

BA. MILL.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Settimanale - Ed. nazionale

CORRIERE ECONOMIA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

25-APR-2016
da pag. 37
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

**L'analisi** Sono 230.000 gli italiani che lavorano nel comparto. Il 30% di chi vuole iniziare è giovane, il 15% ha tra i 45 e i 60 anni

# Mettersi in proprio

# Partire col piede giusto: ecco i settori più caldi

## Dagli hamburger alle patatine, dall'arte ai vestiti La ricetta? Un piccolo investimento e voglia di fare

**Bastano poco più di 20 mila euro per iniziare una propria attività**

DI **BARBARA MILLUCCI**

Sono oltre 500 mila gli italiani che si sono avvicinati nel 2015 con curiosità ed interesse al mondo del *franchising*, con la speranza di avviare un'attività in proprio, mettendosi da subito in gioco, grazie all'affiancamento iniziale dei professionisti del settore.

### Un piccolo esercito

Lo rileva uno studio del Centro Studi del Salone Franchising Milano, in programma a novembre a Fieramilanocity, che per la prima volta ha incrociato dati di motori di ricerca, siti specializzati, ricerche delle associazioni di settore ed analisi sui visitatori della Fiera.

Al momento sono 230 mila gli italiani che operano nel comparto, di cui 51 mila imprenditori *franchisee*. Il 30% sono giovani in cerca di nuovo impiego, il 15% hanno tra i 45 e 60 anni con voglia di cambiare perché magari hanno perso un impiego, il 33% sono donne. Le attività su cui si scommette sono alimentare, abbigliamento, articoli per la casa e servizi alle persone e imprese. Oltre al desiderio di rischiare, per avviare un'attività di *retail* sono però necessarie doti imprenditoriali ed un capitale iniziale contenuto di 25/50 mila euro. È poi importante investire nell'aggiornamento professionale, studiando nuove tecniche di vendita nei negozi, come ad esempio l' offerta *on line*.

### Street food

Nell'ambito alimentare, lo *street food* è il futuro. I pasti *take away* si adattano infatti a chi ha sempre meno tempo per mangiare, ma non intende rinunciare a cibi di qualità. Burger King, controllata dalla quotata Restaurant Brands International, prevede l'apertura di 300 nuovi ristoranti nello stivale. Mentre Domino's Pizza, dopo aver conquistato Milano con il primo ristorante, promette 11 nuove aperture sempre nella capitale lombarda entro l'anno. E se il brand olandese Queen's Chips apre a Venezia, Padova e Trieste, la catena di cucina tradizionale spagnola del Gruppo Restalia, 100 Montaditos, famosa per i bocconcini di pane in 100 varianti, inaugura 30 nuovi store entro il 2016, raggiungendo i 50 ristoranti in tutta Italia. E visto che il cibo di strada cambia anche le nostre usanze alimentari, si affacciano sul mercato marchi con prodotti e sapori nuovi. Come quelli a base di yogurt e pollo fritto.

Salernitano, 37 anni, Alberto Langella, ad di Penta Group, controlla due marchi: la Yogurteria e Fry Chicken & Chips, con cui fattura 1,7 milioni. «Nel 2016 apriremo 10 nuove yogurterie (ora sono 48) e 7 Fry Chicken & Chips (con 5 nuovi addetti ognuno) in tutta Italia - spiega -. Lo yogurt arriva dal Trentino Alto-Adige, le patate dalla pianura del Fucino, il panino è ai cinque cereali ed usiamo solo polli italiani certificati». Per avviare una yogurteria occorrono 40 mila euro, per vendere pollo fritto il doppio. «Offriamo contratti di 5 anni e forniamo le materie prime (come latte, yogurt, salse, cereali, bicchieri) e l'acquisto di attrezzature una tantum. Organizziamo inoltre corsi pre e post apertura con nostri tutor ed effettuiamo controlli mensili». Con 5 punti vendita in Spagna (Madrid, Barcellona e Isole Canarie) e nel Canton Ticino, l'imprenditore campano punta ora a deliziare i palati oltreconfine.

### Arte e vestiti

Dal *food* all'arte il passo è breve. Milano art gallery, uno spazio polivalente, punto di riferimento per artisti emergenti, si sta affermando come marchio in franchising internazionale nel mondo dell'arte. «È dedicato a chi ama l'arte e desidera avviare un'attività imprenditoriale - spiega il titolare Salvo Nugnes -. Abbiamo appena lanciato una sede a Miami e il 4 agosto apriamo a Rio de Janeiro». Nel *fashion*, nuove aperture per Yamamay e Pittarosso. Mentre in Toscana, Miniconf, quinto produttore nazionale di abbigliamento bambino (85 milioni di fatturato con 320 dipendenti) è a quota 55 negozi monomarca e 1.600 clienti multimarca. «Nel 2016 inaugureremo 10 nuovi punti vendita con la nostra formula franchising che prevede il conto vendita totale, con una provvigione fissa del 40% sul netto venduto», afferma il presidente, Giovanni Basagni. Per aprire un negozio per bimbi 0-16 anni bastano 32 mila euro per 80 metri quadrati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Settimanale - Ed. nazionale

CORRIERE ECONOMIA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

25-APR-2016
da pag. 37
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

# Lombardia sempre regina La Campania accelera

Lo sviluppo del franchising negli anni non è stato per nulla omogeneo in tutte le regioni. Storicamente la Lombardia è la prima area dove l'affiliazione commerciale ha cominciato a diffondersi e quindi ha avuto modo di radicarsi meglio nel tempo. Anche nel 2015 si è confermata la regione guida, quella con il maggior numero di franchisor (246 catene), staccando di molto il Lazio (108) e la Campania (88). Seguono nell'ordine: Veneto, Emilia Romagna, Piemonte e Toscana.

La Lombardia risulta mantenere il primato anche per quanto riguarda il numero di punti vendita. Lo scorso anno gli affiliati attivi sono stati circa 7.800: pur in calo rispetto al 2014, possono ancora vantare un'incidenza complessiva del 15% sul totale nazionale. In Campania i negozi sono passati da 3.992 a 4.127, con un saldo positivo di 135 aperture, ben il 45% dei nuovi punti vendita avviati nel 2015 nel nostro Paese ha aperto in questa regione. Leggera crescita degli affiliati in Sicilia, Calabria e Basilicata.

FE. FA.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 19
foglio 1
www.datastampa.it

# Cremonini, Chef Express vuole raddoppiare i ricavi in autostrada

**IL PIANO DI RILANCIO DELLA CONTROLLATA NEL SETTORE RISTORAZIONE PUNTA ALLE GARE PER LE NUOVE CONCESSIONI NELLE AREE DI SERVIZIO DELLA RETE ASPI: GIÀ VINTE QUATTRO SULLE PRIME DIECI BANDITE. L'AD BIASONI SPIEGA LE STRATEGIE DI RILANCIO E I NUOVI FORMAT MESSI A PUNTO**

**Giorgio Lonardi**

*Milano*

Chef Express, la società del gruppo Cremonini nel settore della ristorazione sta investendo pesantemente nel comparto autostradale. L'obiettivo: raddoppiare o quasi la propria presenza nella gestione delle aree di servizio in concessione. La stagione delle gare è infatti in pieno svolgimento e l'azienda guidata dall'ad Cristian Biasoni ha appena inaugurato nei pressi di Roma due grandi aree "a ponte": Feronia (A1-Roma Nord) e Frascati (A1-Roma Sud). Ma è solo l'inizio. Secondo indiscrezioni di mercato, infatti, su dieci aste appena concluse Chef Express ne avrebbe vinte quattro. "Oggi Chef Express gestisce 43 aree lungo la rete autostradale - precisa Biasoni - e parteciperà a un centinaio di gare sulle 159 previste in questi mesi. Ovviamente partecipiamo per vincere, tuttavia ci riterremo soddisfatti di passare dall'attuale 10% al 20% della quota di mercato". Insomma, si tratta di attestarsi fra 70 e 80 concessioni complessive. Anche perchè oggi il business è diventato molto più interessante. E Chef Express, che nel solo comparto autostradale fattura circa 100 milioni di euro, si vuole avvicinare il più possibile a 200 milioni di ricavi. Un'intenzione che, qualora si concretizzasse, dovrebbe ridimensionare il peso di Autogrill che attualmente controlla in Italia oltre il 70% delle aree di servizio autostradali.

E' un bel business, quello della ristorazione autostradale. Secondo Autostrade per l'Italia (Aspi) nel 2015 il valore dei ricavi ottenuti da bar e ristoranti sulla propria rete è stato pari a 480,5 milioni spalmati su 228 aree di servizio. Se invece puntiamo i riflettori sull'intera rete autostradale otteniamo un totale di 426 aree per un giro d'affari che Chef Express stima attorno ad un miliardo. Mettendo in conto anche la rete controllata dall'Anas si arriva a un totale di 463 aree di servizio per un fatturato totale prossimo ai 1.100 milioni.

A suscitare l'interesse del gruppo Cremonini nella ristorazione autostradale sono due fattori in particolare. Il primo è l'aumento del traffico che, dopo il crollo registrato negli anni bui della crisi, già nel 2014 era ripreso su tutta la rete italiana (+0,9%) per aumentare ancora nel 2015 (+3,2%). E non basta. Perché nelle prime nove settimane del 2016, nella sola rete di Autostrade per l'Italia, si è registrato uno scatto ulteriore rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso con un aumento del 4,5%. Ma la ciliegina rossa che ha reso ancora più appetibile la torta autostradale è costituita dalle nuova normativa sulle gare che tramite il decreto interministeriale varato il 7 agosto del 2015 ha favorito un abbassamento medio delle royalty da pagare. Secondo una stima di Chef Express, infatti, le royalty medie sono scese dell'8 -10% per cento rispetto ai valori precedenti.

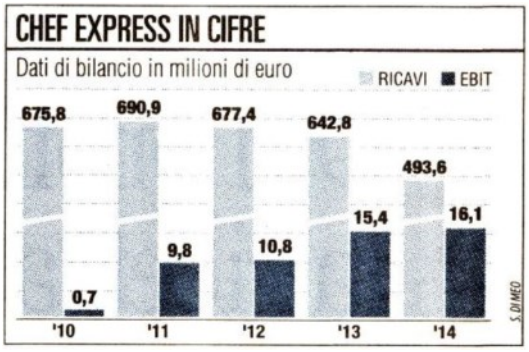
E' dunque in questa cornice, contrassegnata da una maggiore redditività, che la società del gruppo Cremonini ha varato il suo piano di espansione puntando su un marketing nuovo e aggressivo. "Siamo il gruppo più innovativo presente sul mercato - dice Biasoni - l'idea centrale dei nuovi Chef Store è stata di creare uno spazio di sosta e relax. Niente a che vedere, dunque, con un percorso forzato che obbliga il cliente a una gimkana fra banconi pieni di merce come avviene nella maggioranza dei market autostradali. E' il cliente che deve decidere dove andare".

Ecco spiegata, dunque, la scelta di creare tre percorsi per i clienti indicati con un'apposita segnaletica: "fast", più veloce, per chi vuole uscire subito e riprendere il viaggio; "slow", più tranquillo, per chi desidera acquistare i prodotti tipici regionali; "tech" per coloro che sono interessati all'elettronica, alla telefonia e alla tecnologia in genere. "Abbiamo fatto una serie di studi - precisa ancora Biasoni - che ci hanno confermato come i clienti siano più evoluti e sofisticati di quanto non si creda. Per venire incontro ai nuovi trend nei consumi proponiamo anche insalate, piatti vegetariani, riso basmati, la quinoa. Mentre il nostro rapporto con la Coldiretti ci consente di proporre ottimi prodotti a chilometro zero".

In effetti la scelta di Chef Express, decisa a giocare fino in fondo la carta della ristorazione autostradale, è dovuta a una precisa strategia industriale. Per capirlo conviene fare un passo indietro: l'azienda nel 2014 pesa per il 15% sui ricavi del gruppo Cremonini. Eppure il calo di fatturato accusato dalla stessa Cremonini nel 2014 (-4,6% a 3.335,9 milioni di euro) era dovuto soprattutto a Chef Express a da che fra il 2013 e il 2014 era passat... ... 642 milioni di ricavi a 493 milioni per poi risalire a 511 milioni nel 2015. Motivo: la conclusione di alcuni contratti, peraltro a redditività negativa, nella ristorazione a bordo dei treni ad alta velocità in Francia e Spagna. E allora?

Chef Express ha deciso di puntare sulle aree in autostrada per concentrarsi su business più redditizi dell'alta velocità. Già nel 2015 il comparto della ristorazione nelle stazioni, negli aeroporti e nelle autostrade pesa per il 55% sui bilanci di Chef Express (il restante 45% è suddiviso fra i pasti a bordo treno e la catena Roadhouse Grill); una quota che quest'anno è destinata ad aumentare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 30
foglio 1
www.datastampa.it

focus osserva italia

[LA COMPETIZIONE]

# Come vendere frutta e verdura? otto idee vincenti dagli studenti

CONCLUSO IL CONCORSO LANCIATO TRA UNIVERSITARI DELLA CATTOLICA DI PIACENZA CHIAMATI A STUDIARE PROGETTI DI MARKETING E STRATEGIE DI COMMERCIO. AI PRIMI TRE POSTI PIANI PER PROMUOVERE IL MERCATO DI MELE E FRUTTA SECCA. "ECCELLENTI GLI ELABORATI"

*Milano*

L'esperimento è riuscito. Promosso da OsservaItalia, il primo concorso di idee rivolto agli studenti di Economia dell'Università Cattolica di Piacenza ha prodotto i suoi "frutti": sono 8 progetti realizzati rispettivamente da 8 team, ognuno di essi costituito da circa 10-15 giovani che frequentano il corso di Food marketing e Strategie commerciali dell'ateneo emiliano. Progetti portati a termine nel giro di 6 mesi, seguendo un rigoroso concept articolato su 3 fasi distinte: diagnosi, obiettivo e strategia per raggiungerlo. Mercato di riferimento: il mondo dell'ortofrutta.

Risultato? «Oltre ogni più rosea aspettativa", risponde Giuseppe Zuliani, direttore marketing del gruppo Conad che, nell'ambito di OsservaItalia, l'osservatorio sui consumi realizzato con Affari e Finanza, ha lanciato l'iniziativa con al centro uno dei più importanti comparti dell'industria agro-alimentare italiana, l'ortofrutta, con un fatturato aggregato di 11 miliardi di euro, 4 dei quali realizzati all'estero.

Il concorso, che ha visto tra gli "sponsor" il professore Daniele Fornari, deux ex machina del corso di Food marketing e Strategie commerciali, si è concluso venerdì 8 aprile con una premiazione presso l'Università Cattolica di Piacenza. «Su 8 progetti, ne sono stati scelti 3 — spiega Zuliani — che, per fluidità e completezza, si sono distinti dagli altri».

Per la cronaca, a vincere il premio è stato il piano presentato dal gruppo 3 ("Business Game Conad") che ha dimostrato nel complesso, rispetto agli altri elaborati, una strategia di marketing efficace per la valorizzazione del business delle mele allo scaffale (e del comparto dell'ortofrutta, in generale).

Al secondo posto si è classificato il progetto del gruppo 4, quello dedicato a "Frutta secca e distribuzione". Progetto che, oltre a far emergere i punti di forza e di debolezza di questo settore, ha dimostrato una particolare completezza inquadrando in modo dettagliato i canali distributivi in cui il reparto registra più appeal e mettendo in evidenza i benefici nutrizionali di questo specifico prodotto.

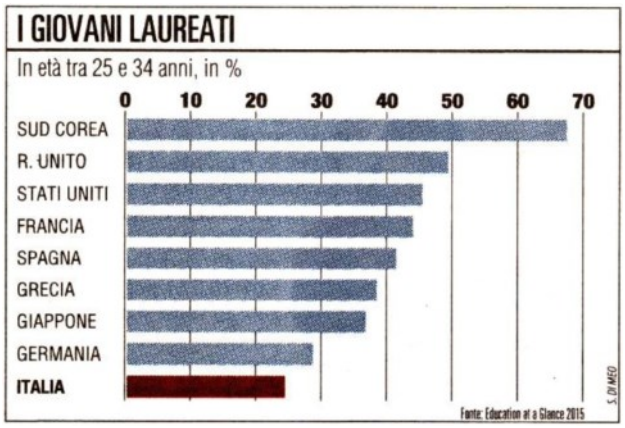
Al terzo posto si è classificato il progetto del gruppo 8, "Il marketing della mela", per la sua capacità comunicativa nell'illustrare il ruolo del reparto dell'ortofrutta nelle scelte del punto vendita, l'importanza di questo comparto sul fatturato aziendale e i principali trend che stanno emergendo sul mercato. Infine, a ricevere una menzione particolare è stato il lavoro del gruppo 5, "I 5 colori della salute".

«È importante sottolineare, però, che tutti i lavori presentati sono stati di un livello elevato, a dimostrazione del fatto che quando i giovani sono stimolati i risultati arrivano» puntualizza Zuliani. Proprio per questo motivo, a prescindere dai vincitori, tutti i progetti sono stati pubblicati online sul sito di OsservaItalia. «Di fronte ai risultati ottenuti, è il minimo che possiamo fare per questi studenti — aggiunge Zuliani — considerando anche la difficoltà dell'argomento. Ricordiamoci che nell'assortimento dei prodotti freschi e freschissimi, un distributore si gioca la reputazione e buona parte del suo business».

Non a caso: l'ortofrutta è un segmento di mercato che vale oggi alla cassa circa il 45% di uno scontrino, a conferma che le scelte di acquisto degli italiani ricadono ogni giorno su un ampio spettro di prodotti quali frutta, verdura, carne, uova, pane, affettati e latticini. Prodotti che rappresentano, escludendo ciò che consumiamo fuori casa, circa il 70% della nostra alimentazione.

Di fronte ad una premessa di questo tipo, risulta evidente che la competizione per il mondo della distribuzione si giochi su questo terreno. In che modo? «Con strategie che, per effetto della rivoluzione digitale e dei contraccolpi della crisi, devono tenere conto delle nuove tendenze dei consumatori», conclude Zuliani. ***(v.d.c.)***

© RIPRODUZIONE RISERVATA




**Otto** i progetti di altrettanti **team** costituiti da 10-15 giovani che frequentano il corso di Food marketing e Strategie commerciali

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 31
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

focus osserva italia

# "Investire sui giovani è la strada maestra per il futuro del Paese"

**[ L'OPINIONE ]**

PARLA FRANCESCO PUGLIESE AD DI CONAD: "I RAGAZZI CHE DECIDONO DI ANDARE ALL'ESTERO PER MANCANZA DI OPPORTUNITÀ IN ITALIA SONO QUELLI DEI QUALI ABBIAMO PIÙ BISOGNO: CORAGGIOSI, DETERMINATI, PRONTI A METTERSI IN GIOCO. PER TRATTENERLI OCCORRE SVILUPPARE L'IMPRESA"

**Marco Frojo**

*Milano*

«Un Paese che non investe sui giovani è un Paese senza futuro». Non usa mezzi termini Francesco Pugliese, numero uno di Conad, per affrontare il problema della disoccupazione giovanile, nella convinzione che, solo quando il coraggio dei giovani si affianca all'esperienza dei "vecchi", una nazione può prosperare, soprattutto sotto il profilo economico. «Dalla scuola escono studenti preparati e bisogna dar loro la possibilità di realizzarsi nel mondo del lavoro, soprattutto a quelli più intraprendenti, pena la loro fuga verso Paesi che offrono loro di più dell'Italia — aggiunge l'ad della catena di supermercati — La cosa che più dispiace è che i ragazzi che decidono di trasferirsi all'estero per mancanza di opportunità in Italia sono quelli di cui abbiamo maggiormente bisogno, perché con la loro decisione dimostrano coraggio, determinazione e voglia di mettersi in gioco. E queste sono le caratteristiche più preziose in un giovane».

Secondo Pugliese il problema della disoccupazione giovanile non lo si affronta con la burocrazia ma favorendo lo sviluppo delle imprese e degli investimenti. «Si crea lavoro solo quando cresce l'attività economica — prosegue l'ad di Conad — E, tenuto conto che gli investimenti pubblici sono diminuiti per ovvi motivi, bisogna puntare su quelli privati e in particolar modo sullo sviluppo delle piccole e medie imprese che sono l'ossatura dell'economia italiana. Ancora meglio se si riuscisse a stimolare la nascita delle start-up, che sono la tipologia di società che crea, in proporzione, il maggior numero di posti di lavoro». Per convincersi di questo è sufficiente guardare a quanto avviene negli Stati Uniti, dove le start-up trovano un terreno a loro molto favorevole: negli ultimi anni hanno creato occupazione a un tasso di 3 milioni di posti di lavoro ogni anno. Per Pugliese la strada che bisogna necessariamente percorrere è quella di convincere le banche a sostenere maggiormente le aziende.

Conad, per parte sua, sostiene la formazione sia al suo interno che direttamente presso l'istituzione scolastica, perché «non basta dire di voler combattere la disoccupazione giovanile, formulando magari brillanti idee, ma è di fondamentale importanza avviare progetti reali». Sul fronte aziendale, il numero due italiano della Gdo organizza corsi per formare sia i giovani che intendono gestire un punto vendita («è soprattutto grazie a loro che Conad è cresciuta in questi annni») sia i dipendenti a tutti i livelli («prevediamo corsi formativi molto intensi dal banconiere fino al dirigente»).

In ambito scolastico ha avviato diversi progetti a sostegno dei giovani, fra i quali spicca "Resto al Sud Accademy", una scuola che si rivolge ai giovani talenti digitali nel tentativo di arginare l'impoverimento economico e sociale del Mezzogiorno. L'iniziativa ha da poco inaugurato il secondo anno di attività nel quartiere di Scampia a Napoli. «Lo studio e l'impegno di tanti giovani sono i pilastri di una società basata sulla cultura della legalità e sul lavoro — sottolinea Pugliese — L'Italia non può reggere lo sviluppo senza un contemporaneo reale sviluppo del Mezzogiorno. Occorre però una seria politica degli investimenti pubblici e privati che superi la logica dell'assistenzialismo e spenda i fondi che la Comunità Europea mette a disposizione. Il Paese ha bisogno di un radicale cambiamento: la risposta non può che venire da governo e regioni. Guardando alle forze sane del Paese, il progetto di Resto al Sud Academy indica una direzione da seguire e far crescere».

Durante il primo anno i ragazzi hanno frequentato i master online in Digital marketing (100 ore formative) e Social media marketing (80 ore) e seguito i corsi Seo

MEDIA PRESS
MONITORAGGIO MEDIA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

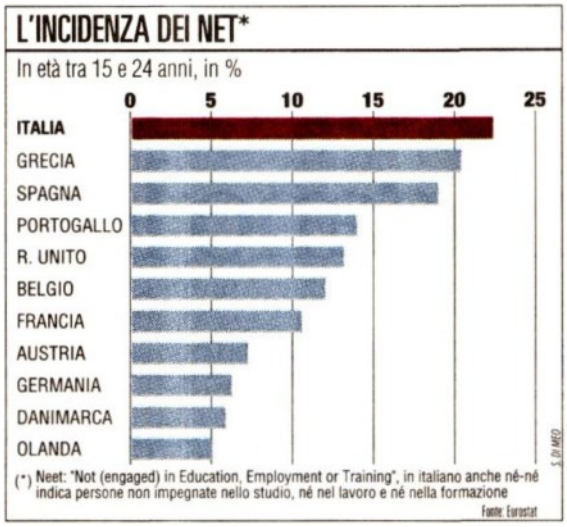
25-APR-2016
da pag. 31
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

& Sem strategy (90 ore), Facebook marketing (50 ore), Diventare freelance (80 ore), Marketing low cost (90 ore) e E-mail marketing (50 ore). La frequentazione è stata integrata con eventi organizzati a Catania, Taranto (due volte) e L'Aquila. Le selezioni per la seconda edizione di Resto al Sud hanno preso avvio la scorsa estate e sono state presentate oltre 200 domande di partecipazione, vagliate da una commissione interna di Resto al Sud Academy, e organizzati tre eventi, a Cosenza, Lampedusa, Foggia e Caserta, per la ricerca di giovani talenti.

Resto al Sud Academy è nata come un'accademia del web, con un percorso di formazione di giovani che risiedono in quartieri disagiati e hanno un'inclinazione per il mondo digitale, per l'innovazione e i social media. La scuola li sostiene garantendo l'accesso gratuito ai corsi di studio e li indirizza alle nuove professioni proponendo un modello di sviluppo diverso per le zone del Mezzogiorno che versano in condizioni di maggiore criticità e precarietà, con l'obiettivo di evitarne lo spopolamento e combattere il degrado e le mafie.

L'altro progetto dedicato alle scuole è "Insieme per la scuola", ormai giunta alla quinta edizione, che consente agli istituti scolastici che decidono di partecipare di aggiudicarsi gratuitamente materiali didattici, attrezzature informatiche e multimediali. Nella prime quattro edizioni "Insieme per la scuola" ha raccolto, tramite un sistema di bollini che si ricevono in base alla spesa effettuata, 13 milioni di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA




[LA FORMAZIONE]

## "Scrittori di classe", 12.942 i gruppi iscritti al concorso che promuove la lettura

Sono 12.942 le classi iscritte alla seconda edizione di Scrittori di Classe, l'iniziativa ideata da Conad per promuovere la lettura e la scrittura tra i più giovani. Oltre 4 mila gli istituti scolastici coinvolti e 5.854 i racconti pubblicati sul sito dell'iniziativa. Otto gli autori di libri per ragazzi coinvolti nel progetto, che hanno sviluppato i lavori delle classi trasformandoli in otto volumi presentati alla Fiera del Libro per Ragazzi. L'Emilia-Romagna si è conferma la regione più attiva (14,8% dei racconti), seguita dal Lazio (11,8%) e dalla Lombardia (10,7%). "Scrittori di classe 2" ha ottenuto il patrocinio del Ministero dei beni, delle attività culturali e del turismo e del Centro per il libro e la lettura, istituto autonomo del ministero che ha il compito di divulgare il libro e la lettura in Italia e di promuovere all'estero il libro, la cultura e gli autori nazionali. «Scrittori di Classe fa parte del nostro impegno quotidiano nei confronti delle comunità, verso le quali siamo impegnati a restituire ciò che ci viene accordato in termini di fiducia — spiega il direttore marketing canali distributivi Conad Alberto Moretti — Parte importante di questo impegno si rivolge proprio alla scuola, crediamo infatti che sia fondamentale investire sulla cultura, la formazione e l'educazione dei ragazzi, sulla cui crescita si gioca il futuro del Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Qui sopra **Francesco Pugliese** amm. del. di Conad

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 32
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

rapporti franchising

# Negozi, la catena traina gli affari dilagano le offerte dell'alimentare

IL VOLUME DEL BUSINESS DEL FRANCHISING IN CRESCITA NEL BREVE E LUNGO PERIODO. È A QUOTA 23,3 MILIARDI PARI ALL'1% DEL PIL. L'EFFETTO EXPO HA FAVORITO I PIÙ DIVERSI E ORIGINALI FORMAT DEL FOOD. REGIONI, LA LOMBARDIA AL TOP

**Marco Frojo**

***Milano***

Grazie alla sua capacità di innovazione e di cogliere al volo le esigenze dei consumatori, il franchising si è da tempo lasciato alle spalle la crisi e ora l'obiettivo è quello di porre le basi per un deciso rilancio. Nel 2015 il giro d'affari si è attestato a 23,3 miliardi di euro, un valore che è pari all'1% del prodotto interno lordo italiano e che riporta il franchising sui livelli del 2013. È però allungando il periodo di osservazione che si possono cogliere appieno i progressi messi a segno da questo importante settore dell'economia del Belpaese: rispetto al 2009 il giro d'affari è cresciuto del 4,9%, il numero delle insegne operative è balzato del 15,2% e il numero degli occupati è aumentato del 4,9%. La risalita non è comunque stata priva di difficoltà come dimostra la diminuzione del numero di punti vendita (-2,7%). Sono questi alcuni dei principali dati contenuti nel Rapporto Assofranchising Italia 2015, il report curato da Assofranchising in collaborazione con l'Osservatorio Permanente sul franchising.

A trainare il settore è stato soprattutto il comparto alimentare, a conferma del fatto che il franchising è una formula molto duttile che sa cogliere le migliori opportunità del Paese in cui opera. Anche grazie al traino di Expo2015 la ristorazione in franchising è passata da un fatturato di 2 miliardi nel 2013 ai 2,5 miliardi del 2015 con un balzo nell'ordine del 25%.

Questa performance è stata resa possibile anche grazie al lancio di numerosi nuovi format, quali american diners, bistrot e bar vegani, patatine e pollo fritto, street food mobile (ape car); sempre nel campo della ristorazione si è poi registrata la crescita dei ristoranti a tema ed etnici (messicani, tex-mex, sushi, tedeschi), senza dimentica bar, pub, enoteche e chupiterie. Più limitato il progresso della Gdo Food in franchising (+2%), che incide però per il 33% sul totale del settore in termini di fatturato (7,5 miliardi). Sommando ristorazione e grande distribuzione alimentare si arriva così a 10 miliardi di euro, un valore che rappresenta poco meno della metà del totale.

Secondo i dati contenuti nel rapporto di Assofranchising il numero totale delle insegne attive in Italia ha raggiunto quota 950 e il numero dei punti vendita (+0,8% rispetto al 2014) ha superato le 50mila unita. Il numero medio dei punti vendita per insegna è rimasto stabile a quota 53. Gli occupati, inoltre, sono tornati a crescere dopo la lieve flessione del 2014 e sono oggi 190mila; in ogni punto vendita ci sono dunque in media 3-4 addetti. La Lombardia si è confermata la sede privilegiata per il numero di insegne franchisor (246), seguita dal Lazio (in lieve calo a 108) e dalla Campania che ne conta 88 ma che per il terzo anno consecutivo è in crescita (73 insegne nel 2013); risultano invece stabili regioni come Emilia-Romagna e Veneto che ne vantano circa 80 ciascuna, mentre è in calo il Piemonte che è passato da 73 a 69 insegne. La Lombardia ha riaffermato la propria supremazia anche per numero di punti vendita attivi che a fine 2015 erano 7.800, un numero in leggero calo ma comunque pari al 15% del totale italiano. Dietro la più popolosa regione italiana si sono confermati stabili Lazio, Piemonte ed Emilia-Romagna. Al Sud spicca la performance della Campania che ha visto crescere il numero dei punti vendita da 3.992 a 4.127. È comunque tutto il Meridione che mostra una buona vivacità: anche Sicilia, Calabria e Basilicata sono in leggera crescita.

Fra le categoria merceologiche, oltre all'alimentare, spicca l'abbigliamento, sia uomo-donna che bambino. Il primo si è ripreso dal passo falso del 2014, mentre conferma il suo buon momento il secondo che vede crescere di anno in anno il numero di insegne attive sul territorio italiano. L'anno scorso ha invece subito una battuta d'arresto l'intimo, che interrompe così la sua lunga serie positiva.

Segnali incoraggianti sono infine arrivati dal mondo dell'immobiliare che ha visto crescere il fatturato dello 0,9% e sembra davvero aver cambiato passo, grazie anche ad una diversificazione dei servizi, in particolare per la gestione condominiale degli stabili, mentre hanno perso terreno le agenzie turistiche, i compro-oro e le sigarette elettroniche. Le agenzie turistiche hanno sofferto la concorrenza di internet, i compro-oro il crollo del prezzo del metallo giallo e le sigarette elettroniche, infine, hanno dovuto fare i conti con una moda che ha fatto il suo tempo.

Chi gestisce un punto vendita in franchising ha solitamente un'eta compresa fra i 36 e i 45 anni (60% del totale) ma risulta molto significa anche la quota (26%) dei giovani (25-35 anni), a conferma del fatto che il franchising è un ottimo strumento per superare i problemi del mercato del lavoro. Sempre in questa ottica va letto il dato relativo alla presenza di donne imprenditrici (anche considerando le società miste): la loro percentuale arriva al 39%. Nel 2015 chi ha deciso di entrare nel mondo del franchising ha dovuto mettere sul piatto mediamente una cifra compresa fra i 20mila e i 50mila euro.

L'ultimo importante elemento che emerge dal Rapporto 2016 di Assofranchising è che le insegne italiane riscuotono un grande successo anche all'estero: ben 164 sono attive con almeno tre punti vendita al di fuori dell'Italia (+4,5% rispetto al 2014). Spagna, Francia e Russia sono i mercati in cui si ha la presenza più forte di catene italiane ma una interessante dinamica si sta registrando anche nell'area balcanica e nelle Repubbliche dell'ex Unione Sovietica. I mercati di frontiera, infine, si trovano nell'area araba e medio-orientale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

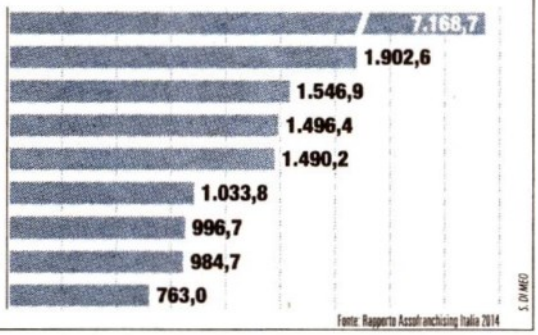
la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 32
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

## FRANCHISING, IL FATTURATO NEL 2014

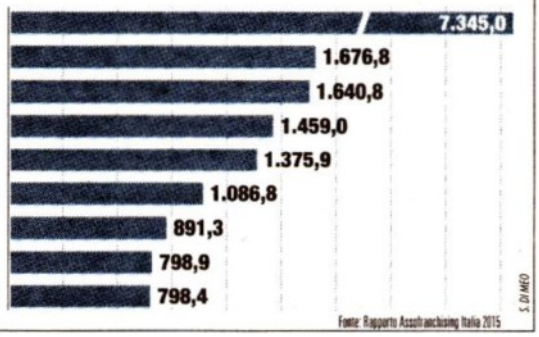
Maggiori settori, in milioni di euro




Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2014

## LE STIME DI FATTURATO NEL 2015

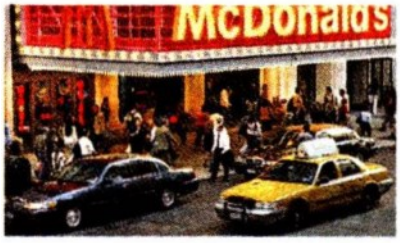
Maggiori settori, in milioni di euro




Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2015

[IL TREND]

# Reti tricolore all'estero brand stranieri in Italia il mercato è in salute




**Il buono stato di salute del settore del franchising lo si può cogliere anche guardando al numero di player stranieri che decidono di sbarcare nel Belpaese; così come è possibile vedere la vitalità degli operatori italiani guardando ai successi che riescono a cogliere al di fuori dei confini nazionali. Fra questi ultimi spiccano i nomi di Calzedonia, Mail Boxes, Geox, Tecnocasa e Terranova. Come si può ben vedere sono soprattutto gli specialisti dell'abbigliamento ad andare alla conquista di nuovi mercati, forti del marchio made in Italy che nel campo della moda ha pochi rivali. Sul fronte interno, invece, nel 2016 si è registrato l'arrivo di due colossi come Stek'n Shake e Domino's Pizza. La catena americana di pizzerie ha già aperto tre locali a Milano e intende arrivare a quota 11 entro la fine dell'anno. Il numero di dipendenti dovrebbe così salire a 150: per ogni punto vendita, infatti, ci vogliono quasi venti persone tra pizzaioli, camerieri, cassieri e addetti alle consegne. La catena di fast food, anch'essa statunitense, ha invece scelto il Bicocca Village per aprire il suo primo ristorante in un centro commerciale europeo. Il brand ha scelto la location della Bicocca per una serie di fattori, tra i quali il target giovane della galleria, che sorge in prossimità di uno dei più importanti poli universitari a livello regionale, e la complementarietà dell'offerta presente nel Village (shopping, palestra e cinema multisala).**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 33
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

RAPPORTO
FRANCHISING

# Dall'intimo all'hi-tech grandi firme e outsider a caccia di associati

DA GIOVEDÌ AL SALONE OSPITATO DA BOLOGNAFIERE BRAND NOTI TIPO YAMAMAY E GABETTI INSIEME A TANTE PROPOSTE INNOVATIVE: IL CAR SHARING DEI FURGONI E L'AZIENDA CHE VORREBBE APRIRE 80 NEGOZI DI DRONI

**Stefania Aoi**

***Milano***

Ci saranno grandi aziende come Yamamay, a caccia di nuovi affiliati disposti ad aprire un negozio in franchising di biancheria intima. Ci saranno i più importanti gruppi dell'immobiliare come Gabetti e Re/Max, che vogliono ampliare la rete di agenzie a testimonianza che il mercato della casa è in ripresa. Tra gli stand si incontrerà persino la i-Droni di Ravenna, un'azienda che commercia in droni e che nel medio termine vorrebbe aprire in tutto un'ottantina di negozi. Oppure ecco la piccola Van4You, società che noleggia furgoni, utilizzando un sistema tipo car-sharing, e che spera di incontrare persone interessate a metter su un centro nella propria città. Tutte queste realtà saranno a Franchising&Retail Expo, il nuovo salone del franchising che aprirà i battenti da giovedì fino a sabato prossimo a BolognaFiere.

La tre-giorni vedrà anche la partecipazione di Assofranchising, l'associazione di settore, che un tempo portava i grandi marchi suoi associati a Milano e poi ha deciso di trovare una nuova destinazione. Così per questa prima edizione gli espositori saranno in tutto 190 disposti su un padiglione di 4mila metri quadri quadri. «Un ottimo esordio — spiega Marco Momoli, direttore di manifestazione per BolognaFiere — è da venticinque anni che lavoro qui e questa è una delle kermesse che ha iniziato nel migliore dei modi».

Tra gli stand si incontreranno soprattutto aziende della ristorazione e dell'industria alimentare. Queste, da sole, pesano il 12 per cento sul totale dei brand che hanno dato adesione. Seguono i gruppi dell'abbigliamento che contano un altro 10 per cento, quelli del comparto viaggi e turismo (7 per cento). E poi ecco le agenzie immobiliari (6 per cento) oltre a tante aziende di prodotti per il benessere, la salute e la cura della persona (10 per cento). Una fra tutti l'Erbolario, catena specializzata in prodotti naturali.

Oltre alle varie imprese, ognuna con le proprie proposte, a Bologna troveranno spazio diversi convegni e workshop sui temi del franchising e dell'imprenditoria. In tutto sono in programma 20 ore di incontri per chi si vuole affiliare ma anche per le realtà che stanno partendo ora con il franchising. Giovedì alle 11 ci sarà il workshop 'Valutazione dei sistemi in rete e della propria propensione verso un'attività, per potenziali franchisee'. Un appuntamento specifico per chi vorrebbe avviare un'attività. Lo stesso giorno, ma alle 10,30, si parlerà anche di 'Finanziamenti al franchising più semplici con Bpm e Assofranchising', dove si illustreranno le opportunità per ottenere finanziamenti in caso si volesse aprire un negozio. Proprio durante il convegno di inaugurazione del salone si farà anche il punto sullo stato dell'arte del settore che ha retto alla crisi, anche se ha visto scendere il numero di punti vendita affiliati tra il 2008 e oggi. In quell'occasione sarà presentato il Rapporto Assofranchising Italia — Strutture, tendenze e scenari — in collaborazione con l'Osservatorio Permanente del Franchising, la struttura di studi dell'Università La Sapienza di Roma specializzata sul comparto.

Negli stessi giorni della kermesse, si riunirà infine il World Franchise Council, ovvero l'associazione internazionale del franchising e per l'occasione arriveranno delegati da paesi come l'Australia, l'Austria, il Brasile, persino dalla Nuova Zelanda. Si tratta di una buona occasione per le aziende espositrici a Franchising&Retail Expo, perché avranno la possibilità di incontrare le delegazioni internazionali e capire come sviluppare al meglio il proprio brand all'estero. I visitatori potranno invece conoscere le singole associazioni internazionali per valutare le proposte di affiliazione degli espositori esteri.

«Anche senza andare all'estero e nonostante il contesto economico complesso — commenta Enrico Postacchini, presidente Confcommercio Ascom Bologna — il franchising continua a essere vitale, ad offrire spunti positivi e a dare segnali di crescita. Promuovere il franchising vuol dire promuovere un'idea manageriale e favorire la competitività nel mercato anche dei piccoli sistemi in rete che, diversamente, non potrebbero avere magari questa buona occasione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 33
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

Da sinistra nella foto **Antonio Bruzzone**, direttore generale BolognaFiere; **Enrico Postacchini**, presidente Confcommercio Ascom Bologna; **Italo Bussoli**, presidente e segretario generale Assofranchising

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione: n.d.
Lettori: n.d.
Settimanale - Ed. Bologna

CORRIERE IMPRESE BOLOGNA

Dir. Resp.: Armando Nanni

25-APR-2016
da pag. 5
foglio 1 / 3
www.datastampa.it

L'intervista

Francesco Pugliese
«Leadership del carrello, è l'obiettivo di Conad»

5

# «Vogliamo essere i primi»

## L'ad di Conad svela le prossime mosse: negozi di pet food e una nuova linea di prodotti ecosostenibili. Obiettivo: battere i cugini di Coop

Con i big data calibreremo meglio l'offerta, l'assortimento e individueremo i trend: i fatturati si mantengono se cogli queste tendenze
In regione siamo bravi a metterci assieme, ma vedo che la spinta si è arrugginita

di **Andrea Rinaldi**

**Investimenti nel 2016 per 188 milioni per 88 nuove aperture e 1.300 nuovi posti di lavoro di cui 880 nuove assunzioni. Pugliese, a cosa aspira Conad?**

«L'obiettivo di chi è secondo non è che uno: arrivare primi. Oggi ci separa solo un punto dal leader di mercato»

**Diversificherete ancora di più come fanno i vostri colleghi di Coop?**

«Nel prossimo mese apriremo i primi punti vendita per pet food con insegna "Conad pet". Il primo il 4 maggio a Modena. Un negozio del genere, di 300 metri quadri, muoverà molto in termini di fatturato. Saranno 20 locali nel 2016, che porteranno all'assunzione di circa 100 persone. In 3 anni questi negozi saliranno a 100. Noi non facciamo investimenti finanziari, investiamo in ambiti dove possiamo dire la nostra con la consapevolezza che siamo bottegai: la proprietà esiste ed è ben definita, il profitto e l'utile della cooperativa sono per la crescita del core business».

**La crescita della gdo è stata trainata dagli iper. Ma è un modello superato?**

«Le mostro dei dati Iri Top Trade. L'evoluzione delle quote a tre anni: Coop va indietro di 0,30 punti, noi cresciamo di 0,92. Se abbiamo fatto quasi un punto di crescita e loro hanno perso, significa che abbiamo recuperato 1,20 e dimezzato la distanza in questi tre anni. Guardi anche la performance tra ciò che si apre di nuovo e quello che ottengo sui punti già esistenti: nelle dinamiche di produttività e metri quadri ancora una volta gli eccellenti siamo noi, con Esselunga, Selex Agorà e Aspiag. Mi chiedeva la crescita dei canali: abbiamo 23 ipermercati, oltre a superstore e libero servizio e quelli che crescono sono i secondi, perché danno convenienza e sono sempre più negozi di prossimità. L'ipermercato è in contrazione, e mi chiedo se continuerà in questi termini. Il dato certo è che il potenziale di attrazione e i differenziali dell'offerta dell'iper di 15 anni fa erano superiori. Oggi i bacini di attrazione degli iper si sono ristretti e la differenza ridotta di prezzi rispetto ad altri esercizi non giustifica il costo della benzina per andarci. L'iper deve cambiare anche la sua modalità di offerta in termini di profondità di assortimento».

**Quindi come si trasformeranno i punti Conad?**

«Stiamo riducendo gli assortimenti medi della "sala" per recuperare spazi nei freschissimi: allargheremo la nostra marca commerciale che è arrivata a 30% di quote. Nelle prossime settimane lanceremo la nuova linea "Verso natura": non solo food, andrà dalle lampadine ai detersivi. I suoi pilastri: bio, vegetale, ecosostenibile ed ecocompatibile. Altra sfida: 6 anni fa abbiamo fatto un'operazione con i salumi take away, oggi l'80% di ciò che è venduto take away è marchiato Conad. Quindi abbiamo realizzato una partnership con un'azienda — che ha investito 26 milioni — dove andremo a confezionare tutti i nostri prodotti: compriamo la materia prima e la controlleremo. È un concetto nuovo di partnership tra distributore e industria dove ognuno ottiene profitto e fa il suo mestiere. Il prezzo sarà corretto per una qualità che deve essere elevata. E la filiera più integrata per tagliare i tempi».

**Qualcuno la filiera corta la fa già: Amazon e tante altre startup di food delivery.**

«Amazon in 15 anni ha decuplicato il valore della propria impresa senza fare profitto. L'alimentare inoltre vende al di sotto di quello che paghiamo noi: c'è qualcosa che non torna e forse qualche valutazione da fare in termini di dumping. Per certi prodotti online — detersivi, pannolini — sono certo che arriveremo a un utente che calcolerà il prodotto più economico su base mensile. I millennials ad esempio compreranno

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione: n.d.
Lettori: n.d.
Settimanale - Ed. Bologna

CORRIERE IMPRESE BOLOGNA

Dir. Resp.: Armando Nanni

25-APR-2016
da pag. 5
foglio 2 / 3
www.datastampa.it

a prezzo più basso, assisteremo quindi a modifiche distributive di prodotto verso nuovi canali di vendita. Per le startup di food delivery invece vedo che hanno un pubblico ben connotato, ma vedo pure una lacuna nel controllo qualità: chi garantisce la sicurezza dei loro alimenti? Lo sa che nell'ortofrutta a domicilio la percentuale di pezzi ammaccati e poi resi è del 30% circa? Con grossi problemi dal punto di vista della gestione: scontrino, reso, documento che parte ecc... Invece quando si va a fare la spesa cerchiamo relazioni e consigli cosa che sta diventando un fattore rilevantissimo per Conad.

**«Persone oltre le cose».**

«Esatto. Oggi tocca pensare alle persone nel processo di vendita. Ben venga Amazon! Lo contrasteremo con l'acquisto e il ritiro in punto vendita».

**Allora le chiedo della vostra sperimentazione sui big data.**

«Siamo partiti un anno e mezzo fa. Stiamo mettendo a fattor comune tutti i dati — dal sito ai profili social alle carte fedeltà — per arrivare all'identificazione di grandi segmenti: in questo modo calibreremo meglio l'offerta, l'assortimento e individueremo i trend. E i fatturati si mantengono se cogli queste tendenze».

**Lei è molto attivo sui social, commenta, segnala, ha anche litigato con Adriano Turrini di Coop sui market aperti di domenica.**

«È Turrini che ha litigato con me. Comunque, il tema della trasparenza sarà un fattore fondamentale per aziende e manager. Quello che dici deve esser quello che fai, sui social, ma non solo. Ho 5.000 follower su Twitter tutti spontanei».

**Perché non avete investito in Fico-Eatalyworld?**

«C'è la Coop, va benissimo. Sarebbe stato anomalo per una piccola impresa come Conad entrare in un'azienda così. E poi non ce l'ha proposto nessuno».

**L'Emilia-Romagna è una terra di eccellenze del food, ma non solo. Cosa vede all'orizzonte da manager e cooperatore?**

«La nostra regione, assieme alla Lombardia, ha trainato con modelli di sviluppo e non. L'altro grande fattore è la capacità degli emiliano-romagnoli di mettersi assieme: non siamo solo fucina di idee, ma anche stimolo e guida, sia nel movimento cooperativo che su modelli di aggregazione. Ma vedo che questa spinta si è arrugginita e non va bene. Il dovere dei migliori è trainare, sia sul fronte imprenditoriale ma soprattutto su quello cooperativo, perché il rischio di chiudersi in piccole stanze a difesa di un mondo che non c'è più può essere un pericolo grosso, non solo per l'Emilia-Romagna, ma anche per l'Italia intera».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione: n.d.
Lettori: n.d.
Settimanale - Ed. Bologna

CORRIERE IMPRESE BOLOGNA

Dir. Resp.: Armando Nanni

25-APR-2016
da pag. 5
foglio 3 / 3
www.datastampa.it

**Francesco Pugliese**, Taranto, 1959, è ad e direttore generale di Conad, dove è entrato nel 2004. È presidente di ADM - Associazione Distribuzione Moderna e di Fruit Innovation. In precedenza è stato direttore generale Europa di Barilla e ad e direttore generale del Gruppo Yomo. Con Rizzoli ha pubblicato «Tra l'asino e il cane»

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 33
foglio 1
www.datastampa.it

RAPPORTO
**FRANCHISING**

# Patto del sistema con i clienti "più garanzie ai consumatori"

**LA PARTNERSHIP TRA L'UNIONE CONSUMATORI E ASSOFRANCHISING MIRA AD EVITARE RIMPALLI DI RESPONSABILITÀ IN CASO DI PRODOTTO DIFETTOSO E A MIGLIORARE L'INFORMAZIONE**

***Milano***

«Oggi chiediamo al mondo del franchising di offrire maggiori garanzie al consumatore». Massimiliano Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori, lo ribadirà giovedì, giorno di apertura del salone del franchising di Bologna, durante il convegno inaugurale intitolato 'Il contributo dei sistemi a rete al successo della moderna distribuzione'. La sua associazione per l'occasione firmerà anche una partnership con Assofranchising per migliorare i rapporti tra negozianti e clienti. «Oggi quando un cittadino si imbatte in un prodotto difettoso e lo riporta al negozio — racconta Dona — si trova a volte coinvolto in un rimpallo di responsabilità che non dovrebbe esistere».

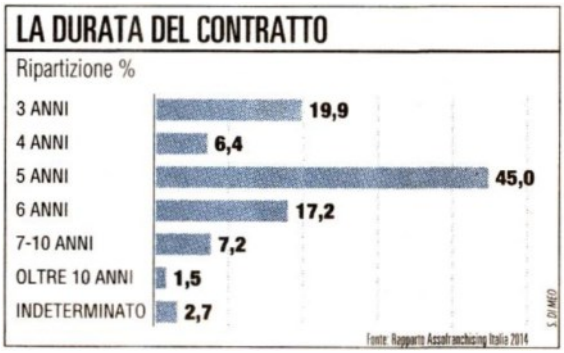
La garanzia a difesa del consumatore è solo uno dei punti inseriti nel documento steso dall'Unione nazionale Consumatori. Un altro aspetto trattato è quello legato alla mancanza di informazioni adeguate sulla qualità dei prodotti o sulla merce in saldo. Secondo i consumatori, in questi anni Assofranchising è stata molto attenta alle dinamiche associative, e quindi ai rapporti tra aziende e rete di affiliati, ma non si era mai cimentata nel dare regole di trasparenza sul rapporto con il cittadino. «Anche se, analizzando le lamentele che riceviamo durante l'anno, dobbiamo riconoscere — ammette Dona — che i consumatori incontrano meno problemi quando si rivolgono a un negozio affiliato a una grande catena rispetto a quelli che invece si sviluppano in altri negozi. Quando però il problema sussiste la delusione e la rabbia sono maggiori».

Il rapporto tra franchising e consumatori sarà solo uno degli argomenti trattati nel convegno inaugurale di Bologna. In Sala Allemanda nel padiglione 33, sfileranno relatori come Mariano Bella, responsabile dell'Ufficio studi di Confcommercio, che parlerà dei consumi e delle opportunità di sviluppo. Ci sarà Alex Storey, a capo del Franchise/Co-op, Channel Sales di Google per l'Europa, il Medio Oriente e l'Africa. A lui spetterà raccontare dell'andamento del retail online. Abdulla Al Dhaheri, direttore della Camera di Commercio di Abu Dhabi parlerà invece delle vendite al dettaglio nei paesi arabi. Non mancherà uno sguardo rivolto all'Italia. Andrea Petronio, Partner Bain & Company Italy, si dilungherà sull'andamento del retail nel mondo ma anche e soprattutto nel nostro paese.

«Il franchising è solo uno dei vari sistemi in rete, ma è anche quello principe sia a livello nazionale che internazionale, ed è molto più diffuso del licencing o dei sistemi in compartecipazione», spiega Italo Bussoli, presidente di Assofranchising, che durante la giornata illustrerà anche i dati dell'andamento del settore nel 2015. «Malgrado la profonda crisi che ha colpito i consumi negli ultimi anni — afferma il presidente — Il franchising ha tenuto e vanta un giro d'affari cresciuto nel quinquennio 2009-2014 del 4,2 per cento, la flessione contenuta dei punti vendita attivi del 3,5 per cento».

Proprio per via del calo dei consumi, alcune grandi aziende come Segafredo per il caffè o Nero Giardini per le scarpe, hanno deciso infatti di abbandonare questa forma di sistema in rete preferendo, in alcuni casi, una gestione diretta del punto vendita. ***(st.a.)***

© RIPRODUZIONE RISERVATA




Il rapporto tra franchising e consumatori sarà solo uno degli argomenti trattati nel **convegno** inaugurale della fiera di Bologna. All'evento sono attesi diversi relatori qualificati

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione: n.d.
Lettori: n.d.
Settimanale - Ed. Bologna

CORRIERE IMPRESE BOLOGNA

Dir. Resp.: Armando Nanni

25-APR-2016
da pag. 5
foglio 1
www.datastampa.it

L'azienda
La storia

# La Margherita nata da Mercurio che fiorisce in Italia e in Europa

È stato un buon 2015 per Conad. Il suo giro d'affari è salito a 12,2 miliardi di euro, crescendo di ben 500 milioni (ovvero del 4,2%) con la quota di mercato che ha raggiunto quota 11,8%. La rete vendita della margherita conta 3.062 punti vendita — 25 Conad Impermercato, 215 Conad Superstore, 1.039 Conad, 989 Conad City, 518 Margherita Conad, 197 discount Todis, 13 Sapori & Dintorni e altre 66 insegna cash & carry — comprensivi dell'acquisizione di 45 ex Billa nel Nord Est e delle nuove aperture con la creazione di 4.174 nuovi posti di lavoro. Numeri che saranno destinati a lievitare, insidiando la supremazia dei colleghi di Coop nella grande distribuzione organizzata. Conad ha infatti stanziato 188 milioni di euro per il 2016. Conad inoltre assomma 103 parafarmacie, 35 pompe di benzina, 18 ottici, 11 gelaterie e 12 carretti gelati Sapori & Dintorni.

Il Consorzio Nazionale Dettaglianti, società cooperativa a responsabilità limitata, nasce ufficialmente il 13 maggio 1962 a Bologna. Vi aderiscono 14 gruppi d'acquisto a cui fanno capo 420 soci dettaglianti. Suo scopo è organizzare in comune i rifornimenti e gli acquisti di prodotti alimentari, bevande e beni di consumo. La sede è a Milano e la presidenza è affidata all'avvocato Stelvio Capritti che ha seguito la costituzione della società per conto dell'Unione piccoli commercianti (poi Confesercenti). Il marchio è un'effigie di Mercurio, dio del commercio, che sarà sostituito nel 1971 con quello rosso e giallo accompagnato da una margherita. Sempre sotto le Due Torri nasce il primo supermercato Conad. Nel 1981, dopo 16 anni, Luciano Chiesa lascia la presidenza a Enrico Gualandi. Nell'anno del ventennale, con circa 200 tra superette e supermercati, Conad è ai primissimi posti in Italia nella rete moderna. Per mettere a disposizione dei soci-imprenditori delle otto cooperative associate – Commercianti Indipendenti Associati, Conad Adriatico, Conad Centro Nord, Conad del Tirreno, Conad Sicilia, Nordiconad, PAC 2000A e Sicilconad – e della cooperazione ulteriori opportunità di sviluppo e crescita, il 16 febbraio 2006 Conad, Colruyt (Belgio), Coop (Svizzera), E.Leclerc (Francia) e Rewe (Germania) fondano a Bruxelles Coopernic, società cooperativa di diritto europeo seconda nel mondo solo a Wal-Mart. Due anni prima Francesco Pugliese era entrato in Conad con il ruolo di direttore generale. Dieci anni dopo diventa ad, mentre nel 2010 Claudio Alibrandi diventa presidente. Pugliese, classe 1959, tarantino ha sempre lavorato in primo piano nel settore alimentare e della distribuzione, in precedenza infatti è stato direttore generale Europa di Barilla e amministratore delegato e direttore generale del Gruppo Yomo.

**A. Rin.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 34
foglio 1
www.datastampa.it

RAPPORTO FRANCHISING

# Bistrot, etnici e vegani nuovi ristoranti crescono

**SONO IN GRANDE SVILUPPO LE FORMULE ALTERNATIVE DALL'AMERICAN DINERS FINO ALLO STREET FOOD. I RICAVI 2015 DEL SETTORE SONO SALITI A 2,5 MILIARDI. VIVACE L'ABBIGLIAMENTO CON TANTE INSEGNE**

**Sibilla Di Palma**

***Milano***

Bar vegani, catene street food, ristoranti a tema ed etnici. Nuovi format con i quali un comparto tradizionale come quello della ristorazione ha saputo rinnovarsi, confermandosi un settore strategico per il franchising. Nel quale, dopo anni difficili, torna a performare bene anche l'abbigliamento. Secondo il Rapporto Assofranchising Italia 2015, la ristorazione ha realizzato lo scorso anno un fatturato di quasi 2,5 miliardi (nel 2013 erano 2 miliardi). All'interno del comparto, la Gdo ha visto un aumento del giro d'affari del 2% circa rispetto all'anno precedente, arrivando a incidere per il 30-33% (quasi 7,5 miliardi) sul fatturato totale del settore. Risultati merito dei numerosi format innovativi che si sono fatti strada negli ultimi anni. Tra questi, le formule american diners, che propongono i piatti tipici della tradizione culinaria degli Stati Uniti (dagli hamburger alle Bakery), e i bistrot e i bar vegani, che puntano a soddisfare le esigenze sempre più numerose di chi segue un regime alimentare privo di carne o di derivati animali. A prendere piede sono stati inoltre i ristoranti a tema ed etnici (messicani, chupiterie brasiliane, tex-mex, che propongono un tipo di cucina statunitense preparata principalmente in Texas e nel Sud del paese, giapponesi, spagnoli). A Milano, ad esempio, è stato inaugurato il locale 100 Montaditos dove è possibile trovare numerose specialità della cucina iberica: dai panini alle insalate, dagli aperitivi tipici fino alle "croquetas" e alle "patatas bravas". Dagli Stati Uniti potrebbe poi affermarsi una nuova tendenza: i ristoranti fast-casual che offrono cibi preparati al momento con ingredienti di qualità a un costo contenuto.

Uno sguardo particolare merita lo street food, già apprezzato nelle metropoli straniere, diventato la tendenza del momento anche in Italia. Trovando sempre più spesso spazio presso centri commerciali e outlet park, aeroporti e grandi stazioni, oltre che nelle località turistiche. Secondo un'analisi della Coldiretti, si tratta di una passione condivisa da 35 milioni di connazionali accomunati dal desiderio di provare nuovi prodotti e al contempo di risparmiare. Un trend frutto anche del ritorno in auge del pasto fuori casa, tanto che nel 2015 gli italiani hanno speso 76 miliardi di euro per mangiare lontano dalle mura domestiche (oltre un terzo dell'esborso complessivo delle famiglie per cibi e bevande). Con la spesa in ristoranti, agriturismi, mense, bar e pizzerie che negli ultimi dieci anni è aumentata del 28%.

Diversi gli operatori che stanno puntando sul cibo di strada. Prosegue, ad esempio, il piano di espansione in Italia (sempre con la formula del franchising) di Kfc, catena americana specializzata nel pollo fritto. Per quest'anno è infatti prevista l'apertura di sei nuovi ristoranti. In chiave innovativa, Le Botteghe di Leonardo, brand trentino specializzato nella vendita di gelati, ghiaccioli e torte, prevede nel 2016 l'avvio di una soluzione mobile con quattro Apecar brandizzati per lo street food.

Se il 2014 è stato un anno difficile per il mondo del fashion, con gli italiani impegnati a ridurre la propria spesa in questo settore, lo scorso anno il trend secondo il rapporto ha visto un'inversione di tendenza. Hanno infatti performato bene l'abbigliamento dedicato a uomo, donna e bambino, grazie anche alle numerose insegne sviluppatesi sul territorio e alla capacità di molti gruppi (come Terranova) di puntare sull'estero. In leggero calo, dopo anni di crescita ininterrotta, invece l'intimo. Una nuova fase che trova i suoi punti cardine nell'attenzione per i centri commerciali, ma anche nella spinta sul canale travel, aeroporti e stazioni. Come nel caso del brand Camomilla che, tra i prossimi traguardi, ha in programma nuove inaugurazioni presso due aeroporti di Milano e la stazione di Bologna. Mentre nell'abbigliamento bambino, la catena Original Marines (dopo l'apertura presso "Il Centro" di Arese) punta per il 2016 su altri shopping center, tra i quali Grande Apulia a Foggia, Ikea a Brescia, Le Cotoniere a Salerno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 12/2015: 400.000
Lettori Ed. III 2015: 393.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica AFFARI&FINANZA

Dir. Resp.: Mario Calabresi

25-APR-2016
da pag. 34
foglio 1
www.datastampa.it

RAPPORTO FRANCHISING

[L'INDAGINE]

# Nord Est la terra è fertile

**UNA RICERCA CONFIMPRESE SEGNALA MOLTE APERTURE NEI PROSSIMI MESI DEL 2016 SOPRATTUTTO NEL FOOD MA PURE IN FASHION, OTTICA E ACCESSORI PER LA CASA**

***Milano***

Il franchising punta forte sul Nord Est per crescere nel 2016. È quanto emerge da un'indagine di Confimprese sulle circa 300 insegne associate. Diverse le nuove aperture previste nei prossimi mesi: nel franchising food, Queen's Chips inaugurerà nuovi punti vendita a Venezia, Padova e Trieste. La catena italiana Fry Chicken & Chips aprirà invece il suo primo punto vendita del Triveneto a Trento.

Punta ad allargarsi in provincia di Venezia il gruppo bresciano La Piadineria, che nel 2015 è stato acquisito dal fondo Taste of Italy: l'idea è infatti inaugurare due nuovi punti vendita negli shopping center Nave De Vero (Marghera) e ValeCenter (Marcon). Mentre Roadhouse Grill (Gruppo Cremonini) ha in programma l'apertura di un ristorante ad Affi (Verona). Spostandosi nel franchising fashion, il brand italiano di calzature per uomo, donna e bambini Pittarosso ha inaugurato un negozio di oltre 900mq all'interno del centro commerciale Città Fiera di Torreano di Martignacco in provincia di Udine (portando a quattro gli stores in Friuli).

Non mancano le nuove aperture neppure nei settori dell'accessoristica casa e dell'ottica. Lavanda di Venzone, azienda specializzata nella vendita di articoli a base di lavanda (dalla saponeria alla cosmetica, dai prodotti per la bellezza del viso e del corpo ai complementi d'arredo) entro luglio aprirà diversi negozi tra Veneto (Belluno, Treviso, Verona, Caorle, Padova, Mestre), Trentino (Trento, Bolzano e Merano) e Friuli Venezia Giulia (Udine, Trieste, Lignano Sabbiadoro). Sono due invece i nuovi punti vendita (di cui uno a Castelfranco Veneto e l'altro a Merano) messi in programma da Thun. Focus tutto sul Veneto, infine, per il gruppo ottico Nau! che, dopo la recente apertura a Conegliano, sbarcherà con nuovi stores anche a Padova e a Verona. ***(s.d.p.)***

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 82.646
Diffusione 02/2016: 34.776
Lettori Ed. III 2015: 415.000
Quotidiano - Ed. nazionale

il Fatto Quotidiano

Dir. Resp.: Marco Travaglio

26-APR-2016
da pag. 22
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

L'INTERVISTA

**MICHAEL POLLAN** *Il giornalista americano: "Milioni di persone guardano impiattare in tv ma non osano avvicinarsi ai fornelli"*

# "Il paradosso? La cucina ormai è uno sport per spettatori"

*Alcuni chef sono famosi come star del cinema. Ma è la natura a nutrirci, non le corporazioni*

**FRANCESCO MUSOLINO**

Provate a chiedere in giro. È cosa nota a tutti che Carlo Cracco, Gordon Ramsey, Jamie Oliver e Nigella Lawson sono degli chef professionisti, vere e proprie star internazionali, padroni di catene di ristoranti e soprattutto dei palinsesti televisivi. Eppure, più tempo passiamo davanti alla tv, sprofondati sul divano, minore sarà quello dedicato ai fornelli. Questo è "il paradosso della cucina", una nevrosi ritratta dal noto giornalista americano Michael Pollan in *Cotto* (Adelphi, 2013 e anche un documentario di successo su Netflix). Pollan, da sempre attento ai temi etici legati al cibo, aveva esordito nel 1991 con un libro sino ad oggi inedito in Italia e appena pubblicato da Adelphi, *Una seconda natura* (pp. 309, euro 22). Qui racconta la sua passione per l'orto e i prodotti della terra, interrogandosi anche sul nostro diritto di strappare le erbacce e stanare le talpe. E se i parassiti fossimo proprio noi?

**Mr. Pollan, in *Cotto* lei sottolinea che in America i talent culinari fanno il boom di ascolti ma poi nessuno si mette ai fornelli. Una contraddizione?**

Al giorno d'oggi ci sono milioni di americani che trascorrono molto più tempo a guardare le altre persone che cucinano in televisione rispetto al tempo che dedicano per prepararsi qualcosa ai fornelli. Questo è il cosiddetto "paradosso della cucina". Dalla metà degli anni Sessanta in avanti, cuciniamo di meno e acquistiamo più pasti pronti. Il tempo dedicato alla cucina nelle famiglie americane è crollato ad un misero totale di ventisette minuti al giorno.

**Con quali conseguenze?**

Stiamo trasformando la cucina in uno sport per spettatori. La televisione trasforma tutto in uno spettacolo da guardare seduti sul divano. Ma non solo. Guardare cucinare ci affascina, come fosse una magia. Alcuni cuochi professionisti sono famosi come star del cinema e ciò che cucinano sembra decisamente fuori dalla nostra portata. Ma siamo anche pigri. Perché il cibo che vediamo cucinare alla tv, per quanto sia bello, colorato e ben impiattato, non finisce nel nostro piatto. Non sapremo mai che sapore ha.

**Cucinare con le nostre mani può essere la via per un costruire un rapporto diverso con il cibo?**

Senz'altro. È la natura a nutrirci, non le corporazioni, e ogni volta che abbiamo fra le nostre mani una verdura cruda, magari ancora sporca di terra, dovremmo ricordarci a cosa rinunciamo comprando cibo già pronto.

**Noi siamo ciò che cuciniamo?**

Cosa cuciniamo la dice lunga su chi siamo. E su cosa ci sta a cuore. Cucinare è un atto generoso, qualcosa che facciamo per le persone che amiamo. E molto di più che mettere carburante in un corpo.

**Adelphi ha appena pubblicato *Una seconda natura*. Come è nata la sua passione per l'orto?**

Tutto è cominciato quando avevo otto anni. Ho cercato di imitare mio nonno, creando un piccolo orto lungo la nostra strada. Il fatto che le piante producano bellissime cose da mangiare – dimenticate i fiori e pensate alle fragole, rosse e mature – mi ha sempre meravigliato.

**Coltivando, lei ragiona anche sul nostro diritto di strappare le erbacce, di stanare le talpe dalle loro tane. Siamo noi i veri parassiti?**

Siamo erbacce, sì, ma è importante ricordare che le erbacce non sono né buone né cattive. Semplicemente si sono evolute al nostro fianco, sfruttando gli habitat artificiali che abbiamo creato, cercando di imbrigliare la natura. Ma non è proprio possibile.

**Recentemente l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha lanciato un allarme sul consumo di carne rossa bovina. Cosa ne pensa?**

La carne è un cibo davvero delizioso e nutriente ma, se si esagera, diventa dannosa sia per la nostra salute che per l'ambiente. Chi consuma molta carne rossa ha alte probabilità di ammalarsi di cancro ma non sappiamo se questo sia legato al cibo con cui è stato nutrito quel manzo o se dipende dal fatto che mangiamo meno verdure.

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 82.646
Diffusione 02/2016: 34.776
Lettori Ed. III 2015: 415.000
Quotidiano - Ed. nazionale

il Fatto Quotidiano

Dir. Resp.: Marco Travaglio

26-APR-2016
da pag. 22
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

**Dunque?**

Mangiate, non troppo e soprattutto verdure.

**In futuro mangeremo cucina molecolare? Insetti?**

La gastronomia molecolare è divertente, a volte anche abbagliante, ma pur sempre un diversivo per ricchi commensali. Gli insetti sono nutrienti, una fonte sostenibile di proteine animali, ma a essere sinceri preferirei usarli per nutrire gli animali che mangiamo piuttosto che doverli mangiare in prima persona. Grazie.

**Forse in futuro diventeremo tutti vegani?**

Perché? C'è un posto per gli alimenti di origine animale nella nostra dieta, ma è più piccolo di quello che pensiamo. Ma rinunciare in toto ai cibi di origine animale non sarebbe necessariamente un bene per gli animali stessi – diverse specie rischierebbero l'estinzione – e non sarebbe una scelta felice per l'ambiente, dal momento che le aziende agricole sostenibili, come la natura, hanno bisogno di collegare le piante agli animali per chiudere la piramide alimentare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Il libro

• **Una seconda natura**
*Michael Pollan*
**Pagine:** 309
**Prezzo:** 22 €
**Editore:** Adelphi

**I giudici**
Bruno Barbieri, Antonino Cannavacciuolo, Joe Bastianich e Carlo Cracco
*LaPresse*

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 335.733
Diffusione 02/2016: 235.298
Lettori Ed. III 2015: 2.355.000
Quotidiano - Ed. nazionale

la Repubblica

Dir. Resp.: Mario Calabresi

23-APR-2016
da pag. 20
foglio 1
www.datastampa.it

L'INTERVISTA/ MARIO PICCIALUTI, DIRETTORE DI AIDEPI, L'ASSOCIAZIONE DELLE INDUSTRIE DEL DOLCE E DELLA PASTA ITALIANE

# "Prodotti controllati, il nostro grano è sicuro"

**GLI ESAMI**

Vengono fatti lungo tutta la filiera. E se si trovano anomalie quell'alimento non arriva al consumatore

Le analisi sul glifosato confermano la sicurezza dei nostri prodotti, assicura Mario Piccialuti, direttore di Aidepi, l'Associazione delle industrie del dolce e della pasta italiane.

**Qual è la provenienza dei cereali?**

«Il principale fornitore di grano duro è l'Italia, da dove i pastai acquistano il 60-70% del fabbisogno. L'origine del restante 30-40% varia in funzione della stagione e della qualità dei raccolti. I grani duri esteri più pregiati possono arrivare a costare anche il 10%-15% in più di quelli nazionali. Alla materia prima nazionale vengono perciò aggiunti, in media, circa 1,8 milioni di tonnellate da Francia, Usa, Canada, Australia».

**Questi cereali vengono sottoposti a test per la presenza del glifosato?**

«I controlli vengono fatti lungo tutta la filiera. E se i limiti di legge vengono superati, quel prodotto ovviamente non arriva al consumatore».

**I test sono uguali per i cereali nostrani e per quelli importati?**

«Tutti i grani, che siano prodotti in Italia o vengano importati, sono controllati dalle istituzioni pubbliche e dagli stessi mugnai e pastai».

**Perché ci sono tante discrepanze nei dati del *Salvagente*, anche fra prodotti della stessa marca?**

«Non conosciamo i metodi di campionamento e di analisi. Resta il fatto che le tracce. nei pochi campioni dove sono state trovate, sono minime, di gran lunga al di sotto dei limiti di legge.»

**Perché il limite di legge per il frumento (10 mg/kg) è 100 volte superiore rispetto al limite di altri cereali (0,1 mg/kg)?**

«I limiti massimi sono stabiliti dall'Efsa e dalla Ue in base a numerose variabili e valutazioni scientifiche complesse. All'interno della famiglia dei cereali ci sono notevoli differenze: per l'orzo, l'avena e il sorgo il limite (20mg/kg) è il doppio del frumento e della segale (10mg/kg), per il mais è pari a 1mg/kg e solo per miglio, il grano saraceno e altri cereali è pari a 0,1mg/kg».

**Se l'autorizzazione all'uso del glifosato non dovesse essere rinnovata in Europa, cosa accadrebbe?**

«Siamo pronti a mettere in atto una strategia d'uscita dal glifosato, prevedendone l'eliminazione nei contratti di acquisto di materia prima. Ovviamente non è possibile farlo dall'oggi al domani, ma abbiamo già avviato un confronto con le istituzioni per creare un tavolo comune.

*(e.d.)*

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione: n.d.
Lettori: n.d.
Quotidiano - Ed. Foggia

l'Attacco
Dir. Resp.: Piero Paciello

23-APR-2016
da pag. 5
foglio 1
www.datastampa.it

L'INIZIATIVA

# Corretta alimentazione e piantine, in villa si sta felici

Marchese: "Ci siamo uniti. nel nostro piccolo, per la salvaguardia dell'ambiente"

Anche Foggia ha voluto festeggiare il Compleanno della Terra, in un momento storico in cui il clima sta cambiando, ed il nostro pianeta vive uno sconvolgimento globale. Ieri mattina sono state piantate delle piccole erbette aromatiche aromatiche donate dall'associazione Donne in Campo-Cia alle scuole che hanno aderito al progetto "Giardino del benessere". L'iniziativa è stata promossa dall'assessorato alle Politiche Sociali del Comune di Foggia, nella persona di **Erminia Roberto** in collaborazione con l'Associazione di Promozione Sociale "Europa Giovane Puglia". La cerimonia ha avuto inizio alle 10.30 nei giardini accanto all'orto botanico della Villa Comunale è stato un bel momento aggregativo per decine di bambini, i quali hanno cominciato a familiarizzare col concetto di corretta alimentazione, (basti pensare alla merenda a base di pane e pomodoro) ed hanno compreso quanto sia bello lavorare a contatto con la terra. Il progetto ha coinvolto diverse personalità come la presidente regionale Donne in Campo Puglia **Rosaria Ponziano**, la presidente provinciale **Silvana Roberto** la dirigente CIA **Filomena Casoli,** assieme alla partecipazione di **Pina Terenzi,** vice presidente nazionale Donne in Campo, della coordinatrice nazionale Donne in Campo **Serena Giudici,** e del direttore regionale CIA Puglia **Danilo Lolatte**. Al progetto hanno aderito varie scuole: l'Istituto comprensivo "Parisi-De Sanctis", la Scuola Statale Secondaria di Primo Grado "Leonardo Murialdo" e la Scuola dell'Infanzia e Primaria "Pascoli- Santa Chiara". I loro piccoli allievi si prenderanno cura delle piantine di lavanda, di timo classico e limonato, della salvia e del rosmarino. "Il progetto nasce in collaborazione con Erminia Roberto, vogliamo migliorare questa Villa. Abbiamo piantato più di duemila piantine, le scolaresche verranno a prendersi cura di questa piccola vegetazione ogni 15 giorni- ci fa sapere **Anna Maria Marchese,** coordinatrice dell' evento– questo è il secondo anno che ci lavoriamo. E' uno sforzo che ci dà molte soddisfazioni a livello umano. Ci siamo uniti, nel nostro piccolo, per la salvaguardia dell'ambiente. Purtroppo l'unica cosa che ci manca è l'impianto di climatizzazione, nonostante l'impegno dell'assessorato alle politiche sociali non riusciamo a ripristinare una corretta temperatura nelle serre. Ad oggi in questi ambienti fa ancora troppo caldo". Le piantine saranno poi vendute, ed il ricavato destinato ad alimentare il fondo per i canoni di locazione in favore delle donne vittime di maltrattamenti e violenza.

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 310.237
Diffusione 02/2016: 233.870
Lettori Ed. III 2015: 911.000
Settimanale - Ed. nazionale

IO DONNA

Dir. Resp.: Diamante D'Alessio

23-APR-2016
da pag. 58
foglio 1 / 3
www.datastampa.it



# "CARA MI SONO INNAMORATO. DEL TOFU"

## Controlla le etichette, conta le calorie, compra solo cibi sani. Lo dicono le statistiche: in Italia l'uomo è molto più in sovrappeso della donna. Quando lui scopre la dieta non conosce mezze misure (e tutta la famiglia è ossessionata)

*di Stefania Chiale*

DIMENTICATE LA MUCCA qualunque. Quella che non pascola nel vostro giardino di casa e non si nutre di erba bio. Le carni bianche possono andare, a patto che siano tracciabili. In alternativa c'è la vera protagonista delle spese di chi cerca "l'alimentazione perfetta": la soia. Poco importa se contiene fitoestrogeni, estrogeni vegetali che possono interagire con patologie ormonali e favorire il cancro al seno. Bistecche, spezzatino, burger, addirittura würstel di soia: in gran quantità. Il latte? Basta scegliere quello di soia, di riso, di mandorle, d'avena o di qualsiasi altro cereale. La carne rossa è cancerogena, i latticini intossicano, il pesce è pieno di mercurio, i cibi industriali sono il demonio. Dimenticate ovviamente la farina, lo zucchero, il caffè. Il cioccolato può andare, rigorosamente fondente, con una quantità di cacao superiore al 65 per cento. Le verdure vanno benissimo, a patto che siano biodinamiche. E occhio anche alla frutta: né poca, né troppa. In una mela c'è l'equivalente di un cucchiaio di zucchero! In alternativa ci sono sempre alimenti dai nomi esotici: tofu, seitan, tempeh, kuzu. La ricerca del cibo sano a tutti i costi passa per diete più o meno fai da te, lettura maniacale delle etichette e spese che durano ore. E quando la scelta parte da "lui" non esistono mezze misure. Ritrovare la linea o mangiare sano non fa differenza: per un uomo scegliere il cibo diventa una missione. Che in qualche caso sarebbe più esatto definire ossessione.

### *Ma quanto pesiamo!?*

Siamo il Paese della dieta mediterranea e degli abitanti pesanti: 22 milioni di persone sovrappeso (un italiano su tre) e 6 milioni di obesi (uno su 10) fanno dell'Italia una delle nazioni europee più grasse d'Europa. Tra i dati forniti lo scorso gennaio dall'Italian Barometer Diabetes

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 310.237
Diffusione 02/2016: 233.870
Lettori Ed. III 2015: 911.000
Settimanale - Ed. nazionale

IO DONNA

Dir. Resp.: Diamante D'Alessio

23-APR-2016
da pag. 58
foglio 2 / 3
www.datastampa.it

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 310.237
Diffusione 02/2016: 233.870
Lettori Ed. III 2015: 911.000
Settimanale - Ed. nazionale

IO DONNA

Dir. Resp.: Diamante D'Alessio

23-APR-2016
da pag. 58
foglio 3 / 3
www.datastampa.it

## Se la moglie mette il marito a stecchetto e lui non ne ha voglia, il fallimento è sicuro. Se invece è un impegno di coppia (e lei fa la spesa e cucina per entrambi), i risultati si vedono

Observatory Foundation ce n'è uno di genere. A essere sovrappeso sono il 45,5 per cento degli uomini contro il 26,8 per cento delle donne. Il timore di andare a ingrossare le fila di questa maggioranza pesante spinge sempre più uomini a mettersi a dieta e cercare un'alimentazione sana. Cose positive, e che riescono bene all'uomo, finché non diventano - appunto - ossessioni.

### *Niente rughe per lui*

«Quando l'uomo decide di dimagrire, è più determinato della donna. E anche più facilitato» ci spiega Paolo Accornero, medico nutrizionista di Milano, che divide i suoi pazienti maschi in due categorie. «I giovani si mettono a dieta per impulso narcisistico. Sono molto determinati: l'80 per cento di loro ottiene buoni risultati grazie a un'alimentazione controllata (ovviamente non bevendo alcolici) e a molto sport». Diverso è il caso degli uomini dai 40 ai 55 anni: «La motivazione è l'invecchiamento, la paura di perdere tono muscolare e libido. Anche questi soggetti, tenuti a regime, hanno una buona riuscita».
Una ricerca del 2012 dell'Università del Michigan dimostra che l'uomo forzato a dieta dalla moglie non dimagriva, anzi, ingrassava di più. Quando invece l'uomo decide autonomamente di controllare l'alimentazione spesso la sua riuscita dipende dalla complicità femminile e diventa un impegno di coppia: «La maggior parte degli uomini di mezza età in Italia è abituato a fare poco in casa e ad appoggiarsi alla moglie anche per le esigenze salutiste. È lei che fa la spesa, anche per il marito a dieta. È lei che gli cucina la bistecca ai ferri, il seitan e le verdure di stagione. Insomma: la dieta dell'italiano medio di mezza età regge grazie all'aiuto della compagna». Insopportabile. Fino a mandare in crisi più di una coppia. Accornero minimizza: «Un uomo non mette a rischio la tenuta familiare perché vuole il tofu, ma perché trova l'amante!». Sì, ma prima di trovarla, ha voluto dimagrire. E i nervi della moglie ne fanno doppiamente le spese.

**45%**
**degli uomini italiani sono sovrappreso**

**26%**
**delle donne italiane sono in sovrappeso**

**80%**
**dei giovani dimagrisce con l'alimentazione controllata e lo sport**

**17**
**milioni di italiani seguono una dieta alimentare**

### *Oltre la bilancia*

Ci sono anche casi limite tra i 17 milioni di italiani che seguono una dieta alimentare (dati Coldiretti). Quando questa diventa l'obiettivo della giornata, la spesa un'ansia quotidiana e la salute un incubo, la ricerca del cibo sano si trasforma in patologia. L'altra faccia del salutismo a tutti i costi è l'ortoressia, l'ossessione patologica del mangiare sano. Gli uomini, ancora, primeggiano sulle donne. Il ministero della Salute calcola che gli ortoressici in Italia sono 300mila, in prevalenza maschi.
«L'ossessione per il cibo sano diventa malattia quando occupa la mente per troppo tempo» spiega Laura Ciccolini, psicologa e psicoterapeuta di Torino, presidente di Fida, Federazione Italiana Disturbi Alimentari. Una patologia che porta anche all'isolamento sociale: «L'ortoressico evita la cena fuori casa per non incorrere in cibi di cui non conosce l'esatta provenienza». Il motivo per cui colpisce più uomini che donne risiede nelle ragioni delle diete, anche di quelle non patologiche: «La donna» spiega la dottoressa Ciccolini, «è più ossessionata dal corpo e dal peso, non a caso il disturbo alimentare in cui più comunemente incorre è l'anoressia. Per la donna il cibo è un mezzo per controllare il peso, quindi non è interessata alla composizione del cibo. Per l'uomo è il vero oggetto di attenzione». Anche, e soprattutto, quello sano. ●

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 177.045
Diffusione 02/2016: 103.839
Lettori Ed. III 2015: 460.000
Settimanale - Ed. nazionale

GIOIA

Dir. Resp.: Maria Elena Viola

23-APR-2016
da pag. 183
foglio 1 / 2
www.datastampa.it



# Il gene MAGRO

**È il "regista" del metabolismo. Azzera la fame e brucia i grassi a tempo record. Per attivarlo, la parola magica è Sirt, la nuova dieta inglese ad alto tasso di golosità. Che fa perdere fino a 3,5 chili a settimana. Mangiando cioccolato tutti i giorni**

*di* Giuliana Lomazzi

TRUNKARCHIVE/CONTRASTO

**Perdere peso in fretta e restare magre: la chiave è... il fondente.** Ma anche un bicchiere di vino rosso o i pizzoccheri. Sono i "piatti forti" della dieta del momento, che promette di far perdere quasi tre chili e mezzo nella prima settimana e di mantenere, poi, il peso ideale per sempre. «Tutto ruota intorno alle sirtuine, le proteine della "magrezza" che, nell'organismo, sono codificate da un gruppo di geni particolari, talmente potenti da riuscire a regolare il metabolismo dei grassi», dice Alessandra Cremonini, biologa nutrizionista a Bologna. Ma anche a 20 cibi speciali, ricchi di sostanze in grado di attivarle e farci dimagrire! Creata dai nutrizionisti inglesi Aidan Goggins e Matten Glen e riassunta nel libro *Sirt, la dieta del gene magro*, appena uscito in Italia (Tre60), si è guadagnata l'attenzione di un giornale come *The Times* ed è seguita da modelle come Jodie Kidd e Lorraine Pascale.

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 177.045
Diffusione 02/2016: 103.839
Lettori Ed. III 2015: 460.000
Settimanale - Ed. nazionale

GIOIA

Dir. Resp.: Maria Elena Viola

23-APR-2016
da pag. 183
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

## I meccanismi **fondamentali**

Le sirtuine sono proteine presenti nel nostro patrimonio genetico da sempre. Si attivano se c'è un calo di energia, come durante il digiuno o l'attività fisica. La forza di questa dieta è aver scoperto che diversi cibi riescono ad attivare le sirtuine, assicurando gli stessi effetti dimagranti di un digiuno, pur mangiando. Un piccolo "inganno" che crea molti vantaggi. «Questi cibi, detti Sirt, dall'abbreviazione di sirtuine, contengono nutrienti di origine vegetale capaci di regolare il metabolismo. Bloccano la produzione e l'immagazzinamento di grasso, ne fanno bruciare di più e incrementano la massa muscolare. Possono ridurre i livelli di colesterolo, trigliceridi e glucosio nel sangue, regolare i meccanismi dell'invecchiamento e prevenire i tumori», dice Cremonini. Gli alimenti Sirt sono 20 (vedi box) e devono sempre comparire a tavola, con altri di nostra scelta. Sono potenziati da cibi sani come pesci grassi (salmone, sardine, sgombro) e contenenti leucine (pecorino e parmigiano, soia, uova, alghe).

## Si mangia **tanto e di tutto**

«I regimi alimentari restrittivi possono causare gravi carenze di nutrienti. Quindi, ben venga una dieta che non li elimina, ma insegna a scegliere cibi salutari», sottolinea Cremonini. Ogni alimento Sirt contiene antiossidanti dall'effetto antiage che aiutano a prevenire le malattie. Esempi? Capperi, sedano e radicchio rosso apportano luteolina, una sostanza anti-infiammatoria per il cervello; prezzemolo e sedano sono fonti di apigenina, nemica dei tumori al seno. La dieta consiste in due fasi: dimagrimento e mantenimento. Le bevande migliori sono l'acqua e il tè verde. Concesso il caffè.

## Partenza! **Ecco il planning**

La fase iniziale dura 7 giorni e porta a perdere 3,2 kg. La fame non si sente, perché i cibi Sirt agiscono sul senso di sazietà a livello cerebrale. Si fa un pasto solido, preferibilmente entro le 19. E si bevono tre succhi verdi Sirt: al mattino, a metà mattina e a metà pomeriggio. Centrifugare o passare nell'estrattore i cibi, sostengono gli autori della dieta, rende più assorbibili i principi attivi dei vegetali Sirt. La ricetta? Centrifugate 2 manciate abbondanti di cavolo riccio, prezzemolo e rucola. A parte, frullate ½ mela verde con 2-3 gambi di sedano verde. Stemperate ½ cucchiaino di tè matcha in polvere. Dal 4° al 7° giorno si continua con i tre succhi, ma i pasti solidi ammessi diventano due. Esempi? Pasta di grano saraceno, gamberoni o petto di pollo con cavolo riccio e cipolla rossa. Tutti i giorni: 15-20 g di cioccolato fondente (85 per cento di cacao). La fase di mantenimento dura 14 giorni e le regole sono più flessibili. Si consumano tre pasti al giorno, un succo verde e due spuntini. Tra i cibi: uova, yogurt, pollo, gamberoni, fagioli, patate, pasta, pizza e insalatone Sirt, oltre a frutta e verdura. Due o tre volte a settimana, ai pasti, si può bere un bicchiere di vino rosso: contiene polifenoli, come resveratrolo e piceatannolo, che attivano le sirtuine. E dopo? La dieta si può ripetere ogni volta che se ne sente il bisogno. E non si ingrassa più!

## I 20 CIBI SPECIALI CHE ATTIVANO LE SIRTUINE

**Ecco l'elenco degli alimenti più potenti per rendere efficace la dieta Sirt, regolando il metabolismo.** **Verdura e frutta:** cavolo riccio, radicchio rosso, cipolla rossa, rucola, prezzemolo, sedano, fragole, noci. **Aromi:** peperoncino, curcuma, olio extravergine d'oliva, levistico (sedano di montagna, piantina aromatica che si può coltivare), cioccolato. **Bevande:** caffè, vino rosso, tè verde (ideale il giapponese matcha, un tè in polvere solubile). **Cereali e legumi:** grano saraceno (pizzoccheri inclusi), soia (tofu e tempeh, latte, yogurt). **Conclusa la dieta, il ventaglio si allarga,** includendo altri cibi sani, come asparagi, broccoli, castagne, frutti di bosco, uva rossa, quinoa, fagioli bianchi, origano e zenzero.

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 297.638
Diffusione 02/2016: 196.512
Lettori Ed. III 2015: 929.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica D

Dir. Resp.: Valeria Palermi

23-APR-2016
da pag. 79
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

# RAGIONA CON LA PANCIA

## La flora batterica intestinale combatte l'aumento di peso e l'invecchiamento. Non solo: agisce sull'umore. Così presto avremo probiotici antidepressivi

di Claudia Bortolato

E a chi non piacerebbe? Una vita lunga, con un corpo sano e il più possibile snello e tonico e, soprattutto, un cervello smagliante, grazie a una cospicua riserva di neuroni giovani e pimpanti. Un piccolo miracolo, dicono in coro medici di diversa formazione (gastroenterologi, gerontologi): con la giusta predisposizione genetica si può avverare, purché si mantenga efficiente e in perfetto equilibrio anche la "popolazione buona" del nostro intestino. La flora batterica intestinale (il microbiota, in termini medici), contribuisce al mantenimento di diverse funzioni cellulari degli organi. Materia grigia inclusa. Secondo alcune ricerche, come quella condotta dal neuroscienziato John F. Cryan dell'University College di Cork (Irlanda) e presentata all'ultimo congresso della Società Italiana di Psichiatria (psichiatria.it), i batteri dell'intestino secernono molecole che, per un complesso meccanismo di mediazione immunitario, ormonale e neurale, modulano lo sviluppo del cervello sia nella vita fetale sia dopo, con ripercussioni sulla psiche e sulla salute mentale. «Secondo queste teorie, il microbiota si comporta come un enorme regolatore endocrino, che sintetizza, anche in autonomia, ormoni e neuromodulatori "del benessere", come Gaba e dopamina. Tanto che s'ipotizza, in un futuro più o meno prossimo, di utilizzare probiotici mirati in funzione antidepressiva», spiega Francesco Marotta, medico gastroenterologoe ricercatore presso lo Human Nutrition Department dell'Università del Texas. «Il 50 per cento circa della serotonina, l'"ormone del buonumore", è prodotto nell'intestino, dove agisce come uno dei regolatori della motilità dell'organo», aggiunge Ascanio Polimeni, medico esperto di psiconeuroendocrinoimmunologia e antiaging, presidente di Regenera Research Group (regeneragroup.it).

### Tra appetito e sazietà

Una delle teorie più affascinanti collega la composizione della flora batterica intestinale sia all'invecchiamento sia alla "gestione" del peso. Come un direttore d'orchestra, detterebbe i tempi (e l'entità) della digestione e dell'assimilazione dei cibi, ma anche dell'aumento o della diminuzione dei depositi adiposi, e dell'aging più o meno precoce. «Nell'intestino si trovano l'anandamide, che stimola l'appetito ed è sintetizzata in fase di digiuno, e l'oleiletanolamide,

MEDIA PRESS
MONITORAGGIO MEDIA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 297.638
Diffusione 02/2016: 196.512
Lettori Ed. III 2015: 929.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica D

Dir. Resp.: Valeria Palermi

23-APR-2016
da pag. 79
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

molecola che invece viene secreta dopo i pasti come segnale di sazietà. Di più: i batteri intestinali, attraverso la produzione di sostanze come le endotossine batteriche (Lps) e gli acidi grassi a catena breve (Scfa) derivati dalla fermentazione batterica dei carboidrati, possono influenzare l'espressione genica delle cellule degli organi che regolano il metabolismo (per inciso: fegato, pancreas e tessuto adiposo). Non solo: modulano la capacità di assorbimento della mucosa intestinale e, di conseguenza, contribuiscono al mantenimento o meno del peso forma», dice Polimeni. Un po' più complessi i legami tra flora batterica e longevità. «A livello intestinale vengono prodotte citochine antinfiammatorie che contrastano l'invecchiamento di tutti gli organi e le malattie a esso correlate, come diabete, sindrome metabolica e disturbi dell'apparato cardiocircolatorio, ipertensione compresa», aggiunge Polimeni. D'altro canto diverse ricerche, come quella condotta dal gruppo di Marcus Claesson dell'Università di Cork e pubblicata su *Proceedings of the National Academy of Sciences* (pnas.org), hanno dimostrato che, come tutto l'organismo, anche la flora batterica risente dell'aging, diventando meno varia e più sbilanciata nel corso degli anni (o anche in giovane età, a causa, per esempio, dell'assunzione di farmaci o di stili di vita e alimentari errati). Tanto da perdere efficienza e compromettere in generale la salute immunitaria, metabolica e presumibilmente umorale.

## Il disastro del weekend

Già, ma come passare dalla teoria a una concreta pratica di vita che pensi (anche) alla salute del microbiota? La prima risposta, semplice ma efficace, è: una perfetta combinazione di movimento fisico (come dimostrato da diversi studi, per esempio quello dell'Università del Colorado, recentemente pubblicato su *Immunology & Cell Biology*) e di alimentazione sana, equilibrata e soprattutto regolare. Perché, stando a uno studio dell'australiana University of the New South Wales, pubblicato su *Molecular Nutrition and Food Research*, a nulla varrebbe un'alimentazione corretta durante la settimana se poi ci si lascia sedurre dal "cibo spazzatura" nei weekend. L'effetto sul microbiota sarebbe paragonabile a quello prodotto da una dieta costantemente sbilanciata a favore del junk food. Per quanto attiene agli stili alimentari, sempre vincente è quello mediterraneo nella sua forma più pura, particolarmente ricco di cereali integrali e legumi (con il loro apporto di fitosteroli), olio di oliva, frutta secca con guscio, oltre che di frutta e verdura fresche, che sono fonti di fibre capaci di stimolare la crescita di specie batteriche ad azione probiotica. Una scelta che darebbe all'istante buoni risultati: più energia psico-fisica, mente elastica e brillante, sintomi ansiosi o depressivi sotto controllo e migliore gestione del peso. Purtroppo questo modello virtuoso è sempre meno seguito anche da noi, i più "mediterranei" al mondo. E a poco vale assumere probiotici generici in caso di sospetta alterazione del microbiota. Occorre sempre affidarsi a specialisti, per esempio un biologo nutrizionista supportato da un gastroenterologo, che rilevino con appositi test le specifiche carenze o gli sbilanciamenti del microbiota. «Tra i test più innovativi» dice Marotta, «quello messo a punto dal National Institutes of Health americano, prossimamente disponibile in Italia, che esamina geneticamente la flora batterica e permette di fissare minuziosamente il piano alimentare da seguire, nonché gli eventuali integratori da assumere; per esempio l'acido butirrico, che abbonda nelle fibre, o i probiotici più idonei a riequilibrare la flora, come bifidobatteri, Lactobacillus Casei Shirota, Reuteri, Rhamnosus».

## RESPIRA, BABY!

**I bambini che nei primi tre mesi di vita hanno un microbiota povero di alcuni batteri (in particolare Faecalibacterium, Lachnospira, Veillonella e Rothia-Flvr) hanno una maggiore probabilità di sviluppare l'asma da adulti. La scoperta arriva da un team di ricercatori dell'Università della British Columbia e del Children Hospital di Vancouver, che hanno pubblicato i risultati dei loro studi sulla rivista *Science Translational Medicine*. I ricercatori ritengono che tale squilibrio possa derivare dall'eccesso d'igiene o di antibiotici nei primi mesi di vita, e dalla mancanza di allattamento al seno.**

## MANGIA CON RITMO

**Non solo la cattiva qualità dei cibi assunti, ma anche il ritmo con cui si mangia sembra influisca sul benessere o malessere della flora batterica (con tutto quanto ne consegue). Questo perché anche il microbiota avrebbe un ritmo circadiano periferico, che risente dell'alternanza alimentazione/astensione.**
**«Per esempio, una dieta ricca di grassi e zuccheri e con orari dei pasti irregolari provocherebbe, attraverso lo sfasamento del ritmo circadiano del microbiota, il rilascio di metaboliti e di sostanze tossiche che promuovono l'infiammazione», dice il dottor Ascanio Polimeni. Per ristabilire la sincronia compromessa, la moderna crononutrizione propone il digiuno intermittente o ciclico (cronofasting integrato), da seguire naturalmente sotto stretto controllo specialistico (medico nutrizionista o gastroenterologo). «Le ultime ricerche», ricorda Polimeni, «suggeriscono di mangiare per 2 giorni la settimana solo verdure con poco olio, anche sotto forma di zuppe e centrifugati, e di anticipare l'ora della cena in modo da avere un più lungo digiuno notturno; oppure di seguire una dieta assimilabile al digiuno per 5 giorni ai cambi di stagione. Precisazione doverosa: come tutte le diete più o meno restrittive, è assolutamente sconsigliato anche il cronofasting fai-da-te, per non rischiare carenze e, a lungo andare, la salute stessa».**

MEDIA PRESS
MONITORAGGIO MEDIA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 350.324
Diffusione 02/2016: 298.251
Lettori Ed. III 2015: 1.515.000
Settimanale - Ed. nazionale

FAMIGLIA CRISTIANA

Dir. Resp.: Antonio Sciortino

24-APR-2016
da pag. 87
foglio 1
www.datastampa.it

LE PROPRIETÀ

# ALTO CONTENUTO DI ACIDO FOLICO

I piselli hanno un contenuto proteico e glucidico inferiore rispetto agli altri legumi. Questa caratteristica, associata alla scarsa presenza di lipidi e all'elevato contenuto in acqua, li rende un **alimento ipocalorico,** infatti forniscono 50-52 kcal circa per cento grammi. Come negli altri legumi, la qualità proteica è scarsa a causa della carenza di amminoacidi solforati, buono invece il contenuto di fibre, potassio e vitamina C (circa 32 mg/100 g) e altri sali minerali. I piselli, insieme agli altri legumi e alle **verdure a foglia larga,** sono tra gli alimenti a più alto contenuto di acido folico o Vit. B9, essenziale per evitare le malformazioni neonatali, come la spina bifida. Tale vitamina, che viene fortemente **alterata durante la cottura degli alimenti,** sembra avere un ruolo importante nella prevenzione delle malattie cardiovascolari. Essendo ricchi di purine, risultano controindicati per uremici e gottosi.

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 144.818
Diffusione 02/2016: 112.526
Lettori Ed. III 2015: 358.000
Quotidiano - Ed. nazionale

Avvenire

Dir. Resp.: Marco Tarquinio

24-APR-2016
da pag. 24
foglio 1
www.datastampa.it

NOTIZIE

# L'IBDO 'fotografa' obesità e diabete nel Belpaese

*In sovrappeso un adulto su 2 e 1 under 20 su 4.E un italiano su 7 è a rischio diabete*

640 milioni di obesi, 1,5 chilogrammi di aumento del peso medio della popolazione mondiale ogni dieci anni dagli anni '80: sono le ultime drammatiche cifre sull'avanzare della "piaga" obesità nel mondo, messe nero su bianco all'inizio del mese da una delle più autorevoli riviste medico-scientifiche internazionali, The Lancet. Al tema dell'obesità era dedicato l'Italian Barometer Diabetes Report 2015, dal titolo 'Il management dell'obesità e del diabete di tipo 2: le sfide da vincere', presentato nei giorni scorsi a Roma. «Il Barometer Report è un documento pubblicato annualmente con l'obiettivo di attivare il confronto e le riflessioni istituzionali sui grandi temi che riguardano il diabete e l'obesità nel nostro Paese, sulle grandi sfide che queste patologie comportano in termini di sostenibilità e accesso alle cure», spiegano gli editor Renato Lauro, Presidente di IBDO Foundation-Italian Barometer Diabetes Observatory, e Giuseppe Novelli, Rettore dell'Università di Roma 'Tor Vergata'. Alla base del problema sta, infatti, paradossalmente, il progredire tecnologico e sociale dell'Umanità: i cambiamenti di stile di vita, la modernizzazione. «Numerose osservazioni mettono in rapporto tra loro parte dei miglioramenti avvenuti per la mortalità e morbosità in alcuni paesi altamente urbanizzati, come Giappone, Svezia, Paesi Bassi e Singapore, attribuiti ai determinanti potenzialmente salutari delle moderne città di questi stati,», dice Walter Ricciardi, Presidente dell'Istituto superiore di sanità. **(W. S.)**

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 251.675
Diffusione 02/2016: 173.576
Lettori Ed. III 2015: 3.434.000
Quotidiano - Ed. nazionale

La Gazzetta dello Sport

Dir. Resp.: Andrea Monti

24-APR-2016
da pag. 43
foglio 1
www.datastampa.it

SUCCESSO IN LIBRERIA

# Il boom della dieta "smart" Mangiare sano a tavola fa dimagrire e allunga la vita

- La prima guida italiana con il marchio scientifico per sei settimane nella top ten
L'autrice Liotta: «Regole senza rinunce»

**Stefania Angelini**

Provate ad elencare le diete di cui avete sentito parlare: la missione è impossibile. Ogni giorno è un fiorire di nuovi regimi alimentari, talvolta pure stravaganti, che promettono miracoli. La lista è infinita e orientarsi non è facile. Col rischio, poi, di seguire indicazioni che non fanno bene alla salute. Sarà anche per questo che in vetta alla top ten dei libri più venduti da sei settimane resiste una guida che finalmente ci aiuta a fare chiarezza in questa giungla. Si intitola *La dieta Smartfood* (Rizzoli, 85 mila copie vendute), certificata dal marchio scientifico dello Ieo, l'Istituto europeo di oncologia: raccoglie le ricerche sulle relazioni tra genetica e cibo. «In questo momento assistiamo sempre di più ad un'invasione di cibo inteso come "piacere puro". Allo stesso tempo, però, c'è una ricerca spasmodica del dimagrimento ad ogni costo attraverso regimi ipocalorici "usa e getta" che purtroppo fanno riprendere i chili con gli interessi. Da qui, la necessità di un manuale per una sana alimentazione», spiega la giornalista **Eliana Liotta**, che ha scritto il libro con Pier Giuseppe Pelicci (direttore della ricerca allo Ieo) e la nutrizionista Lucilla Titta.

**La Smartfood è soprattutto una guida per vivere meglio...**

«Indica uno stile di vita sano da adottare sempre, senza stare a pesare le dosi col bilancino. Quello che si propone è un metodo intuitivo, che vale anche quando si va a fare la spesa».

**In che consiste?**

«La metà del pasto quotidiano deve comprendere frutta e verdura, un quarto cereali e un altro quarto proteine. Al supermercato bisogna cambiare approccio: non bisogna più chiedersi "che pasta o che secondo mangio stasera?". Dobbiamo partire dalla scelta delle verdure».

**Il segreto è non farsi mai mancare i 30 alimenti intelligenti?**

«Sì, sono cibi comuni che provengono dal mondo vegetale che interagiscono con il nostro Dna e sono in grado di silenziare i geni dell'invecchiamento. Qualche esempio? Dalla lattuga alle melanzane, dalle arance rosse alle fragole. Non solo saziano e contrastano l'accumulo dei grassi: riescono soprattutto a proteggerci dalle malattie e ad allungarci la vita».

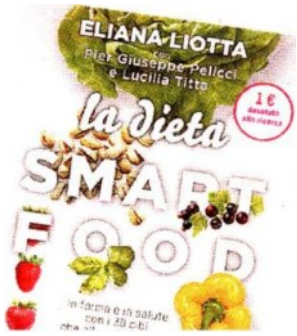
**Che dire della carne rossa?**

«Non si può dire che un po' di carne rossa faccia male. Nell'insieme noi invitiamo a ridurre il consumo di carni bianche e rosse per una questione di sostenibilità ambientale».

**E i risultati si vedono subito?**

«Uno o due chili si possono perdere in breve tempo con una alimentazione corretta e senza fare troppe rinunce: basta dire che tra i cibi "smart" c'è pure il cioccolato...».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 321.663
Diffusione 02/2016: 244.801
Lettori Ed. III 2015: 2.014.000
Quotidiano - Ed. nazionale

NAZIONE - Carlino - GIORNO

Dir. Resp.: Andrea Cangini

24-APR-2016
da pag. 42
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

# Le tre facce dell'astenia Tiroide, fegato, surrene danno stanchezze diverse

## *Come contrastare l'affaticamento primaverile*

**Da sapere**

### Un disagio stagionale

**I sintomi: spossatezza continua, sonnolenza e difficoltà di concentrazione, inappetenza, problemi di deambulazione**

**L'esperto**

**Generoso Fausto Bellabona**
Medico nutrizionista

**L'acqua aiuta l'organismo a depurarsi, ma è importante bere la giusta quantità, cioè 30-50 ml per ogni chilo**

di LOREDANA DEL NINNO

**STANCHEZZA** continua, sonnolenza e difficoltà di concentrazione. Ma anche inappetenza, problemi di coordinazione del linguaggio e di deambulazione. Sono i sintomi dell'astenia primaverile, una sindrome legata all'arrivo della bella stagione. L'organismo, assecondando il risveglio della natura, accelera il metabolismo con un notevole dispendio di energia. Ne parliamo con il dottor Generoso Fausto Bellabona.

**Dottore, come si contrasta la svogliatezza primaverile?**

«Bisogna anzitutto inquadrare il momento preciso in cui si presentano i sintomi: la stanchezza mattutina è legata a difficoltà della tiroide, quella dopo pranzo denota un affaticamento del fegato. Se invece ci sente stanchi la sera l'organo coinvolto è la ghiandola surrenale. Attenzione, ciò non significa che l'organo in questione sia malato, ma semplicemente che è sotto stress. La distinzione va fatta per impostare meglio la strategia di recupero»

**Individuato l'organo bersaglio esiste una dieta specifica?**

«Se è la tiroide a essere sotto tiro bisogna privilegiare gli alimenti ricchi di ferro e potassio; a colazione non devono mai mancare i semi, ottimi quelli di girasole, e alcune mandorle, tenute a bagno una notte per liberarle dalle scorie. Quando l'organo bersaglio è il fegato bisogna invece mangiare tantissima verdura di stagione, zucchine e fagiolini in primis e le cipolline fresche che, grazie alla presenza di zolfo, svolgono un'importante funzione depurativa. Chi ha la ghiandola surrenale in sofferenza deve sostituire il sale da cucina con quello marino integrale, una miniera di minerali».

**Anche l'idratazione ha un compito importante.**

«L'acqua aiuta l'organismo a depurarsi dalle tossine accumulate durante l'inverno, ma è importante bere la giusta quantità, che corrisponde a 30-50 ml per ogni chilo di peso»

**Il movimento aiuta?**

«Sì, ma senza esagerare. Consiglio tutte le attività all'aria aperta. Chi non è abituato a fare sport può ripiegare sulla camminata veloce. Almeno due volte al giorno bisognerebbe cercare di respirare con la pancia: è modo per rilassarsi e massaggiare gli organi interni»

**Quando ci si sente stanchi si tende ad assumere più caffè o bevande energizzanti.**

«È un grande errore: troppa caffeina stimola la tiroide in eccesso e la mette sotto stress. È bene non superare i due o tre caffè al giorno. La taurina contenuta in certe bevande, pensate per chi deve sottoporsi a grossi sforzi fisici, può dare luogo invece ad anomalie ventricolari».

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 321.663
Diffusione 02/2016: 244.801
Lettori Ed. III 2015: 2.014.000
Quotidiano - Ed. nazionale

NAZIONE - Carlino - GIORNO

Dir. Resp.: Andrea Cangini

24-APR-2016
da pag. 42
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

# Dieta, l'importanza degli integratori

**L'INQUINAMENTO** dei terreni determina un impoverimento delle sostanze nutritive contenute negli alimenti. Ecco perché gli integratori che, ricordiamo, vanno sempre assunti sotto prescrizione e controllo medico, hanno un ruolo sempre più importante nel mantenimento del benessere. «Per tutti gli stati di affaticamento, astenia primaverile compresa – conferma il dottor Bellabona – prescrivo integratori di papaya fermentata fpp, particolarmente ricca di vitamina C, polifenoli antiossidanti e di un enzima che favorisce la digestione. Per integrare invece l'apporto proteico e fare un pieno di energia, anche in chi fatica ad assumere carne o pesce, possono essere utili prodotto a base di aminoacidi purissimi». La salute dell'intestino è fondamentale per il corretto funzionamento dell'intero organismo e del sistema immunitario. «In presenza di alterazioni della flora batterica, o semplicemente della stipsi tipica di questo periodo – conclude l'esperto – è consigliabile l'utilizzo di probiotici, i cosiddetti fermenti lattici».

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 144.818
Diffusione 02/2016: 112.526
Lettori Ed. III 2015: 358.000
Quotidiano - Ed. nazionale

Avvenire

Dir. Resp.: Marco Tarquinio

26-APR-2016
da pag. 3
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

**Alimentazione & salute**

## Cibi «senza glutine» Nuova necessità o una moda costosa?

VITTORIO A. SIRONI

Gluten free: privi di glutine. È l'ultima frontiera del business alimentare. Necessità o moda? Essenziali per chi soffre di celiachia, i cibi e le diete senza glutine non forniscono alcun vantaggio particolare alle persone sane. In questo caso "fanno bene" e portano vantaggi (economici, dato il loro elevato costo) solo a chi li produce.

A PAGINA 3

# Tutti i cibi «senza glutine» Necessità o moda costosa?

**La reazione infiammatoria autoimmune causata dall'esposizione alla gliadina, presente nelle farine di frumento e altri cereali, colpisce circa 600mila italiani, ma solo un terzo ha avuto una diagnosi Essenziali per chi soffre della malattia, le diete «gluten free» non forniscono alcun vantaggio specifico alle persone sane Sull'aumento dei casi nessuna certezza**

di Vittorio A. Sironi

*Gluten free*: privi di glutine. È l'ultima frontiera del business alimentare. Necessità o moda? Essenziali per chi soffre di celiachia, i cibi e le diete senza glutine non forniscono alcun vantaggio particolare alle persone sane. In questo caso "fanno bene" e portano vantaggi (economici, dato il loro elevato costo) solo a chi li produce. La celiachia, detta anche morbo celiaco, è una malattia dell'intestino tenue dovuta a una reazione infiammatoria autoimmune causata dall'esposizione alla gliadina, una particolare proteina presente nelle farine di frumento e di altri cereali, come l'orzo, la segale e l'avena, l'orzo, il kamut. Ingredienti con cui si realizzano numerosi tra i più diffusi alimenti: pane, pasta, pizza, biscotti, torte. La malattia si manifesta con gonfiore e dolori addominali associati a diarrea cronica caratterizzata da feci abbondanti, pallide e maleodoranti. I primi sintomi possono comparire già durante lo svezzamento, provocando un ritardo di crescita nei bambini che ne sono affetti. Negli adulti questi disturbi causano anche dimagrimento, anemia e astenia, perché le alterazioni della mucosa intestinale (atrofia dei villi) dovute alla reazione infiammatoria legata alla celiachia – se la malattia viene riconosciuta tardivamente – determinano un grave malassorbimento di molti nutrienti, cioè una diminuzione della capacità dell'organismo di assorbire e utilizzare i carboidrati, i grassi, il calcio e alcune vitamine (A, D, E, K) indispensabili per la buona salute.

Il termine "celiachia" (dalla parola greca *kailiakos*, "addominale") è stato introdotto in medicina solo a metà del XIX secolo, anche se la malattia è nota sin dall'antichità. La prima descrizione si deve al medico greco Aretèo di Cappadocia, vissuto a Roma alla fine del II secolo d.C. Originario di quella regione mediorientale compresa tra i fiumi Nilo, Giordano, Tigri ed Eufrate nota come "mezzaluna fertile", egli aveva qui osservato l'esistenza di un disturbo assai invalidante caratterizzato da diarrea continua, che aveva chiamato "malattia dell'intestino" o "celiaca". Proprio in quest'area l'uomo aveva iniziato nel neolitico – circa 10 mila anni fa – la coltivazione dei cereali. Prima di quella data la celiachia non esisteva. Solo dopo l'inizio da parte del genere umano di un'alimentazione a base di cereali aveva potuto manifestarsi ed essere quindi notata, alcuni secoli dopo, dal medico greco. Celiaci si nasce o si diventa? All'origine della malattia vi sono fattori genetici e cause ambientali. Perché il glutine (elemento ambientale), una volta ingerito, danneggi la mucosa intestinale è necessario che il soggetto abbia una predisposizione genetica (fattore interno). In questa malattia dunque la componente genetica è

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 144.818
Diffusione 02/2016: 112.526
Lettori Ed. III 2015: 358.000
Quotidiano - Ed. nazionale

Avvenire

Dir. Resp.: Marco Tarquinio

26-APR-2016
da pag. 3
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

fondamentale, ma non è sufficiente per svilupparla. Se non si assumessero cibi contenenti il glutine, la celiachia non darebbe manifestazioni cliniche. D'altro canto i meccanismi precisi che conducono alla perdita irreversibile della tolleranza al glutine non sono ancora noti. Un assetto genetico particolare predisponente all'intolleranza per questa proteina è presente in circa il 30 per cento della popolazione, ma solo il 3 per cento si ammala di celiachia. Si eredita dunque la predisposizione, non la malattia.

Oggi la diagnosi è semplice. Sono sufficienti alcuni esami specifici del sangue e, nei casi dubbi, una colonscopia durante la quale vengono effettuati alcuni prelievi bioptici della mucosa intestinale in modo da potere poi verificare al microscopio se sono presenti le alterazioni tissutali tipiche della celiachia. L'importante, in presenza di disturbi intestinali cronici, è tenere in considerazione la possibilità di essere affetti da questa patologia, in modo da poterla confermare o smentire attraverso l'esecuzione delle indagini prima ricordate. La certezza diagnostica è fondamentale, perché se la malattia c'è si può curare in un solo modo: eliminando totalmente dalla propria alimentazione tutti i cibi che contengono glutine. In questa maniera, nel giro di poco tempo, tutti i disturbi scompaiono e anche le lesioni della mucosa intestinale tendono a regredire rapidamente. La dieta priva di glutine deve essere molto rigorosa e deve essere seguita scrupolosamente per tutta la vita, perché basta l'assunzione anche di minime quantità di questa proteina per impedire il miglioramento clinico e istologico della celiachia.

A questo proposito è importante sapere che il marchio "senza glutine" che caratterizza molti prodotti alimentari (come già detto non specificatamente indirizzati solo ai celiaci e assai più costosi di quelli normali) viene apposto facendo riferimento a regolamentazioni che variano notevolmente da nazione a nazione. A livello internazionale si autorizza l'applicazione di questa dicitura solo ai prodotti che contengono meno di 20 ppm (parti per milione) di glutine. Dal punto di vista epidemiologico nei Paesi occidentali si stima che la celiachia interessi poco più dell'1 per cento della popolazione generale, è più frequente tra le donne (3 volte di più che negli uomini) ed è diffusa soprattutto in Europa e negli Stati Uniti. Negli ultimi 25 anni l'incidenza della malattia è aumentata di cinque volte, soprattutto in età pediatrica. Ha incominciato a fare la sua comparsa anche nel Nord Africa e in Asia, sia pure limitatamente all'area della cosiddetta "cintura celiaca", la zona settentrionale dell'India dove la tradizionale coltivazione del riso è stata massicciamente sostituita dalla coltivazione – e dal relativo consumo – di grano. In tutto il mondo il numero dei malati celiaci è stimato tra i 5 e gli 8 milioni. Siamo dunque di fronte a una "epidemia" di celiachia? Non proprio. L'aumento della frequenza di questa malattia è in realtà legato da un lato alla maggior facilità oggi di giungere a una diagnosi certa (in passato molti casi non venivano diagnosticati) e dall'altro al cambiamento delle abitudini alimentari di molti Paesi che hanno iniziato a cibarsi in modo crescente con prodotti a base di cereali.

Secondo i più recenti dati del ministero della Salute, in Italia vi sarebbero quasi 600mila casi di celiachia, ma solo meno di un terzo (nel 2015 si contavano circa 165mila celiaci) sono quelli realmente diagnosticati. Moltissimi sono dunque i malati inconsapevoli della loro reale condizione patologica. Ogni anno il 10 per cento di questi "casi occulti" viene alla luce grazie a una corretta diagnosi e questo determina, anche nel nostro Paese, un aumento dei malati, per i quali vi è una crescente attenzione da parte di associazioni dedicate e una maggiore tutela medica degli organismi sanitari. Accanto alla forma classica di celiachia, ormai ben conosciuta e facilmente diagnosticabile, esiste anche una categoria di persone che hanno solo una *gluten sensitivity*, cioè una "sensibilità al glutine" più sfumata, con una gamma quantitativamente variabile di disturbi legati all'assunzione di cibi che lo contengono: da condizioni assai simili a quelle della vera intolleranza – con sintomi sovrapponili al quadro clinico della malattia celiaca – a situazioni che si manifestano con più modesti segni di generica irritabilità intestinale, talvolta non immediatamente correlabili con la ridotta capacità di metabolizzare questa proteina.

Secondo alcuni studiosi, questa forma di particolare sensibilizzazione potrebbe essere correlata all'uso di farine troppo raffinate (come la farina bianca tipo 0 o doppio 0), che si ottengono privando il prodotto della macinazione dei cereali di alcuni componenti (crusca, cruschello) e impoverendolo di altri (sali minerali e diverse vitamine). Ne guadagnano l'aspetto e il gusto, ma si perdono utili proprietà nutrizionali e salutari. Non sempre ciò che sollecita positivamente i nostri sensi è buono e utile per la nostra salute.

*(Fine - le precedenti puntate sono state pubblicate il 9 e 17 febbraio, l'11 marzo e il 5 aprile).*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 335.733
Diffusione 02/2016: 235.298
Lettori Ed. III 2015: 2.355.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica Salute

Dir. Resp.: Mario Calabresi

26-APR-2016
da pag. 34
foglio 1
www.datastampa.it

**Malnutrizione.** 47 milioni di piccoli nel mondo. E spesso ormai alle nostre porte. Un team italiano mette in pratica le nuove indicazioni Oms. Così

# Latte di mamma e poi cibo della sua terra

**Un corso per formare le persone che li aiutano. E un decalogo. Con l'obiettivo di salvarli e tenere alla larga le infezioni**

VALERIA PINI

SONO CIRCA 47 MILIONI i bambini costretti a vivere in situazioni di emergenza umanitaria. Fuggono da guerre, sono vittime di conflitti o di crisi causate da calamità. Spesso senza una casa, vivono in situazioni precarie. Per loro una dieta adeguata può fare la differenza. Lattanti, bimbi al di sotto dei due anni e donne incinta sono le categorie più a rischio. L'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) e l'Infant feeding in emergencies (Ife) hanno preparato una serie di raccomandazioni che l'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù ha sintetizzato in 10 punti. Fra le priorità c'è quella di allattare al seno, incoraggiare l'uso di cibi locali, favorire la relazione madre-figlio. L'obiettivo del corso, nato in collaborazione con l'Istituto Superiore di Sanità (a Roma 26-27 aprile), è quello di formare gli operatori sanitari.

«Il latte della mamma è considerato un vero e proprio 'tessuto vivo'. Contiene, in maniera completa e bilanciata, tutti i nutrienti necessari per ottenere una buona crescita ed il normale sviluppo di un bambino – spiega Guglielmo Salvatori, neonatologo al Bambino Gesù – protegge dalle infezioni grazie agli anticorpi, contiene sostanze che facilitano la crescita all'interno dell'intestino di batteri "buoni" e altre che contrastano l'adesione dei batteri alle mucose. Altre sostanze hanno una funzione anti-infiammatoria o modulante la crescita. Altre regolano il sistema immunitario o hanno funzioni importanti in quanto partecipano allo sviluppo del sistema nervoso».

È necessario puntare sull'allattamento al seno esclusivo, con poppate frequenti, fino al 6° mese di vita e comunque fino a due anni e oltre. «Tra i benefici correlati al latte materno è importante la relazione particolare che si crea tra la mamma ed il proprio bambino, con un rapporto molto intimo, fiducia reciproca, protezione e sensazione di essere veramente in sintonia. Le donne che hanno sospeso da poco l'allattamento dovrebbero essere invitate a ricominciarlo. Nei casi in cui le madri biologiche non siano reperibili, si dovrebbe fare ogni sforzo possibile per individuare donne che si offrano per allattare al seno», aggiunge Salvatori.

Ma non sempre questo è possibile. In questi casi, aggiunge il neonatologo, «ai bambini che assumono già il latte di formula, se non si tratta di latte in forma liquida, va garantita acqua potabile, la necessaria quantità di latte in formula e tutti i materiali per la sua preparazione. È preferibile che il latte venga somministrato con un bicchierino, mentre va scoraggiato l'uso di biberon, tettarelle e succhiotti per ridurre il rischio di contaminazione batterica. Quasi il 95% dei decessi di neonati e bambini nelle emergenze è dovuto infatti a diarrea causata dall'acqua contaminata e dalle scarse condizioni igieniche».

Un'altra fase delicata è quella dello svezzamento. «Dopo il sesto mese di vita i bambini più grandi hanno bisogno di alimenti complementari al latte materno – spiega Salvatori – che siano facili da mangiare e digerire e preparati nel rispetto delle norme igieniche. Le persone che si occupano della nutrizione di questi bambini vanno adeguatamente informate e attrezzate per garantire che preparazione ed uso avvengano in modo sicuro». Secondo l'Oms sarebbe comunque bene preferire ai cibi preparati, spesso proposti come kit di aiuto alimentare, gli ingredienti locali. Che fanno parte dell'alimentazione tradizionale, che i bambini seguiranno anche dopo le emergenze.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CASO

## Guarda cosa ha in gola

Monete, caramelle, bottoni, parti di giocattoli che finiscono in gola, bloccando il respiro. Ogni settimana, in media, in Italia un bambino perde la vita a seguito dell'inalazione di cibo o corpi estranei. Un incidente che causa quasi un terzo delle morti accidentali dei bambini tra 0 e 4 anni, e che scende a circa l'11 e il 5% rispettivamente nelle fasce d'età 5-9 anni e 10-14 anni. Per affrontare il problema la Società italiana di pediatria preventiva e sociale (Sipps) ha presentato un manuale a cura di Francesco Pastore, pediatra di famiglia.

*v. p.*

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 335.733
Diffusione 02/2016: 235.298
Lettori Ed. III 2015: 2.355.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica Salute

Dir. Resp.: Mario Calabresi

26-APR-2016
da pag. 35
foglio 1 / 3
www.datastampa.it

**Obesità.** Disturbi cognitivi, ansia depressione. Colpa dell'alimentazione grassa Perché l'intestino parla col cervello. Ecco come

# Se mangi troppo pensi male

**39 sostanze liberate dal tessuto adiposo. Che interagiscono con il sistema nervoso centrale**

GIUSEPPE DEL BELLO

BASTA, da oggi sono a dieta, ho passato il limite». Lacrime di coccodrillo? Come sempre. Pasqua è ormai lontana ma le vacanze estive invece si avvicinano. E da adesso tutti a fare i conti di calorie, indice glicemico e chili in più. Con la paura, per chi è oversize, di un grasso in eccesso che minaccia cuore e arterie, favorendo lo sviluppo di diabete e patologie correlate. Ma recentemente, al rischio di malattie dismetaboliche, si aggiungono i risultati delle ultime ricerche correlate all'obesità.

C'è poco da stare allegri. E preoccupa sapere che per lo sviluppo di alcuni tumori, l'obesità possa essere chiamata in causa come fattore di rischio di malattie del sistema nervoso centrale. Quali? Dai disturbi cognitivi alla depressione, alle conseguenze di stato ansioso come manifestazioni compulsive, psicosi e schizofrenia.

«Da molteplici dati clinici emerge l'ipotesi che l'obesità sia implicata nello sviluppo di patologie psichiatriche – premette Luca Steardo, professore di Farmacologia all'università La Sapienza di Roma – E non solo. Altre ricerche rivelano che da madre obesa possano nascere bambini più esposti: autismo, disturbi dell'attenzione, come iperattività, e del comportamento alimentare. Ma se cerchiamo di interpretare quali sono i meccanismi patogenetici possiamo anche tentare dei percorsi terapeutici». Insomma, se fino a poco tempo fa un alto indice di obesità equivaleva a maggior rischio ipertensione, diabete e infarto, oggi ci si confronta anche con altre minacce: depressione, schizofrenia e Alzheimer. Ma con quali meccanismi si innesta la spirale che coinvolge il cervello? «Il grasso libera più di 39 sostanze – spiega Steardo, che sul tema è recentemente intervenuto a Napoli al congresso di Farmacologia presieduto da Franco Rossi – e molte di queste arrivano al cervello. Fino a qualche anno fa, si riteneva che quello adiposo fosse solo un tessuto di riserva. Un tesoretto energetico su cui contare in condizione di riduzione calorica. In concreto, alcune sostanze come la leptina danno segnali di sazietà, altre come le adipochine provocano una neuroinfiammazione che, a sua volta, può generare disturbi cognitivi e del comportamento».

Per gli esperti, la novità è quella dell'intestino stesso che "parla" al cervello, e non solo viceversa. E lui che lancia messaggi di sazietà o di appetito: «In condizioni di stress, per esempio, libera sostanze che danno senso di sazietà come la colecistochinina, l'Oea (oiletanolamina) e il glucagone-light peptide, o al contrario, sostanze come la grelina (peptide rilasciato dalla parete gastrica e dal pancreas, che induce appetito). E non solo inteso come voglia di mangiare, ma anche di stimolo edonico, cioè il soddisfacimento del palato. Poi, il cibo che arriva nel primo intestino, a seconda della quota calorica (grasso e glucosio), può determinare lo stop all'ingestione di ulteriore cibo. Ma in condizioni di obesità, questo meccanismo si rompe».

Neuroni che interagiscono tra loro con effetti stimolanti o inibenti, peptidi, percorsi nervosi e ormonali, il peso corporeo rimane in equilibrio grazie a vari fattori. E funziona finché non va in tilt il semaforo da cui partono i segnali che regolano l'assunzione del cibo. «I principali elementi del sistema di controllo si trovano nell'ipotalamo – precisa Steardo – dove, nel nucleo arcuato, vi sono due sottopopolazioni di cellule nervose: la prima esprime i neuropeptidi oressizzanti l'NPY e l'AgRP, la seconda esprime i neuropeptidi anoressizzanti (CART e MSH) che sopprimono l'appetito. La leptina stimola l'attività dei primi e, contemporaneamente, inibisce quella dei secondi». È l'ennesima conferma scientifica: l'obesità oggi è considerata grave perché si associa a tante altre patologie. E le proiezioni rivelano una condizione da epidemia: nel 2030 il 40% della popolazione sarà obesa. Oggi, in Italia, il 36 per cento dei ragazzi e il 34 delle ragazze è già in sovrappeso. Oltre la media di altri paesi europei.

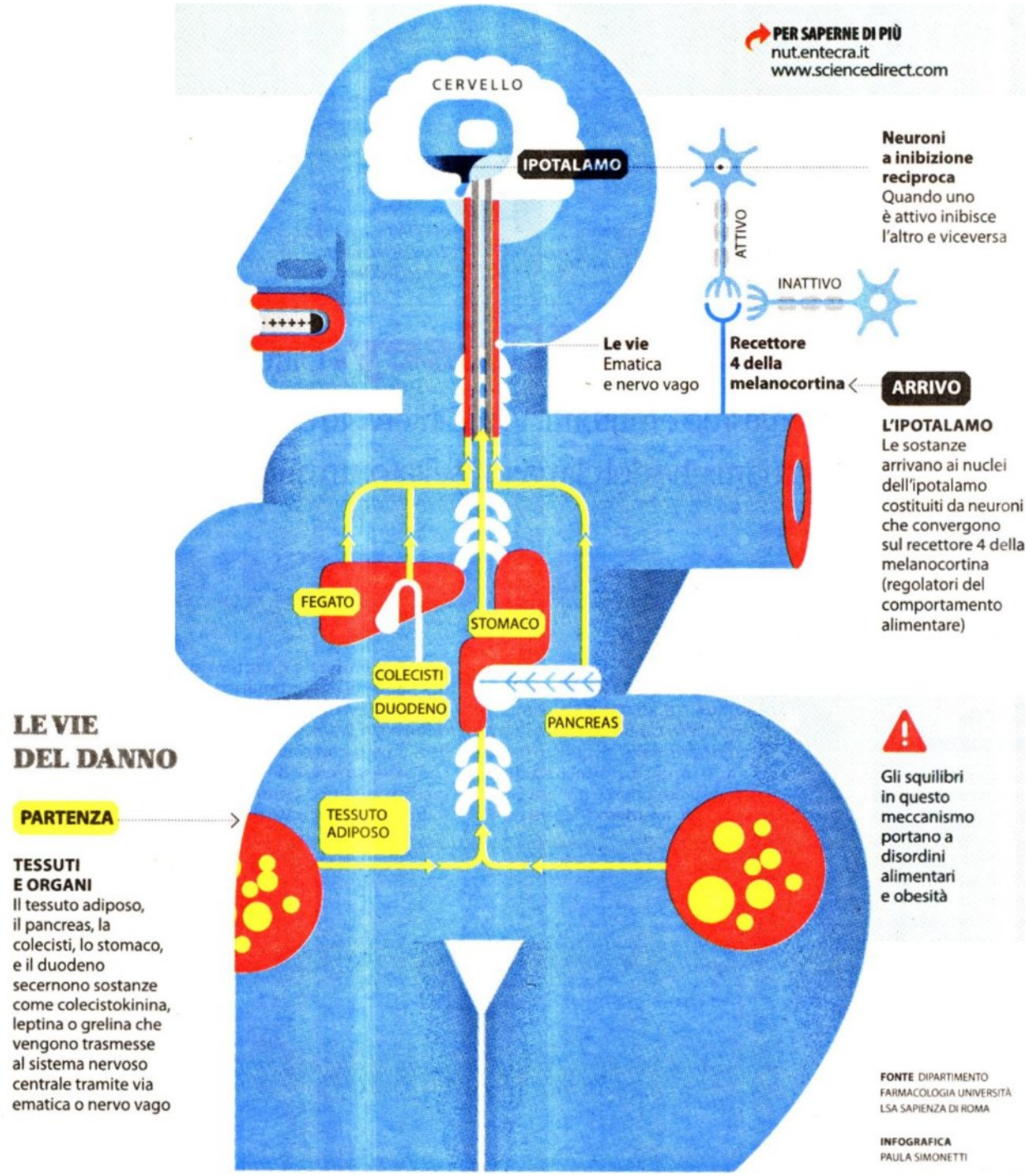
©RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 335.733
Diffusione 02/2016: 235.298
Lettori Ed. III 2015: 2.355.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica Salute

Dir. Resp.: Mario Calabresi

26-APR-2016
da pag. 35
foglio 2 / 3
www.datastampa.it



Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 335.733
Diffusione 02/2016: 235.298
Lettori Ed. III 2015: 2.355.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica Salute

Dir. Resp.: Mario Calabresi

26-APR-2016
da pag. 35
foglio 3 / 3
www.datastampa.it

IL TRIAL

## Neuroni a rischio

Dobbiamo prenderne atto. Mangiare a tutto spiano, senza preoccuparsi dei grassi ingurgitati, fa male. Anche al cervello. A confermarlo sono i topi. Quelli arruolati in uno studio (condotto dall'équipe di Alexis Stranahan, neuroscienziato del Medical College of Georgia), e sottoposti a un'alimentazione forzata, hanno dimostrato che l'obesità mette sotto scacco la microglia. Le cellule che la compongono presiedono alla difesa immunitaria del sistema nervoso centrale e vanno a caccia di detriti e neuroni danneggiati. Uno spazzino biologico, insomma. La ricerca, appena pubblicata su *Brain Behavior and Immunity*, ha rivelato che l'obesità può modificare l'equilibrio tra i neuroni. «Perdono la capacità di connettersi tra di loro e questo porta a un peggioramento cognitivo. Vuol dire un deterioramento delle capacità intellettive», chiarisce Bruno Giometto, direttore della clinica Neurologica all'ospedale universitario Sant'Antonio a Padova. Il danno – ipotizzano i ricercatori – sarebbe conseguenza del grasso in eccesso che causa nel corpo un'infiammazione cronica. Una condizione che, a sua volta, va a stimolare la microglia verso una risposta autoimmune. E così, invece di limitarsi, come fanno i macrofagi nel sangue, a fagocitare rifiuti e agenti infettivi per mantenere i neuroni in buona salute, spiega Stranahan, con l'obesità «la microglia smette di muoversi e comincia a ingerire le sinapsi. Quando questo accade, i topi non apprendono più normalmente». *g.d.b.*

LA DIETA

## Cos'è la microglia

La sperimentazione sul modello murino convince. Ma cosa succede alle cellule della microglia? Prima di tutto perdono la capacità di muoversi, diventano più grosse e pigre, e attaccano gli assoni. Col risultato che dimnuiscono le connessioni tra i neuroni stessi. I topi erano distribuiti in due gruppi: il primo è stato sottoposto a una dieta in cui il 10 % di calorie proveniva da grassi saturi, al secondo è toccata una quota di grassi pari al 60. A tre mesi dal regime alimentare, è stato rilevato l'aumento di citochine infiammatorie. Per fortuna, sottolinea Stranahan, nei topi ricondotti a dieta normale, l'infiammazione è rientrata. «Negli animali esaminati, al regime alimentare corretto è stata associata un'attività fisica – aggiunge Giovanni Biggio, ordinario di Neuropsicofarmacologia a Cagliari - ed è risultata fondamentale per correggere e normalizzare il deficit». *g.d.b*

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 335.733
Diffusione 02/2016: 235.298
Lettori Ed. III 2015: 2.355.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica Salute

Dir. Resp.: Mario Calabresi

26-APR-2016
da pag. 37
foglio 1 / 3
www.datastampa.it

**Zuccheri.** Uno studio dimostra che gli antiossidanti contenuti nel prodotto aiutano a riparare il Dna. Compromesso dai chimici usati in agricoltura

# Col miele i pesticidi fanno meno danni

ANNA LISA BONFRANCESCHI

NASCOSTO NEI DOLCI o usato per dolcificare, mescolato nel latte o abbinato ai formaggi. Sempre più proveniente dall'estero, soprattutto da Ungheria, Cina e Spagna. Tanto che un barattolo su due, denuncia Coldiretti, contiene miele straniero. E un barattolo è più o meno la quota che ci tocca a testa ogni anno: 400 grammi, la metà della media europea. Una quantità che impallidisce di fronte ai 27 chili di zucchero che consumiamo ogni anno. Eppure le buone ragioni per non rinunciare al miele non mancano. Se da tempo si parla delle sue proprietà antiinfiammatorie e antibatteriche, oggi un nuovo studio (in pubblicazione su *Molecular Nutrition Food Research*) mostra anche l'azione protettiva sul Dna. «I polifenoli, contenuti nel miele, ma anche nel tè, nel cacao e nell'olio – spiega Renata Alleva, specialista in scienza dell'alimentazione e ricercatrice dell'Istituto Ortopedico Rizzoli di Bologna, che con il Consorzio nazionale apicoltori coltivatori di biodiversità (Conapi) ha condotto lo studio – sono in grado di contrastare il danno indotto dai radicali liberi, sostanze che possono danneggiare diverse componenti cellulari, prima tra tutti il Dna».

I ricercatori si sono chiesti se il meccanismo funzionasse anche contro il danno al Dna indotto dai pesticidi: «Abbiamo visto infatti che alcuni pesticidi agiscono sul Dna proprio attraverso la produzione di radicali liberi, e abbiamo voluto capire se e in che modo la somministrazione di polifenoli potesse arginarlo», racconta Alleva. Per farlo i ricercatori sono andati a vedere cosa succedeva aggiungendo miele nella dieta di un gruppo di persone stagionalmente esposte ai pesticidi, perché vivono a ridosso di aree coltivate intensivamente.

Innanzitutto Alleva e i suoi colleghi hanno aggiunto gli estratti di polifenoli di quattro tipi diversi (acacia, arancia, castagno e bosco) a colture di cellule umane, misurando la capacità che questi avevano di bloccare la formazione di radicali liberi. «Gli estratti dai mieli più scuri, come quello di bosco e di castagno, avevano la maggiore capacità antiossidante», spiega Alleva. Si trattava quindi di vedere se le cose andavano allo stesso modo con persone in carne e ossa. Per questo gli scienziati hanno somministrato per dieci giorni a 22 persone esposte ciclicamente a pesticidi, 50 grammi di miele di bosco (pari a circa 2 milligrammi di polifenoli), poco più di due cucchiai al giorno, in sostituzione degli zuccheri assunti quotidianamente. Una quantità comunque consistente, precisa Alleva, appositamente testata per valutare in tempi brevi l'attività.

L'esposizione ai pesticidi non solo induce dei danni al Dna, ma riduce anche la capacità che le cellule hanno di riparare questo danno. «La capacità di tamponare il danno – spiega Alleva – diminuisce proporzionalmente all'esposizione ai pesticidi. Nelle cellule sollecitate dai pesticidi i sistemi di riparazione vanno più lenti, aumentando la probabilità che il danno diventi stabile; accelerando così mutazioni e invecchiamento cellulare. Ma il miele sembra avere la capacità di ribaltare la situazione». Nelle persone con una attività enzimatica ridotta, i polifenoli del miele stimolano gli enzimi di riparazione, che contrastando l'effetto dei pesticidi prevengono la formazione del danno al Dna. «Quello che abbiamo osservato – conclude Alleva – mostra come l'azione di riparazione del Dna può essere modificata dall'alimentazione. Il benefici del miele dovuti ai polifenoli, presenti in piccole quantità, potrebbero far riscoprire un alimento demonizzato per colpa del suo contenuto di zuccheri». Purché, non sia contaminato da pesticidi.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 335.733
Diffusione 02/2016: 235.298
Lettori Ed. III 2015: 2.355.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica Salute

Dir. Resp.: Mario Calabresi

26-APR-2016
da pag. 37
foglio 2 / 3
www.datastampa.it

PER SAPERNE DI PIÙ
mayoclinic.org/drugs-supplements
http://conapi.it

## Le proprietà

**Acacia** Agisce su fegato, gola ed è lassativo

**Castagno** Vie urinarie, circolazione, anemia

**Millefiori** Agisce sulla gola ed è tonificante

**Tiglio** Calma la tosse, è sedativo e diuretico

Albero
Pianta
Frutto
Afide

**Agrumi** Sedativo, utile per l'insonnia. Ha vitamine e calcio

**Eucalipto** Tosse e raffreddore, anticatarrale e antibiotico

**Rosmarino** Cura fegato, colite e affaticamento

**Tarassaco** Vie urinarie e fegato. Indicato per sportivi

**Girasole** Ossa e colesterolo

**Melata** Bronchiti e faringiti

**Rododendro** Bronchiti e artrite, è anche ricostituente

**Lavanda** Insonnia e digestione, è anche analgesico

Fonte: Coldiretti

| Zucchero | | Miele |
|---|---|---|
| 387 | Calorie (100g) | 304 |
| 99,98 | Carboidrati | 82,4 |
| - | Proteine | 0,3 |
| 0,02 | Acqua | 17,1 |
| 99,8 | Zuccheri | 82,12 |
| - | Polifenoli | 20-80mg |
| 1 | Calcio | 6 |
| - | Fosforo | 4 |
| 2 | Potassio | 52 |
| - | Magnesio | 2 |

INFOGRAFICA: STUDIO MISTAKER

## L'importazione in Italia

in milioni di kg

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 335.733
Diffusione 02/2016: 235.298
Lettori Ed. III 2015: 2.355.000
Settimanale - Ed. nazionale

la Repubblica Salute

Dir. Resp.: Mario Calabresi

26-APR-2016
da pag. 37
foglio 3 / 3
www.datastampa.it

COSA CURA

## Non solo tosse

Gli antichi Egizi lo usavano per medicare le ferite. E oggi sappiamo che non avevano tutti i torti. Ad avere proprietà antisettiche non è solo, contrariamente a quanto si crede, il miele di Manuka, ottenuto dalle omonime piante che crescono in Nuova Zelanda. Ogni tipo di miele ha quantità di zuccheri – glucosio e fruttosio – sufficienti a inibire la crescita batterica.
Alcuni mieli poi potenziano l'attività antisettica grazie alla presenza di composti antibatterici derivati dalle piante. Così, allontanando i batteri, il prodotto agisce anche come antiinfiammatorio. Ma alcuni elementi dell'alimento, come i polifenoli, hanno una diretta azione antiinfiammatoria.
Ci sono poi le proprietà lenitive e sedative, in particolare contro la tosse e le infezioni respiratorie nei bambini. Ma se un cucchiaino può aiutare il sonno dei più piccoli alle prese con la tosse – soprattutto se di eucalipto, acacia, tiglio e millefiori – è sempre sconsigliato somministrarlo ai bambini prima dell'anno.

*a. l. b.*

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 10/2015: 11.265
Lettori Ed. I 2015: 54.000
Quotidiano - Ed. Bologna

CORRIERE DI BOLOGNA

Dir. Resp.: Enrico Franco

26-APR-2016
da pag. 14
foglio 1 / 2
www.datastampa.it

# La dieta ideale per gli over 65

## Cereali integrali, orate o branzini, verdura, frutta anche secca e olio Sono gli alimenti della dieta testata dal progetto europeo Nu-Age L'ha coordinato l'Alma Mater e ha coinvolto oltre duemila anziani

Santoro: Il come consumare gli alimenti è di pari importanza al cosa

Importante abituarsi a bere almeno un litro e mezzo d'acqua

di **Marina Amaduzzi**

Qual è il segreto per vivere bene dopo i 65 anni? Una dieta mediterranea ricca di cereali integrali, frutta, verdura, pesce e olio d'oliva. Una risposta forse scontata, ma questa volta è frutto di una ricerca scientifica. A certificarla sono i risultati di «Nu-Age», il progetto europeo coordinato dall'Università di Bologna il cui obiettivo era proprio quello di realizzare una dieta ideale, che permettesse agli over 65 di tutta Europa (che nel 2030 costituiranno tra il 25% e il 40% della popolazione) di invecchiare in salute, prevenendo e combattendo i disturbi che solitamente si manifestano con l'avanzare dell'età.

Tra il 2011 e il 2014, nei cinque centri di ricerca aderenti al progetto (Clermont Ferrand in Francia, Bologna in Italia, Wageningen in Olanda, Varsavia in Polonia e Norwich in Gran Bretagna) sono stati reclutati 2.665 volontari ultrasessantacinquenni. Di questi, 1.296 che risultavano in buona salute ed autosufficienti sono stati ripartiti metà in un gruppo di controllo e i rimanenti in un gruppo a cui sarebbe stata somministrata la «dieta mediterranea rinforzata» preparata ad hoc dai ricercatori Nu-Age. «Circa 250 volontari sono stati reclutati a Bologna», spiega Aurelia Santoro, ricercatrice del Dimes, il dipartimento di Medicina specialistica, diagnostica e sperimentale dell'Alma Mater.

I risultati hanno premiato i cibi nostrani. Aumentando infatti il consumo di cereali integrali, verdure, pesce e acqua (e conseguentemente l'introito di fibre e micronutrienti come acidi grassi omega3, zinco, ferro, vitamina B12) e riducendo al contempo il consumo di bevande alcoliche, dolci e sale, i soggetti che hanno seguito la dieta Nu-Age hanno mostrato «una diminuzione dei livelli di proteina C reattiva, un noto marcatore di infiammazione sistemica del nostro organismo», riportano. Inoltre, «nel campione analizzato — proseguono i ricercatori — l'aderenza alla dieta Nu-Age è associata a un miglioramento del profilo lipidico in termini di rapporto tra colesterolo totale e HDL e livello di trigliceridi, e ad una riduzione della perdita di massa ossea tipica dell'età avanzata».

Quali sono i cibi più preziosi per chi vuole restare in salute dopo i 65 anni d'età? «Tra i cereali integrali soprattutto la pasta — spiega Santoro —, di cui abbiamo potuto regalare dei pacchi grazie a uno sponsor. Abbiamo poi insistito nel limitare la carne rossa a una, massimo due volte la settimana, favorendo l'introduzione della carne bianca e soprattutto del pesce ricco di omega3, ad esempio il branzino, l'orata e il salmone. Ancora: è importante assumere un paio di cucchiai di olio extravergine d'oliva, a crudo e non cotto. Il come consumare gli alimenti è infatti di pari importanza rispetto al cosa consumare. Il consumare meno sale ad esempio significa evitare alimenti che lo contengono già, non solo salare di meno. Fondamentale per un anziano è anche abituarsi a bere almeno un litro e mezzo d'acqua al giorno, visto che molti perdono la sensazione della sete. Importante infine la frutta e la verdura, sia cotte che crude e la frutta secca, come mandorle e nocciole, purché non salate».

«I risultati mostrano che la dieta mediterranea riduce i casi di infiammazione — spiega Claudio Franceschi, docente alla Scuola di Medicina dell'Alma Mater e coordinatore del progetto —, tuttavia questo tipo di alimentazione può anche avere effetti diversi sulla salute di uomini e donne nei diversi paesi europei». Per mantenere la salute della popolazione anziana maschile e femminile nei diversi paesi sarà quindi necessario personalizzare e diversificare la dieta a seconda degli specifici fabbisogni nutrizionali, delle abitudini culturali e dello stile di vita delle persone anziane. Alcune soluzioni di alimenti studiati apposta per gli anziani, sono già allo studio. E potranno diventare competitivi sul mercato.

marina.amaduzzi@rcs.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MEDIA PRESS
MONITORAGGIO MEDIA

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura: n.d.
Diffusione 10/2015: 11.265
Lettori Ed. I 2015: 54.000
Quotidiano - Ed. Bologna

CORRIERE DI BOLOGNA

Dir. Resp.: Enrico Franco

26-APR-2016
da pag. 14
foglio 2 / 2
www.datastampa.it

# L'elisir di lunga vita

**Programma «Nu-Age»**

2.665 volontari over 65 in tutta Europa

| Cereali/ pasta | Verdure | Pesce: branzino, orata, salmone (ricchi di omega3) | Frutta fresca | Frutta secca non salata | Acqua: almeno 1 litro e ½ al giorno |
|---|---|---|---|---|---|

centimetri

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 405.864
Diffusione 02/2016: 325.546
Lettori Ed. III 2015: 2.364.000
Quotidiano - Ed. nazionale

CORRIERE DELLA SERA

Dir. Resp.: Luciano Fontana

26-APR-2016
da pag. 39
foglio 1
www.datastampa.it

# INTERVENTI E REPLICHE

## La sicurezza alimentare nel nostro Paese

L'attenzione al cibo al tempo di Masterchef è sotto gli occhi di tutti. Il dibattito riguarda cibo bio e industriale, cibo conservato o fresco, cibo vegano e carnivoro ecc. Tuttavia molte volte prevalgono preconcetti o pregiudizi che allarmano i consumatori, i quali sono terrorizzati dal fatto che il cibo non sia garantito e sicuro. Il sistema sanitario nazionale (Asl, istituti zooprofilattici, ministero della Sanità), grazie alle professionalità soprattutto di medici veterinari, garantisce l'igiene degli alimenti e la sicurezza alimentare. I controlli, scrupolosi e quotidiani, non fanno notizia, ma è giusto saperlo: oggi, mediamente, il cibo sia locale sia globale è più sicuro che in passato.

**Giuseppe Borzacchiello**, Università di Napoli Federico II

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 331.831
Diffusione 02/2016: 215.102
Lettori Ed. III 2015: 1.565.000
Settimanale - Ed. nazionale

GENTE

Dir. Resp.: Monica Mosca

26-APR-2016
da pag. 92
foglio 1 / 3
www.datastampa.it

**VEDO... TROPPO ZUCCHERO**
Una ragazzina scherza con due ciambelle ipercaloriche. Il consumo frequente di merendine fuori dai pasti è una delle cause dell'eccesso di peso nei giovani.

**CIBI NOCIVI, POCO MOTO, UNO STILE DI VITA ERRATO: TROPPI NOSTRI RAGAZZI HANNO CHILI IN PIÙ. COME FARLI TORNARE IN FORMA? «L'ESEMPIO DEVE ARRIVARE DAI GENITORI», DICONO GLI ESPERTI**

# Cara mamma FAMMI DIMAGRIRE

di Igor Ruggeri

Abbiamo raggiunto il livello di guardia. L'obesità dilaga in Italia, specie nella fascia di età più delicata per il metabolismo del corpo, l'adolescenza. Lo certifica l'Organizzazione mondiale della sanità nell'ultimo rapporto sulla salute e il benessere dei giovani. Oltre il 30 per cento dei ragazzi tra 11 e 15 anni nel nostro Paese sono obesi o in sovrappeso: una quantità impressionante. In Europa solo Grecia e Portogallo hanno valori peggiori, mentre Irlanda e Spagna raggiungono il nostro livello (Svizzera e Olanda vantano le percentuali più basse). Ma come si spiega un risultato così negativo proprio in Italia, patria della dieta mediterranea, giustamente nota e celebrata per il sano equilibrio dei suoi alimenti? «Pochi oggi seguono la vera dieta mediterranea», replica il dottor Paolo Accornero, dietologo nutrizionista specializzato nella cura dell'obesità infantile, «intendo quella praticata negli anni Cinquanta nella zona rurale del Cilento, in Campania, e poi resa celebre dal medico americano Ancel Keys. Era un regime rigoroso, per la povertà del luogo. Tante cose che si mangiano adesso non ne fanno parte. Per prima la pizza, preparata con farina bianca ricca di zuccheri e con troppo olio». Oltre ai cibi nocivi, anche la sedentarietà alza l'indice di obesità. Tra gli adolescenti solo il 5 per cento delle femmine e l'11 per cento dei maschi pratica in media almeno un'ora di sport al giorno.

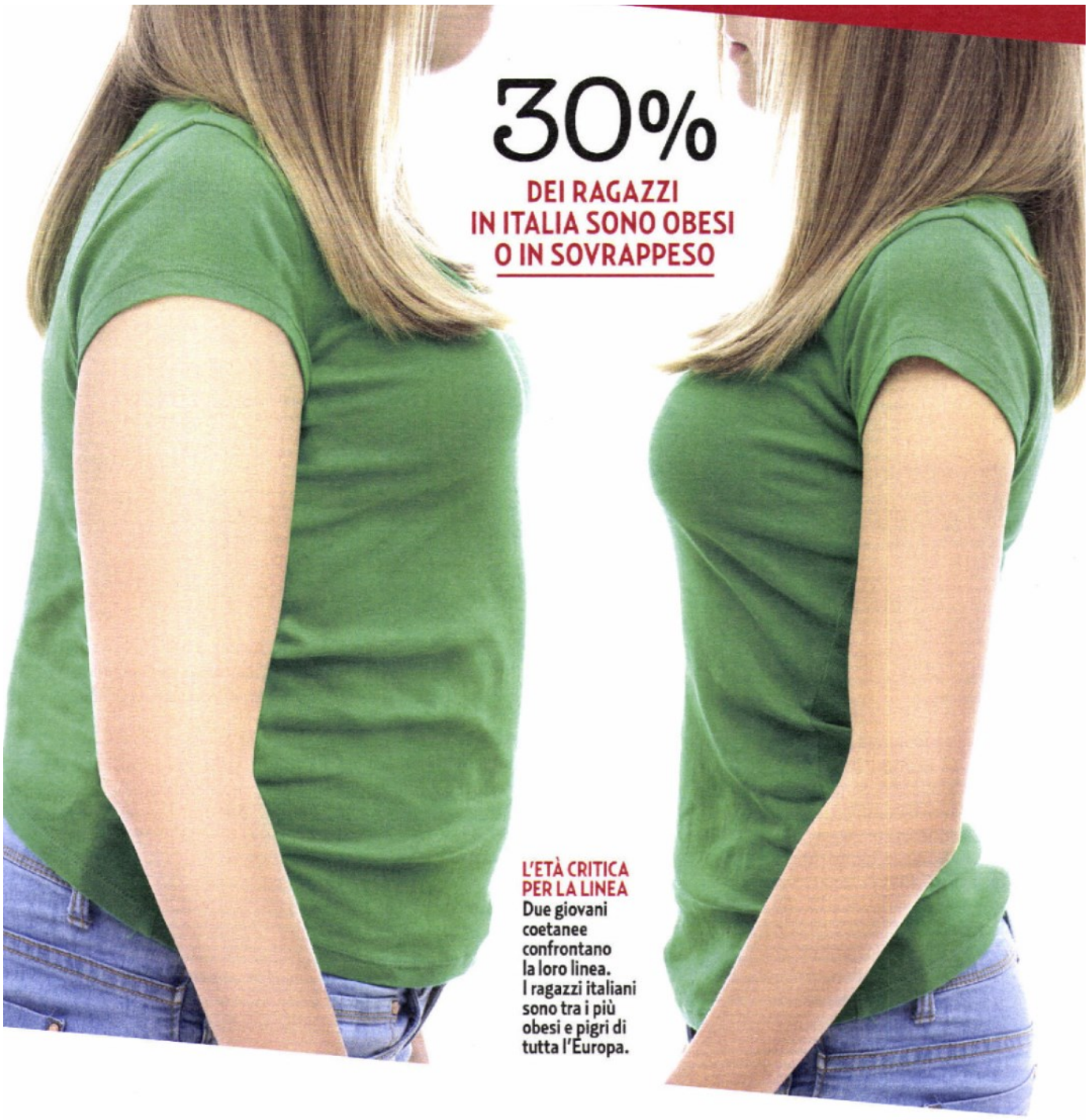
«Bisogna limitare zuccheri e grassi, bandire l'alcol e svolgere attività fisica», raccomanda Accornero. «Ma un

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 331.831
Diffusione 02/2016: 215.102
Lettori Ed. III 2015: 1.565.000
Settimanale - Ed. nazionale

GENTE

Dir. Resp.: Monica Mosca

26-APR-2016
da pag. 92
foglio 2 / 3
www.datastampa.it




**L'ETÀ CRITICA PER LA LINEA**
Due giovani coetanee confrontano la loro linea. I ragazzi italiani sono tra i più obesi e pigri di tutta l'Europa.

giovane soggetto a fame nervosa, messo a dieta, riuscirà a perdere peso solo con una strategia di famiglia. I genitori devono dare l'esempio, nutrendosi in modo sano, fornendo un'adeguata educazione alimentare, evitando di tenere in casa cibo spazzatura».

Il compito comincia dal controllo del peso del ragazzo. Occorre calcolare l'indice della massa corporea (dato dal peso stesso, espresso in chili, diviso con l'altezza al quadrato, espressa in metri), da soli in casa o dal farmacista di fiducia. Per i minori di 14 anni il risultato non deve essere superiore a 15: se l'indice è maggiore di poco il soggetto è in sovrappeso, se di tanto è obeso. Per i ragazzi dai 15 ai 18 anni il valore da non superare è 18. Raccolto così il primo segnale di allarme e quantificato il problema, che cosa può fare la famiglia? «Alcune abitudini si rivelano fondamentali», afferma Elisabetta Scala, vicepresidente del Movimento italiano genitori (Moige). «Bisogna dedicare tempo alla prima colazione e mangiare con equilibrio durante la giornata, senza tanti spuntini e merendine lontano dai pasti. È deleterio nutrirsi da- ▶

Dati rilevati dagli Enti certificatori o autocertificati
Tiratura 02/2016: 331.831
Diffusione 02/2016: 215.102
Lettori Ed. III 2015: 1.565.000
Settimanale - Ed. nazionale

GENTE

Dir. Resp.: Monica Mosca

26-APR-2016
da pag. 92
foglio 3 / 3
www.datastampa.it

ADOLESCENTI E OBESITÀ: L'ITALIA È ANCORA INDIETRO. ECCO COSA FARE

**SPORT SENZA TREGUA**
Tre bambini si divertono in piscina. «Per dimagrire bisogna limitare zuccheri e grassi e svolgere un'attività fisica», consiglia il dietologo Paolo Accornero. Tra gli adolescenti, però, solo il 5 per cento delle femmine e l'11 per cento dei maschi fa sport per almeno un'ora al giorno.

**UN AIUTO PER I GENITORI**

## CONSULENZE IN FARMACIA

**Una consulenza gratuita di nuovo tipo per le famiglie viene lanciata a Roma da Farmacap, l'azienda che gestisce le farmacie comunali locali. È uno sportello per contrastare l'obesità infantile, aperto ogni lunedì e giovedì dalle 15 alle 20 in zona Tiburtina per rispondere alle domande dei genitori sui problemi di nutrizione dei figli. Si trova nella Farmacia Forte Tiburtino, gestita dalla biologa nutrizionista Cecilia Stillitano, che fornisce questo servizio di consulenza a chi si prenota per telefono allo 06-43254243 o allo 06-570881. "Quasi un bambino su tre soffre di obesità o sovrappeso, a causa di stili di vita sedentari e alimentazione non equilibrata", spiega una nota del Comune di Roma. "Per dare alle famiglie il supporto necessario per una crescita in salute dei figli, Farmacap vuole puntare sullo stile alimentare".**

vanti al televisore, perché non ci si rende conto di quanto si inghiotte. La sera è sbagliato riempirsi troppo, poi si va a dormire e il fisico non consuma il cibo eccessivo assimilato». Elisabetta Scala ci svela un piccolo accorgimento che ha adottato con i suoi figli. «Fin da bambini li ho coinvolti nella preparazione dei pasti. Così quando hanno fame, invece di aprire il frigo e di mangiare tutto quello che capita, sanno che cosa è sano per loro e sono anche in grado di cucinarselo».

L'adolescenza rappresenta spesso una soglia di non ritorno, nel senso che il 60 per cento degli obesi a questa età restano tali da adulti, quando è più difficile intervenire sul peso. Se non si affronta il problema fin da giovani, le sue dimensioni peggiorano in modo disastroso. Infatti dal 1990 a oggi gli obesi in Italia sono raddoppiati e nel mondo hanno già superato il numero delle persone sottopeso, come svela uno studio della rivista medica *The Lancet*. In altri termini, l'obesità sta per diventare un onere sociale perfino peggiore della fame, a livello globale.

**60%**
**DEGLI OBESI RESTANO TALI ANCHE DA ADULTI**

A questi temi ha dedicato una ricerca, intitolata *L'obesità infantile: un problema rilevante e di sanità pubblica*, la sociologa Mara Tognetti dell'Università di Milano Bicocca. «Il 7 per cento della spesa sanitaria in Europa è dedicato alla cura delle patologie legate all'obesità. Ma non basta. Serve investire nella prevenzione, coinvolgere famiglie, scuole, tutta la società». L'obesità è una piaga globale, drammatica anche in molti Paesi in via di sviluppo. «Figlia della povertà come del benessere, è legata a uno stile di vita errato. In Italia è diffuso: molti ragazzi mangiano male, si muovono poco, passano troppo tempo davanti a un video. Come se ne esce? Con l'apporto determinante dei genitori. Una famiglia dal profilo socio-economico e culturale insufficiente per una corretta educazione alimentare dei propri figli è il primo fattore di rischio per loro di sviluppo dell'obesità».

**100%**
**L'AUMENTO DEGLI OBESI DAL 1990 A OGGI**

Igor Ruggeri