

48.562
I VISITATORI TOTALI
DI MECSPE A BOLOGNA

Va in archivio con 48.562 visitatori la 19esima edizione di MecSpe, la fiera dedicata alla manifattura e all'Industria 4.0, che si è chiusa giovedì. Per la prima volta a Bologna, la fiera ha visto 13 saloni tematici e oltre 2.024 aziende presenti, cifra che, spiegano gli organizzatori, «porta MecSpe sul podio europeo per numero di espositori nel 2021», su 92mila metri quadrati.

Tav
Al via i lavori
per il maxi-tunnel
di 57,5 chilometri

Il cuore dei lavori della Tav Torino-Lione, lo scavo del «tunnel di base» lungo 57,5 chilometri tra Italia e Francia, è sempre più vicino. Ieri si è installato il cantiere del raggruppamento di imprese che dovrà realizzare, con una doppia canna, la porzione più grande della maxi-galleria, i 23 chilometri da Saint-Martin-la-Porte a Modane. Un'opera da 1,43 miliardi di euro.

Riconoscimento Fra le imprese anche Chiesi e Crédit Agricole Equilibrio fra vita e lavoro Barilla è «Caring company»

Un'azienda che «sa riconoscere e accogliere la pienezza della vita delle proprie persone» e per questo «è pronta anche per il mercato, l'innovazione, il futuro» è una «Caring company». La definizione è della società Lifeed, che ha portato avanti progetti sull'inclusione con molte importanti imprese italiane. E Parma non è esclusa. È stata riconosciuta come «caring company» la Barilla, così come Chiesi e Crédit Agricole. Da Poste Italiane a Danone, da Q8 a Terna, l'elenco completo è sul sito Lifeed.io.

Questo riconoscimento, spiega la società sul sito, va «alle aziende che valorizzano la sinergia tra vita e lavoro, hanno un modello di caring leadership e sanno mettere in luce in modo continuo le persone nella loro diversità».

I dettagli
Questo riconoscimento, spiega Lifeed, va «alle aziende che valorizzano la sinergia tra vita e lavoro, hanno un modello di caring leadership e sanno mettere in luce in modo continuo le persone nella loro diversità».

Iniziativa Quattro città coinvolte



Economia circolare Crédit Agricole e Legambiente insieme in «New Life»

Otto forum di comunità, 60 idee raccolte, quattro iniziative di cittadinanza attiva organizzate in quattro città (Milano, Bologna, Campi Bisenzio e Vicenza) e quattro progetti di crowdfunding in fase di lancio: sono i numeri del progetto per l'economia circolare «New Life», realizzato da Crédit Agricole Italia e Legambiente con il coinvolgimento di 41 organizzazioni e circa 200 cittadini. Ieri la presentazione dei risultati, con iniziative di cittadinanza attiva e riqualificazione urbana, e il lancio di una serie di tutorial e video pillole con consigli utili per adottare stili di vita sostenibili. Vittorio Ratto, vice direttore generale di Crédit Agricole Italia, spiega: «Coerenti con il motto "Agire ogni giorno nell'interesse dei nostri clienti e della società" accompagniamo clienti, aziende e stakeholder nella transizione verso un'economia sempre più rispettosa dell'ambiente e della società».

Gruppo imprese artigiane Ambiente, incontro con Chicco Testa al Paganini

Dibattito
L'evento è in programma per giovedì 9 dicembre alle 18. Partecipazione gratuita, previa registrazione via e-mail al Gia.

Come rendere la transizione energetica ed ambientale sostenibile per le Pmi, che in questo momento ne stanno prevalentemente sostenendo i costi? È il quesito che il Gruppo Imprese Artigiane porrà a Chicco Testa, relatore del convegno «Transizione energetica e ambientale: come renderla sostenibile per le Pmi», in programma per giovedì 9 dicembre all'Auditorium Paganini.

«Ognuno di noi, imprenditori compresi, è ovviamente a favore di un'economia pulita e sostenibile - commenta il presidente del Gia Giuseppe Iotti - ma in questa fase di transizione energetica le Pmi si trovano nella scomoda situazione in cui le fonti energetiche tradizionali hanno raggiunto dei livelli di costo altissimi - energia elettrica in primis - mentre quelle alternative sono ancora poco accessibili, sia come disponibilità che come prezzi. Anche il quadro complessivo di riferimento in realtà non è ancora così chiaro. Inoltre i contributi a sostegno di questo passaggio non sono ad oggi ancora un sufficiente strumento di supporto a portata di Pmi. Per entrare nel merito di un tema così delicato, e capire cosa comporterà per le piccole medie imprese abbiamo chiamato un ospite del calibro di Chicco Testa, presidente di Fise Assoambiente, da decenni fra i protagonisti della discussione pubblica italiana sulle politiche ambientali ed energetiche».

L'evento, organizzato con il contributo di UniCredit, si terrà giovedì 9 dicembre alle 18 al «Paganini». La partecipazione è gratuita ed aperta a tutti gli imprenditori, previa registrazione all'indirizzo e-mail info@gia.pr.it.

A Mutti il premio Sprecozero per le imprese più virtuose

81%
Scarti
In Mutti viene recuperato l'81% degli scarti di materia prima.

È Mutti l'impresa #sprecozero del 2021. Ieri infatti l'azienda di conserve di pomodoro ha ricevuto, a Bologna, il premio «Vivere a Spreco Zero» nella categoria Imprese.

Un riconoscimento arrivato grazie all'innovativo approccio ai processi di produzione e all'attenzione per gli scarti di prodotto, che diventa testimonianza tangibile di economia circolare. L'81% dei «rifiuti» prodotti e della materia prima fresca non più idonea alla trasformazione, infatti, con Mutti viene recuperata o riciclata, diventando energia biogas o alimenti destinati alla zootecnia e al pet food. Il premio, promosso dalla cam-

agna Spreco Zero con il patrocinio del ministero dell'Ambiente, di Anci, World Food Programme e Rai, è stato consegnato ieri pomeriggio a Palazzo D'Accursio, sede del municipio di Bologna. Per Mutti è intervenuta Silvia Totaro, Global Sustainability & Corporate Responsibility Manager.

Con il fondatore della campagna Spreco Zero Andrea Segrè è intervenuto anche il climatologo Luca Mercalli, «Ambasciatore Buone Pratiche 2021». Dettagli e aggiornamenti sul sito sprecozero.it.

r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Spot Nuova campagna sulle reti di Sky e gruppo Mediaset Delicious da domani torna in tv



Slogan «Se senti il mare, è Delicious».

Da fine novembre Delicious torna in tv con uno spot emozionale che esprime ciò che rende l'azienda unica nella categoria Alici: «Varietà, innovazione e amore per il mare, uniti in un mood di grande impatto», spiega l'azienda.

Ingrandimenti sul prodotto, ritmo incalzante, attento sound design e tanto appetizing, questi gli ingredienti della nuova campagna «Se senti il mare, è Delicious», in onda sulle principali reti nazionali, per tre settimane da domani fino al 19 dicembre. «Uno spot di grande forza comunicativa - dice Delicious - che esprime i concetti chiave del

brand attraverso cinque delle sue proposte di Alici più rappresentative: la premiumness con il Mar Cantabrico, l'esclusività di una ricetta segreta per la Salsa Piccante, l'orgoglio italiano con il Canale di Sicilia, l'abbinamento ai prodotti del territorio grazie alle alici con cappero di Pantelleria e la semplicità delle Classiche, vera icona di marca».

Firmato dall'agenzia milanese Robilant Associati, lo spot da 15 secondi ed il Brand Video da 10 secondi saranno visibili al grande pubblico, per un totale di 18 milioni di famiglie italiane, per tre settimane su tutti i canali del gruppo Mediaset e Sky.

Successo per il Black Friday Crescono gli acquisti sul web

53,1%
Acquisti di Natale
Per Confindustria Per Commercio oltre la metà dei consumatori ha approfittato delle offerte.

Roma Cala la fiducia ma gli italiani approfittano degli sconti del Black Friday per anticipare parte dei regali che poi consegneranno ad amici e parenti a Natale. Ora, nella maggior parte dei casi, si tratterà di acquisti on line, tanto che sono già molti gli inviti a comprare nei piccoli negozi di vicinato che così, con la prospettiva plumbea di nuovi lockdown, intercetterebbero almeno una parte di questo fatturato.

Secondo Confindustria un italiano su due, il 53,1%, acquisterà i regali di Natale approfittando del Black Friday e del Cyber Monday. Di contro, il

34,9% si dichiara ancora indeciso ed il 12% non acquisterà regali. Sono più donne che uomini, di età compresa tra i 18 e i 34 anni, più concentrati al Centro e Nord Est, gli acquirenti più affezionati alle occasioni delle offerte pre-natalizie. Le piattaforme web fanno la parte del leone: il 71,7% di coloro che compreranno i regali di Natale durante questi periodi effettuerà gli acquisti online. Rimane comunque chi fa shopping in modo tradizionale: il 23,5% nei punti vendita di prossimità, il 40,6% nei negozi all'interno dei centri commerciali e il 23,3% nelle catene della distribuzione organizzata.

CEIP INFORMA		ANDAMENTO QUOTAZIONI			
CEIP		Prosegue la fase di rialzo dei prezzi energetici, sostenuta dalle permanenti criticità che coinvolgono i fondamentali gas: l'allontanamento dell'entrata in funzione del gasdotto russo Nord Stream 2 genera infatti forti preoccupazioni sulle forniture verso l'Europa nel breve termine.			
	Media periodo dal 19/11 al 25/11	Media periodo dal 12/11 al 18/11	Var. % sett. precedente	Var. % mese precedente	
ELETTRICITÀ (€/MWH)					
Prezzi Spot	258,21	218,42	18,22	18,63	↑
Prezzi a termine 2022	145,83	140,35	3,90	3,49	↑
Prezzi a termine 2023	99,36	95,48	4,06	6,18	↑
GAS NATURALE (€/CENT/M³)					
Prezzi Spot	94,06	91,99	2,25	1,45	↓
Prezzi a termine 2022	58,98	56,95	3,56	0,39	↓
Prezzi a termine 2023	36,13	35,15	2,77	3,14	↑
BRENT (DOLLARO/BARILE)	81,07	81,63	-0,69	-3,19	↓

L'ECO HUB

FONTE: Elaborazione Ceip su dati di mercato